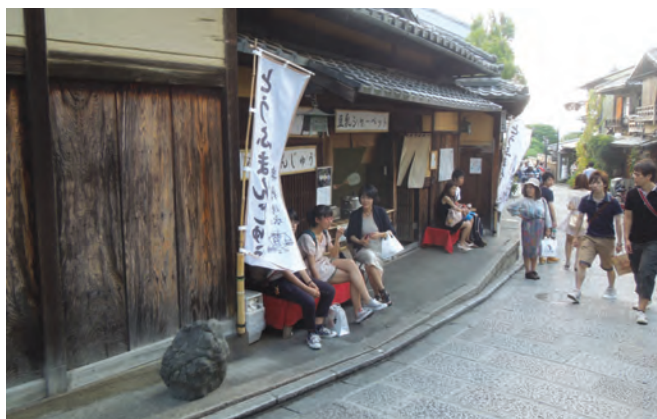


簡易な広告物

のぼり旗

のぼり旗は、手軽なうえ、風にはためいて良く目立ちます。まちの賑わい創出に貢献できる一方で、放置されていたり、店舗が見えなくなるほど多く設置されていると、見苦しい印象を与えてしまいます。統一感のある色合いで、本数は少なくとも効果的なデザインを考え、適切な管理に努めましょう。



設置数を最小限に抑え、建物の雰囲気に合わせたシンプルなのぼり旗の設置



支柱に竹を使用



同系色でまとめた落ち着いた色合いのあるのぼり旗

立看板

立看板は、容易に設置でき、店先に置くことで、歩行者の誘導や、料金の表示、イベント時の広告など、多様な用途に利用できます。一方で、広告効果を過度に意識した派手で周囲と調和しないものは、整っていないまちなみを印象付けてしまいます。まちの賑わいや店先の華やかさを生むような、沿道や建物と調和した立看板のデザインを考えましょう。なお、歩道上及び歩行者の妨げになるような場所への設置はやめましょう。



ガラスを用いたスタイリッシュな立看板



木を用いた落ち着いた色の立看板



店の雰囲気と合致した、賑やかな印象の立看板



シンプルなイーゼルと緑とで華やかな玄関先を演出

建植広告物

自家用広告物

自家用広告物は、事業場などの名称、住所、商標、営業内容などを表示するために、その敷地内に表示するものです。建物を利用しない建植広告物であっても、事業場内の建物や、接する沿道景観、隣接する他の建物などとのバランスに配慮することが必要です。お店に入ってくる自動車の運転者や歩行者が、はじめに目にとまる広告物として、質の高いデザインを考えましょう。



周囲の景観に配慮して、落ち着いた色彩に統一されている広告物 ②⑧



黒を基調とした外壁の建物を引き立てる広告物の赤色 ②⑨



白を基調としたモダンで親しみやすいデザイン ③⑩



芝生の緑に透明のオレンジ色が映える広告物 ③①



最低限の情報を的確に伝える広告物

野立広告 道標・案内図

沿道に設置することが多い野立広告や道標・案内図は、沿道景観に大きな影響を与えます。自動車のスピードで判読できるデザインを心がけながら、情報過多にならないようなデザインと、配置に対する配慮が必要です。見せたい相手が、自動車の運転者か歩行者かを十分に把握して、効果的なデザインを考えましょう。



支柱に疑木を用いて、周囲の景観との調和を図った案内図



複数の店舗をひとつの看板にまとめ、交差点部での広告物の乱立を抑制



店舗をピクトグラムで分かりやすく示すデザイン ②

企画・デザインの基本

屋外広告物はお店の顔です。見る人にとって、そのお店の第一印象は、広告物のデザインによって大きく左右されます。何度か通っていただいたお客様には広告物は不要かもしれませんが、なにげなく寄ろうとするお客様には広告物が必要です。そのときの広告物の印象でお店を選んでいるともいえます。よく吟味された広告物には店主の気持ちが表現されます。お店を訪れる人の心にとまるよう、質の高い広告物を設置することで、お店の品格もまた、向上していくことでしょう。

広告物の質を向上するためには、周辺景観との調和に十分配慮しながら、色彩、文字の大きさや文字数、素材、演出方法などをよく検討することが重要です。

文字の設定

屋外広告物に表示する内容のなかで、最も多い要素は、文字です。文字のデザインが広告物全体のイメージを決定づけています。広告物に表示する文字には、適度な大きさと、適度な情報量の目安があります。見る側にとって読みやすいデザインを考えましょう。

