

2022年度
情報デザイン学科メディアデザイン専攻
卒業研究

産学官連携広報活動



展示会「メッセなごや」における、ツールデザインの効果検証 (愛知ブランドブース)

大同大学 上岡研究室
D19040 坂口日菜

目次

P3.	愛知ブランド企業について	P16.	印刷・仕様について
P4.	研究制作活動の概要	P17~20.	メッセージ
P5.	研究制作過程	P21.	アンケート
P6.	調査内容	P23~33.	アンケート結果
P7~9.	プレゼン案	P34.	考察
P10~15.	デザイン決定	P35.	総括

愛知ブランドについて

愛知ブランド企業

ものづくり王国と言われる愛知県では、県内製造業の実力を広く国内外にアピールし、世界的ブランドへと知名度の向上を図るため、県内の優れたものづくり企業を「愛知ブランド企業」として認定している。

(Aichi Quality 愛知ブランドHPより抜粋：<https://www.aichi-brand.jp>)



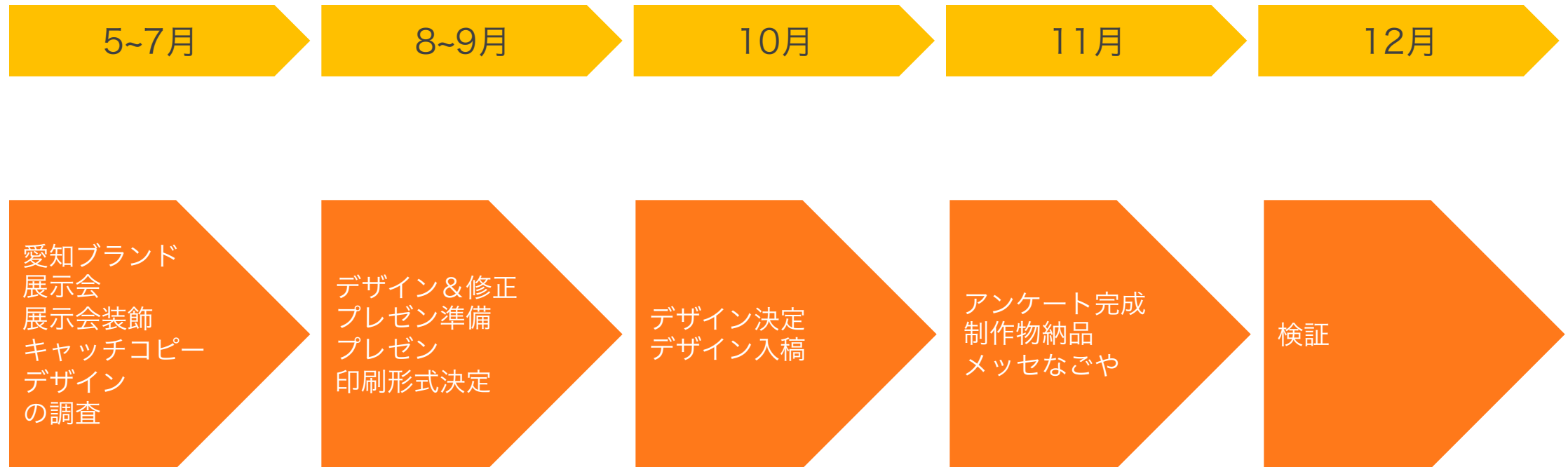
研究制作活動の概要

AQPR活動では通常、愛知県産業振興課から依頼により、認定推進事業「愛知ブランド」企業からの研究依頼のあった企業から1社を選定し、企業の広報課題研究制作だが、グラフィックデザインに特化した制作と検証を行いたく、相応しい機会として愛知県が出展する展示会（メッセなごや2022）を選択し、愛知ブランド全体をテーマとした装飾ツールのデザインとメッセなごやが3日間開催されるということで、毎日ツールのデザインを変更し、効果検証を行った。

ブースの注目度UP、来場促進、商談機会を増やすことに留意し制作した。

制作及び調査協力：上岡ゼミ 3年生(渡邊そらさん、野田葉月さん、前島晃介さん)

研究制作過程



調査内容

愛知ブランド

B to B(企業同士の交流の場)、認定されると箔が付く

屋外広告

立看板は会場や店舗の出入口に設置される屋外広告で、その近くを通る人が一番目にし、入店させるのが目的の広告 → 入口スタンド

壁面広告や懸垂幕は、建物の情報伝達や宣伝をする広告 → バックパネル

(Marketing Solution MS CORPORATION HP より一部抜粋:)

展示会&装飾

統一 感がありブースの雰囲気が一瞬にしてわかる、シンプルな色合いのデザイン

キャッチコピー

見る人の心を一瞬で捉えて、その先の行動を喚起するような効果を持つ。そのため、短くわかりやすく、興味を引くような言葉

(マーケターの知りたい!が詰まった MarkeTRUNK HP より一部抜粋:)

プレゼン案（制作物）

入口スタンドのサイズは縦1200mm横400mm、バックパネルのサイズは縦2700mm横6000mmで制作する提案をした。それぞれの設置場所は、入口スタンドはブースの手前、バックパネルはブースの壁面に設置することを提案させて頂いた。

理由→ ・メッセなごやの要項により、のぼりなどを設置する時高さ1200mmを超えてはいけない

・ブースの壁面の大きさが縦2700mm横6000mmである

・1枚一気に印刷したほうがデザインのよれを無くすことができることと、コストを抑えられる

プレゼン案（キャッチコピー）

・わけあり!?(1日目)

→愛知ブランドに認められるにはいくつかの認定項目がある。
だから認められるにはそれだけの理由（わけ）ある！という意味

・できます(2日目)

→愛知ブランドは企業同士の交流の場であり、新たな仕事を見つけることができる。そしてその仕事を愛知ブランドブースにきたらできるという意味

・見て！聞いて！話して！（3日目）

→見ざる、言わざる、聞かざるをモチーフにした。愛知ブランドブースに来て見て、聞いて、話して新たな企業同士の交流につなげようという意味

プレゼン案 (デザイン)

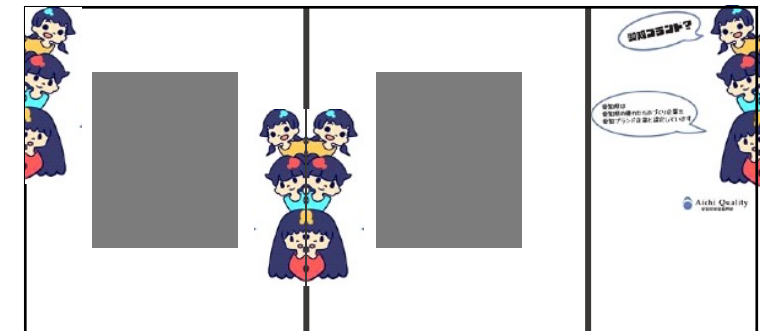
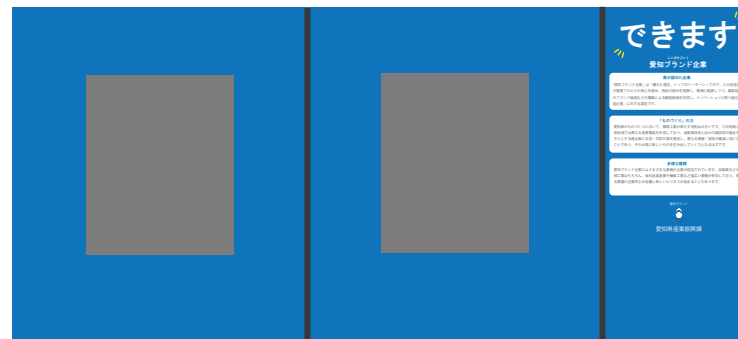
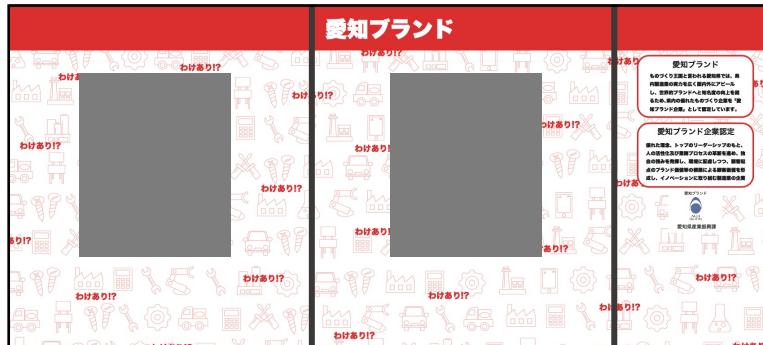
1日目 デザイン：坂口



