

# 単純接触効果における接触方法の影響

— 時間か回数か —

村上 涼真

刺激との接触の増加によって好感度の上昇が引き起こされるという単純接触効果と呼ぶ。この効果に対する研究は多く行われてきたが、多くの先行研究では、総接触時間による影響が無視されており、単純接触効果における繰り返し接触による好感度の上昇は、実は繰り返しによって副次的に生じてきた総接触時間の増大によるものであった可能性が排除できない。そこで、本研究では、単純接触効果が対象との接触回数によって生じるものではなく、総接触時間によって引き起こされているものであるという仮説を検討することを目的とした。そのために、2つの実験を実施することとした。

実験1では、刺激の呈示回数を統一した場合に、一回あたりの刺激の呈示時間を変化させ、総呈示時間を増加させると、好感度の上昇が見られるのかを検討した。接触の程度を操作するため、接触回数をそれぞれ2/6/12回に統制した条件下で、1回当たりの刺激呈示時間に差異をつけ4つの刺激画像を1つずつ繰り返し表示した。結果、1回あたりの呈示時間が長い条件の方が短い条件よりも高い好感度が示された。実験1によって、より長く接触が行われた商品ほど、購買意欲が上昇するという知見が得られ、このことによって、刺激との接触回数ではなく、接触時間によって単純接触効果が生じるという可能性を見出した。

実験2では、刺激の呈示時間と呈示回数を2変数として実験を実施した。実験1では、総接触時間増加が単純接触効果に影響を及ぼすということを示したが、この結果は接触回数が影響を及ぼさないということではない。接触時間が増加するという一方で、間接的に、接触する回数が増えている可能性を排除できない。そのため、実験2の目的は、好感度評定に影響を及ぼし得ると考えられる、刺激との総接触時間と接触回数を要因とし、どちらがより影響を与えるかを検討することとした。総呈示時間と呈示回数を要因とし、それによって1回当たりの呈示時間を設定した。刺激の総呈示時間が同一の条件間では、呈示回数による影響を受けるのか、また、呈示回数が同一の条件間では、刺激の総呈示時間による影響を受けるのかを検討した。結果、総呈示時間の主効果が見られ、呈示回数的主効果が見られなかったことから、総呈示時間のみが好感度に有意な影響を及ぼすことが分かった。

本研究の結果により、単純接触効果は接触回数ではなく、総接触時間によって影響を受けるものであるという知見が得られた。(応用認知心理学)