

視覚情報と宣伝効果の関係性

班員 川口睦希 福田彩羽
塩谷夏菜 緒方陽菜

指導者:五反智大先生

背景・目的

株式会社『明治』にはSNSを中心に宣伝を行った際、その商品が爆発的に売れたというデータがある。私達はこのデータ以外にも商品の効果的な宣伝方法や宣伝内容が存在しているのではないかと考えた。そこで今回は各種ある宣伝方法の内、ポスターを用いた宣伝方法に着目し、研究することにした。

また、上記のような宣伝方法を発見し、応用すれば、今後のポスター作成や会社の広報等、将来的にも社会で役立つことができるのではと考えた。

実験・調査

1) 調査する

- ・延岡の有名なもの
- ・延岡の既存のお土産
- ・過去にあったPR方法(聞き込み調査)

2) 実際に聞き込みをする

延岡の和菓子店「虎彦」様へ計二回の聞き込みを行った

3) デザインを考え、作成する

調査内容を元にデザインの異なるポスターを四枚作成



4) アンケートをとり改善点を探す

【対象】 校内生徒99人

【質問内容】

- ・四枚のポスターで最も目を惹いたのはどれか
- ・そのポスターを選んだ理由(記述式)

5) 改善する

4)のアンケート結果を元に、人の目を惹くポスターを作成。完成形を虎彦さんへ提出

参考文献

・Poster Edenz 注目の的になる！学会発表用ポスター作成
<https://jp.edanz.com/blog-cta/poster>

謝辞

虎彦様、水永様、アンケートに答えて頂いた延岡高校の皆さま、ご協力して頂きありがとうございました。

結果

アンケート結果(計99票)

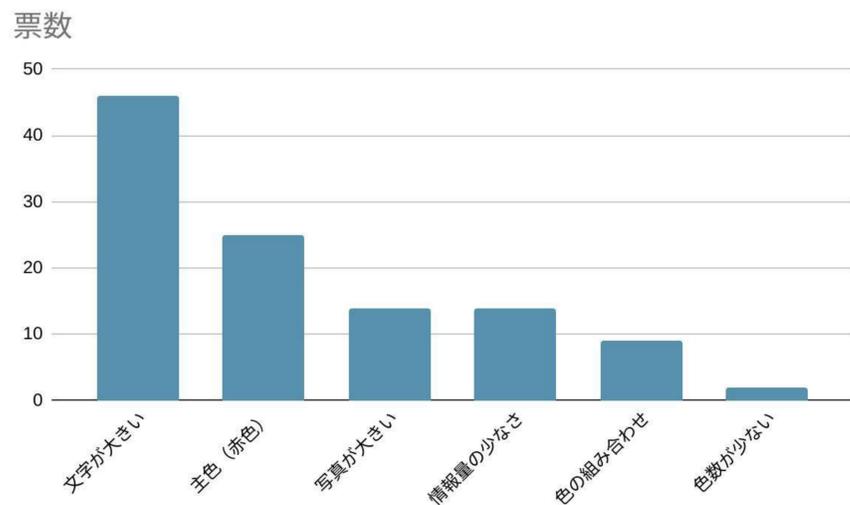
1位 ①(74票)

2位 ②(24票)

3位 ④(1票)

4位 ③(0票)

【①が選ばれた理由】(複数回答)



1位 文字が大きい(46票)

2位 主色が赤色 (25票)

3位 写真が大きい

情報量の少なさ(同率14票)

考察

人の目を惹くポスターとは、目立たせる物が中心にあり、主色は暖色系の中でも特に濃い色が目を惹くと考えた。また、一目で理解できる情報量のほうが人の目を惹くと考えた。

今回の結果をもとに、作成したポスターを広報担当の方に見てもらった結果、虎彦さんに掲示してもらえたことにより、結果はプロの目から見ても正しいと言える。