

国語表現 メディアリテラシー

5班 ()

ポスターの種類

ポータブルオーディオプレーヤー

ポスターの5つの視点

	Attention	Interest	Desire	Memory	Action
A ソ ニ ー	HDD コンポ と商品の連 携	右下の手 ダイレクト転 送ができる	コンポから曲 を転送できる 便利さ	「WALKMAN. ×NETJUKE」 ウォークマン を中心にした 音楽スタイル	商品の上品さと 便利さ 上品さで大人を 狙っている
B ア ッ プ ル	白い背景に 純色系のボ ディ 本体と他の 物の写真	服に取り付け た写真 軽さと小ささ を強調	本体のクリッ プを見せてい る 持ち運びやす さ	指等と本体と の対比 本体の小ささ を強調	質よりも手軽さ 便利さを望む若 者たちへ注目さ せたい
C 東 芝	白い背景に 映える黒い 画面	角、段	ワンセグ、音楽 を楽しめる	色 背景と同色の 本体	商品の写真 大人、学生をター ゲットにしてい る

総合評価（原形情報・表現の観点から）

ソニーは上品な大人をターゲットに、アップルは10代からの若者をターゲットに、東芝は高価なワンセグを起用していることから、大人をターゲットにしていることがわかる。

同じ商品を売り出しても売れないことから、それぞれの商品に違いが見られる。その違いを引き出す広告、ポスターを各社が作っていることがわかった。