

地域内認知度 7 倍増！ 目からうろこの野立て看板戦略とは？

「目からうろこ」という言葉がこれほどの確に当てはまるものは他にないであろう。野立て看板が地域内認知度を劇的に向上させる戦略的ツールであることに気づいている者は未だ多くない。しかし、その実効性を深く理解し、活用することで、ビジネスの成長速度は大きく加速する。地域に根ざしたブランドが野立て看板を通じて消費者の記憶に刻まれることで、その認知度は最大で 7 倍にも向上する可能性がある。これは単なる広告手段にとどまらず、地域の未来を形作る戦略である。

地域内認知度 7 倍増の実現

商圈内に野立て看板を設置すると、その看板は日常的に商圈内を生活圏とする住民の目に触れる。1 本の野立て看板だけでは、その効果は限定的かもしれない。しかし、商圈内で特に住民の動線を考慮して複数の看板を戦略的に配置した場合、その効果は飛躍的に高まる。まず、住民が一日のうちに複数回看板を目にするようになり、視覚的な反復効果が生まれる。この効果により、住民の記憶にブランドが深く刻まれていく。また、商圈の出入口に看板を設置することで、商圈に出入りする人々の目にも自然と触れるようになり、ブランドの認知度が急速に広がっていく。

さらに、看板の設置場所を工夫することで、地域全体での認知度を 7 倍に向上させることも可能である。例えば、主要な道路沿いや地域のランドマーク付近に看板を設置することで、視覚的な接触頻度が増加し、結果として地域内でのブランド認知度が劇的に向上する。野立て看板はそのシンプルな設置方法にもかかわらず、地域住民に対して強い印象を与え、短期間で認知度を大きく向上させることができる。そのため、「認知度 7 倍増」という目標は決して誇張ではなく、戦略的な計画と実施によって達成可能な現実的な数値である。



認知度アップのカギ：なぜ看板が重要なのか

看板とは、日常的に人々の目に触れる存在でありながら、その影響力は計り知れないものがある。特に野立て看板は、特定のエリア内で繰り返し視覚に触れることで、ブランドの認知度を着実に高める効果を持つ。道路沿いに設置された看板が人々に与える影響は、通り過ぎるたびに無意識のうちにその内容を記憶させる点にある。この反復的な視覚効果により、地域内で特定のビジネスが「よく見かける」「覚えている」と認識されるようになるのである。

この視覚的な影響力は、特に地域密着型のビジネスにおいて重要である。例えば、地元での活動に重点を置く小売店やサービス業者は、看板を通じて自社の存在を何度も強調することで、地域住民の意識に自然に浸透させることができる。このような視覚的接触は、他の広告媒体では得られにくい深層的な記憶形成を促進し、結果的に来店やサービス利用のきっかけを生み出すのである。ブランド認知度が高まることで、消費者がその商品やサービスを選択する際の第一候補として位置づけられることが可能になる。

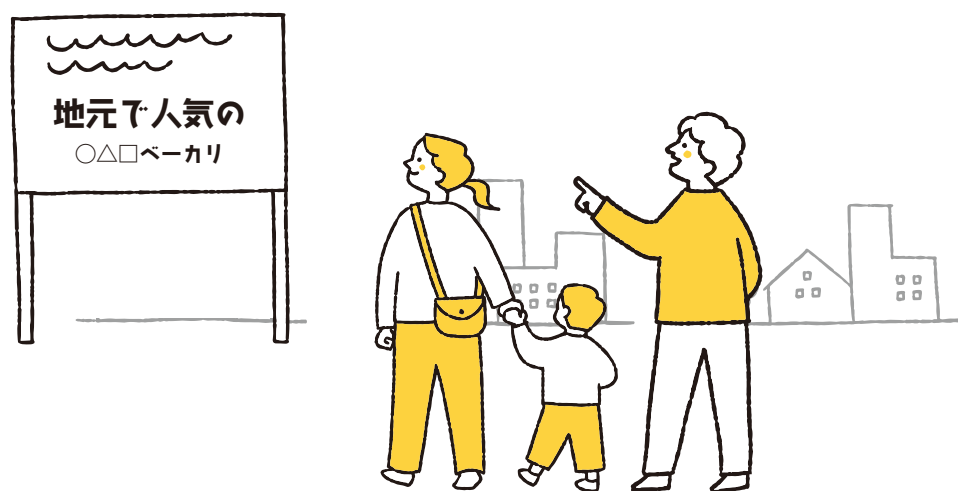


地域での認知度を上げることは、単に商品やサービスを販売するために重要なだけでなく、地域社会において信頼され、愛されるブランドを築くための第一歩である。例えば、野立て看板を設置することで、地元の住民はその存在を繰り返し目にし、徐々にそのブランドに対して親しみを感じるようになる。このようにして、認知度の向上は地域内におけるビジネスの成功に直結する重要な要素となる。

