

# 市内の屋外広告物の現況について



※ホームページでの公開にあたり、資料の一部を加工しています。

## 目次

1. 仙台駅前
2. アーケード商店街
3. 広瀬通
4. 晩翠通
5. 東二番丁通
6. 愛宕上杉通
7. 駅前通
8. 国分町通
9. 八幡町通
10. 青葉神社通
11. 宮町通
12. 広瀬河畔通



※ガイドラインは、広告物景観地域の4つのゾーンごとに、配慮手法を示したいと考えていますが、この資料では、来訪者の目などを意識して主要な場所・路線を選び、場所・路線ごとに事例をまとめています。

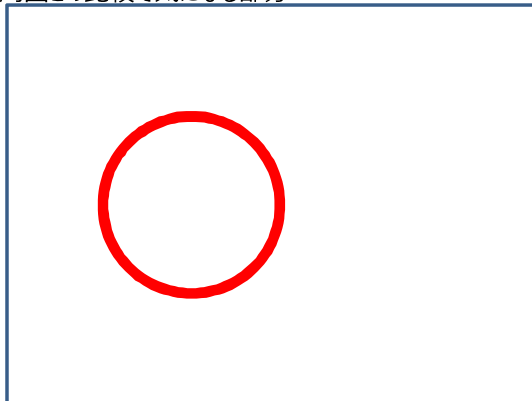
◆. ○○通り



1. 通りなどを見通す写真を掲載

2. 全体のバランスの中で、気になるところに注目

周囲との比較で気になる部分



● 気になる部分



3. なぜ気になるのか、事務局のコメントを記載

種別	壁面広告物
コメント	○○○が△△△。
関連する 広告物モデル 地区の基準	【意匠・形態】 ○○○を■ ■ ■する。

4. ガイドラインのアウトプットはまだ何もないが、アウトプットイメージの参考として、関連しそうな、広告物モデル地区の美観維持基準を記載（どのような配慮手法があるかは、現在収集作業中）

○ 好ましい印象を受ける部分



種別	壁面広告物
コメント	○○が● ● ●されている。

5. 気になる部分と比較できるように、気になる内容と対照的な事例（好ましい印象を受ける部分）を掲載（同じ通りの中の事例ではない場合もあり）

6. 気になる部分と、好ましい印象を受ける部分を比較した意見などをいただき、事務局の検討につなげたい



仙台駅前から順に、「気になる部分」、「好ましい印象を受ける部分」を説明していきますが、過去の審議会・部会で、仙台駅前の気になる部分が挙げられたことがありましたので、過去写真と比較して、規制の取り組みが進んでいることを参考として示します。

写真は、都心に広告物景観地域を定め、重点的な取り組みを始めた約10年前と比較しています。





平成20年  
(と)



令和元年  
(ち)



平成20年  
(り)



令和元年  
(ぬ)



平成20年  
(る)



令和元年  
(を)



年不明  
(わ)



令和元年  
(か)



