

## 取扱説明書における絵文字の有効性：印象形成と読解力への影響\*

圓道大知<sup>a</sup> 立平愛佳<sup>b</sup> 徳本茉侑<sup>c</sup> 野尻菜桜<sup>d</sup> 野中実央<sup>e</sup> 福田栞永<sup>f</sup> 矢田凜<sup>g</sup> 山口瑞希<sup>h</sup>

### 要約

近年、SNS やメッセージアプリの普及により、絵文字はインターネット上のコミュニケーションにおいて重要な役割を果たしている。これまでの多くの研究は、主にメールなどの対人コミュニケーションを対象として、絵文字の効果を検討してきた。

本研究の目的は、説明書のように相手が存在しない一方向的なテキストに着目し、絵文字の有無が読み手の受け取る印象や読解力にどのような影響を及ぼすのかを明らかにすることである。実験の結果、読解力に関しては絵文字の有無で有意な差は見られなかった。一方で、印象においては、絵文字あり条件が「親近感」で有意に高く、絵文字なし条件は「丁寧さ」および「誠実さ」で有意に高い結果となった。つまり、私たちは一方向的なテキストを見た時に、その文章を送信している人ではなく、文章そのものに対して「親近感」等の印象を抱いていることが分かった。

JEL 分類番号：C99, D01

キーワード：初頭効果, 読解力, 絵文字, 印象評価, アンケート調査

---

\* なお、本論文に関して、開示すべき利益相反関連事項はない。

a 仁愛大学人間学部コミュニケーション学科 s2312010@jindai.ac.jp

b 仁愛大学人間学部コミュニケーション学科 s2312033@jindai.ac.jp

c 仁愛大学人間学部コミュニケーション学科 s2312036@jindai.ac.jp

d 仁愛大学人間学部コミュニケーション学科 s2312044@jindai.ac.jp

e 仁愛大学人間学部コミュニケーション学科 s2312045@jindai.ac.jp

f 仁愛大学人間学部コミュニケーション学科 s2312053@jindai.ac.jp

g 仁愛大学人間学部コミュニケーション学科 s2312061@jindai.ac.jp

h 仁愛大学人間学部コミュニケーション学科 s2312063@jindai.ac.jp

## 1.はじめに

近年、SNS やメッセージアプリの普及により、絵文字はインターネット上のコミュニケーションにおいて重要な役割を果たしている。特に、文章に添えられる絵文字は感情や意図を視覚的に補足し、言葉だけでは伝わりにくいニュアンスを補う手段として広く活用されている。

一方で、絵文字が文章理解や記憶に与える影響については、必ずしも一致した見解が得られていない。石原・畑(2019)によると、絵文字の使用で好感度が上がり、発信者に対して社交的で親しみやすい印象を抱く傾向が見られた。また、高橋(2022)は、顔文字を使用した文章では書き手の感情がより正確に伝わりやすいと報告している。

一方で、絵文字は信頼性を低下させるという負の側面も指摘されている。Robus(2020)によると、絵文字が文末にある場合は注視回数が増え、読解速度を遅らせるとしている。

このように、絵文字の有効性については肯定的・否定的な両側面が存在する。絵文字の有無が相手の感情に与える影響に関する研究は数多く蓄積されている一方で、絵文字の有無が読み手の読解力に与える影響に関する研究はまだ十分に蓄積されていない。また、これまでの多くの研究は、主にメールなどの対人コミュニケーションを対象として、絵文字の効果を検討してきた。これに対し本研究では、説明書のように相手が存在しない一方向的なテキストに着目し、絵文字の有無が読み手の受け取る印象や読解力にどのような影響を及ぼすのかを明らかにすることを目的とする。

## 2.仮説

本研究では、相手が存在しない一方向的なテキストにおいて、絵文字の有無が読み手に及ぼす影響を印象面と読解面の二つの観点から検討するため、以下の仮説を立てた。

仮説 1：絵文字なしの説明書は、絵文字ありの説明書と比較して丁寧で誠実な印象を与える。

仮説 2：絵文字ありの説明書は、絵文字なしの説明書と比較して親近感を与える。

これらの仮説は、人間の判断が第一印象に大きく左右されるという初頭効果に基づいている。絵文字は読み手に好意的な印象を抱かせ、さらに記憶の定着を促す可能性があると考えた。相手の存在の有無にかかわらず、絵文字の効果は一貫していると考えられる。

