

2018年6月4日 第4回仕掛け学研究会@かごしま水族館

エンターテインメント施設 における仕掛けの試み

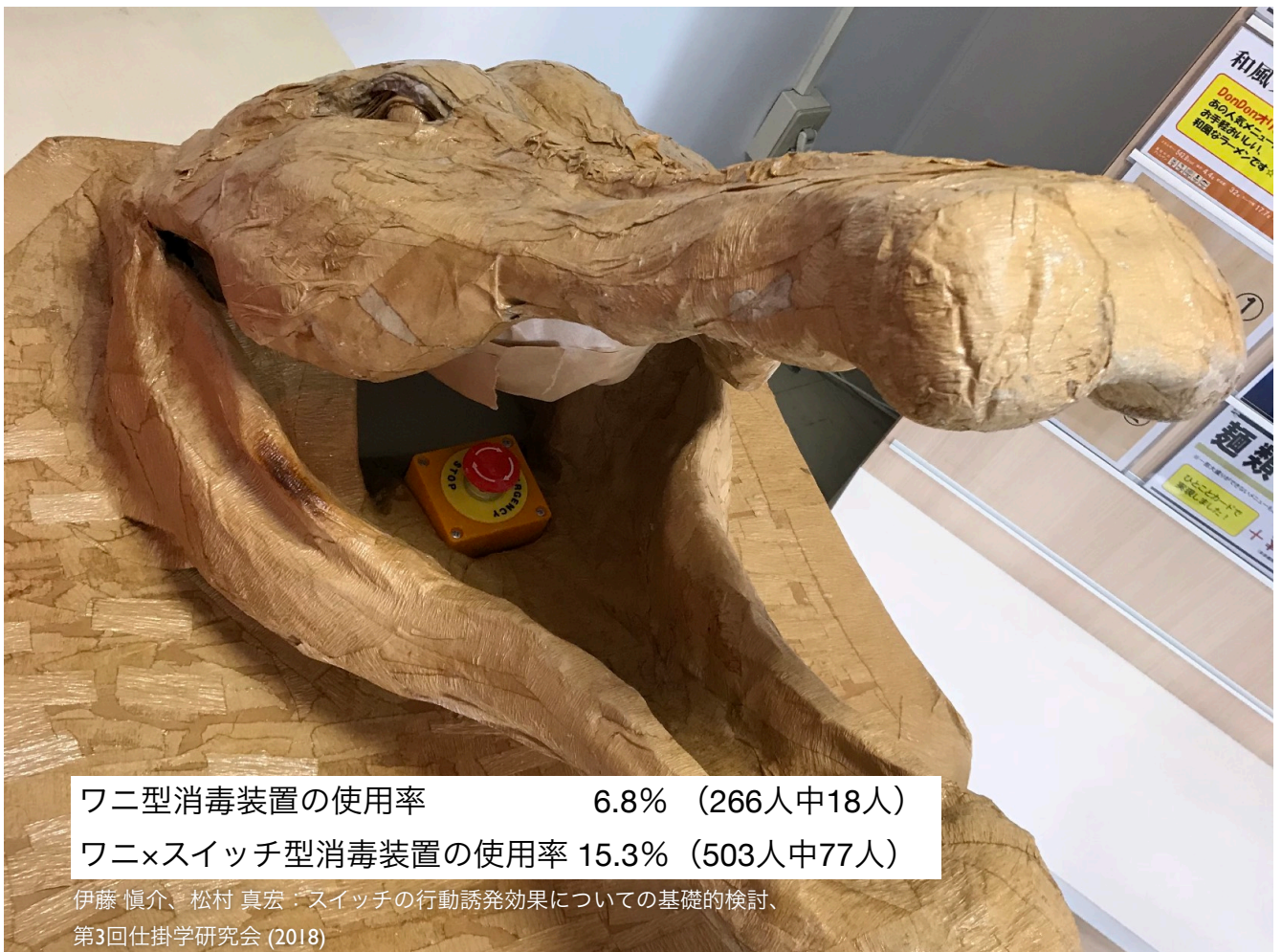
大阪大学大学院経済学研究科

