

飲食店広告での古い創業年表示が商品の評価を高める

～過去向き焦点は伝統的商品の効果的アピール方略となりうる～

ポイント

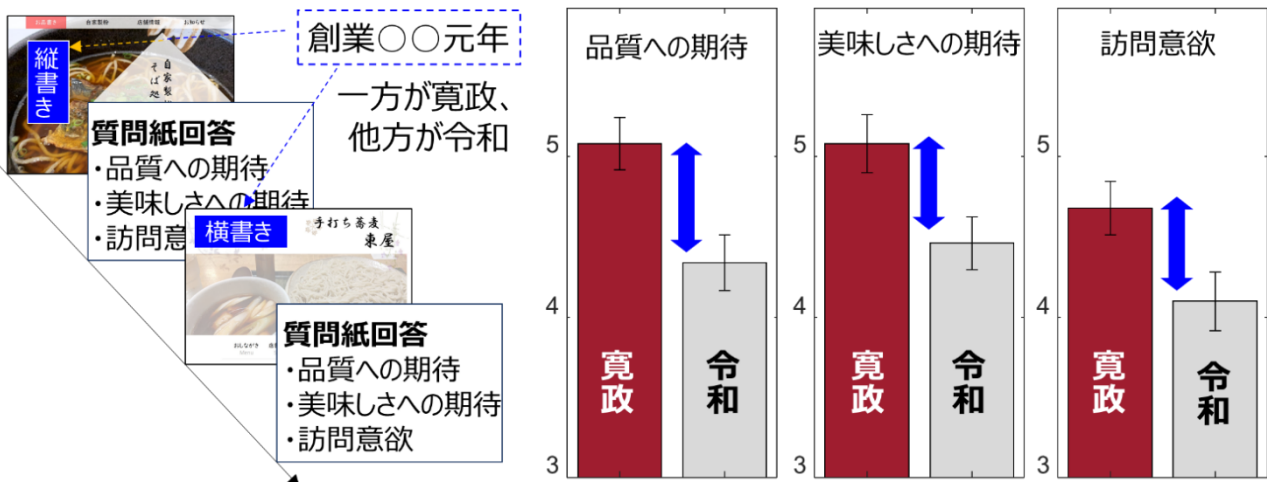
- ・ 飲食店広告での創業年表示が商品の評価に及ぼす効果を検証。
- ・ 創業年が古い表示は、無表示または創業年が新しい表示よりも品質評価を高めた。
- ・ 過去への焦点化によって高品質・美味しいことを期待させ、訪問意欲を高める効果を示唆する。

概要

北海道大学大学院文学研究院の河原純一郎教授らの研究グループは、飲食店広告での創業年表示が、店舗で提供する食品への期待に及ぼす効果を測定しました。実験参加者は、飲食店の web 広告を見て、その店の食品の品質・美味しさへの期待、店への訪問意欲を 1 から 7 の数値で評価しました。その結果、広告に創業年表示があるときは、表示がないときに比べ、品質への期待が最大 20%程度高く、美味しさへの期待や訪問意欲も高く評価されました。また、表示される創業年が古いほど高い評価が認められました。そして、創業年を西暦にした表示はワイン等の西洋由来の食品には有効でしたが、和菓子のような日本由来の食品には効果が見られませんでした。代わりに、和菓子店では縦書きで和暦表示にすることで食品への期待が高評価されました。したがって創業年表示と製品の概念(西洋か日本由来か)が一致していることが、この効果に重要な役割を果たしていることがわかりました。

本研究成果は、創業年表示が過去から続く店舗であることを連想させ、提供する商品が高品質であるという期待を高めること、そして、その美味しさへの期待を通じて訪問意欲を向上させることを示しており、伝統ある商品の広告表示戦略に貢献することが期待されます。

なお、本研究成果は 2021 年 11 月 10 日 (水) に PLOS ONE 誌にオンライン掲載されました。



飲食店の web 広告を 30 秒観察した後、参加者は 品質、美味しさへの期待、訪問意欲について回答した。その結果、古い創業年表示を含む店舗は新しい表示よりも高く評価された。

【背景】

広告に含まれる語は商品の特性に一致すると、その商品に対して好ましい態度を引き起こすと言われています。ヨーグルト製品の広告における「オーガニック」という語がその例です。

このような概念の一致効果は、過去に注目させることで伝統的商品への好ましさを高める可能性があります。実際に、本研究グループが実在する蕎麦店の web サイトを調査したところ、100 店舗中、77 店舗で創業年が表示されていました。これは長い歴史を持つ蕎麦の伝統や古さに焦点を当てることで、来店意欲を喚起している可能性があります。そこで本研究グループは、体系的な実験によってこの概念の一致効果について検証しました。

【研究手法】

創業年表示を含む、あるいは含まない仮想の蕎麦店舗の web ページを作成しました。20~60 歳代の日本人参加者にこれらをコンピュータ画面上で 1 枚ずつ呈示し、各店舗について品質への期待、美味しさへの期待、訪問意欲を 1 から 7 の範囲で評定させました。

また、創業年の表示形態（大正、令和、西暦表示、縦書き・横書き）や食品種類（チーズ、ワイン、ハンバーガー、和菓子）についても個別の実験を実施しました。

【研究成果】

過去に焦点を向ける創業年表示と商品の特性と一致する場合（例：和暦と和菓子、西暦と西洋食品）は、創業年表示があることで、その店舗が提供する商品に対して高品質を期待させ、最大 20%程度高く評定されました。また、美味しさへの期待や訪問意欲も向上しました。一方で、創業年の表示形式と商品の概念が一致しない場合は、ポジティブな効果は認められませんでした。

創業年表示はその店舗が過去から続いていることを連想させ、高品質の食品を提供するという期待を高めます。そして、その美味しさへの期待を通じて訪問意欲を向上させていたと考えられます。創業年の表示形式と商品の概念が一致しない場合はこれらの効果が、弱められていた可能性があります。

【今後への期待】

本研究成果は、伝統ある商品の広告表示戦略に貢献する可能性があります。他の商品分野でもこのような測定をすることで、広告表示と商品の概念一致性効果が有効な範囲を特定できるとともに、消費者の冷静な広告理解を啓発する手がかりとなることが期待されます。

論文情報

論文名	A label indicating an old year of establishment improves evaluations of restaurants and shops serving traditional foods (古い創業年の表示が飲食店広告の消費者評価を高める)
著者名	前澤知輝 ¹ , 河原純一郎 ² (¹ 北海道大学大学院文学院博士課程, ² 北海道大学大学院文学研究院)
雑誌名	PLOS ONE
DOI	10.1371/journal.pone.0259063
公表日	2021年11月10日(水)午後11時(オンライン公開)

お問い合わせ先

北海道大学大学院文学研究院 教授 河原純一郎 (かわはらじゅんいちろう)

T E L 011-706-4154 メール jkawa@let.hokudai.ac.jp

U R L <https://cogpsy.let.hokudai.ac.jp/~f209/>

配信元

北海道大学総務企画部広報課 (〒060-0808 札幌市北区北8条西5丁目)

T E L 011-706-2610 F A X 011-706-2092 メール jp-press@general.hokudai.ac.jp