

1. 概要

本研究では、ポスターの視認率の向上を目的として、反転ポスターと鏡を組み合わせた仕掛けを考案した。実験により、仕掛けは通常のポスターよりも気づいてもらいやすく、また歩行者の注目を集めることを明らかにした。

2. 実験概要

日時：2023年12月21日（木）、2024年1年9日（火）（合計4時間）
場所：大阪大学豊中キャンパスのメインストリート
測定項目：通行人、気づいた人（看板か鏡に気付いた人）、しっかり見た人（立ち止まって反転ポスター or 鏡を見る）を目視により観察した。

3. 実験条件

対照条件として通常のポスター（反転させていないポスター）をメインストリートの脇に設置した（図1）。また、介入条件として鏡と反転ポスターを1メートル離して向い合わせて設置した（図2）。

4. 実験結果

日時	通行者数	気づいた人数	しっかり見た人数
対照条件	525	27	6
介入条件	663	125	52

	対照条件	介入条件
通行 → 気づいた	5%	19%
気づいた → しっかり見た	22%	42%



図1：普通のポスター



図2：鏡に映った反転ポスター

5. 考察と今後の課題

実験結果より、普通のポスターに気づく人は5.1%、鏡と反転ポスターを用いた仕掛けポスターに気づく人は18.9%であり、仕掛けポスターの方が普通のポスターの3.7倍気づいてもらいやすいことがわかった。また、仕掛けポスターに気づいた人のうち42%はしっかり見ることもわかった。したがって、提案手法は通行人への注視率を向上させることを確認した。

今後は、ポスターのデザインや実験場所、鏡の位置や大きさといった様々な実験条件を検討し、仕掛けの効果を詳細に検討したい。また、ポスターの内容の理解に及ぼす影響についても検討したい。