

Title	ソーシャル連想：連想ゲームを用いた誤配エンジンの提案
Sub Title	Social idea association : proposal of serendipity engine using association games
Author	手塚, 剛(Tezuka, Takeshi) 稲蔭, 正彦(Inakage, Masahiko)
Publisher	慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科
Publication year	2013
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2013年度メディアデザイン学 第316号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40001001-00002013-0316">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40001001-00002013-0316</a>

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

修士論文 2013 年度(平成 25 年度)

ソーシャル連想：  
連想ゲームを用いた誤配エンジンの提案

慶應義塾大学大学院  
メディアデザイン研究科

手塚 剛

本論文は慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科に  
修士 (メディアデザイン学) 授与の要件として提出した修士論文である。

手塚 剛

審査委員:

稲蔭 正彦 教授 (主査)

植木 淳朗 特任講師 (副査)

砂原 秀樹 教授 (副査)

修士論文 2013 年度(平成 25 年度)

ソーシャル連想：  
連想ゲームを用いた誤配エンジンの提案

カテゴリー：デザイン

論文要旨

近年、インターネット上の情報量が急速に増加しているため、いかにしてユーザに適切な情報を届けるかが問題となっている。ユーザが自身の求める情報を正確に認識している場合には検索を行うことが可能であるが、一方で自身の欲求を自覚していない場合には求める情報を設定することができないため、適切な情報を取得することが困難となっている。

そこで本研究では、ユーザが自身の潜在的な欲求を自覚的に発見するための手法としてソーシャル連想を用いた誤配エンジンの提案を行う。ソーシャル連想は連想ゲームを通して類似した連想パターンを持つユーザ同士をつなげ、今まで認識していなかった情報のつながりを提案するものである。本研究ではオズの魔法使い方式によるターゲットユーザへの実験を行った結果、他ユーザの類似した連想を提案することによって、被験者がより多くの連想を行うことが可能であることが判明した。

キーワード:

誤配, 潜在欲求, 関連性, 連想, アハ体験

慶應義塾大学大学院 メディアデザイン研究科  
手塚 剛

# Abstract of Master's Thesis of Academic Year 2013

## Social Idea Association : Proposal of Serendipity Engine Using Association Games

Category: Design

### Summary

The rapid increase of the volume of information on the Internet in recent years have led to the problem of how the users can reach the information they really want.

If the user knows exactly what information he needs, he can easily get it by a search engine. However, if the user himself doesn't realize his needs, he would not be able to determine what to search for, and therefore could not reach appropriate information.

In order to make the user discover his potential wants, this study proposes a "serendipity engine" by making use of social idea association.

Social idea association is a method of using association games to link users who have similar patterns of idea association and let them have access to connected information which they were not aware of.

This study carried out experiments to target users, and found that by proposing other users' similar associations to the subject, he can develop more associated ideas.

### Keywords:

Serendipity, Wants, Relevance, Association, Aha-experience

Graduate School of Media Design, Keio University

Takeshi Tezuka