

2. 横浜サインのつくり方

2-2b. サインデザインの手法と効果

【Design D】

Design D

地域性【海、みなと】

【デザインのポイント】

「海、みなと」を感じる素材

「海、みなと」を感じる色

「海、みなと」を感じるモチーフ



色使いにより【海、みなと】
を感じる例

青系統の色と白で統一された店舗の外観は
海や空の色と調和し、海や港のイメージを
より膨らませます。



モチーフにより【海、みなと】を感じる例

船や魚など海を直接表現するモチーフはもちろん、釣具、舵、パイ、灯台
といったモチーフは海や港のイメージを想起させます。



素材イメージにより【海、みなと】を感じる例

風にたなびく旗（バナー）は沿岸部を想起させます。
横浜など古い港町では、レンガや建物を覆う緑も
かつて港で使われていた倉庫を連想します。



2. 横浜サインのつくり方

2-2b. サインデザインの手法と効果 【Design E】

Design E

近代化【スタイリッシュ】

【デザインのポイント】

「スタイリッシュ」さを感じる形状

「スタイリッシュ」さを感じるロゴ

「スタイリッシュ」さを感じるレイアウト



ロゴイメージをシンプルに表示することで「スタイリッシュ」さを感じる例

チェーン店のブランドロゴは利用者に強く訴求する色使いやサイズが設定されていますが、街の雰囲気や建物に合わせて色彩を抑えて、シンプルに掲示することで、その店が周辺環境に配慮している姿勢を知ることができ、利用者に良い印象を与えることが出来ます。

看板の形状や表示方法により

「スタイリッシュ」さを感じる例

印象深いモチーフ、シンプルな形状、抑えた色使い、強すぎないアピール、街や環境との調和など、ファサードのトータルバランスが取れたサインはその店のセンスを感じ取ることができます。



ファサードへの文字レイアウトにより「スタイリッシュ」さを感じる例

広いスペースを確保したロゴの配置により、店舗の上品さや品格を示すことが出来ます。

特にエントランス中央に配置されたロゴと、シンメトリーなファサードは場の緊張感を生み出し、店舗の格式を演出します。

