

第 10 回 西日本インカレ（合同研究会）専用企画シート

必ず＜企画シート作成上の注意＞をご確認いただき、ご記入をお願いいたします。

大学名（フリガナ）	学部名（フリガナ）	所属ゼミナール名（フリガナ）
カンサイダイガク	ショウガクブ	オカモト マユミ ゼミ
関西大学	商学部	岡本 真由美 ゼミ

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）
オカモトゼミチームエー	カワグチ サヤ	4
岡本ゼミチーム A	川越彩矢	

研究テーマ（発表タイトル）

シズルワードの使い方が与える影響

1. 研究概要（目的・狙いなど）

本研究は、食べ物の特徴を、異なる表現方法で説明し、より美味しいを感じる言葉を見つけ出すことで、スマートフォンでの広告戦略との関連性を考察しようと試みるものである。具体的には、様々な食感の食べ物に対して、スマートフォンを利用した広告が特に効果的に働くと考えられる「デジタルネイティブ世代」に好まれる言語表現を観察することを目的とする。

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）

「デジタルネイティブ世代」といった言葉が誕生し、スマートフォン保有率の高さと、SNS 利用率に基づく拡散性が確認されるため、SNS はマーケティングツールとしての可能性が容易に推察される。そうであれば、モノが溢れる現代において、企業は SNS を利用して消費者に対し、より好印象を与えることが可能な商品名やキャッチフレーズを使用して特徴や独自性をアピールすることが、これからの商品戦略に必要なものになるといえよう。これらのことから、本研究は「おいしいを表す言葉」と定義されるシズルワード（大橋、2018）（図）に注目し、シズルワードの有効性を調べる。シズルワードやその中に含まれるオノマトペ表現の有効性を調査した先行研究は複数存在している。しかし、食品の特定の特徴を説明する際に、シズルワードの中でも“オノマトペ化”した表現が他の表現方法よりも、有意な効果を持つかどうかは未だ明らかにされていない。本研究は、食べ物の特徴を、異なる表現方法で説明し、より美味しいを感じる言葉を見つけ出すことで、今の時代に合った広告戦略との関連性を考察しようと試みるものである。

3. 研究テーマの課題

シズルワードの使い方が人々にどのような影響を与えるのだろうか？

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

新たな理論

1. 女性と男性の有意な差は現れない
 2. 順番・組み合わせに関しては多すぎず、少なすぎない情報量に好意的
 3. 競合他社の商品が多く並ぶ
 - ・選択に時間がかかる
 - ・買い物を早く済ませたい
- 直感的に商品を選択するコンビニにおいてオノマトペ化系、最も好んで選択される

4.コンビニの価格設定が、レストランや専門店に比べて比較的安価であることが影響

5.買い手が売り手かの立場は関係ない

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

アンケート調査

・方法：インターネット調査法:Google form

・実施期間：2019年7月4日～2019年8月8日

・回収サンプル数：118（男性50名、女性68名）

・対象：日本国内に住む、1980年以降に生まれたデジタルネイティブ世代

・調査する商品：プリン（理由）商品名で商品の特徴を表現し、競合する商品との差別化を図る傾向にあるため。会社名やブランド名が購買意欲に左右されづらいため。

6. 結果や今後の取り組み

仮説

- (1) 性別により惹かれる言葉は異なる
- (2) 順番や組み合わせにより惹かれる言葉は異なる
- (3) 食べ物を選ぶロケーションにより惹かれる言葉は異なる
- (4) 買い手が、売り手かにより惹かれる言葉は異なる

仮説に対する研究結果

1.女性と男性の有意な差は現れない

2.順番・組み合わせに関しては多すぎず、少なすぎない情報量に好意的

3.競合他社の商品が多く並ぶ

- ・選択に時間がかかる
- ・買い物を早く済ませたい

直感的に商品を選択するコンビニにおいてオノマトペ化系、最も好んで選択される

4.コンビニの価格設定が、レストランや専門店に比べて比較的安価であることが影響

5.買い手が売り手かの立場は関係ない

今後の課題

- ・多様な年代のデータを収集する
- ・他のシズルワードでも比較する
- ・実際に販売促進の効果があるのかを実験する

7. 参考文献

大橋正房(2018)『sizzle word 2018 シズルワードの現在「おいしいを感じる言葉」調査報告 2018 改訂』株式会社 B・M・FT 出版部

総務省情報通信政策研究所「情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」
www.soumu.go.jp/main_content/000564530.pdf, (2019年7月27日閲覧)

坂本真樹(2013)「オノマトペ(擬音語・擬態語)による質感印象の定量化—金属調加装デザイン支援への応用事例—」『精密工学会誌/Journal of the Japan Society for Precision Engineering』Vol.82, No.11, 2016(坂本、2013)

田守 育啓・Lawrence Schourup (1999).『オノマトペ-形態と意味-』. 東京:くろしお出版

坂田利康(2016)「Instagram・マーケティング戦略—ユーザのエンゲージメント獲得に向けた 広告コミュニケーション—」

Grizzell, D (2014) “16 Instagram Statistics You Need to Know,” post, available at <http://www.agorapulse.com/blog/16-instagram-statistics-infographic> (2019年7月27日閲覧)

Palfrey, J., & Gasser(2008). Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives. New

York: Basic Books.

User Local(2016)「Instagram の国内企業アカウント開設が 1 万社を突破!企業の インスタ活用進む」
<http://www.userlocal.jp/news/201601221/>(2019 年 8 月 24 日閲覧)

西岡 由有,野島 久雄(2010)「消費者の情報収集行動から見た商品のネーミング研究」 p.3

●パワーポイント内に動画を使用されている場合、動画を使用しているスライドのページをご記入ください。

なし

●発表時に使用する成果物（例. 商品化した●●、店舗で配布したパンフレット、調査に使用したアンケート）

なし

【企画シート作成上の注意】 ※「第 10 回 西日本インカレ（合同研究会）大会参加要項」も合わせてご確認のうえ、企画シートの作成を行ってください。

- ・本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、審査を行っていただく大学教員・企業の方々に事前にお渡しいたします。
- ・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。また、翌年 3 月に公開予定の「日経ビジネス電子版」にリンクされた特設サイトに掲載されます。
- ・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、作成上の注意を含め、4 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、4 ページ目までをお渡しします。
- ・大会参加申込み時点から、チーム編成の変更（チームの人数・交代など）は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、西日本インカレ事務局にご連絡ください。事務局より手続きについてご連絡をさせていただきます。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。
- ・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。
- ・発表時に使用する成果物がありましたらご記入ください。記入がない成果物は大会当日使用することができません。また記入いただいた内容について、事務局から代表者の方に確認をさせていただく場合がございます。
- ・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。

↑ここまでを 4 ページ以内に収めて、提出してください↑