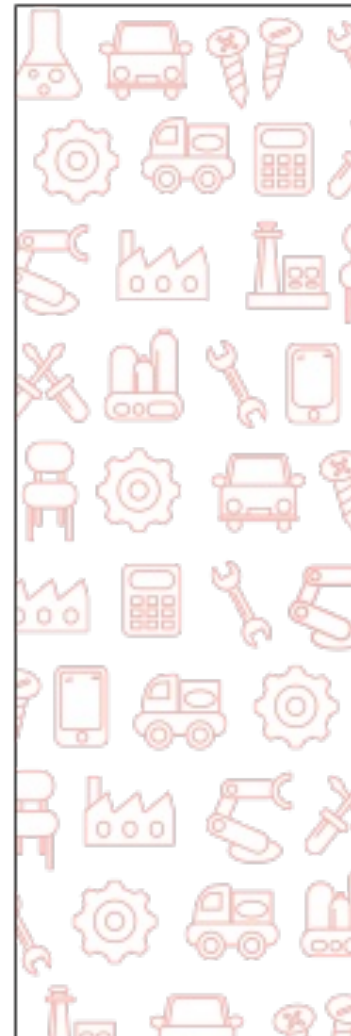
2日目 デザイン：渡邊



3日目 デザイン：野田



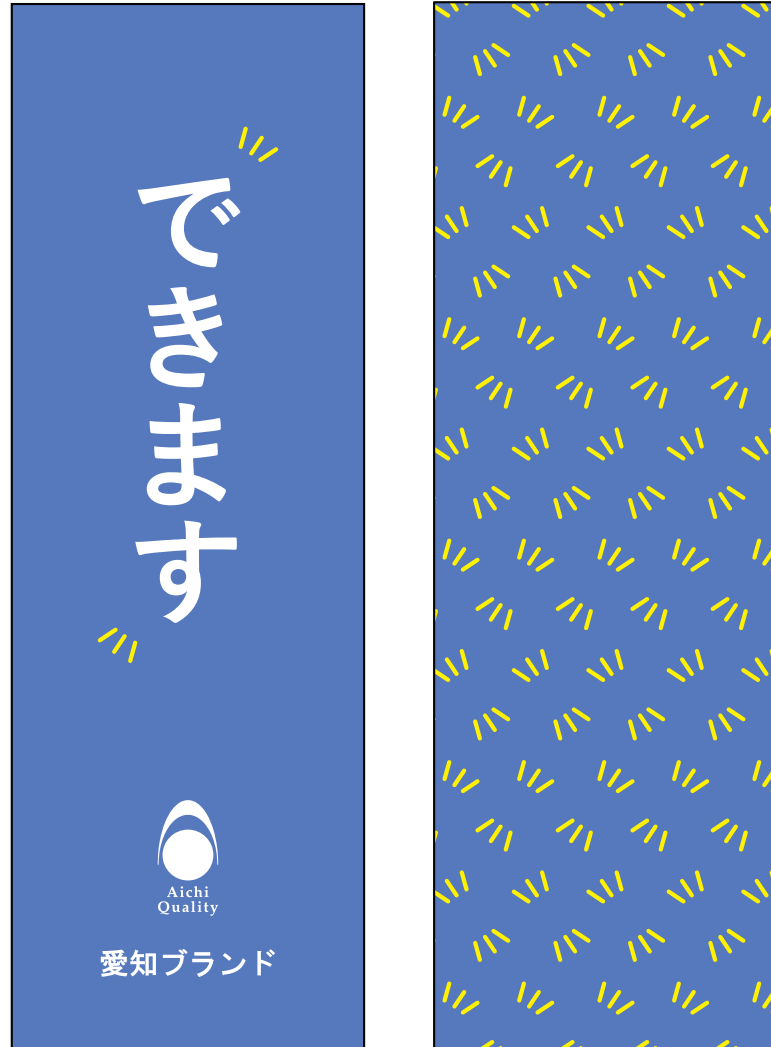
デザイン決定（1日目 入口スタンド表&裏）



デザイン決定（1日目 バックパネル）



デザイン決定 (2日目 入口スタンド表&裏)



デザイン決定（2日目 バックパネル）

できます 愛知ブランド



丸菱工業株式会社

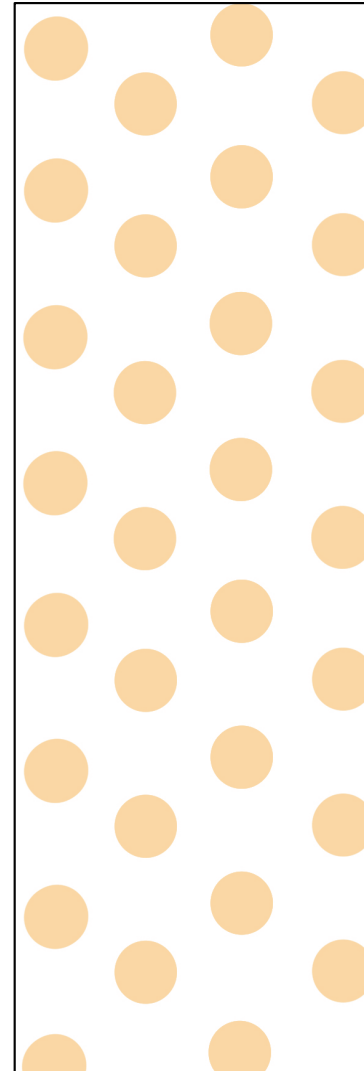
アサヒ繊維工業株式会社

愛知ブランド

愛知県が認定した、“オンリーワン”
や“トップシェア”など世界に誇る
独自の技術や製品を持つ、
キラリと光る企業のことです！

愛知ブランドには県内の製造業の
企業が400社認定されています。
自動車などの機械工業はもちろん、
食料品製造業や繊維工業など
幅広い業種が認定されています。

デザイン決定 (3日目 入口スタンド表&裏)



デザイン決定 (3日目 バックパネル)

