

修正案

景観から考える店先づくり

<仙台市屋外広告物ガイドライン～魅力ある店先づくり編～>

仙台市

◆ 魅力的な店先づくりのコツをご紹介します



- 街なかを歩いていると、つい立ち寄りたくなるお店があります。それは、無意識にお店から歓迎のメッセージを受け取っているからです。
- 魅力的だと感じる店先をつくるには、好みやセンスではなく、必要な要素があります。

◆ 魅力的な店先をつくるには、どのようにしたらよいでしょうか

- 仙台市「杜の都」景観計画では、「まちで過ごす市民や来訪者の街並みの見え方や感じ方」を重視した魅力的な景観の形成を推進しています。
- まちなかの魅力活力のある景観の形成には、魅力的な店先づくりが欠かせません。
- 魅力的な店先は、個人の好み・センスではなく景観の観点から見たポイントを考慮することで、誰でもつくることができます。
- このガイドラインでは、魅力的な店先をつくるうえで必要となる重要なポイントを取りまとめました。



目次

第1章 人は何を魅力的だと思うか

…2

- ▶ 1 お店の見た目からのメッセージを意識しましょう
- ▶ 2 低い所・近い所に力を入れましょう
- ▶ 3 その場らしさを表現し、損なわないようにしましょう

第2章 魅力的な店先づくりのポイント

…4

- ▶ 1 店先を総合的に演出する
- ▶ 2 店先の空間の端から端までを豊かに演出する
- ▶ 3 数を多く・密度を高く演出する

第3章 魅力的な看板づくりのポイント

…8

- ▶ 1 お店のこだわりを伝える材料の工夫
- ▶ 2 伝えたい内容を絞り込む
- ▶ 3 ターゲットに応じたデザイン、大きさ、設置位置とする
コラム 屋外広告物に関する景観印象調査
- ▶ 4 背景・街並みと調和させる
- ▶ 5 建物と調和させる
コラム 魅力的な店先づくり・看板づくりを実践する企業の声

第1章 人は何を魅力的だと思うか

本章では、人が何を見て判断しているか、魅力的な店先をつくる際に重要となる考えを解説します。

POINT

1・お店の見た目からのメッセージを意識しましょう

- 人は、目に見えるすべてのもの(カタチ)から無意識のうちにメッセージを受け取っています。

ベンチを例に見てみます。

ベンチは、まちなかの様々な場所で目にします。

その際、わざわざ「ここに座ってもいいですか?」と確認しません。自然と「ここは座って休んでもいい場所だ」と考えるはずです。

人は「ベンチ」=「自由に座って良いもの」と認識して、設置者の「ゆっくりしてってください」という気持ちを好意的に受け取っています。

つまり、ベンチからは「ここでゆっくり休んでください」というメッセージが出されていて、人はそれを無意識のうちに正しく(好意的に)認識しているのです。



ベンチからのメッセージ

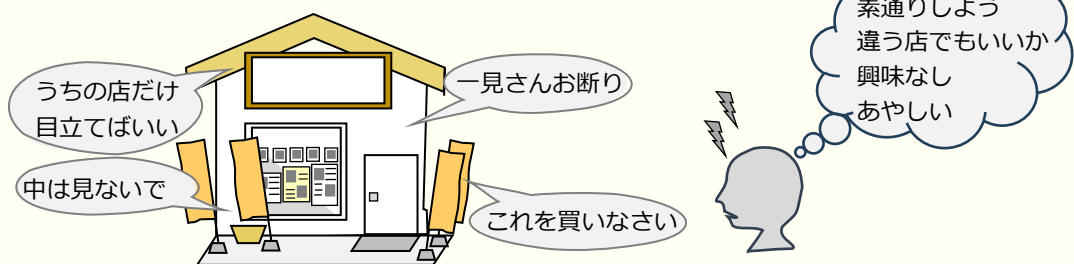
- これはお店の見た目も同じです。
- お店からのメッセージが好意的に受け止められると、人はそのお店に好感を持ちます。
- 好意的なメッセージを出すもの(カタチ) = 「**誘う形**」を意識的に作りましょう。

誘う形：見る人が歓迎されていると感じるもの



- 逆に、近寄りやすいメッセージを与えてしまうと、人はそのお店に興味を示しません。
- 近寄りやすいメッセージを出すもの(カタチ) = 「**拒む形**」をつくらないようにしましょう。

