

福井県屋外広告物 ガイドライン

～ 暮らしに 美しさと 活力を ～

GUIDELINE OF SIGNS IN FUKUI



平成22年3月 福井県

目 次

第1章 はじめに（基本的な考え方）	1
1. 屋外広告物の役割と性質	1
2. 屋外広告物法・条例の目的	2
3. 本ガイドラインの目的	2
4. 本ガイドラインの活用場面	3
5. 屋外広告物に必要な要素と本ガイドラインの参照ページ	4
第2章 法・条例のあらまし	5
1. 屋外広告物とは	5
2. 規制の概要	6
第3章 共通ガイドライン	9
1. 見やすい・読みやすい屋外広告物のデザイン	9
2. 適切な照明計画	11
3. 公衆に対する危害の防止策	12
第4章 屋外広告物の種類別ガイドライン	14
1. 建物利用広告（屋上広告・壁面広告・突出広告）	14
2. 独立広告板・広告塔	19
3. その他	23

第5章 地域分類別ガイドライン 27

1. 屋外広告物の色彩計画	27
2. 地域の分類とその基本的な考え方	29
3. 地域分類別ガイドライン	
(1) 商業景観地域	32
(2) 工業景観地域	42
(3) 住宅景観地域	44
(4) 歴史・文化資源地域	46
(5) 山間景観地域	49
(6) 海岸景観地域	51
(7) 田園・里地・里山景観地域	53
(8) 自然資源地域	56

第6章 おわりに（広告主・広告業者・県民・行政の果たすべき役割） 58

参考文献・写真の引用	60
-------------------	----

資料編	61
------------	----

2 屋外広告物法・条例の目的

福井県では、「屋外広告物法」に基づき「福井県屋外広告物条例」を制定し、屋外広告物の設置を禁止する場所や、表示面積・高さ等、様々なルール(規制基準)を定めています。

これは、次の二つの目的によるものです。

① 良好な景観の形成・風致の維持

屋外広告物は、建築物などと同じように、景観を構成する重要な要素の一つです。その大きさ、高さ、設置場所等によっては、良好な景観の形成に寄与することもあれば、景観を阻害する要因にもなってしまうものといえます。

② 公衆に対する危害の防止

屋外広告物を何らのルールなしに設置できることとなると、倒壊・落下等の事故が発生し、公衆に対して危害が及ぶことになりかねません。また、道路(交差点)や信号機、道路標識の見通しを妨げると、交通安全上問題となる場合もあり得ます。

3 本ガイドラインの目的

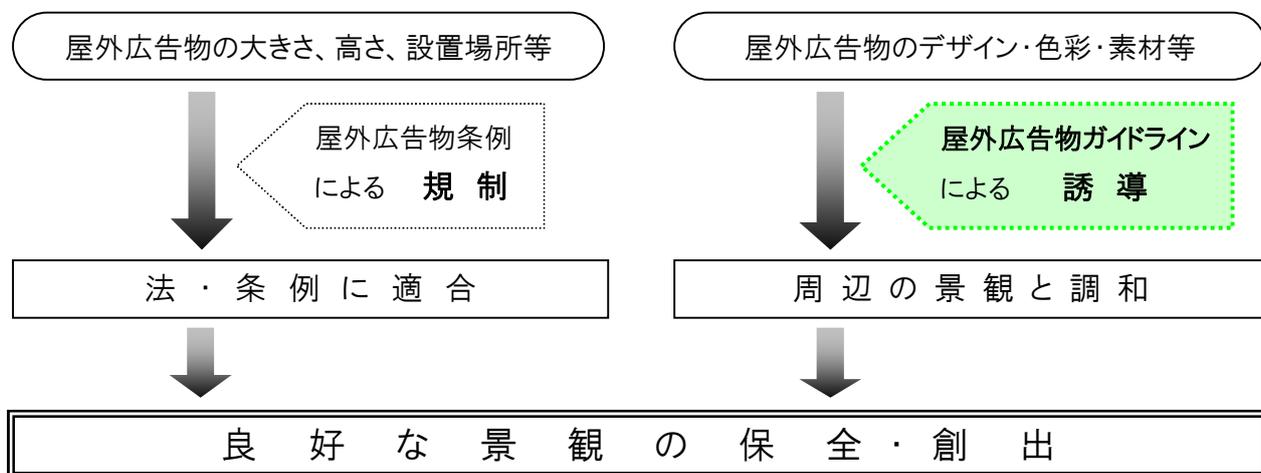
屋外広告物の大きさ・高さ・設置場所等については、条例でルールを定めています。

一方、屋外広告物のデザイン・色彩・素材等の要素は、周囲の建物や景観との関係によって評価(見方)が大きく変わってきます。これらの要素は、条例で一律に規制することは難しく、結局のところ、広告主や屋外広告業者の方々の「モラル、センス、見識、技術」といった部分にある程度依存せざるを得ません。

そこで、このたび、福井県に設置される屋外広告物が、法・条例を遵守したものであることはもとより、デザイン・色彩・素材等についてもより良いものとなるよう、「福井県屋外広告物ガイドライン」を策定しました*。

本ガイドラインは、屋外広告物のデザイン・色彩・素材等を、周辺の景観と調和し、良好な景観の創出に寄与するようなものとするにはどのようなことに配慮すればよいか、考え方や事例をまとめています。

福井県の景観がより良いものとなるよう、広告主・屋外広告業者など屋外広告物の設置に関わる皆様はもとより、県民の皆様にも本ガイドラインを活用していただき、屋外広告物と良好な景観形成について理解を深めていただきたいと考えています。



*本ガイドラインは、学識経験者や屋外広告業者から構成される福井県屋外広告物審議会において検討し、とりまとめたものです。詳細は、巻末の資料編(62ページ～63ページ)を参照してください。

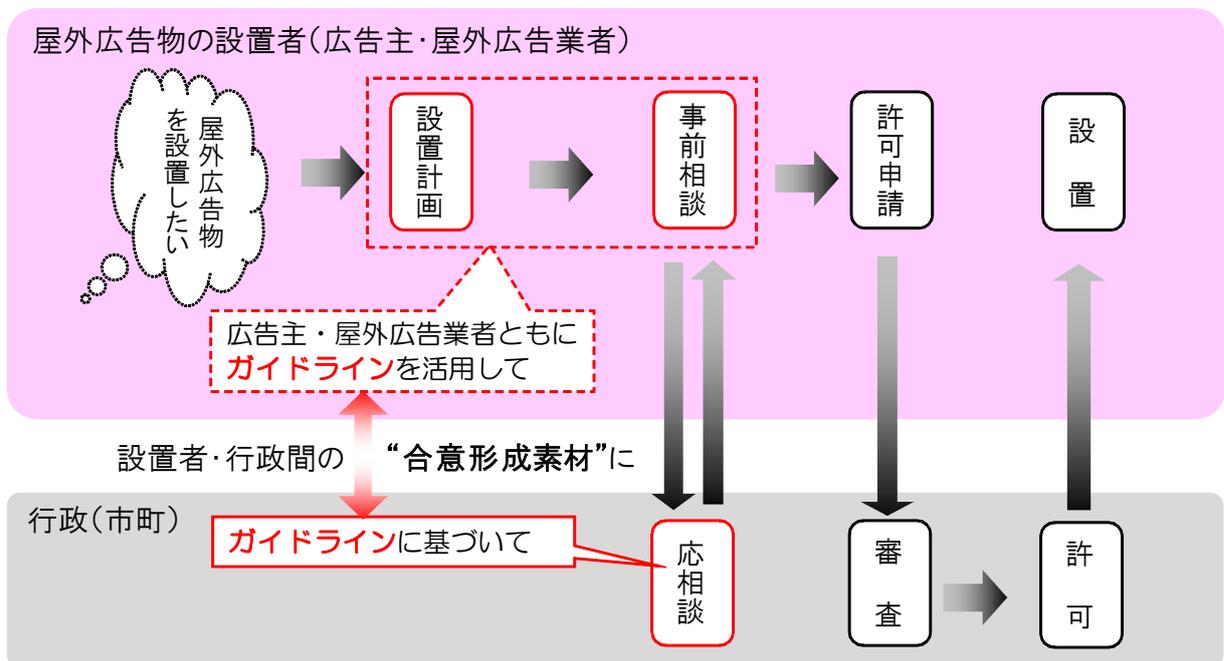
4 本ガイドラインの活用場面

① 屋外広告物許可申請の前に

屋外広告物の許可申請を受け付けている各市町では、屋外広告物の設置に際し、計画段階からの事前相談や、各種法定手続前の協議に応じています。

このガイドラインは、屋外広告物の設置者と行政とが、共に協力して景観の向上に努めるための「手引書」であり、「参考書」です。内容を十分ご理解いただき、屋外広告物の設置計画づくりや設計に役立ててください。

特に、第4章および第5章で示すガイドラインは、実際に設計される際の具体的な「手がかり」を提案するものです。事前相談や協議の際に参考にし、設計内容に反映してください。



② その他の活用場面

- ・許可不要の屋外広告物を設置するときにも

法・条例による許可手続を必要としない屋外広告物を設置するときも、本ガイドラインを参考に、魅力的なデザイン・色彩・素材等となるよう努めてください。

- ・地域のルールをつくりたいときにも

地域の景観を守るため、何らかのルールづくりが必要だと考えている場合は、第5章で示すガイドラインから類似する地域のものを参考にし、役立ててください。

- ・景観について学びたいときにも

景観についての勉強会・研修会などを開催する際、屋外広告物の参考書として活用してください。

5 屋外広告物に必要な要素と本ガイドラインの参照ページ

前提 法・条例の遵守

法・条例の遵守は、全ての屋外広告物に求められます。

⇒ 第2章 法・条例のあらまし (5ページ～8ページ)

要素① 表示内容の適格な伝達

屋外広告物を見る人の立場に立って、必要な情報がわかりやすく伝わるような屋外広告物を設置しましょう。

⇒ 第3章 共通ガイドライン (9ページ～13ページ)

要素② 適正な形態、構造、設置方法

屋外広告物の種類ごとに、適正な形態、構造で設置しましょう。

⇒ 第4章 屋外広告物の種類別ガイドライン (14ページ～26ページ)

要素③ 周辺景観との調和

本県の優れた自然、歴史、文化から成るそれぞれの地域の特性に応じ、その良好な景観形成に寄与するような屋外広告物を設置しましょう。

⇒ 第5章 地域分類別ガイドライン (27ページ～57ページ)

第2章 法・条例のあらまし

1 屋外広告物とは

1 法律上の定義

屋外広告物とは、次に掲げるものを指します。

<屋外広告物法>

(定義)

第2条 この法律において「屋外広告物」とは、常時又は一定の期間継続して屋外で公衆に表示されるものであつて、看板、立看板、はり紙及びはり札並びに広告塔、広告板、建物その他の工作物等に掲出され、又は表示されたもの並びにこれらに類するものをいう。

※内容が営利的なものも、非営利的なものも、どちらも屋外広告物に該当します。

※1日に数時間表示・撤去を繰り返すものであっても、「一定の期間継続して」に当たり、屋外広告物に該当します。

※「屋外で」表示される広告物が規制の対象となります。屋内に表示される広告物は、屋外広告物に該当しません。

※「表示する」とは、一定の観念、イメージ等が表示されていることを指します。単なる絵画や写真で、営利目的と関係がないものであっても、屋外広告物に該当します。

2 機能(目的)による分類

屋外広告物は、その機能(設置される目的)によっても、主に次のように分類されます。

分類	案内広告物	自家用広告物	一般広告物
意義	「次の交差点を左折すると〇〇商店」など、店舗等への案内誘導のために設置される屋外広告物	自己の店舗等の敷地において、店舗等の名称や営業内容を表示するために設置される屋外広告物	左記以外の屋外広告物
イメージ			

2 規制の概要

屋外広告物は、屋外広告物法に基づき、都道府県・政令指定都市・中核市や、景観行政団体である市町村が定めた条例により規制されています。

福井県では、大野市の区域においては、景観行政団体である大野市が独自に定めた「大野市屋外広告物条例」が適用されており、それ以外の区域においては、県の定めた「福井県屋外広告物条例」が適用されています(平成22年3月現在)。

1 条例による規制の主な内容

福井県屋外広告物条例の主な内容は次のとおりです。

① 禁止広告物 [条例第9条]

次のような屋外広告物は、設置できません。

- ・汚染、退色、塗料のはく離、破損、老朽等により、著しく美観風致を損なうおそれのあるもの
- ・倒壊または落下などにより、公衆に危害を及ぼすおそれのあるもの

② 禁止物件 [条例第3条]

屋外広告物の表示が原則として禁止される物件です。主に次のような物件が定められています。

- ア. 橋りょう、トンネル、高架構造物
- イ. 石垣、擁壁
- ウ. 街路樹、路傍樹
- エ. 銅像、神仏像、記念碑など
- オ. 信号機、道路標識、道路上のさく、こまどめ、里程標など
- カ. 消化栓、火災報知機
- キ. 電柱、街灯柱(はり紙・はり札・立看板・のぼりの禁止)

③ 地域指定による規制

・禁止地域 [条例第2条]

良好な景観の形成、風致の維持の観点から、屋外広告物の設置を原則として禁止する地域です。主に次のような地域を指定しています。

- ア. 都市計画法に基づく低層(中高層)住居専用地域、風致地区等
- イ. 重要文化財等に指定された建造物の周囲
- ウ. 史跡名勝天然記念物の区域
- エ. 自然環境保全地域
- オ. 都市公園
- カ. 高速自動車の両側500m(商業地域等および家屋連たん地域を除く。)
- キ. 主要国道・地方道の両側300m(商業地域等および家屋連たん地域を除く。)
- ク. 駅前広場(福井・敦賀・武生・小浜・芦原温泉)
- ケ. 官公署、学校、図書館、病院等の敷地
- コ. 社寺・教会等の敷地

自家用広告物は、市(町)長の許可を受ければ、禁止地域であっても設置することができます。

また、案内広告物は、上記ア・キおよびウの一部(名勝三方五湖の区域)においては、市(町)長の許可を受ければ設置することができます。

・許可地域 [条例第4条]

原則として、市(町)長の許可を受ければ、屋外広告物(一般広告物を含む。)を設置することができる地域です。

禁止地域を除く県内全域が許可地域です。

④ 許可基準 [条例第10条]

市(町)長の許可を必要とする屋外広告物は、その大きさ・高さ等が許可基準に適合していなければなりません。

⑤ 屋外広告業の登録 [条例第30条]

