

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） オオサカケイザイダイガク	フリガナ） ケイザイガクブ	フリガナ） ミヤカワ トシジ
大阪経済大学	経済学部	宮川 敏治 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） ヤッフイー	フリガナ） ヒロセ シンペイ	4	無
やっふイー	廣瀬 晋平		

研究テーマ（発表タイトル）

What determine the value? ～何が価値を決めるのか？～

※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）

現代アートのような、見ただけでは価値がわからないものになぜ、高価な価値がつくのかそのメカニズムを明らかにする。
また、どのような要因がモノの価値に大きな影響を与えるのかを情報の観点（専門知識）や社会的関係の観点（友人や同僚の影響）から明らかにする。

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）

私たちの周りには、私たちに理解できないようなものが高価な値段で取引が行われたり、行列ができて手に入らないような状況が起こっている。例えば、現代アートなどがラクダにしか見えないようなものがオークションで高価で落札されたり、Apple Watch を手に入れるのに何日も店頭で寝泊まりする人のニュースに取り上げられていた。

私たちは、経済学の需要と供給の理論だけではわからないものが、そのようなモノの価値を決めるのではないかと考えたのがこの研究のスタートである。

3. 研究テーマの課題

1. ある時点までは全く価値がなかった（値段がつかなかった）ものが、突然価値がつくようになるメカニズムを明らかにすること。
2. その例として、現代アートの価値が生まれる過程を調査すること。
3. 学生および社会人にアンケート調査をして、何が購入のきっかけになるか、ブームはどのような要因でおこるのかを明らかにすること。
4. 一見して価値がないようなものを買ってもらうための方策（マーケティング戦略）を考えること。
5. 行動経済学による消費者の購買行動の分析を適用すること。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

モノの価値の決め方は、まず専門家やメーカーなどそのモノの情報をたくさん持っている人が価値を決め（威光効果）、市場に出回り、次に、たくさんの消費者がそれを求めることでさらに価値がつく（同調効果）、ということが現代アートの考察から分かった。

そこで、現代アートだけでなく、様々な財・サービスをとりあげ、ゲーム理論や行動経済学で開発された学生や社会人を被験者とした実験（アンケート）の手法を使って消費者の購買行動を分析し、どんなものが「威光効果」の影響を受けやすく、どんなものが「同調効果」の影響を受けやすいかを明らかにした。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

1. 現代アートの価値について、ゲーム理論・行動経済学・社会心理学を用いて研究
2. 学生154人に現代アートを買う時の影響力のアンケート調査（2016/6/27～30）
3. 調査結果から、学生94人・社会人50人に他の着眼点に目をむけた追加のアンケート調査（2016/9/29～10/6）
4. 調査結果の分析・まとめ

6. 結果や今後の取り組み

アートの価値のつき方には、「作品の大きさ」「アーティストの知名度」「作品の希少性」この3つの要素が重要であることが明らかになった。そして、アートの価値のつき方には、「威光効果」と「同調効果」の2つの効果が大きく関係していることが分かった。また、この2つの効果は相互に作用していて、現代アートに大きな価値がついている。

この2つの効果は、他の財にも大きく関係している。そして、財によって「威光効果」と「同調効果」の影響の受け方に違いがあることが分かった。

今後は、「威光効果」と「同調効果」を使った様々なマーケティング戦略を提案していきたい。

7. 参考文献

- NHK 教育テレビ「オイコノミア」 http://www.myvi.ru/watch/02220027112_kz2IF_N5QkuXO4h-chtSGA2（2016/6/14）
- NAVER「直線一本が44億円」 <http://matome.naver.jp/odai/2136878361995248201>（2016/5/28）
- 『説得とコミュニケーション』 C.I.ホヴランド 誠信書房 1960/1/1
- 『社会心理学』 原田純治 おうふう 2010/3/15
- 『感情が世界を動かす』 ウヴェ・ジャン・ホイザー P H P 研究所 2010/5/10
- 『お金と感情と意思決定の白熱教室』 ダン・アリエリー 早川書房 2014/6/6

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。

※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。