

横浜サインのすすめ
あなたの Sign で横浜を Design する



はじめに

街にあふれる看板などの屋外広告物は、まちなみや景観を阻害するものとみなされがちです。しかし、屋外広告物も、デザイン性が高く、その場所の雰囲気によく調和したものなら、街をより個性的で魅力あふれるものにする力を秘めています。

横浜市では、そのような魅力ある景観をつくる屋外広告物を「横浜サイン」と呼び、それを広める取り組みを進めています。

看板は、店の存在を示すサインであると同時に、まちの表情をつくっています。看板をつくる時に、ちょっとした工夫や配慮をすることで、店にとっても、まちにとっても魅力的で、人を惹きつけるものになります。

この冊子は、看板づくりにかかわる皆さんにとって、工夫や配慮のきっかけになることを願って作りました。魅力的な屋外広告物づくりにお役立ていただけることを願います。

目次

- 1 横浜サインの考え方 P3
- 2 横浜サインのつくり方 P4
- 3 横浜サインのコンセプト例 P5~P16
 - Design A. 親しみやすさ [温かさ、やさしさ、心地よさ]
 - Design B. 粋 [センスが良い、お洒落]
 - Design C. 様式 [異国情緒、歴史性、伝統]
 - Design D. 気候・風土 [海、みなと] [森、高原] など
 - Design E. 未来性 [スタイリッシュ、ファッショナブル]
- 4 屋外広告物法と条例 P17
- 5 横浜サインのまちづくり P18

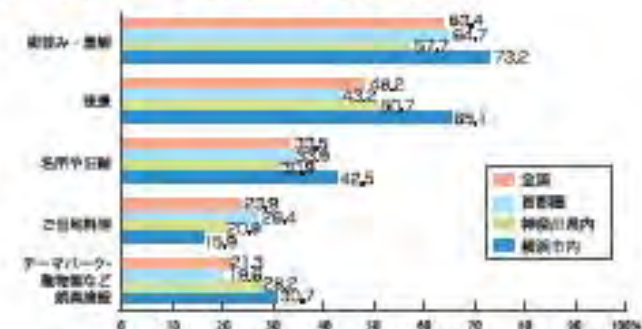
3 横浜サインのコンセプト例



横浜の魅力第一位は「街並み・景観！」

横浜の魅力
【上位5項目】

- ・街並み・景観
- ・教育
- ・名所や旧跡
- ・お目当て
- ・テーマパーク・動物園
など観光施設



Design A

親しみやすさ【温かさ・やさしさ・心地良さ】

【デザインの手法と効果】

素材の工夫により「親しみやすさ」を感じる例

通りやファサードの一体感により、「親しみやすさ」を感じる例



素材の工夫により 「親しみやすさ」を感じる例

センスある手作りの看板、親しみやすいイラスト、丸みを帯びた形状は、見る人を温かい気持ちにさせます。特に手作りの商品を取り扱っているような店舗では、手作り看板のセンスが良いと、店で販売しているものへのこだわりさを感じ取れます。ふと立ち寄りたくなるような味わいある看板は顧客にも高い効果を発揮します。



通りや店舗ファサードの一体感により 「親しみやすさ」を感じる例

商店街で統一されたデザインの看板、商店街を飾る共通のバナーなどは地域の一体感を感じさせ、商店街に活気を生み出します。また木や鉄など自然素材を用いたファサードは見る人に安心感を与え、それらファサードのイメージに合わせたベンチ、小物や植栽などを店舗入り口に配置することでよりやさしいイメージを醸し出します。



Design B

粋【センスが良い、お洒落】

【デザインの手法と効果】

素材の工夫により「粋」を感じる例

色使いにより「粋」を感じる例

落ち着いたレイアウトが「粋」を感じさせる例



素材の工夫により「粋」を感じる例

行灯をイメージする形や、格子など伝統的なパターン、また、軒先に掲げる杉玉などのモチーフは趣の心を感じさせるラインになります。看板の素材としては銅（緑青）や古米、鉄脚漆、のれん（布）、瓦など、さくから用いられている素材が、その店の歴史や格식을表します。



色使いにより「粋」を感じる例

木を焼いたようなこげ茶、漆喰などの白、墨のような黒、時を晒した布のようなきなり色、金箔に見られる鈍い金色など、主に無彩色で強いコントラストをもつ色の組み合わせにより粋なイメージを醸し出します。