見て！聞いて！話して！愛知ブランド



株式会社鬼頭精器規製作所

株式会社レーザックス

愛知ブランド？

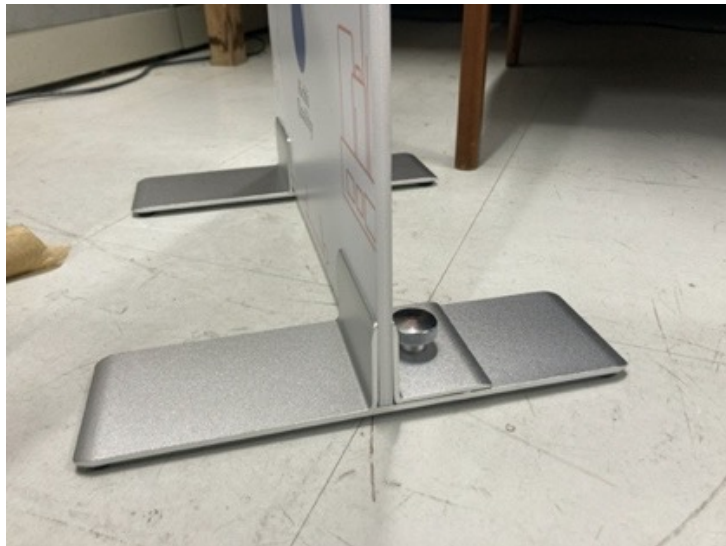
愛知ブランド

愛知県が認定した、“オンリーワン”や“トップシェア”など世界に誇る独自の技術や製品を持つ、キラリと光る企業のことです！

愛知ブランドには県内の製造業の企業が400社認定されています。自動車などの機械工業はもちろん、食品製造業や繊維工業など幅広い業種が認定されています。

印刷・仕様について

入口スタンドは発泡スチロール素材でボードスタンドを足下にセットすることで自立させた。大きさは縦1200mm、横400mmで製作した。バックパネルは、縦2700mm、横6000mmでトロマットという素材の布を使用した。



メッセなごや準備



メッセなごや1日目



メッセなごや2日目



メッセなごや3日目



アンケート



出展者様用

実施日時: / /

お知らせ (認知ブランド) プースデザインについてのアンケート

このアンケートは、無償で行われます。
ブース内にて必ずお時間を頂戴し、記入は質問紙がなくなりません。

【目的】
認知ブランド(認知ブランド) プースのデザインについてのご意見を伺っています。
お忙しいところ恐れ入りますが、アンケートにご協力ください。

【調査対象者(認知ブランド)】
●プースデザイン(入口スタンド、バックパネル)
●調査先: 大阪大学情報学部 4年 専攻 日英
●目的: デザイン実務の発展に資する研究(卒業研究)
●収集した情報について: 卒業研究以外の目的では使用しません。

【調査期間】
・実施場所: ブース内(観客)
・アンケート時間: 5分程度(1名)
・アンケート開始時間: 10:00-17:00
・プースに到着する際は、お時間のこと(開始前が終了済)
・日時調整: 前日調整している方を除く
・調査票の扱いについて: 調査で利用させていただきます。窓口でお返却致します。
・プース内では写真撮影はご遠慮いただきたく存じます。
・服装: ゼミエスフォーム着用(3年は黒1代)

<設問>

Q1 出展者属性について

年齢 20代 30代 40代 50代 60代 その他()代
性別 男性 女性
職種 1.専業主婦 2.職人・木匠・加工工 3.化学・プラステック
4.鉄鋼・金属製品 5.各種機械器具 6.電子部品・電気機械器具
7.輸送用機械器具 8.その他()

Q プースのデザインについて

※調査する項目に○または□を塗り印してください

Q1) 「入口スタンド」は目をひきましたか? (5段階評価で伺います)

1.非常に目をひく 2.どちらかといえば目をひく 3.どちらとも言えない 4.どちらかといえば目をひかない 5.全く目をひかない

Q2) Q1で1、2を選んだ方で、どこが目をひきましたか? (複数回答可)

1.色づかい(フロント) 2.キャッチコピー 3.全体のデザイン 4.その他()

Q3) Q1で4、5を選んだ方で、どこが原因でしたか? (複数回答可)

1.色づかい(フロント) 2.キャッチコピー 3.全体のデザイン 4.その他()

Q4) 「入口スタンド」を見てプースに興味を持ちましたか? (3段階評価で伺います)

1.思った 2.どちらでもない 3.思わなかった

Q5) Q4で1を選んだ方でなぜそう思いましたか? (複数回答可)

1.色づかいが良い エキゾチックが良い 3.キャッチコピーが良い 4.全体のデザインが良い
5.現状が良い 6.その他()

Q6) Q4で3を選んだ方でなぜそう思いましたか? (複数回答可)

1.色づかいが良い エキゾチックが良い 3.キャッチコピーが良い 4.全体のデザインが良い
5.現状が良い 6.その他()

Q7) 「バックパネル」は目をひきましたか? (5段階評価で伺います)

1.非常に目をひく 2.どちらかといえば目をひく 3.どちらとも言えない 4.どちらかといえば目をひかない 5.全く目をひかない

Q8) Q7で1、2を選んだ方で、「バックパネル」のどこが目をひきましたか? (複数回答可)

1.色づかい エキゾチック 2.キャッチコピー 3.全体のデザイン 4.その他()

Q9) Q7で4、5を選んだ方で、「バックパネル」のどこが原因でしたか? (複数回答可)

1.色づかい エキゾチック 2.キャッチコピー 3.全体のデザイン 4.その他()

Q10) 「バックパネル」を見てプースに興味を持ちましたか? (3段階評価で伺います)

1.思った 2.どちらでもない 3.思わなかった

Q11) Q10で1を選んだ方でなぜそう思いましたか?

1.色づかいが良い エキゾチックが良い 3.キャッチコピーが良い 4.全体のデザインが良い
5.現状が良い 6.その他()

Q12) Q10で3を選んだ方でなぜそう思いましたか?

1.色づかいが良い エキゾチックが良い 3.キャッチコピーが良い 4.全体のデザインが良い
5.現状が良い 6.その他()

Q13) 「デザイン全体について」(入口パネルとバックパネルを含め)どう思いましたか? (3段階評価で伺います)

1.趣きを感じた 2.なんとなく思わなかった 3.趣きを感じなかった

Q14) このプースのデザインは認知ブランドと認識できましたか?

1.できた 2.できなかった

Q15) デザイン全体について(入口パネルとバックパネルを含め)の自由意見

(必ず必ず) 掲載よく!
アンケートは以上です。ご協力いただき、ありがとうございます。

アンケート結果(1日目入口スタンド)

