



## 「みんなの街のキャンバス」

「ミュージアムの街らしさ」を活かして  
賑わいと憩いの創出

兵庫県立美術館から王子公園間を結ぶ通り。数千点もの収蔵品から、定期的に開催される著名人による展覧会があったりと「芸術の館」として世界的にも有名な兵庫県立美術館。灘駅や岩屋駅、阪神間を繋ぐ国道がありアクセスも良く、美術館だけでなく商業施設のHAT神戸やオフィスなどが近くにあるため、ミュージアムロードを訪れる人口や交通量はかなり多い。しかしそんな美術館のある沿線にミュージアムロードという名がつけられているが、現状の沿線を見ても正直「ミュージアムロード」感が無いと感じました。そこで

私たちは美術館から絵をイメージし、次に看板へと連想していき、「サイン」のプロダクトを使用したランドスケープを構想しました。サインを用いて美術館の街だというアピール、それだけでなく沿線の人口が多いことから地域やビジネスの利用にも展開できるのではないかと考えました。美術館→ビジネス→地域と派生していき、やがてミュージアムロードと周辺エリアの活性化へと繋げていけるような想いを込めて構想しました。



## サイン×グラフィック×アド広告

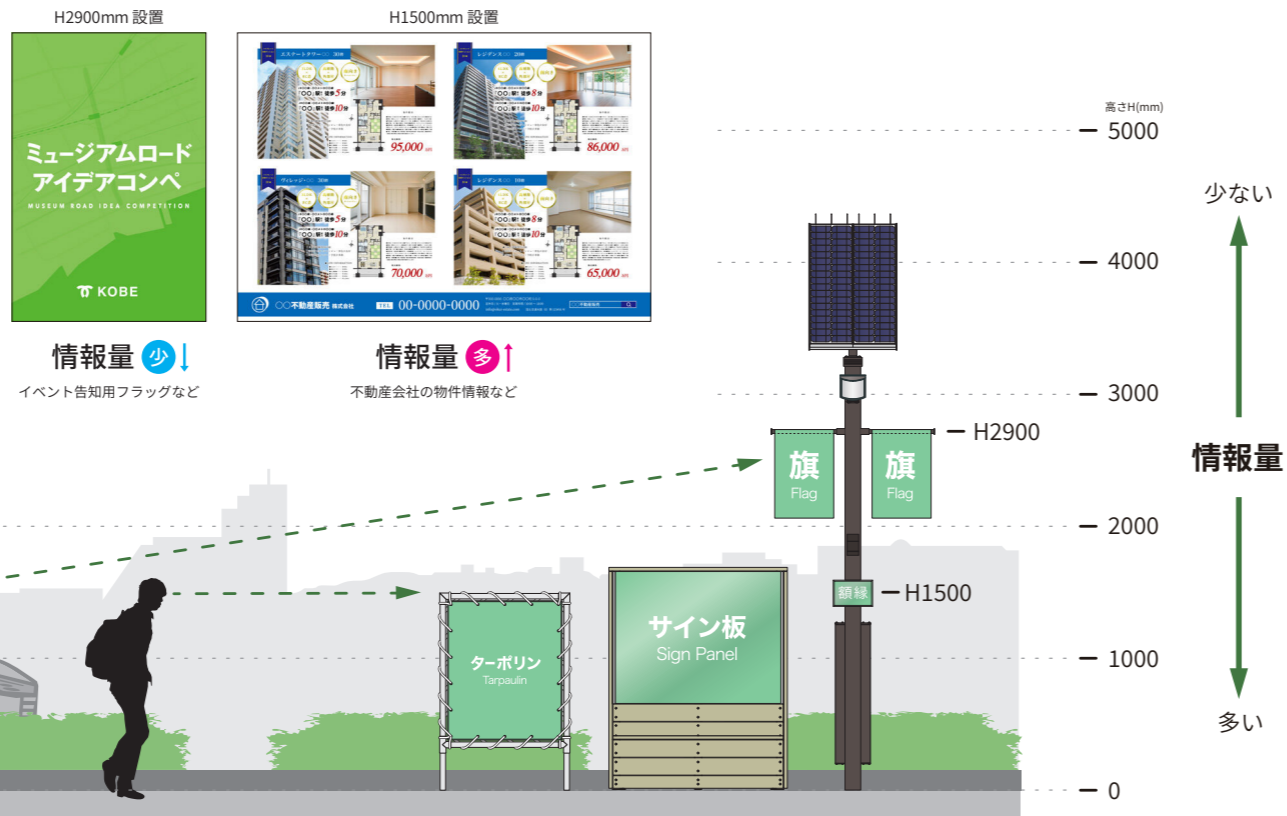


