

2020年12月2日

報道関係各位

株式会社 USEN

日本音楽知覚認知学会 学会賞『ポスター発表選奨』を受賞

「コンビニエンスストア内 BGM の購買行動への影響」を昭和女子大学と共同研究

BGM のテンポの影響力が明らかに

USEN-NEXT GROUP の株式会社 USEN（本社：東京都品川区、代表取締役社長：田村 公正、以下、当社）は、昭和女子大学（東京都世田谷区：学長 小原奈津子）人間社会学部心理学科の池上真平専任講師と「店内 BGM のテンポがコンビニエンスストアでの購買行動に及ぼす影響」に関して共同研究を行い、その研究結果を発表しました。

この共同研究は、速いテンポの BGM によって時間あたりの購入金額が高くなることなどを実験により明らかにしたもので、日本音楽知覚認知学会 2020 年度秋季研究発表会で学会賞「ポスター発表選奨」を受賞しました。

■概要

- ・受賞名：日本音楽知覚認知学会ポスター発表選奨
- ・開催日：2020年10月24日（土）・25日（日）
- ・発表タイトル：店内 BGM のテンポがコンビニエンスストアでの購買行動に及ぼす影響
（発表番号：JSMPC2020-9）
- ・共同研究：昭和女子大学 人間社会学部 心理学科 博士(心理学)池上真平 専任講師
認知心理学、実験心理学、音楽心理学の研究に従事
- ・研究結果は、USEN が展開する『音空間デザインラボ』にも掲載予定
<https://usen.com/portal/otodesign/>



写真：実験で使った店舗

■池上先生からのコメント



写真：昭和女子大学
人間社会学部心理学科
池上真平専任講師

今回の実験では、BGM のテンポが購買行動にどのような影響を及ぼすのかについて検討しました。その結果、速いテンポの BGM では、衝動買いが起きやすいとされる感情状態が生じ、時間あたりの購入金額が高くなることが明らかになりました。さらに、衝動性が高い消費者の場合、速いテンポの BGM のもとではより短時間で買い物を済ませることも示されました。一方、遅いテンポの BGM では、リラックス感が高くなることなどがわかりました。速いテンポ・遅いテンポそれぞれに特徴があるので、状況に応じて BGM のテンポを使い分けると考えられます。

【報道関係者からのお問い合わせ先】
株式会社 USEN-NEXT HOLDINGS
グループ企画推進部 グループ PR 課：清水
電話：03-6823-2010
E-MAIL：unhdpr@usen-next.jp