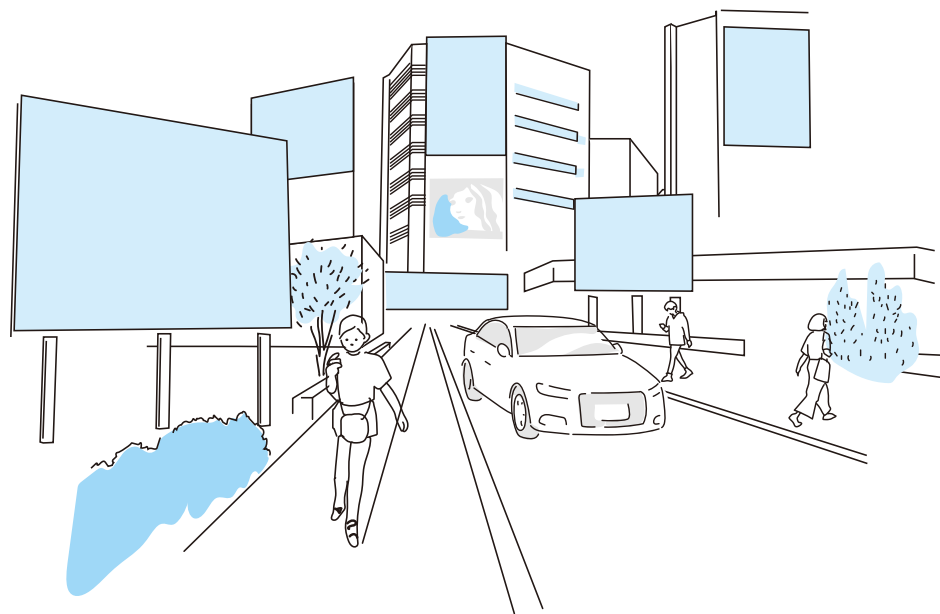


野立て看板による認知度アップ戦略 事例紹介

歯科

dental



野立て看板がなぜ「商圈」を適正化できるのか？

野立て看板4つの効果

野立て看板には以下のような効果が期待できます。

① 店舗・施設への誘導

幹線道路から外れた場所に立地する店舗・施設への集客は、幹線道路上に立地する店舗に比べて難易度が高くなっていきます。人が看板を発見してからその看板に興味を抱き、店舗に入店するまでに「7秒」の時間が必要です。野立て看板は、走行する車のドライバーと同乗者に向けた広告媒体ですが、法定速度である時速 40 キロメートルで走る車から、野立て看板を発見して通り過ぎるまで、約 80 メートルの距離が必要です。時間で言えば約 7 秒。看板を発見してから 7 秒の間に、通行人はその看板が自分にとってのメリットとなるかどうかを判断します。つまり、80 メートル前から看板を発見してもらうことで、その看板に掲出した情報に興味を抱いてもらえるということです。幹線道路から外れた場所に立地する店舗や施設への誘導は、幹線道路上に設置する野立て看板で行うのがベストとなります。その場合、「7秒ルール」に基づいた看板デザインと視認性を確保しなければなりません。



② 商圈の適正化

一般的に商圈は、対象店舗を中心とした同心円を描くと思われています。ところが実際の商圈は、そんな単純なものではありません。大きな幹線道路や川、鉄道などで動線が分断されるケースが大多数なのです。分断された動線は、商圈を実際よりも小さく見せ、また分断された向こう側には消費者は関心を持ちません。それは物理的に行きに



くい場所になるからです。集客を最大化するためには、商圈を適正な状態に戻さなくてはなりません。野立て看板は、そのための有効なツールとなっていきます。

③ 商圈の拡大

野立て看板を商圈の出入口に複数設置することで、効果的な商圈の拡大化を図る事ができます。それまで商圈の外側にいた消費者が、出入口に設置された看板で「店舗を認知」することになります。すると、それまで自分の行動範囲になかった地域にある店舗が、「自分にとって知っている店舗」に変わっていくのです。先にも述べましたが、人は知っている場所や駅、日常的によく使う場所に向かうとき、その距離感を「心理的に短く感じる」性質を持っています。これは「感性距離」の法則です。それが商圈の出入口に設置した野立て看板でも、ほぼ同様のことが起きます。「知っている店舗」がある地域は「心理的に近く」感じるのです。商圈の拡大とは、言うなれば「商圈外の消費者に対する感性距離を近づけること」を意味します。



④ ブランディング効果

「ブランディング効果」は、企業名やサービス内容を「消費者の記憶に残す」ことを意味します。あるものへのブランド評価は、「企業や団体、サービスを記憶に残している人の数」に比例するもののなのです。それは、「消費者の記憶に残す」ことによって、可能となっていきます。