福井県内に屋外広告物を表示(設置)する屋外広告業者は、県内・県外の業者を問わず、また元請・下請を問わず、県知事の登録を受けなければなりません。

※福井県屋外広告物条例の全文は、福井県土木部都市計画課のホームページでご覧いただけます。条例の内容を平易に解説した『福井県屋外広告物条例の手引き』も同ページでダウンロードできますので、参考にしてください。

→ <http://www.pref.fukui.jp/doc/tokei/>

※大野市においては、市独自の屋外広告物条例が適用され、地域特性に応じたきめ細かな基準が設けられています。詳細は、大野市役所のホームページ(景観・屋外広告物)をご覧ください。

→ <http://www.city.ono.fukui.jp/city/machi/machi006/index.html>

2 関連法・条例

屋外広告物は、屋外広告物法・条例のみでなく、主として次のような法令等の規制対象となります。したがって、屋外広告物の大きさ、設置場所等によっては、屋外広告物条例に基づく許可申請のほか、別途これらの関連法令に基づく手続が必要となる場合がありますので、注意が必要です。

① 景観法・景観条例

福井県においては、いくつかの市町が景観法に基づき景観行政団体となり、景観計画や景観条例等により、地域特性に応じた景観行政を進めています。

また、景観法に基づくものではありませんが、自主条例としての景観条例を制定し、緩やかな誘導を図っている市町もあります。

これらの条例に基づき、屋外広告物の設置場所や規模によって、届出が必要となる場合があります。

【景観条例に基づき屋外広告物について届出を求めている市(平成22年3月現在)】

・福井市 ・敦賀市 ・勝山市 ・鯖江市 ・越前市 ・坂井市

② 道路法

道路管理者以外の者が、道路上や上空、地下に一定の工作物、物件または施設を設け、継続して道路を使用することを「道路の占用」といい、道路法に基づき道路管理者の許可を受けなければなりません。

道路区域上に突き出す突出広告を設置する場合などがこれに当たります。

③ 道路交通法

道路において、工事、作業、街宣、パレード等、道路交通以外の使用をする場合には、道路交通法に基づき所轄警察署の許可を受けなければなりません。

道路に広告板等の工作物を設けようとする行為がこれに当たります。

④ 建築基準法

建築物の敷地、構造、設備および用途に関する最低の基準を定めた法律です。

高さが4mを超える広告塔などの工作物(建物の屋上に設置する場合も含む。)はこの法律の適用を受けるため、建築確認が必要になります。

⑤ 自然公園法・福井県立自然公園条例

自然公園法に基づく自然公園(国立公園・国定公園、県立自然公園など)の区域において、屋外広告物を設置するときは、公園管理者に対する許可申請または届出が必要となります。

【福井県内の自然公園】

区 分	名 称	公園管理者
国立公園	・白山国立公園	環境大臣
国定公園	・若狭湾国定公園 ・越前加賀海岸国定公園	福井県知事
県立自然公園	・奥越高原県立自然公園	福井県知事

第3章 共通ガイドライン

ここでは、全ての屋外広告物に共通するガイドラインを示します。

1 見やすい・読みやすい屋外広告物のデザイン

屋外広告物が、建物など景観を構成する他のものと決定的に異なる点は、人に様々な情報を伝達する機能を持つことであるといえます。

しかしながら、人の目が屋外広告物に留まる時間や、短時間で覚えられる情報量には限界があることから、屋外広告物は、これらのことを踏まえたデザインとすることが求められます。

1 文字の設定

屋外広告物で情報を伝えようとするとき、文字はその主役となります。

また、屋外広告物の文字情報は、「強制」です。例えば書物の場合は、開いて読むまでは文字情報は入ってきませんが、風景の中に現れる文字となると、それを読まないわけにはいきません。

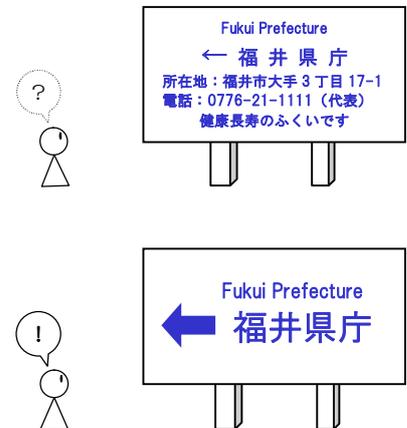
こうしたことも念頭に、“見る側”にとって読みやすい文字デザインとしましょう。

▶情報(伝えたいこと)を序列化しましょう。

“伝えたい情報”を序列化して整理し、これに沿ってまとまりやメリハリをつけたデザインにしましょう。

人の目が1箇所滞留する時間は0.3秒前後であり、この間に読むことができる文字数は、日本語で最大15文字程度と言われています。

あれこれと伝えたいことがあっても我慢して、シンプルに要点のみを表現するのが肝要です。



表示内容が多すぎたり、整理されていなかったりすると、伝えたいことが伝わりにくくなってしまいます。

▶書体などを工夫し、見やすさ、読みやすさを確保しましょう。

太い文字は確かに視認性[※]は高くなりますが、それを読もうとすると意外と読みにくく、細い文字のほうがむしろ可読性[※]が高くなる場合もあります。

文字の見え方は、書体のデザインのほか、地色(白地か黒地か)や照明によっても変わってくるため、これらを含めた総合的なデザインを考える必要があります。

※視認性: 文字や図が知覚的に認知される程度

※可読性: 文字や図の内容が判読される程度



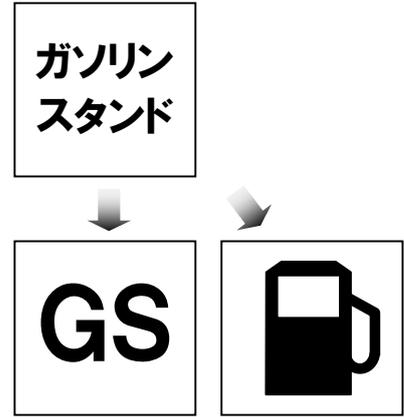
(見え方の違い)

2 図案の設定

▶ **シンボルマークなどを用いて、効果的に情報発信しましょう。**

限られた表示面を効果的に使う方法として、シンボルマークがあります。

そのマークがお店のシンボルとして定着するには多少の時間が必要ですが、他の広告媒体も活用して、効率的な広告戦略を立てましょう。



(シンボルマーク活用例)

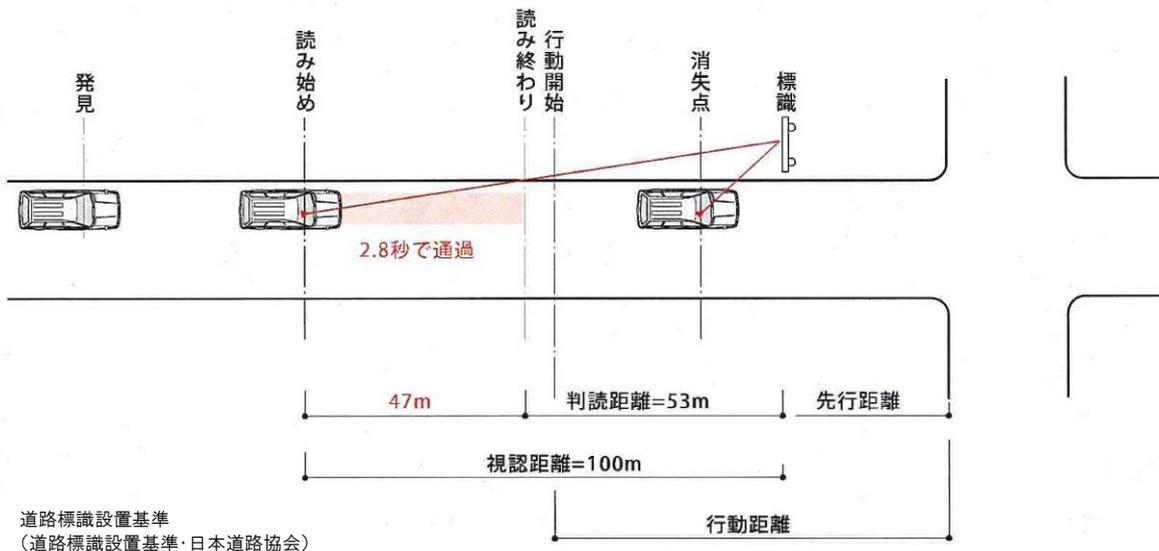
<参考> 道路標識の文字基準から

ドライバー向けの屋外広告物については、道路交通の観点からも安全で読みやすいものとする工夫が必要です。

道路標識設置基準によると、時速60kmでは、文字の高さ(縦の長さ)を100mm以上にするよう設計されています。ただし、日本語は画数などに差があるため、設置しようとする場所に原寸のモデルを仮設して、見え方を確認するようにします。

また、時速60kmで走行している場合、100m 手前から見えたとしても、わずか2.8秒で読み切らなければなりません。

したがって、表示は必要最小限の内容とし、シンボルマークなどを効果的に用いて、認識率と記憶性を向上させるように工夫しましょう。



2 適切な照明計画

屋外広告物に照明装置や発光装置を取り付ける場合は、周辺の景観や環境に十分配慮して、良好な照明環境を実現するため、適切な設計を行う必要があります。

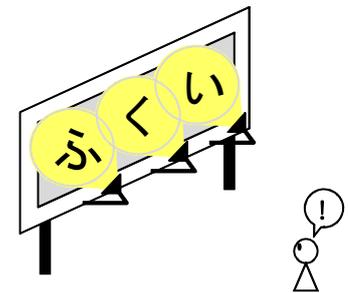
また、昼と夜、両方の見え方を検討して、設置する場所のにぎわいや安らぎを演出するような照明装置を計画しましょう。

1 夜間の視認性の確保

照明装置を使用する第一の目的は、夜間も視認性を確保して、的確に情報を伝達することにあります。

▶ 情報を伝達するために必要な最小限の範囲を照らすものとし、漏れ光が最小になるようにしましょう。

必要以上の面積を照らすのは避け、伝えたい情報をすっきりと際立たせるようにします。上空への漏れ光や、光が直接歩行者の目に入ったりするようなことは避けなくてはなりません。



伝えたい情報の部分をすっきりと、鮮明に際立たせます。

▶ 必要以上の光度・輝度を持たないように設計しましょう。

視野に輝度の高い照明が存在すると、まぶしさや不快感が生じたり、対象物が見えにくくなったりします。照明器具のレベル、設置位置、照射方向を適切に選定しましょう。

2 雰囲気(楽しさ、華やかさ、活気など)の演出

魅力的な照明を使用し、良好な夜間景観の創出に寄与する屋外広告物は、“見る側”からの印象も良く、広告効果も高いものとなります。

▶ 繁華街など、夜のにぎわいが求められる場所では、光源の種類や光の当て方などに工夫を凝らし、魅力的な夜のまちなみを演出しましょう。



光の見せ方に工夫を凝らした個性的な照明方法で、夜のまちなみを演出しています。(いずれも東京都)⁽¹⁾⁽²⁾

▶ それ以外の場所では、必要以上に明るい光源の使用は避け、発光面もできる限り小さくしましょう。

夜の“安らぎ”を壊さないため、控えめで、暖かみのある照明を目指しましょう。

3 公衆に対する危害の防止策

屋外広告物を法や条例によって規制している目的は、良好な景観の形成・風致の維持を図るばかりでなく、公衆に対する危害を防止することであることは、既に述べたとおりです。

万が一にも事故が起こらないよう、屋外広告物について公衆に対する危害の防止策を講じておくことは、設置に当たっての大前提となります。

1 耐久性の確保

屋外広告物が多様化・大型化しており、倒壊・落下等が発生すると大きな事故となる可能性があります。

▶地震、災害に強い屋外広告物を設置しましょう。

地震や台風などが発生しても安全性が確保されるよう、自重、風圧および地震などの振動・衝撃に対して十分な強度を有する設計をしましょう。この際、積雪の多い福井県特有の気象条件も考慮する必要があります。

屋上広告や壁面広告は、落下した場合の事故の程度が大変大きいものとなるため、特に注意が必要です。

2 交通安全への配慮

屋外広告物の多くは道路沿いに設置される傾向にありますが、公共空間において最も守られなければならないことは「安全」です。

歩行者の通行や自動車交通に対して、最大限の配慮がなされなくてはなりません。

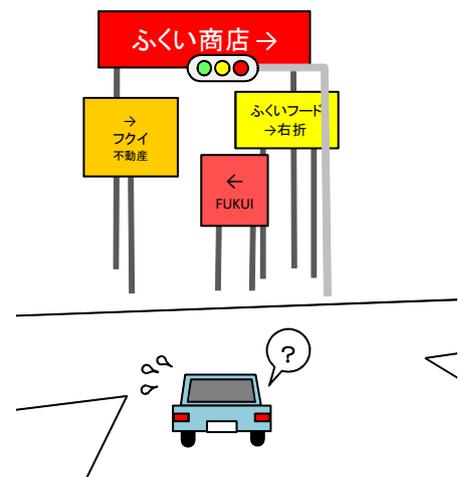
▶屋外広告物が、自動車運転者・歩行者の視界や、信号・標識の視認性を妨げないようにしましょう。

車道においては、自動車運転者の視界の中で、交通信号、交通標識、緊急時の誘導などが特別に優先されていなくてはなりません。

特に交差点付近で屋外広告物が信号と重なることは避け、まぎらわしい色、発光体などを使わないようにしましょう。

また、歩道においては、歩行者の動線が確保される必要があります。

交差点付近で死角を生み出すような位置に屋外広告物を設置することや、歩行者の妨げとなるような歩道上への看板・のぼり等の設置は禁物です。



赤色の広告塔が信号と重なると、まぎらわしさを生み出します。

3 維持管理

屋外広告物の維持管理を適正に行うことは、公衆に対する危害を防止するとともに、良好な景観を形成する第一歩となります。

▶ 屋外広告物は、日頃から定期的にメンテナンスを行い、適正に維持管理しましょう。

放置されたままの看板が倒れそうになっている、骨組みだけがずっと残っている、塗装がかすんで何の広告かわからないなど、維持管理が適正になされていない屋外広告物は、見苦しいだけでなく、周囲に危害を及ぼす危険性も高まります。

