

研究ノート

北海道子ども学会大会ポスターデザインにおける 視覚伝達効果の検証と総括

川部大輔

目次

1. はじめに
2. ビジュアル計画
3. アンケート調査
4. 考察
5. まとめ

1. はじめに

(1) 本稿の目的

本稿では、筆者が7回に渡って継続的にポスターデザインを制作してきた北海道子ども学会の事例を基に、グラフィックデザインが情報伝達に及ぼす効果を検証し、その度合いと傾向を探る。

また、そこで明らかになった課題を踏まえ、その知見を生かした今後の大会ポスターデザインのあり方を展望する。

(2) 北海道子ども学会について

北海道子ども学会は、子どもを広く総合的に捉え、子育てや実践を高めることをめざし、どのように子どもを見、接していけばよいのかを学んでいくことを目的に、1996年8月に設立された研究組織であり、現在約200名の会員がある。(北海道子ども学会研究大会集録「子どもロジー vol.10」P3より引用)

設立以来毎年、研究大会を開催しており、2016年の時点で21回を数える。

そのうち、筆者がデザインを担当したのは第15回大会以降となる。2010年に北海道子ども学会より依頼を受け、現在に至るまで7回に渡り、研究大会告知のためB2サイズのポスターとA4サイズのフライヤーをほぼ同一デザインで制作している。

2. ビジュアル計画

(1) 統一した点

研究大会には毎回異なるテーマが設定されるため、基本的にメインビジュアルはそのテーマを伝達することを第一条件として考案している。一方で、各回のデザインに全く共通点がないと見る人に継続的な印象を残せないため、メインビジュアルが異なっても一見して「北海道子ども学会の大会ポスターである」ことを認識できるような統一点を設定した。それが以下の2点である。

キーワード：北海道子ども学会，グラフィックデザイン，視覚伝達

- ・ 技術的な仕様上は 4 色印刷 (フルカラー) であるが, プロセッサー 4 版のうちシアン版とマゼンタ版を全く使用せず, イエロー版とブラック版のみで表現する「擬似 2 色印刷」としている。これは「子ども」という言葉が持つ「幼い」「元気」「危機意識が未熟で危うい」などのイメージを端的に表現するのに適していたことが理由のひとつである。もうひとつの理由は, 黄と黒の組み合わせが持つ視覚的なパワーは, 他のどのような色の組み合わせよりも強いものであるため, 高い伝達効果を期待できることである。
- ・ 文字組版に使用する書体は当初, メインビジュアルのイメージに合わせて毎回異なったものを採用していた。しかし 2012 年の第 17 回大会に使用した「筑紫丸ゴシック (フォントワークス社)」が北海道子ども学会の理念にうまく合致したため, 以後は統一事項とした。

(2) 第15回大会のビジュアルについて

この年の大会テーマは「子どもの“じりつ”を考える」であった。

北海道子ども学会事務局によると, この「じりつ」というひらがな表記には 2 つの意味を持たせてあるという。それぞれ「自立」と「自律」である。その両方について考えるのが第 15 回大会の趣旨であった。

メインビジュアルは文字だけで構成した。「こども」の表記には既存の書体「筑紫明朝 (フォントワークス社)」をそのまま使用しているが, 「じりつ」はいびつな形をしており, 判読が難しい。(図 1) これは, 「こども」の「ど」を反転・回転することで「じりつ」の「じ」を表し, 「こ」で「り」を, 「も」で「つ」を表しているためである。普段から見慣れた字の形でないことに, ポスターを見る人は強い違和感を覚える。なぜ普通の書体で表記され

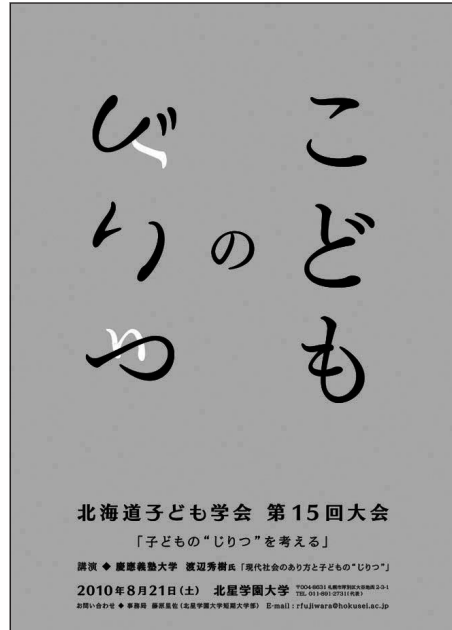


図 1 第15回大会ポスター

ていないのか, その理由を明確にしたい心理からポスターにより注目し, 細部にまで目を通す。そこで初めて「じりつ」の文字が「こども」で作られていることを発見する。読みにくくすることによって, 単なる文字が強い吸引力を持ち, アイキャッチとしての役割を果たすのである。

