

企業や商品等の愛着を育む屋外広告物

企業イメージに直結する屋外広告物

日常的に消費者の目に触れ、潜在意識に働きかける屋外広告物は、企業のイメージを伝える重要なマーケティングツールです。このため、印象が悪い屋外広告物を表示すれば、マイナスのイメージを伝えるものとなってしまいます。

社会的な景観への意識が高まっている中、消費者は、屋外広告物に表示された商品などの情報だけでなく、屋外広告物そのものが、周辺の景観に調和し、地域らしさを汲み取ったデザインであるかどうか判断しています。

屋外広告物は、事業主や企業が表示するメッセージです。美しく魅力的な景観をつくり出している屋外広告物からは、消費者の信頼感や共感を得ることができます。

誰もが共感できる屋外広告物

広告物は企業や商品等の宣伝ツールであり、目立つことは、求められる基本的な機能のひとつといえます。

一方、屋外広告物は不特定多数の来街者に向けたメディアであり、個人の嗜好に合わせて視聴を選択できる新聞やテレビ、インターネット等とは異なる特徴を持っています。

このため、単に目立つことや強い印象を残すことばかりでなく、見る人に不快感を与えないこと、周辺景観の調和を乱さないことへの配慮が不可欠です。

屋外広告物を目にすることになる誰もが共感できるものを目指して、表示内容やデザイン、大きさ、色彩、素材などを十分に検討することが大切です。



地域の魅力を高める
こんな取り組みがあります！

地域限定デザイン

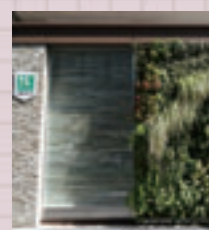
社会的な景観への意識の高まりや景観行政による施策を背景に、全国チェーン展開の店舗や大型商業施設等においても地域性に配慮した個別のデザインを採用する店舗が増えています。

こうした取り組みは、地域の魅力づくりに貢献することで、企業価値をも高めることができることから、企業のCSR活動としてのアピールにもなります。

街にうるおいを提供するデザイン

壁面緑化の技術が普及し、敷地が狭く緑化が難しい場合でも、緑化を取り入れることができるようになりました。

生きた緑や花などの植物には、人の目を惹き付ける力があります。屋外広告物に緑化を取り入れて、注目を集めるとともに、街にうるおいや安らぎを提供することで、消費者に親近感や安心感を与えることができます。

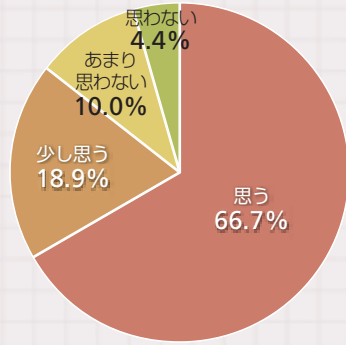




区民のみなさんからは
こんな声があがっています！

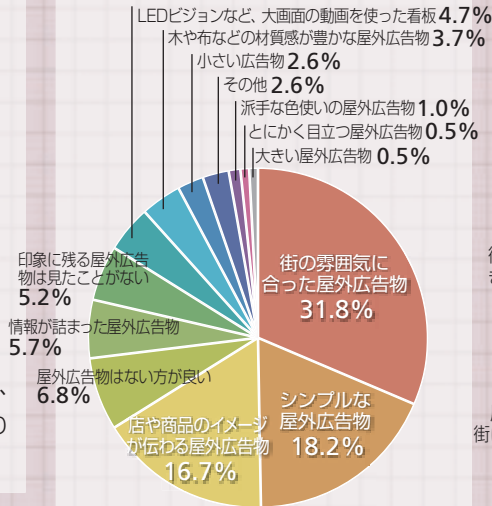
平成 27 年度いたばしタウンモニター・e モニター
による「屋外広告物に関するアンケート」結果より

Q. 屋外広告物は、美しい街並みづくりに影響を与えますか？



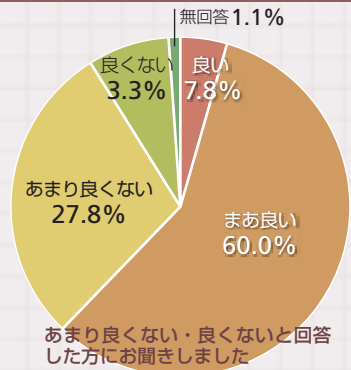
区民のみなさんの 85% 以上が、屋外広告物は、美しい街並みづくりに影響を与えていると感じています。

Q. 街の中で良いと感じる屋外広告物は、どのような広告物ですか？

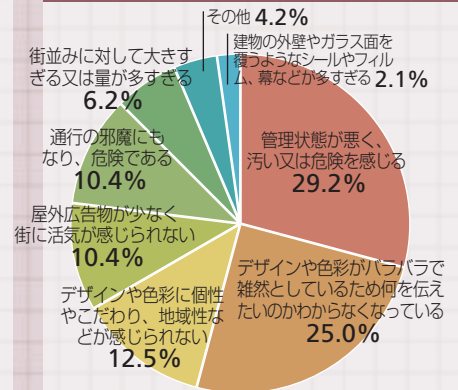


区民のみなさんから評価されている屋外広告は、「街の雰囲気に合った屋外広告物」が No.1 です。また、「シンプルな屋外広告物」や「店や商品のイメージが伝わる屋外広告物」が支持されており、わかりやすさが求められています。派手な色使いや目立つもの、大きいものは評価されていないことがわかります。

Q. お住まい周辺の屋外広告物と街並みの景観の関係の印象は？



Q. 屋外広告物から、どのような印象を受けていますか？



多くの区民が屋外広告物と街並みの関係を良くないと思っており、安全管理やデザインに改善が求められています。

屋外広告物景観ガイドライン
をご活用ください。



板橋区では、平成 28 年 3 月に屋外広告物景観ガイドラインを策定しました。屋外広告物の配慮事項とともに、デザインのヒントとなる事例写真やイラストなども多数紹介しています。

地域らしさを育む効果的な屋外広告物をつくるために、ご活用ください。



板橋区屋外広告物景観ガイドラインは、区のホームページからダウンロードできる他、有償刊行物としても販売しています。

板橋区 都市整備部 都市計画課 都市景観担当

TEL : 03-3579-2549 (平日 9 時 ~ 17 時) FAX : 03-3579-5436 E-mail : t-keikan@city.itabashi.tokyo.jp

〒 173-8501 板橋区板橋 2-66-1 板橋区本庁舎北館 5 階 15 番窓口