**概要**

今回私は、クライアントである公益財団法人 AFS日本協会様のインスタグラム投稿とチラシ制作を行った。テーマとして設定されている、「異文化学習の推進」を念頭に、クライアントのメッセージから真意を考察し、寄付をしたいとターゲットに思わせるようなチラシを作ることも重要であると考えた。

**ターゲット**

グローバル市民を育成することに賛同する寄付者

交換留学や異文化理解に興味を示す学生

**コンセプト**

グローバル市民育成による、明るい未来の実現

**アピールポイント**

明るく、さわやかな色合いで、異文化学習がもたらす、メリットや希望をより明るいイメージにするため「一目でわかる明るさとフレッシュさ」を意識した。

次に、テキストによるメッセージでは、実際に寄付されたお金の用途や意義を説明し、さらに異文化学習のメリットに対し、具体的に数値を用いて説明するなど、透明感と説得力のある言葉でPRを行った。これにより、信頼性と透明性を高めることを意識して制作を行った。これにより、海外という不安要素を少しでも和らげるよう促した。また、使用するテキストには、真っ黒を使用するのではなく、グレーを取り入れることで、文書全体が暗くなりすぎないよう心掛けた。

使用する写真と色は、全体的に黄色・青・緑を積極的に採用した。

異文化学習の推進のチラシに黄色、青、緑の色を積極的に使用した理由としては、黄色は、エネルギーや活力、明るさをイメージさせる色であり、視覚的な引きつけ力が強く、刺激的な印象を与えるため、異文化学習の推進をアピールするチラシにおいて、黄色は明るさや活力、新しい発見や学びを表現するために適している色といえる。また、青は、安定感や信頼性をイメージさせる色であり、精神的な落ち着きや冷静さをもたらすとされているため、異文化学習においては、新しい文化や環境に適応する際に必要な冷静さや、安心感を与えることができる。最後に緑は、自然や健康、安心感をイメージさせる色であり、一般的には癒しの効果があるとされている。異文化学習においても、新しい環境や文化に順応する際にストレスを感じることがあるため、緑を使用することで安心感や癒しを与えることがで切るのではないかと考えた。以上のように、心理学的に見た時、黄色、青、緑は、異文化学習の推進に適した色と言える。ただし、色の効果は個人差や文化差によって異なるため、ターゲット層を事前に決定することで、的確なメッセージ性とデザインを心掛けた。