拒む形：見る人が拒絶されていると感じるもの

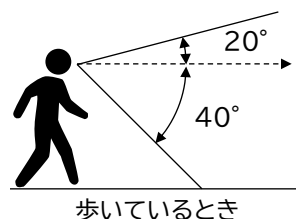


- 好意的なメッセージを出すコツは、「**誘う形**」をつくること & 「**拒む形**」をつくらないことです。
- メッセージの受け止め方は、人によって異なるものではありません。
- つまり、コツさえ押さえれば、誰でも魅力的な(好感がある)お店をつくることができます。

POINT

2・低い所・近い所に力を入れましょう

- 歩行者が歩きながら見ている範囲は、上約20度、下約40度の範囲です。地面部分や建物の1階部分を多く見えています。
- 高い所ではなく低い所の方が、遠い所より近い所の方が、より強く意識・認識されます。



歩いているとき



街並み（全体）



街並み（意識されている範囲）

人は歩いているとき、1階（店先）部分が強く認識されています。

- お店をPRするには「SNSを活用する」や「屋上に看板をつける」など様々ありますが、まちを歩いている人に向けた一番効果的な方法は、店先の印象を良くすることなのです。

POINT

3・その場らしさを表現し、損なわないようにしましょう

- せっかくの店先の工夫も、そのお店だけの「独りよがり」と映ってしまうと、効果は長続きしません。
- 地域らしさ・その場所らしさを表現し、それを損なっていないようにすることで周辺も含めたまち全体の好感へとつながります。
- 店先を演出する装置は、周囲の街並みと一緒に目に入るため、周囲との調和が非常に重要となります。



お店の楽しさが外へにじみ出て、繁華街らしい雰囲気が伝わってきます



周辺の建物やみどりと調和した居心地の良い空間をつくっています

第2章 魅力的な店先づくりのポイント

良好な景観に寄与する店先をつくるには、第1章の観点をふまえ、「誘う形」をつくる工夫が大切です。

POINT

1・店先を総合的に演出する



- 店先の「誘う形」をつくるには、挨拶・迎客・集客の装置が必要です。

設置する装置 メッセージの例	役割	重要度	例(写真の番号)
挨拶の装置 こんにちは	<input type="checkbox"/> まずは、お店を通りがかる人に向けて、挨拶のメッセージを送りましょう。 <input type="checkbox"/> 挨拶をされて嫌な気分にならないように、挨拶の装置は、お店の種類によらず誰にでも好印象を与えます。	☆☆	① 花・植物
迎客の装置 いらっしゃいませ	<input type="checkbox"/> 次に、お店からおもてなしのメッセージを送り、来る人を大切にしていることを伝えましょう。 <input type="checkbox"/> おもてなしの気持ちを形で表現する迎客の装置は、お店に合わせていろいろな工夫ができ、数多く組み合わせることでより良い相乗効果が生まれます。	☆☆☆	② ベンチ ③ 店前舗装・デッキ ④ 照明・照明器具 ⑤ オーニング類 ⑧ のれん その他、化粧壁、ガラス窓の装飾、入口ドア など
集客の装置 寄って行ってください	<input type="checkbox"/> 最後に、お店ではどんなものを扱っているか紹介し、お客様を楽しませましょう。 <input type="checkbox"/> お店の特徴や情報を見目目で表現する集客の装置は、より強く人の気を引く効果がありますが、やりすぎると逆に敬遠されるため注意が必要です。	☆	⑥ 看板・吊り下げ旗・袖看板 ⑦ 内部の様子や商品を見せる



2階への入り口である階段の前に、手書きのメニューや看板を設置しています

- 店舗が人の歩く通りに面していない場合、お店のあるフロアへの誘導、看板等も重要になります。
- 店先を総合的に考えることで、歓迎の気持ちを伝える効果的な演出となります。

▶ POINT

2・店先の空間の端から端までを豊かに演出する

- 店先を通りがかる人に向けて、店先の空間を活用してたくさんのメッセージを送り、お店への興味を持ってもらうきっかけをつくる工夫が必要です。
- 挨拶のメッセージを送る植物や、迎客のメッセージを送るベンチなど、店先の空間の端から端までを丁寧に設えることで、歩行者の興味を引き、入店を後押しします。

