

西日本インカレ（合同研究会）2015 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学・学部・所属ゼミナール名（フリガナ）		
フリガナ）セイナンガクインダイガク	フリガナ）ショウガクブ	フリガナ）サトウゼミ
西南学院大学	商学部	佐藤ゼミ

※申込書に記入したチーム名から変更する場合は、新旧両方の名称を記入してください。

※企画シート提出後のチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数（代表者含む）
フリガナ）チーム ミドウ	フリガナ）ミドウ コウヘイ	6 人
チーム MIDOH	御堂 耕平	

研究テーマ（発表タイトル）
人はなぜ映画館でポップコーンを買ってしまうのか

※必ずく企画シート作成上の注意＞を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要（目的・狙いなど）

映画館でポップコーンを買ってしまう際の消費者行動を行動心理学の面からもアプローチをかけて解明して、消費者行動モデルを作る。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

既存の消費者行動モデルは日常の中の消費者を想定としたものであった。非日常空間である映画館の中での消費者行動は既存のもので当てはまるものはなかった。

3. 研究テーマの課題

既存の消費者行動モデルで当てはまるものが無かったので、新しい消費者行動モデルの仮説をたて、実証する必要がある。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

定量調査をすべく T ジョイ博多さんにご協力のもとアンケートを行い、定性調査をすべくデプスインタビュー方式でラダリング調査を行い、消費者の潜在意識の部分をくみ取り仮説を実証する。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

T ジョイ博多さんに企画書を提出のもと、何度も連絡をとり営業に支障が出ないアンケート項目作り、T ジョイ博多さんが希望する項目の追加など試行錯誤の末にアンケート用紙を作成し、T ジョイ博多さんのフロアでアンケートを行った。さらに潜在意識を掘り下げて汲み取るべく、デプスインタビュー方式でラダリング調査を行った。

6. 結果や今後の取り組み

私たちが提案した「VAICA」という新しい消費者行動モデルの仮説はすべて実証された。

よって、非日常空間である映画館でポップコーンを買ってしまう際の消費者行動を「VAICA」という新しいモデルを提示することによって解明したと言える。

今後の発展として、今までに提唱されてきた消費者行動モデルが日常だったことに対して、非日常空間での消費者行動モデルとしての VAICA の発見が学術的貢献となる。

7. 参考文献

『明日の広告 変化した消費者とコミュニケーションする方法』

佐藤尚之 著（アスキー新書）

『消費行動仮説「AISECAS (アイシーキャス)」モデル：スマートフォン時代の新しい消費行動モデルとして』

井徳 正吾（情報研究）

『消費社会の変遷と消費行動の変容』

堀 眞由美（中央大学政策文化総合研究所年報）

『「空気」でお客様を動かす』

横山信弘 著（フォレスト出版株式会社）

『高度消費社会における劇場型空間の創出と都市環境の変貌』

鈴木 貢（北海道文教大学論集）

『非日常空間における没頭の研究』

守口ゼミ 牛田班（早稲田大学）

『マーケティング用語集』

<http://www.drmarketing.info/drmwords/laddering.html>（9月28日アクセス可）

『この1冊ですべてわかる心理マーケティングの基本』

梅津順江（日本実業出版社）

『心脳マーケティング顧客の無意識を解き明かす』

ジェラルド・ザルトマン（ダイヤモンド社）

西日本インカレ事務局への連絡事項

<企画シート作成上の注意>

※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1チーム・1点提出してください。

※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1～7以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。

※本企画シートは、西日本インカレ事務局への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、3ページ以内に収めてください。事務局から審査員に渡す際は、A4サイズでプリントし、3ページ目までを渡します。

※大会参加申込み時点から、「参加メンバー」の変更があった場合、上記「西日本インカレ事務局への連絡事項」に記入してください。なお、本企画シート提出後のチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

※企画内容は、未発表の（過去に他誌・HPなどに発表されていない）ものに限ります。ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日経 BP 社・日経 BP マーケティング社は一切の責任を負いません。

※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

※その他、注意点については「企画シート・パワーポイントの作成および提出について」をご参照ください。