

食べ物の広告を魅力的に見せるには ～アンケート調査の結果による検証～

社会班：高橋 凜、田川 愛、原 ほのか、矢原 嘉子

1. はじめに

インターネット広告が普及している今でも、紙媒体の広告はよく見かけられる。そこで私たちは普段見る機会の多い食べ物の紙広告に注目し、どうすれば受け手にいい印象を与え、より魅力的に商品を見せることができるのかに興味を持ち、自分たちで広告を作成し、それを用いたアンケート調査に基づいて研究することにした。

2. 実験方法

対象物をハンバーガーにして、光については真横に固定し、角度は真上、45度、真横の3種類、そして距離は近め、遠めの2種類に設定して組み合わせで写真を撮りその中から4枚に絞った。その写真を用いて背景、文字は固定して写真のみを変えて4種類の写真を作成した。そこで私たちは、男女で食べ物に対して求める条件が異なるため、男女によって選ぶ広告に差があるのではないかと考えた。また、ハンバーガーチェーン店の広告で真横・近めのアングルをよく目にするため、④が1番人気なのではないかという2つの仮説を立てた。その仮説をふまえて、2年生72人に食べたいと思う広告を選んでもらった。



① 45度・遠い



② 真横・遠い



③ 45度・近い



④ 真横・近い

3. 結果

アンケート結果

1位	①45度・遠い	33人	男15人 女18人
2位	③45度・近い	23人	男16人 女7人
3位	②真横・遠い	7人	男3人 女4人
4位	④真横・近い	5人	男2人 女3人

4. 考察

1位は①でハンバーガーとポテト、サラダの配置が三角形になっている。これを三角構図という。これは写真に安定感を与え、料理写真によく用いられる撮影方法である。次に2位は③でシズル感がバンズや肉の部分に最もわかりやすく見られた。シズル感とは、揚げ物や肉が焼ける音やにおいを感じさせ、客の購入意欲を刺激する手法である。この他にも男子からの票が多く、男女差が見られた。このことより3・4位は票が少なかったため、これらを選ばなかった理由を聞くと、3位の②は立体感がなく写真のバランスが悪い、4位の④はサイズ感が分かりづらく、近すぎる。全体が見えない。などのマイナスの意見が得られた。

5. まとめ

考察より私たちが立てた④が一番人気だという仮説とは異なり多くの票を得られなかった。④のアンクルはハンバーガーの具材がよく見えるため一般的なハンバーガー店のメニューなどで使用されている。しかし、今回作成した広告はハンバーガーのみを対象としていないため、サイズ感が分かりづらく、このような広告には不向きと考察する。今回は、広告作成後に三角構図やシズル感に気づき、それらがアンケート結果の裏付けになったため、角度と距離の及ぼす影響の有無は今回の研究では正確に分からなかった。今後は、条件を揃えて角度と距離がもたらす影響を研究したい。アンケートの対象が72人だけだったので、今後、幅広い年齢層でも実施し、対象物を変えて他のものでも検証したい。

6. 参考文献ならびに参考 Web ページ

佐藤朗著 (2012) 『おいしいかわいい料理写真の撮り方』

『お料理写真 10のコツ』

<https://ferret-plus.com/words/889>

<https://www.aussie-fan.co.jp/contents/foodcoordinate/photo/59>

7. 謝辞

大塚商事株式会社 代表取締役 大塚征慈郎様