

日本人と外国人がロゴマークに受ける印象

社会班：田辺航大 清水大翔 新宅芳琉
大平皓輝 古田智也 平松敬史郎

1. はじめに

「外国の企業のロゴは絵が多く日本の企業のロゴは文字が多い」という記事を見つけた。そのため日本人は外国人よりも文字を好む傾向があり、外国人は日本人よりも絵を好む傾向があるのではないかと考え、調べることにした。

2. 実験方法

絵を主とするロゴと文字を主とするロゴをともに持つ企業を調べ、4種類（RED BULL, PLAYSTATION, YOUTUBE, NIKE を2つずつ、計8つのロゴ）を用意した。

（例） NIKE



《日本人に対して》

高津2年文理学科計160名に対し同じ企業の絵と文字のロゴを見せ、どちらがよいか挙手制でアンケートを実施した。

《外国人に対して》

外国人との交流アプリ「Hello Talk」で日本人と同様に、どちらのロゴがよいかアジア人80人、欧米人80人にアンケートを実施した。

3. 結果

《日本人の結果》

	レッドブル	プレステ	ユーチューブ	ナイキ	平均
絵	50%	47%	22%	60%	45%
文字	50%	53%	78%	40%	55%

《外国人の結果》

① 欧米人

	レッドブル	プレステ	ユーチューブ	ナイキ	平均
絵	61%	80%	32%	81%	64%
文字	39%	20%	68%	19%	36%

② アジア人

	レッドブル	プレステ	ユーチューブ	ナイキ	平均
絵	60%	82%	28%	71%	61%
文字	40%	18%	72%	29%	39%

*外国人全体の平均は絵 62.5%、文字 37.5%

4. 考察

日本人だけの結果を考えると、絵と文字の間にあまり差はなかった。だが、外国人の結果と相対的に比較すると日本人は外国人よりも文字のほうを好む傾向があるといえる。また欧米人とアジア人の間にはあまり差がないことがわかった。これには、文字のルーツの違いが関連していると考えられる。外国の文字は、象形文字など、物事を絵で表した文字から現在の文字に派生して完成された。対して日本の仮名文字は、中国から漢字が渡ってきてからそれを元に完成された。つまり、外国の文字は絵から文字へと変化し、日本の文字は、文字から文字へと変化した。この経緯が日本人が文字を好む傾向にある要因の一つであると私たちは考える。また、YouTubeのみが日本人と外国人を問わず、文字のほう好まれる傾向があったのは、YouTubeの文字の画像(下図右)若干絵の要素を含んでいたからだと考えられる。



絵



文字

5. 参考文献

世界のロゴ&マークコレクション (ピエブックス)

日本のロゴ (成美堂出版)