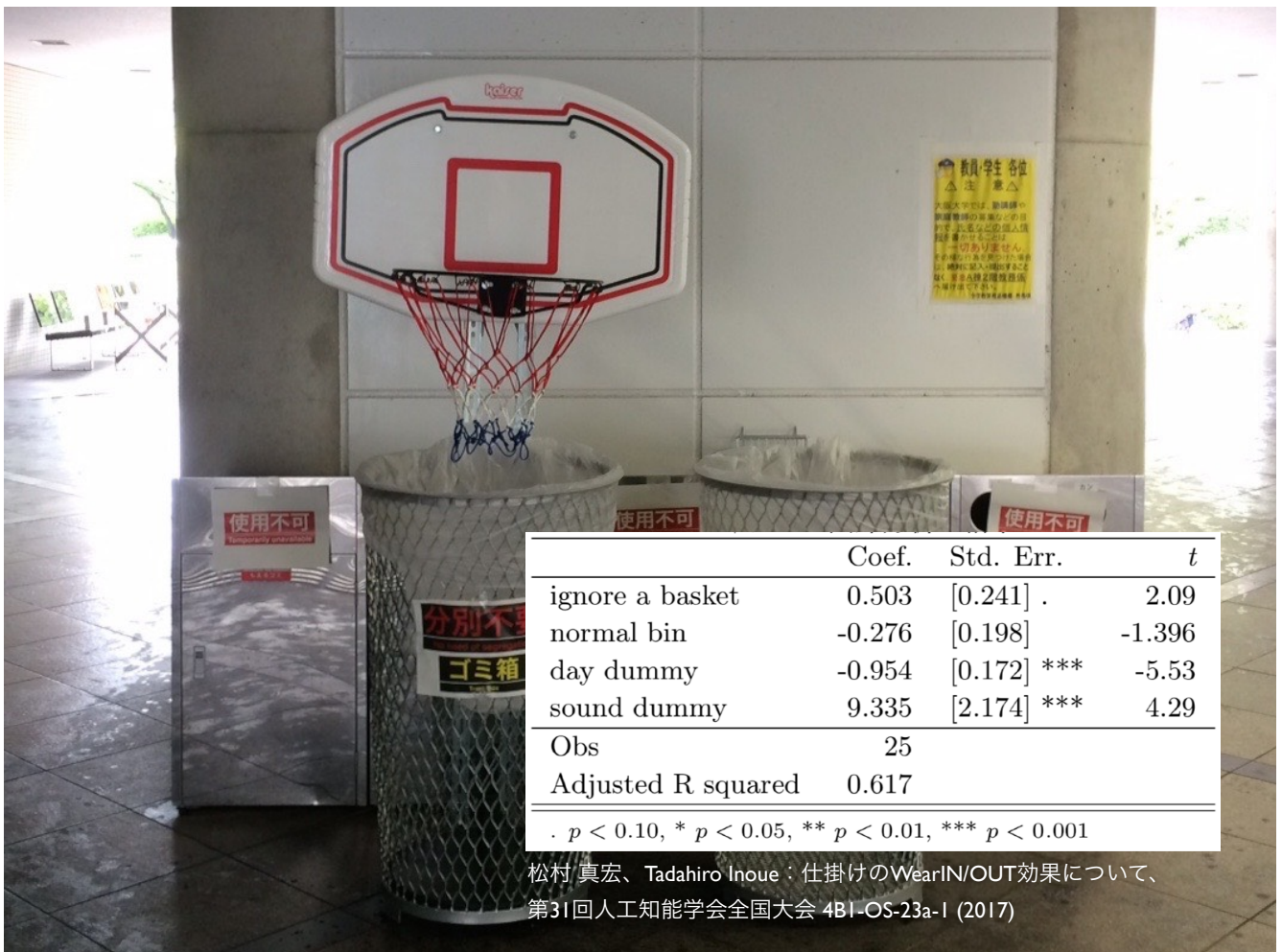
松村 真宏

matumura@econ.osaka-u.ac.jp







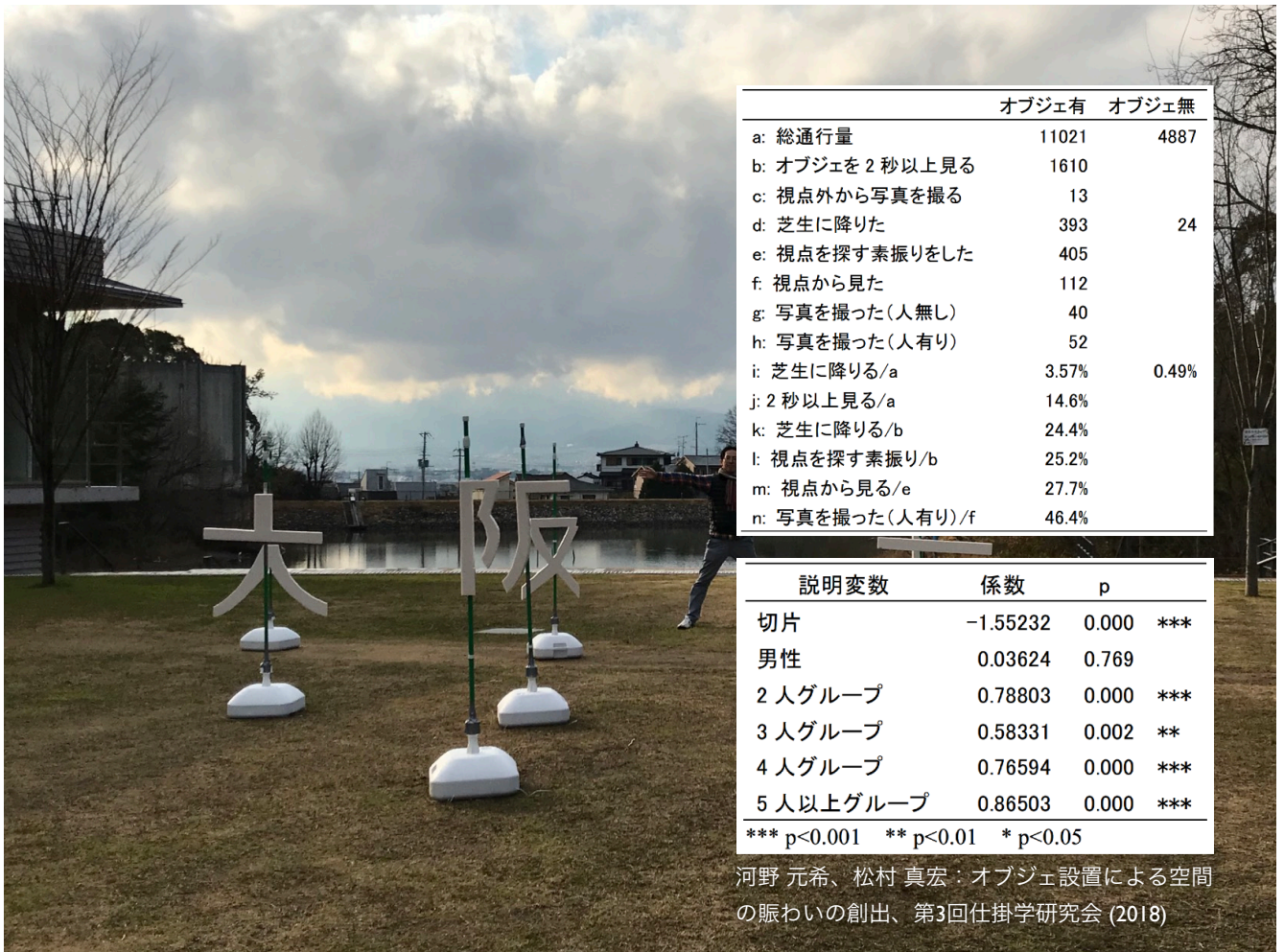






