



## 広告の情報を考える

広告は、多くの人に向けて、宣伝や情報、メッセージを広めたり、アピールしたりするためのものです。

下の広告の例を見てみましょう。

広告では、受け手に、商品を買ったり内容に賛同したりしてもらうため、品質がよさそうだ、価格が手ごろだ、役に立ちそうだななど、取り扱う商品や内容の特徴を印象づけたり、よいイメージをもたせたりするための言葉や画像を用います。

さらに、それらの組み合わせの工夫や、より人の注意を引く表現を工夫することにより、受け手の気持ちを動かしたり、行動を促したりします。

どのようなところが工夫されているか考えましょう。

10

5



毎日の健康は、

メインビジュアル 内容を想像させる画像



■ 広告を形づくる要素

キャッチコピー 商品などの特徴を伝える宣伝文（言葉）

### 目標

- 広告を作る要素を整理し、広告を見る観点を知る。
- 広告の特徴について理解し、広告を作る。

タイトル 商品名など

広告の手法

- ・ 商品を見せる。
  - ・ おいしそう、冷たそうなど、感覚に訴える。
  - ・ 商品の理想的な利用法を示す。
  - ・ 実験や調査のデータを見せる。
  - ・ 有名人などの人物を起用する。
  - ・ 言葉で説明する。
- これらの手法を組み合わせて使うこともありません。



メッセージを伝える広告とは

実際に働く人と職場の写真で、  
メッセージ性を強めている。



キャッチコピーに「ふくしま」の文字。

作業の様子の写真も載せ、具体的なイメージを伝えている。

福島県NPO法人ポスター

このポスターをひと目見  
たときに、伝わってくるこ  
とは何だろう。

ポスターを構成する要素  
の何から、それが伝わるの  
だろう。





皇后盃 全国都道府県対抗女子駅伝競走大会  
ポスター



映画『この世界の片隅に』ポスター

さまざまな広告を比べる

広告では、その商品についてまだ知らない人に対して、見ってもらったり、買ってもらったりするための工夫が必要だ。



- ・ 商品などの外観や機能を取り上げる。
  - ・ 見る人の立場や状況<sup>じょうきょう</sup>を考える。
  - ・ 商品を買ったり、内容に賛同したりすることで実現する生活の姿を示す。
  - ・ 共感を呼ぶ、疑問を投げかける、言葉遊びを用いるなど、表現方法を工夫する。
- 実際の広告では、字の大きさや形、色なども工夫します。

- ①これらの広告を構成する要素(タイトル、メインビジュアル、キャッチコピー)を、具体的にあげましょう。そして、それぞれの要素がどのような効果を生んでいるか、次のような観点を参考に考えましょう。  
写真の撮り方や絵の描き方<sup>かきかた</sup>／タイトルやキャッチコピーの言葉／写真や絵と言葉の関係／各要素の配置や構図
- ②これらのポスターのどの部分にいちばん注目したか、話し合いましょう。



## 広告を作る



### 振り返り

- 広告に含まれる情報や広告どうしの比較をとおして、広告を見るとききの観点を理解しているか。
- 目的に応じて言葉と画像を組み合わせ、広告を作ろうとしているか。
- 広告にとってどのような表現が効果的かを考え、身のまわりの広告を見よう。



- ① この五枚の写真から一枚を選び、次の商品やメッセージを伝えるためのポスターを作りましょう。
  - ・ 清涼飲料水
  - ・ コンピューター
  - ・ 銀行
  - ・ 環境保護
- ② 作ったポスターを見せ合い、伝えたいことがどのように工夫されているか、確かめ合いましょう。