☑ 花や植物により潤いや季節感を演出【挨拶の装置】



エントランスの柱を植物で演出し、潤いを表現しています

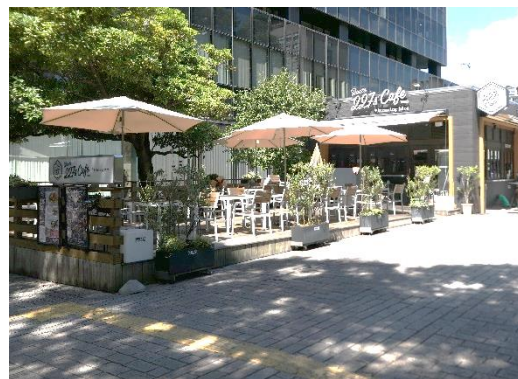


鉢植えの植栽やお花が店舗入り口の季節感を彩ります

☑ ベンチやウッドデッキを設置する【迎客の装置】



店先に置いたベンチで、通りがかる人を誘う工夫がされています



店先にウッドデッキを設置し、居心地の良い空間にする工夫がされています

☑ 照明で演出する【迎客の装置】



大きすぎないネオンサインと壁面を照らす間接照明で、まちに彩を加えています



のれんや店先を照らす間接照明でまちにやわらかな灯りを加えています

▶ POINT

3 ・ 数を多く・密度を高く演出する

- 配置する数は、迎客の装置>挨拶の装置>集客の装置となるよう工夫しましょう。
- 集客の装置については、メッセージを送りすぎると、「拒む形」になり逆効果となってしまうため、注意が必要です。

☑ オーニング類や建具・小物等を活用する【迎客の装置】



オーニングの色と植栽を調和させ、扉をあけ放つことで、歓迎の雰囲気が伝わってきます



木の椅子をメニュー台にすることで、おしゃれな演出をしています



お店の外にもテーブル・イスを設けて、気軽さや自由さが伝わってきます



杉玉を象徴的に掲げることで、日本酒を扱っていることが伝わります

☑ 看板類の工夫【集客の装置】



のれんに商品のイラストをプリントすることで、和の雰囲気表現しています



犬の形にくりぬかれた吊り下げ看板が思わず目を引きま



ガラス面を看板に利用し、中の様子が見えることを意識した設えをしています



立体感のある切り文字を照らし、光の陰影に富んだ演出をしています

☑ 内部の様子や商品を見せる【集客の装置】



メニューの看板だけではなく、店の前にテーブル・イスを置き迎客の工夫をしています



扱っている商品を店先に飾ることでお店の特徴を伝えることができます



お店の前に陳列することで、歩く人の興味を引いています



看板でお勧めを示しながら、お店の中の雰囲気も伝わります

第3章 魅力的な看板づくりのポイント

本章では、第2章のポイントのうち、「集客の装置」である看板について、設置する際のポイントを、解説します。

POINT

1 ・ お店のこだわりを伝える材料の工夫



- ▶ 細部まで丁寧に作り込まれている
- ▶ 店舗デザインと一体的に考えている
- ▶ 形状や文字デザインを工夫している
- ▶ 木や石、布、金属といった素材や質感を活かしている
- ▶ 立体感を活かしている
- ▶ 照明による陰影を活かしている

☑ 素材や質感、立体感を活かす

- 大きな看板でなくても、自然素材等、業態をイメージさせるような素材、質感の活用や、立体的表現、店の歴史や伝統を感じさせるようなデザインにすることが効果的です。



木の表情を活かした彫り込みから、和の雰囲気
が伝わってきます



素材や立体的なデザインの看板が店舗のイメージ
を伝えます



丁寧に下げられた提灯がお店の雰囲気を表現
し、伝統を感じさせます



切り文字をさらに照らすことで立体的に見せ、
印象を強めています

☑ のれんを活用する

- のれんは、「歓迎の装置」ですが、取り扱う商品を掲載すること等で「集客の装置」としても機能します。布等のやさしい質感を活かしながら、来店者に歓迎の気持ちを伝えることのできる伝統的な手法の一つです。



のれんの優しい質感が、訪れる人を歓迎しています



紺地に白抜きのロゴマークのシンプルなのれんから、百貨店の伝統が感じられます



英字や図・記号を取り入れた現代的なデザインののれんは、和風の中に新しさを感じさせます



日除けのれんを利用し、お店の雰囲気表現しています



のれんを利用することで横丁の雰囲気を表現しています



手染めののれんが、古民家を利用した店舗を総合的に演出しています

- 細部まで丁寧に工夫が凝らされた看板を設置することは、歓迎の気持ちを伝え、お店や商品のこだわりを消費者へ伝える「好ましい」メッセージになります。

POINT

2・伝えたい内容を絞り込む

- 一般的に、歩行者も自動車運転者も移動しながら広告物を見ることになるため、いずれも1か所に目を留める時間は非常に短くなります。
- 立ち止まって近くでじっくり見てもらうことを前提とした飲食店メニューなどを除き、多くの文字情報を広告物に詰め込んでも伝わりません。
- 図や記号は、年齢や国籍に関わらず直感的に情報を伝えることができるため効果的です。