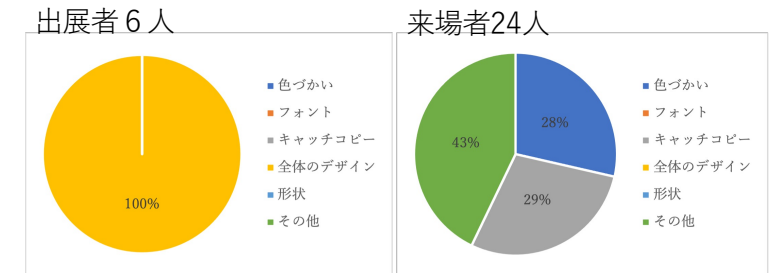
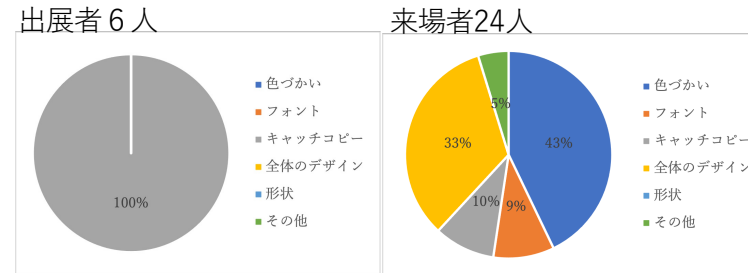
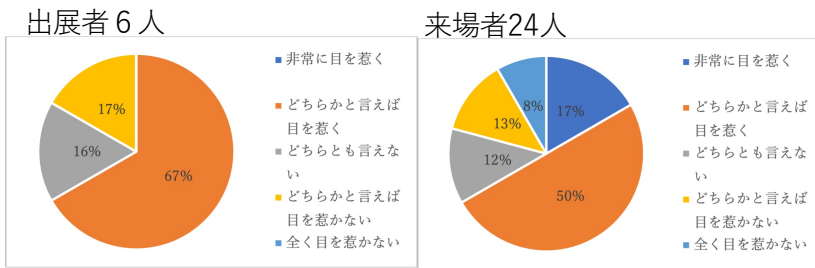


出展者6人：来場者24人

Q1) 「入口スタンド」は目をひきましたか？

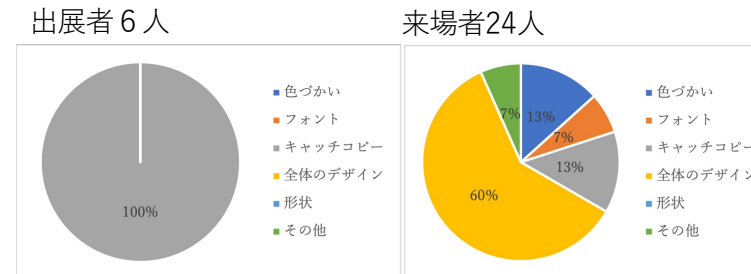
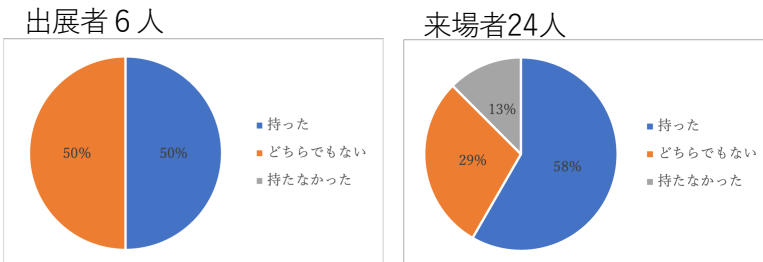
Q2) Q1で1、2を選んだ方で、どこが目をひきましたか？
(複数回答可)

Q3) Q1で4、5を選んだ方で、どこが原因でしたか？
(複数回答可)



Q4) 「入口スタンド」を見てブースに興味を持ちましたか？

Q5) Q4で1を選んだ方でなぜそう思いましたか？ (複数回答可) Q6) Q4で3を選んだ方でなぜそう思いましたか？



出展者6人

回答なし

来場者24人



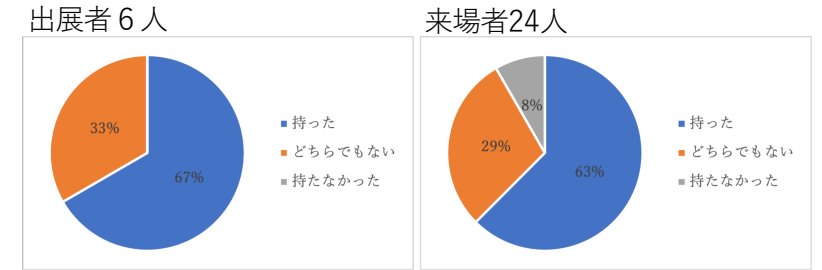
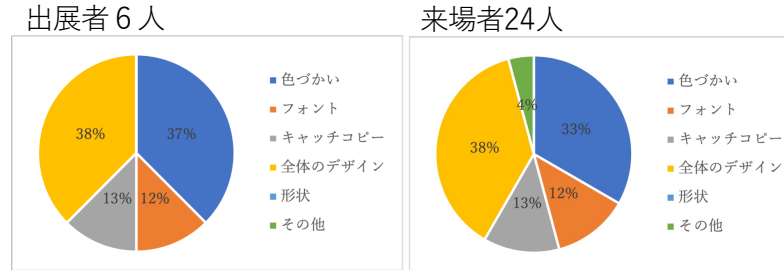
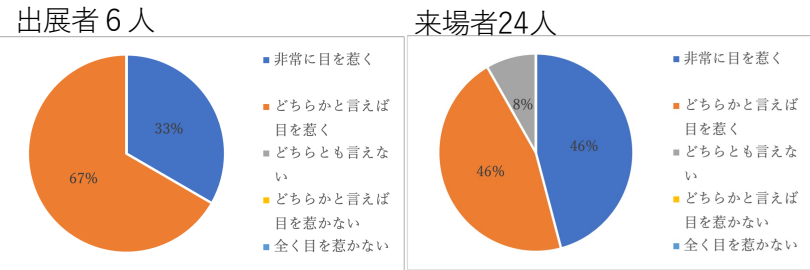
アンケート結果(1日目バックパネル)



Q7) 「バックパネル」は目をひきましたか？

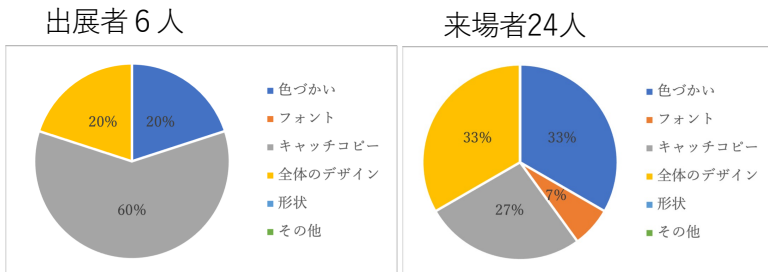
Q8) Q7で1、2を選んだ方で、「バックパネル」のどこが目をひきましたか？（複数回答可）

Q10) 「バックパネル」を見てブースに興味を持ちましたか？



Q11) Q10で1を選んだ方でなぜそう思いましたか？（複数回答可）

Q12) Q10で3を選んだ方でなぜそう思いましたか？



出展者 6人

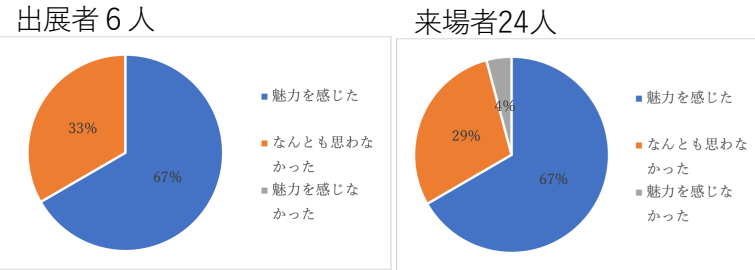
回答なし



アンケート結果(1日目デザイン全体)

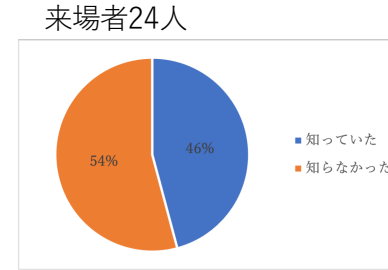


Q13) デザイン全体について (入口スタンドとバックパネルを含め) どう思いましたか?