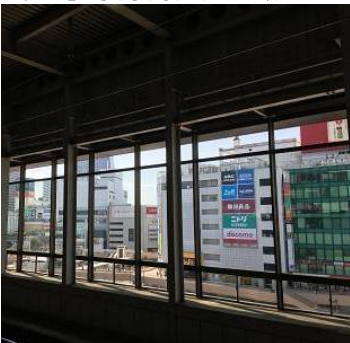


# 1. 仙台駅前

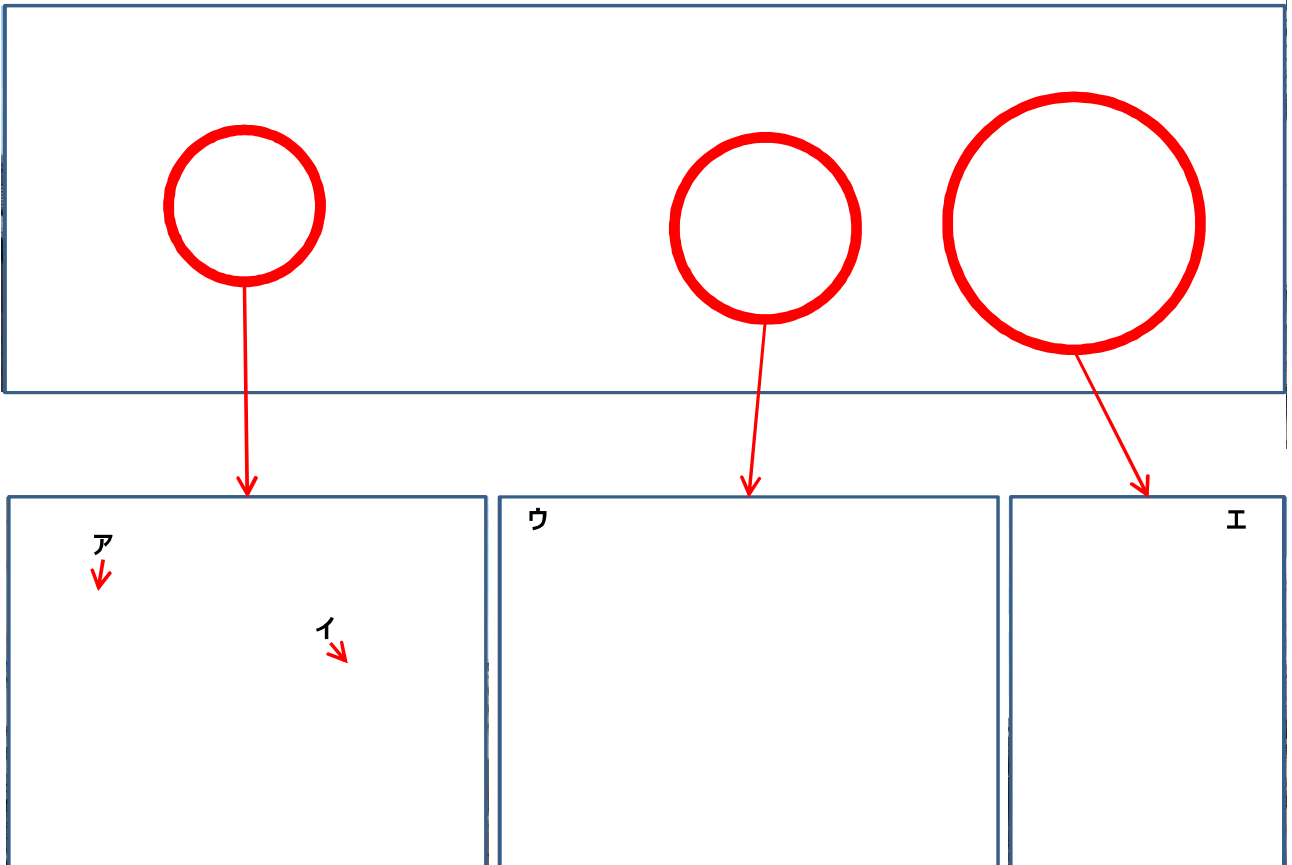


※3枚の写真を連結

## 参考 新幹線ホームからの様子



## 周囲との比較で気になる部分



●気になる部分

ア



種別	屋上広告物、壁面広告物
コメント	建物の特徴的な意匠とは関係なく、広告物が掲出されていて、建物の印象が広告物中心となり、特徴的なデザインが活かされていないと感じる。
関連する 広告物モデル 地区の基準	【意匠・形態】 可能な限り建築物と一体化したデザインとなるよう配慮する。

ウ



種別	屋上広告物、広告幕、窓貼り広告物
コメント	広告幕の形は揃っているが、屋上広告も含めて色彩が揃わず、一体性が感じられない。また、窓貼り広告物が多くありながら、形、色彩が揃わず、すっきりした印象にはなっていないと感じる。
関連する 広告物モデル 地区の基準	【色彩】 色の数は4色までとする。 【意匠・形態】 窓面貼付けについて、青葉通に面する部分には表示しない。

●気になる部分

エ



種別	壁面広告物、窓貼り広告物
コメント	窓貼り広告物を含め、広告物の数の多さと、繰り返しから、無秩序な印象を受ける。
関連する 広告物モデル 地区の基準	【総量の制限】 集約化を図り、最低限必要な種類、面積、数量となるよう配慮する。

○好ましい印象を受ける部分

ア



種別	広告幕、壁面広告物
コメント	淡い色、整った形とすっきりした配置から、秩序ある印象を受ける。

●気になる部分

イ



○好ましい印象を受ける部分

B

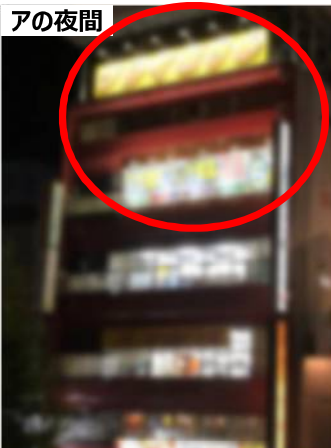


種別	壁面広告物
コメント	中高層部に、文字の割合が多くて、面積のある広告物を掲出すると、まちのイメージと異なる印象を受ける。
関連する 広告物モデル 地区の基準	【営業内容を示す広告物】 事業若しくは営業の内容を示す広告物は、2階以下の部分に集約化して設置する。

