

企業広告波及における正確性について

—ラグジュアリーブランドにおける

「広告表現の差別化に着目して」—

スポーツコミュニケーションゼミナール 1315058 三鍋 彰汰

1. 研究動機・研究目的

広告は人類の歴史とともに存在している。近年、SNSの急速な普及により、広告の拡散力が飛躍的に伸びているが、SNSの影響力のせいで思ってもいない方向に捉えられると悪いイメージが付き、そのイメージはなかなか払しょくすることができないことが現状である。

そこで、私は企業広告が受け手にどれだけ伝えたいことが伝わっているのか、つまり広告を発信する側と受信する側がイメージを共有できているのかを研究しようと思った。

2. 研究方法

本研究の対象者は、J大学の学生105名（男性：61名・女性：44名）であった。調査期間は、2018年7月2日、7月9日であった。本研究における調査項目は個人的属性、SD法を用いた印象評定項目および、AIDOMA（アイドマ）の法則に即した評価尺度項目の3に分けられる。詳細な方法としては、本研究で使用するのはGucci, Balenciaga, Yves Saint-laurent, Bottega Venetaの4ブランドであり、それぞれのキャンペーン映像広告を対象者に視聴していただき、質問紙調査を行うというものであった。

3. 主な結果と考察

本研究の結果としては、各ブランドにおいて有意な差がみられた。また、各ブランドにおいて伝えたいような印象の項目の数値が高かったため、キャンペーン映像広告は正確に伝わっていると言えるだろう。しかし、本研究で立てた仮説を検証した結果、推測していた通りの結果を得ることはできなかった。要因としては、普段からファッションの情報を取得しているがファッションに詳しいとは別であることとキャッチーな広告であったため、普段からファッションの情報を取得していない人に対しては評価を得やすかったのではないだろうか。

4. 結論

本研究では、似たような商材を扱うブランドカンパニーを採用し、ラグジュアリーブランド4社を研究対象として研究をおこない、全てのブランド間において有意差がみられたため、ブランドの広告の印象に差があることがわかった。現在、ラグジュアリーブランドの戦略の主流SNSであるが、それぞれのブランドでコンセプトが違うため、キャンペーン映像広告の印象からその印象と各ブランドメッセージの関係性を検証することができた。

5. 卒業論文の執筆を終えて

卒業論文を進めるにあたり、「何を研究したいか」ということをはじめに考えました。私は入学以前から地元富山県の友達、先輩からファッションについて影響を受け、その魅力の虜になりました。特に入学後、サッカー部とスポーツコミュニケーションゼミナールの先輩である佐藤時生先輩のファッションスタイルが現在の私のファッションスタイルに大きく関わっており、この偉大な先輩がいたからこそ、このファッションスタイルになったといっても過言ではありません。私が千葉県に来てから、様々な古着屋、セレクトショップを訪れ、ファッションのいろはというものを教えてくださいました。

しかし、大学のキャンパス内を歩けば、会う人会う人に多くの批判を受けました。この大学のキャンパスは、私の思い描いていたお洒落な学生が多くいるキャンパスとは全く異なり、ほとんどの学生がジャージを着ているだけのいわば「ダサイ」キャンパスであります。そういった方々に批判を受ける日々でした。ある日、地元に戻った時、高校のファッションセンスに優れた先輩とお話させていただく機会があり、この現状を話すと言われました「他人をダサイってやっつて認定しているお前が一番ダサイよ」この言葉が今でも忘れず私の胸に残っています。人を評価している間はずっと二流、三流であると感じました。これを意識して過ごしていると周りから、私のファッションについてとやかく言われることがなくなり、「かっこいいね」「おしゃれだね」という言葉を沢山いただくようになりました。

これらを受け、卒業論文を「ファッション」に関わることをしようと大学3年の頃からずっと考えていました。はじめは「なぜジャージで登校するのか」という心理を調べようと思いましたが、伊藤真紀先生から「それは楽だからであって、結果は見えてるよね」と言われ、私自身で思考を重ねた末、本研究をすることとなりました。

今回、研究を進めていくうえで、私の見解としましてはこの大学はファッションへの興味より興味が遥かに高いため、ジャージ学生が多いと感じました。これはアンケート調査の結果からわかりました。ただ、社会に出るとTPOをわきまえた服装を心がけなければなりません。社会に出て失敗しないためにも、学生の頃からファッションに気を遣っていくべきだと思います。私が何年後かにキャンパスを訪れた際に見違えるようなキャンパスになっているとうれしいです。

最後にはなりますが、本研究に尽力してくださった伊藤真紀先生はじめ、多くの方々。ご協力ありがとうございました。