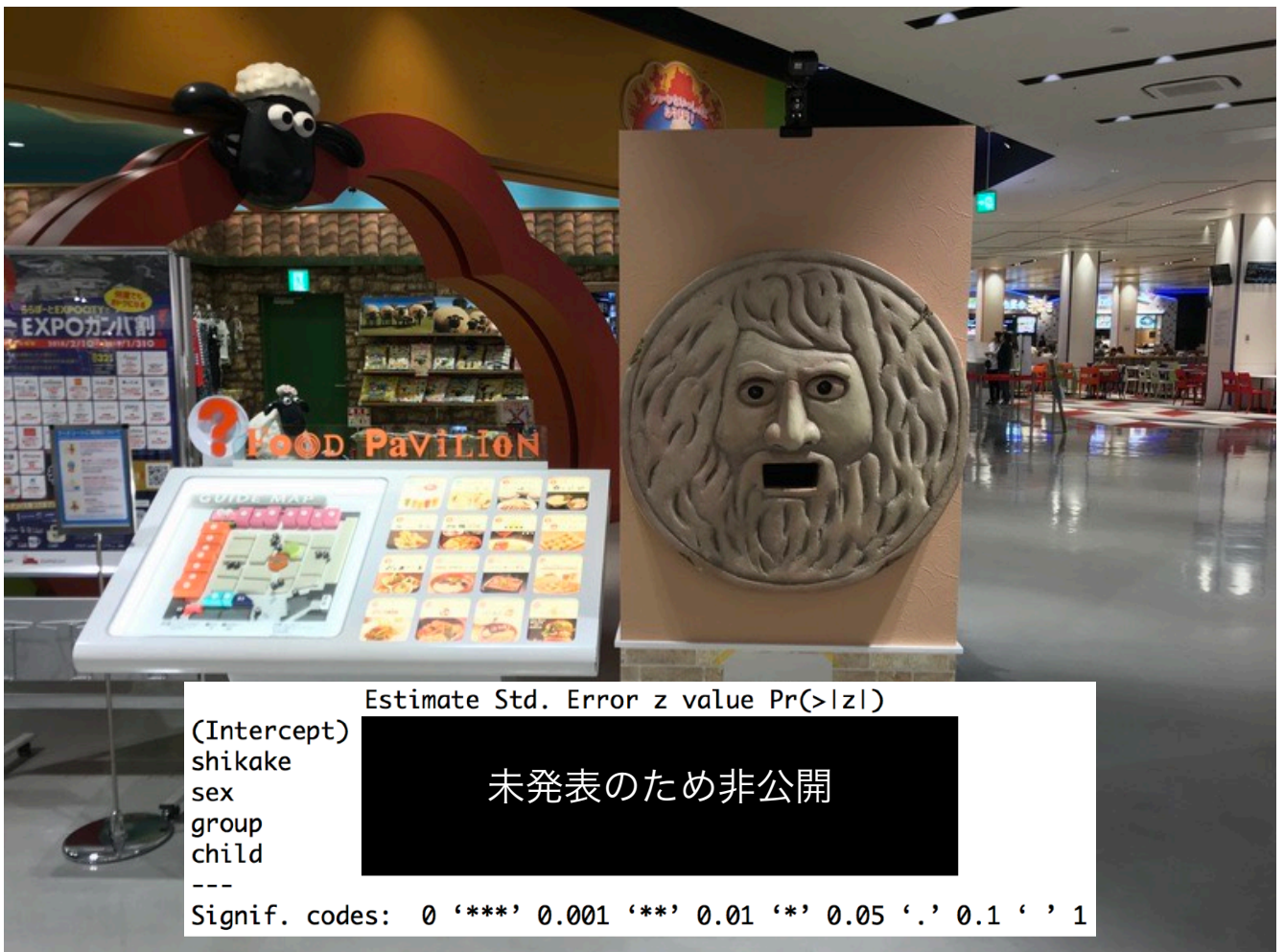
板谷 祥奈、張 凌雲、松村 真宏：仕掛けによる試食促進の
試み、第31回人工知能学会全国大会 4BI-OS-23a-2 (2017)

