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、「お店からのメッセージ」を

無意識に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

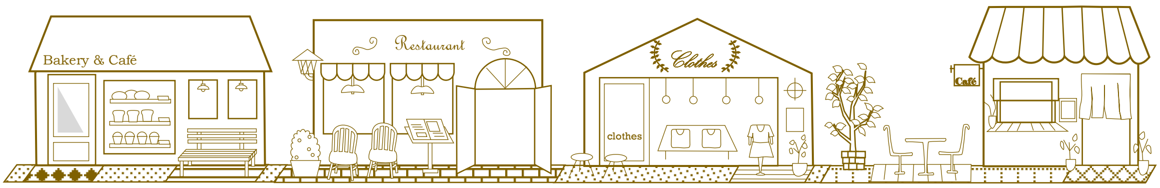
必要な要素（コツ）があります

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することとしています。

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。



行ってみたい！

入ってみたい！

魅力的な店先のお店が増えることが、まちの魅力アップに繋がります

目次

▶ 第１章　人は何を魅力的だと思うか　・・・3

1　お店の見た目からのメッセージを意識しましょう　・・・3

2　低い所・近い所に力を入れましょう　・・・4

3　その場らしさを表現し、損なわないようにしましょう　・・・4

▶ 第２章　魅力的な店先づくりのポイント　・・・5

「誘う形」をつくるには　挨拶・迎客・集客　の装置を意識しましょう　・・・5

挨拶の装置　・・・6

迎客の装置　・・・7

集客の装置　・・・8

▶ 第３章　魅力的な看板づくりのポイント　・・・9

1　看板毎の効果を意識しましょう　・・・9

2　伝えたい内容を絞り込む　・・・10
コラム　一瞬で判読できる文字数

3　お店のこだわりを伝える材料の工夫　・・・12
コラム　屋外広告物に関する景観印象調査

4　建物と調和させる　・・・15

5　背景・街並みと調和させる　・・・16
コラム魅力的な看板づくり・店先づくりを実践する企業の声

第１章では人は何を見て魅力的だと思うのか、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。

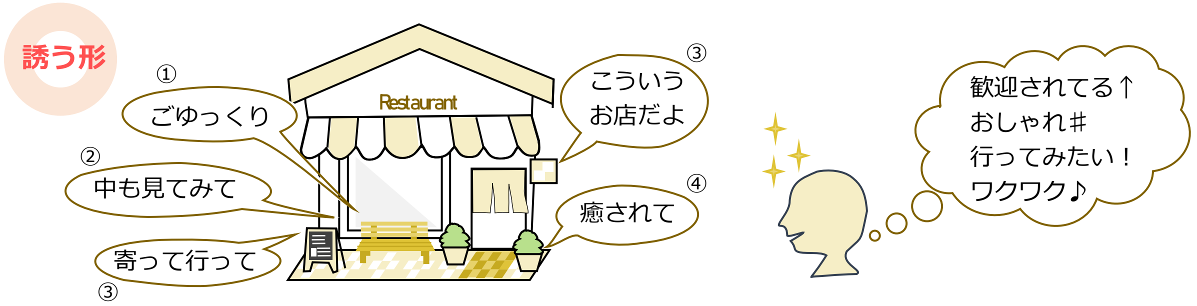
例えば、まちなかの様々な場所で目にするベンチ。わざわざ「ここに座ってもいいですか？」と確認する人はいません。

人は、自然と「ここは休んでもいい場所だ」と考えます。

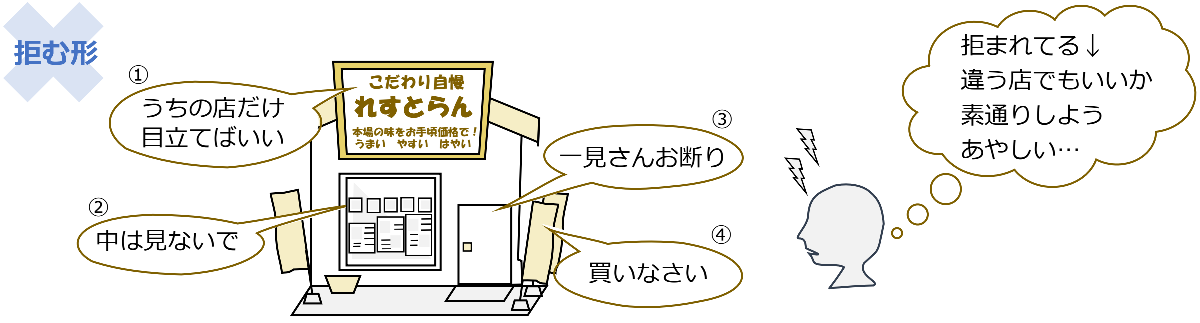
これは、ベンチからの「ここでゆっくり休んでください」というメッセージを無意識のうちに認識しているのです。

