

広告音楽がブランドに対する態度に及ぼす影響

小野晃典研究会第7期インゼミ論文チーム

白岩 沙也佳

白石 幸太郎

諸角 陽太

テレビCMの約9割には音楽が使用されている



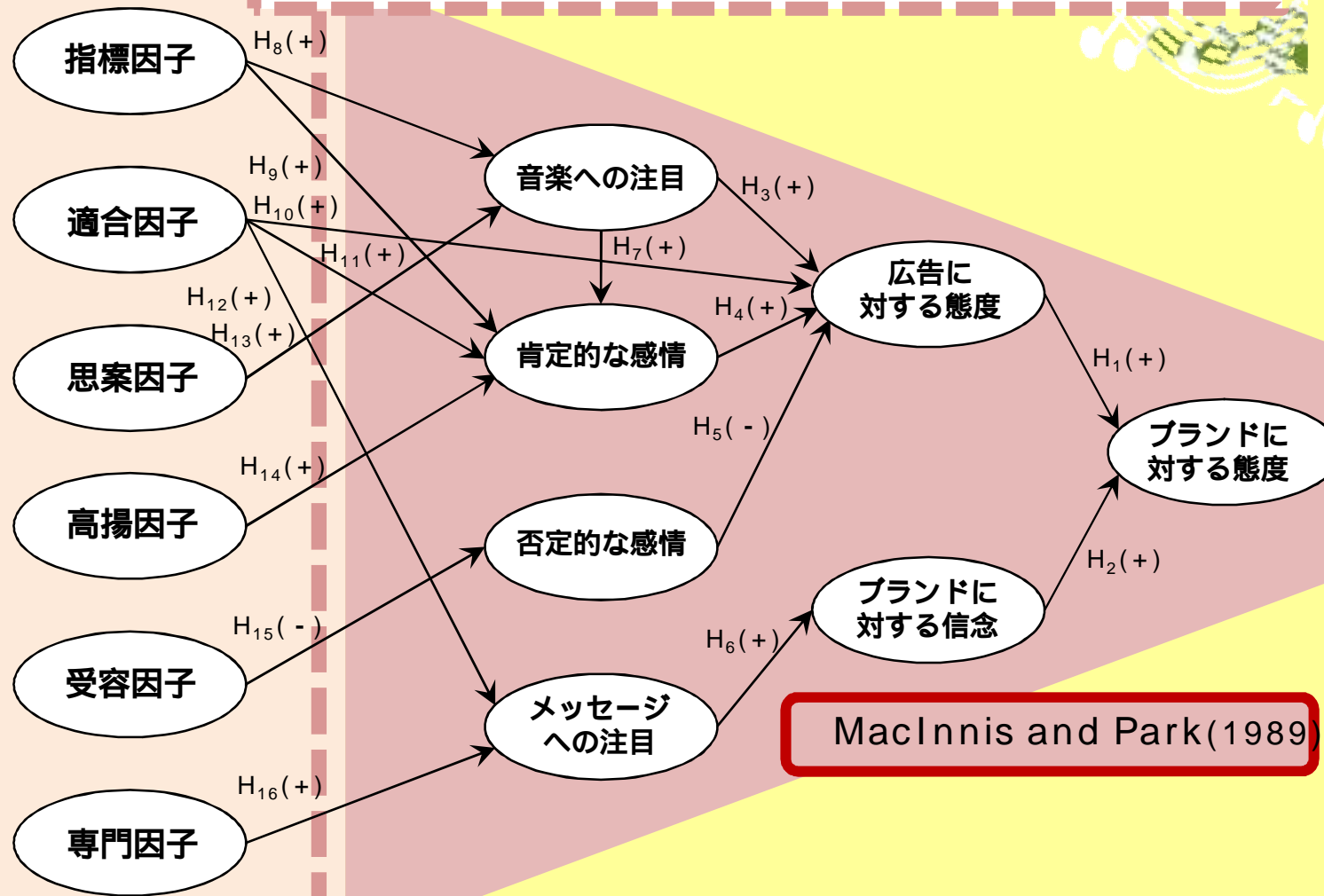
なぜ？

広告音楽が、消費者の、
広告されたブランドに対する態度に影響を及ぼすという事実、
あるいは、
広告主がそうした影響を期待している表れ

しかし、
広告音楽属性を包括的に扱っている研究は皆無

一体どのような広告音楽属性が、
どのようなメカニズムで、
消費者のブランド態度形成に影響を及ぼしているのだろうか？

研究 : 因子分析 (広告音楽属性の追加)



