

令和7年度 長野県産業教育振興会 特別生徒研究助成 報告書

赤穂高等学校 商業科 富山 愛結

1. 研究テーマ

「Canva を用いた販売促進物の作成」

2. 研究目的

これまで、販売促進物の作成には、Word や PowerPoint などマイクロソフト社のソフトを使用してきたが、作成できるデザインには限界があるように感じていた。一人一台パソコンの導入により、タブレット端末を使用できる環境が整ったものの、マイクロソフト社のソフトがインストールされていないため、使用できないという課題があった。

そこで、新たにクラウド上で使用できるデザインツール「Canva」を活用し、従来とは異なるアプローチによる販売促進物の作成について研究することとした。また、広告宣伝の手法についても理解を深め、販売効果の向上を図ることを目的とした。

3. 研究内容

本校で開発された商品「赤穂 CuRRY SPiCE」を題材とし、商品の魅力がより伝わるよう、「Canva」を使用してポスターの改善を行った。作成するポスターは、委託販売をさせていただく店舗の雰囲気や外観に合ったデザインになるよう工夫した。また、来店されるお客様の年齢層に応じて、商品説明の表現方法を変えるようにした。

「Word」を用いて作成された昨年度のポスター



Wordでは、白紙の状態（テンプレートがない状態）から作成しなければならず、手間がかかるだけでなく、完成度もどうしても下がってしまうと感じた。また、パステルカラーなどの配色が少なく、原色の使用が多くなってしまったため、店舗の雰囲気によっては少しポップすぎる印象を与えてしまう点が課題であった。

「Canva」を用いて作成した今年度のポスター

「赤穂 CuRRY SPiCE」はキーマカレーにして食べるのが一番おいしいと感じたため、写真を最も強調したいと考え、ポスターの半分を使って写真を配置した。

また、委託販売をさせていただき店舗がシンプルで落ち着いた雰囲気であったことから、フォントは丸みのあるものを選び、親しみやすさやかわいらしさが出るよう工夫した。さらに、蛍光色を取り入れることで、全体的に明るく目立つデザインにした。文字のフォントは丸みのあるものに統一し、柔らかい印象を与えるようにした。来店されたお客様の目を引くポスターにするため、色とりどりの図形やイラストを取り入れ、カラフルに仕上げた。また、価格や商品名など、特に目立たせたい部分はフォントサイズを大きくし、分かりやすさを意識した。



「Canva」が「Word」より優れていると感じた点

Canvaはドラッグ&ドロップで操作できるため、初めて使う私たちでも感覚的にデザインを作成することができた。専門的な知識がなくても、文字や写真、図形を簡単に配置できる点がとても使いやすいと感じた。

また、あらかじめ多くのテンプレートが用意されているため、どのようなポスターにしたいかをイメージしやすく、ゼロから考える必要がなかった。そのため、Wordで作成していたときよりも、短い時間で完成度の高いポスターを作ることができた。

フォントや色の組み合わせもあらかじめ整えられており、全体のバランスが取りやすかった。Wordでは、配置や配色を自分たちで考える必要があり、どうしてもごちゃごちゃした印象になってしまうことがあったが、Canvaでは見やすく、統一感のあるデザインに仕上げることができた。

さらに、Canvaはインターネット上で使えるため、学校の



パソコンやタブレットなど、どの端末でも同じように作業ができた点も便利だと感じた。友達と相談しながらデザインを直したり、意見を出し合ったりすることができ、協力して作成しやすいツールであると思った。

このことから、Canva は私たち高校生にとって、楽しく、分かりやすくデザインに取り組むことができるツールであり、販売促進物の作成にとっても向いていると感じた。

ポスターが売り上げの向上につながったか

購入された方々の感想から、ポスターは来店されたお客様の目に留まりやすく、商品に興味を持ってもらうきっかけになっていたことが分かる。特に、「お店に入ったとき一番に目に入った」「明るいポスターですぐに目に留まった」という意見から、色使いやデザインの工夫が注目を集める効果を持っていたと考えられる。また、「ポスターに載っているカレーの写真がおいしそうだった」という感想から、写真を大きく使ったことが購買意欲を高める要因になったと感じた。

一方で、「高校生が作っていると知って興味を持った」「見慣れないポスターがあり気になった」という声もあり、ポスターそのものだけでなく、商品が生まれた背景や作り手への関心が、お客様との会話につながっていたことが分かる。このことから、ポスターは単に商品を売るためのものではなく、顧客とのコミュニケーションを生み出す役割も果たしていたと考えられる。

今回の販売は異業種の店舗での委託販売であったため、ポスターの掲示が店舗本来の売り上げ向上に直接つながったとは言い切れない。しかし、商品に注目を集め、お客様が立ち止まったり、店員の方と会話をしたりする機会が増えたという点で、十分な効果があったと考えられる。以上のことから、今回作成したポスターは、販売促進だけでなく、商品や活動を知ってもらうための有効な手段であったといえる。

4. 反省と今後の展望

ポスター作成に想定以上の時間がかかってしまい、次の取り組みに移るのが遅れてしまった点が反省点である。しかし、初めて「Canva」を用いてポスター作成に取り組んだことで、想像以上に多くの機能があることを知り、初心者である私たちでもクオリティの高い作品を制作することができた。

昨年度の「Word」を用いて作成したポスターと比較すると、より鮮やかで、店舗の雰囲気合ったポスターを作成できたのではないかと感じている。また、実際に店舗にポスターを掲示していただいたことで、来店されたお客様がポスターをきっかけに「赤穂 CuRRY SPiCE」を購入してくださる場面が多く見られ、大きな喜びを感じた。

今後の展望としては、私たちが販売した「赤穂 CuRRY SPiCE」をきっかけに、より多くの人にスパイスの魅力やスパイスカレーのおいしさを知ってもらえたら嬉しいと考えている。もし来年度以降もこの活動が続くのであれば、今回の取り組みが少しでも後輩たちの役に立てば幸いである。この活動を通して、これまで苦手意識を持っていたスパイスの良さを知り、その魅力を伝える立場になれたことが、何よりも嬉しい成果であった。