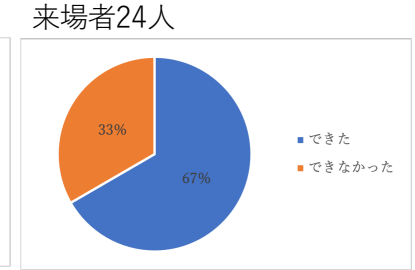
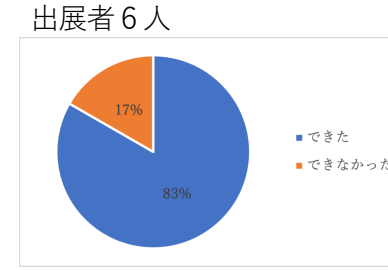


Q14) 愛知ブランドはご存知ですか?

出展者 6人
回答なし



Q15) このツールのデザインは愛知ブランドと認識できましたか?



アンケート結果(1日目まとめ)

出展者：愛知ブランド企業・愛知県

- ・ 入口スタンドは、どちらかといえば目をひく方が半分以上いた。
- ・ 目をひく要因としてキャッチコピーが挙げられた。
- ・ バックパネルは、目をひくという意見が多くいただけた。
- ・ 理由は色づかいと全体のデザインがいいという意見がいただけた。
- ・ ブースへの興味は入口スタンド、バックパネルどちらも半分以上の方の興味をひくことができた。
- ・ 愛知ブランドのブースであることを認識してくださる方が多くいたと感じた。

来場者

- ・ 入口スタンドは、非常に目をひくとどちらかといえば目をひく方が合わせて半分以上いた。
- ・ 理由は色づかいと全体のデザインがいいという意見が多かった。
- ・ バックパネルは、非常に目をひくとどちらかといえば目をひく方が合わせて4分の3以上いた。
- ・ 理由は色づかいと全体デザインがいいという意見が多かった。
- ・ ブースへの興味は入口スタンド、バックパネルどちらも半分以上の方の興味をひくことができた。
- ・ 愛知ブランドのブースであることを認識してくださる方が半分以上いた。



アンケート結果(2日目入口スタンド)



出展者2人：来場者16人

Q1) 「入口スタンド」は目をひきましたか？

Q2) Q1で1、2を選んだ方で、どこが目をひきましたか？
(複数回答可)

Q3) Q1で4、5を選んだ方で、どこが原因でしたか？
(複数回答可)

出展者2人

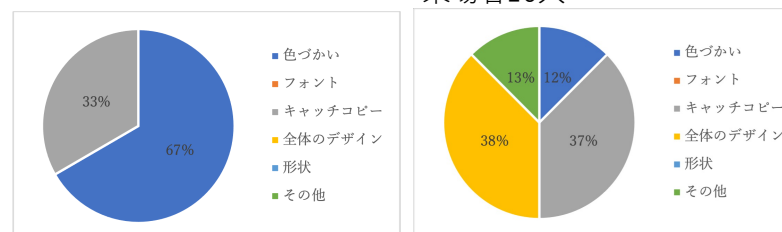
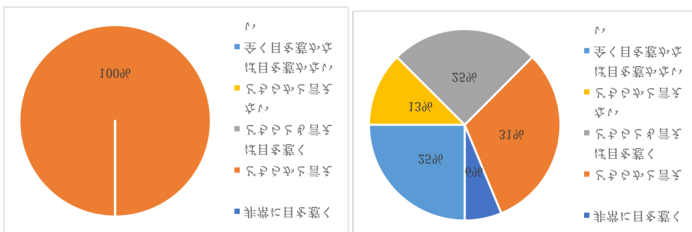
来場者16人

出展者2人

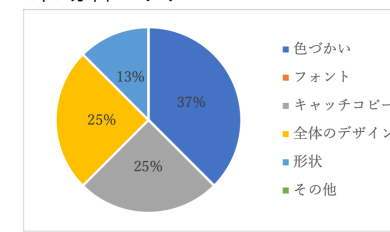
来場者16人

出展者2人

来場者16人



回答なし



Q4) 「入口スタンド」を見てブースに興味を持ちましたか？

Q5) Q4で1を選んだ方でなぜそう思いましたか？ (複数回答可)

Q6) Q4で3を選んだ方でなぜそう思いましたか？

出展者2人

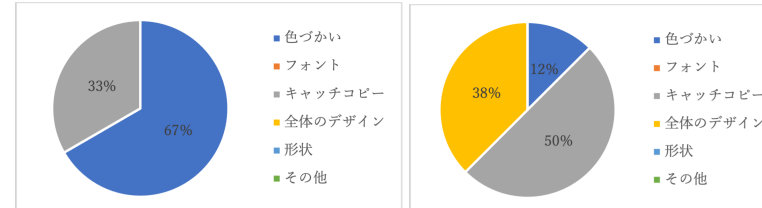
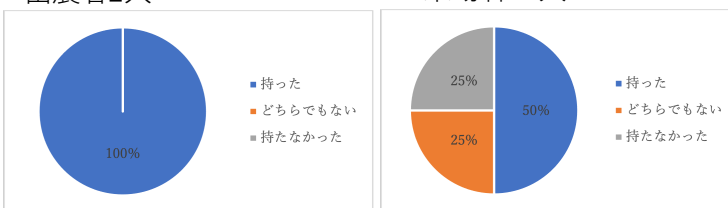
来場者16人

出展者2人

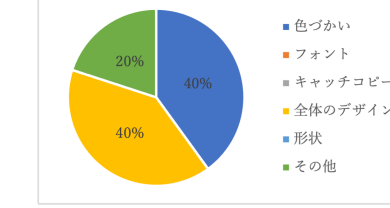
来場者16人

出展者2人

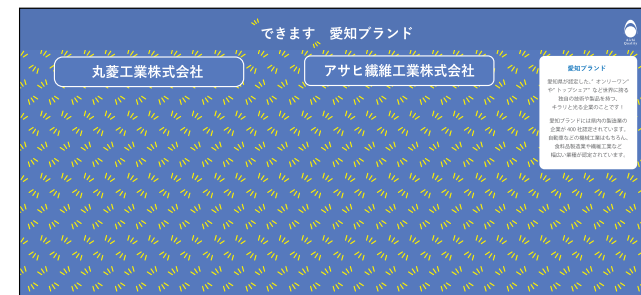
来場者16人



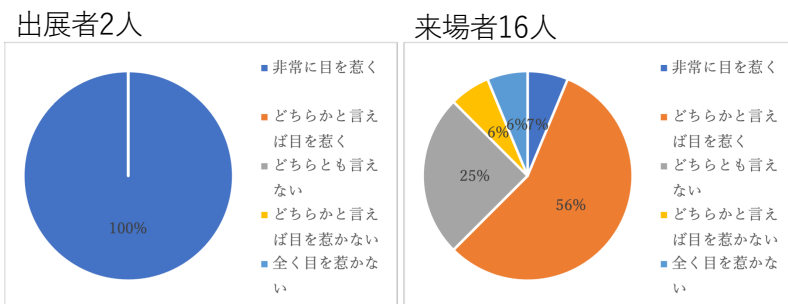
回答なし



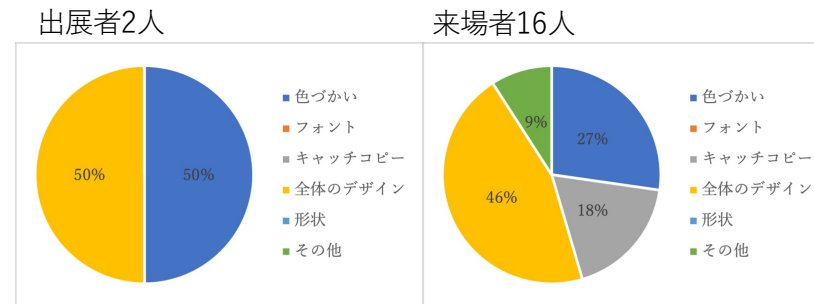
アンケート結果(2日目バックパネル)



