

令和 6 年 6 月 9 日現在

機関番号：32689

研究種目：挑戦的研究（萌芽）

研究期間：2020～2023

課題番号：20K20768

研究課題名（和文）アート志向の解明による製品開発研究のブレークスルー

研究課題名（英文）Breakthroughs in Product Development Research by Elucidating Art Orientation

研究代表者

恩蔵 直人（Onzo, Naoto）

早稲田大学・商学大学院・教授

研究者番号：70194652

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 4,900,000円

研究成果の概要（和文）：アートと音楽の結びつきに注目し、特に音楽を聴いた消費者が、その後に見たアート作品やアートが盛り込まれた製品に対して、どのような評価を行うかについて検証した。初年度には、国内においてパイロット調査を実施したほか、次年度には、研究の一般化可能性を高めるための調査を海外にて実施した。以上の結果は、2021年度に海外にて学会報告を行っている。2023年度には、オンライン実験や、実際の店舗を活用したフィールド実験により一定の成果が見られたため、再び海外学会で報告したほか、論文として海外学術誌に投稿した。2023年度は、上記に加え、7名の画家に対するヒアリングをもとに論文を発表した。

研究成果の学術的意義や社会的意義

マーケティングにおける製品開発研究では、これまで、市場志向のほかに製品志向やデザイン志向など、様々な志向に関する研究が試みられている。我々は、新たに、アート志向の解明を試みるべく複数の芸術家へのヒアリングを実施した。これによって、導出されたアート志向は、これまでの志向に関する研究を前進させ、新たな志向として実務的にもインパクトを与えることが期待できる。さらに、音楽とアートを新たな視点で結び付けることにより、これまで試みられてきているクロスモーダル研究に関しても一定の示唆を与えることに成功した。

研究成果の概要（英文）：We focused on the association between art and music. Specifically, we investigated how consumers who listen to music evaluate artworks and art-infused products. During the first year, we conducted a pilot study in Japan. In the second year, we conducted online experiments in foreign countries to confirm the external validity of the results. We reported our findings at international conferences in 2021 and 2024 and submitted a paper to an international journal, as online and field experiments using real stores showed significant results. In 2023, we also published another paper based on our interviews with seven painters.

研究分野：マーケティング戦略

キーワード：アート志向 製品開発 センサリーマーケティング

## 様式 C - 19、F - 19 - 1 (共通)

### 1. 研究開始当初の背景

マーケティングにおける製品開発研究においては、顧客志向・市場志向・競争志向・製品志向など、さまざまな志向が取り上げられ、研究が進められてきている。こうしたなか、近年では、芸術家が作品を制作する際の独特な見方や志向が注目され、それをビジネスにおける製品開発に応用できないかといった問題意識が生じている。そこで、我々は画家にフォーカスを絞り、デプス・インタビューを通じて彼らが有するユニークな視点を浮き彫りにし、それをアート志向と称して製品開発研究への貢献を実現したいと考えた。

また、店頭では、アート作品が装飾やパッケージとして活用されていると同時に、店舗のBGMも購買環境を構築する重要な要素として用いられている。この、アート作品とBGMとのかわりあいについても、店頭マーケティングの視点から研究することが望まれている。したがって、本課題の2つ目のテーマとして、音楽とアート作品の関係に着目した研究を実施した。

### 2. 研究の目的

研究の目的は、芸術家によるユニークな創作プロセスや発想に注目することで、ビジネスにおける製品開発担当者では見いだせなかった新たな開発志向やマインドを導出することにある。これにより、伝統的な製品開発研究では論じられていなかった視点を新たに加えることで、製品開発研究を飛躍的に前進させることができると考えている。絵画や陶芸などの世界で活躍している芸術家と対話をしていると、ビジネスの世界では到底みられない独創的な発想や視点で優れた作品を創作していることに気づいた。我々は芸術家による独創的な発想や視点を「アート志向」と呼ぶ。もし、このアート志向の本質を的確に把握できたならば、それをビジネスの世界に応用し、我々がこれまで取り組んできた製品開発研究にブレークスルをもたらすことができると思われる。

同時に、アートと音楽との関係の解明を試みた。美術館はもちろん、アート作品を扱う店頭などにおいてもBGMは欠かせないものとなっている。アートと音楽に直接的に取り組んだマーケティング研究はこれまでほとんどなかったということもあり、我々は両者のメカニズムを解明すべくいくつかの実験や調査を重ねた。