このような屋外広告物は、その街の印象も悪くしてしまうことを念頭に置き、メンテナンスを怠らないようにしましょう。

特に、布を素材とするのぼりや広告幕は、毎日のメンテナンスを欠かさず行うとともに、風雨が強い日は取り外すなど、設置中の天候にも気を配りましょう。



老朽化し、骨組みだけが残った広告板

<参考> 主なメンテナンス事項

屋外広告物の維持管理に当たっては、主として次のような事項の点検が求められます。

○支持部の緊結に関する事項

- ・支持部に変形はないか ・所定の位置から動いていないか
- ・所定の支持金物を使用し、かつ支持方法が明確になっているか
- ・支持部のボルト、ナット等にゆるみや腐食が生じていないか ・溶接部に亀裂や腐食が生じていないか

○各構成部材に関する事項

- ・ボルト、ビス等に摩耗が生じていないか ・曲がりや凹みが生じていないか
- ・ボルト、ビスその他の部材にさびが生じていないか ・空ボルトや空ビスがないか
- ・切断等の加工ミスがないか ・表示面の汚損、変色、剥離等が生じていないか

○その他

- 照明装置等の取付状態が適切か

<参考> 屋外広告物による事故

屋外広告物による事故については、その全数の統計・調査はありませんが、人身事故等に至らぬ落下事故等まで含めると、毎年少なからぬ件数にのぼっているものと推定されます。

社団法人全日本屋外広告業団体連合会が実施する屋外広告物賠償責任共済制度において報告された事故の発生状況によると、**設置後の屋外広告物による事故が、平成4年から平成16年の間に275件も発生**しています。

最近では、平成19年6月19日、東京都新宿区の青梅街道で、ビルの壁面看板が落下し、通行中の歩行者が重傷を負うという痛ましい事故が発生しました。報道でも大きく取り上げられ、記憶に新しいところです。

こうしたことが起こらないよう、設置者は細心の注意を払わなければなりません。

第4章 屋外広告物の種類別ガイドライン

ここでは、屋外広告物の種類に応じたガイドラインを示します。

1 建物利用広告(屋上広告・壁面広告・突出広告)

建物利用広告の規模は、それが設置される建物との間に適正なバランスを維持していることが望ましいものです。建物本来の規模、形態、意匠等が大きく改変されることのない範囲で、建物利用広告物の規模を検討しましょう。

1 屋上広告

【定義】

建物の屋上に容易に取り外すことができない状態で取り付ける方法により表示し、または設置するもの

【特徴】

- ・広範囲から視認されるよう設置されるため、比較的規模が大きく、遠景にも影響を与える
- ・単独、不規則な設置が多い

【ガイドライン】

▶ まちなみ(スカイライン)との調和を考慮しましょう。

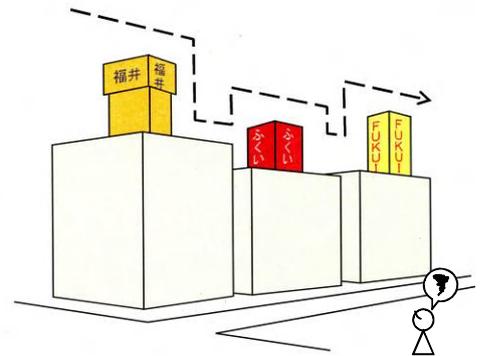
屋上広告は、大・中規模のものが主であるため、まちなみ景観に与える影響の大きい形態と言えます。

特に、建物のスカイラインを乱し、景観を悪化させる要因となりやすい性質を持っています。例えば突出した屋上広告は、まちなみのシルエットにとって好ましいものではありません。

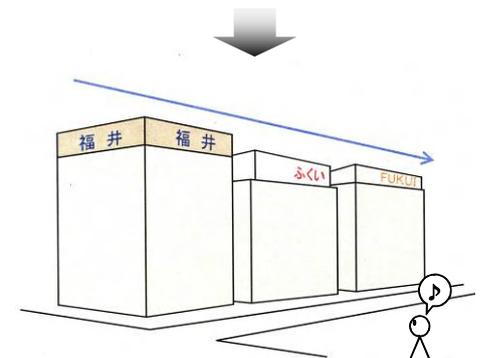
周囲の建物との関係に配慮し、スカイラインを揃えるようにしましょう。

▶ 建物デザインと一体感を持たせるように工夫し、安定感のある形態としましょう。

建物と一体的に見えるように、設置位置を揃え、地色を壁面と同系色にしましょう。



屋上から突出する塔状のものは、スカイラインを乱してしまいがちです。



形状や色彩を建物に合わせたものとし、一体感・安定感を生み出しましょう。

▶ 建物1棟につき1個としましょう。

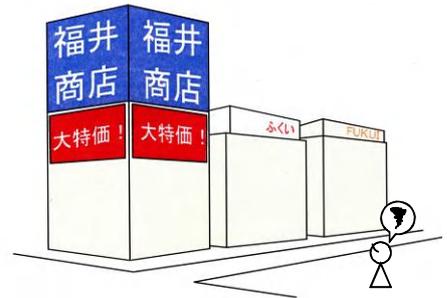
元来、屋上広告は景観に与える影響の大きい形態であることから、自治体によっては全面的に禁止しているところもあるほどです。

むやみに複数設置することは避け、自家用広告物として設置するものにとどめましょう。

▶ 壁面広告との併用はできるだけ避けましょう。

近年、屋上広告と壁面広告を併用し、非常に巨大な表示面積によって広告する手法が見受けられますが、このような手法は、建物デザインや周囲の建物との関係を度外視したものであるでしょう。

併用する場合は、バランスに十分注意しましょう。



建物を非常に巨大な広告塔のようにしてしまうと、建物のデザインも生かえず、周辺とのバランスもとれません。

2 壁面広告

【定義】

建物の壁面に取り付ける方法(壁面から突き出して取り付ける方法を除き、壁面に塗料等を用いて直接表示する方法を含む。)により表示し、または設置するもの

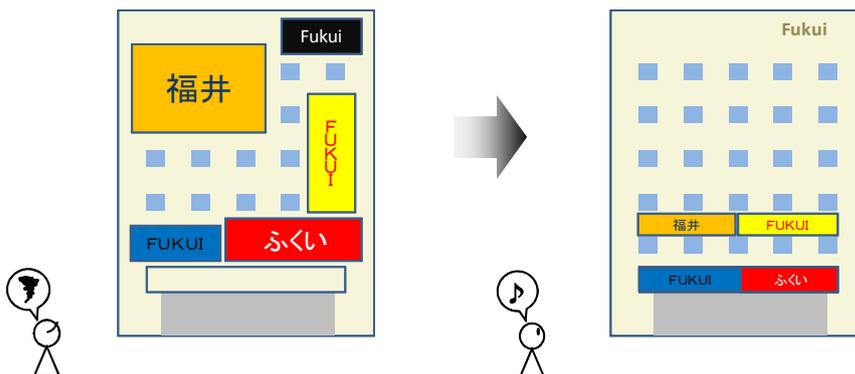
【特徴】

- ・規模や形状は様々で、デザインも個性型
- ・建物正面の低層部付近への表示が多く、主に近景に影響を与えるが、近年巨大なものも増加傾向

【ガイドライン】

▶ 1つの建物に複数設置する場合には、位置、大きさ、色彩などを揃えましょう。

テナントビルなどで複数の壁面広告がバラバラに設置されると、乱雑な印象を与えてしまいます。ビルオーナーが一括管理したり、テナント間で連携したりするなどして、統一感を持たせましょう。



位置・大きさを揃えるだけでも、印象や伝わり方はかなり変わります。

ビルの上部は、ビル の名称表示程度に留めます。

▶ 屋根や壁による建物の表情を隠さないようにしましょう。

設置位置は、できるだけ建物の上部や1階部分などに揃えましょう。

▶ 2階以上の壁面には設置しないようにしましょう。

建物の高層化に伴い、壁面広告を設置できる垂直的な位置も高くなりますが、高い位置に設置されればされるほど、より遠い位置から視認される可能性が高まり、景観に及ぼす影響は大きくなります。

1階部分など目線の低いところに設置位置を揃えれば、ある程度小さな文字でも認識でき、その結果景観が守られることとなります。

▶ 建物と一体となったデザインにしましょう。

例えば、地色を建物と同系色にし、立体的な文字で表現するなど、建物と一体的に見せるようにしましょう。

＜参考＞ 壁面広告に関する条例上のルール

壁面広告は、条例の許可基準で、次のとおり大きさの制限があります。

- ・壁面の面積が100㎡以内のとき…当該壁面の面積の1/2以内かつ20㎡以内
- ・壁面の面積が100㎡を超えるとき…当該壁面の面積の1/5以内

これは、設置者ごとにかかる制限ではありません。1つの壁面に複数の者が壁面広告を設置する場合、これらの表示面積の合計にかかる制限です。

したがって、テナントビルにおいては、既に設置されているあるテナントの壁面広告の面積によって、同じ壁面に壁面広告を設置しようとする他のテナントが制限を受けることがあります。

こうした調整を図る点からも、テナントビルの広告物は、ビルオーナーが一括して管理するのが望ましいものです。

＜参考＞ 窓の内側から掲出された広告物は？

ビルの窓ガラスなどに室内から貼られ、ガラス越しに外へ向けて表示された広告物をよく見かけます。

こうした広告物は、法律上は屋外広告物に該当せず、条例の規制対象となりません。

しかしながら、景観に与える影響は壁面広告と同等であり、掲出数、大きさ、デザインなどは、掲出者のモラルが問われるところです。

条例が適用されなくとも、同じように見えるわけですから、まちなみとの調和に配慮して掲出しましょう。

3 突出広告

【定義】

建物の壁面に容易に取り外すことができない状態で、壁面から突き出して取り付けの方法により表示し、または設置するもの

【特徴】

- ・形状は主に整形の傾向
- ・まちなみ(建物の正面)沿いに並び重なる設置が多い

【ガイドライン】

▶ 大きさ、数、突出幅は最小限にとどめ、建物の表情を隠さないようにしましょう。

建物と比較して大きすぎたり、数が多かっていると、まちなみが乱雑になります。

1事業者が1つの建物に設置する突出広告は1個までとしましょう。

また、比較的敷地に余裕があれば、独立広告板などのほうが、建物がすっきり見えます。

▶ 建物の両端どちらか1列に揃えて設置しましょう。

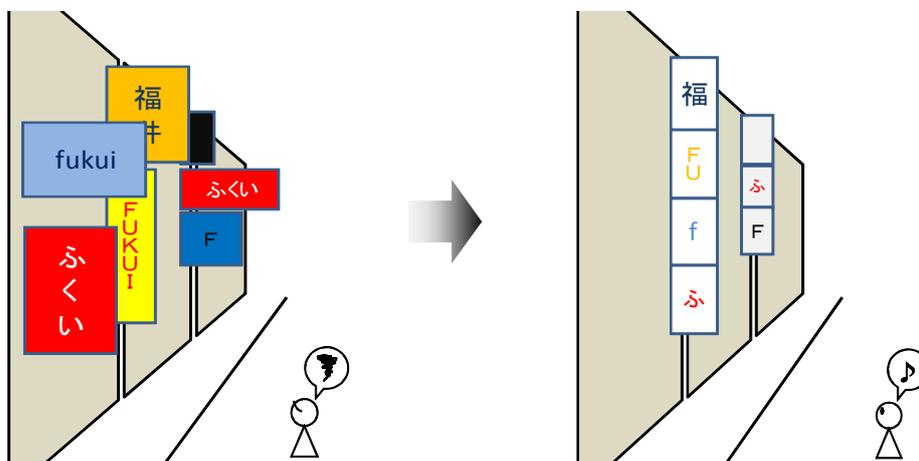
▶ 複数設置する場合には、大きさ、設置位置、地色を統一しましょう。

複数の突出広告がバラバラに設置されると、乱雑な印象を与えてしまいます。

極力集合化を図り、すっきりとした印象を与えましょう。

▶ 位置や突出幅は、近隣の建物の突出広告との統一感にも配慮しましょう。

設置する建物だけでなく、周囲の建物との関係にも配慮すれば、まちなみ全体としてより良い表情となります。



まちなみの表情に配慮し、集合化や地色の統一に努めましょう。

4 建物利用広告の設置事例



同系色で建物との一体感を出すとともに、立体にして視認性も確保しています。(いずれも福井市)



色彩・素材・デザインいずれも建物との一体感を出しています。(敦賀市)



洗練されたモダンなデザインの壁面広告。(富山県高岡市)⁽¹⁾



シンボルマークのみを表示した屋上広告と壁面広告が、建物の規模とバランスよくデザインされています。(東京都中央区銀座)⁽²⁾



伝統的な造形の中にもモダンなデザインを上手に取り入れ、老舗の雰囲気うまく伝えています。(石川県金沢市)⁽³⁾



建物の正面全体がサインとしてバランスよくデザインされ、落ち着いた色彩構成で周囲の景観に配慮しています。(富山県富山市)⁽⁴⁾

2 独立広告板・広告塔

独立の広告板・広告塔は、“地上での存在が周囲にどのような影響を及ぼすか”を考慮することがポイントとなります。

自家用のものは、背景となる建物との関係に配慮し、一般・案内用のものは、無秩序に乱立しないように、それぞれ設置数、規模、配置等を検討しましょう。

【定義】

広告板: 土地に設置されたもので、その構造が平面的なものおよびこれに類するもの

広告塔: 土地に設置されたもので、その構造が角柱または円柱等の立体的なものおよびこれらに類するもの

1 自家用

【特徴】

- ・整形・不整形が混在する傾向
- ・まちなみ(建物の前面空間)沿いに並ぶ設置が多い

【ガイドライン】

▶ 設置数を抑えましょう。

自家用広告物の場合、建物利用広告物(屋上広告、壁面広告、突出広告)を設置していればそれで足りる場合も多いでしょう。

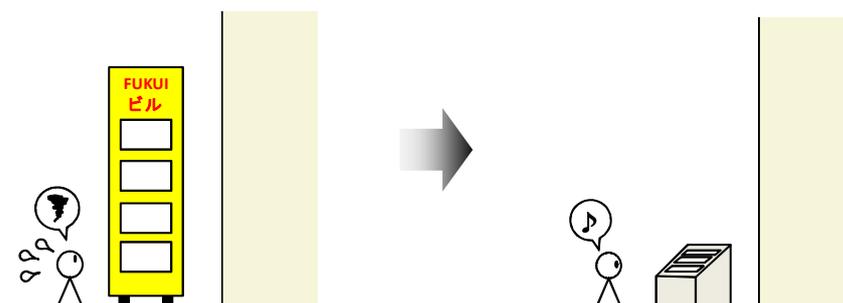
壁面の後退によって突出広告では見にくくなってしまい、かつ比較的敷地に余裕があるなど、必要性の高い場合に設置するようにしましょう。