落ち着いたレイアウトが「粋」を感じさせる例

看板の表示面に対し、文字を小さくし、多くのスペースを使ったレイアウトは緊張感や上品さを演出します。画面中央に配置した縦書きの文字、画面サイズやモジュール、設置位置を揃えるなど秩序ある配置が「粋」を引き立てます。



Design C

様式【異国情緒、歴史性、伝統】

【デザインの手法と効果】

ロゴイメージにより「様式」を感じる例

本体の意匠により「様式」を感じる例

建築との一体感により「様式」を感じる例



ロゴイメージにより「様式」を感じる例

古代ローマの碑文で用いられたローマン体をベースとしたロゴは異国情緒を感じさせます。

19世紀になるまで欧州で長く使われてきた花や葡萄などの有機的なモチーフや自由曲線の組み合わせを使ったデザインは特に鉄の加工品（ロードアイアン）の看板と調和し、ヨーロッパの古い街並みを想起させます。



建築との一体感により「様式」を感じる例

サインは看板単体で成り立つものではなく、店舗ファサードと一体となったイメージによって形作られます。全体の時代性はもちろんのこと、看板の素材や色、モジュールを建物と合わせることでより雰囲気のある店づくりができます。

本体の意匠により「様式」を感じる例

石やタイル、レンガなど欧州の伝統的な様式の建築素材に、ロードアイアンやランプなど装飾的なモチーフの素材が調和します。これら伝統的なスタイルのみならず、建築様式と看板素材の時代性を合わせることで、店舗の歴史観やポリシーを想起させることができます。



Design D

気候・風土【海、みなど】【森、高原】など

【デザインの手法と効果】

モチーフにより「気候・風土」を感じる例

色使いにより「気候・風土」を感じる例

素材イメージにより「気候・風土」を感じる例



モチーフにより「気候・風土」を感じる例

船や魚など海を象徴表現するモチーフはもちろん、釣具、鮎、ブイ、灯台といったモチーフは海や港のイメージを想起させます。



色使いにより「気候・風土」を感じる例

青系緑の色と白で統一された店舗の外観は海や空の色と調和し、海や港のイメージをより際立たせます。



素材イメージにより「気候・風土」を感じる例

風にたなびく旗（バナー）は沿岸部を想起させます。横浜など古い港町では、レンガや建物を覆う緑もかつて港で使われていた倉庫を連想します。



Design E

未来性【スタイリッシュ、ファッショナブル】

【デザインの手法と効果】

看板の形状や表示方法により「未来性」を感じる例

ロゴイメージをシンプルに表示することで「未来性」を感じる例

ファサードへの文字レイアウトにより「未来性」を感じる例



看板の形状や表示方法により「未来性」を感じる例

印象深いモチーフ、シンプルな形状、抑えた色使い、強すぎないアピール、高や職境との調和など、ファサードのトータルバランスが取れたサインはその店のセンスを感じ取ることができます。



ロゴイメージをシンプルに表示することで「未来性」を感じる例

チェーン店のブランドロゴは利用者に強く訴求する色使いやサイズが設定されていますが、街の雰囲気や建物に合わせて色影を加えて、シンプルに表示することで、その店が周辺環境に配慮している姿勢を知ることができ、利用者に良い印象を与えることができます。