仮説 3：絵文字ありの説明書は、絵文字なしの説明書と比較して読解力が高まる。

この仮説は、目立つ情報に注意が向けられるというサリエンスと呼ばれる効果に基づいている。絵文字が読み手の認知負荷を軽減させ、文章を読みやすくする効果があると考えた。

### 3. 実験方法

仁愛大学を利用する大学生 1～4 年生を対象に、架空のコンピューター取扱説明書を用いた実験を実施した。説明書は「絵文字あり」条件と「絵文字なし」条件の 2 種類を用意し、被験者にはいずれか一方を無作為に割り当てた。

実験内容は、被験者はまず配布された取扱説明書を読み、その後、取扱説明書の内容に関する問題 5 項目に回答してもらった。なお、被験者には事前に問題を解いてもらうことは伝えておらず、絵文字の有無が説明書の理解に無意識的な影響を与えるかを検討することを目的とした。

実験終了後には、Microsoft Forms を用いてアンケート調査を行った。アンケートでは、被験者の性別・学年に加え、説明書に対する印象評価（丁寧さ・親近感・誠実さ・読みやすさ）の 7 項目に回答してもらった。このアンケートによって、「絵文字あり」は 72 人「絵文字なし」は 73 人、計 145 人の有効回答を得た。

### 4. 実験結果

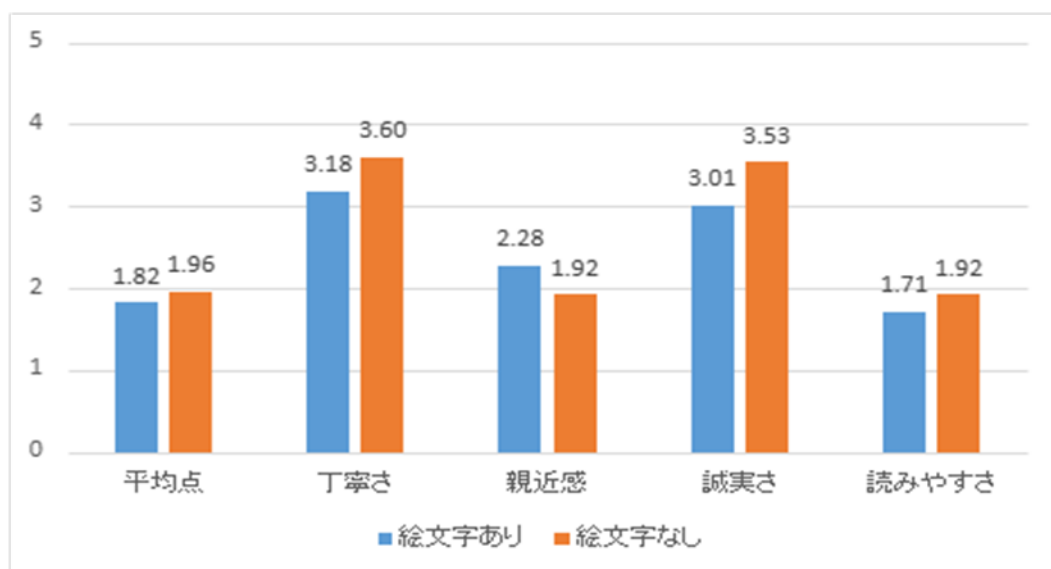


図 1 絵文字の有無別の各項目の平均（単位：点）

図 1 は絵文字あり条件と絵文字なし条件における正答数の平均点、丁寧さ、親近感、誠実さ、読みやすさの 5 項目を比較した棒グラフである。縦軸は点数を表しており、横軸は各項目を表している。図 1 から分かることは次のとおりである。

絵文字あり条件は「親近感」の項目では平均点が 2.28 である。一方で、絵文字なし条件は平均点が 1.92 となり絵文字ありの方が上回る結果を得た。これは、絵文字を使用するこ