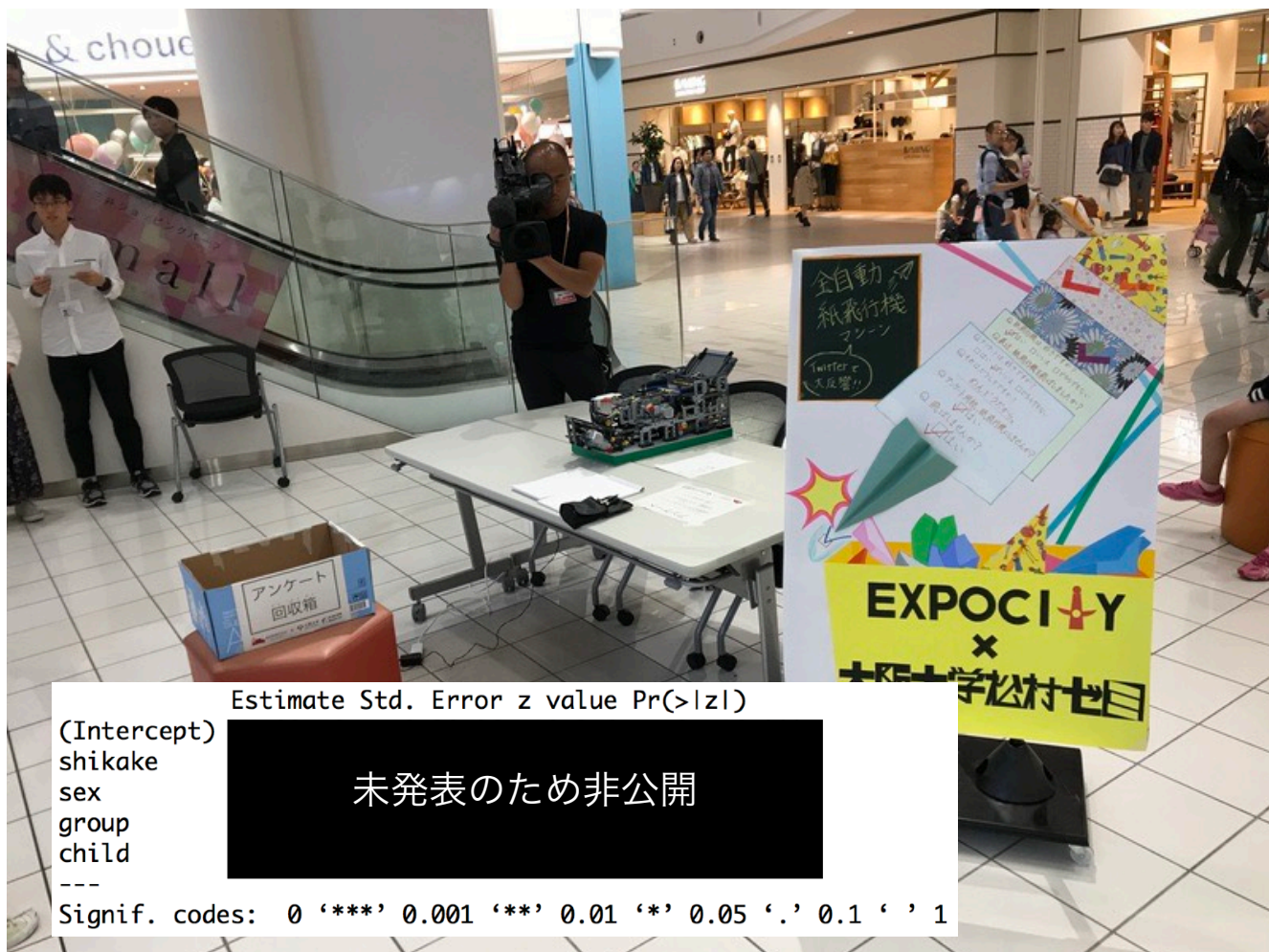












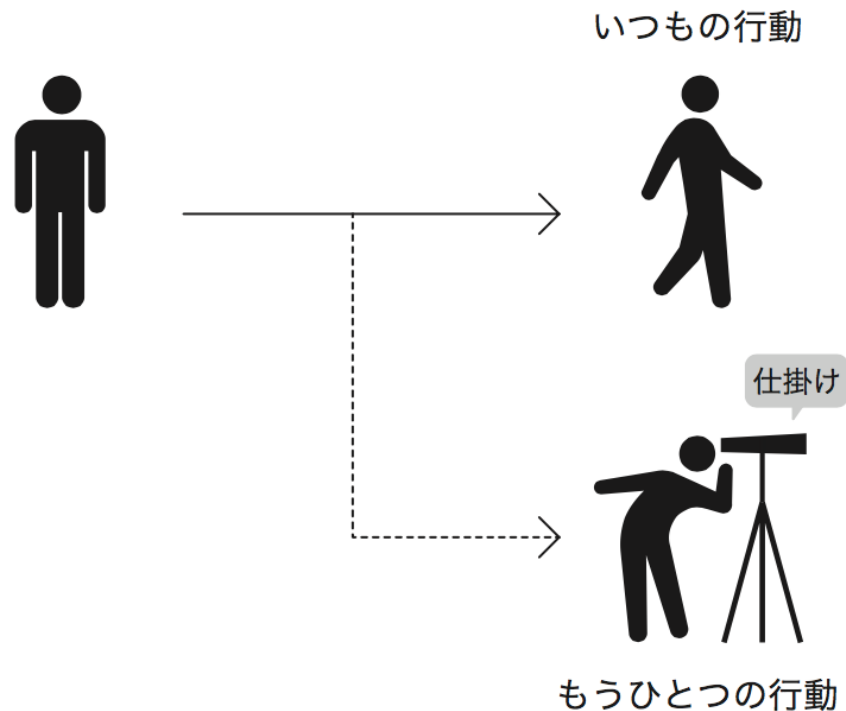
Estimate Std. Error z value Pr(>|z|)

(Intercept)
shikake
sex
group
child

未発表のため非公開

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

仕掛けは行動の選択肢を増やすもの



仕掛けのFAD要件

- 公平性 (Fairness)
 - 誰も不利益を被らない
 - 仕掛けのタネがバレた時に「笑顔」になるものが良い仕掛け
- 誘引性 (Attractiveness)
 - 行動がいざなわれる (つい～したくなる)
- 目的の二重性 (Duality of purpose)
 - 「仕掛ける側の目的」と「仕掛けられる側の目的」が異なる

まとめ

- 天王寺動物園、大阪大学、EXPOCITYなど様々なエンターテインメント施設で仕掛けの効果検証を行った事例を紹介した
- 仕掛け学研究の面白さと難しさ
 - 人が関わる全ての問題が研究対象
 - フィールド実験
 - 再現性問題
 - クオリティの壁
 - 良くも悪くも大きな参入障壁
 - 誰でもできる（ような気がする）