### サインの高さと情報量

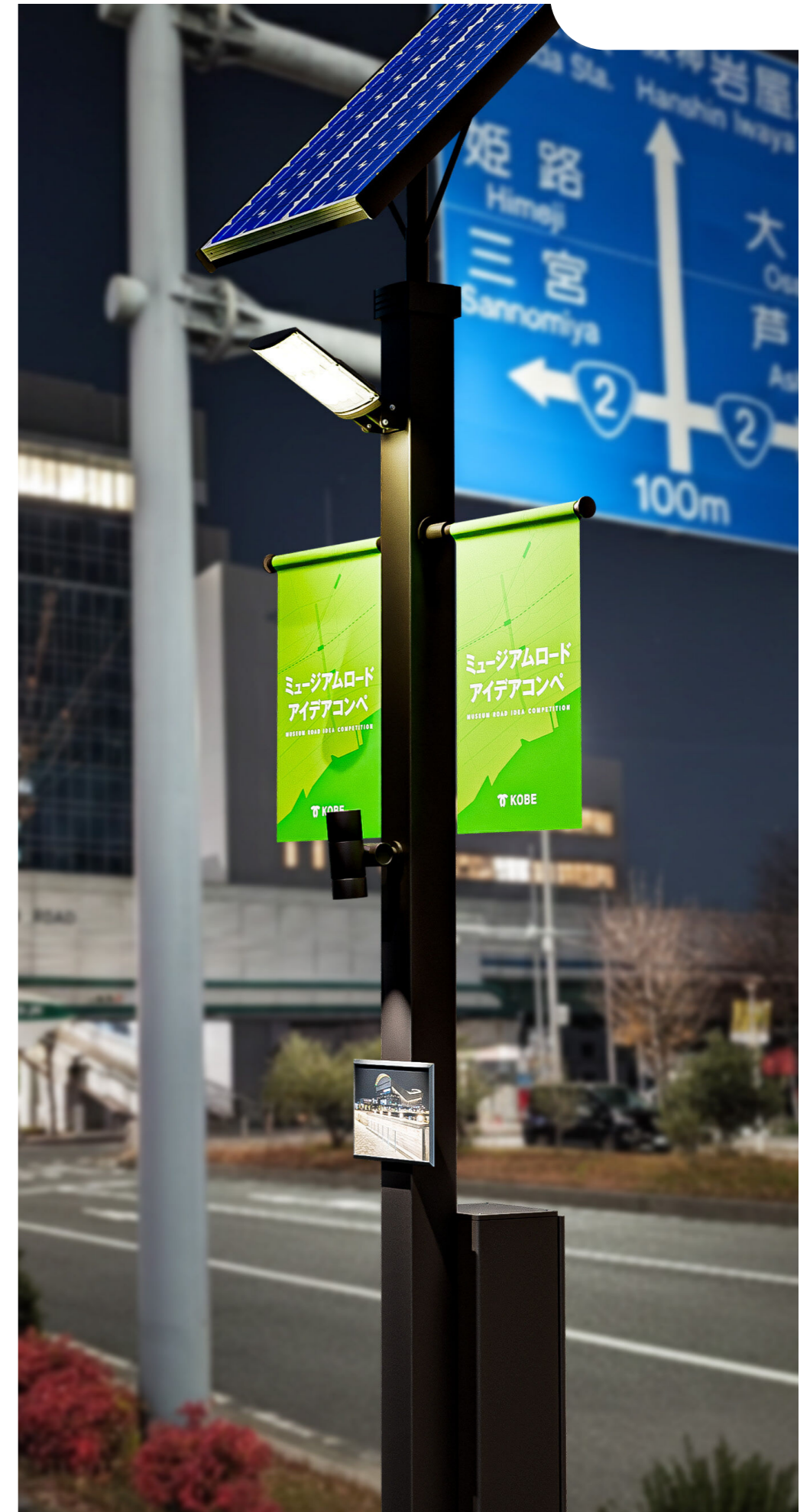
サインは対象から距離がある場合や、移動速度が速い場合でも視認性が確保できる設置高さで設計しております。高さについては遠くからの視認性を確保するため、設置面からGLまでの距離を「2500mm以上」に設定。

歩行者はもちろんのこと、移動速度の速い車からでも認識ができるようになります。約2000mmの高さを基準に、それより高い箇所には情報量が少ない内容、低い箇所には情報量が多い内容のサインを掲示することを推奨しております。

※「歩行者のためのコミュニティーサイン」建設省都市局監修より参照



速い ← 移動速度 → 遅い(停止)  
 遠い ← 視認距離 → 近い



## 街の「キャンバスプロダクト」

ベンチとサイン看板の組み合わせ、ソーラー照明灯とフラッグ広告の組み合わせ、ターポリンをロープで固定するハトメサイン。どれも自由なデザインが表現できるかつ、入れ替えの作業も難しくなく、コスト削減と柔軟な情報更新が実現できるような設計にしました。

「ミュージアムの拡張」「地域利用」「商業利用」それぞれのコンセプトから下記のような内容の広告が想像できます。いずれも美術館に関する部分や沿線地域のビジネスに合わせた内容を掲示することで、ミュージアムロードと周辺エリアの活性化へと繋がるように考えました。

