

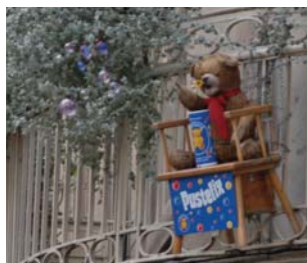
効果的な屋外広告

よく見られる屋外広告と、どうしても見られにくい屋外広告がある。それは、デザイン以前に、機能的な条件を満たしているかどうかで差ができてしまう。広告主はどうしても「あれも言いたいこれも言いたい」と考えがちだが、田舎で道を聞いた時に親切に詳しく教えてもらっても覚えきれなかった経験はないだろうか。覚えられる許容量を超えてしまうと、全部がわからなくなってしまう。

効果的な屋外広告物の条件とは、第1に自動車運転者や歩行者の目にとまりやすいこと、第2に瞬間的に理解できること、である。



運転者は周辺に注意をはらっているが、走行中は近くにある高い位置は見えていない。



シャボン玉で目をひく店舗サイン。動きが加わると誘目性が高くなる。

運転者が見ている範囲は6°

時速40kmくらいで中心的に見ている範囲は2~3°である。そこからチラチラと周りを見てまた元に戻るが、その範囲がおよそ6°である。ほとんどはその範囲しか見えていない。つまり、屋外広告はその範囲の中に掲示しなければ、見られる割合が極端に減る。

しかし、人間の目は周辺視野では形や色はわからなくなっても動きには敏感である。6°の中に入らなければ、少し動きを加えることによって見られる可能性を高めることができる。

歩行者が見ている範囲は20°

歩道上で歩行者が歩きながら見ている範囲は約20°である。普通に歩いている場合は-10°、つまり9m先の地面あたりを見ているが、繁華街ではもう少し上の方を見ている。視角20°は、「前へならえ」をした両手の範囲くらいで、建物に換算するとおよそ2階までの高さまでをよく見ていることになる。屋外広告は基本的にはその範囲に掲示することが望ましい。

15文字までが覚える限度

自動車運転者も歩行者も、1か所に目が留まっている時間は0.2~0.3秒である。時速40kmの自動車は、1秒間に約11m進むので、瞬間的に読み取れなければ、情報が伝わらない、ということである。ちなみに、0.3秒で読み取れる文字数は、およそ15文字であることがわかっている。

路上の一般広告(野立看板)で掲載している文字数を調べたところ、65文字までがほとんどだった。しかし、65文字だとどんなに読み取ろうとしても4回も見直さなければならず、そうしている間に通り過ぎてしまう。屋外広告の文字数は原則として15文字までに抑えることが望ましい。



福岡市の都市サインは、1段9文字以内に設定されている。

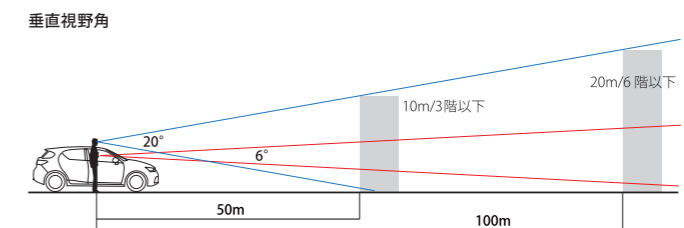
設置位置

屋外広告物の設置位置は、対象者が歩行者か自動車運転者か、設置される付近の建物や道路形状、他の広告物など、現地を良く調査し決定する必要がある。また、設置位置によっては、表示する文字や色彩、写真などの情報、画面や本体の大きさや高さ、形などで変わってくる。

歩行者と運転者では走行スピードや運転により注視できる範囲や時間が異なり、死角となる場所では全く効果がない。

設置の高さ

歩行者が歩きながら見ている範囲を約20°とした場合、3階建ての屋上が見認できるのは50m離れた場所である。運転者はさらに視角が狭く200m以上離れた場所からでないと視認できない。遠方から視認できるように、高い位置に設置する場合は、利用者の視野角を考慮し、また、その範囲内の障害物の有無や、見通しが良い道路形状かどうかを確認する。



道路交通法による規制

道路(歩道も含む)には、原則として広告物を設置することができず、置き看板やのぼりも禁止されている。ただし、道路に突き出す場合は、道路管理者の許可を受けたものに限り掲出できる。(道路占用許可申請)

その場合、道路に突き出せる幅は、1m以内で、地面から広告物の下端まで4.5m空けなければならない。歩道上では、地面から広告物の下端まで2.5m空けなければならない。

