

LUNCHAN AVENUE

中区日本大通



【広告主】アールアンドケーフードサービス株式会社



日本大通りは157年前の開港以来、横浜の先進的な都市計画をシンボライズしてきました。その中ほどの角地に立地する本作品は、控えめで、それでいながら印象に残る、高質な飲食店舗のサインとしての代表例です。通りから店内を見通せる大きな窓ガラス内側の一角で、店舗名が必要以上に主張しない。そうした「横浜サイン」の効果を狙った、通りやまちなみの景観ルールが生み出した好例で、行き交う人々にも高く評価されています。(岩村部会長)

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られがちです。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は、街をより個人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、魅力ある景観をつくる屋外広告物を「横浜サイン」と呼び、これを広める取り組みを平成25年度から始めました。

このたび、特に魅力ある景観をつくっている横浜サインを表彰する「横浜サイン賞」を新たに設けました。

平成28年6月 公募
応募件数 163件
(作品数141)

10月 一次選考*
20作品選出

11月 展示
「横浜サインパネル展」
で展示

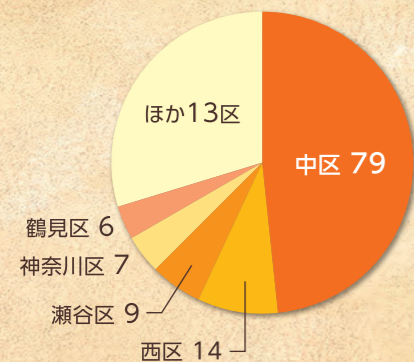
12月 二次選考*
現地審査・最終選考

*選考は横浜市屋外広告物審議会デザイン審査部会で行いました。

【部会長】岩村 和夫 東京都市大学名誉教授

【委員】菊竹 雪 首都大学東京・同大学院教授 松野 勲 クリエイティブ・ディレクター

区別応募作品数



横浜サイン・パネル展2016



二次選考(現地審査)



第1回 横浜サイン賞



- 小田薬局
- GALERIE PARIS
- 牌楼・中華街
- Family Mart山下公園前店
- 霧笛楼
- LUNCHAN AVENUE



総評

横浜市の都市景観は、その先進的な協議型都市デザインの成果によるところが大きいと言われています。そこでは、視覚的媒体であるサインの果たす役割も多大で、まちなみの美しさ、魅力、記憶を私たちの脳裏に刻んできました。それらは単体の店舗や施設の存在をシンボライズするものから、通りやまち、さらに都市そのもののイメージ醸成を引き受けるものまで多岐にわたります。本「横浜サイン賞」はこうした多彩な取り組みを広く一般に募り、優れた事例を顕彰することによって、より親しみやすく文化的な都市景観を市民や訪れる人々のものとする目的で創設されました。

幸いにも多くの応募があり、141作品が第1次審査に付されました。そのどれもがサインとしての印象的な魅力を備えたものでしたが、4つの審査基準(①建物との調和、②周辺景観との調和、③わかりやすさ、④独創性)をものさしにして、特に優れた事例20作品が第2次審査の対象に選ばれました。

それらは4つのカテゴリ(①公共、②横浜レジェンド、③ナショナルブランド、④中小個店等)に分類でき、それぞれを代表するものでした。従って、全てを並列に評価することは大変困難で、審査員の間でも議論が白熱しました。また、サインとしてのグラフィックな完成度だけでなく、既に多くの人々にとってまちの記憶の一部となっていたり、商店街や通りの景観ルールと調整したりした取り組みも大いに評価すべきとの結論に達しました。その結果、最終的に6作品が受賞しました。個々の顕彰理由は選評に委ねますが、これをきっかけとして今後ますます本賞が普及し、より高度な景観形成に資することを祈念します。(岩村部会長)

小田薬局

金沢区谷津町



【広告主】小田薬局
【施工者】株式会社 三恵建設
【設計者】株式会社 環建築設計事務所



映画セットのような右側から読ませる看板文字、昭和の木造建築を思わせる店構えが懐かしい印象を与えていますが、実際は建て替えをしているそうです。店内には半世紀余りに現在の外観と全く同じ店構えの前で撮った小田薬局の家族写真が掛かっています。この写真も地域の人々に長年信頼を得てきた“変わらない店の姿勢”を伝えています。大手ドラッグストアの明るすぎる照明や画一性とは一線を画した“町の薬局”を視覚的に伝える成功例です。(松野委員)

GALERIE PARIS

中区日本大通



【広告主】GALERIE PARIS
【デザイン】坪山 紗織(故人)
【施工者】扶桑建設 株式会社
【設計者】栗原 義孝(故人)



今や日本を代表する都市景観となった水際と公園を結ぶ日本大通り。その構成要素として銀杏並木や広い歩道、そして保存された優れた近代建築群が圧倒的です。その中でも、わが国さきかけの鉄筋コンクリート建築は堂々たる風情を見せています。その1階開口部に巧みに取り込まれた本作品は、色彩、ロゴ、45度に振った形状のどれをとっても一級品です。通りの景観ルールのさらに上をゆく「横浜サイン」の代表例と言えるでしょう。(岩村部会長)

牌楼・中華街

中区山下町



【広告主】横浜中華街発展会協同組合 【施工者】清水建設 株式会社 他
【塗装】神勝 有限公司
【設計者】中山 敏



横浜を代表する観光スポット中華街の景観を象徴する一連の牌楼は、この地域を日本であって日本ではない場所とする「結界」の役目を果たしているように見えます。中華の伝統と風水に基づいた極彩色の意匠をこらした10基の牌楼は、世界に誇る「横浜中華街」へと発展させてきた先人達の不屈の精神力と粘り強さを象徴するかのように誇らしく街路の入口に起立し、来訪者を中華世界の味と文化の異空間へと誘う「横浜サイン」の代表例と言えるでしょう。(松野委員)

Family Mart山下公園前店

中区山下町



【広告主】株式会社 ベッキー商会/株式会社ファミリーマート 山下公園前店
【施工者】三協立山 株式会社 タテヤマアドバンス社
【設計者】関建築設計事務所



山下公園周辺の景観に配慮した「横浜仕様」のデザインを採用した点が評価されました。切り文字型のロゴを採用し、壁面の色彩を大胆に変更して広告面積を縮小しているにもかかわらず、チェーン店舗のブランドイメージの向上に効果を発揮しているといえるでしょう。景観配慮型の広告を含めた店舗計画は、地域とのかかわり方を示す「横浜サイン」の好例として、歴史的地域だけにとどまらず都市部に対しても推奨したいと思います。(菊竹委員)

霧笛楼

中区元町



【広告主】株式会社 鈴音



元町通りから1本入った仲通りに位置するフランス料理店「霧笛楼」。横浜サイン賞の対象になった装飾吊り看板は、裏通りに位置する店舗の目印となっています。横長のシールド型の形に、客船、スクリュー、店舗名が、青・白・赤の3色で配置され、金具装飾とともに横浜らしさを感じさせる看板となっています。小さな看板にもかかわらず店舗洋館の佇まいと一体となった魅力的な広告表現は、景観形成にも関わり、街並みに寄与するものです。(菊竹委員)