

パッケージデザインが消費者の意思決定に与える影響の探求

22011026 伊丹健人

本研究の動機としては、ロゴやパッケージデザインの美学に対する関心があり、これらのデザインがどのように構成され、経営面でどのような影響を及ぼしているのかを解明したいと考えるようになったためである。現代の消費社会では、商品はその機能性によって評価される事が多いが、パッケージデザインによるビジュアルの表現も重要な評価基準となっている。消費者が商品を選択する際の最初の印象は非常に重要であり、本研究は、パッケージデザインが消費者の選択にどのように影響を与えているのかを探求する。

本研究の目的は、商品のパッケージデザインが消費者、特に大学生の嗜好にどの程度影響を与えるかを明らかにすることである。この目的を達成するための研究手法は、以下の五段階に分けられる。

1. 市場調査: パッケージデザインに関する市場の現状を調査する
 2. 画像生成: AIを用いて要素に基づくペットボトルのパッケージデザイン画像を生成する
 3. アンケート調査: 大学生を対象に生成されたデザイン画像に対する嗜好を調査する
 4. 結果の集計と分析: アンケートの結果を集計し分析する
 5. 考察と提案: 得られたデータをもとに考察を深め、具体的な提案を行う
- 本研究では、1. で調査した結果を踏まえて、商品パッケージのデザイン要素(色彩、形状、テキスト、ロゴ等)を決定し、それを元に2. 画像生成を行ったイメージ図をもとに3. アンケート調査を実施する。その結果の分析から商品パッケージのデザインについてまとめ、提案することを目指す。