のせる文字の量

屋外広告物には、簡潔に要点のみを表現しましょう。人の目は1箇所に長く留まりません。視線が1箇所に留まるのは、0.3秒前後といわれています。この0.3秒で読める文字数は、日本語で最大15文字程度です。何を伝えたいのかよく考えてシンプルに要点のみを表示しましょう。



伝えたい情報と補足する情報とを分け、伝えたい情報の判読性を高めましょう。

▼ 車内から広告物を見たイメージ



自動車の走る沿道に掲示する場合、細かな情報は伝わりません。

文字の読みやすさ

文字は、背景の色彩とのコントラストが大きい方が、読みやすくなります。例えば、タイトルの文字はゴシック体の中太が読みやすくなります。

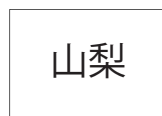
黒地に白文字の場合は、白文字が膨張して見えてしまうため、白をやや細めに見えやすくなります。一方で、白地に黒文字の場合は、やや太字にした方が見えやすくなります。

また、文字の字間は、間を開けない方が読みやすくなります。

左の方が、読みやすい



左の方が、読みやすい



文字の大きさ

文字の大きさは、その文字を読む人の状況に応じて、適切な大きさにする必要があります。

自動車の運転者が読む場合と歩行者が読む場合とでは、判読できる文字の大きさが異なります。どの程度はなれた場所からその文字を読むかによっても、必要な文字の大きさは異なります。

交通標識の基準を参考にした文字の大きさ

交通標識の基準は、走行速度40kmの道路では、視認距離80m、文字高20cm程度です。これは、標識を視認してから減速や曲がるといった行動が、的確にできることが、基準になっています。この基準は、屋外広告物の文字の大きさを決める目安のひとつとすることができます。

視距離ごとに算出する文字の大きさ

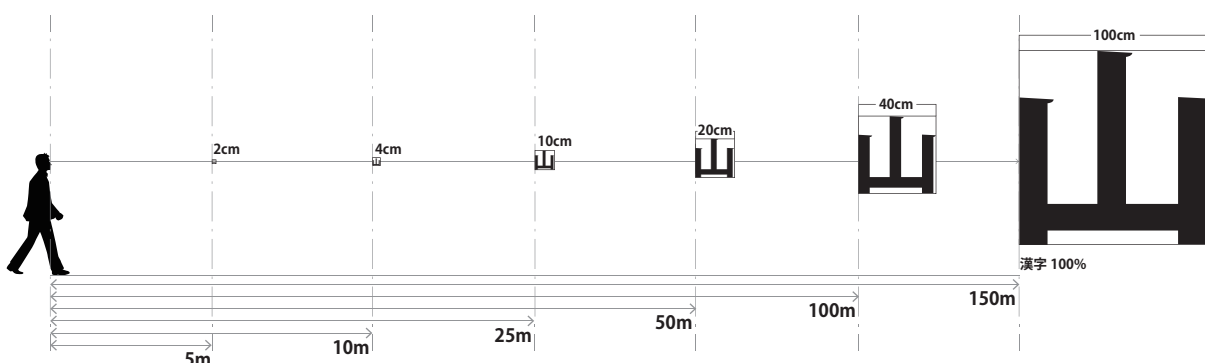
「文字の高さ×250=視距離」

によって、視距離ごとの文字の大きさを決める目安を算出することができます。

アルファベットや数字は、書体にもよりますが、漢字100に対して、アルファベット・数字75程度で、ほぼ同じ視距離から見るとされています。

(交通エコロジー・モビリティ財団『ひと目でわかるシンボルサイン—標準案内用図記号ガイドブック』)

5m離れて見る文字の大きさは2cm、
100m離れて見る文字の大きさは40cmが必要です。



色彩の使い方

屋外広告物の色彩は、周辺景観との調和に配慮する上で重要です。目立たせようと派手な色を使うと、周辺との調和を阻害することがあるため、色彩の使い方には十分な配慮が必要です。

