

センサリー・マーケティングによる「何となく」へのアプローチ ～五感を利用したマーケティング～

青山学院大学 准教授
石井 裕明



目 次

概要	1
はじめに	1
1. 視覚	2
(1) 錯視・誤認	2
(2) パッケージの視認性	3
(3) 状況要因の影響	3
2. 聴覚	4
(1) 記憶に残るメッセージとは	4
(2) ヒット曲を生み出すには	5
(3) BGM の効果	5
(4) 衝動買い (非計画購買)	5
(5) 適合性	6
(6) ブランドネーム	6
3. 嗅覚	6
(1) 香りによる購買行動の加速化	6
(2) 好ましい香りの形成	7
4. 触覚	8
(1) 身体化認知理論	8
(2) 温度の影響	8
(3) 硬さの影響	8
(4) 手洗いと罪悪感	9
5. 味覚	9
(1) 味覚の特徴	9
(2) 味覚を訴求する際のポイント	10
おわりに	11

概要

情報過多時代、消費者の購買行動の理由にも変化が生じている。一つ一つの商品に細かく入念に時間をかけられず、結果的にこれまで以上に「なんとなく」直感的に意思決定することが増えているのではないだろうか。

本講義は、「なんとなく買う」メカニズムを五感になぞらえて分析し、さらに感覚間の適合性を包括的視点で検討する。単純に適合性だけを考慮するのではなく、複合的に消費者の顧客経験をつくりあげて、より望ましい消費者反応を導いていくことを目指す。

はじめに

香りや触覚など、五感に訴えかけるマーケティングにより、商品価値を高めることができる。初めて買った中古車から感じた新車のような香りは「良い車を買った」と、購買満足度を高めることに貢献していた。その後「新車の香りは買える」ことを知り、残念に思いながらも面白いと思ったことが研究テーマの原点になった。この香りの影響のように、消費者の五感に強く影響を与え、消費者の知覚、判断、行動に影響を与えるマーケティングのことをセンサリー・マーケティングと呼ぶ（出典：Krishna 2013、邦訳 p.5）。

センサリー・マーケティングは、2010年ごろから議論が盛り上がってきている。Google Scholarで“sensory marketing”を検索した場合のヒット数が、2005～2006年の21件に対して2019～2020年は1,140件に増加しており、近年注目を集めていることがわかる。

最近では、マーケティングに対する「なんとなく良い」の重要性に着目している。なんとなく、理由のはっきりしない意思決定の中にも何か理由があり、それを具体化して実務家に貢献することを研究のモチベーションとしている。つい過小評価しがちだが、積み重ねられた些細な「なんとなく」が重要な役割を果たすと考えている。

情報の流通量が膨大に増えても、消費量はそれほど増えない。流通する情報量が2001年から2009年で2倍に増加し、世界のインターネットトラフィック量は2007年から10年間で23倍となった。これに対し、膨大な情報の中「なんとなく」直感的に購買する機会が増えていると考えている。特定のブランドにとどまらず、容易にスイッチングを繰り返す「リキッド消費環境※」にある現在、「なんとなく」にアプローチできるセンサリー・マーケティングの重要性が高まっている。

※リキッド消費環境 短期サイクルで消費者が移り気な消費行動をとる。気まぐれな消費者が増えている傾向。

香りなど五感に関連する専門家と問題意識を共有しながら、共同研究を展開してきた。2020年、これまで研究してきた内容の一端をまとめた著書『消費者行動における感覚と評価メカニズム』を刊行した。本講演ではこの著書に加え、最新の研究の話題も交え、視覚、聴覚、触覚、嗅覚、そして味覚を中心に話題を提供していく。

1. 視覚

(1) 錯視・誤認

「人は見た目が9割」といわれるように、人が得る情報の80%が視覚による。しかし、錯視に代表されるように、必ずしも正しく物を認識しているわけではない。これら錯覚を利用した新たなマーケティングの可能性が期待されている。

例1：錯視・誤認（図1）

ボーダー柄の線と空白の間に同じ色を並べると、空白上の色が濃く見える。

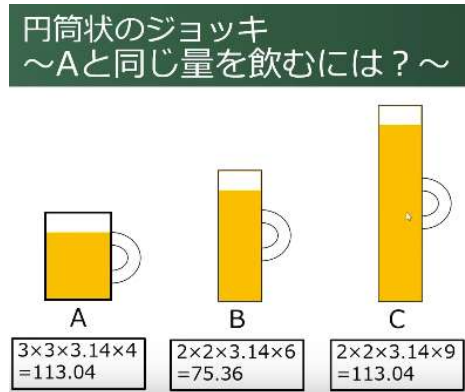
また、平面で見える面積で容量を評価し、体積を過小評価する傾向にある。

→奥行きのある細長いパッケージは容量が多いと認識されやすい。

参考：ペットボトルコーヒーで採用されていたずんぐりとしたパッケージに対する学生の反応は「少なく見える」であった

図1

どちらのグレーの方が色が濃いでしょうか？

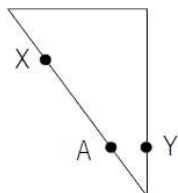


例2：直線距離バイアス（図2）

2つの点を結んだ最短距離を基準に距離を判断する。これを行列の並び方に応用すると、目的地からの直線距離を短くする工夫により、列が短いと錯覚させることができる。

図2

A→XとA→Y、どちらの方が近く感じますか？



直線距離バイアス

二つの点を結んだ最短距離を基準に距離を判断する傾向

行列の並びせ方は？

