

1.背景

大阪大学豊中キャンパスの象徴とも言える待兼山だが、待兼山に登山できる山だと知っている人は少ない。そこで、望遠鏡から着想を得て、「覗く」ことで待兼山に登山できる山であることを知ってもらえれば、登山者数は増加するのではないかと考えた。

2.仕掛けについて

図1のように、高さ118cm、筒の長さ65cm、筒の直径9cmの望遠鏡を模した装置を大阪大学豊中キャンパス内にある待兼山の登山道の入り口に設置した。この装置を覗くと入り口(図2)から山頂(図3)までの動画が逆再生される仕様になっている。動画時間は14秒である。逆再生を用いたのは、山頂の景色から自分がいる場所へと視点を引き戻される動画を流すことで登山への行動変容を促進すると考えたためである。



図1

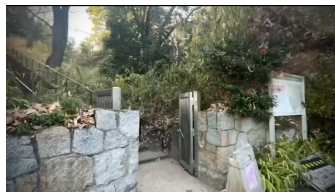


図2



図3

3.実験詳細

日時 : 1/22(水)、1/23(木) 各1.5時間

場所 : 大阪大学豊中キャンパス 阪大坂

測定項目: 通行者数、頭を向けた人数、足を止めて動画を見た人数、動画を全て見た人数(14秒以上見た)人数、動画を見て待兼山に登った人数、登頂した人数

対照実験: 実験装置と同様の高さで筒の代わりにiPadで同様の動画を流す
 iPadの縦幅: 250.6 mm、幅: 174.1 mm、奥行き: 7.5 mm

4.実験結果

項目	通行人数	仕掛けを見た人数	足を止めて動画を見た人数	動画を全て見た人数	待兼山に登った人数	登頂した人数
仕掛けあり	857 (100%)	318 (37.1%)	76 (8.8%)	35 (4.1%)	5 (0.6%)	2 (0.2%)
仕掛けなし	763 (100%)	116 (15.2%)	3 (0.4%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)

5.考察

本実験では、iPadで動画を再生するよりも望遠鏡を模した筒を介して視聴させる方が、動画への注目者数、視聴者数、および待兼山への登頂者数が増加することを示唆する結果が得られた。

この結果は、「覗く」という行為が好奇心を喚起し、動画への興味・関心を強めたためと考察される。また、一度覗くという行動を起こしたことが、「せっかくここまで来たのだから」という心理を生じさせ、動画の全編視聴、さらには待兼山への登頂といった一連の行動へとつながる行動の一貫性を促進した可能性が示唆される。

しかし、筒に注意を向けたにもかかわらず、屈んで覗くことの恥ずかしさから最終的に視聴を断念した者も一定数存在した。したがって、注意を引くことはできたものの、実際の視聴行動に結びつける点で課題が残る。