色相・明度・彩度

色は、色相、明度、彩度の三つの属性の組み合わせで表現することができます。この組み合わせは、マンセル表色系という方法で、表現することができます。

色相

色見の違いを示します。赤、黄、緑、青、紫の五色が連続して色相の輪をつくります。

マンセルでは、この五色の中間に、黄赤、黄緑、青緑、青紫、赤紫を加えた10色相で、色相を表します。

明度

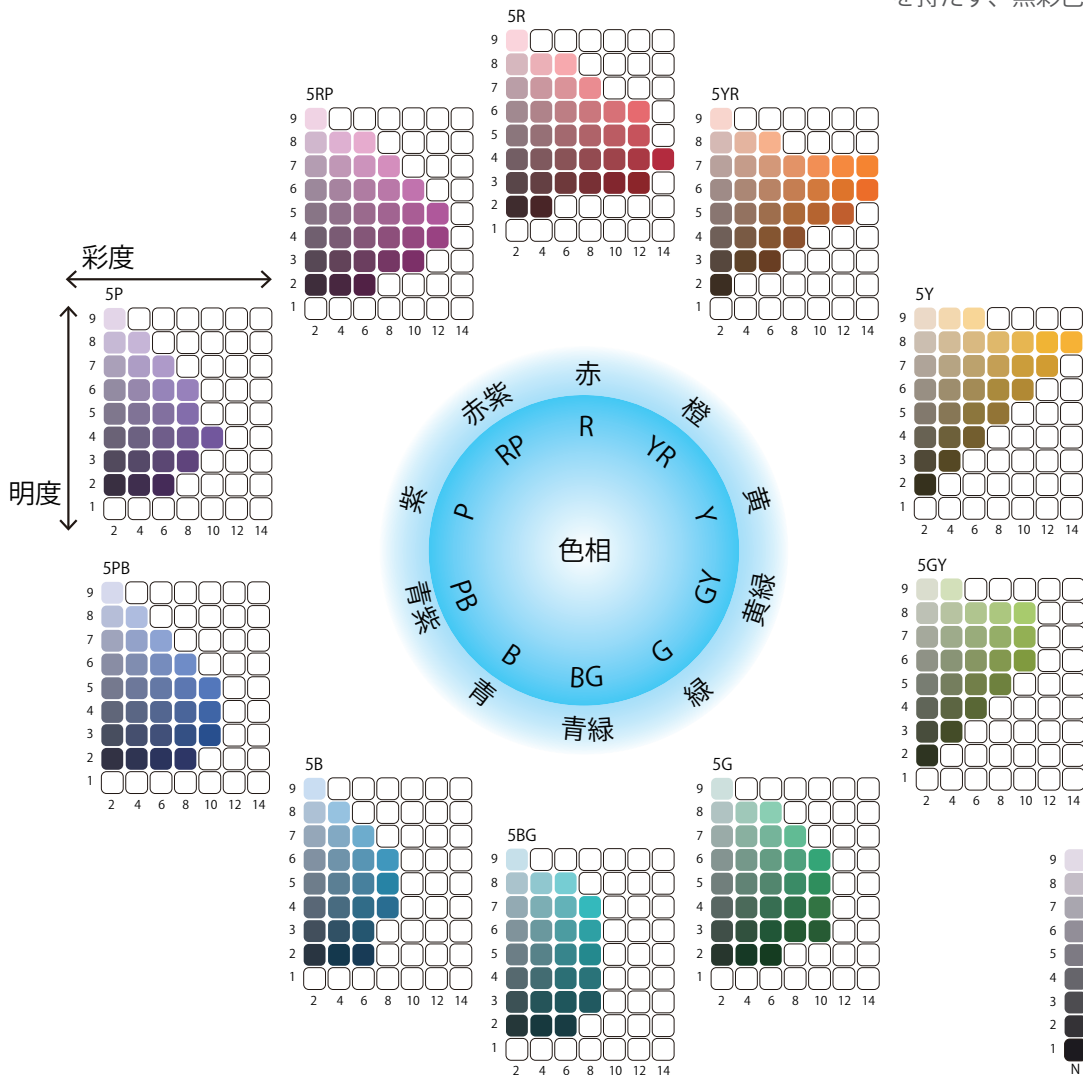
色のもつ明るさを示します。明るい色は明度が高い、暗い色は明度が低いと表現します。

マンセルでは、理論上の黒を0、理論上の白を10として、その間で明度を表します。

彩度

色の鮮やかさを指し、色見がどのくらい強く含まれているかを示します。色見が強い鮮やかな色は、彩度が高い、色見が弱くすんだ色は、彩度が低いと表現します。

白・灰・黒は、この彩度の性質を持たず、無彩色と呼ばれます。

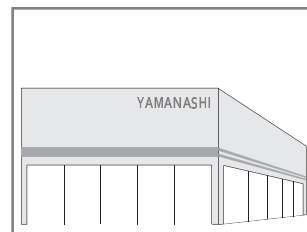
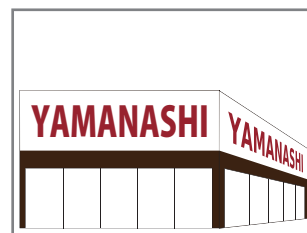
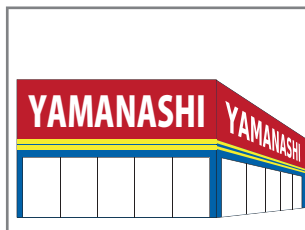