▶ 建物との調和に配慮したデザインにしましょう。

複数の事業所名等を表示する場合には一つにまとめ、建物と調和のとれたデザインにしましょう。

▶ 道路空間とのバランスを考慮し、節度ある大きさ、高さにしましょう。

主に道路沿いに設置されるものだけに、歩行者等に圧迫感を与えることのないよう十分注意しましょう。



必要以上に大きいものは、歩行者に圧迫感を与えることとなりかねません。地色を建物と同調色にするなどしてデザインの一体感を出せば、さらに良い印象を与られます。

2 一般・案内

【特徴】

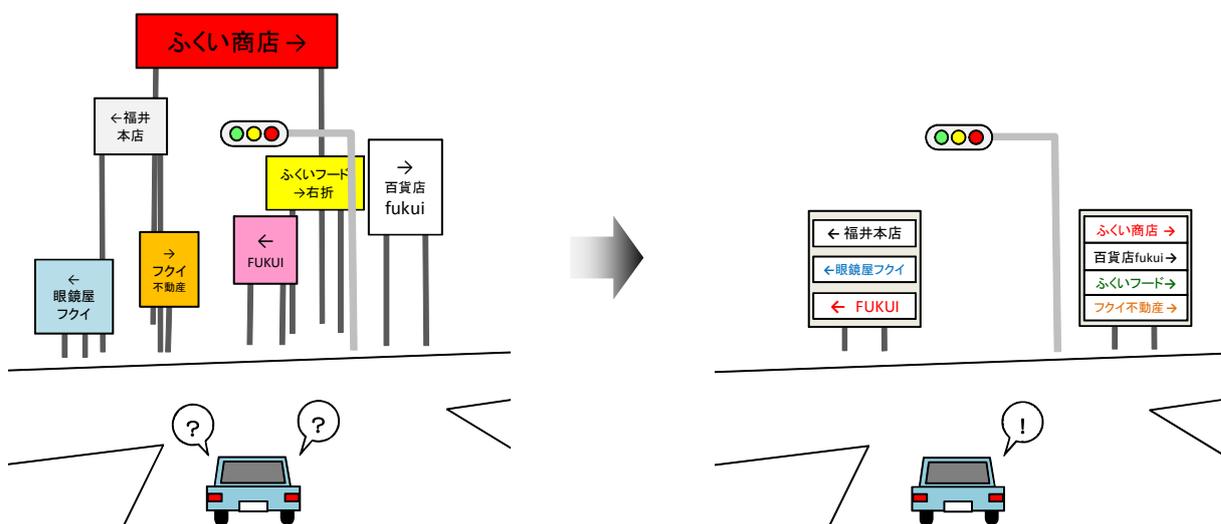
- ・形状は主に整形だが、単独、不規則な設置が多い(複数設置もあり)

【ガイドライン】

▶ できるだけ集約し、乱立を回避しましょう。

特に案内誘導を目的としたものは、交差点周辺に乱立する傾向がありますが、形、大きさ、文字、色彩などがバラバラの看板群は、見苦しいだけでなく、伝えたい情報をうまく伝えられなくなってしまいます。

広告主・屋外広告業者間で横の連携を密にするなどしてデザインを統一し、見やすく、すっきりとした印象にしましょう。



統一感なく乱立すると、1つ1つの広告物が伝えようとする情報も伝わりにくくなってしまいます。

集約・統一すれば、的確に情報を伝えられます。

▶ 支柱部や支柱足元のデザインにも配慮しましょう。

表示部以外の部分のデザインは案外おざなりにされがちですが、支柱部や支柱足元は、特に歩行者の目には入りやすいものです。

表示部との調和を考慮し、適切な塗装、装飾等を施しましょう。

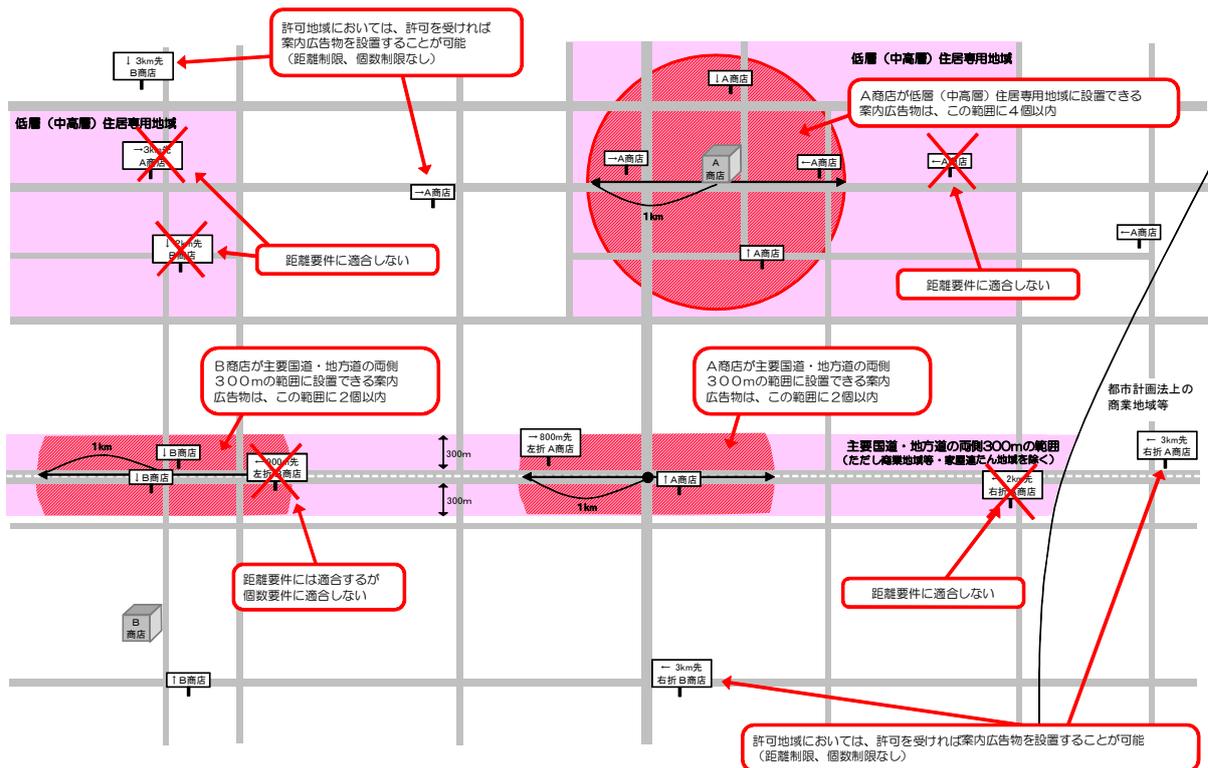
<参考> 案内広告物に関する条例上のルール

屋外広告物条例で定められる禁止地域(6ページ参照)は、屋外広告物の設置が原則として禁止される地域ですが、「次の交差点を左折すると〇〇商店」など、店舗等への案内誘導のために設置される広告物(案内広告物)については、次の地域においては市(町)長の許可を受ければ設置できることとされています。

- ・都市計画法に基づく低層(中高層)住居専用地域等
- ・史跡名勝天然記念物の区域の一部(名勝三方五湖の区域)
- ・主要国道・地方道の両側300m(商業地域等および家屋連たん地域を除く)

ただし、この場合には**設置できる個数、範囲に制限があります**のでご注意ください。

- ・住居専用地域等、名勝三方五湖の区域に設置する案内広告物
個数:1事業所等ごとに4個以下 範囲:案内誘導しようとする事業所等から1km以内
- ・主要国道・地方道の両側300mの範囲に設置する案内広告物
個数:1事業所等ごとに、1路線につき2個以下
範囲:案内誘導しようとする事業所等への最寄りの交差点(主要国道・地方道にある交差点)から1km以内



3 独立広告板・広告塔の設置事例

1 自家用



各テナントの記名を、統一感のあるデザインで、歩行者の視線の高さに表示した広告板。地色も建物と調和しています。(福井市)



洗練されたデザインの広告塔。建物を歩道から後退させて生み出した敷地に設置されています。(福井市)



高さが低く設定されたコンビニエンスストアの広告塔。むやみに高くなくても、必要な情報は十分に伝わります。(石川県加賀市)



建物や植栽との調和に配慮したデザイン、素材、色彩。(越前町)



建物との一体感があり、色彩にも周辺への配慮が感じられます。(越前町)



建物のデザインと同様、丸みを帯びたラインで構成されています。読書によるリラックス効果を感じさせ、そのコンセプトが表現されています。(石川県金沢市)⁽⁶⁾



板面にガラス素材を用いるなど工夫が凝らされ、曲線をあしらったフォルムとかわいいロゴで柔らかい印象を与えています。(石川県能美市)⁽⁶⁾



建物と広告物が調和し、文字の配置やデザインもスタイリッシュで工夫が見られます。(石川県小松市)⁽⁷⁾

2 一般・案内



インターチェンジ出口付近の集合看板。必要な情報が統一的に整理されています。(鯖江市)



集約し、かつ周辺の景観になじむデザインに統一された集合看板。(熊本県)



木曽路では、沿道に統一的な案内誘導サインが整備されています。(長野県塩尻市)⁽⁸⁾



“うるしの里通り”沿いに設置された広告塔。地場産業である越前漆器の技術を応用し、本漆塗りで仕上げられています。こうした地元の技術や素材を生かすことで、産業・文化などを伝えるとともに、地域の人々に親しまれるものとなります。(鯖江市)

<参考> 独立広告板・広告塔の高さ設定に関する留意点

独立広告板・広告塔の高さは、原則として低く抑えるのが望ましいものです。

※高さを低く抑えると…

- ・景観に与える影響が少ない
- ・表示面がドライバー等の目線の高さに来る
- ・建築確認申請の必要がなく、手続きが簡易(高さ4m以下の場合。8ページ参照)

ただし、この際には、表示面を大きくし過ぎないことが重要です。

※表示面を大きくし過ぎてしまうと…

- ・表示面が目線の高さにあるため、圧迫感が生まれる
- ・交差点の見通しが悪くなるなど、交通安全上の問題が出てくる可能性がある

3 その他

のぼり、はり紙、電柱広告等は、建物利用広告や独立広告板・広告塔に比べ手軽に設置できます。それだけに、その広告効果や周囲に与える影響などをよく考えた上で、設置数等を検討しましょう。

1 のぼり・立看板

【定義】

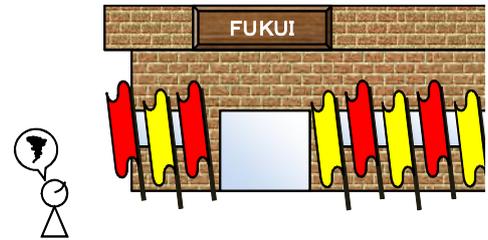
のぼり: 容易に移動させることができる状態で立てられ、または容易に取り外すことができる状態で工作物等に取り付けられている広告の用に供する旗(これを支える台を含む。)およびこれに類するもの
立看板: 工作物等に立て掛けられたものまたは自立しているもので容易に移動できるものおよびこれらに類するもの

【ガイドライン】

▶ 必要最小限の数にしましょう。

のぼりや立看板は、比較的安価かつ手軽に設置できることから多用されますが、その反面、店舗が見えなくなるほど設置されたりする見苦しい事例も見受けられます。

設置数には特に注意して、効果的に配置しましょう。



のぼりは“はためく”ことで目を引きますが、常時大量設置されているのは見苦しく、せっかくの建物デザインもこわしてしまいかねません。

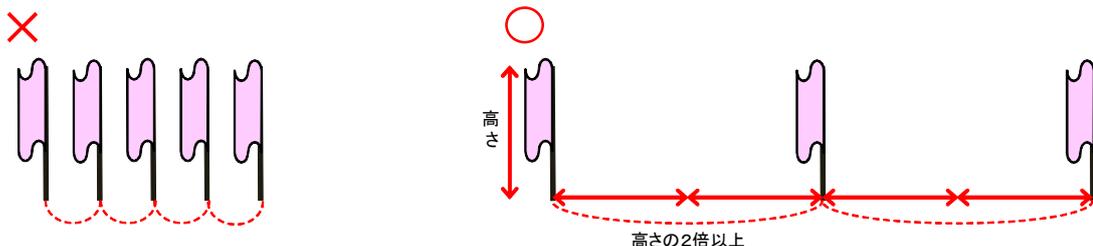
▶ 設置期間は、イベント時など必要な期間内としましょう。

特にのぼりについては、祭礼に用いられるように、日時を限定して設置するほうが着目率を高められます。

<参考> のぼり・立看板等に関する条例上のルール

のぼりや立看板は、条例の許可基準で、大きさ・高さのほか、**相互間距離の制限があります**。したがって、許可の対象となるものは、間隔を空けて設置しなければなりません。設置の際には注意が必要です。

- ・相互間距離の基準…いずれか高い方の高さに相当する距離の2倍以上であること。



2 広告幕

【定義】

工作物等を利用して取り付けられた幕に表示されたものおよびこれに類するもの(のぼりを除く。)

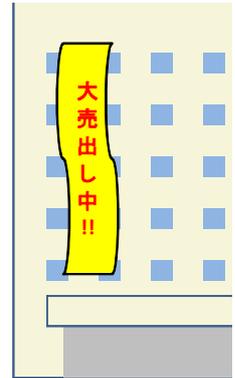
【ガイドライン】

▶ 設置期間は、イベント時など必要な期間内としましょう。

日時を限定して設置するほうが着目率を高められます。

▶ 懸垂幕は、窓面などをまたがないようにしましょう。

懸垂幕は比較的手軽な広告手法ですが、ビルの窓をまたぐような設置は見苦しいものです。



▶ バナー広告を道路等の公共空間に設置する場合には、設置する団体等が責任を持ち、季節感とまちなみに配慮したデザインとしましょう。

アーケードなどに設置された支持棒からつり下げられるバナー広告は、まちの賑わいづくりや統一感の演出に有効ですが、それだけに、まちなみ景観に与える影響は大きくなります。

