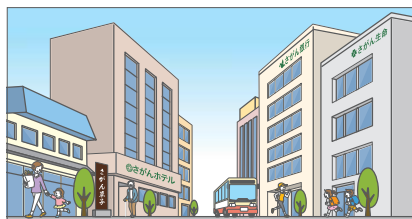


屋外広告物は 広告主と人・街をつなぐコミュニケーションツール

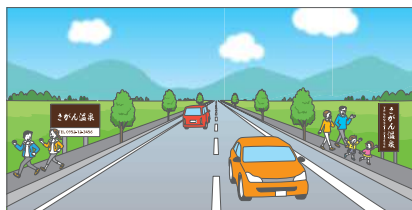
屋外広告物は、企業などの広告主がまちの人へ商品やサービスを伝え、広告を見た人が商品を購入すること、サービスを利用してもらうことを目的としています。単に「目立つ」だけでは効果がなく、見る人が気持ちよく情報を受け取り、親しみや信頼を感じ、さらに消費や利用につながるような広告が効果的な屋外広告物と言えます。そうした屋外広告物は、まちなみや景観を構成する要素として公共空間を彩り、人々の生活に潤いをもたらす「広告主と人・まちをつなぐコミュニケーションツール」となります。

ここでは、広告として効果的に機能しながら、地域の暮らしに寄り添い、好感が持たれる屋外広告のデザインを考える際の主なポイント・視点をご紹介します。

(令和6年度に開催した「屋外広告・サインミーティング」及び「屋外広告物講習会」の内容を参考に屋外広告の表示のポイントをまとめたものです)



建築物の多い市街地



眺望や景色のよい場所

POINT 02 大きさ・表示位置

周辺環境に配慮した大きさと高さを意識しましょう

- 歩行者や自動車の運転者など、見る人によって、見える視野の広さや高さは違います。
- 誰に、どの場所から見てもらうかによって、広告物の大きさ、位置、向き、高さなどを工夫すると効果的です。
- 広告物を目立たせるために極端に大きくしたり高くすることはまちなみを損ねたり、かえって見にくくなる場合があります。できるだけ隣接する広告物と大きさ、高さを揃えましょう。

POINT 01 周辺との調和

背景や周辺環境・建物に調和した広告にしましょう

- 広告物を見る人は、周囲の風景と一緒に広告物を見ます。設置された広告物はまちの風景の一部となります。
- 周辺のまちなみから大きく逸脱したデザインは避けましょう。
- 周辺環境や場所と調和した、大きさや色彩とすることで、人々に親しみや信頼感・安心感を与え、企業への信頼感と楽しいまちなみづくりにつながります。



大きさや位置がばらばらの看板は、見にくくなることがあります



大きさや位置のそろった看板は統一感があり、見やすくなります

POINT 03 情報・文字

伝えたい情報を整理して 見る人に伝わる情報量、文字量にしましょう

- 広告物は短い時間で人に情報を伝える必要があります。あれこれ掲載するのではなく、情報を整理し、見やすく、伝わりやすい情報量にしましょう。
- 最も伝えたい主情報(企業名・商品名・マークなど)と他の情報とで大きさに強弱をつけ、最も伝えたい内容が伝わるようにしましょう。また、余白を十分にとりましょう。
- 複雑な文字や極端な変形文字は避け、広告物に適したフォントを使用しましょう。フォントは複数の種類を使わず、読みやすく美しいレイアウトを考慮しましょう。



情報量が多く、余白の少ない広告物



情報を整理し、十分な余白をとった広告物

POINT 04 配色・色彩

伝えたい情報がはっきり伝わるような 配色を意識しましょう

- あいまいな配色の広告物は、情報が読み取りにくくなります。最も伝えたい情報と板面色の明度差や色相差を考え、適度なコントラストがある表示にしましょう。
- 色数が多い表示は見えにくくなる傾向があります。色数を絞って主情報が読み取りやすいデザインにしましょう。



あいまいな配色の広告物



色数を絞り、適度なコントラストがある広告物

屋外広告物は、デザインや表示内容を工夫することで効果的で、親しみやすい広告物にすることができます。まちの人や地域に愛され、企業などの広告主も発展するため、好感を持たれる屋外広告物を考えてみませんか。