### ミュージアムの拡張

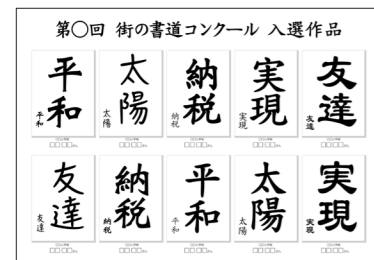


著名人の作品展告知



ポップアップイベント系展示の告知

### 地域利用



書道コンクールの作品展示



幼稚園の園児募集

### 商業利用



リフォーム会社の集客



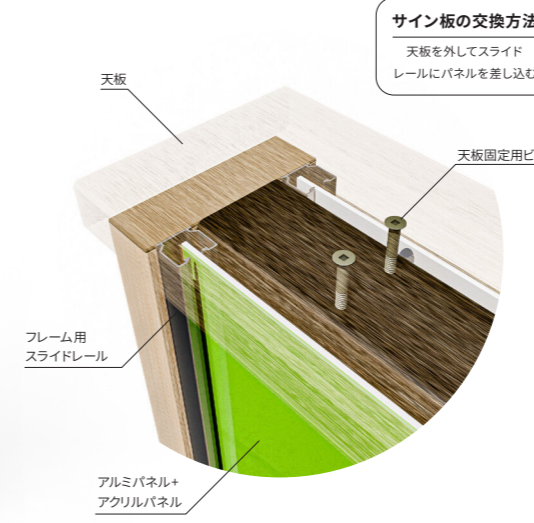
不動産会社の物件情報掲示

上記サインは全て架空の作品になります。実在の人物・団体とは一切関係ありません

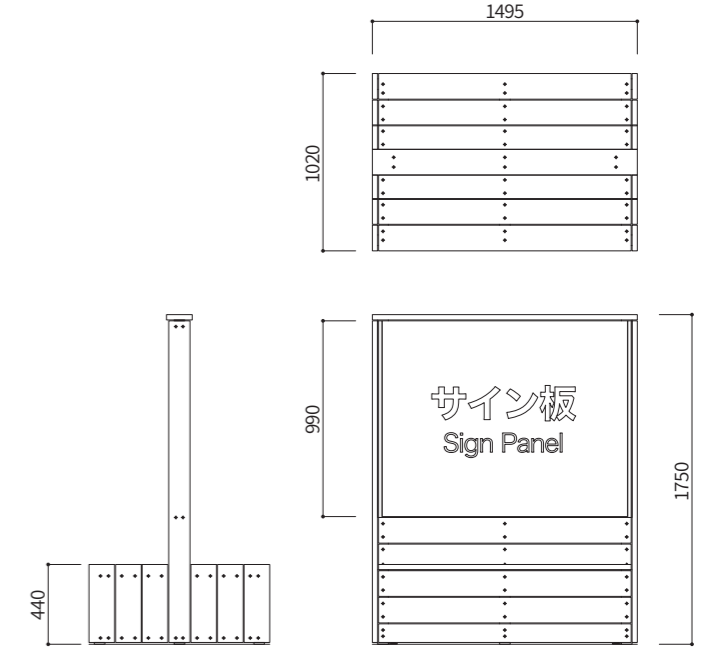


### 「ベンチ + サイン」

サイズ：W149×H1750×D1020mm  
 座板：再生木材 / サンディング仕上げ  
 パネル：アルミ材 / デジタル印刷

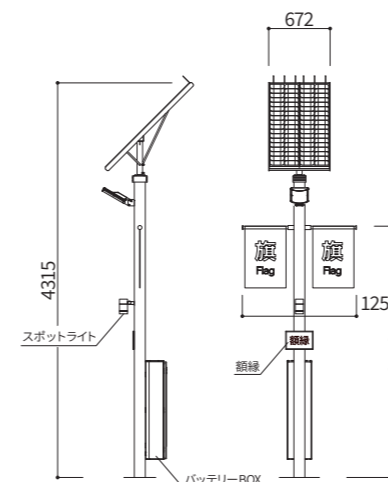
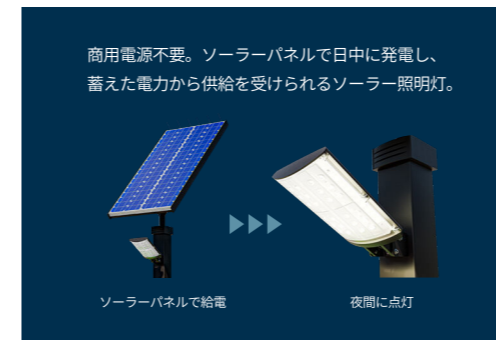


**サイン板の交換方法**  
 天板を外してスライドレールにパネルを差し込む



### 「ソーラー照明灯 + フラッグ」

サイズ：W1250×H4315×D1000mm  
 支柱：アルミ型材 / アルマイト仕上げ  
 フラッグ：ターポリン (デジタル印刷)



### 「ハトメサイン看板」

サイズ：W720×H1500×D35mm  
 支柱：スチール材 / 塗装仕上げ  
 ターポリン：デジタル印刷