種別	壁面広告物
コメント	営業内容を示す広告物は低層部にある方が、まちのイメージを左右せずに、必要な情報を伝えられる。

●気になる部分

アの夜間



○好ましい印象を受ける部分

C

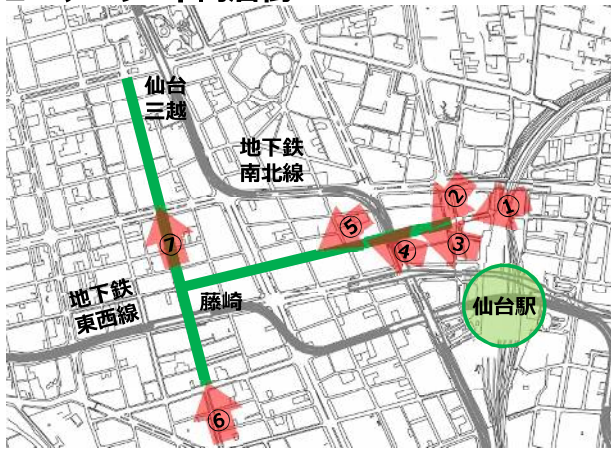


種別	屋上広告物、壁面広告物
コメント	広告物の照らし方が、駅前が備えるべき質感と調和していない印象を受ける。
関連する 広告物モデル 地区の基準	—

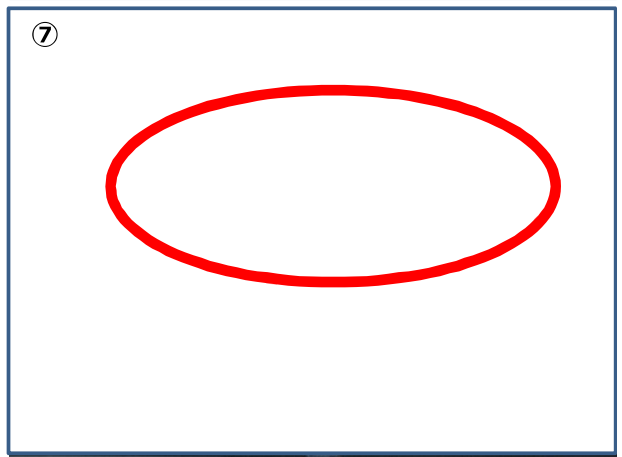
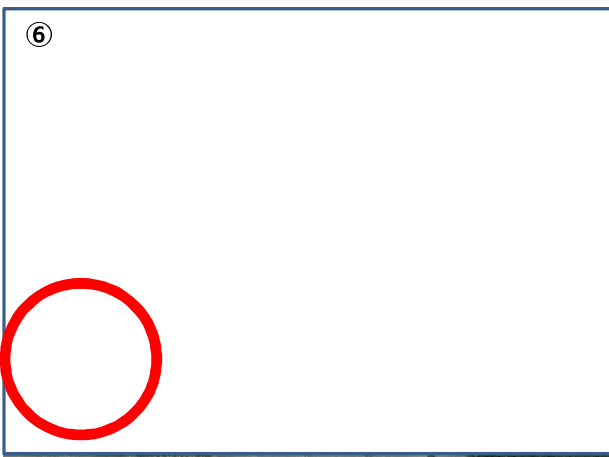
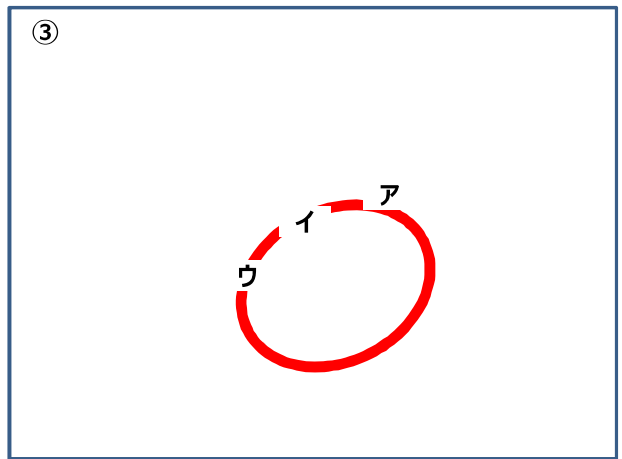
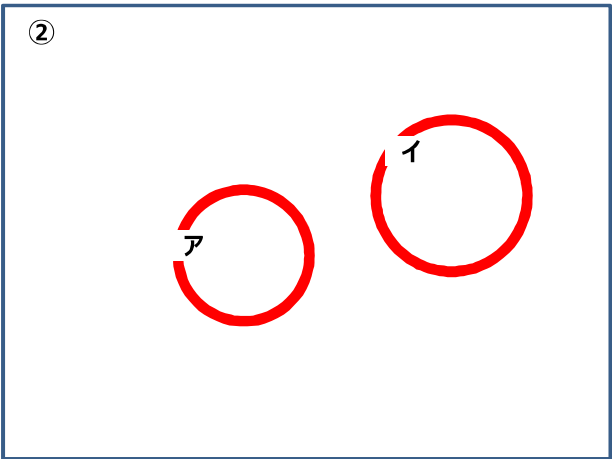
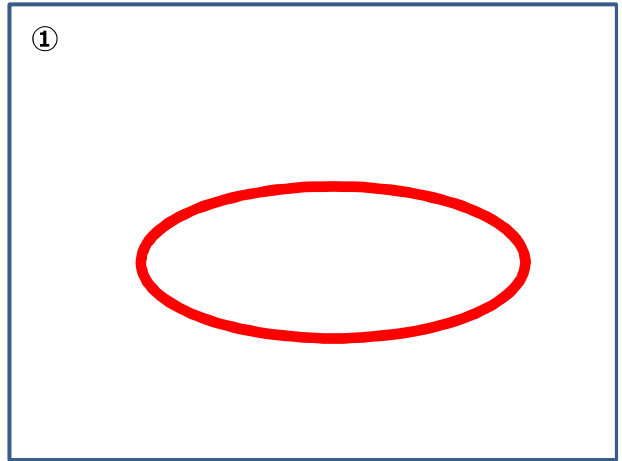
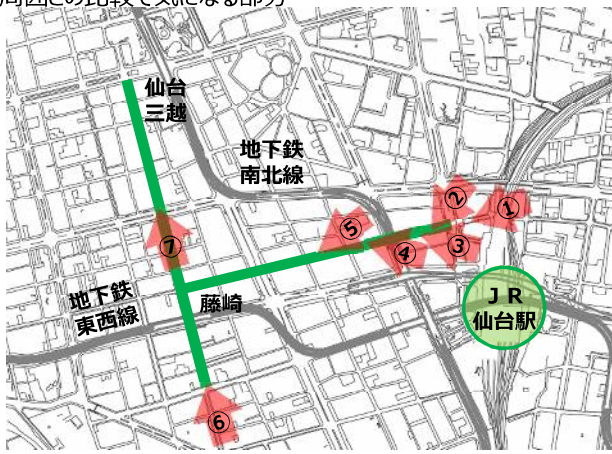
種別	壁面広告物
コメント	強調し過ぎない優しい照明と、内照式の箱文字、壁面広告物が質感を維持している。また、窓からもれる光が、施設内の賑わいを伝えている。