また、看板の内容やメッセージが地元の文化や価値観と強く結びついている場合、その効果はさらに高まる。地域独自の特性を反映したメッセージやビジュアルを用いることで、住民は「自分たちのもの」として看板を認識し、その結果としてそのブランドや商品に対する共感性が向上する。このようなエモーショナルなつながりが形成されると、ブランドは単なる商業的存在以上の意味を持つことになる。

エリアブランディングの一助として

野立て看板は単なる広告媒体にとどまらず、地域全体のブランディングを強化するための重要なツールである。例えば、地域特有のテーマやイメージと結びつけた看板を設置することで、地域全体の魅力を向上させることができる。「地元で人気の〇〇」といったメッセージを掲げることで、その商品やサービスが地域の象徴的存在として認知される。このようにして、野立て看板は地域の一体感を生み出し、エリア全体のブランド力を高めることが可能である。



エリアブランディングとは、地域全体のアイデンティティを形成し、地域の魅力を最大化する取り組みである。野立て看板は、この取り組みの中で重要な役割を果たす。例えば、地域の特産品や観光地を強調する看板を設置することで、地域全体が一体となって「ここにしかない魅力」を訴求することができる。このように、看板を通じて地域の特性を効果的に表現することで、訪れる人々や住民に強い印象を与えることができる。

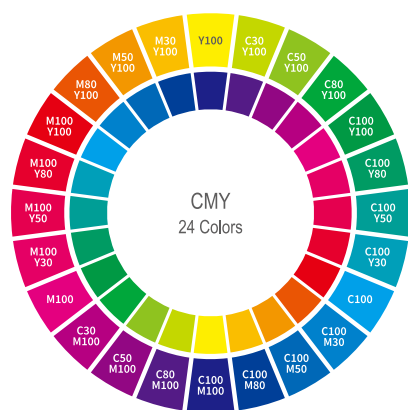
さらに、地域全体のエリアブランディングに貢献することは、その地域に住む人々の誇りにもつながる。地元のビジネスが成功し、その成功が地域全体の価値を高めるというサイクルが生まれれば、住民は地域に対する誇りを持ち、さらなる支持を寄せるようになるであろう。このプロセスは、地域社会全体の結束力を高め、地域経済の発展にも寄与する。

また、エリアブランディングの観点から見ると、看板のデザインや設置場所も重要な要素となる。例えば、地域の歴史や文化を反映したデザインを採用することで、看板自体が地域のシンボルとなり得る。これにより、看板が持つメッセージは単なる広告を超えて、地域のストーリーを語るものとなり、住民に誇りと愛着を感じさせることができるのである。

記憶に残るデザインの秘密

野立て看板を効果的に利用するためには、デザインとメッセージの選定が極めて重要である。単に目立つだけでなく、見る人の心に深く残るインパクトが求められる。例えば、シンプルでありながら強力なメッセージを持つキャッチコピーや、視覚的に強い印象を与える色使いは、人々の記憶に深く刻まれる要因となる。また、看板に用いる色彩やフォントの選定においても、心理的効果を考慮することで最大限の効果を発揮することが可能である。

色彩心理学に基づいた色の選定は、看板の効果を大きく左右する要素の一つである。例えば、赤は緊急性や情熱を伝える効果があり、青は信頼性や冷静さを表現することができる。このように、メッセージに応じて適切な色を選ぶことで、看板の視覚的インパクトを最大限に引き出すことが可能である。また、フォントの選択においても、読みやすさと視覚的な印象を両立させることが求められる。視覚的な要素は、見る人の感情に直接的に影響を与えるため、その効果を最大化することが重要である。



緊急性・情熱



信頼性・冷静

印象に残るフォント

印象に残るフォント

印象に残るフォント

印象に残るフォント

印象に残るフォント

印象に残るフォント

視覚的なインパクトに加えて、感情に訴える要素も極めて重要である。「地元の誇り」や「家族のための安心」といったテーマを看板に組み込むことで、見る人々の感情に訴えるメッセージを伝えることができる。これにより、看板は単なる広告ではなく、消費者の心に深く残る存在となるのである。また、看板に込められたメッセージが個々の生活と直接関連している場合、その効果はさらに強まる。例えば、「家族の幸せを守る品質」や「地元で育った安心の味」といったメッセージは、見る人にとって自身の生活と結びつけやすく、共感を生みやすい。

