## 仙台らしさをまもる景観広告 <計画チェック表>

屋外広告物を計画する際は、制作前に本チェック表を利用して設置場所の状況などを把握しましょう。 □の項目ごとにチェックし、本ガイドラインの関連ページを確認しましょう。

名称		
周辺環境と	この調和 ~ 表示する背景・環境 を考える ~	関連ページ
地域の特性	□ゾーン名称 ( ゾーン) □地 (背景) の色彩: ( ) □その他 ( )	7 8 11 12
道路の特性	□幹線道路       :見る距離(       ) 見る角度(       )         □歩行者中心の道路:見る距離(       ) 見る角度(       )         □屋外広告物を見る状態:(       )から(       )しながら         □その他(       )	9 10
見る人の特性	□主に見る人       :       地域住民       ・ 通勤者       ・ 観光客       ・ その他         □見る人の状況:       移動している       ・ 滞在している       ・ その他         □その他(       )	13 14
時間の特性	□季節や時期による利用者の変化:       なし・あり( )         □時間帯による利用者の偏り :       なし・あり( )         □昼と夜の違い :       なし・あり( )         □その他( )       )	16 17
周辺の特性	□周辺に多い業種       : (       )         □概ねの職住の状態:       働いている人(       割)         □他の屋外広告物       : 多い業種(       )         色彩の傾向(       )         デザインの傾向(       )         □その他(       )	9 10
景観に配慮	したデザイン ~ 表示される内容 を考える ~	
ターゲット	□広告の主なターゲット: ( ) □どのような状況で : ( ) □その他 ( )	13 14
コンセプト	<ul><li>□一番伝えたい内容は : ( )</li><li>□シンプルにするために削除した内容は : ( )</li><li>□その他( )</li></ul>	13 14
受け手が楽しくなる工夫	□工夫した点は: ( ) □その他 ( )	