また, このメインビジュアルは「子どもはいずれ『じりつ』していくものであるが, その『じりつ』はすぐに完全なものになるわけではなく, 最初は子どもなりの見よう見まねで不格好なものである」というメッセージをも内包している。

(3) 第16回大会のビジュアルについて

この年の大会テーマは「変わる子ども, 変わらぬ子ども—子どもの危機と可能性」であった。

筆者はこのテーマのうち「変わる」「子ども」「危機」「可能性」などの言葉から連想し, 全てのイメージを兼ね備えるモチーフとしてメインビジュアルに「オタマジャクシ」を採

用した。(図2)以下にその根拠を列挙する。

- ・ カエルの「子ども」としてのイメージ
- ・ 子どもの形態であるオタマジャクシから大人の形態であるカエルへと変貌する、劇的な「変化」のイメージ
- ・ オタマジャクシの段階では非力で天敵が多く、捕食される確率が非常に高い「危機」のイメージ
- ・ これから成長する伸びしろを残す、未来への「可能性」のイメージ



図2 第16回大会ポスター

また、紙上に多数配置したオタマジャクシの画像は、水面の揺らぐ白い光を思わせる文様によって全面を覆われており、ポスターを見る人は水面上から水中を覗くような感覚になる。それはさながら、大人には窺い知れぬ「子どもの世界」が、手の届かぬ向こう側に広がっているかのようである。

(4) 第17回大会のビジュアルについて

この年の大会テーマは「子どものい場所—

居・生・良・息・異」であった。

この大会は「い」という音に複数の漢字を当て、様々な視点から子どもの拠り所について考えることを趣旨としていた。

そこで筆者は、アルファベット小文字の「i (ローマ字読みで「い」)」を擬人化し、広い空間の片隅に置くビジュアルを発想した。(図3)



図3 第17回大会ポスター

下方の黄色から上方の白へ、グラデーションで表現したのは奥行き感である。はるか彼方に霞む地平線を想起させる。

その中に「子どものい場所」の象徴として白い円形を配置し、決して十分とは言えない子どもの領域を表現している。

小文字の「i」は子どもを想起させるものとなるようバランスを調整した。上の点を大きくし、意図的に「頭でっかち」な文字にすることで、やや不安定な子どもの頭身数に見立てている。

限らない広さを見せる外界に対し、子どもが置かれている「い場所」は限られている。

そこに立つ「i」は、不安げな後ろ姿に見える。

(5) 第18回大会のビジュアルについて

この年の大会テーマは「地域の子どもと、子どもを育む人」を支える」であった。

このテーマから抽出した「地域」「育む」「支える」「人」というキーワードをひとつのビジュアルに組み上げるため、朝顔に代表されるような蔓を伸ばす植物と、その蔓をからませて上方に導き、健やかな成長を促す支柱のイメージを発想した。(図4)



図4 第18回大会ポスター

支柱は漢字で「人」の形に組み合わせられている。それはひとえに、子どもの成長を支える大人の象徴である。

大地(地域)に根ざした植物(子ども)が、支柱(大人)に導かれて上へ上へと成長していく姿は、子どもと大人のよりよい関係、よりよい社会のあり方を暗示している。

(6) 第19回大会のビジュアルについて

この年の大会テーマは「子どもの見方と大

人の役割」であった。

このテーマから、メインビジュアルも「見ること」の本質、その表現に絞った。(図5)



図5 第19回大会ポスター

画面全体に子どもらしきシルエットが複数配置されているが、よく見えないようにぼかし処理が施されている。画面中央には眼鏡が配置され、それを通した向こう側だけがくっきりと見えている。しかし、その狭い範囲だけが明瞭に見えても、子ども達が今何をしているのか、その全体像はやはりわからない。

このビジュアルは、「大人が子どもを見守ることの限界」とも言うべき状況を表現している。子どもには子どもの世界があり、大人とは全く異なるフォーカスでものを見ているであろうことが、ぼやけた全面から伝わるような計画となっている。

