

# 見落としを防ぐ 広告表示の見分け方

～ 広告にダマされない視点を学ぶ～

「**広告**から予想した効果が得られなかった。」という経験はありませんか。  
購入トラブルにつながりやすい点、**広告**を見る際に「**どこに**」注意がいきやすいか、  
「**なにが**」読み取れるかという観点から、認知心理学の知見に基づいて説明します。

【日時】 令和4年 **6月18日(土)**  
午後**1時～2時30分**

参加  
無料

- 【会場】 駅前交流プラザ 「よろーな」 大会議室  
【講師】 北海道大学 大学院 文学院 心理学研究室  
**河原 純一郎 氏**  
【申込】 50名限定 電話・fax・メールでお申込み下さい。  
【お願い】 新型コロナ感染対策として

コロナ禍により  
セミナーの延期も  
あります！

①申込時に氏名と連絡先の確認 ②マスクの着用 ③検温と手指消毒



## 【講師プロフィール】

博士（心理学）

広島大学助教授、産業技術総合研究所主任研究員などを経て平成27年から現職。認知心理学が専門。顔・注意・ストレス・広告・魅力をキーワードに基礎・応用の両側面から研究を進めています。

著書に「シリーズ統合的認知注意」「基礎心理学実験法ハンドブック」「美しさと魅力の心理」

先着**50名**  
予約制

【申込先】 申込期限：**6月16日(木)16時まで**

名寄市消費生活センター電話・fax：(01654)**2-3575**  
メール：[ny-shouhi@city.nayoro.lg.jp](mailto:ny-shouhi@city.nayoro.lg.jp)