

# 西日本インカレ（合同研究会）2016 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）アイチダイガク	フリガナ）ケイエイガクブ	フリガナ）フルカワゼミナール
愛知大学	経営学部	古川 ゼミナール

※大会申込書時に記入したチーム名から変更することはできません。

※パワーポイント内に動画を使用している場合は「有・無」を記入してください。

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）	パワーポイント内の 動画使用（有・無）
フリガナ）グラッツェ	フリガナ）イシガキ ショウエイ	4	無
グラッツェ	石垣 翔英		

研究テーマ（発表タイトル）
香りつき広告看板の効果の検証

※必ず<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）

街中でよく見かける広告看板。

しかし、広告看板をじっくりと見ている人は少なく、記憶にも残りにくいため、効果が薄れてしまっている。

そこで、私たちは広告看板に加える工夫として香りに注目し、従来の視覚へのアプローチに加え、新たに嗅覚へのアプローチをすることで広告看板がより効果的なものになるのではないかとこのことを検証し、考察していくという研究である。

## 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）

広告看板をじっくりと見る人は少なく、視覚に入るために一瞬だけ見る人が多い。

そのため、注目度が低く、内容が記憶にも残りにくい。

このように、従来の視覚へのアプローチのみでは効果が期待しにくいのである。

## 3. 研究テーマの課題

先行研究により、香る広告看板によって注目率向上、記憶率向上という2つの効果が期待できるということが分かった。

しかし、香る広告看板によって消費者が「この商品欲しいな、買いたいな」と思うのか、すなわち、購買意欲を向上させられるのかという点が不明確である。

## 4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

祭りの屋台や、焼肉屋などの近くで、香りによって「食べたい、買いたい」と思った経験を多くの人がしている。

ここから、広告看板に香りを加えることで購買意欲を向上させることは可能であると考えた。

また、街中にある広告看板の内容は様々であり、どんな広告看板にも香りを加えれば効果があらわれるという訳ではなく、製品毎に購買意欲への影響の度合いは異なるのではないかと考えた。

## 5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

簡易実験による検証。香りの付いていない広告看板に見立てた画像と、香りを付けた広告看板に見立てた画像を用意し、それぞれ見て、比較してもらった。

また、製品毎の購買意欲への影響の度合いを確かめるために、画像の内容を3種類用意し、全て比較してもらった。

その検証の後、考察をし、結論を出していく。

## 6. 結果や今後の取り組み

検証の結果から香りつき広告看板には、注目率向上、記憶率向上という2つの効果に加え、購買意欲を向上させられるという新たな効果があるということが分かった。

しかし、購買意欲への影響の度合いは製品毎に異なるため、どんな広告看板にも購買意欲を向上させられるという効果が期待できる訳ではない。

本研究は現在（11月6日時点）でも進行中であり、検証結果をもとにさらなる考察を進めていく。

## 7. 参考文献

外池光雄(2011)『匂いとヒトの脳』フレグランスジャーナル社

伴野啓介（2012）「シミュレーションによる香り付き広告看板の有効性に関する検討」『電子情報通信学会論文誌』J95-D(3), pp.539-548

日経BP社「組み合わせで進化する電子看板」『日経コンピュータ』通巻号727 P48（46-52）2009 4.1

片岡郷 日経BPコンサルティング「アロマのある空間」p,144～146 2010.9.27

株式会社グローバルネットプランニング <http://www.gnp-group.jp/> 最終アクセス日 2016.10.28

### 西日本インカレ事務局への連絡事項

#### 特になし

#### <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。

※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、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。