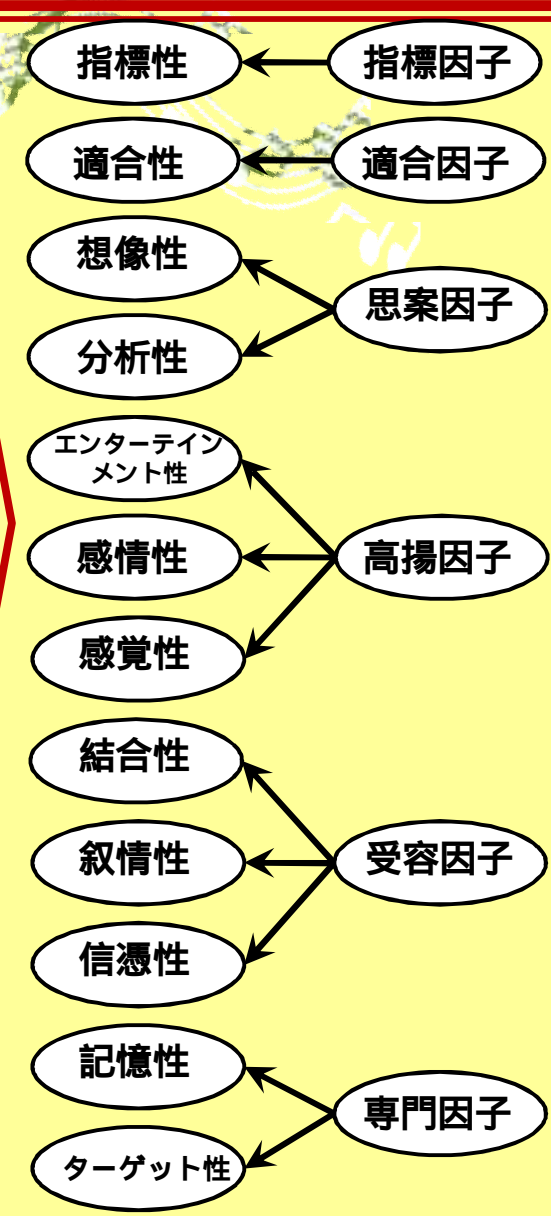
MacInnis and Park(1989)

MacInnis and Park(1989)
Huron(1989)
Lacher(1989)

研究 : 共分散構造分析 (拡張モデルの経験的妥当性吟味)

因子分析結果 ~ 広告音楽属性の追加 ~

MacInnis and Park (1989)	指標性 過去の経験を思い出させる程度。
	適合性 中心的な広告メッセージと関わりを持つ程度。
Huron (1989)	エンターテインメント性 消費者の注意をひき魅了する程度。
	結合性 ビジュアル・イメージやエピソードといった広告の要素を結合し、広告のまとまりを持たせてわかりやすく訴求する程度。
	記憶性 認知を強化し、印象付ける程度。
	叙情性 ナレーションが本来持つ論理的、実際的な訴求に情緒的、詩的な訴求を付加している程度。
	ターゲット性 特定の消費者に訴求していると感じさせる程度。
	信憑性 広告の信憑性を保証する程度。
	感情性 楽しみ、怒り、悲しみなどの心的な反応を引き起こす程度。
Lacher (1989)	感覚性 体でリズムをとったりエアギターをしたりする等の動作をさせる程度。
	想像性 イメージや状況を思い起こさせる程度。
	分析性 次に来るリズムやテンポを予想させる程度。



既存研究から抽出された12個の広告音楽属性が、6個に縮約された

縮約された6個の広告音楽属性を使い、 MacInnis and Parkモデルを拡張する

指標因子：過去の経験を思い出させる程度を意味する広告音楽属性

過去を思い起こさせる広告音楽は、消費者を音楽に注目させ、また肯定的な感情を生じさせる。(H₈) (H₉)

適合因子：中心的な広告メッセージと関わりを持つ程度を意味する広告音楽属性

中心的な広告メッセージと関わりを持つ広告音楽は、消費者の広告に対する態度を向上させる。また、消費者に肯定的な感情を生じさせ、広告メッセージに注目させる。(H₁₀) (H₁₁) (H₁₂)

思案因子：消費者に何らかのイメージや考えを浮かばせる程度を意味する広告音楽属性

何らかのイメージや考えを浮かばせる広告音楽は、消費者を音楽に注目させる。(H₁₃)