## 2. アーケード商店街







●気になる部分

①



種別	壁面広告物、窓貼り広告物
コメント	仙台駅から延びるアーケード商店街の入り口であるものの、壁面と窓が広告物で覆われているため、賑わいの演出がされていない印象を受ける。
関連する 広告物モデル 地区の基準	【意匠・形態】 低層階部分に設置するものは、デザインや集合化等の工夫をし、通りの賑わいづくりに配慮する。

①の左角



①の右角



○好ましい印象を受ける部分

A



種別	壁面広告物、設え
コメント	開口部から店舗内部や商品を見せると、賑わいを感じられ、それが街角にあると、魅力的な通りを演出できるのではないか。

※左の2つはアーケード商店街ではない

B



C





② ア



種別	壁面広告物
コメント	形や色彩、配置が揃わず、階数ごとに整理されていないため、見る人が情報を受け取りづらいと思われる。
関連する 広告物モデル 地区の基準	【意匠・形態】 低階層部分に設置するものは、デザインや集合化等の工夫をし、通りの賑わいづくりに配慮する。 【総量の制限】 集約化を図り、最低限必要な種類、面積、数量となるよう配置する。

○好ましい印象を受ける部分

D



種別	壁面広告物
コメント	情報を整理し、地色や大きさを揃えたり、植栽の演出があると、見やすく感じる。



※右はアーケード商店街ではない

② イ



種別	突出し広告物
コメント	電飾を使用した広告物が一際目を引くため、通りの印象を変えていると思われる。
関連する 広告物モデル 地区の基準	【意匠・形態】 絵柄に動きのあるネオンサイン、点滅を繰り返す電照屋外広告物を設置してはならない。

