

製作者への助言

製作者は最も弱い立場である。広告主の言い分を具体化しなければならないし、広告代理店からは値切られる。行政からは指導を受ける。何か事故があった場合にも責任をとらされる。しかし、それでも製作者は、専門家としてしっかりと仕事をしなければならない。まずは、条例の内容を的確に把握し、必ず守らなければならないことを広告主にも伝える。遵法精神のない広告主からの発注は受けたくない覚悟が必要である。次に、設計能力を磨かなければならない。機能的な条件を満足させ、十分に効果を発揮する屋外広告を設計する。その上で、印象に残り、地域の賑わい形成にも貢献する屋外広告を企画・設計する。また、安全・安心で用途に合った耐久性のある屋外広告を製作し、定期的な管理をする。それらの責任を全うする義務がある。

選ばれる製作者になるために

今は価格競争が激しい。入札に勝つために安くしていると自分の首を絞めてしまう。持続できる範囲で仕事をするためには、評価されるだけの腕を磨かなければならない。

1. 設計能力

常に新しい動向に着目し、素材や表現方法などを習得する。また、提案能力を身につける。

2. 製作能力

社員の技能を高める。熟練工だけでなく、技能を高いレベルに導く教育システムが必要である。

3. 社会的信頼

安定していい仕事をしていることをアピールする。屋外広告士のような資格をとることも必要である。

4. 取引先を広げる

限られた取引先に絞り込むのは危険。自力でクライアントを獲得する努力をする。

地域の反応に気を配る

通常の製作者は、屋外広告物を造った後の確認をしないが、それでは進歩しない。必ず反応を確認し、それを次の評価向上に結びつける。

1. 地域の様子の確認

仕事をする対象地域の屋外広告物の様子を確認する。条例等を確認する。

2. 利用者の想定

地域や地域に来る利用者または対象者の特性を確認する。効果的

なアピールの方法を検討する。

3. 設置後の確認

屋外広告物を設置した後の反応を確認する。あまりうまくいかない場合に、屋外広告物にも責任があるかどうかを冷静に検討する。うまくいっても、いつまで続くかを確認する。

競争相手の確認

屋外広告物は、変化がわかりやすい媒体である。クライアントの競争相手の変化には細心の注意を払う。

1. 競争相手の変化

利用者は、日常の中の変化に敏感である。新規参入者は、従前のところとは何らかの差別化をはかる。クライアントはそれを見逃さず、対策を打つことが必要である。屋外広告で差別化をはかることも考えられる。その場合には、利用者は新しい変化の方に敏感になるので、相手の変化を待ってから対応した方が効果的である。

2. 製作者同士の競争

クライアントをとるために一時的に原価を割るような競争を仕掛ける場合がある。その状態を続けられないとしても、競争相手となる製作者としては、価格ないしは他のサービス等によって対抗しなければならない。最も必要なことは、技術力を磨くことであろう。