

オーラルセッション — 要約

消費者の身体性と知覚に対する評価

— 身体的態度に着目して —

近畿大学 経営学部 講師

瀬良 兼司

立命館大学大学院 経営学研究科 博士後期課程

三好 春陽

金沢星稜大学 経済学部 准教授

牧野 耀

キーワード

身体化された認知, 直接知覚, アフォーダンス, ブランド経験, 態度測定

本研究では、身体性（embodiment）の観点から、良い製品やサービスの使用経験に共通して起こる身体的反応について、「身体的態度」の尺度化に向けた項目要素の抽出を目的としている。消費者行動研究においても、感覚マーケティング領域で、身体化認知理論を援用しながら研究が蓄積されているが、本研究ではデザイン研究で重視される直接知覚に基づいた身体と製品やサービスとのインタラクションに着目している。これまでの顕在的態度と潜在的態度の測定に関する限界を踏まえ、消費者が製品やサービスに接触した際の無意識的な身体的反応や変化を、「身体的態度」として測定する方法を検討している。クラウドソーシングを活用したオンライン調査を実施し、自由回答形式によるデータの収集と集約を行った。

謝辞

本研究は、JSPS 科研費 JP24K05164 の助成を受けたものです。