

## 校門前チラシ配布の影響力

社会班：大村 哲平      村岡 亮典  
          片岡 美紀      黒川 瑞貴  
          中島 泰広      源 清香

### 1. はじめに

高津高校の校門前では、連日周辺の塾や予備校による宣伝活動（チラシ配布）が行われている。しかし、本校の生徒が配布物を手に取っている様子はあまり見られないと感じた。そこで、「校門前のチラシ配布は利益に結びつかず、費用対効果は小さい」という仮説を立て、これについて研究を行った。

### 2. 研究の過程

- (1) 広告、宣伝の歴史や変遷を調査し、過去のチラシの形態や効果について調べた。
- (2) 高津高校周辺の予備校1校にアポイントメントを取り、チラシ配布に関する質問をまとめ、取材を行った。
- (3) 高津高校2年生3年生、計265人に対してアンケートを行った。アンケートから校門配布に対する生徒の行動や意識を調べ、校門配布の現状、効果を推測した。
- (4) 予備校への取材とアンケート結果から総合的に校門配布の効果を考察した。

### 3. 結果

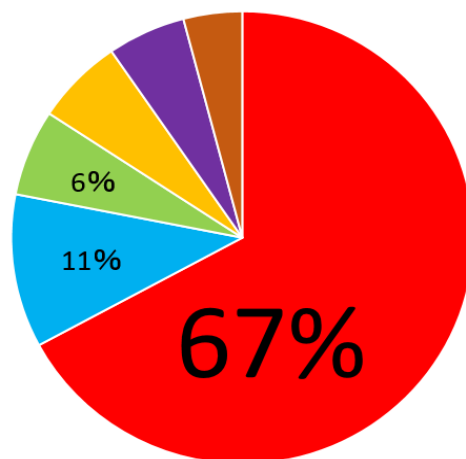
#### (1) 取材結果

- ① チラシ配布の最大の目的は自社の存在を少しでも受け手の印象に残し、認識してもらうことである。
- ② 広告活動は継続が重要であるからチラシ配布を続けている。

#### (2) アンケート結果

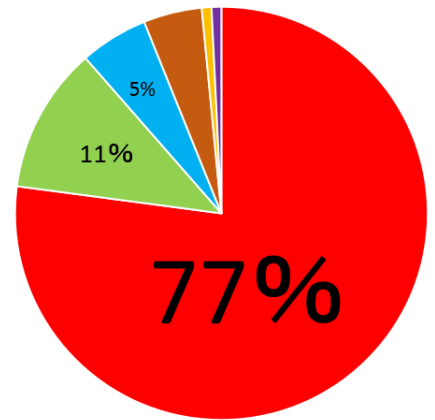
##### ① 塾を初めて知るきっかけになったもの

- ・ 知人、親の紹介：67%
- ・ ネット：11%
- ・ チラシ：6%



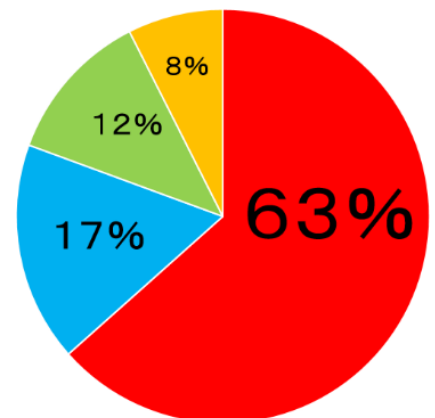
②塾に通う大きなきっかけになったもの

- ・知人、親の紹介：77%
- ・チラシ：11%
- ・ネット：5%



③チラシ配布に対する高校生の反応

- ・配布物に付属のおまけだけ残し、  
チラシは捨てた：63%
- ・チラシを受け取り、中身を見た。  
また、親に渡した：17%
- ・チラシ配布に興味がなく、  
受け取ったことはない：12%
- ・チラシ配布について



否定的である

#### 4. 考察

予備校への取材結果と生徒へのアンケートから、高校生に対して塾や予備校のチラシ配布は影響力が少ないと考察した。しかし、予備校からは、チラシ配布には効果があり継続が重要である、という回答が得られた。ここで、「単純接触効果」という現象に注目した。単純接触効果とはある対象に何度も繰り返し接触することで無意識のうちにその対象への好感度が上昇する現象として知られている。また、一般的な宣伝、広告もこの効果を利用していることが知られているので、チラシ配布も単純接触効果を利用していると考えられる。したがって、アンケートにチラシ配布の効果が見られなかったのは、生徒が無意識のうちにチラシ配布の影響を受けているからであると考えられる。

## 5. 結論と反省

予備校などの企業は、チラシ配布によって広告の受け手から短期的な利益（商品、サービスの販売による収益）を狙っているのではなく、単純接触効果による影響を利用した世間やコミュニティ内でのブランド形成、またそれによって得られる将来的な利益の獲得を狙っていると結論付けた。

今回の研究では、チラシ配布の単純接触効果によって無意識のうちに影響が与えられているのかを実際に確認できなかったことが課題であり、発展の余地がある。

## 6. 参考文献

『広告の世界史』高桑末秀 著（日経広告研究所）

『単純接触効果と無意識—われわれの好意はどこから来るのか—（2015）』川上直秋 著