

消費者の潜在意識に迫るニューロマーケティング

～スポーツ中継時の企業広告の認知効果～

ニューロマーケティングは、生体情報を活用したマーケティングで、消費者の潜在意識を捉える事ができます。これをスポーツの世界に展開していくことも有効です。

オリンピックなどのメガイベントの視聴率は高いため、多くの企業がスポンサーシップの獲得に乗り出しています。そして、看板広告、デジタル広告など様々な形で企業広告を提示していますが、視聴者がこれらの企業広告をどのように認知しているかは定かではありません。広告の効果を調べるための有力な方法として、視線計測を基本とするアイトラッキングがあります。

本セミナーではアイトラッキングの手法を用いて、プロ野球日本シリーズ(ホークスVSジャイアンツ)のテレビ中継時の視聴者の企業広告への視線配置及び広告に対する記憶等を分析して、スポーツ中継視聴者の企業広告の認知を明らかにした研究をご紹介します。このような研究は、企業広告の改善やより効果的な広告開発の一助になると考えます。



2020年7月31日(金)

18:30~19:30

注)ZOOMによるWEB限定のセミナーとなります。
インターネットを通じて開催します。BIZCOLI会場では
ございませんのでご注意ください。

講師

磯貝 浩久 氏

(九州産業大学 人間科学部スポーツ健康科学科 教授)



新潟県出身。九州大学大学院にて博士(人間環境学)を取得。専門は行動認知心理学、スポーツ心理学。アビスパ福岡のスポーツ科学アドバイザー、九州体育・スポーツ学会会長、福岡県スポーツ医科学委員、北九州市スポーツ推進審議会副会長、福岡 e スポーツリサーチコンソーシアム理事長などを務める。一般社団法人行動評価システム研究所(代表理事)にてメンタルを可視化するアプリの開発やビジョントレーニングシステムの構築に取り組んでいる。

秋山 大輔 氏

(九州産業大学 人間科学部スポーツ健康科学科 准教授)



福岡県出身。九州工業大学生命体工学研究科脳情報専攻博士後期課程修了。博士(学術)。専門は武道学、スポーツ心理学。剣道歴35年(指導歴20年)。剣道の修練を継続する中で剣道熟練者(高段者)の達人スキルのメカニズムに興味を持ち、アスリートの視覚および脳情報に着目して研究活動を行っている。スポーツでの視覚機能の実験手法を応用し、マネジメントやマーケティングの研究にも取り組む。

参加費： 賛助・BIZCOLI 会員 無料
一般 1,000 円(クレジットカード決済のみ)

定員： 50名

締切： 7月24日(金)



お申込方法:

九経調ホームページ(<http://www.kerc.or.jp>)よりお申し込みください。

お申し込みいただいた方へ参加用 URL がついた登録完了メールが返信されます。

(※有料参加の方には、お支払いに関するご案内を登録いただいたメールアドレスへお送りし、お支払い確認後に参加用 URL をお送り致します。)

尚、当日資料は、セミナー開催 1 時間前にメールにて送付いたします。

※1: ネット配信サービス「ZOOM」にてライブ配信致します。事前のアプリインストール(無料)を推奨致しますが、それが難しい方は、WEBブラウザ(Google Chrome)からご参加ください。

※2: 参加者の映像・音声・お名前などは表示されません。

※3: 状況により、中止となる可能性があることをご承知おきください。

お問い合わせ:九州経済調査協会(担当:牟田・平田)

TEL:092-721-4909

E-mail:bizcoli@kerc.or.jp

主催:九州産業大学産業経営研究所、公益財団法人九州経済調査協会