華美なものや必要以上に目立つものは避け、季節感を大切にして、まちの印象をより良いものとしましょう。



バナー広告はイベント等と合わせ、季節感を大切に。

3 はり紙・はり札

【定義】

はり紙: 紙製のもので建物その他の工作物等(以下「工作物等」という。)にはり付けられたものおよびこれに類するもの

はり札: ベニヤ板、プラスチック板その他これらに類するものに表示し、またはこれらに紙等をはり付け、容易に取り外すことができる状態で工作物等に取り付けられたものおよびこれらに類するもの

【ガイドライン】

▶ 必要最小限の数にしましょう。

はり紙・はり札は、安価かつ手軽に設置できることから、大量に、かつ無造作に掲出され、見苦しい事例も見受けられます。

特に、同一のものを2枚以上連続して掲出しないようにしましょう。

▶ 工作物への掲出は避け、掲示板等を利用しましょう。

工作物への掲出は、景観的に望ましいものではありません。
 対照的に、しっかりとしたフレーム(額)や専用掲示板を利用することにより、広告物の品格が上がるほか、老朽化して飛散するような事態も防げます。



福井駅前シンボルロードのギャラリーボックス。

4 電柱広告

【定義】

電柱、街灯柱その他これらに類するものに取り付けられ、もしくは巻き付けられ、または塗料等を用いて直接表示されたものおよびこれらに類するもの

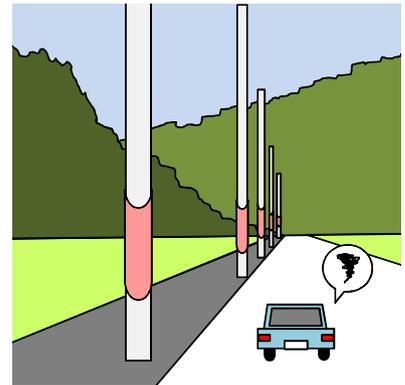
【ガイドライン】

▶ 公共的役割を特に考慮しましょう。

▶ 地色は白色または淡色とし、まちなみとの調和に配慮しましょう。

元来、電柱は、電気供給のほか、電話線、街路灯などが共架され、高い公共的役割を担っていることから、やむを得ず道路という公共空間への設置が認められている施設です。

このことを認識し、デザインや色彩に統一性を持たせ、まちなみ景観に配慮しましょう。



建ち並ぶ電柱に同一のものを連続して設置するのは、景観に大きな影響を及ぼします。節度を持った数量で情報発信を行いたいものです。

▶ 同一のものを連続して設置しないようにしましょう。

こうした手法は沿道全体の景観に大きな影響を与えます。

<参考> 自動販売機について

自動販売機の表面に、広告物が表示される場合があります。こうしたものについても、周辺の景観に配慮して派手な色彩の使用は避け、可能な限り建物との一体感を出すようにしましょう。



木目調のステッカーで、派手な色彩の自動販売機をまちなみに調和させた事例。(勝山市)

第5章 地域分類別ガイドライン

屋外広告物は、周辺景観との関係で大きくその評価が変わります。同じ屋外広告物であっても、設置される地域によって、賑わい創出に寄与することもあれば、設置されただけで周辺の景観を阻害することもあります。

ここでは、福井県を地域特性に応じて分類し、それぞれの地域において設置される屋外広告物のガイドラインを示します。

1 屋外広告物の色彩計画

周辺景観との調和という点で、屋外広告物の色彩は重要なポイントとなります。

地域分類ごとのガイドラインを参照する前に、まずは屋外広告物の色彩の基本について理解しておきましょう。

1 色の3属性について

本ガイドラインでは、屋外広告物の色彩について「色の3属性(マンセル色体系:JISZ8721)」を用いて表現しています。

- ・色相: 色の種類を表します。
- ・明度: 色の明るさを表します(人の目に明るく感じるか、暗く感じるか)。
- ・彩度: 色の鮮やかさを表します。色相の各色に白か黒を混合することで変化します。

※詳細は巻末の資料編(64ページ～65ページ)を参照してください。

2 色彩計画の基礎

屋外広告物の色彩は、目立たせようとするあまり、彩度の高い色が過度に使われる傾向があります。

しかしながら、こうした手法は、周辺景観との調和という点でも、また情報の的確な伝達という意味でも、好ましいものではありません。

【地色と表示色】

屋外広告物の色彩を「地色」と「表示色」とに分けて考えます。

・地色(ベースカラー)

: 屋外広告物の地となる大きな割合を占める色。

・表示色(アクセントカラー)

: 文字やマークなど広告物を表示する色。地色に対して面積は小さい。



▶ **地色は背景と調和させ、表示色で企業色等を表現しましょう。**



地色は背景との調和を第一に考え、原則として彩度の高い色を使用するのは避けましょう。

具体的にどのような色が背景と調和するかは、地域分類ごとに異なります。また、建物利用広告については、取り付けられる建物の色との相性も考慮しなければなりません。

彩度の高い色は、アクセントカラーとして限定的に用いることで、その効果を高めることができます。



地色と表示色を反転する



地色と表示色を反転し、
地色を建物と同系色にする



地色の彩度を低くし、落ち着いた印象にする

＜参考＞ **赤は悪い色か？**

赤色は、“派手な色彩”の代表的なものとしてよく取り沙汰されますが、赤色の使用そのものが周辺景観のマイナス要因となるわけではありません。

問題は、赤色がわくわくした気分を演出し、賑わいを創出するのに効果的であるだけに、設置する場所の景観特性や、取り付けの建物との調和などが深く検討されぬまま設置され、その結果氾濫してしまうという点にあります。

本来、赤色は誰もが認識できる美しい色であり、商業行為とも密接に関連付いてきました。より良い印象となるよう、品よく使用したいものです。

＜参考＞ **色彩とテクスチャー(質感)**

色彩計画の際、忘れてはいけないのが“質感”です。

例えば、同じ赤色でも、ベニヤ板にペンキで塗装した赤色と、石を赤く塗装したものとでは、印象はかなり変わるものです。

質感は素材に左右されるため、色彩とセットで検討することが重要です。



建物と色彩・質感が調和した広告物

2 地域の分類とその基本的な考え方

福井県を地域特性に応じて次表のとおり分類します。

まずは、それぞれの地域における基本的な考え方を念頭に置きましょう。

その上で、屋外広告物を設置する際には、地域分類ごとのガイドラインを参考にし、その良好な景観形成に寄与するようなものを設置するよう努めてください。

【地域分類表】

※それぞれの地域の定義は次のページを参照してください。

大分類	中・小分類	基本的な考え方	
まちなみ景観地域	商業景観地域	都心景観地域	比較的自由に屋外広告物を設置できるが、周辺の建物やまちなみとの調和に配慮
		商店街景観地域	
		沿道型商業景観地域	
	工業景観地域		
	住宅景観地域	自然な視線で見える場所に、適度な大きさのものを設置	
	歴史・文化資源地域	歴史的建造物や伝統的民家などの雰囲気、調和を乱さない	
自然景観地域	山間景観地域	できるだけ屋外広告物は設置しない	
	海岸景観地域		
	田園・里地・里山景観地域		
	自然資源地域	原則として屋外広告物は設置しない	

(注) 「歴史・文化資源地域」、「自然資源地域」は、いずれの中・小分類にも属する可能性がある。

○まちなみ景観地域

分 類	県内具体例	参照 ページ
商業景観地域		
<p>都心景観地域</p> <p>【定義】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域の玄関口・交流拠点として数多くの人を訪れる駅前周辺の商業地域 <p>【県内具体例】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・JR駅前広場およびその周辺 		32
<p>商店街景観地域</p> <p>【定義】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・小規模の店舗が集積・連たんした商業地域 <p>【県内具体例】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各地区の商店街 		36
<p>沿道型商業景観地域</p> <p>【定義】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・幹線道路沿いの商業地域 <p>【県内具体例】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・福井市大和田地区(国道8号沿い) 		39
<p>工業景観地域</p> <p>【定義】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・工場、倉庫等が集積しているところ(いわゆる“工業団地”) <p>【県内具体例】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・坂井市三国町 テクノポート福井 ・工業専用地域(都市計画法) 		42
<p>住宅景観地域</p> <p>【定義】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・住宅が集積しているところ <p>【県内具体例】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・住居専用地域(都市計画法) 		44
<p>歴史・文化資源地域</p> <p>【定義】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・特に優れた歴史的、文化的景観資源の周辺 <p>【県内具体例】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・伝統的建造物群保存地区 ・一乗谷朝倉氏遺跡、明通寺、永平寺 		46

○自然景観地域

分 類	県内具体例	参照 ページ
<p>山間景観地域</p> <p>【定義】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人里から遠く離れた自然林の山 ・人里付近の自然林、植樹林等の山 <p>【県内具体例】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・白山国立公園、奥越高原県立自然公園 		49
<p>海岸景観地域</p> <p>【定義】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・海が眺望できる場所 <p>【県内具体例】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・越前加賀海岸国定公園、若狭湾国定公園 		51
<p>田園・里地・里山景観地域</p> <p>【定義】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・里山を背景とし、農地、集落が一体となって構成される区域 ・里山から離れたところで平野部の農地や集落で構成される区域 <p>【県内具体例】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・坂井平野 		53
<p>自然資源地域</p> <p>【定義】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・特に優れた自然景観資源の周辺 <p>【県内具体例】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・三方五湖、青葉山、東尋坊、気比の松原 ・自然環境保全地域 		56

＜参考＞ 市町が定める基準との関係

福井県においては、大野市が屋外広告物条例を制定して独自の基準を設けているほか、いくつかの市町では、屋外広告物の設置の際、景観条例等に基づき届出を求めています(7ページ参照)。

これらの市町は、それぞれきめ細かく具体的に地域や基準を設定しており、色彩について、その地域の特性に応じた数値基準(マンセル値)が定められているところもあります。

こうした地域に屋外広告物を設置するときは、市町の規制・誘導に応じ、定められた基準に適合するようにしてください。

その際にも、この地域分類別ガイドラインは、周辺景観への配慮事項等をまとめたものとして、参考にしてください。

3 地域分類別ガイドライン

1 商業景観地域

① 都心景観地域

【配慮すべきポイント】

- ・地域の“顔”にふさわしい、風格の感じられる都心景観の創出
- ・にぎわいの感じられる快適な歩行者空間の形成

→ 建物や道路空間が生きる、魅力的でにぎわいのあるまちなみ景観の創出に寄与することを旨とする



JR福井駅西口駅前広場



福井市中央1丁目 アップルロード



駅前電車通り（福井市）

比較的自由に屋外広告物を設置することができる地域と言えますが、周辺の建物や屋外広告物、まちなみや背景との調和を第一に考え、過剰な規模・華美なデザインにならないようにしましょう。

【ガイドライン】

◆ 駅前広場への配慮

- ▶ 駅前広場の景観に配慮し、圧迫感のある過大な屋上広告や壁面広告の設置は避けましょう。

駅前広場周辺に設置する屋外広告物は、建物の表情を大切にされたデザインとし、その都市の歴史、環境等を印象付けるような景観の創出を目指しましょう。

屋上広告や壁面広告のいたづらな大型化は、都市の表情を乱雑にしてしまいがちです。

- ▶ 映像装置等は、既設置のものも含めて数、大きさ、位置等を検討し、効果的に設置しましょう。

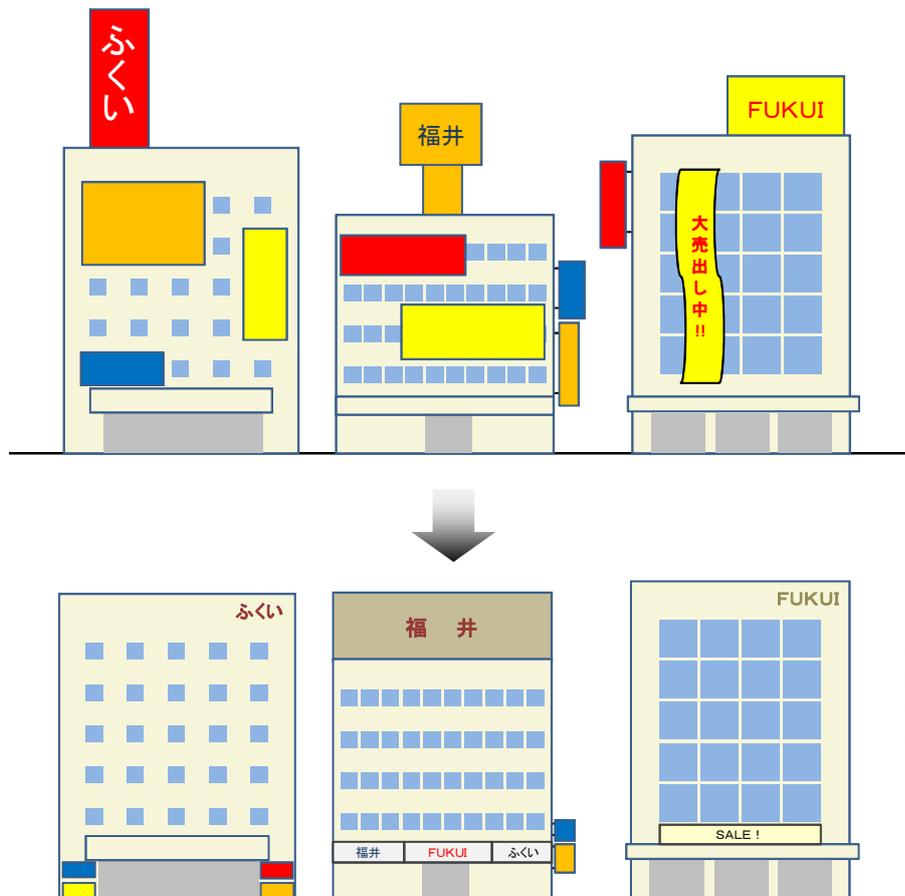
映像装置は、様々な情報を提供するのに有効なツールであり、駅前広場周辺への設置は効果的な配置といえるでしょう。

しかしながら、複数のもものが統一感なく設置されると、その効果も低下してしまいます。

◆ 建物がつくる景観とのバランス

- ▶ 屋上広告を設置するときは、過大なものは避け、周辺建物とのスカイラインを揃えるように しましょう。
- ▶ ビルの名称などは、壁面の上部にアクセント的に表示しましょう。