### 3. 研究の方法

本研究では、まず、職業として絵画を描いている画家7名に対して半構造的インタビューを実施した。インタビューは、「作品を描く際の着想は何から得ているのか」、「どのようなプロセスで作品を創作しているのか」、「創作の途中で手を止めたり、再スタートさせたりすることがあるのか」などの質問で構成されている。インタビューの時間は90分から120分にわたり、コロナ期間ということもあったため、ZOOMで実施された。画家7名からは、「可視化の試み」、「具象と抽象の行き来」、「シリーズ性の追求」、「構想力」、「客観性の引き上げ」といった5つの鍵概念を得ることができた。このインタビュー結果を基に、研究者間で議論を重ね、アート志向として成果をまとめた。同様の目的で、画家ではなく、3名の陶芸家に対しても同じような問題意識と研究方法によりインタビューを実施した。現在、その成果をまとめつつある。

また、音楽とアートとの結びつきに関する研究を実施した。本研究では、絵画の評価時に流れている音楽の影響について、直前に接触する音楽の高さを変えて検証するという実験を行った。学内で実施した実験では、一階のフロアにある音楽を流し、二階のフロアではピッチを変えた音楽を流した。被験者はエスカレーターで10秒ほど移動する期間に異なる音楽に接することになる。二階では簡単なアンケートに答えてもらうという設定で、アートが描かれた約20種類の絵葉書の中から好きなものを選んでもらった。この実験では、一定の成果が得られたため、現在、海外学術誌に投稿中である。

### 4. 研究成果

国際学会での発表を2件、国内論文を1件、海外論文(投稿中)を1件発表した。アートと音楽に着目した研究では、国内外で複数の実験やサーベイ調査を実施したほか、実店舗を利用したフィールド実験でも重要な知見を得ることが出来たため、海外発表2件と海外論文への投稿に繋がった。海外発表については、INFORMS 2021 Annual Meetingにおける「Context Effects in Crossmodal Associations Between Music and Fine Art Paintings: Influences of Initial Musical Pitch on Subsequent Perceptions and Associations」および2024 AMA Winter Academic

Conference における「How Sequential Exposure to Musical Pieces Affects Consumers' Crossmodal Associations Between Pitch and Brightness」がそれにあたる。また、芸術家へのインタビューを複数回実施し、その知見は国内論文として発表した。具体的には、『早稲田商学』465号にて、「画家の発想から導かれる製品開発におけるアート志向」として掲載されている。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計1件（うち査読付論文 0件 / うち国際共著 0件 / うちオープンアクセス 0件）

1. 著者名 恩蔵直人 藪野美芽 須永努	4. 巻 465
2. 論文標題 画家の発想から導かれる製品開発におけるアート志向	5. 発行年 2023年
3. 雑誌名 早稲田商学	6. 最初と最後の頁 pp.1-46
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

〔学会発表〕 計2件（うち招待講演 0件 / うち国際学会 2件）

1. 発表者名 Tsutomu Sunaga, Naoto Onzo, Mime Yabuno
2. 発表標題 How Sequential Exposure to Musical Pieces Affects Consumers' Crossmodal Associations Between Pitch and Brightness
3. 学会等名 2024 AMA Winter Academic Conference（国際学会）
4. 発表年 2024年

1. 発表者名 Tsutomu Sunaga, Mime Yabuno, Naoto Onzo
2. 発表標題 Context Effects in Crossmodal Associations Between Music and Fine Art Paintings: Influences of Initial Musical Pitch on Subsequent Perceptions and Associations
3. 学会等名 INFORMS 2021 Annual Meeting (Institute for Operations Research and the Management Sciences)（国際学会）
4. 発表年 2021年

〔図書〕 計0件

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

	氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
研究分担者	須永 努  (Sunaga Tsutomu)  (20438914)	早稲田大学・商学大学院・教授    (32689)	

6. 研究組織（つづき）

	氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
研究分担者	藪野 健  (Yabuno Ken)  (30239834)	早稲田大学・理工学術院・名誉教授    (32689)	
研究分担者	岩下 仁  (Iwashita Hitoshi)  (30608732)	神奈川大学・経済学部・准教授    (32702)	研究期間途中でメンバーから削除

7. 科研費を使用して開催した国際研究集会

〔国際研究集会〕 計0件

8. 本研究に関連して実施した国際共同研究の実施状況

共同研究相手国	相手方研究機関