

研究テーマ ●「A消費者行動」「B摂食行動」企業活動に活かせる食の心理学

法文学部・人文学科・心理学コース

准教授

山崎 真理子

研究の背景および目的

食品の消費や摂食は私たちが日々行っている行動です。にもかかわらず、これらの行動を左右し得る諸要因の影響が、十分に解明されているわけではありません。「思うように商品が売れない」「つい食べ過ぎてしまう」問題に直面して初めて、「なぜ売れない?」「なぜ食べ過ぎる?」という疑問が湧いてくるのではないのでしょうか。社会心理学の観点を軸に、社会のなかで生きる私たち人間の様々な特性に着目しつつ、食関連行動の理解を目指し、実験研究を中心に研究活動を進めています。

■おもな研究内容

ここでは、主な研究テーマ「A 消費者行動」について、簡単にご紹介します。

①研究：商品（食品）の選好・選択に関わる諸要因の検討

国内外の研究成果によって、私たちの選択傾向には一定の特徴がある可能性が指摘されています。このような学術的な成果をもとに、実践的な活用も見据えて仮説検証や効果検証に取り組んでいます。

実際の販売場面では、様々な要因が絡み合うため、ある現象が起こるメカニズムの解明が困難なケースも多々見受けられます。一方、実験研究では検証したい特定の環境を実験室内に設定して、人々の行動を観察することが可能となります。実験研究による消費者心理の解明を目指します。



写真) 消費者心理学実験の一例
おまけの有無、ブランドの違いが消費者行動に及ぼす影響
(サッポロ生物科学振興財団2016年助成研究)



②産学連携活動に関わる広報活動

昨今、特に企業との産学連携活動が、心理学領域でも注目されるようになってきています。研究者の他、実務畑の方々などを対象に活動成果や連携の狙いなどを共有し、交流する場を設ける企画も検討しています。

期待される効果・応用分野

消費者ニーズが多様化している昨今、企業がマーケティング戦略を練る際に、消費者心理の理解は大きな意味を持つと考えています。各現場で長年に渡り蓄積されてきた経験則も、学術的なデータに基づく知見も、いずれも高い価値を有しています。企業と心理学との連携は、現状では数少ないものの、新たな視点の獲得という点でも、商品開発や販売戦略に貢献できる可能性は高いと考えています。

より効果的な戦略の検討や、実践面における理論の応用などに向けて、一緒にできればと思います。

■共同研究・特許などアピールポイント

- 食品会社やコンサル会社との連携活動を経験しています。ラボ単位での産学連携を推進しています。
- 学術領域内外の講演会・セミナーに協力できます。
- 企業や行政の方とディスカッションを重ねる中で、双方に実りある連携を目指しています。

🗨️ コーディネーターから一言

食行動が研究テーマ。実験研究から消費者心理を検証します。相談内容に応じて、学術的成果の情報提供や検証方法を提案できます。企業や行政との実務に応用できる連携が目標。セミナー協力、専門家の紹介も検討します。

研究分野	社会心理学、実験心理学
キーワード	食行動、消費者行動、摂食量の増減