○好ましい印象を受ける部分

G



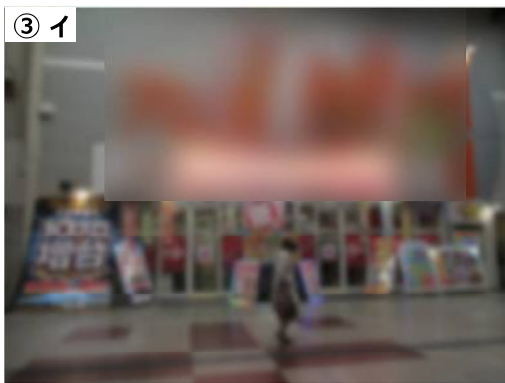
種別	壁面広告物、突出し広告物
コメント	内照式の箱文字は存在感があり、余白をとることで品よく・すっきりとした印象を受ける。企業のトレードマークもさりげなく表現している。

③ ア



種別	壁面広告物、のぼり旗、立て看板
コメント	色使いの多さ、広告の繰り返しなどが、通りの印象を変えている。 人物を強調した掲出は、見る人の評価が分かれる。 鮮やかで、大きな広告物から圧迫感を受ける。
関連する 広告物モデル 地区の基準	【色彩】 極端に鮮やかな色、蛍光色の使用は避ける。 彩度を抑えた色彩を使用することとし、2色以上の場合は彩度の低い色彩の方の面積を大きくする。 【総量の制限】 集約化を図り、最低限必要な種類、面積、数量となるよう配慮する。

③ イ



③ ウ



H



種別	壁面広告物
コメント	強調した色彩や、文字・イラストの大きさに頼らずとも、建物の意匠と一体化したデザイン、配置だけでも充分、サービス内容が伝わってくる。 また、壁面全体を余白として活用すると、店舗名称だけでも、存在感が大きい。

I





●気になる部分

④



○好ましい印象を受ける部分

種別	立て看板
コメント	それぞれのテナント看板が道路際にせり出し、店舗への通路をふさいでおり、人を誘うメッセージが示されていない印象を受ける。
関連する 広告物モデル 地区の基準	【意匠・形態】 低層階部分に設置するものは、デザインや集合化等の工夫をし、通りの賑わいづくりに配慮する。

J



種別	立て看板、設え
コメント	通路幅を考慮した大きさと、さりげない演出は期待感も高まる。また、植物、のれん・照明・ベンチ、メニュー看板といった、人を誘うメッセージがあると好ましく感じる。

K



植物 : あいさつの装置  
のれん・照明・ベンチ : 迎客の装置  
メニュー看板 : 集客の装置

⇒人を誘うメッセージ  
(堀会長)

※上はアーケード商店街ではない

●気になる部分

⑤



○好ましい印象を受ける部分

種別	壁面広告物、はり紙
コメント	文字情報の多い広告物を、連続して掲出すると、わかりにくく感じる。
関連する 広告物モデル 地区の基準	【意匠・形態】 低層階部分に設置するものは、デザインや集合化等の工夫をし、通りの賑わいづくりに配慮する。

L



種別	立て看板
コメント	簡潔な情報掲示は、多くの人にわかりやすく感じてもらえる。



●気になる部分



種別	壁面広告物、窓貼り広告物
コメント	アーケード商店街の入り口であるものの、ガラス面、壁面を、文字が大きい営業内容の広告で覆っているため、店舗内の楽しさが通りに伝わらない印象を受ける。
関連する 広告物モデル 地区の基準	【意匠・形態】 低層部では、街の楽しさを演出するため、さりげない飾り看板やアクセントカラーを用いて、店の個性が感じられる広告物を積極的に掲出する。

○好ましい印象を受ける部分



種別	壁面広告物
コメント	店舗内の様子が見えるように広告物を使うと、買い物・飲食の楽しさが通りまで伝わるように感じる。



●気になる部分



種別	壁面広告物
コメント	アーケード街の交差点部の、中層階にある広告物に、細かな文字情報が多いと、見る人によっては必要以上の情報となり、まちの印象を変えている可能性がある。
関連する 広告物モデル 地区の基準	【営業内容を示す広告物】 中高層部に掲出する広告物は、街をイメージづける眺望景観に配慮し、最小限の面積・数量とし、建物と一体化したデザインとするよう努める。

○好ましい印象を受ける部分



種別	壁面広告物、立て看板
コメント	中層階は、すっきりした広告とすると、街の雰囲気乱さない。

※アーケード商店街ではない