
屋外広告

ご案内資料

■屋外広告とは

メリット

- **広範囲な視認性**

屋外広告は多くの人が目にする公共の場や交通量の多いエリアに設置されるため、短期間で幅広い層にリーチできます
特に人が集中する場所に設置することで、効果的に視認性を高めることが可能です

- **反復効果でブランド認知向上**

大きな看板や鮮やかなデザイン、インパクトのあるコピーなど、視覚的に目を引く広告は、ブランドの印象を強く残します
繰り返し目にすることで記憶に定着しやすくなり、特に新商品やサービスの認知度を効率的に向上させる効果があります

- **エリアを絞ってターゲティングが可能**

特定の場所やエリアに広告を掲示することで、その地域に住む人や訪れる人々に効果的にアプローチできます
地域の特性やニーズに合わせて内容をカスタマイズすれば、ターゲット層への訴求力が一層高まります

- **24時間継続的な露出**

屋外広告は常に掲示されているため、時間帯を問わずにメッセージが届けられます
特に夜間にライトアップされるタイプの広告は、視認性が高まり、昼夜問わず目に留まりやすくなります
この継続的な露出によって、無意識に広告が認知される効果が期待できます

デメリット

- 掲出場所によっては費用が高額になる
- 他の広告との差別化が難しい
- 効果測定が難しい

■屋外広告の種類

ビルボード

主要な交差点や道路、駅前など人の行き来が多い場所に設置される大型の看板です。

サイズが大きく遠くからでも見えるため視認性が高く、印象に残りやすいことが特徴です。また、屋外に設置することから時間帯の制限がなく、常時広報できるため、キャンペーン告知やブランディングに最適です。

ビジョン／デジタルサイネージ

都心部の繁華街や駅前などの人通りの多い場所に設置される電子ディスプレイ広告です。

映像に加え、音声放映も可能なメディアも多く、視聴覚・聴覚的に訴求できることが特徴です。近頃は3D映像を用いるなどユニークな広告展開も増えています。

広告宣伝車（アドトラック）

アドトラックは、自動車に広告をラッピングした移動式の広告媒体です。

広告訴求させたいターゲットに応じてエリア・時間帯を選定できることが特徴です。繁華街や交通量の多い地域では、多くの人に目に触れることが出来ます。また、「動く広告」として視聴者へ大きなインパクトを与えることが可能です。

イベントスペース

イベントスペースは、販売促進や認知拡大を目的として集客イベントが実施できるスペースのことです。主に、駅や商業施設の一角に設けられていることが多く、リアルでの展開により商品やサービスの良さを直接伝えることが出来ます。また、ターゲットが多いロケーションで実施することで、短期間で効率的な広報が可能です。