

Title	動画広告出演者：一人称出演と三人称出演の比較分析
Sub Title	The comparison between first-person vs. third-person visual perspectives
Author	小野, 晃典(Ono, Akinori)
Publisher	慶應義塾大学
Publication year	2024
Jtitle	学事振興資金研究成果実績報告書 (2023.)
JaLC DOI	
Abstract	近年の広告研究の分野においては、広告メッセージではなく、メッセージ以外の広告要素が、広告効果に及ぼす影響を分析する研究が増加している。そのような文脈において、注目すべき研究として、静止画広告に関する注目を浴びている最近の既存研究は、広告出演者の視点から撮影された画像のケースと、第三者的観察者の視点から撮影された画像のケースを比較して、どちらが効果的か、幾つかの実験を展開している。その結果、消費者が促進焦点を持っている場合、すなわち、得られる利益が多いことを重視するような消費者の場合には、前者の広告、すなわち、一人称視点の静止画広告のほうが広告評価が高く、消費者が予防焦点を持っている場合、すなわち、被るかもしれない不利益が少ないことを重視するような消費者の場合には、後者の広告、すなわち、三人称視点の静止画広告のほうが広告評価が高い、ということを見出した。しかし、これは静止画の研究に留まっている。そこで、本研究は、動画広告的なvlogを対象にした。さらに、(1) 出演者視点のvlog、(2) 観察者視点で撮影された、出演者の顔が露出しているvlogに、(3) 観察者視点で撮影された、出演者の顔が秘匿されたvlogを加えた、三者を比較した。分析の結果、促進焦点型の消費者にとって、vlogで扱われたサービス（カフェや貸会議室）が最も高評価だったのは、一人称視点（出演者視点のvlog）である一方、予防焦点型の消費者にとって、vlogで扱われたサービスが最も高評価だったのは、三人称視点（観察者視点）で、なおかつ、出演者が顔出しをしていないvlogであることが見出された。 Previous research has compared still images employing the actor's perspective to those employing the observer's perspective and found that the former increases service evaluations if the consumers are promotion-focused, whereas the latter increases service evaluations if the consumers are prevention-focused. The research compares three kinds of vlogs, i.e., vlogs employing the actor's perspective, vlogs employing the observer's perspective without the actor's face, and vlogs employing the observer's perspective with the actor's face. The results show that the highest service evaluations are induced by the actor's perspective in case of promotion-focused consumers, whereas they are induced by the observer's perspective without the actor's face in case of prevention-focused consumers.
Notes	
Genre	Research Paper
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=2023000010-20230027

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

2023年度 学事振興資金（個人研究）研究成果実績報告書

研究代表者	所属	商学部	職名	教授	補助額	300千円 (A)
	氏名	小野 晃典	氏名（英語）	Akinori Ono		
研究課題（日本語）						
動画広告出演者：一人称出演と三人称出演の比較分析						
研究課題（英訳）						
The comparison between first-person vs. third-person visual perspectives						
1. 研究成果実績の概要						
近年の広告研究の分野においては、広告メッセージではなく、メッセージ以外の広告要素が、広告効果に及ぼす影響を分析する研究が増加している。そのような文脈において、注目すべき研究として、静止画広告に関する注目を浴びている最近の既存研究は、広告出演者の視点から撮影された画像のケースと、第三者的観察者の視点から撮影された画像のケースを比較して、どちらが効果的か、幾つかの実験を展開している。その結果、消費者が促進焦点を持っている場合、すなわち、得られる利益が多いことを重視するような消費者の場合には、前者の広告、すなわち、一人称視点の静止画広告のほうが広告評価が高く、消費者が予防焦点を持っている場合、すなわち、被るかもしれない不利益が少ないことを重視するような消費者の場合には、後者の広告、すなわち、三人称視点の静止画広告のほうが広告評価が高い、ということを見出した。しかし、これは静止画の研究に留まっている。そこで、本研究は、動画広告的なvlogを対象にした。さらに、(1) 出演者視点のvlog、(2) 観察者視点で撮影された、出演者の顔が露出しているvlogに、(3) 観察者視点で撮影された、出演者の顔が秘匿されたvlogを加えた、三者を比較した。分析の結果、促進焦点型の消費者にとって、vlogで扱われたサービス（カフェや貸会議室）が最も高評価だったのは、一人称視点（出演者視点のvlog）である一方、予防焦点型の消費者にとって、vlogで扱われたサービスが最も高評価だったのは、三人称視点（観察者視点）で、なおかつ、出演者が顔出しをしていないvlogであることが見出された。						
2. 研究成果実績の概要（英訳）						
Previous research has compared still images employing the actor's perspective to those employing the observer's perspective and found that the former increases service evaluations if the consumers are promotion-focused, whereas the latter increases service evaluations if the consumers are prevention-focused. The research compares three kinds of vlogs, i.e., vlogs employing the actor's perspective, vlogs employing the observer's perspective without the actor's face, and vlogs employing the observer's perspective with the actor's face. The results show that the highest service evaluations are induced by the actor's perspective in case of promotion-focused consumers, whereas they are induced by the observer's perspective without the actor's face in case of prevention-focused consumers.						
3. 本研究課題に関する発表						
発表者氏名 (著者・講演者)	発表課題名 (著書名・演題)	発表学術誌名 (著書発行所・講演学会)	学術誌発行年 月 (著書発行年 月・講演年月)			
Akinori Ono, et al.	The comparison among three kinds of visual perspectives of service experience vlogs	2023 Global Marketing Conference	2023年7月			