

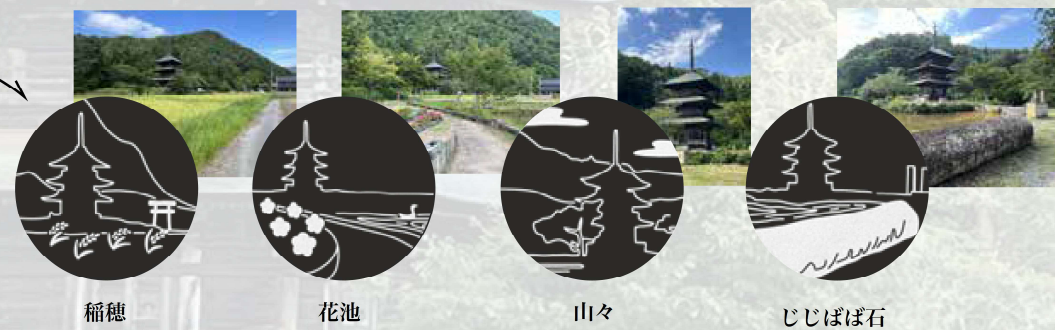
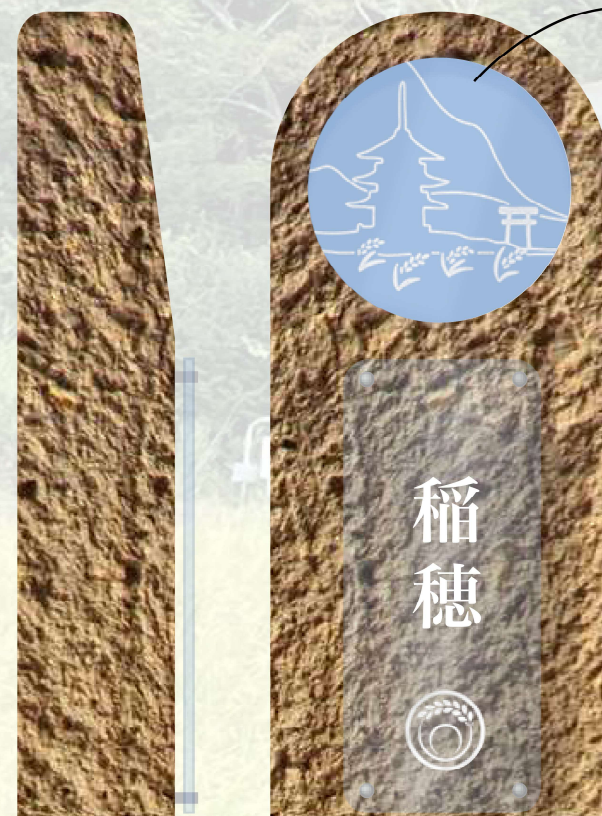
設置イメージ「絶景の窓」



設置イメージ「案内表示」



「絶景の窓」



稲穂

花池

山々

じじば石

覗き見る絶景の窓



三重塔を主役にする四つの絶景スポット
そこを覗けば、「今の輝かしい姿」「季節の美しい姿」に出会えるでしょう

「案内表示」



VP番号・名称
No.46 まほろば古の里歴史公園から見る
安久津八幡宮の荘厳なたたずまい

タイトル
覗き見る絶景の窓

受賞者氏名
鈴木 結依 様

【コンセプト】

- 案内板は三重塔に最も近い駐車場付近の道中に設置し、そこに表記される四種類のロゴを元にした絶景を体験できる「絶景の窓」を公園内の八幡宮へ向かう道中四箇所に設置する。
- 素材は高畠石を使用しており、手作業での加工法と伝統ある素材から地域の文化と温かみを感じることができる。また、歴史公園には地面や階段に石が多く使用されているため、元ある景観とも調和がとれている。
- 「絶景の窓」を覗き込むと、その位置からみた絶景とアクリル板に刻まれた絶景イラストが重なり、歩きながらみた時には気づけなかった草花や、特定の季節にしか出会えない存在を知ることができ三重塔の魅力発見が体験できる。

第4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(やまがた景観物語VPへの)

「景観と調和し、その魅力を引き立てる広告デザイン」
山形県知事賞



VP番号・名称 No.62 霞城公園東大手門橋から眺める山形城跡	【コンセプト】 - 霞城公園の歴史的背景と調和するように、モノクロの落ち着いた色調で構成されている。白壁や石垣など、山形城跡の素材感や色彩と違和感なく溶け込み、視線を自然に導くデザインである。また、背景の最上義光の像のシルエットは、公園内にある彫像と連動し、人工物と文化的資源との共存を図っている。 - 大きく記載された「霞城公園」の文字は、だれが見ても一目で場所が分かる明瞭さがあり、「最上義光の時代から今へと」というキャッチコピーは、公園の持つ歴史的連続性を端的に表現している。視覚的インパクトがありがたながら、情報が簡潔で分かりやすく、訪れる人に対して目的地としての明確な案内となっている。	第4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(やまがた景観物語VPへの) 「景観と調和し、その魅力を引き立てる広告デザイン」 山形市長賞
タイトル 「歴史と調和するランドマーク広告」		
受賞者氏名 小枝 優日 様		



特別ver



通常ver



VP番号・名称
No.86 縁を結ぶ熊野大社への参道と大銀杏の眺め

タイトル
「願いを結ぶ、心を結ぶ。」

受賞者氏名
木津 日和 様

【コンセプト】

- デザインの背景は大銀杏の黄色と夕焼けの赤・青空のコントラストが美しい様子を表現し、周辺の景観に溶け込めるよう淡い色合いを意識したデザインとなっている。
- うさぎを三羽見つけた人は恋や願い事が成熟すると言い伝えから、うさぎが3羽いるポスターを特別バージョンとして、楽しめるアイデアも大変面白い。

第4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(やまがた景観物語VPへの)
「景観と調和し、その魅力を引き立てる広告デザイン」
東北芸術工科大学学長賞



VP番号・名称 No.64	軍司・上杉謙信を祀る美しき パワースポット 上杉神社	【コンセプト】 ● 境内に設置するのぼり旗のデザインは、風景に馴染み、親しみのある落ち着いた温かみのある色を採用している。季節ごとに美しく変化する風景に合わせて、のぼり旗のデザインを少しずつ変化させることで、どの季節でも馴染む一体感のあるデザインとなっている。 ● 中央には上杉公のシルエットが描かれており、本殿までの一本道に設置することで、のぼり旗を見た人を境内に引き込んで、上杉公とともに道を歩いて、一緒に参拝できるような体験を提供している。	第4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(やまがた景観物語VPへの) 「景観と調和し、その魅力を引き立てる広告デザイン」 日本屋外広告業団体連合会会長賞
タイトル	「上杉謙信とともに訪れる上杉神社」		
受賞者氏名	小野寺 美歩 様		