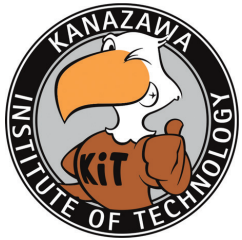
視覚認知実験によるロゴデザインの評価

研究概要

キーワード　視覚デザイン／評価／視線計測／ロゴ／心理実験

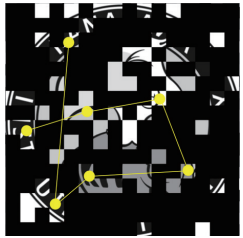
企業や団体が用いるロゴはコーポレートアイデンティティを示すために用いられる一方で、製品のデザインとして使用される際には一部が切り取られる、色が変更されるなどの改変が行なわれる場合がある。このような改変の際には、何を変化させるとロゴの同一性が失われるのかを知っておく必要がある。

本研究課題では、ロゴ上のさまざまな位置に、さまざまな強度で視覚的ノイズを付加してロゴの同定課題を実施する。同定成績および課題遂行中の視線を解析することで、ロゴ同定にとって重要な領域を明らかにする。



このマークのどこが隠れると同定が難しくなるか。

色を抜き、75%の領域を隠しても辛うじて同定可能。



隠れている領域と同定成績、遂行時の視線位置などの情報から、ロゴにとっての重要な位置を明らかにする。

今後の展開やメッセージ

ロゴに限らず、視覚的に与える情報が人間にどう受容されているかについて、実験的手法から明らかにします。情報の種類や、その利用目的に応じた実験計画を行ないますので、まずはご相談ください。

研究者情報

伊丸岡 俊秀　教授・博士(医学)
情報フロンティア学部　心理科学科
所属研究所：感動デザイン工学研究所

研究者情報URL
https://www.kanazawa-it.ac.jp/kyouinroku/a/AEAJA.html
https://researchmap.jp/t_imaru