ここで、実際に野立て看板を使って商圈内の消費者に企業名を記憶に残してもらい、集客数を大きく伸ばした企業の事例を紹介します。野立て看板の複数本設置が、消費者に対する「ブランド効果」をつくり出した例をご覧ください。

きぬた歯科 様

事業 歯科

所在地 東京都八王子市

目的・課題 歯科インプラントのトラブルが報道されたことによる信頼性の回復



設置地域・対策

きぬた歯科の看板広告は、東京都多摩地域を中心に広範囲に設置されました。地域住民の視認性を高めるため、定期的に社内調査を行い、効果測定と改善を行っています。



成功のポイント

きぬた歯科の成功は、看板広告への大胆な投資と戦略的な展開にあります。2012 年のNHK 特集番組「クローズアップ現代」を契機に、年間約 1200 万円を投じて看板を設置しました。この看板広告は、地域住民に大きな視覚的インパクトを与え、クリニックの認知度と信頼度を飛躍的に向上させました。また、定期的な効果測定と改善を行い、さらなる集客効果を追求しています。SNS やテレビ番組での広報活動も並行して実施し、多角的な広告戦略を展開しています。これにより、きぬた歯科は多くの患者からの信頼を得ることができ、地域医療への貢献を強化しました。この綿密な広告戦略と地域密着型の取り組みが、きぬた歯科の成功の核心にあります。



お客様からの言葉



看板設置を決断したことで、多くの地域住民から信頼を得ることができ、本当に良かったと感じています。看板を見た多くの方々が安心して私たちの医院を訪れてくれるようになり、来院者の数も大幅に増加しました。これにより、地域に根ざした医療を提供するという私たちの目標が現実のものとなりました。患者の方々から『看板を見て来院しました』という声をいただくたびに非常に嬉しく感じます。地域の皆さんと

の信頼関係が築けていること、そしてその信頼に応えるためにより良い医療を提供し続ける責任を強く感じています。看板設置は確かな効果があり、地域医療に大きく貢献できていると実感しています。

間瀬デンタルクリニック 様

事業 歯科

所在地 千葉県富津市

目的・課題 診療圏内の再認知、診療圏の拡大



野立て看板設置のきっかけ

地域では以前から多くの患者様が集まる医院ではあったが、医院が大通りに面しているわけではなく、エリア内に住んでいても間瀬デンタルクリニック様のことを知らない方もいらっしゃいました。「こんな近くに、こんな素敵な医院があったなんて、知らなかった」という声もあったため、診療圏内の再認知と診療圏の拡大を目的に複数本設置をしました。



設置地域・対策

「誘導」「認知」「WEB 誘導」「採用」それぞれの目的別に、9本の野立て看板を設置しました。地域の道路状況を調査し、掲出場所を戦略的に決定。設置場所によって少しデザインに変化をつけました。また、集患だけでなく、採用をメインとしたデザインの看板も設置しており、求人にも効果を上げることができました。



誘導目的



誘導・認知目的



認知・WEB 誘導目的



採用目的



会社概要

名 称	株式会社ブランディングボード
設 立 年 月	2014年12月26日
資 本 金	8,000万
所 在 地	本 社 〒194-0036 東京都町田市木曽東4丁目26-15 東京町田メディカルビルディング 2F TEL 042-794-7122 FAX 042-794-7126
	埼玉営業所 〒359-1161 埼玉県所沢市狭山ヶ丘1-3005-5 TEL 042-941-6055 FAX 042-941-6058
	新潟営業所 〒959-1704 新潟県五泉市村松甲3836 TEL 0250-47-3245 FAX 0250-47-3246
従 業 員 数	60人
代表取締役	田中 瑠璃
業 種	看板製作 屋外広告業
営 業 種 目	野立て看板の企画・交渉・デザイン・ 製作・設置・管理・ブランディング支援



北海道から沖縄まで
サイン製作・施工の全国ネットワーク

ブランディングボードが展開する「AJSS (全国サインサービス)」とは、全国規模で看板製作、施工を行う日本初の実践組織です。サインに関する卓越したノウハウをもとに、均一したクオリティ及びサービスをご提供。お客様のスムーズな事業運営をお手伝いいたします。

本社（東京都町田市）



新潟事業所

埼玉事業所

書籍のご案内



感性工学の視点から野立て看板の効果を徹底解説！

本書の主な目次

- 第1章 「感性工学」で人の感性を科学的に読み解く
- 第2章 野立て看板で「ブランド」をつくる
- 第3章 看板だからこそできる感性の誘導
- 第4章 野立て看板で圧倒的な認知度を築く
- 第5章 野立て看板でブランディングせよ！
【認知度×好感度】でブランド力を高めた6つの事例

■著者プロフィール

日本感性工学会 理事
(株)ブランディングボード 取締役
理系デザイナー

高橋由樹 たかはし ゆき



ご購入はこちらから

発行元／エーアイ出版
定価：本体 1,800円(税込)