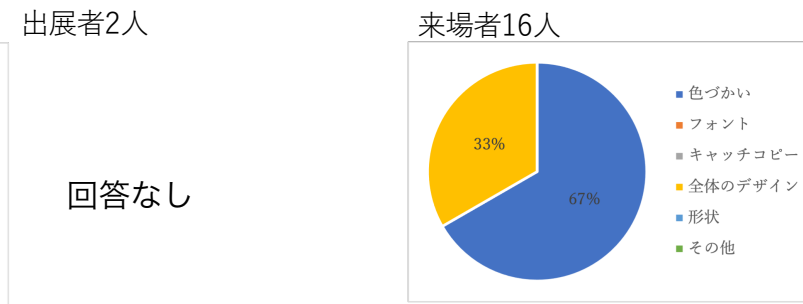
Q7) 「バックパネル」は目をひきましたか？



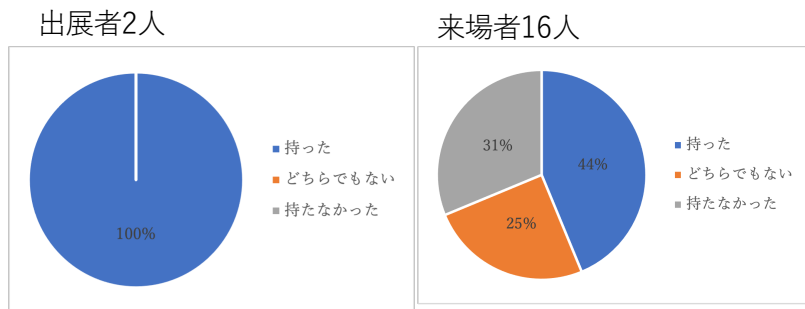
Q8) Q7で1、2を選んだ方で、「バックパネル」のどこが目をひきましたか？(複数回答可)



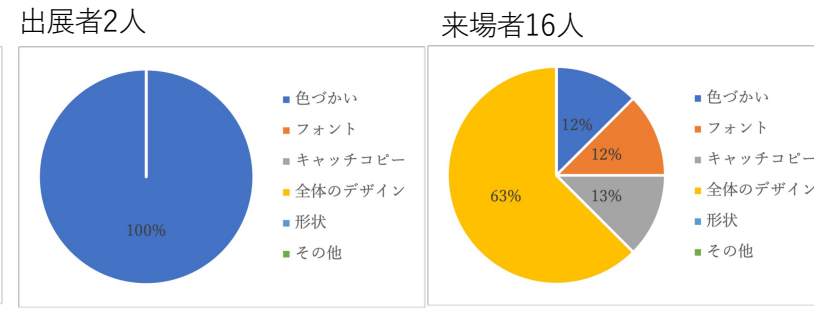
Q9) Q7で4、5を選んだ方で、「バックパネル」のどこが原因でしたか？



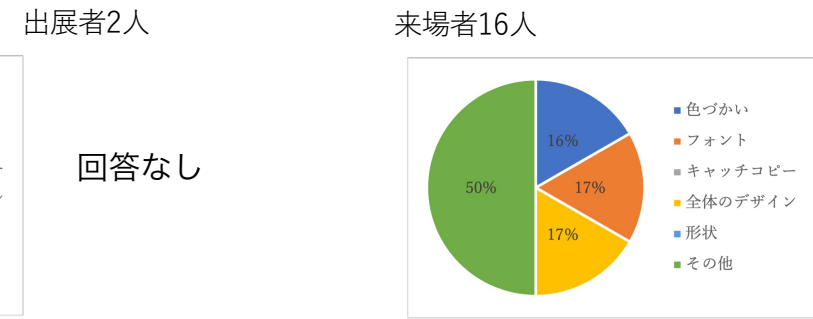
Q10) 「バックパネル」を見てブースに興味を持ちましたか？



Q11) Q10で1を選んだ方でなぜそう思いましたか？(複数回答可)



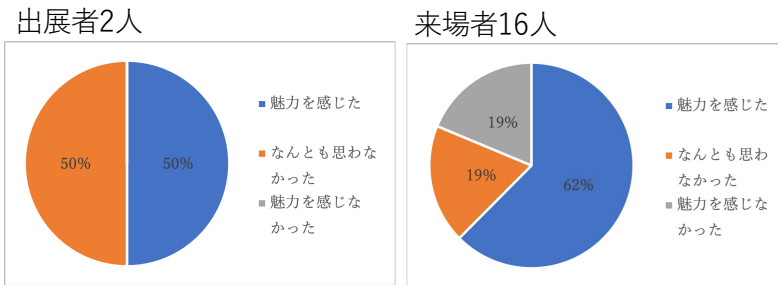
Q12) Q10で3を選んだ方でなぜそう思いましたか？



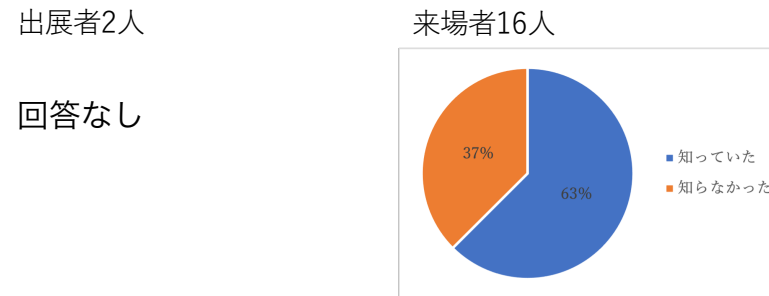
アンケート結果(2日目デザイン全体)



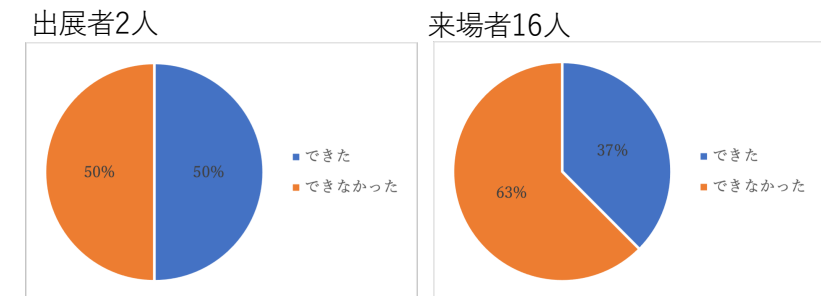
Q13) デザイン全体について (入口スタンドとバックパネルを含め) どう思いましたか？



