

語法効果と呼ばれる心理効果の一つを用いた商品戦略方法を考えました。

まず、実験 1 として、表現の違う「質問」で違いが出るかを検証し、違いが生まれる結果を出しました。

次に実験 2 として、自分たちで考えた「商品 POP」に語法効果を用いる実験を行い、結果を t 検定でデータを出して、検証しました。

結果

t 検定の結果、殆どの場合で有意水準を下回り結果が出た。