(7) 第20回大会のビジュアルについて

この年の大会テーマは「子どもが自分らしく生きるために～子ども学からの発信」であった。

このテーマには、表現すべきものが2点あると考えられた。それぞれ「子どもが自分らしく生きる姿」と「子ども学から社会へ発信する姿」である。

そこでこの回は、色を分けることによって別々のメッセージを同一ビジュアルに重層的に表現することを試みた。(図6)



図6 第20回大会ポスター

まず「白」の部分は「子どもが自分らしく生きる姿」である。子どもが自分らしさを模索し、生きていく道を自ら選び出すまでには、様々な迷いを伴った長い道のりがある。それを「子」の字から外側に向かって迷路のように入り組んだ矢印で表現した。

続いて「黒」の部分は「子ども学から社会へ発信する姿」である。ここでは中心の文字は「子」であると同時に「学」とも読ませる仕掛けを施してある。すなわち黒い部分に注目した場合、中心にあるのは「子ども」ではなく「子ども学」なのである。

「子ども学」を中心とした黒い矢印は破線で描写され、放射状に伸びて「発信」を象徴

している。そして、その発信の最たるものがこの「第20回大会」であることを伝えるため、右の黒い矢印は大きく湾曲し、大会名の表記へ視線を誘導する役割を担っている。

(8) 第21回大会のビジュアルについて

この年の大会テーマは「今、子どもの生きる力を再発見」であった。

このテーマから筆者は、「生きる力」の表現に的を絞ったビジュアルを計画することとした。(図7)



図7 第21回大会ポスター

「生きる力」を象徴する存在として、メインビジュアルには「卵」を採用した。

卵は生命を凝縮した姿である。これから生まれ、生きていくための要素を全て内包した特徴的なフォルムは、独創的とは言い難いものの最もふさわしいと考えられた。

続いて「再発見」の表現となる。卵そのままの状態では、子どもの姿は外界(大人)からは見えない。殻が割れた瞬間こそが生命のスタートとされ、初めて「生きる力」の全容

が大人たちの目に触れることとなる。

そこで、大人が想像していたものをはるかに上回る「生きる力」が卵の中から溢れ出すビジュアルによって、それまで大人が持っていた既成のイメージを刷新する「再発見」の表現を試みた。

卵の殻の色として黒を使用したのは、「卵は白い」という先入観のある人に違和感を抱かせ、ポスターに注目させるアイキャッチ効果を狙っている。さらに描写面では、内側から溢れ出す「生きる力」の光、その強さを強調する逆光効果も併せ持っている。

3. アンケート調査

(1) 調査方法

視覚伝達効果を検証するため、2016年9月3日に開催された北海道子ども学会第21回大会の会場で参加者に対し、ポスターに関するアンケート調査を実施した。(資料1)

このアンケートでは、各回ポスターの縮小画像を掲載し、それを見ながら回答する形式をとっている。これは、過去に実際の掲示を見たことがあるケースだけではデータが不足すると考えられること、他の回のポスターデザインとの比較で判断する必要もあることなどが理由である。

その一方で、実際のポスターとして掲示された状態での視覚伝達効果も併せて検証するため、掲示時の現物を見たことがあるかどうかの質問も設けた。

前述の質問や、第一印象を自由に記入する欄のほかに、視覚伝達効果の度合いを端的に表すであろうと考えられる独自の指標を2点設定した。

ひとつは、見る気のない相手の目をどれだけ惹きつけることができるか、アイキャッチの性能を測る「目を引く度」である。もうひとつは、メインビジュアルが伝えたい内容を的確に伝達しているかを測る「テーマ伝わる

度」である。

それぞれが何を意味するかが回答者にもすぐにわかるよう平易な項目名とし、5段階の数字で回答する形式とした。

(2) 集計結果

参加者の協力を仰ぎ、10名分の回答データを得た。次頁の表1～3がその結果である。

これらの結果からまず見えてくる傾向は、「全てのデザインにおいて、目を引く度がテーマ伝わる度を上回っている」ということである。これは、一連のデザインはテーマを的確に伝達しようとするよりも、インパクトのあるビジュアルで驚きとともに注目を集める効果を重視しているということになる。

また、現物が掲示されているのを見た人に絞って集計すると、全体平均に対して概ね数値が上がっていることが見て取れる。これにより、アンケート用紙に小さく印刷されたものを初めて見て回答するのと、実際に使用されている状態で見たと記憶から回答するのでは、やはりスケール感に違いがあり、与える印象もまた異なるということがわかる。