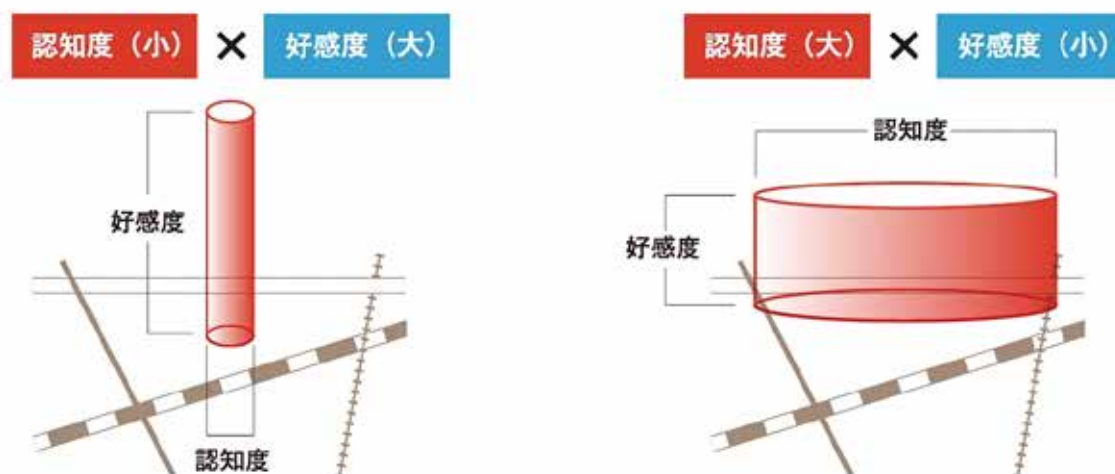


なぜ集客に認知度アップが必要なのか？

認知度を高めることの意味を考えてみたい。認知度とは、消費者から「認知」されている割合のことである。ではその「認知」とはなんだろう。それは単純な話、「商品名、サービス名」あるいは「企業名、店舗名」を「知られている」状態のことだ。

つまり、認知度を高めるということは、人々から（自社・自店舗・自社サービスなどを）よく知られている状態を作り出すことを意味するのである。

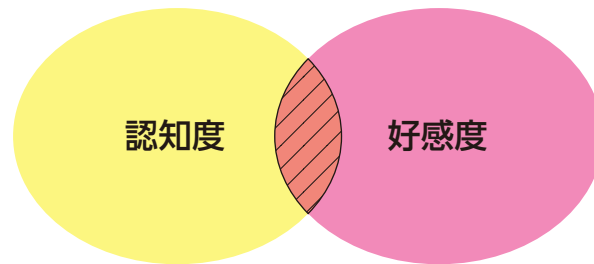
地域内でよく知られている状態とは、地域内でブランド力が高い状態と呼ぶこともできる。このブランド力は「認知度 × 好感度」という公式で表される。多くの人に知られる状態である「認知度の高さ」と、多くの人に共感を抱かせる状態である「好感度の高さ」を掛け合わせたものが、「ブランド力」となっていく。



ここで勘違いされやすいのが、「好感度を高めること」、すなわち「消費者からの共感を得ること」に力を注ぐことでブランディングは成立するという考え方だ。確かに消費者からの共感度は高くする必要はある。だが、その前提として、「多くの消費者に自社・自店舗のことを認知して」もらわなくてはならない。地域内での認知度がないのに、好感度だけを高めても、それは集客力のアップに結び付かない。ブランド力の獲得には至らない。

認知度が高くなってこそ、好感度を高める重要度が増すのである。そして認知度が高くなってこそ集客に直接結びつくのである。そのためのツールとして、野立て看板があるのである。

認知度を高める事で
売り上げにつながるブランドを創出する



$$\text{ブランド力} = \text{認知度} \times \text{好感度}$$

野立て看板戦略の可能性

野立て看板戦略を活用することで、地域内の認知度を飛躍的に向上させることが可能である。この戦略は、単に商品やサービスを宣伝するだけでなく、地域全体のブランド価値を向上させ、住民との深いつながりを築くためのツールである。野立て看板は、地域とともに成長する未来を描く手段であり、その可能性は無限大である。

また、野立て看板は地域の文化や価値観を反映することで、その効果を最大化することができる。地域独自の特徴や魅力を看板に取り入れることで、住民にとって「自分たちの一部」であるという認識が生まれ、その結果としてブランドへの支持が高まる。このように、地域社会に根ざした戦略を展開することで、ビジネスは単なる商業的な成功を超えて、地域全体の発展に寄与する存在となるのである。

地域とビジネスが共に成長し続けるそのビジョンこそ、野立て看板戦略の持つ真の可能性である。



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

本社（東京都町田市）



AJSS 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「A J S S (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ー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。

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)

