

マーケティングの新潮流 2024

New Frontiers of Marketing Research and Practice 2024

果たして製品パッケージデザインは
単純な方が良いのか？



慶應義塾大学商学部
小野晃典研究会

Professor Akinori Ono's Seminar of Marketing

マーケティングの新潮流 2024

New Frontiers of Marketing Research and Practice 2024

果たして製品パッケージデザインは
単純な方が良いのか？



慶應義塾大学商学部
小野晃典研究会

Professor Akinori Ono's Seminar of Marketing

目次

目次	iii
----------	-----

論文 「果たして製品パッケージデザインは単純な方が良いのか？」

序文	2
第1章 はじめに	3
第2章 既存文献レビュー	6
2-1 製品パッケージデザインが消費者反応に与える影響	6
2-2 視覚的複雑性	7
2-3 デザインの複雑性	9
2-4 内在的手がかりと外在的手がかり	10
2-5 消費者が重視する製品プロパティ	11
第3章 仮説提唱	12
3-1 製品パッケージデザインの単純性がWTPに与える影響	12
3-2 製品パッケージ上の製品プロパティに関する強調表示の調整効果.....	14
第4章 実験1	15
4-1 実験計画	15
4-2 実験手順	16
4-3 スクリーニング	18
4-4 製品パッケージデザインの複雑性の確認	18
4-5 仮説1に関する分析の結果	19
4-6 仮説1に関する追加分析の結果	20
4-7 製品パッケージデザインに対する親しみやすさおよび魅力度の知覚水準の検討 ..	21
4-8 考察	24
第5章 実験2	25
5-1 実験計画	25
5-2 実験手順	26
5-3 スクリーニング	27
5-4 製品パッケージデザインの複雑性の確認	28
5-5 仮説2に関する分析の結果	28
5-6 仮説2に関する追加分析の結果	30
5-7 製品パッケージデザインに対する親しみやすさおよび魅力度の知覚水準の検討 ..	31
5-8 考察	33

第6章 実験3	34
6-1 実験計画	34
6-2 実験手順	36
6-3 スクリーニング	36
6-4 製品パッケージデザインの複雑性の確認	37
6-5 仮説3に関する分析の結果	37
6-6 仮説3に関する追加分析の結果	38
6-7 考察	39
第7章 実験4	39
7-1 実験計画	39
7-2 実験手順	41
7-3 スクリーニング	41
7-4 製品パッケージデザインの複雑性の確認	42
7-5 仮説4に関する分析の結果	42
7-6 仮説4に関する追加分析の結果	43
7-7 考察	44
第8章 おわりに	44
8-1 学術的貢献	44
8-2 実務的含意	45
8-3 本研究の限界	46
8-4 今後の研究課題	47
参考文献	48
補録1 調査票1	53
補録2 調査票2	77
補録3 調査票3	101
補録4 調査票4	113
図表索引	125
バックナンバーのご紹介	126
執筆者一覧	132