

レビューが及ぼす人々への影響

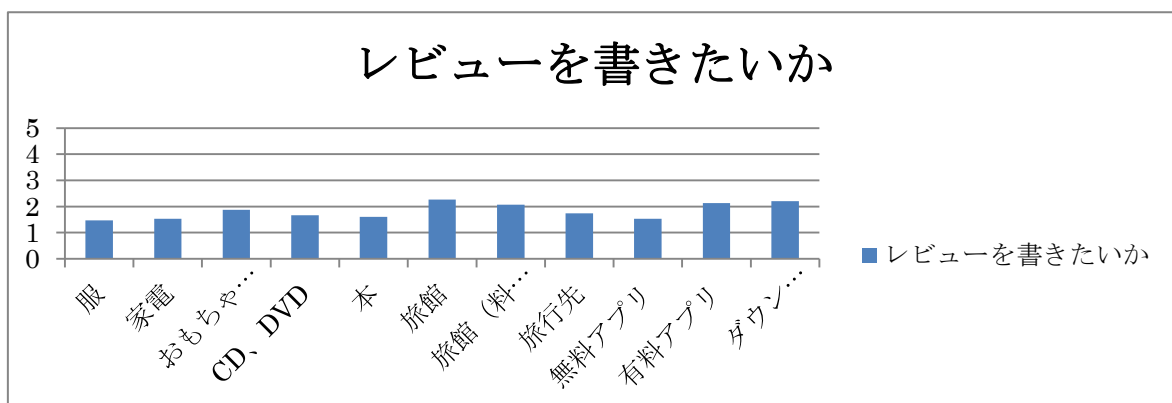
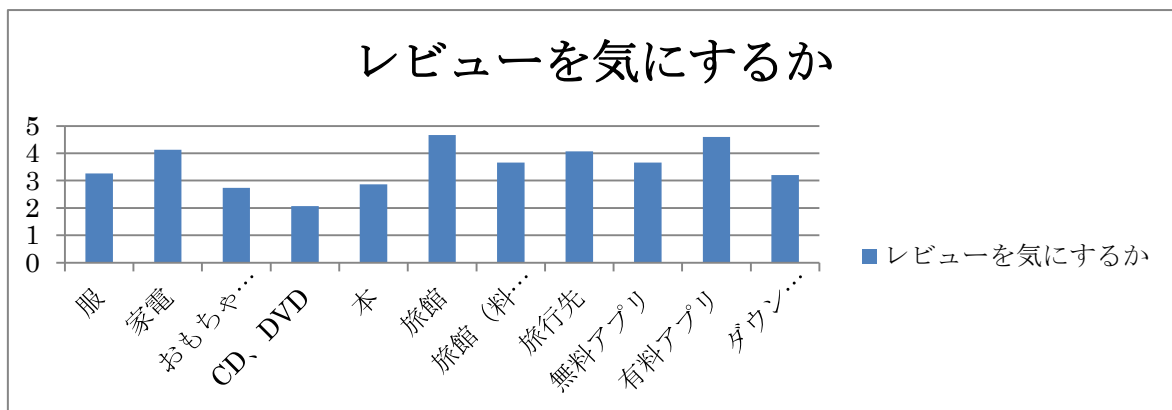
1、目的と調査方法

- 日頃目にする様々な項目に付けられているレビュー（評価）を見た人々はどれほど影響を受けているのか調査する。
- 結果によって人々のレビューに対する心理を読み取りどういった項目がうけるかなど考察する。
- 大学生にアンケートを取る（最終的に約100名程度）
- グラフを作成し、考察する

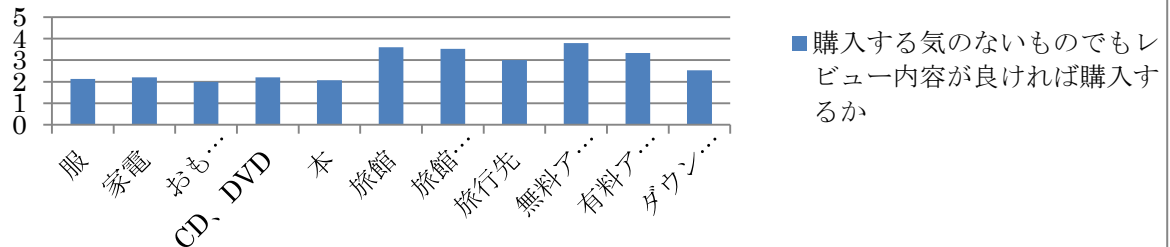
2、仮説

- 多くの人がインターネットを通じてレビューを目にしている。そのため、人々への影響は大きいという結果がでるのではないか。
- 項目によって影響の差は大きく変わると予想する。

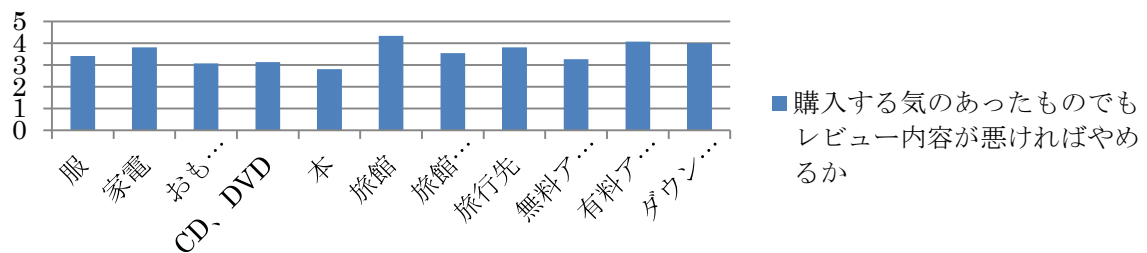
3、今回のアンケート結果



購入する気のないものでもレビュー内容が良ければ購入するか



購入する気のあるものでもレビュー内容が悪ければやめるか



4、結果（考察）

- 項目によって差がでていることが分かった
- 特に旅館でのレビューには非常にあてはまると答える人が多い
- レビューを書きたいと思う人が意外に少ないことが分かった
- アンケート人数を増やしさらに考察の幅を広げていきたい

5、今後の課題

- アンケートをしてもらう人数を増やす。
- 結果によってアンケート内容を見直す。
- 得られた結果から良いレビューの例を実際に考察してみる。
- 実際のレビュー例を見てもらいどのような影響がでるかアンケートに付け加えてみる。