ファサードへの文字レイアウトにより「未来性」を感じる例

広いスペースを確保したロゴの配置により、店舗の上品さや品格を示すことができます。

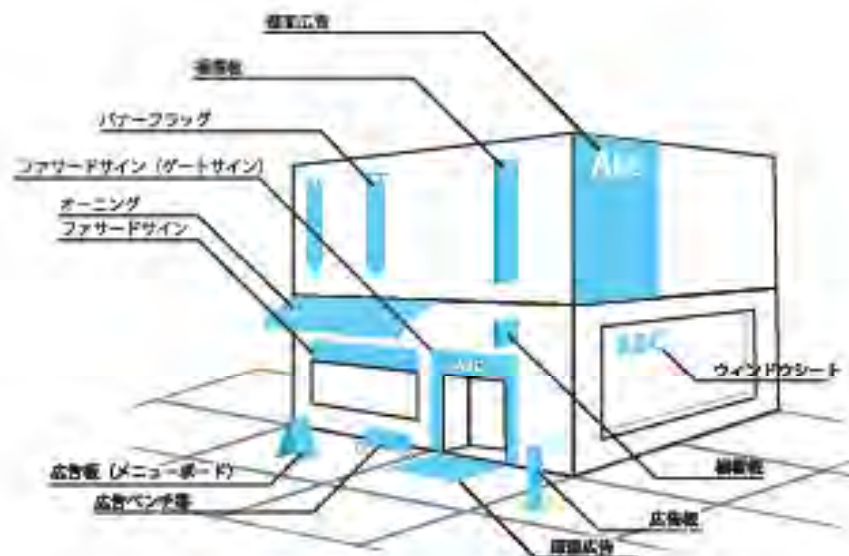
特にエントランス中央に配置されたロゴと、シンメトリーなファサードは地の景強盛を生み出し、店舗の格式を演出します。



4 屋外広告物法と条例

Q. 屋外広告物って何ですか。

A. 屋外広告物とは、「常時又は一定の期間継続して屋外で公衆に表示されるものであって看板、立看板、はり紙及びはり紙並びに広告略、広告板、建物その他の工作物等に掲出され、又は表示されたもの並びにこれらに類するもの」を言います。(屋外広告物法第2条)。



「良好な景観の形成もしくは景観の維持」及び「公衆に対する危害の防止」を目的として、屋外広告物法が定められています。

横浜市屋外広告物条例

横浜市屋外広告物条例で、一定規模より大きな看板を設置する際には横浜市長の許可が必要とされています。

用途地域に応じて広告物の規格等が横浜市屋外広告物条例施行規則で定められています。

その他に、屋外広告物を設置してはいけないエリア(禁止区域)や設置してはいけない場所(禁止物件)なども定められています。

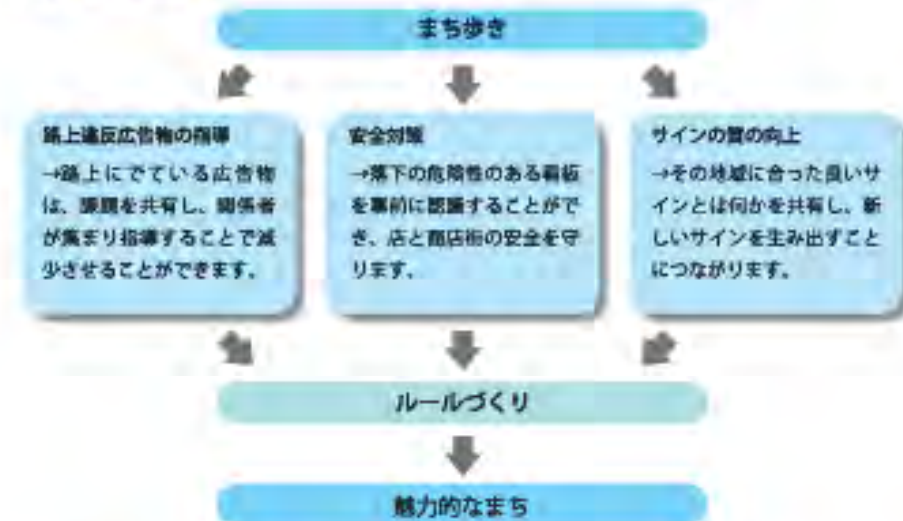
また、看板の設置に関する営業を行う方(屋外広告業)は、横浜市に登録又は届出が必要です。

5 横浜サインのまちづくり

魅力ある景観をつくる屋外広告物である横浜サインをつくっていくためには、関係法令を守るとともに地域の方々でその地域にあったルールをつくっていくことも必要です。

まずは、商店街の方々や専門家でのまち歩きを通じて課題を共有することで、安全で快適な賑わい空間づくりのきっかけとなります。

〇まち歩きの効果



〇まち歩きの事例(参加者：商店街関係者、屋外広告業団体、横浜市)



屋外広告物をテーマにまちを歩くと、日頃見慣れているまちでも様々な発見があります。まち歩きミーティングをする事で、課題を共有することができます。

横浜サインの
すずめき相談先

相談窓口：横浜市都市整備局景観調整課
横浜市中区港町1-1 ☎045 (671) 2648