4. 考 察

ここでは、各回のポスターデザインそれぞれについて、アンケートの結果を踏まえ個別に考察したい。

(1) 第15回大会のビジュアルについて

まず第15回大会のビジュアルに対する回答を見ていく。

自由記述欄には「読み難い」「ぱっと見では読めない」「何と読むか気になった」など、読みにくくしたことに対する直接的な感想が多く見られた。その反応は、計画の時点で想定し、期待していた通りのものである。多くの回答者が初見で読めないことに気づき、読もうとする行動をとっている。それはすなわ

ち、デザインが人の目を引き、足を止めさせているということである。

自由記述欄において以上のような結果が出ているにもかかわらず、目を引く度の平均値が全7回の中で最も低かったのは、矛盾とも言える結果で興味深い。

(2) 第16回大会のビジュアルについて

続いて第16回大会のビジュアルに対する回答について考察する。

数値的には、テーマ伝わる度が最も低い結果となっている。これは、ビジュアルとして採用したオタマジャクシから、この回のテーマを感じ取ることが難しかったことの表れである。

しかし一方で、自由記述には「テーマをおさえている」との回答もあった。結果として

難解な表現になってしまったものの、方向性に誤りがあったわけではないと考えられる。

(3) 第17回大会のビジュアルについて

第17回大会のビジュアルに対するアンケート結果に見られる特徴は、目を引く度において、全体の数値と現物を見た人のみの場合の数値の差が大きいことである。

これはすなわち、ポスターの原寸サイズで見た場合において特に効果が大きいデザインとすることができる。

「i」の字で表された子どもを広い空間の中に配置したビジュアルが、小さいサイズになると「インフォメーションのピクトグラム」「ビールの色」などに見えてしまい、見た瞬間のインパクトを低下させた可能性がある。

	目を引く度	伝わる度
第15回	3.22	2.33
第16回	3.80	2.30
第17回	3.30	2.78
第18回	3.40	2.80
第19回	3.44	3.11
第20回	3.63	3.56
第21回	3.88	2.57

表1 各項目の平均値（全体）

	目を引く度	伝わる度
第15回	3.33	2.67
第16回	4.00	2.00
第17回	4.00	3.00
第18回	4.00	3.50
第19回	3.00	3.00
第20回	3.60	4.00
第21回	4.16	2.80

表2 各項目の平均値（現物を見た人のみ抽出）

第15回	おもしろいが理解に時間がかかる / ぱっと見では読めない / すぐ読めず、何と読むか気になった 等
第16回	なぜおたまじゃくし？ / テーマをおさえている / おたまじゃくしが目を引く / 涼しげなデザイン 等
第17回	インフォメーション / ビールみたい / 孤独感を感じる / シンプルだが色々な意図が感じられる 等
第18回	人って書いてある！ / つるの意味がわからない / 人に絡む葉の意味を考えさせられる 等
第19回	もやもやした印象 / 子どもに焦点が合っていない / 子ども理解の難しさを伝えているのか 等
第20回	学なんだ！ / 子どもらしさを迷路で表現よい / 子どもから発せられている / 子どもの未来？ 等
第21回	卵が割れて中から何か出てくる？ / 割れて出る / パワーが伝わってくる / どカーン 等

表3 第一印象の自由記述

(4) 第18回大会のビジュアルについて

第18回大会のビジュアルは、目を引く度・テーマ伝わる度ともに一定の水準を保っているため、比較的受け入れられやすいものであったと理解することができよう。

自由記述欄においても、「人って書いてある!」「支えているイメージが伝わる」など、デザイン計画時に想定した通りの反応が見て取れる。「人」が「支えている」イメージの伝達という点においては、期待通りの結果であったと考えられる。

一方で、「つるの意味がわからない」という回答が示すように、健やかに成長する子どもの姿を植物の蔓に象徴させるという点においては、伝わりきらなかったことを示唆する結果も出ている。

(5) 第19回大会のビジュアルについて

第19回大会ポスターのアンケート結果を数値で見ると、目を引く度よりもテーマ伝わる度のほうが、他の回と比較して高い傾向にある。これはすなわち、ビジュアルがテーマを的確に伝えていることになる。

しかし、自由記述欄からは異なった結果が読み取れる。「何かを見てる?」「もやもやした印象」「子どもに焦点が合っていない」など、理解しきれないことを訴える内容が目立った。

