

# 広告の打消し表示において文字の大きさはどれほど重要か

准教授・森 大輔

大学院人文社会科学部 法学系 交渉紛争解決学

## ▶ 研究内容

### 【背景・目的】

広告において、商品・サービスの特徴を印象付けるために強調表示が用いられるが、不当表示とならないよう打消し表示の記載が必要である。打消し表示については、あまり小さい文字にしないこと等の規制が議論されている。本研究では、打消し表示に係る規制を効果的に行うために、ランダム比較実験による実証実験を行った。

### 【研究概要】

	回線			ドリンク		
	15-34歳	35-64歳	65歳以上	15-34歳	35-64歳	65歳以上
男性	65	71	67	64	71	71
女性	69	71	70	65	70	72

図中の番号・内容	平均	標準偏差
(1) 応援割引	4.08	1.32
(2) 320円割引	4.25	1.40
(3) 申込期間	3.01	1.38
(4) 打消し表示	2.67	1.37
(5) 通信速度比較	3.00	1.39
(6) 最大2000Mbps	3.37	1.40
n = 413		

図中の番号・内容	平均	標準偏差
(1) 糖類を分解	3.84	1.54
(2) ※1	2.53	1.37
(3) ※2	2.53	1.34
(4) ※3	2.72	1.40
(5) 打消し表示	2.48	1.37
(6) 4860円	4.27	1.53
n = 413		

図1. 各箇所をどの程度見たか【1(まったく見なかった)～6(よく見た)]を質問

広告の種類(図1の左と右の広告の2つ)、打消し表示の位置(図1の位置のもと図1の(6)より下の位置の2つ)、打消し表示の文字の大きさ(フォントサイズ6pt 8pt 10pt 12ptの4つ)を変化させて16個の広告を作成し、調査対象者(表1)にそのいずれかをランダムに割り当てるランダム化比較実験を行った。

調査対象者に、広告の各箇所をどの程度見たかを質問したところ、いずれの広告でも、強調表示の部分を見た程度は高かったのに対し、打消し表示の部分(左の広告では(4)、右の広告では(5)の部分)を見た程度はそれより低かった。

さらに、三元配置分散分析を行ったところ、打消し表示の位置や文字の大きさの主効果は有意でなかった。

つまり、打消し表示の文字の位置や大きさは、当該表示を見る程度にそれほど影響を与えなかった。

## ▶ アピールポイント

---

本研究成果を踏まえ、さらなる詳細なランダム比較実験をすることで、消費者に対して優良な広告となる重要な構成要素を明らかにすることができる。

## ▶ 参考資料

---

・森大輔・橋脩一(2020)「広告の打消し表示において文字の大きさはどれほど重要か—インターネットでのサーベイ実験による検証」法と社会研究 5(5), 67-93.

## ▶ キーワード

---

法 経済学 社会学 政治学 心理学 ランダム化比較実験 分散分析(ANOVA) law economics Sociology Political Science Psychology Randomized controlled experiments Dispersion analysis (ANOVA)

---

《ご連絡先》 コーディネータ 木戸 拓実 TEL 096-342-3209 FAX:096-342-3209 mail:t-kido@jimu.kumamoto-u.ac.jp