

青山学院大学「広告態度を高める AI タレント広告の検討」
付属資料（仮説 1：調査票 G と調査票 H を使用）

● 記述統計

サンプル・サイズ 調査票 G' ($n = 76$)、調査票 H' ($n = 48$)

1. あなたの性別を教えてください。

	度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効 女	59	47.6	47.6	47.6
男	65	52.4	52.4	100.0
合計	124	100.0	100.0	

2. あなたの年齢を教えてください

	度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効 ~19歳	1	.8	.8	.8
20~29歳	6	4.8	4.8	5.6
30~39歳	28	22.6	22.6	28.2
40~49歳	43	34.7	34.7	62.9
50~59歳	35	28.2	28.2	91.1
60歳~	11	8.9	8.9	100.0
合計	124	100.0	100.0	

● マニピュレーション・チェック

【質問】「出演している AI タレントは人間のようだった」

【回答形式】1. はい 2. いいえ

【ダミー変数化】

上記の質問に対し、はい→1、いいえ→0 としてダミー変数化し、調査票 G と調査票 H の間で、対応なしの t 検定を行い、外見のクオリティ（高・低）が操作化できているかを確認した。その結果、シナリオは問題なく操作化されていた($t(155) = 11.031, p < .001, d = 0.355$)。

回答を確認した結果、シナリオ全文を読んでいないと考えられた 29 名を分析から除外した。

● アテンション・チェック

【質問】「画面には AI 生成との表示があった」

【回答形式】1. はい 2. いいえ

回答を確認した結果、シナリオ全文を読んでいないと考えられた4名を分析から除外した。

● 信頼性分析

【媒介変数】 アイデンティティの脅威 ($\alpha = .775$)

- 1.この広告は人間よりもAIの方が優れているという印象を与えた
 - 2.AIが人間の役割を減らすかもしれないと思った
 - 3.AI技術の進歩を感じ、人間の創造性が侵されると感じた
 - 4.この広告を見て、AI技術の進歩に少し不安を感じた
 - 5.AIタレントか人間か見分けられるのか心配に感じた
- リッカート式5点尺度（「1.全く当てはまらない」～「5.非常に当てはまる」）

【従属変数】 広告態度 ($\alpha = .927$)

- 1.この広告は好ましいと思う
 - 2.この広告は良い印象を持つ
 - 3.この広告を見て好感を持った
 - 4.この広告は信頼できる
 - 5.この広告は魅力的である
- リッカート式5点尺度（「1.全く当てはまらない」～「5.非常に当てはまる」）
-

付属資料（仮説2：調査票Aと調査票Bと調査票Cと調査票Dを使用）

● 記述統計

サンプル・サイズ 調査票A ($n = 68$)、調査票B ($n = 41$)、調査票C ($n = 40$)
調査票D ($n = 49$)

①あなたの性別を教えてください

	度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	女	96	48.5	48.5
	男	102	51.5	100.0
	合計	198	100.0	100.0

2.あなたの年齢を教えてください

	度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	20歳～29歳	16	8.1	8.1
	30歳～39歳	50	25.3	33.3
	40歳～49歳	65	32.8	66.2
	50歳～59歳	50	25.3	91.4
	60歳～	17	8.6	100.0
	合計	198	100.0	100.0

● マニピュレーション・チェック

【質問】「出演している AI タレントは人間のようだった」

【回答形式】「1.全くあてはまらない」～「5.非常に当てはまる」

【ダミー変数化】

上記の質問に対し、「1.全くあてはまらない」～「5.非常に当てはまる」の 5 水準において、調査票 A と調査票 B と調査票 C と調査票 D の間で、対応なしの *t* 検定を行い、外見のクオリティ（高・低）が操作化できているかを確認した。その結果、シナリオは問題なく操作化されていた。

AB	AD	CB	CD
$t(126) = 8.942$	$t(123) = 12.675$	$t(1115) = -10.216$	$t(112) = 14.731$
$p < 0.001$	$p < 0.001$	$p < 0.001$	$p < 0.001$
$d = 1.102$	$d = 0.995$	$d = 1.018$	$d = 0.886$