ここでも第15回大会と同様、数値と記述の間の矛盾とも呼べる現象が起きている。

デザインの意図としては「大人にはよく見えないこと」そのものがテーマを伝えようとしているのだが、それが回答者に混乱を引き起こす原因となった可能性もある。

(6) 第20回大会のビジュアルについて

第20回大会のビジュアルについて集計したアンケート結果の特徴は、テーマ伝わる度が全7回の中で最も高いことである。

この傾向は、自由記述欄にも表れてい

る。「学なんだ!」「子どもらしさを迷路で表現」「子どもから発せられている」など、デザインからテーマを読み取った瞬間の驚きを直接的に表した回答が多かった。矢印という明確な方向性を持ったモチーフが、見る人の理解においても指標になったと思われる。

一方で「ぱっと見では意味が伝わり難い」という回答があった。これは一見否定的な意見にも読めるが、言い換えれば「よく見れば伝わる」ということである。ポスターの前で時間をかけてデザインの真意を考えることは、詳細情報に目を向けてもらう格好の機会となりうるため、これはデザインとしての失敗を示すものではないと考えられる。

(7) 第21回大会のビジュアルについて

アンケート結果の数値から見えてくる第21回大会ポスタービジュアルの特徴は、目を引く度が全7回の中で最も高いことである。

この結果は、調査を行った当年のポスターに対してのものであることを考慮に入れる必要がある。アンケート調査が第21回大会において実施され、そのポスターが各所に掲示されている状態を見ただけでの評価は、やはり他の回のポスターに対するものと同じ条件にはならないであろうと推測される。

しかしながら、それを差し引いても現物を見た・見ないに関わらず最も高い結果を得たことは注目に値する。自由記述欄にある「どかーん」という回答からは、卵を内側から破壊して生きる力が溢れ出るビジュアルによって、強い印象を受けたことが読み取れる。

5. まとめ

以上、北海道子ども学会大会ポスターのデザインについて、ビジュアル計画からアンケート調査、それらを踏まえての考察までを行い、グラフィックデザインが情報の伝達にどのような効果を及ぼしているか、その検証をして

きた。ここでは、結果として浮かび上がってきた課題の確認と、今後のビジュアル計画へ向けての展望を述べてまとめとしたい。

(1) 取り組むべき課題

今回のアンケート調査によって、一連のポスターデザインが見る人にどのような印象を与えているのか、初めて明らかとなった。

それに伴い、今後取り組んでいくべき課題も浮上している。

まず、ビジュアル計画の際に重視する点が「アイキャッチとしての機能とその強化」に偏っているとの結果が出ていることである。

これは必ずしも「テーマ情報の的確な伝達」の点に不足があるということと同義ではないが、今後は両者のバランスにより注意を払ってビジュアル計画を進めていくことが求められていると受け止めたい。

続いては、キーワードをビジュアルに置き換える際、理解の足がかりを意図的に設けないと伝達効率が落ちるとのことである。

過去7回のビジュアルを見直すと、ポスターを見る人がまず目を向けるであろう部分に「i」「人」「子(学)」など、文字の体裁を残した要素を配置したものは、しないものに対して伝達度が高い傾向にあった。

これは、文字として読んだままに理解した情報を足がかりに、他の部分の理解に取り組むという段階を踏むデザインであるが故に、見る人にとって「わかりやすい」ものになっていると推測できる。

逆に第16回や第21回など、メインビジュアルに文字の要素を組み入れないデザインは、どう理解するかが全て見る側に委ねられるが故に「わかり難い」と判断されているようである。

また、アンケート調査の実施方法においても今後改善すべき点が多くあったため、ここに列挙したい。

まず、集まったサンプル数が少なすぎたこ

とがある。そのため、データの信頼性に疑問の余地が残る。これについては、アンケートを実施する場所や時期に再考が必要であろう。

続いては、筆者がデザインを担当するようになってからのポスターデザインのみを対象として調査したことである。それ以前の同大会ポスターとの比較でデータを取れば、結果はより客観的で信頼性の高いものになったと考えられる。

北海道子ども学会事務局によると、第15回大会以前にはポスターやフライヤーを正式に制作していなかったとのことであった。よってこの点については断念せざるを得なかった。