■ 5YR 8.0 / 12
■ N 5.0
色相 明度 彩度

マンセル表色系では、「色相 明度 / 彩度」を組み合わせで表記し、無彩色は、色相と彩度を持たない（ニュートラル）ことを示すNと明度を組み合わせで表記します。

高彩度色は小さくする

彩度が高い色は、周囲への影響が大きくなります。特に自然景観の中では目立つ色の使用は控えましょう。彩度が高い色を使う場合には、面積を小さくし、周囲への影響を最小限にします。



色数を抑える

必要以上に色数が多い広告物を見る人に混乱を与えやすくなり情報が伝わりにくくなります。何を伝えたいのかを良く考えて、色の数が多くなりすぎないように十分気を付け、すっきりとして落ち着いた印象となるようにしましょう。

建物・背景に合わせる

広告物の色彩は、建物や背景となる街並み、自然との調和が重要です。屋外広告物をデザインする時は、まず、現場の色彩の状況を把握しましょう。



赤色は、色彩の中でも、特に目を引く色です。広告物によく使われていますが、赤色を多用すると景観を損ねることになりやすいため、全体のバランスに気をつけながら品良くまとめましょう。

！ 配慮したいポイント

チェーン店を考える

各地で展開しているチェーン店は、統一したコーポレートカラーを主体にした広告物を表示し、その中には、彩度・明度が高いものも多く見受けられます。豊かな自然に囲まれた地域や伝統的な家並みが残る地区では、こういった色彩が目立ちすぎることがあります。場所によっては、コーポレートカラーであっても彩度・明度を落として周辺景観に配慮する必要があります。



背景色に白色、文字色にコーポレートカラーを使用



コーポレートカラーを使わずに、無彩色の灰色で統一 ①



伝統的な街並みに合わせた外壁と淡い照明 ②

質の高いデザインのための視点

現代の屋外広告物は、さまざまな技術や技法の開発によって、多様な表現ができるようになりましたが、過剰な主張は、地域の雰囲気とそぐわない場合があります。派手な表現を控え、まちと広告物の相互の関係性を整えて、質の高いデザインの広告物を表示することで、地域や店舗のブランドイメージの向上に貢献している広告物の例もみられます。その地域の雰囲気とお店に合った広告物をデザインしましょう。そのような、質の高いデザインを考えるためには、素材の選び方や演出方法を工夫する必要があります。ここでは、質の高いデザインのための「素材を活かす」、「緑を活かす」、「風情ある和の様式で演出する」、「光で広告物を演出する」の4つの視点を紹介します。



要素が少なくすっきりと見やすい店舗名の表示と、緑による店前の演出



シンプルな照明の設置と、外壁にアクセントを加える赤い日よけ



外壁に文字を表示せず、置物と照明による印象的な演出



外壁の素材を活かした、和風かつモダンな印象のファサード*

*ファサード：建物の正面の外観のこと。



くすみのある素材をそのまま活かし落ち着いたきのある広告物



文字の書体を工夫した、シンプルながらも印象的な広告物



ステンドグラスを用いた印象的な広告物



落ち着いたきのあるシンプルな立看板に、色彩豊かなイラストで賑やかさを演出



街の雰囲気に合わせたシンプルなデザイン



木板に営みのイメージが丁寧に彫り込まれたデザイン。山梨県甲州市勝沼地域の文化が表現され、魅力的なものとなっている。📷⑤

素材を活かす

プラスチック素材や、塗料で着色した広告物は、材質の違いや派手な色彩によって、周囲の景観や建物との調和が困難な場合があります。一方で、木材や石などの自然素材、金属素材などがもっている材質を活かした表現は、品の良い印象を与えることができます。時間経過による変化も、歴史のある営みを想像させます。



外壁と広告物に自然素材を用いた、個性的な店舗の演出



周囲の自然景観と調和している木材を用いたデザイン



コンクリート打ちの外壁と、モノトーンの金属素材の文字のモダンな組み合わせ



硝子の素材を活かした、小さくとも歩行者の目を引く広告物



シンプルな木製の看板に、草花・低木の組み合わせ