

色のイメージと購買意欲の関係性

大森拓哉ゼミ

4年 21111278

福井理知

普段から色によって、人間に影響を与えることは多い。そのため、色を使って人の購買意欲を上昇させることができると考えた。今回の実験ではアンケート形式で20人に実験してもらった。

アンケートの質問1では赤、青、橙、緑、桃からなる5色を画像有りとなしで見てもらい被験者の印象を答えてもらった。質問2では商品が積まれた中で6つの選べる箇所を用意し、6つの中から一部の色が変わっている画像から取りたいところから選んでもらう。この2つの質問を行った。

結果として、質問1では相関で関係性を分析した。画像有りはなしに比べて、はっきりとした判断ができるため、被験者はより具体的に回答する傾向があった。質問2では画像のせいで被験者は取りやすいところから選択する傾向があり、私の推測した結果とは離れてしまった。しかし、色が付いている箇所には警戒するのか色の付いていない箇所を選択する傾向があることが分かった。

今後の展望として、今後も色の印象は継続して進めていく。また、質問2の画像の変更や質問方法を模索していくことや、具体的に製品と色の関係性を確かめる実験を予定している。