比較的高いビルが距離を空けずに建ち並ぶ都心景観地域においては、建物自体との調和のみならず、スカイラインとの調和が特に求められます。



建物に付帯した屋上広告や過大な壁面広告、突出広告を整理することにより、すっきりした風格の感じられる都心景観となります。

◆ 複数の屋外広告物の集合化

- ▶ ビルのテナント名を表示した突出広告は、集合化し、デザインを統一しましょう。
- ▶ 敷地に余裕があれば、集合化した独立広告板・広告塔を設置しましょう。
- ▶ 壁面への個別設置は避けましょう。

テナントビルの屋外広告物は、集合化・統一化をしたほうがわかりやすい情報提供ができます。

独立広告板・広告塔を集合化する際は、デザインを建物と一体化させ、さらに植栽等と合わせるとよりよい印象となります。

◆ 快適な歩行者空間の創出

▶ 屋外広告物を低層部に揃え、歩行者の視点からにぎわいと品格あるまちなみを演出しましょう。

屋外広告物を建物の1階部分に揃えれば、遠景はすっきりとした印象を与えながら、歩行者の視点からはにぎわいを感じ、楽しめるまちなみとなります。

また、屋外広告物を設置する代わりにショーウィンドウを活用すれば、品格あるまちなみを演出することができます。

【設置事例】



駅前広場へ清涼感を与えるガラススクリーンに、壁面広告が压迫感のない規模でバランスよく配置されています。(神奈川県川崎市、川崎駅東口広場)⁽¹⁾



建物利用広告の規模をむやみに大型化することなく、必要な情報を伝えています。(名古屋市、金山総合駅北口)⁽²⁾



ビル外壁と同じタイルで枠を付け、一体感を出した屋上広告。⁽³⁾



建物コーナーのアールをそのまま延長した屋上広告。⁽⁴⁾



建物とともに、屋上広告も隣と高さを揃えた事例。地色も壁面色と調整されています。(兵庫県)⁽⁵⁾



繁華街にありながら、飲食店の入ったビルのサインをうまくまとめています。(東京都西銀座) (6)



洗練されたデザインの壁面広告。入口の形状と一体感があります。(東京都渋谷区) (7)



独立広告板・広告塔は、大きさを揃えるだけでも随分と整理された印象になります。(千葉県) (8)



凝った構造ながら、印象はすっきりと仕上げられた秀作です。(東京都 東中野駅前) (9)



壁面広告を低層部に設置し、ショーウィンドウを効果的に活用しています。(越前町)



ショーウィンドウの活用事例。下部に配置したシンプルな壁面広告とディスプレイのバランスがうまく計算されています。(フィンランド)

② 商店街景観地域

【配慮すべきポイント】

- ・歩行者が楽しく、快適に歩ける空間の創出
- ・商店街としての統一感を演出しつつ、各店舗の個性も生かすデザイン

→ 魅力的な店舗と快適な歩行者空間が生きる、にぎわいのある商店街景観の創出に寄与することを目指す



サンロード北の庄商店街（福井市）



田原町商店街（福井市）



元町商店街（福井市）

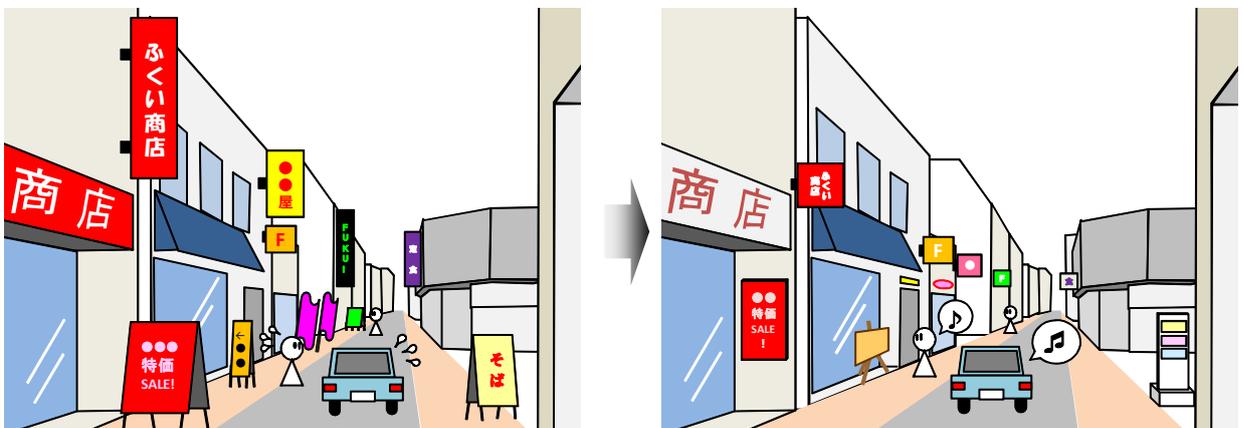
比較的自由に屋外広告物を設置することができる地域と言えますが、周辺の店舗や屋外広告物とのバランスを第一に考え、過剰な規模・華美なデザインにならないようにしましょう。

【ガイドライン】

◆ 快適な歩行者空間の創出

▶ 歩行の妨げになるような立看板は控え、歩行者空間の確保を最優先しましょう。

店舗の前に立看板を置く光景がよく見られますが、これが無秩序に設置され、歩行者空間を狭くしてしまうようでは、快適な商店街とはなりません。



歩行の妨げとなるような立看板などは控え、歩行者優先の魅力ある商店街としましょう。突出広告は大きさや掲出位置を揃えた上で、デザインで個性を発揮します。

◆ 商店街ごとの統一感

- ▶ 突出広告を設置する際は、表示面積をできるだけ小さくし、位置・大きさを商店街で揃えましょう。

基本的に“見る側”を歩行者と想定した商店街景観地域においては、突出広告を大きくすると、圧迫感を与えることとなりかねません。

比較的小さな一定面積で統一されると、商店街としての印象もより良いものとなります。

◆ 各店舗の個性の演出

- ▶ 各店舗の個性を表現したオリジナリティの高いデザインを施しましょう。

その店の特徴を造形的に表現した屋外広告物は、わかりやすく情報を伝えるとともに、楽しいまちなみを演出します。

一方、企業から提供されたマスサイン(CI広告物)が秩序なく設置されると、どの商店街も似通った味気ない景観になりがちです。

【設置事例】



突出広告の位置・大きさのみならず、デザインも商店街で統一した事例。まちなみ全体としての印象をより良いものとしています。(福井市)



思い思いの色を用いていますが、形状や位置が統一されているため騒々しい印象は低いです。(パリ・ノートルダム寺院横)⁽¹⁰⁾



各店舗で個性的な突出広告が設置され、通りの楽しい雰囲気をつくり出しています。(神奈川県藤沢市)⁽¹¹⁾



営業内容が一目でわかる突出広告です。(岐阜県大垣市)⁽¹²⁾



控えめですが、品よく、わかりやすい突出広告です。(神奈川県鎌倉市)



手作りの看板のほか、壁面広告、日除け幕などがうまく組み合わせられ、創造性が感じられます。(福井市)



素材などに工夫を凝らした看板のほか、店舗全体を緑化するなど、景観への配慮が感じられます。(大阪府大阪市)



地元の学生がデザインした日除け幕の広告。店舗にオリジナリティを与えています。(福井市)

③沿道型商業景観地域

【配慮すべきポイント】

- ・道路の幅員や沿道建物・街路樹の高さとの調和
- ・運転者に対する的確な情報伝達と安全運転への配慮

→ 多様な沿道施設と広い道路空間が生き、運転者が快適に感じるまちなみ景観の創出に寄与することを目指す



国道8号線沿い（福井市）



福井市大和田地区



嶺北縦貫線沿い（坂井市）

比較的自由に屋外広告物を設置することができる地域と言えますが、周囲の建物や背景となる自然景観との調和を大切にし、過剰な規模・華美なデザインとならないようにするとともに、訪れる人の分かりやすさを重視しましょう。

【ガイドライン】

◆建物利用広告の規模

- ▶ 建物全体を屋外広告物とするような手法は避け、壁や屋根が分かるものにしましょう。
- ▶ 道路幅員や建物とバランスのとれた大きさとしましょう。

沿道型商業景観地域は、自動車向けの様々な沿道サービス施設が数多く立地するという特徴から、それぞれの施設が強い印象を与えようとし、大きさと数と派手さで競う屋外広告物が立ち並ぶ非個人的なまちなみになりがちです。

◆独立広告板・広告塔(建物の敷地内に建てる自家用のもの)の規模

- ▶ 背景となる建物の輪郭の内側に、独立広告板・広告塔をおさめましょう。
- ▶ 複数設置することは避け、1つにまとめましょう。

極力集合化した上で、高さは、建物がつくり出すスカイラインを分断してしまわないよう、建物の高さを超えないようにしましょう。

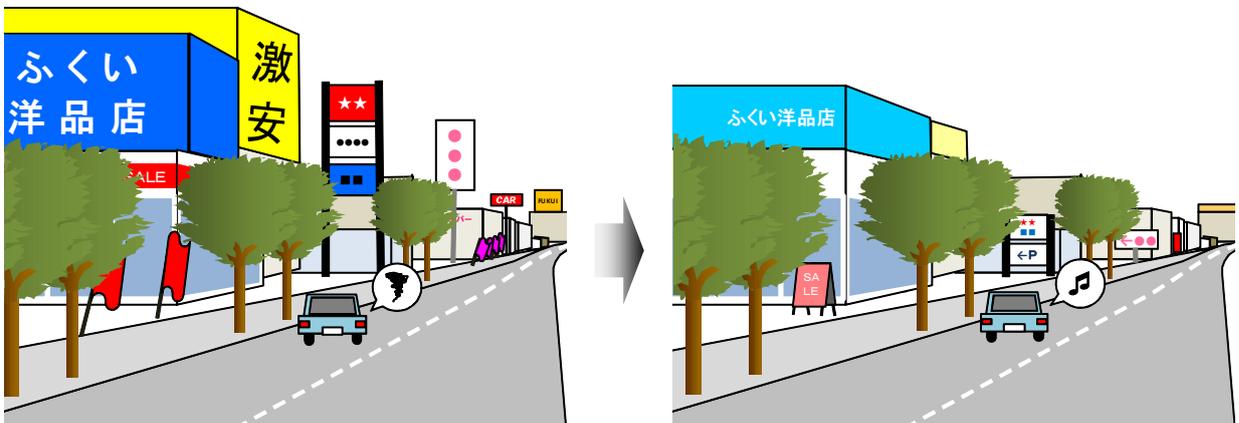
▶ 高さは、街路樹の高さを超えないようにしましょう。

街路樹は、幹線道路の沿道景観の美しさを演出する代表格といえます。こうした街路樹の魅力が引き立つよう、独立広告板・広告塔は、街路樹を超えない高さとしましょう。

◆ 運転者への的確な情報伝達

▶ 独立広告板・広告塔は高さや規模を抑え、駐車場入口付近に設置しましょう。

設置位置を駐車場入口付近の低い位置とすることにより、表示面が運転者の目線に近い高さとなり、わかりやすい沿道景観となります。



屋上広告は適切な規模とし、建物のスカイラインに配慮しましょう。独立広告板・広告塔は、高さを競い合うのではなく、大きさや設置位置を工夫して、街路樹との共存・運転者へのスムーズな情報伝達を目指しましょう。

◆ 独立広告板・広告塔(案内誘導用)の乱立の回避

▶ 交差点周辺に集中する案内広告物は集合化を図り、乱立を回避しましょう。

幹線道路の交差点付近は、案内広告物が特に乱立しやすい傾向にあります。

【設置事例】



広告塔の規模が過大でないほか、色彩も水色や白のものが多く、気持ちのよい沿道景観となっています。(坂井市)



広告塔の高さを抑え、スカイラインをすっきりさせています。(神奈川県藤沢市)⁽¹³⁾



キャンピー広告の赤色の面積を減らし、落ち着いた色調にしています。(金沢市)⁽¹⁴⁾



交差点の看板の乱立を回避する集合サイン。(神戸市)⁽¹⁵⁾



独立広告板・広告塔の高さが低く抑えられ、建物とのバランスがとれています。(石川県 加賀産業道路)



