

応援の効果について

The effect of cheering

岡橋のどか

指導教員 坂元愛史

サレジオ工業高等専門学校 デザイン学科 インテリア・家具研究室

キーワード：応援・愛着・ノベルティ

1.研究背景と目的

私はアイドルが好きで、その中で「誰かを応援する気持ち」の魅力を実感してきた。その「誰かを応援する気持ち」を基にした、サレジオ高専を取り巻く人々に向けた、アイテムを提案することでサレジオ高専に対する愛着やサレジオ高専のさらなる発展を目指す。

2.調査 1

応援というものは誰もが気軽にしている。誰もが誰かを応援しているといえる。応援は、人の心理に深くかかわっており、それは人の行動に大きく作用していく。そこで応援と心理について調査した。

2.1 アンダードッグ効果

アンダードッグ効果とは選挙などにおいて、投票予測や勝敗予測で劣勢だったほうを応援する傾向が出てくることである。つまり弱く見える側を応援してしまうという心理である。こういった心理効果から、人の心理と応援というものが密接に関わっていることがよくわかる。

2.2 握力測定時の声援の効果

応援の効果というのは握力にも表れる。それは自己声援と他者声援の違いでも変わってくる。自己声援は自分で「よいしょ」と言いながら握力を測定する。他者声援では周りの人が「よいしょ」と言いながら握力を測定する。図2を見ると、どちらとも声援によって握力の測定値が大きくなっていることがわかる。しかしその中でも他者声援のほうが全体的にどの年代でも効果が表れている。

つまり、自分で自分を応援するよりも、他者に応援してもらった時のほうが、力が湧くのである。

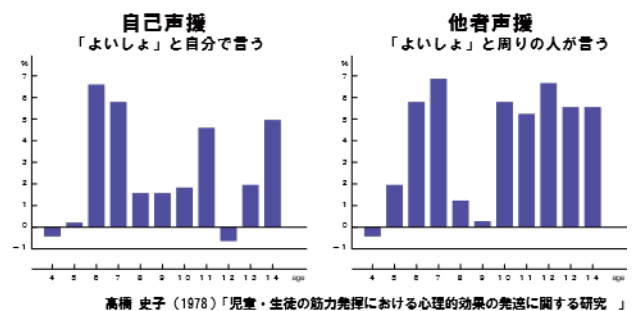


図2 握力測定時の声援の効果

3.コンセプトおよびアイデア展開

調査を受けて「応援」にまつわるものを考えた結果、以下の案を考えた。

- ① 父母への感謝を伝えられない子供を応援
- ② 受験生応援するための手作りおまもり
- ③ 就活生応援
- ④ 応援してくれた人に感謝
- ⑤ 病気の人を応援するための薬局での薬袋
- ⑥ アイドル応援うちわキット
- ⑦ サレジオ高専応援グッズ

今回は⑦のサレジオ高専応援グッズを制作することにした。その背景として、サレジオ高専というのは自分にとって最も身近で、応援したいと思うべき対象であり、現在はサレジオ高専のグッズが少なく、必要性があると感じたからである。また、サレジオの卒業生はよく学校に訪問に來たり、愛着を持っていることがわかる。この「愛着」というものが私の研究動機である「誰かを応援する気

持ちの大切さ」に共通するのではないかと考え、これを軸に、サレジオ高専応援グッズを制作することにした。

4. 現段階の最終提案

サレジオ高専を取り巻く人々というのは、在校生、就職先の企業、近隣住民に至るまで、様々である。しかしそれらには関係の持ち方に応じた提案方法があると考えた。

- ・愛着心理を利用してノベルティを保有してもらう。(コトからモノ)
- ・ノベルティそのものの価値で愛着心理を強化する。(モノからコト)
- ・前述の2つの融合による別の新しい価値を創造する。(モノとコトの相関が「ファン化」になる) これらのどれかに焦点を当てた提案物を制作する。

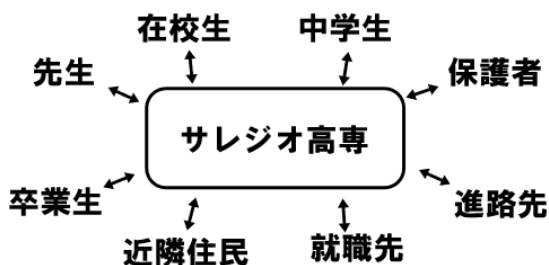


図2 サレジオ高専を取り巻く人々

5. 調査2

サレジオ高専応援グッズを制作するうえで、現在存在するサレジオ高専のグッズを調査した。

最近展開されたサレジオ高専のグッズとして、ペンなどの筆記用具、ウェットティッシュ、クリアファイルなどがあつた。いずれも入学を検討する中学生へ向けたノベルティである。クリアファイルは、過去の在校生がデザインしたものだ。こういったノベルティは、実用的なものが多くなっている傾向にあるといえる。

5.1 耐久性とコスト

サレジオ高専応援グッズを制作するにあたり、考慮すべき事柄として、耐久性とコストが挙げられる。生産するロット数が多ければ多いほど単価は安くなる。耐久性の高い製品なら一度に多数ロットで生産し、その年余っても次の年もその製品

をノベルティとして配布することができる。そのため現在あるサレジオ高専グッズは、ペンやクリアファイルなど長年保存できるものが多くなっていると言える。

5.2 在校生がデザインするという事に意義

多くの学校で展開されているグッズは、業者にデザインから生産まで任せる場合が多いが、デザイン学科が存在するサレジオ高専では、「デザイン学科の学生がデザインした」というグッズはそれだけで直接のPR効果になる。また、2009年から2011年の3年間、実際にサレジオ高専グッズの提案を、デザイン学科4年生の応用デザイン実習の授業課題内で行われていた。

5.3 ターゲットの意識レベル

サレジオ高専を取り巻く存在というのは多数ある。例えば同じ中学生でも、サレジオ高専に対する意識のレベルがそれぞれ違う。フラットなんとなく立ち寄った中学生なのか、絶対にサレジオ高専に入学したいという思いで来た中学生なのか、ここで意識レベルは全く変わってくる。つまり同じターゲットでも意識レベルによって、製品展開の方法が変わってくる。

6. 今後の展開

調査で得た情報をまとめ、よりよい実用的な応援グッズを製作していきたいと考えている。実際に使用シーンを想定し、さらなる検証をしていきたい。最終的には実際に製品として成立するものを目指している。

参考文献

- (1) 高橋 史子 : 「児童・生徒の筋力発揮における心理的効果の発達に関する研究」, 『日本体育大学紀要』7, p.89-99, 日本体育大学, 1978
- (2) 早稲田大学オフィシャルグッズ オンラインショップ : <http://www.waseda-shop.com/>, 2017.10.10