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（お店から誘われる）と、人はそのお店に好感を持ちます。逆に、近寄りがたいメッセージを与えてしまう（お店から拒まれる）と、人はそのお店に興味を示しません。



①店先にあるベンチ　②中の様子が見える窓　③人の目線にある丁寧な看板　④季節感を彩る植物



①大きく情報の多い看板　②広告物で隠された窓　③閉じられている扉　④多数ののぼり旗

魅力的な店先づくりのコツ

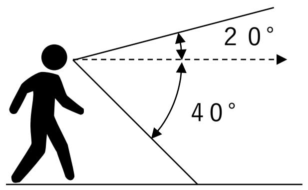
好意的なメッセージを出す　「誘う形」　をつくる

近寄りがたいメッセージを出す　「拒む形」　をつくらない

「誘う形」が歓迎されている、「拒む形」が拒絶されていると感じる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、この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

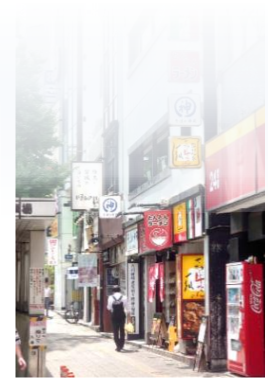
人が歩きながら見ている範囲は、上約 20 度、下約 40 度の範囲です。また、高い所より低い所、遠い所より近い所の方が、より強く意識・認識されます。



歩いているとき

　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。

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、街並みの印象や通りの雰囲気などは、主に 2 階より下の部分を認識しています。

特に 1 階（店先）部分は、歩いている人から、より強く認識されます。

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

店先の演出は、周囲の街並みと一緒に目に入るため、周囲との調和が重要です。

　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、それを損なわないよう配慮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。

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

第２章では第１章の観点をふまえ、「誘う形」をつくるポイントを解説します。

▶ POINT

「誘う形」をつくるには　挨拶・迎客・集客　の装置を意識しましょう

店先をつくる要素はたくさんありますが、大きく３つの機能（装置）に分けて考えることで、効率よく「誘う形」をつくることができます。

挨拶の装置　：　親近感や好印象を与える要素

迎客の装置　：　おもてなしや温かく迎え入れる気持ちを伝える要素

集客の装置　：　強く興味を持ってもらう要素

※ 写真内の番号は下記説明内の例

挨拶の装置　　　重要度　☆☆

こんにちは

まずは、店先を通りかかる人に向けて、挨拶のメッセージを送りましょう。挨拶をされて嫌な気分にならないように、お店の種類によらず誰にでも好印象を与えます。

例　① 花・植物　　　その他、七夕飾りなどの季節の飾りつけ　など

迎客の装置　　　重要度　☆☆☆

いらっしゃいませ

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。お店に合わせて様々な工夫ができ、数多く組み合わせることで相乗効果が生まれます。

例　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

その他、のれん、化粧壁、ガラス窓の装飾、入口ドア　など

集客の装置　　　重要度　☆

寄って行ってね

最後に、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。お店の特徴を見た目で表現でき、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ので注意が必要です。

例　⑥ 看板・吊り下げ旗・袖看板　　　⑦ 内部の様子や商品を見せる

CHECK

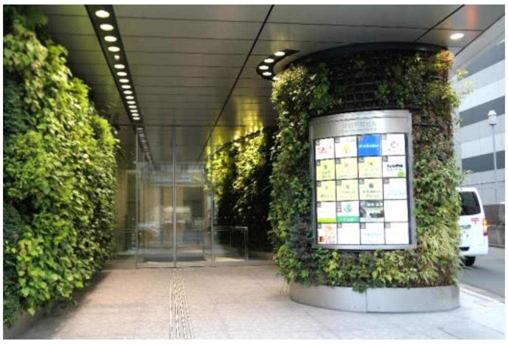
「誘う形」をつくるポイントは、挨拶・迎客・集客の装置をバランスよく配置することです。

- 挨拶の装置『植物』や、迎客の装置『ベンチ』など、いろいろな装置を組み合わせて、店先の端から端までを丁寧に設えましょう。
- 数を多く・密度を高く演出することでその効果は高まります。
- 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に意識しましょう。

