

## 緑の活用

CM界では、昔から困った時は「子供か動物」といわれ、愛くるしい姿に好感を持ち、ついつい見てしまう。屋外広告で同じような効果があるのが「緑」である。緑はリラックスさせる効果がある。四季の移り変わりや草木のそよぎ、花の香りなど、人々の心に潤いを与え、感心を引く。景観への配慮やおもてなしの心を伝え、広告主の誠実な姿勢を感じる。ヨーロッパでは軒先に緑が飾られ「生きている印」とさえ言われる。屋外広告物を点滅させたり動く仕掛けにすることもあるが、情報が氾濫する街では目立つことが効果的であるとは限らない。建物壁面を全面緑化し、話題を呼んでいる事例もある。大がかりな緑化に限らず、広告物の足下や背面などにさりげなく組み合わせるだけでも効果的で、街の美観向上にもつながる。



緑自体が街に寄り添い、不揃いな広告物を調和させる効果は絶大である。



緑化と連続させたサイン街路に連続性を持たせサインも引き立つ。



自然派化粧品店のサイン商品イメージを強力に伝える。



ゴージャスな緑の演出は店舗の個性をひきたて、街路を潤す。緑自体が店のサインとしてはたらく、店舗を利用する機会がない人にも認知され「緑のビル」と称され会話になりたつ。多くの人に好感を与え宣伝効果は大きい。



上段は、背景の緑と白文字はコントラストが高く、良く目立つ。下段左は、同じように文字の背面に緑を配し店名を際立たせ、店内からは広告物の背面を隠す効果がある。下段右は、緑が主役のホテルのサイン。旅の疲れを癒すホスピタリティあふれるホテルの姿勢を伝える。