(2) 今後の展望

北海道子ども学会のポスターデザインは、今後も引き続き取り組んでいく予定である。その際には、本稿で明らかになった課題について十分に考慮したうえでビジュアル計画に臨みたい。

課題とはすなわち、前述した以下の2点である。

- ・ アイキャッチ機能と情報伝達のバランス
- ・ 理解の足がかりとなる文字要素の配置

また、視覚伝達効果の検証についても、調査の方法に改善を図りつつ、引き続き行っていく予定である。

〔謝 辞〕

本稿を執筆するにあたって、アンケート調査にご協力を頂いた北海道子ども学会および第21回大会参加者各位に、深く感謝の意を表す。

〔参考文献〕

北海道子ども学会研究大会集録「子どもロジー」
vol.10, p.3

資料 1 アンケート用紙

北海道子ども学会大会ポスターの視覚伝達効果に関するアンケート

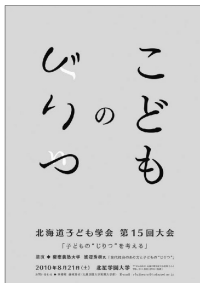
北海道子ども学会 第 21 回大会にご参加の皆様

第 15 回から制作・運用を開始した北海道子ども学会大会のポスターおよびフライヤーは、その回ごとのテーマに合わせてビジュアルデザインとなっております。今回で 7 年目となりますが、このたび、それらのデザインがどのように効果를あげているのかについて検証と取組を行いたく、アンケートを実施させていただくことになりました。下記の手順で、ご回答をお願いいたします。今後の大会ポスターをよりよいデザインにしていけるための参考にさせていただきますので、どうぞよろしくお願いいたします。

北星学園大学短期大学部 川部 大輔

◆アンケートの各項目について

1. このポスターの視物が提示されているのを実際に目にされたかどうかを、「はい」か「いいえ」でお答えください。
2. 目を引く度…ポスターの前を通る人の目を惹きつけ、足を止めさせ、内容に興味を持たせる力の度合いです。5段階のうち、相当するとお考えの数字に○印をつけてください。
3. テーマ伝わる度…ポスターを見た人に、ビジュアルだけでテーマのイメージを伝達する力の度合いです。5段階のうち、相当するとお考えの数字に○印をつけてください。
4. 「第一印象」・「全体を通してのご感想」欄は自由記述です。




第 15 回大会ポスター
大会テーマ：子どもの「いりつ」を考える

◆視物の提示を見ましたか？
はい ・ いいえ

◆目を引く度
① 1 2 3 4 5 ②

◆テーマ伝わる度
① 1 2 3 4 5 ②

◆第一印象



第 16 回大会ポスター
テーマ：変わる子ども、変わらぬ子ども
——子どもの危機と可能性

◆視物の提示を見ましたか？
はい ・ いいえ

◆目を引く度
① 1 2 3 4 5 ②

◆テーマ伝わる度
① 1 2 3 4 5 ②

◆第一印象




第 17 回大会ポスター
テーマ：子どもの「い」場所
—— 居・生・息・具

◆視物の提示を見ましたか？
はい ・ いいえ

◆目を引く度
① 1 2 3 4 5 ②

◆テーマ伝わる度
① 1 2 3 4 5 ②

◆第一印象




第 18 回大会ポスター
テーマ：地域の子どもと、子どもを育む「人」を変える

◆視物の提示を見ましたか？
はい ・ いいえ

◆目を引く度
① 1 2 3 4 5 ②

◆テーマ伝わる度
① 1 2 3 4 5 ②

◆第一印象




第 19 回大会ポスター
テーマ：子どもの見方と大人の見方

◆視物の提示を見ましたか？
はい ・ いいえ

◆目を引く度
① 1 2 3 4 5 ②

◆テーマ伝わる度
① 1 2 3 4 5 ②

◆第一印象




第 20 回大会ポスター
テーマ：子どもが自分らしく生きるために
——子どもからの発信

◆視物の提示を見ましたか？
はい ・ いいえ

◆目を引く度
① 1 2 3 4 5 ②

◆テーマ伝わる度
① 1 2 3 4 5 ②

◆第一印象



第21回大会ポスター
テーマ：今、子どもの生きる力を再発見

◆視物の提示を覚えましたか？
はい ・ いいえ

◆目を引く度
① ← 1 2 3 4 5 → ②

◆テーマ伝わる度
① ← 1 2 3 4 5 → ②

◆第一印象

◆全体を通してのご感想

ご協力ありがとうございました。

