

<平成29年6月12日(月)>

リサーチゼミ 「POP広告・キャッチコピーの作り方」

講師：名古屋学院大学 商学部 教授 宝島 格 先生

名古屋学院大学商学部教授の宝島格先生に来ていただき、POP広告やキャッチコピーの作り方について、ご講義いただきました。1日に目にする広告が5000以上あるというお話に驚き、そのほとんどが記憶に残っていないことから、「アイキャッチ」の大切さを学びました。外国の面白くて記憶に残るラッピング広告や比較広告を見ながら、POP広告やキャッチコピーを作る際のポイントを教えていただきました。また、女性雑誌の表紙を飾るキャッチコピーを考える実習も行いました。先生が生徒の書いたキャッチコピーを読み上げ、コメントされると歓声や笑いが起っていました。



生生意見抜粋

- 自分たちは1日に大量の広告を目にしているのに、覚えているのはほんの少力で、インパクトのある広告を作ることが大切だと思った。普段何気なく目にしている雑誌でも、目を引く見出しを、強い見出しを編集者は考えているのだと思った、本のPOPでも、同じ売り場に何種類もある中で、自分の作ったものに目を留めてもらうためには、細かい色や余白までこだわる必要があると思った。
- 文字の字体だけでなく選ぶ言葉や書く大きさや場所にも気を付けないといけないと分かった。POPによってそのものを買いたいという気持ちが大きく変動したので、様々な有名なPOPの特徴について見てみたい。
- 今日の一時間を通して、POPのことはもちろん、人に物事を伝える際、どうしたらうまく伝わるかというコミュニケーションにつながる部分も学ぶことができました。これからの生活の中で自分の思いや物事をわかりやすく伝えられるよう生かしたいです。
- POPに含まれている情報で何を伝えたいかをはっきりさせて見やすくポイントをまとめて作ることが大切だと分かった。私はもともとポスター制作に興味があったので、今後デザインするときにどんどん生かしていきたい。