

平成 21 年度科学研究費補助金実績報告書（研究実績報告書）

1. 機関番号 3 2 6 9 2 2. 研究機関名 東京工科大学

3. 研究種目名 基盤研究 (C) 4. 研究期間 平成 19 年度 ~ 平成 21 年度

5. 課題番号 1 9 6 1 3 0 0 7

6. 研究課題名 消費者と企業による製品イメージ共創に関する学際的研究

7. 研究代表者

研究者番号	研究代表者名	所属部局名	職名
5 0 3 2 0 5 5 2	フリガナ：メグロ ラモン 目黒 良門	コンピュータサイエンス学部	教授

8. 研究分担者(所属研究機関名については、研究代表者の所属研究機関と異なる場合のみ記入すること。)

研究者番号	研究分担者名	所属研究機関名・部局名	職名
	フリガナ		
	フリガナ		
	フリガナ		
	フリガナ		
	フリガナ		

9. 研究実績の概要

下欄には、当該年度に実施した研究の成果について、その具体的内容、意義、重要性等を、交付申請書に記載した「研究の目的」、「研究実施計画」に照らし、600字~800字で、できるだけ分かりやすく記述すること。また、国立情報学研究所でデータベース化するため、図、グラフ等は記載しないこと。

本研究全体の目的は、モダン・マーケティングにおける課題を踏まえつつ、認知科学、広告論、消費者行動研究などにおける学際的理論と既存研究を渉猟し、「動画像情報（動画像広告）を用いた消費者・企業による製品イメージの共創モデル」を構築、検証することにある。本年度においては、前年度に作成した最終モデルを踏まえ、最終モデルの評価実験に着手した。

はじめに、予備調査として、動画像の一般的な嗜好性調査を実施した。さらに予備調査として、インターネット上の動画像広告の嗜好性調査を実施した。これら2つの予備調査に基づき、動画像広告の嗜好性に関する因子抽出を行った。設定された因子グループごとに被験者をグループ化し、動画像広告の共創実験を行った。

動画像の作成システムである「DMD」を用いて、動画像広告の共同創成を行った結果、動画像嗜好グループごとに、それぞれの嗜好傾向に沿った動画像広告が作成されることが明らかとなった。この成果は、経営情報学会* および情報通信学会において発表予定である。

*経営情報学会 春季全国研究発表大会（東京工業大学 2010年6月5日）
「ネット動画コンテンツの嗜好性とネットCM評価の相関に関する一考察」

10. キーワード

- | | | |
|----------|-----------|-------------|
| (1) 経営学 | (2) 商学 | (3) ソフトウェア学 |
| (4) 認知科学 | (5) ブランド論 | (6) |
| (7) | (8) | (裏面に続く) |

1.研究発表（平成21年度の研究成果）

〔雑誌論文〕 計（0）件 うち査読付論文 計（0）件

著者名	論文標題			
雑誌名	査読の有無	巻	発行年	最初と最後の頁
			■ ■ ■	

著者名	論文標題			
雑誌名	査読の有無	巻	発行年	最初と最後の頁
			■ ■ ■	

著者名	論文標題			
雑誌名	査読の有無	巻	発行年	最初と最後の頁
			■ ■ ■	

〔学会発表〕 計（0）件 うち招待講演 計（0）件

発表者名	発表標題		
学会等名	発表年月日	発表場所	

〔図書〕 計（0）件

著者名	出版社		
書名	発行年	総ページ数	
	■ ■ ■		

12. 研究成果による産業財産権の出願・取得状況

〔出願〕 計（0）件

産業財産権の名称	発明者	権利者	産業財産権の種類、番号	出願年月日	国内・外国の別

〔取得〕 計（0）件

産業財産権の名称	発明者	権利者	産業財産権の種類、番号	取得年月日	国内・外国の別

13. 備考

※ 研究者又は所属研究機関が作成した研究内容又は研究成果に関するwebページがある場合は、URLを記載すること。

--