高揚因子：広告音楽が消費者の感情や感覚を喚起する広告音楽属性

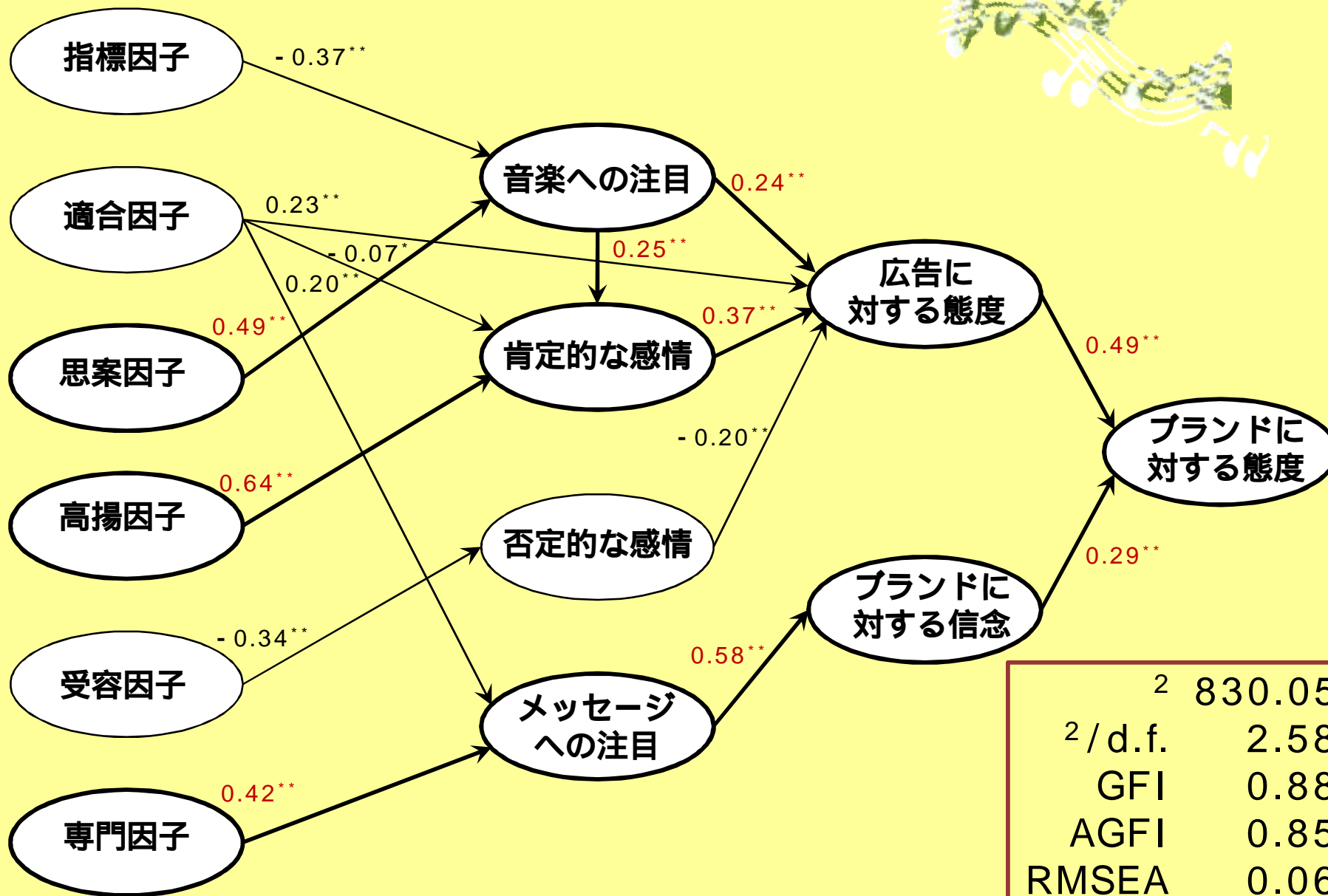
肯定的な感情や感覚を喚起し、注意をひく広告音楽は、消費者に肯定的な感情を生じさせる。(H₁₄)

受容因子：広告音楽が消費者に叙情的に訴えることで広告の内容を理解しやすくするような広告音楽属性

広告を受け入れやすくさせる広告音楽は、消費者に否定的な感情を生じさせにくくさせる。(H₁₅)

専門因子：広告音楽が特定の消費者の記憶に残るような広告音楽属性

特定の消費者の記憶に残るような広告音楽は、消費者を音楽に注目させる。(H₁₆)



	2	830.05
χ^2 / d.f.		2.58
GFI		0.88
AGFI		0.85
RMSEA		0.06

ただし、**は1%水準で有意、*は5%水準で有意

指標因子

多忙になった消費者は、過去を思い出しながら、同時に
広告音楽へも注目するという心身的、時間的余裕を失っている

指標因子

広告メッセージの表現方法が多様化している現代において、
消費者は、適合性を有する広告音楽を使用した表現に飽きを感じ、
より意外性のある広告表現を好むようになってきている

指標因子

消費者は、何らかのイメージや考えを浮かばせるような広告音楽により、
広告音楽への注目を強める

指標因子

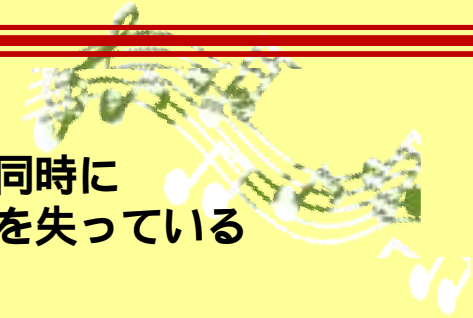
消費者は、肯定的な感情や感覚を喚起し、注意を引くような広告音楽により、
望ましい感情を抱く

指標因子

消費者は、広告を受け入れやすくさせるような広告音楽により、
広告に対して否定的な感情を生じにくくなる

指標因子

消費者は、ある一部の消費者が好むような広告音楽により、
メッセージへの注目を強める



消費者に
何らかのイメージや
考えを抱かせるような
広告音楽



消費者の
肯定的な感情や
感覚を喚起し、
注意をひくような
広告音楽



特定の消費者に
訴求するような
広告音楽



消費者の好意的なブランド態度形成