【質問】「この広告で表現されていたのは」

【回答形式】1.コーヒーを飲んだときの気持ち 2. コーヒーの成分や効果、産地

AB	AC	BD	CD
$t(126) = -13.148$	$t(129) = -12.053$	$t(1109) = 12.185$	$t(112) = 11.126$
$p < 0.001$	$p < 0.001$	$p < 0.001$	$p < 0.001$
$d = 0.309$	$d = 0.325$	$d = 0.318$	$d = 0.335$

回答を確認した結果、シナリオ全文を読んでいないと考えられた 86 名を分析から除外した。

● アテンション・チェック

【質問】「画面には AI 生成との表示があった」

【回答形式】1.はい 2.いいえ

回答を確認した結果、シナリオ全文を読んでいないと考えられた 11 名を分析から除外した。

● 信頼性分析

【従属変数】 広告態度 ($\alpha = .949$)

- 1.この広告は好ましいと思う
- 2.この広告は良い印象を持つ
- 3.この広告を見て好感を持った
- 4.この広告は信頼できる
- 5.この広告は魅力的である

リッカート式 5 点尺度 (「1.全く当てはまらない」～「5.非常に当てはまる」)

付属資料 (仮説 3 : 調査票 E と調査票 F を使用)

● 記述統計

サンプル・サイズ 調査票 E' ($n = 21$)、調査票 F' ($n = 19$)

1.あなたの性別を教えてください

	度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	回答しない	1	1.7	1.7
	女	21	35.0	35.0
	男	38	63.3	63.3
	合計	60	100.0	100.0

2.あなたの年齢を教えてください

	度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	20歳～29歳	6	10.0	10.0
	30歳～39歳	11	18.3	28.3
	40歳～49歳	17	28.3	56.7
	50歳～59歳	21	35.0	91.7
	60歳～	5	8.3	100.0
	合計	60	100.0	100.0

● マニピュレーション・チェック

【質問】1.出演している AI タレントは人間のようだった

【回答形式】1.はい 2.いいえ

【ダミー変数化】

上記の質問に対し、はい→1、いいえ→0としてダミー変数化し、調査票 E と調査票 F の間で、対応なしの t 検定を行い、外見のクオリティ（高・低）が操作化できているかを確認した。その結果、シナリオは問題なく操作化されていた($t(118) = -0.984, p = 0.327, d = 0.464$)。

【質問】2.この AI タレントが広告の中で発したメッセージは、どちらですか

- 【回答形式】1. 疲れたあなたの気持ちに寄り添って話しかけてくれる内容
2. 疲れたときの飲み物としてコーヒーが適しているという内容

【ダミー変数化】

上記の質問に対し、疲れたあなたの気持ちに寄り添って話しかけてくれる内容→1、疲れたときの飲み物としてコーヒーが適しているという内容→0としてダミー変数化し、調査票 E' と調査票 F' の間で、対応なしの t 検定を行い、AI タレントの共感（有・無）が操作化できているかを確認した。その結果、シナリオは問題なく操作化されていた($t(118) = 0, p = 1.0, d = 0.502$)。

回答を確認した結果、シナリオ全文を読んでいないと考えられた 18 名を分析から除外した。

- アテンション・チェック

【質問】「画面には AI 生成との表示があった」

- 【回答形式】1.はい 2.いいえ

回答を確認した結果、シナリオ全文を読んでいないと考えられた 2 名を分析から除外した。

- 信頼性分析

【従属変数】広告態度 ($\alpha = .975$)

- 1.この広告は好ましいと思う
- 2.この広告は良い印象を持つ
- 3.この広告を見て好感を持った
- 4.この広告は信頼できる
- 5.この広告は魅力的である

リッカート式 5 点尺度（「1.全く当てはまらない」～「5.非常に当てはまる」）