

From Local Practice to International Research

01 — Field Observation

那須地域の飲食店、カフェ、観光施設を継続的に訪問。魅力ある体験が存在しても、その価値がオンライン上で十分に届かず、来訪の意思決定につながらない課題を観察しました。

02 — Practical Communication

SNS動画を制作・公開し、Instagram、YouTube、TikTokでの反応を記録。媒体によって「保存」「比較」「すぐ行きたい」といった反応が異なることに着目しました。

03 — Research Design

現場の気づきを「異なるSNSは観光意思決定の異なる段階を支えるのか」という研究質問へ転換。60日間・468本の動画を観測対象としました。

04 — Analysis

視聴者コメントに表れた行動意図を分類し、複数評定者によるコーディングを実施。評定者間信頼性 $\kappa = 0.82$ を確認しました。

From Local Practice to International Research — 2

05 — Model Formation

Instagram = Save、YouTube = Plan、TikTok = Impulseという順次モデルを提案。これはプラットフォームの優劣ではなく、意思決定段階ごとの役割の違いを表します。

06 — International Publication

研究成果をHCI International 2026で発表し、Springer NatureのLecture Notes in Computer Scienceに掲載。DOI: 10.1007/978-3-032-31407-9_5

07 — Recognition

HCII 2026においてBest Paper

Awardを受賞。現場起点の観光研究が、HCIの国際的な研究コミュニティで評価されました。

08 — Return & Future

成果を地域事業者、自治体、観光組織の情報設計へ還元。今後は実来訪、多地域・多業種、長期的行動、AI支援型観光体験へ検証を広げます。

Research begins in the field. Its value is tested through research. Its purpose is to return to society.

Kansei Research Project / 株式会社エックスブレーンズ / 藤井 実彦 / mitfujii@gmail.com / 〒203-0053
東京都東久留米市本町2-3-1