とで、受け手に親しみやすさを感じさせる効果があることを示している。この絵文字あり条件と絵文字なし条件で親近感に差があるかどうかを確かめるために t 検定を行ったところ、有意水準 10%以下 ( $t=-1.95$ ,  $p=0.03$ ) となり差が見られる。

絵文字なし条件は、「丁寧さ」の項目では平均点が 3.60 である。一方で、絵文字あり条件は平均点が 3.18 で絵文字なしの方が上回る結果を得た。また、「誠実さ」においても絵文字なし条件の平均点は 3.53 であるが、絵文字あり条件は平均点が 3.01 となっており絵文字なし条件の方が上回る結果となっている。この結果は、絵文字が無い文章の方がより真面目で誠実な印象を与える可能性があると考えられる。この絵文字あり条件と絵文字なし条件で丁寧さと誠実さに差があるかどうかを確かめるために t 検定を行ったところ、有意水準 10%以下 (丁寧さ:  $t=2.1$ ,  $p=0.02$ , 誠実さ:  $t=2.61$ ,  $p=0.005$ ) で差が見られる。

「読みやすさ」の項目では、絵文字あり条件と絵文字なし条件で平均点に大きな差は見られなかった。これは、絵文字の有無が情報の読み取りやすさそのものに直接的な影響を与えるわけでは無いことが分かる。この絵文字あり条件と絵文字なし条件で読みやすさに差があるかどうかを確かめるために t 検定を行ったところ、有意水準 10%以上 ( $t=1.22$ ,  $p=0.11$ ) で差は見られない。

「正答数の平均点」の項目では、絵文字なし条件は平均点が 1.96 である。絵文字あり条件は平均点が 1.82 で絵文字なし条件の方がわずかに高い結果となった。これは、全体として「丁寧さ」や「誠実さ」といった項目が印象形成においてより強い影響力を持つ可能性があることを示唆している。この絵文字あり条件と絵文字なし条件で正答数の平均点に差があるかどうかを確かめるために t 検定を行ったところ、有意水準 10%以上 ( $t=0.51$ ,  $p=0.31$ ) となり差は見られないことが分かる。

## おわりに

本研究では、説明書のように相手が存在しない一方向的なテキストに着目し、絵文字の有無が読み手の読解力や親近感にどのような影響を及ぼすのかを明らかにした。結果として、絵文字なし条件と絵文字あり条件では読み手の読解力に有意な差は見られなかった。一方で、「親近感」の項目では絵文字あり条件の方が絵文字なし条件と比較して有意に高かった。つまり、私たちは絵文字ありの文章を見た時に、その文章を送信している人ではなく、文章そのものに対して親近感を感じていることが分かった。また、「誠実さ」や「丁寧さ」では、絵文字なし条件の方が絵文字あり条件と比較して有意に高かった。このことから、「誠実さ」や「丁寧さ」を伝えたい場合には、絵文字なし条件の文章の方がより効果的であると分かっ

た．今後の展望として、絵文字の量を調整し、使う絵文字の種類を限定することでより具体的な結果を得たいと考えている．

#### 引用文献

真壁昭夫, 2022. 知識ゼロでも今すぐ使える！行動経済学見るだけノート．宝島社, 東京．

高橋直己, 2022. 絵文字を用いた文章における感情伝達効果に関する研究．日本感性工学会論文誌, Vol. 21 No. 1 pp. 135-142.

Christopher M. Robus, Christopher J. Hand, Ruth Filik & Melanie Pitchford, 2020.

Investigating effects of emoji on neutral narrative text:

Evidence from eye movements and perceived emotional valence. Computers in Human Behavior, volume 109.

石原輝, 2019. 防犯情報の発信における発信者表示と絵文字の有無による影響．環境心理学研究, 第7巻, 第1号．

情報文化研究所（米田紘康/竹村祐亮/石井慶子）, 2023. 情報を正しく選択するための認知バイアス事典 行動経済学・統計学・情報学 編. フォレスト出版株式会社, 東京.