



タイトル
言葉と巡る山寺

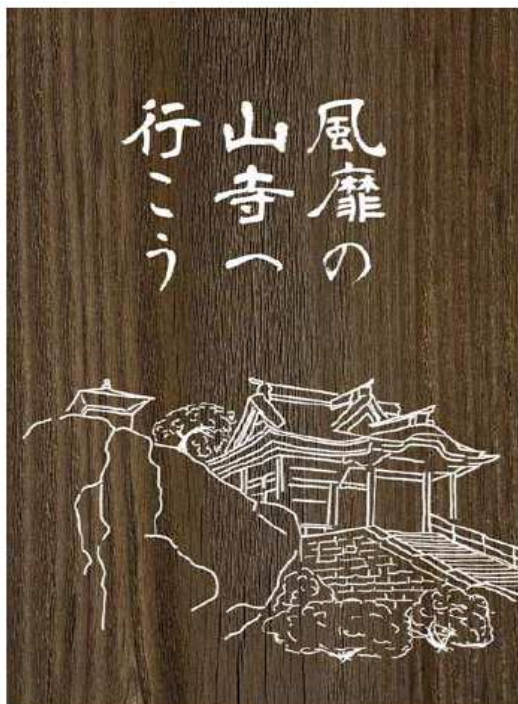
受賞者氏名
鷹左右 凜 様

デザインコンセプト

松尾芭蕉や地元の人、色々な人の綴った「言葉」を通して自然や歴史を感じてもらうことがコンセプトです。
江戸時代の俳聖・松尾芭蕉は、元禄2年、「おくのほそ道」の道中で山寺を訪れ、名句を残しました。芭蕉が感じた、今も変わらぬ山寺の美しい自然を彼の言葉とともに体感できます。
訪れた人や地元の商店の方々にも、山寺で詠んだ一句を寄稿してもらい、のぼり旗にします。山寺の新たな魅力に気づくかもしれません。
それぞれののぼり旗の色は、山形の県花である紅花で染めたようなやわらかい朱色、松尾芭蕉がかつて訪れた夏の山と空の色、冬の山寺の水墨画のような景色をあらわしました。

第2回やまがた広告景観コンテスト
【広告景観デザイン提案部門】
テーマ「自然を感じ、歴史が香る、居心地のいいまち」
山形県知事賞

歴史を重ねる屋外広告



タイトル

歴史を重ねる屋外広告

デザインコンセプト

山寺地区の落ち着いた雰囲気、豊かな自然、魅力ある歴史に着目して広告のデザインを考えました。そこで木材を広告の素材として用いることを考えました。これは山寺地区の屋外広告の設置基準を満たすという理由以外に、山寺の魅力をより伝えることができる素材だと思い取り入れました。

木は時間とともに表情が変化していきます。そんな木材は、長い歴史を経てきた山寺と調和すると考えました。また、木々が生き茂る山寺の道を連想させ、来訪者の気持ちを高めます。

景観保全、自然保全といった問題解決に加えて、山寺とともにこれまで、これからの歴史を重ねていく屋外広告を提案します。

受賞者氏名

木村 みずき 様

第2回やまがた広告景観コンテスト

【広告景観デザイン提案部門】

テーマ「自然を感じ、歴史が香る、居心地のいいまち」

山形市長賞



イメージ図



タイトル

ぬくもりに溶ける看板

デザインコンセプト

山寺を訪れ、街と立石寺の関係性を美しいと思った。街は暖かく、開けて俗物的だが門を抜け山へ登ると急激な静寂が聖域を知覚させる。街が山を、山が街を、互いに際立たせていた。広告を建てるなら、立石寺の静けさを汲みながらも、街の暖かさに溶け込むようなものがよいと考えた。
設置場所は山寺景観重点地区エリアA3、A1の道に面し、廃墟となった店の前や側面などに立てかけさせていただく。
素材は古く厚い板材を用いる。廃材などでもよい。柿渋など天然の塗料で防腐し、風化を楽しむ。江戸時代の木看板に倣って文字は太く筆文字で、周りを彫ることでほんのりと盛り上がらせる。
背景と文字がなじみ一目に読むのは難しいので内容にかかわらず街の雰囲気溶け込む。

受賞者氏名

長谷川 風花 様

第2回やまがた広告景観コンテスト

【広告景観デザイン提案部門】

テーマ「自然を感じ、歴史が香る、居心地のいいまち」

東北芸術工科大学学長賞

四季を切り取る、山寺再発見

改めて山寺の魅力をみんなで探り、共有し
山寺の新しい楽しみ方を見つけよう



タイトル

四季を切り取る、山寺再発見

受賞者氏名

株式会社小泉創芸 殿

デザインコンセプト

設置場所は、駅、街道商店前など山寺地内数か所に点在して設置。
設置サインの中に、四季に合わせた山寺の風景数か所の映像、画像を映す小窓を設置。シーズンごとに映像、画像を入れ替える。
映す画像は、山寺の名所以外にも山寺地内のある定点から見た景色を切り取ったものや、その店主おすすめの風景スポット等の「一部」。
小窓で見た風景に興味を持った観光客は、その情報を受入側に尋ね、その場所へ赴き、実際に風景や物を体感する。
映像を介して、観光客と受入側とのコミュニケーションを生むきっかけになり、今まで気付かなかった山寺の魅力を再確認することが、観光の新たなアクセントとなる。四季に合わせて、サインも変わり、その時々魅力を発信することができる。
受入側もスポットを探す、考えることで、改めて山寺の魅力を再確認、愛着をもつきっかけになる。
設置サインは、基本的に共通のデザインとし店舗サインとしても利用する。看板本体は、こげ茶、グレー系をベースとし、景観を壊さないよう極力シンプルにする。仕上げとしては木調、石目等の素材感のあるものにする。
映像は、サインージ等を内蔵、アクセントラインは調色可能な照明で四季によって色を変える。腰高にディスプレイ用の棚を設け、店舗ごとでディスプレイ、また催事イベントでの飾り等に利用する。
※山寺観光に携わる方々を総称して「受入側」と称する。

第2回やまがた広告景観コンテスト

【広告景観デザイン提案部門】

テーマ「自然を感じ、歴史が香る、

居心地のいいまち」

日本屋外広告業団体

連合会会長賞