

白紙のポスター

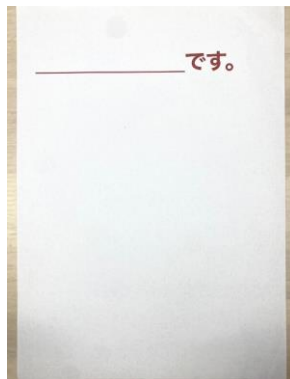
2024年2月17日 第14回仕掛学研究会 大阪大学 西川響名子、小林一瑛

◆背景

大阪大学に掲示されているポスターの認知度アップを図るため、ブラックライトに反応するペンで字を書いた「白紙のポスター」を構内に掲示し、目を止めた人の数などを通常のポスターと比較する実験を2回実施した。

◆実験の概要

普通のポスターと「白紙のポスター」両方を大阪大学の共通棟に掲示し、
①目を向けた人
②ポスターを二秒以上見た人
③ポスターの写真を撮るなどアクションを起こした人
/ブラックライトを使用した人
以上三項目の人数を観察・比較した。



通常ポスター⇒7/4, 7/5 12:00-12:15, 12:45-13:00
白紙ポスター⇒7/7, 7/10 12:00-12:15, 12:45-13:00
の日程で実験を実施した。

※なお、実験には「留学経験者による留学相談会」のポスターを使用した。（許可取得済み）

◆実験結果

実験結果は以下の表のようになった。

（※④⇒ポスターの前を通った人（→実験の母数））

実験を実施した二日間の②③の合計が母数に占めている割合が、通常のポスターでは母数の約**12%**、白紙のポスターでは母数の約**41%**であった。

| 通常のポスター | 7/4 | 7/5 | 白紙のポスター | 7/7 | 7/10 |
|---------|--------|--------|---------|--------|--------|
| ① | 24 12% | 27 16% | ① | 39 52% | 41 35% |
| ② | 20 19% | 7 4% | ② | 26 35% | 27 23% |
| ③ | 1 1% | 5 3% | ③ | 17 23% | 10 8% |
| ④ | 106 | 164 | ④ | 75 | 118 |

◆まとめ・今後の課題

ポスターの存在に気づいた人に対して、今回の仕掛けは**十分効果がある**ことが分かった。しかし、そもそもスマートフォンなどほかのものに気を取られポスターに気づかない人も一定数いた。今後は聴覚・嗅覚などに働き掛け、**ポスターの存在に気づいてもらえるような工夫**を考えたい。また十分な実験日数が取れなかったため、もっと実験を重ねてより正確なデータを取りたい。