POINT

挨拶の装置

花や植物を設置する


壁面緑化・集合看板と緑

多種多様な鉢植え・端から端まで

植栽・季節に合った七夕飾り

入口に向かってハの字かつ立体的な配置

季節の花・パラソル

季節のリース

POINT

迎客の装置

ベンチやウッドデッキを設置する

通り沿いに設置されたベンチ・開け放った扉

ウッドデッキ・テラス席

照明で演出する

大きすぎないワンポイントのネオンサイン
・壁面を照らす間接照明

のれん越しの店内の照明

オーニング類や建具・小物等を活用する

お店の雰囲気と合わせたオーニング・テラス席

アイコンとして設置された杉玉

POINT

集客の装置

看板類の工夫

建物の雰囲気と合わせた木の看板・吊り下げ旗

立体感のある切り文字と照明による演出

内部の様子や商品を見せる

良く見える場所への商品陳列・照明を用いることで魅力的に見せる

商品をショーウィンドウに飾ることで店内へ誘導する

店内の様子を見せる
日除け暖簾やワゴンを丁寧に設える

本日のおすすめ商品の看板
外からも雰囲気が分かる店内照明

第３章　魅力的な看板づくりのポイント

第３章では「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　看板ごとの効果を意識しましょう

看板の設置位置や種類によって、発揮する効果は異なります。その違いを意識し、狙い通りの効果を発揮できる看板としましょう。

店先の印象をつくる看板

- 歩行者から強く認識される１階部分に設置される看板は、個々のお店の魅力を伝える効果が期待できます。
- 比較的小さいものでも十分に認識されるため、丁寧さや細かな工夫が魅力アップのポイントになります。

効果的な看板の種類
壁面看板、袖看板、立て看板、のれん など

店舗名の入った凝った照明

手書きの立看板

MEMO
照明を設置する際は、「演色性」「色温度」「明るさ」が重要になります。夜間の見え方も考慮し、照明の当て方等も検討しましょう。

街並みや通りの印象をつくる看板

- ２階より低い位置で歩く人から良く見える向きに設置される看板は、街並みや通りの印象を構成する一部として認識されます。
- 周囲の雰囲気に合った看板にすることで、街並みや通り全体の魅力アップに繋げる効果があります。

効果的な看板の種類
壁面看板、袖看板、門型の看板　など

個性的な看板が連なる横丁

地域のランドマークになる門型の看板

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屋外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、多くの文字情報を屋外広告物に詰め込んでも伝わりません。

情報量や使用する色数、広告の数を絞る

店先の屋外広告物の例

×

○

伝えたい内容を明確にし、屋外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

色を絞って使用することで、通りかかる人の目を引くのに効果的です

コラム

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 と言われています。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

図や記号を効果的に使う

- 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ので効果的です。
- 文章がなくても情報を伝えることができ、物販や飲食等、業態にかかわらずどんなお店でも利用できます。
- お店を象徴するシンプルなアイコン等は、お店を強く印象付けます。

ハサミをモチーフとしたイラストの袖看板

眼鏡をモチーフとした立体的な袖看板

洗濯機をシンプルなアイコンで表現

アイコンをくり抜き表現した袖看板

イラストで商品とお店の雰囲気を表現

シンプルなイラストで表現した袖看板

POINT
3　お店のこだわりを伝える材料の工夫

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。

GOOD

- 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、金属といった素材の活用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

自然素材や質感の活用、立体的表現によって、業態や店の雰囲気を感じさせるデザインにすることが効果的です。

細部まで丁寧にデザインされた目印

商品の雰囲気に合う木素材の立体的なデザインの看板・質感を活かす照明

お店の雰囲気に合った提灯・のれん

商品サンプルを立体的に展示・手書きの看板

のれんを活用する

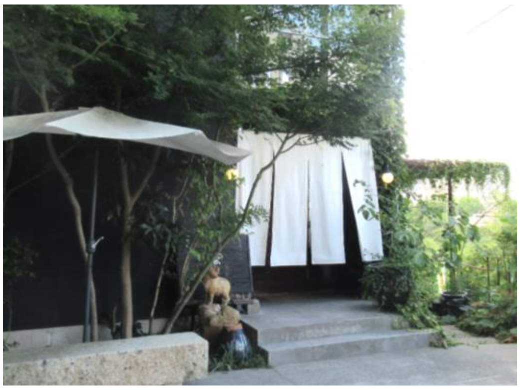
- のれんは、「迎客の装置」ですが、取り扱う商品を掲載すること等で「集客の装置」としても機能します。
- 布等のやさしい質感を活かしながら、来店者に歓迎の気持ちを伝えることのできる伝統的な手法の一つです。
- 建物や照明とのれんのかけ合わせで、店先を柔らかく「誘う形」に演出することができます。