☑ 情報量や使用する色数、広告の数を絞る

▶店先の広告物の例

×



○



伝えたい内容を明確にし、広告物に掲載する情報・色彩を絞り込みましょう



掲載内容を絞り、色彩を絞ることで洗練されたイメージになります



ワンポイントカラーを利用することで、効果的に店舗のイメージを伝えられます

▶解説「一瞬で判読できる文字数」

- 歩行者が短時間で判読できる文字数(瞬間視)は、15文字程度とされています。
- 自動車運転者の瞬間視は、更に少なくなります。
- 多くの情報を屋外広告物に詰め込んでも全てが伝わるわけではありません。

歩行者の瞬間視(0.3秒)
→判読文字数
15文字程度



出典：屋外広告の知識 第四次改訂版 デザイン編

☑ 図や記号を効果的に使う



ハサミをモチーフとしたイラストで美容院のイメージが伝わってきます



歯の形を図案化したサインは、遠くからでもシンプルにイメージが伝わります



壁面にわかりやすいアイコンを表示することで情報が伝わります



ペット専門学校の看板 犬のシルエットにより直感的にイメージが伝わります



商品のアイコンの袖看板が遠くからも何のお店であるか認識できます



商品のイラストを袖看板に表示することで、モダンな雰囲気が伝わります

POINT

3 ・ ターゲットに応じたデザイン、大きさ、設置位置とする

- 誰にどこから見て欲しいかを具体的に意識することで、見てもらいやすく、かつ印象に残る広告物になります。
- 例えば、歩行者に見てもらいたいのか、自動車運転者に見てもらいたいのかによって、そのデザインや大きさ、設置位置が変わります。
- 見る人と広告物の距離が近ければ近いほど、見る人の移動速度が遅ければ遅いほど、丁寧に作られた細かい装飾が効果を発揮します。
- 逆に、見る人と広告物の距離が遠ければ遠いほど、見る人の移動速度が速ければ速いほど、よりシンプルなデザインが必要となります。

☑ 誰にどこから見てほしいのかを意識する



小さくても丁寧に作りこんだ文字看板を歩行者から見やすい位置に工夫して設置しています



歩く方向に直交させたり自動車運転者にも見えやすいデザイン・大きさとしています

仙台市民を対象とした「屋外広告物に関する景観印象調査※」で好印象と評価された看板を紹介しします



壁面一体でお店が表現され、歩行者から見て効果的な配置がされています。シンプルで絞った情報が通る人を惹きつけます。



お店の雰囲気に合わせて看板は、周囲の色合いに配慮し、建物と調和が図られています。



照明やオーニングを効果的に使用し、店先を豊かに演出しています。小さくて控えめな看板が、おしゃれな雰囲気演出します。



街の雰囲気を壊さないシンプルな看板が好印象です。

看板を好ましいと思った理由(自由意見)

意見の主旨	看板に対する意見の例
シンプル	シンプルで分かりやすい、シンプルで美しく見やすい、すっきりしている 等
周囲と調和している	街の景観に合っている、街の雰囲気を壊していない 周囲の色合いに配慮している、建物とマッチしている 等
控え目	自己主張が強すぎない、押しつけがましくない、けばけばしくない 等
おしゃれ	おしゃれな雰囲気で利用したい、センスが良い 落ち着いた色調や質感が良い、上品、デザイン性が良い 等
やさしい	自然、落ち着いている、安心感がある、利用者の気持ちを考えている 等
分かりやすい	一見して何の店か伝わる、店の雰囲気が伝わる 商品へのこだわりが感じられる 等