2 工業景観地域

【配慮すべきポイント】

- ・建物や設備の外観とのバランス
- ・“製造・物流の拠点”というイメージを損なわない整然としたデザイン

→ 整然と建ち並ぶ工場建物や道路空間が生きる、安全でクリーンな工業地景観の創出に寄与することを目指す



テクノパーク福井（福井市）



テクノポート福井（坂井市）



比較的自由に屋外広告物を設置することができる地域と言えますが、建物や設備との調和に十分配慮したデザインとしましょう。

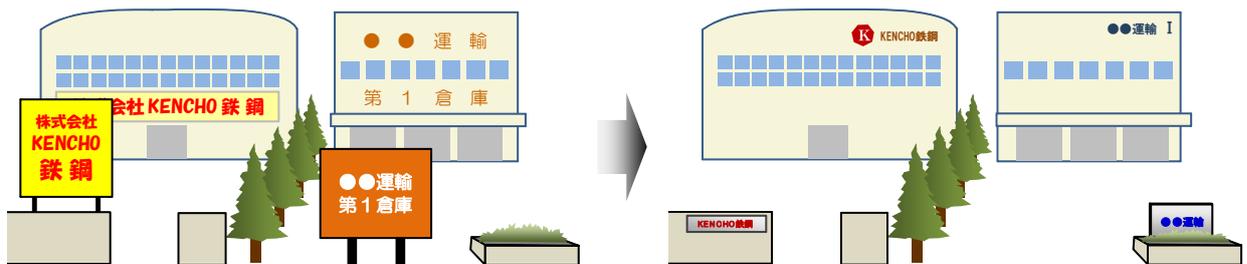
【ガイドライン】

◆建物や設備がつくる整然とした景観とのバランス

- ▶ 工場の名称などは、壁面の上部にアクセント的に表示しましょう。
- ▶ ロゴマークを利用したり書体を工夫したりして、クリーンな印象を与えましょう。

工業景観地域は、敷地規模の大きい工場、倉庫等が建ち並び、整然とした景観がつくられています。

屋外広告物のデザインは、まずは建物や設備の外観とのバランスを第一に考え、クリーンな印象を与えるものとしましょう。



建物、敷地の広さ、植栽などのトータルバランスに配慮し、整然としたイメージを崩さないデザインを目指しましょう。

▶ のぼりなどの設置は避けましょう。

のぼりは“はためく”ことで人の目を引きませんが、工業景観地域の整然とした景観とは調和するものではありません。

◆ 色彩、素材

▶ 赤や黄色は警告や安全確保のための色と位置付け、屋外広告物での使用は避けましょう。

▶ 塩害、粉じん、火災等に対応した素材を使用しましょう。

製造工場が稼働し、物流の拠点となっているような工業景観地域は、特有の事故も発生しうる地域です。

不燃性の素材を使用するなど、万一のときにも被害を大きくしないよう工夫しましょう。

【設置事例】



建物の屋根の流れ・色合いと広告物との調和がとれています。(石川県金沢市)⁽¹⁶⁾



鮮やかな青色を用い、臨海部の工業景観にマッチしています。(石川県金沢市)⁽¹⁷⁾



広い敷地の中で、高さや大きさがトータル的にバランスよく配置されています。(石川県能美郡川北町)⁽¹⁸⁾

3 住宅景観地域

【配慮すべきポイント】

- ・周囲の家並みや、生垣、樹林など緑との調和
- ・落ち着いた生活環境への配慮

→ 建物が互いに調和し、まちが緑にあふれ、日々の生活を快適に感じることができる景観の創出に寄与することを目指す



フォレストタウン（大野市）



住居専用地域（福井市）



高浜町事代地区

自然な視線で見える場所に適度な大きさのものを設置し、住宅地に溶け込むデザインとしましょう。

【ガイドライン】

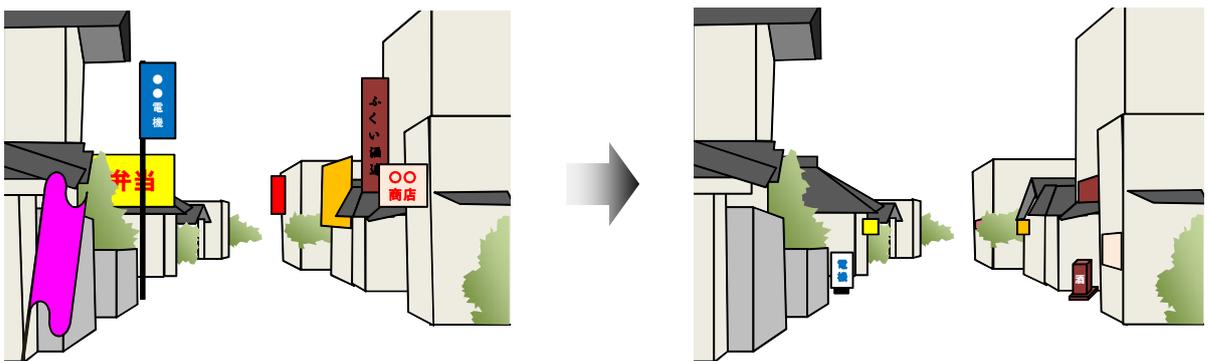
◆住宅地特有の景観との調和

- ▶ 大きさは最小限に留めましょう。
- ▶ 連続する家並みが作り出すライン（勾配屋根のスカイラインや、軒先線、生垣、樹林の連続など）を遮らないような高さ、設置位置にしましょう。

壁面広告は表示面積の小さいもの、独立広告板・広告塔は高さを抑えたものが望まれます。

- ▶ 突出広告は、1階軒下の高さとしましょう。

突出広告はできれば避けたいところですが、設置する場合は軒下におさめましょう。



大きな突出広告や、高い独立広告板・広告塔は、周囲の家並みを乱してしまいます。
“歩行者の視点から”よく見えるように規模や設置方法を検討すれば、自ずと落ち着いた住宅街景観になります。

◆生活環境への配慮

▶ 植栽と合わせるなど、花や緑を生かしたデザイン・設置方法にしましょう。

花壇やプランターにより屋外広告物の周辺を緑化すると、空間に潤いや安らぎが生まれ、生活環境がさらに向上するだけでなく、屋外広告物そのものの印象もより良くなります。

▶ のぼりなどの設置は控えましょう。

▶ 夜間照明は必要最小限としましょう。

▶ 彩度の高い色の使用はアクセントカラーとしても避けましょう。

“目立つ”ことに特化した広告手法は、日常生活の場である住宅地においてはなじまないものです。

◆素材

▶ 自然素材を積極的に取り入れましょう。

木材や石材などの自然素材はやさしい印象を与え、快適な居住空間を演出します。また、住宅地においては、景観の適度なアクセントにもなるでしょう。

【設置事例】



周辺の新興住宅地のまちなみと調和させるためモダンなデザインを取り入れています。(石川県七尾市)⁽¹⁹⁾



建物に合わせたデザインとし、木の素材感やわかりやすい表示でギャラリーのイメージを表現しています。(石川県金沢市)⁽²⁰⁾



集合住宅のレンガ調の外壁と同様の質感にすることで一体感を生み出しています。(石川県白山市)⁽²¹⁾

4 歴史・文化資源地域

【配慮すべきポイント】

- ・設置場所、設置方法等の限定
- ・伝統的な広告物をお手本とした規模、設置位置、デザイン、素材等による歴史・文化的景観の演出

→ 地域のシンボルである歴史的・文化的景観の創出に寄与することを目指す



熊川宿 (若狭町)



寺町通り (大野市)



一乗谷朝倉氏遺跡 (福井市)

歴史・文化資源地域では、昔ながらのまちなみや建物が残り、人々の生活と一体となって維持されています。歴史的建造物や伝統的民家などの雰囲気や調和を乱さないよう、最大限の配慮を施しましょう。

【ガイドライン】

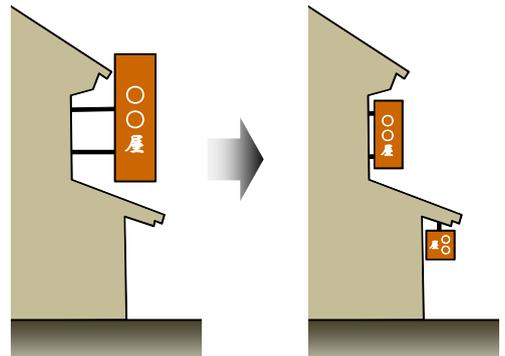
◆ 歴史的まちなみとの調和

- ▶ 大きさは最小限に留めましょう。
- ▶ 屋上広告の設置は避けましょう。
- ▶ 独立の広告板・広告塔は設置しないようにしましょう。設置する場合は、高さを軒先より低くしましょう。

塗壁・土蔵づくりによる建物の表情や、平入り瓦屋根が連続する家並みなど、歴史的建造物が作り出すまちなみをこわさないよう配慮しましょう。

- ▶ 突出広告の設置は避けましょう。設置する場合は、軒先より突き出ないようにしましょう。

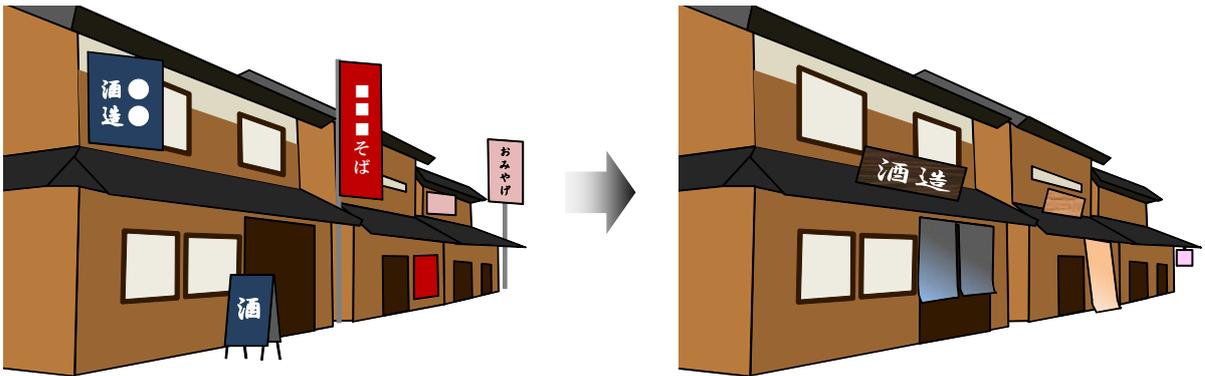
大きすぎる突出広告は、斜め横から見ると建物の壁面を隠してしまいます。



◆ 伝統的な屋外広告物をお手本に

▶ 設置位置は下屋上や軒下に揃えましょう。

特に、下屋上に看板を設置するという伝統的な建物における独特の手法は、歴史的まちなみの雰囲気をつくり出します。この際、建物の間口に調和した規模とすれば、より良いものとなります。



歴史的まちなみにおいては、突出広告や独立広告板・広告塔よりも、下屋上に設置する看板のほうが雰囲気を醸し出すことができます。暖簾や日除け幕も効果的です。

▶ 暖簾や木彫りの看板など、風合いのある素材や手仕事を感じる加工法を積極的に用いましょう。

▶ 造形的な看板により、その地域の伝統を演出しましょう。

歴史的まちなみにおいて、店先に設置される暖簾や小規模の看板などには、各地各様の伝統・個性があります。

こうした手法を積極的にとり入れることで、屋外広告物はその地域らしい歴史・文化的景観を受け継いでいく魅力的な要素となります。

▶ 企業から提供される全国同じようなデザインの屋外広告物の設置は避けましょう。

やむなく設置する場合は、コーポレートカラーの明度・彩度を下げたり色を反転させたりするなど、工夫をしましょう。

◆ 色彩

▶ 地色は、無彩色系・茶系としましょう。

▶ 表示色は、原則として彩度の高い色は使用せず、伝統色などでまとめましょう。

【“伝統色”の例】

その地域で伝統的に用いられてきた れんが色、すみれ色、あやめ色、みる色… など



◆**素材**

▶ **自然の素材(木、布、石、紙)や鉄など、落ち着いた素材感を持つものを使用しましょう。**

自然素材を使用することで、暖かみがあり、洗練されたデザインとなります。
 プラスチックなどの人工素材は避け、暖簾等についてもナイロン製ではなく布製とします。
 その地域に伝統的に伝わってきた素材を用いると、さらに良いものとなるでしょう。

◆**照明装置**

▶ **ネオンなど、現代風の照明器具を使用するのは避けましょう。**

看板については、内照式よりも外照式が望まれます。

【設置事例】



下屋上の看板で歴史的まちなみを演出するとともに、営業内容が一目でわかるようなデザインで、その店の伝統と必要な情報を的確に伝達しています。
 (いずれも大野市)



伝統的建造物と調和する下屋上の看板、暖簾の使用、立看板のデザインなどにより、歴史的まちなみを演出する工夫が凝らされています。
 (左:大野市 右:坂井市)

木製の看板や暖簾が、古い建物を引き立てています。(小浜市)

5 山間景観地域

【配慮すべきポイント】

- ・豊かな自然、山並みが織り成す景観に配慮したデザイン
- ・山並みや森の深い緑との調和

→ 自然林・植樹林が保全され、渓谷や稜線が県土の骨格を成す魅力的な山間景観と調和することを目指す



九頭竜峡（大野市）



宝慶寺への美林街道（大野市）



永平寺への国道（永平寺町）

基本的には、屋外広告物の設置は望ましくないと考えられる地域です。

設置する場合には、美しい稜線や眺望、自然景観を阻害することのない大きさ・デザインとしましょう。

【ガイドライン】

◆背景との調和

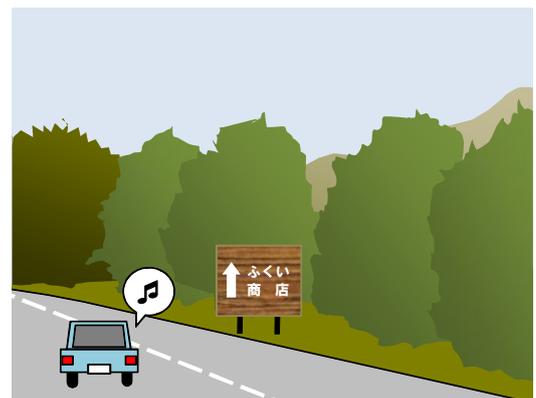
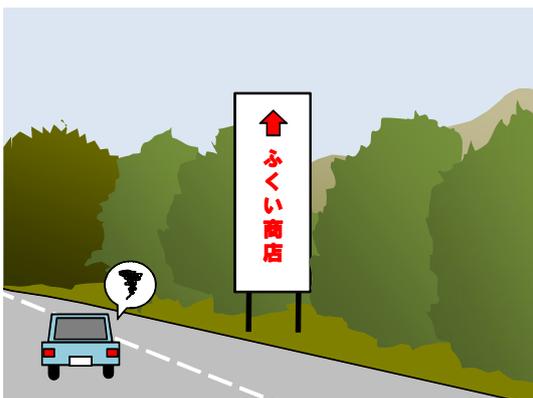
▶ 高さをできる限り低くしましょう。

背景の山並みや森が作り出すラインを遮らないようにし、魅力的な山間景観づくりを目指します。

▶ 施設の屋外広告物は、乱雑な設置にならないように注意しましょう。

山間地にも、集落など施設が集積する場所があります。

既存の屋外広告物とのバランスにも配慮し、数と規模を抑え、周囲の自然景観を大切にしましょう。



背景の山並みや森の緑に配慮し、大きさを抑え、色彩・素材を厳選すれば、広告物の見栄えもより良くなります。

◆色彩・素材の厳選

- ▶ 地色は茶系を基本とし、シンプルな配色でまとめましょう。
- ▶ 自然素材(木、石)をできるだけ使用しましょう。

山間景観地域は、緑色はその大部分を占める独特の景観を有することから、地色はこれと調和する茶系が望ましいでしょう。

また、彩度の高い色は、アクセントカラーとしても原則として使用しないようにしましょう。

【設置事例】



杉板を用いた標柱に彫刻された文字、レタリングが周辺景観と調和しています。(石川県加賀市)⁽²²⁾



高さを抑え、色彩も深い緑に調和しています。(長野県長野市)⁽²³⁾



自然素材を使用し、周囲の緑に配慮しています。(長野県長野市)⁽²⁴⁾



瓦屋根を配した形状と山中塗りをモチーフとしたデザインで、伝統的な漆器産業を持つ温泉街へのいざないと愉しみを感じさせます。(石川県加賀市)⁽²⁵⁾



自然素材を使用しており、周辺景観への配慮がされています。(あわら市)