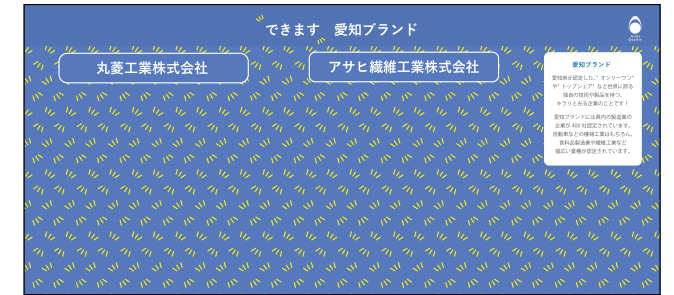
Q14) 愛知ブランドはご存知ですか？



Q15) このツールのデザインは愛知ブランドと認識できましたか？



アンケート結果(2日目まとめ)



出展者：愛知ブランド企業・愛知県

- 入口スタンドは、どちらかといえば目をひくが多くことができた。
- 理由は色づかいとキャッチコピーがいいという意見
- バックパネルもどちらかといえば目をひくが多かった。
- 理由は色づかいと全体のデザインがいいという意見が多かった。
- どちらも興味をひくデザインであったと言える。
- 愛知ブランドのブースであるということはあまり伝わっていないように感じた。

来場者

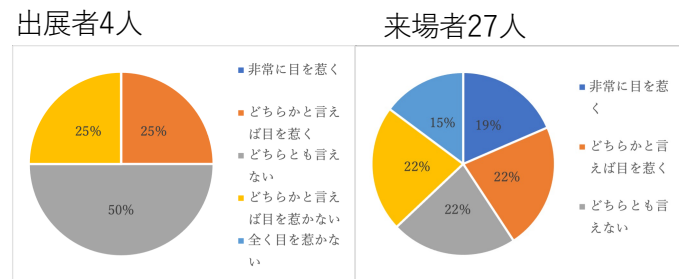
- 入口スタンドは、バラバラな意見であった。
- バックパネルは、半分以上の方が、目をひくと答えてくださった。
- 理由で多かったのは、全体のデザインで半分近くの方がいいと答えてくださった。
- 興味については、入口パネル、バックパネル共にあまり興味をひくことができていないように感じた。
- 愛知ブランドのブースであるということはあまり伝わっていないように感じた。

アンケート結果(3日目入口スタンド)

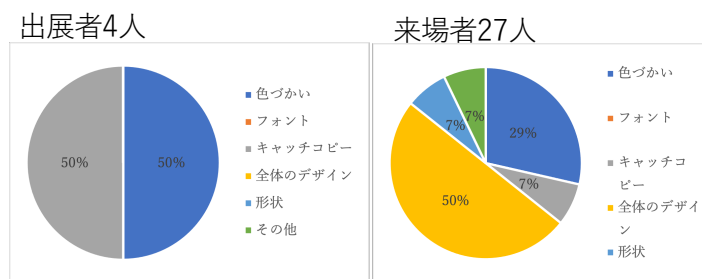


出展者4人：来場者27人

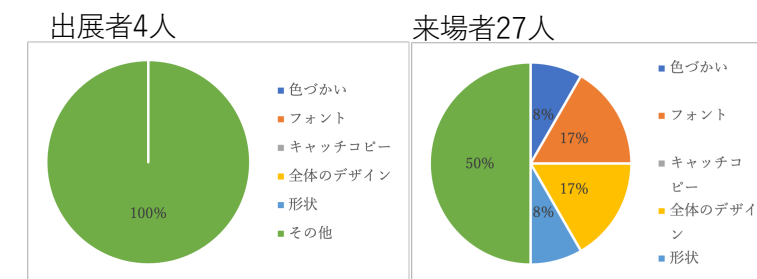
Q1) 「入口スタンド」は目をひきましたか？



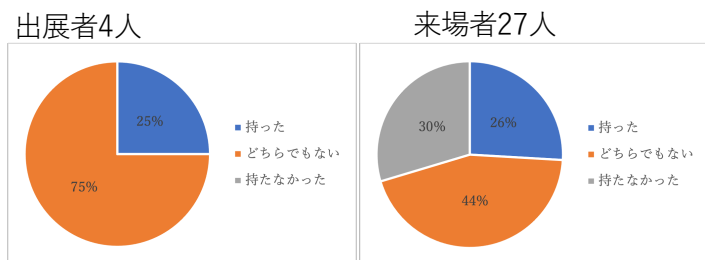
Q2) Q1で1、2を選んだ方で、どこが目をひきましたか？ (複数回答可)



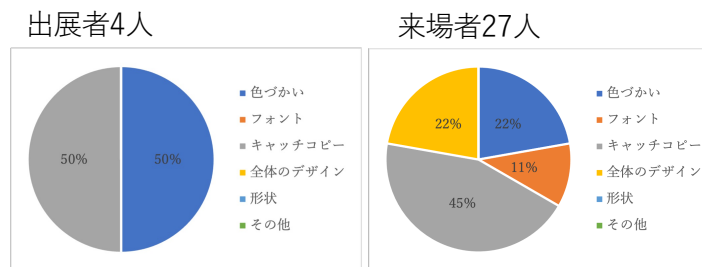
Q3) Q1で4、5を選んだ方で、どこが原因でしたか？ (複数回答可)



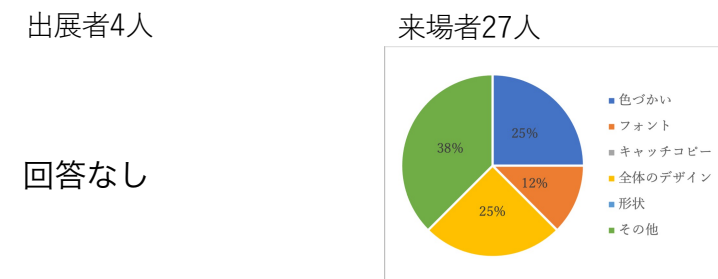
Q4) 「入口スタンド」を見てブースに興味を持ちましたか？



Q5) Q4で1を選んだ方でなぜそう思いましたか？ (複数回答可)



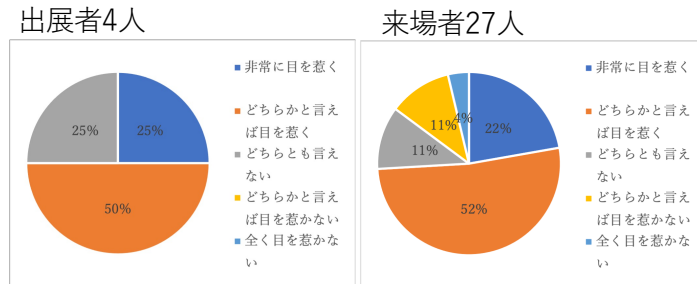
Q6) Q4で3を選んだ方でなぜそう思いましたか？



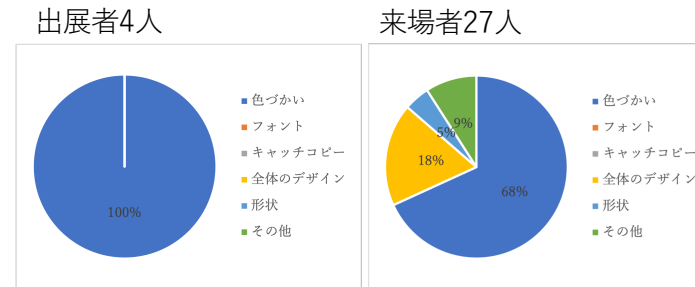
アンケート結果(3日目バックパネル)



