

Title	互恵的關係性を構築するための対面状況での情緒的コミュニケーション支援メディアに関する研究
Author(s)	岩本, 拓也
Citation	
Issue Date	2023-03
Type	Thesis or Dissertation
Text version	ETD
URL	http://hdl.handle.net/10119/18414
Rights	
Description	Supervisor: 西本 一志, 先端科学技術研究科, 博士

氏名	岩本 拓也
学位の種類	博士 (知識科学)
学位記番号	博知第 330 号
学位授与年月日	令和 5 年 3 月 24 日
論文題目	互恵的関係性を構築するための対面状況での情緒的コミュニケーション支援メディアに関する研究
論文審査委員	西本一志教授, 栗原一貴教授 (津田塾大学), 宮田一乗教授, 金井秀明准教授, 佐藤俊樹准教授

論文の内容の要旨

We build relationships with friends, family members, store clerks, co-workers, and many other people. The quality of our social life is affected by our relationships, and if we do not have good relationships, this may lead to negative effects such as mental and physical illness, resignation, and divorce. On the other hand, when good relationships are established, positive effects can be expected in terms of both mind and body, such as a sense of happiness and improved work productivity. It is said that in order to build a good relationship, it is desirable to have a mutually beneficial relationship in which both parties are given rewards. These rewards include not only material rewards such as money, but also emotional rewards such as a sense of security, enjoyment, and happiness. Therefore, emotional communication such as chats, jokes, and attachment behaviors are important to establish a mutually beneficial relationship.

The main purpose of conventional emotional communication support systems is to make the remote partner feel a sense of presence. Although face-to-face emotional communication is inevitable in social life, its development has been slow. Therefore, this doctoral thesis focuses on emotional communication in face-to-face situations to build mutually beneficial relationships.

Emotional communication is not the same for all people, but it is necessary to change the meaning and behavior depending on the relationship and position with the other person. In social relationships, such as those with store clerks or business associates, affective communication should be used to fulfill mutual goals (e.g., sales, teamwork). Emotional communication is also important for people who aim to move from a social relationship to a personal relationship. Therefore, we thought that research targeting "social," "personal," and "social to personal" situations would provide a broad range of support. For this reason, we selected "customer service in stores (social)," "dating (personal)," and "marriage activity (social to personal)" as familiar situations in which emotional factors are particularly important and implemented and verified media to support emotional communication in these situations.

Keywords: Reciprocal Relationship, Emotional Communication, Face to Face Communication, Dating Service, Self Recommendation Robot

論文審査の結果の要旨

本博士論文は、人と人、あるいは人と商品などのモノとが対面している状況において、両者が互いに恩恵を与えあう互恵の関係を構築することを意図して行う、情緒的なコミュニケーションを支援するメディアについての研究成果をまとめたものである。ここで言う情緒的なコミュニケーションとは、明確な情報の伝達を目的としているのではなく、関係性を向上させることを目的として主にポジティブな感情を伝え合うコミュニケーションのことである。従来、遠隔地間をつなぐコミュニケーションメディアの研究は無数になされてきた。その中で、特に非言語情報の伝達が不十分なため、情緒的なコミュニケーションが困難であることが指摘され、この問題を解決するための遠隔地間における情緒的コミュニケーションを支援する手段の研究も多数なされてきた。一方、対話相手が目の前にいる対面状況では、一般的に非言語情報も直接相手に伝わる。このため、対面状況におけるコミュニケーション、とりわけ感情などの情緒的コミュニケーションを支援しようとする取り組みはこれまでほとんどなされていない。しかしながら、現実には対面状況においても情緒的コミュニケーションをとることが容易ではないケースは多数ある。たとえば、たまたま店舗に立ち寄った来客に商品を気に入ってもらうための接客対話や、婚活パーティなどで初対面の相手に自分を売り込み交際相手として受け入れてもらうための対話などがこれにあたる。これらの対話は、対面でなされる情緒的対話であるが、極めて難度が高く、苦手とする人は多い。そのため、何らかの支援を求める要望も多いのだが、これまでそのような要望に応えるコミュニケーションメディアの研究開発はほとんどなされてこなかった。本博士論文研究は、この対面情緒的コミュニケーションの支援という未開拓領域に果敢に切り込んだ、画期的な研究である。具体的な支援対象として、ソーシャルな関係性を構築するための対面販促場面、パーソナルな関係性を構築・維持するためのパートナーとの対面コミュニケーション場面、さらに婚活のようなソーシャルな関係性からパーソナルな関係性に移行することを意図した対面コミュニケーション場面の3種をとり上げ、これらを支援する具体的なメディアを構築し、実験室実験にとどまらず社会実験も実施してそれらのメディアの有効性を実証している。これらの具体事例を通じ、対面での情緒的コミュニケーションの支援メディアの必要性と有用性を明らかにし、それらのデザイン指針を示した。

このように、本研究は世界的に見ても高い新規性があり、かつ有用性も十二分に認められる、質の高い研究である。また、知識創造活動においても組織構成員同士の情緒的コミュニケーションが重要であることは知られているので、本研究は知識科学分野においても貢献するところ大である。以上より、本博士論文は博士（知識科学）を授与するにふさわしい論文であると判断した。