マーケティング・消費者行動

関連するSDGsの国際目標

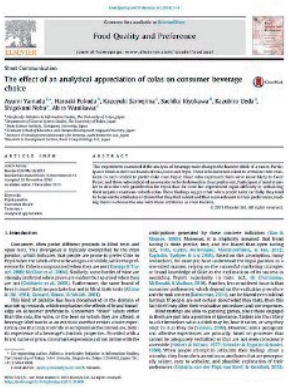
人間文化学部　生活デザイン学科　　准教授　　山田　歩
研究分野：消費者行動、行動デザイン、
マーケティングコミュニケーション、マーケティングリサーチ

消費者の行動傾向を分析することを通して、製品やサービスの価値を高める方法を考えていきます。製品･サービスの利用実態調査や消費者行動実験を行うことによって、既存の製品・サービスの問題の発見と改善、また、新しい製品・サービスの開発を行っていきます。

消費者行動の調査例



Yamada (2009; JESP)
“Appreciating art verbally: Verbalization can make a work of art be both undeservedly loved and unjustly maligned”



Yamada et al. (2014; FQAP)
“The effect of an analytical appreciation of colas on consumer beverage choice”



Yamada & Kim (2016; SSJJ)
“Option-splitting effects in poll regarding Japan’s right to exercise collective self-defense”

プロダクト・サービスの開発例



「ミニ新居」
工務店と顧客をつなげるコミュニケーションツール
（第31回全日本DM大賞金賞グランプリ）



「ひふみ」
石州和紙のグリーティングカード（用途開発）