

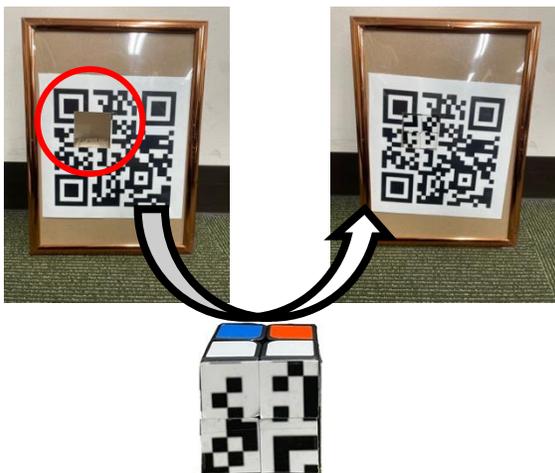
ルービックQR

1. 背景

QRコードは多くの広告媒体で利用されている。しかしスキャンしてもらうには金銭や情報取得といった外発的動機に依存しがちであり、さらには公共空間での心理的抵抗感もあるためスキャン行動を誘導することは簡単とは言えない。そこでQRコードのスキャン率向上を目的とした仕掛けを考案した。

2. 仕掛けのアイデア

QRコードの一部を貼付したルービックキューブを、額縁内の欠損したQRコードへ「そろえて、はめる」という身体的介入を求める設計である。従来の平面的で静的なQRコード表示に代わり、立体的かつ遊び心のあるルービックキューブを利用することで、利用者の視覚的のみならず触覚的な誘引性を喚起し、スキャン意欲を高める可能性を検証した。



3. 実験の概要

日時：1/14(水)13:30-18:30, 1/15(木)12:30-18:00 (キューブあり)
1/19(月)15:30-19:30, 1/21(水)14:00-18:30 (キューブなし)

場所：大阪大学豊中キャンパス カフェカルチエ前

観測項目：接触数、操作開始数、QR面完成数、QR完成数(額縁に挿入)、スキャン数、利用者の滞在時間とその属性

4. 実験結果



接触数
7組



操作開始数
7組



QR面完成数
6組



QR完成数
7組



スキャン数
7組 (100%)

4. 実験結果

キューブあり条件では計7組の利用が観測され、その内訳は個人利用が1組、集団利用が6組であった。滞在時間は主に5~15分程度であったが、1時間以上滞在する集団もあった。いずれの参加者もキューブに一度触れた後は行動を中断することなく、QRコードのスキャンに至った。なお、QR面を完全に揃えられなかった1組についても、その後の行動停止は見られなかった。一方、キューブを設置しないQRコードのみの条件では、観測期間中にスキャン行動は確認されなかった。

5. 考察

従来のQRコードは、金銭的報酬や情報取得といった外発的動機に依存しがちであり、さらには公共空間においては無関心や心理的抵抗感が生じやすく、スキャン行動が発生しにくい。一方、本研究で提案したルービックキューブを用いたQR提示では、キューブを揃えたいという内発的動機が行動の起点となり、好奇心や没入感、達成感を伴う完成行動そのものが目的として機能していた。その結果、QRコードのスキャンは行動の目的としてではなく、完成行動の副産物として自然に生じていた可能性がある。



6. まとめと今後の展望

本研究では、触覚的な関与を伴うルービックキューブの完成行動が利用者の没入感を高め、その結果としてQRコードのスキャン行動が生じていた可能性が示唆された。一方で、参加者が「ルービックキューブを揃えたついでにスキャンした」のか、「初めからQRコードをスキャンする目的で行動を開始した」のかについては、明確に区別することができなかった。また、実験のサンプルサイズが小さく、効果の大きさや一般性を定量的に評価するには至っていない。さらに、欠損したQRコードが誘引として機能した可能性や、掲示された文言自体がスキャン行動に影響を与えていた可能性も否定できない。

今後は、サンプル数を増やした検証を行うとともに、誘引性や文言を統制した条件設定を通じて、完成行動および触覚的関与がQRコードのスキャン行動に与える影響をより厳密に検討する必要がある。