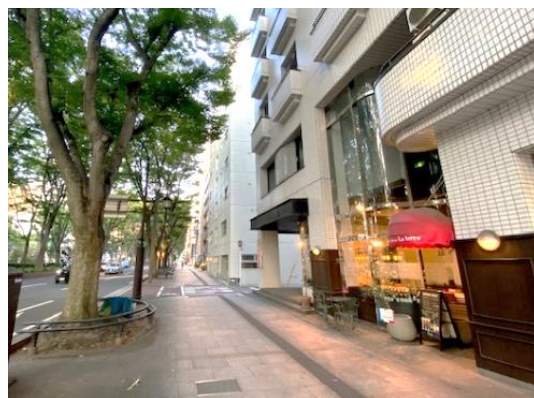
※ 仙台市民を対象とした「屋外広告物に関する景観印象調査」詳細情報はこちら▷

二次元
コード

POINT

4・背景・街並みと調和させる

- 屋外広告物は、その背景となる自然環境や街並み、建物と同時に目に入ります。
- 人は目に入った情報から、その広告物を評価しますが、その評価にあたっては、目に入った情報のうち広告物のみを取り出して行うことはなく、背景や地域の街並みと合わせて行われるため、それらとの調和が大事になります。
- いかに地域と良好な関係を築けるかを十分に検討した広告物は、市民の信頼感・企業への共感を得ることができます。



定禅寺通りや青葉通りのケヤキ並木に調和させた色彩や雰囲気の看板がお店を引き立てます



観光客も足を運ぶ場所では、周囲と調和した雰囲気と丁寧な看板が足を踏み入れるきっかけになります



周囲の街並みや業種によっては鮮やかな色彩も高評価になります

POINT

5 ・ 建物と調和させる

☑ 建物と一体的に検討する

- 街並みの連続性を意識し、建物と一体感がある形状、素材、色彩にすると効果的です。
- 例えば建築物壁面に屋外広告物を掲出する場合、そのデザインを建物壁面と調和させると、広告効果は飛躍的に高まります。



建物の意匠と、広告物のデザインを一体的に検討すると効果的です



建物と広告物のデザインに統一感を持たせることで洗練されたイメージになります



入口の扉や化粧壁と同じ素材や色の広告物を一体的にデザインし、店舗のイメージを伝えています



建物の内部と外部を一体的にデザインすることで、店舗内の雰囲気も感じられます





魅力的な店先づくり・看板づくりを実践する企業の声

株式会社 阿部蒲鉾店 代表取締役社長 阿部 賀寿男 さん へのインタビュー

Q. 力を入れた理由や企業としての想いをお聞かせ願います。

A. 2014年に本社ビル1階の店舗部分を全面的にリニューアルしました。

この場所が創業地ということもあり、笹かまの伝統を守っていくという気持ちを込めました。

笹かまを扱う店として、海をイメージさせる青いタイルや、木や竹等の自然素材を多く使うことを基本コンセプトとしました。

また、蒲鉾は日本の伝統食品であり、昔の商売の伝統をしっかりと未来へつないでいきたいと考え、伝統的な雰囲気を感じられるのれんは欠かせないと思っています。



Q. リニューアルしてから、お客さんの反応など変化はありましたか。

A. 想像以上にSNSでの投稿が増え、海外のインフルエンサーからのインタビューや撮影許可の依頼も多く頂くようになりました。「和」を感じるお店で、外国からの方々にもインパクトがあるのかなと思います。

(仮)お茶の井ヶ田株式会社 中央本店 店長 後藤さん へのインタビュー

Q. ○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○

A. ○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
 ○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
 ○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
 ○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
 ○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
 ○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
 ○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
 ○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
 ○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
 ○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
 ○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
 ○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
 ○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○



- 「誘う形」は日ごろからのメンテナンスが重要です

どれほど優れた「誘う形」も、日ごろの手入れを怠ると「拒む形」となってしまいうため、日常的なメンテナンスを行いましょう。

また、看板(屋外広告物)は設置した瞬間から、落下等の不具合を起こす可能性を秘めています。仙台市屋外広告物条例では、看板の維持管理は、表示者・設置者等の義務として定められています。良好な状態を保ち、公衆に対する危害防止に努めましよう。

二次元
コード

- 屋外広告物を掲示するには許可申請が必要です

屋外広告物を掲出する場合には、一部の適用除外広告物を除き、あらかじめ許可を受けなければなりません。(許可申請)

また、許可期間満了後も引き続き掲出する場合には、期間満了の 10 日前までに許可申請が必要です。(継続許可申請)

二次元
コード

- 屋外広告物の表彰制度を実施します

本ガイドラインに沿った魅力的な店先づくりを普及・促進するため、表彰制度(せんだい景観広告賞)を実施します。

二次元
コード

- 選ばれるお店づくり支援事業

仙台市では店舗の魅力アップの支援を行っています

二次元
コード

(裏表紙)

景観から考える店先づくり

<仙台市屋外広告物ガイドライン～魅力ある店先づくり編～>

202●(令和●)年●月

仙台市都市整備局計画部都市景観課

TEL:022-214-8288(直通) FAX:022-214-8497

MAIL:tos009120@city.sendai.jp