和風な入口 × 現代的なデザイン（英字や図記号）

近代的なビル × 歴史あるロゴマーク

照明の優しい光 × 縄のれんの質感

照明 × 日除けのれん



緑 × 長く風にゆれるのれん

古民家 × 新しい店舗のロゴマーク

コラム

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ます

歩行者からよく見える場所に設置され、木の質感を活かし表現した看板が通る人を惹きつけます。

お店の雰囲気に合わせた看板は、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、小さくても凝った看板が、お店の雰囲気を演出します。

建物の化粧壁に合わせデザインされている看板が好印象です。

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

※　令和５年度市政モニターアンケート「屋外広告物に関する景観印象調査」
　詳細情報は仙台市ホームページから確認できます
https://www.city.sendai.jp/kochotoke-kocho/shise/koho/kocho/documents/kekka_2-3.pdf

▶ POINT
4　建物と調和させる

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

建物と一体的に検討する

切り文字・サイズ感や配色などを建物と一体的にデザイン

ガラスの壁面と看板の質感が良い雰囲気をつくっている

入口の扉や化粧壁と同じ自然素材の看板

同系色でも、素材の違いで印象的な看板

建物の内部に設置される装飾も、外から一緒に見られることを意識して設置

POINT
5　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周囲の街並みと一緒に目に入ります。
- 人は目に入った情報から、その屋外広告物を評価しますが、その評価は、目に入った情報のうち屋外広告物だけを取り出して行われることはなく、背景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。
- 地域の街並みに十分に配慮した屋外広告物は、市民の信頼感・企業への共感を得ることができます。

背景・街並みを意識する

定禅寺通や青葉通のケヤキ並木に調和させた色彩や雰囲気

アーケード商店街や観光スポットのシンボル的な看板や歩く人の目線に置く看板

周囲の街並みや業種によっては鮮やかな色彩も高評価

コラム

魅力的な看板づくり・店先づくりを実践する企業の声

VOICE

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. 魅力的な看板づくりについて、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行きたいと考え、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。（R6.2）

お茶の井ヶ田株式会社　仙台中央本店　店長　後藤　新さん　へのインタビュー

Q. 魅力的な店先づくりについて、取り組まれているきっかけやポイントを教えてください。

A. コロナ禍から、元の営業規模に戻りつつある中で、集客をどうしようか考えていました。お客様がひと息つける場所の提供を目指して、まずはお店に入ってもらう工夫をしようと取り組んでいます。

のれんの絵をお客様の入る位置に変えてみたり、椅子を出して利用してもらったり、自分たちで店の前をよく観察するようになりました。

Q. 工夫された後のお客様の反応など変化はありましたか。

A. お客様が店の前で過ごされていると、次のお客様が入りやすい空気感になっているようです。

来店者数や売り上げとして数値化することは難しいですが、お客様が入るきっかけは、商品だけではなく、空気感が大切だということを感じています。（R6.8）

「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」になってしまうため、日常的なメンテナンスが大切です。

　また、看板（屋外広告物）は設置した時点から、落下等の不具合を起こす可能性があります。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ょう。

https://www.city.sendai.jp/kekan/jigyosha/taisaku/kenchiku/toshikekan/okugai/tenken.html

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）

https://www.city.sendai.jp/kekan/jigyosha/taisaku/kenchiku/toshikekan/okugai/kokoku/okugai/index.html

屋外広告物の表示（設置）許可に関するお問い合わせ先

青葉区役所	建設部街並み形成課	Tel	022-225-7211（代表）
宮城野区役所	建設部街並み形成課	Tel	022-291-2111（代表）
若林区役所	建設部街並み形成課	Tel	022-282-1111（代表）
太白区役所	建設部街並み形成課	Tel	022-247-1111（代表）
泉区役所	建設部街並み形成課	Tel	022-372-3111（代表）

屋外広告物ガイドラインの内容に関するお問い合わせ・ご相談

　屋外広告物ガイドラインに関する内容に関するお問い合わせ・ご相談は、都市景観課へご連絡ください。別冊「仙台市屋外広告物ガイドライン一魅力ある景観広告編一」では、景観に配慮し、仙台らしさをまもる屋外広告物について、具体的なデザインの手法を紹介しています。

　仙台市都市整備局計画部都市景観課　　　Tel　022-214-8288（直通）

https://www.city.sendai.jp//kekan/jigyosha/taisaku/kenchiku/toshikekan/okugai/guideline.html

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　ー魅力ある店先編ー

2025（令和 7）年 7 月
仙台市都市整備局計画部都市景観課
TEL：022－214－8288（直通）　FAX：022－214－8300　mail：tos009120@city.sendai.jp