

## 一勝手に腑に落ちる看板を作成するために一

井上 泰（製品安全コンサルタント）

## 1. 諸言

2022年の6月の発表では、注意警告看板(以後「看板」という)の内容は読者が「勝手に腑に落ちる」ことが重要と発表した。

内容が「腑に落ちる」ためには看板作成時に一定の条件があるものと仮定した。

過去の知識や経験、さらには収集した情報の差異により読者個別でリスク認識が異なる。しかし、すべての読者にすべての情報を提供しリスクの評価を教育することは困難である。

読者自身が、リスクを考え正しく認識することが十分にできなくても、行動変容につながり腑に落ちる「看板」作成のために必要な要素を検討し、その要素とそれに関する留意点を紹介する。

## 2. 方法

「看板」を作成にするにあたって、他分野の看板や広報資材なども参考に、要素を抽出し、「看板」作成の際の留意点を検討した。

さらに、「看板」により行動変容を起こすための要素を検討した。

弊職が研究を進めている高知県四万十川「勝間沈下橋」の「看板」も例材として活用した。

## 3. 結果と考察

リスクの受け止め方は、個人により異なるといわれている。読者が全く知らないリスクは、読者は危害を予知できないことや、読者が知っているリスク感(各個人のリスク評価レベル)は、個人の過去の経験や知識、現場で収集する情報により左右される。

また、インバウンドがコロナ禍前同様に戻りつつある中、「看板」の読者固有(日本文化異なる)の様々な文化や風習等をベースにしたリスク認識が行われる可能性も留意する必要がある。

このようなことから、同じ注意警告内容に対して各読者がとる行動に差異が出る可能性を可能な限り抑制することが重要になる。

さらに、人は慣れてしまう習性がある。類似した内容が書いてあれば、ほとんどの読者が、記載内容の差異に気づかず、読んだ気になる傾向がある。

このようなことから、「看板」を読者が読む気になることや、容易・簡潔に書いた内容がスムーズに理解されることが重要となる。

本検討では、「看板」作成に必要な要素を抽出し、さらに行動変容につながる要点に留意しながら、「看板」の検討を行った。

## 要素分析(要点)

	要素 1	留意点
現場訪問時(移動仮定)	「看板」の設置位置	現場との距離・高さ・向き
	「看板」前の通過時間	読む時間
	「看板」の情報量	読者の記憶量、内容、通過時間内の読破可能性
記載方法	コントラスト・フォント・字体	目立つ・UD・視覚障害者対応
	誘因	キャッチフレーズ・行動変容
記載内容	対象読者	読者対象を明確化
	文章の長さ・情報量	単文一意・優先度選別
	専門用語・略語	対象読者全員が理解できる用語
「看板」読者の行動	行動変容	禁止された内容に対する代替え案提示