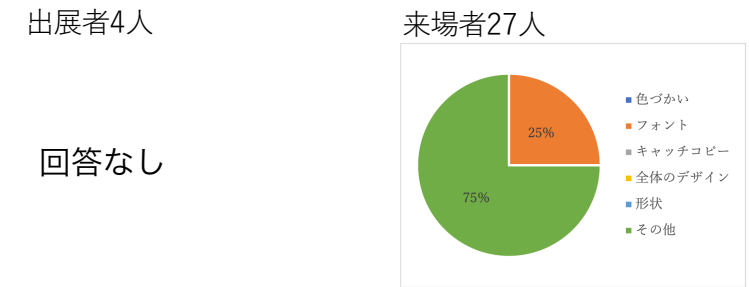
Q7) 「バックパネル」は目をひきましたか？



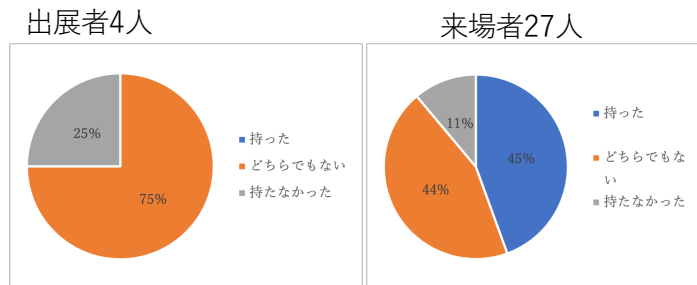
Q8) Q7で1、2を選んだ方で、「バックパネル」のどこが目をひきましたか？(複数回答可)



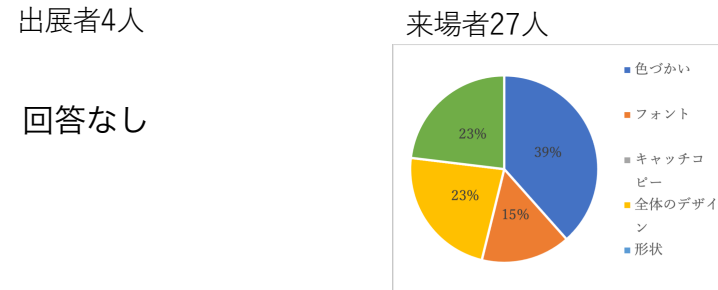
Q9) Q7で4、5を選んだ方で、「バックパネル」のどこが原因でしたか？



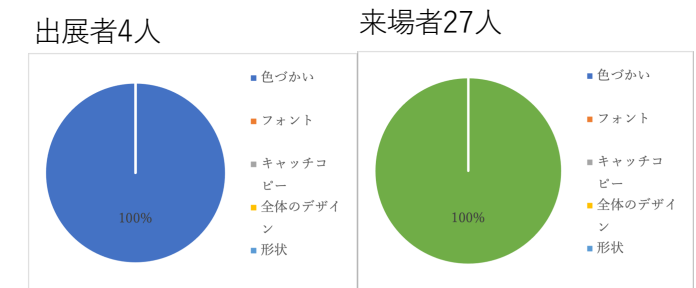
Q10) 「バックパネル」を見てブースに興味を持ちましたか？



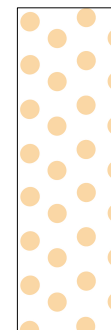
Q11) Q10で1を選んだ方でなぜそう思いましたか？(複数回答可)



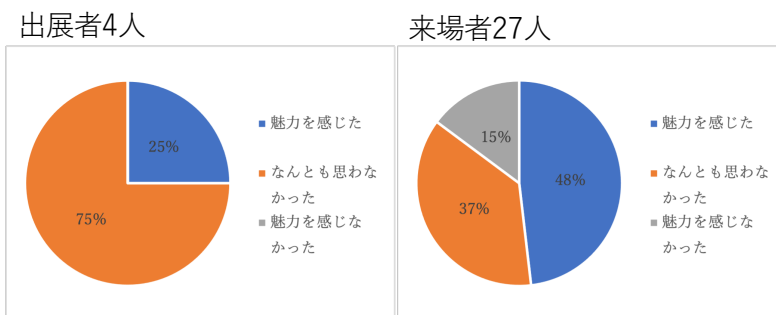
Q12) Q10で3を選んだ方でなぜそう思いましたか？



アンケート結果(3日目デザイン全体)

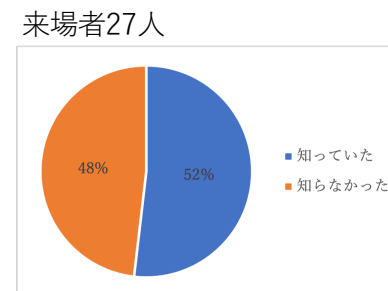


Q13) デザイン全体について（入口スタンドとバックパネルを含め）どう思いましたか？

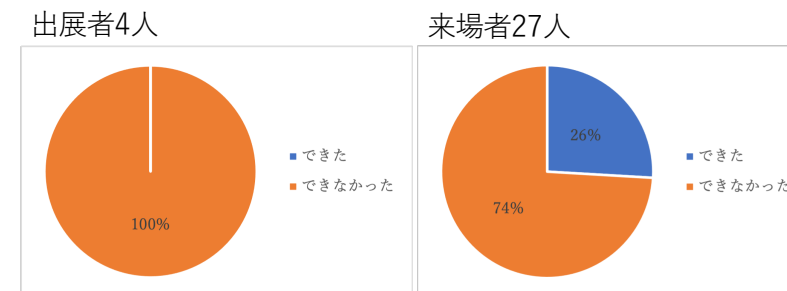


Q14) 愛知ブランドはご存知ですか？

出展者4人
回答なし



Q15) このツールのデザインは愛知ブランドと認識できましたか？



アンケート結果(3日目まとめ)



出展者：愛知ブランド企業・愛知県

入口スタンドは、目をひくかどうかどちらとも言えないという意見が一番多かった。

理由は色づかい、キャッチコピーがいいという意見が多くあった。

あまり良くないという方は、キャラクターが愛知ブランドと合っていないのではという意見があった。

バックパネルの方は、目をひく方が半分以上いた。

理由は、色づかいがいいという意見が多くあった。

興味をひくかどうかは、あまりひけていないように感じた。

愛知ブランドのブースであると認識できた方がいなかった。

来場者

入口スタンドは、バラバラな意見であった。

バックパネルは、半分以上の方が、目をひくと答えてくださった。

理由は色づかいがいいという意見が一番多かった。

興味については、入口パネル、バックパネル共にあまり興味をひくことができていないように感じた。

愛知ブランドのブースであるという事はあまり伝わっていないように感じた。

考察

1日目



2日目



3日目



出展者：愛知ブランド企業・愛知県

企業展示会では青色や白色が使われることが多いため暖色系の色を使う方が人の目を惹くことができる。出展者側の方は落ち着きがありロゴの色と近い色が使われているデザインの方を好む方もいる。

来場者

シンプルすぎず派手すぎないデザインの方が万人受けであると考えた。

ブースに興味を持っていただくためには少し派手なデザインで差別化を図ることも必要。

総括

今回の研究では、デザインの難しさについて再確認することができた。やっぱり正解のないものであるから、好き嫌いがあって万人受けするデザインをすることが改めて難しいと感じた。でもだからこそ、これからも様々なデザインを通して自分の好みのもの、他人が好むものを追求していく楽しさがあると考えた。