6 海岸景観地域

【配慮すべきポイント】

- ・水平線、海岸が織り成す特徴を崩さないデザイン
- ・背景となる海や空との色の相性

→ 海岸や集落、農地や林地が一体となって保全された景観と調和することを目指す



越前海岸

基本的には、屋外広告物の設置は望ましくないと考えられる地域です。

設置する場合には、特に美しい海側の眺望を阻害することのない大きさ・デザインとしましょう。

【ガイドライン】

◆背景となる海や空と相性のよい規模・形状

▶ 大きさは最小限にしましょう。

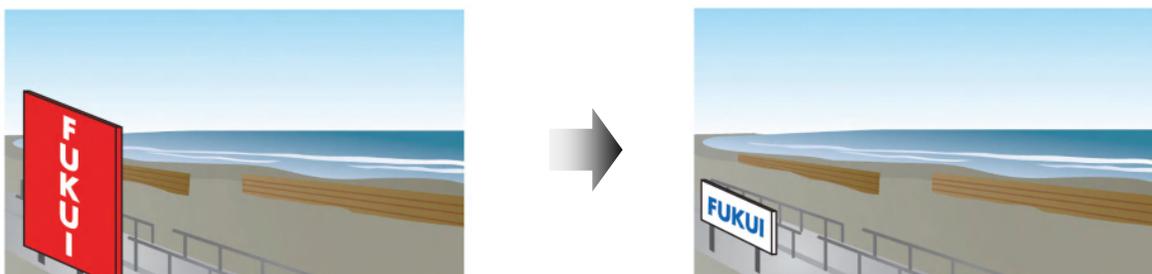
大規模な水面と陸地が接する海岸景観地域は、水面側の空間が開放されており、線状に連続する海岸の視認性が極めて高い広がりのある眺望を有します。

これら地形的なエッジに相当する場所は、いずれの地域においても固有の特徴的な景観を呈しています。

こうした特徴を阻害することのないよう、大きさは最小限に留めましょう。

▶ 垂直的な造形は避けましょう。

垂直的な造形は、線状の水平的な景観の構造を攪乱することとなります。



◆色彩

▶ 明度は高く、彩度は低く設定し、明るくすっきりとした印象の色使いでまとめましょう。

屋外広告物の色彩が、海岸ならではの色彩が織り成す開放感を妨げないように配慮しましょう。明るい低彩度色を基調とすれば、水や空などがより鮮やかに感じられるようになります。

【設置事例】



常神半島の海岸に設置された民宿の案内看板。各々に設置せず民宿街(集落)ごとにまとめることで設置数を抑えるとともに、わかりやすく情報を伝達しています。(若狭町)



表示内容の「注意」「禁止」ばかりを強調するのではなく、渚の景観に配慮したデザインとなっています。(石川県金沢市)⁽²⁶⁾

7 田園・里地・里山景観地域

【配慮すべきポイント】

- ・里地・里山、田園などが、背景の山並みと一体となって広がりを感じさせる景観を大切に
- ・田園の広がり、山並みの稜線に配慮した規模、デザイン、設置位置

→ 広がりのある農地や小川、集落等が一体となって保全された景観と調和することを旨とする



池田町の田園景観



坂井平野（坂井市）



平泉寺地区（勝山市）

基本的には、屋外広告物の設置は望ましくないと考えられる地域です。
設置する場合には、美しい稜線や眺望を阻害することのない大きさ・デザインとしましょう。

【ガイドライン】

◆ 背景に配慮した規模・形状

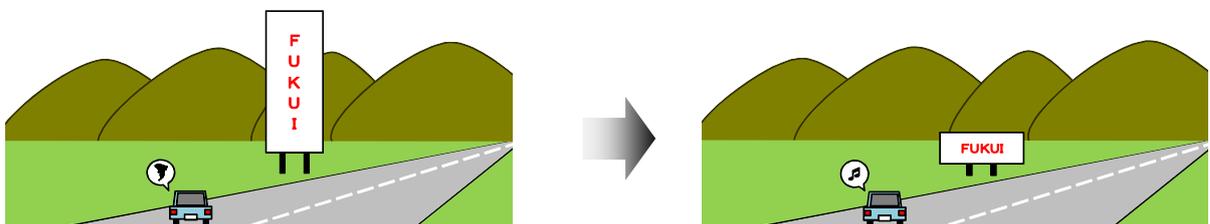
▶ 最小限の大きさに留めましょう。

良好な農村景観が維持されているような場所においては、屋外広告物は周辺景観と調和しにくいものです。設置する場合には、大きさは最小限としましょう。自家用広告物についても、屋上広告や壁面広告は避け、独立広告板・広告塔の高さは建物よりも低くしましょう。

▶ 背景となる里山、山並みの輪郭の内側に、屋外広告物をおさめましょう。

▶ 縦型のデザインは避けましょう。

屋外広告物によって稜線が分断されないように、まずは垂直方向の高さを低く抑えましょう。また、横型の表示面とすることで高さを抑え、山の稜線を遮らないよう心がけます。



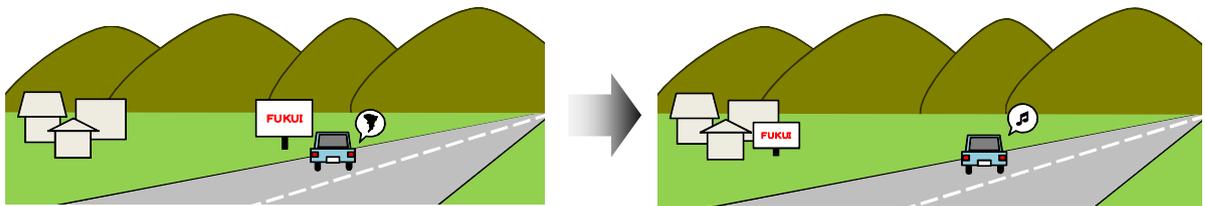
◆ 設置位置(施設との関係)

▶ 田園の真ん中に建てるのは避け、施設の近くに設置しましょう。

田園が広がる地域においても、新興住宅地、店舗等の施設が建つ景観が見受けられます。

このような場所に屋外広告物を設置する場合は、これらの施設と関連する場所を選択し、広がりのある田園景観への影響を小さくしましょう。

ただし、施設そのものが景観に配慮してデザインされている場合には、これを隠さないようにする配慮も必要です。



◆ 色彩・素材

▶ 色彩は、彩度の低いアースカラーを基本に、シンプルな配色でまとめましょう。

▶ 自然素材(木、石)をできるだけ使用しましょう。

【設置事例】



控えめな色調の中に鮮やかな花をあしらったデザイン。(岩手県)⁽²⁷⁾



背景を壊さないようシンプルなデザインであるほか、面板の隙間に風景を入れ、調和を図るという工夫も凝らされています。(岩手県)⁽²⁸⁾



背景の山並みに合わせた色使いで、高さも低く抑えられています。(岐阜県)⁽²⁹⁾



木を使用した広告板が、背景の山並みと調和しています。(岐阜県)⁽³⁰⁾⁽³¹⁾



8 自然資源地域

【配慮すべきポイント】

- ・原則として屋外広告物は設置しない
- ・貴重な自然資源を決して阻害しない大きさ・デザイン(やむなく設置する場合)

→ 地域のシンボルである貴重な自然景観を保全することを目指す



青葉山（高浜町）



三方五湖（若狭町）



荒島岳（大野市）

屋外広告物の設置は望ましくない地域です。

やむなく設置する場合は、あらかじめ、屋外広告物の許可申請を受け付けている各市町の担当窓口で、大きさ・デザイン等についてよく協議しましょう。

【ガイドライン】

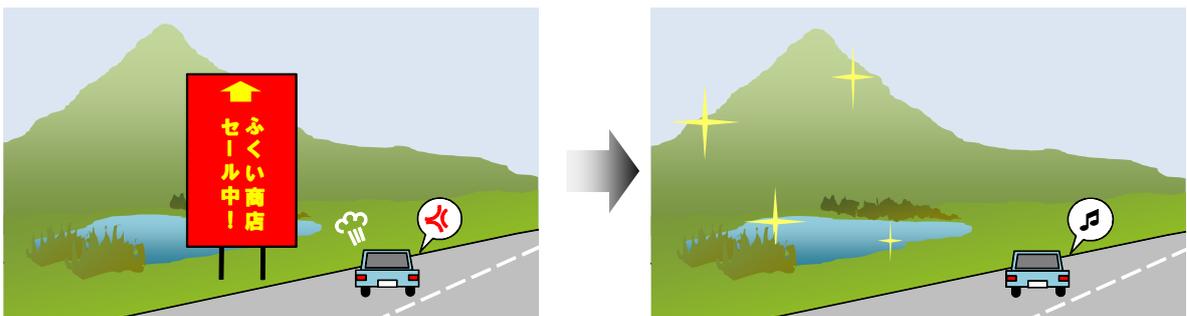
◆背景となる自然資源への眺望確保

▶設置の必要性を詳細に検討しましょう。

県内でも貴重な自然資源を背景とする自然資源地域においては、屋外広告物の存在そのものが景観との不調和を生み出すことがほとんどです。

したがって、「営業活動を行う上で、この地域に屋外広告物を設置しなければならない必然性」がなければ、設置は避けるべきです。

背景となる自然資源への眺望に対する配慮を欠いた屋外広告物の設置は、むしろ企業イメージをダウンさせてしまいかねません。



自然資源地域の景観は、みんなが見たい、守りたいものです。この眺望を遮ってしまうような場所に屋外広告物を設置することが本当に必要か？ この場所でなければならないか？ 設置者のモラルが問われるところです。

▶ 大きさ、高さは最小限としましょう。

▶ 屋上広告、壁面広告は避けましょう。

遠景における広告効果を期待するような大規模な屋外広告物の設置はしないようにしましょう。

少なくとも、背景となる山並みなどの輪郭の内側に、屋外広告物がおさまるようにしましょう。

特に屋上広告は、垂直的に高い位置に設置されるため、山の稜線等を分断してしまう可能性が高く、規模も大きくなりがちであることから、設置しないようにしましょう。

◆ 色彩・素材の厳選

▶ 色彩は、彩度の低いアースカラーを基本に、シンプルな配色でまとめましょう。

▶ 自然素材(木、石)をできるだけ使用しましょう。

特に地色は、自然景観の色調に対してそれ自体の存在を強く主張するのではなく、同化することを意図しましょう。

また、彩度の高い色は、アクセントカラーとしても原則として使用しないようにしましょう。

第6章 おわりに（広告主・広告業者・県民・行政の果たすべき役割）

良好な景観を形成していくためには、行政や広告主・広告業者といった直接の関係者はもとより、県民にも、それぞれ果たすべき役割があります。

● 広告主

“目立つ”ことだけに特化した屋外広告物は、確かに誘目性は高いかもしれませんが。

しかしながら、企業の社会的責任やモラルが問われる今日においては、周辺景観への配慮が欠けているようではイメージダウンにもなりかねません。むしろ、周辺の景観と調和するような屋外広告物を設置することは、今や企業価値を高める有効な手段です。

自社だけでなく地域の利益を考え、モラルと責任を持って屋外広告物を設置しましょう。

● 屋外広告業者

屋外広告物に関する専門的知識を有する登録業者として、上記のような視点を持ち、屋外広告物の優れたデザイン計画を広告主に提示しましょう。

● 県民

広告主にとって、設置した屋外広告物に対する県民の評価は何よりも重要です。

良好な景観形成に寄与するような、優れたデザインの屋外広告物を設置している企業・店舗を積極的に利用し、応援しましょう。

屋外広告物を“見る”立場である県民が、「自社だけでなく地域の利益を考えた事業者こそ高く評価すべき」という視点を持つことが、広告主・屋外広告業者の意識をさらに高めることとなり、良好な景観の形成につながっていくのです。

● 行政

許可等権者として、屋外広告物が法・条例に適合したものであるようチェックを行い、必要な指導・監督処分を行います。

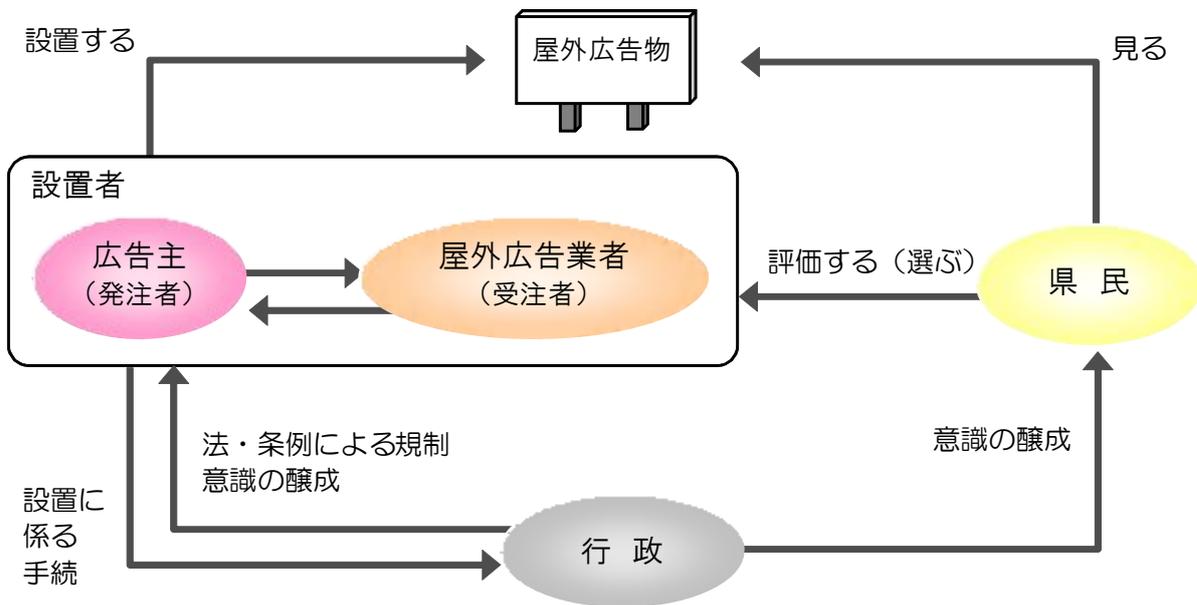
また、周辺の景観と調和するような優れたデザインの屋外広告物が設置されるよう、指導・助言等を行い、設置者と協力して良好な景観の形成に努めます。

さらに、県民が積極的に良好な景観を守り、つくり、育んでいこうとする意識を持てるよう、景観に対する関心の喚起・知識の普及といったいわゆる『景観教育』の推進に努めます。

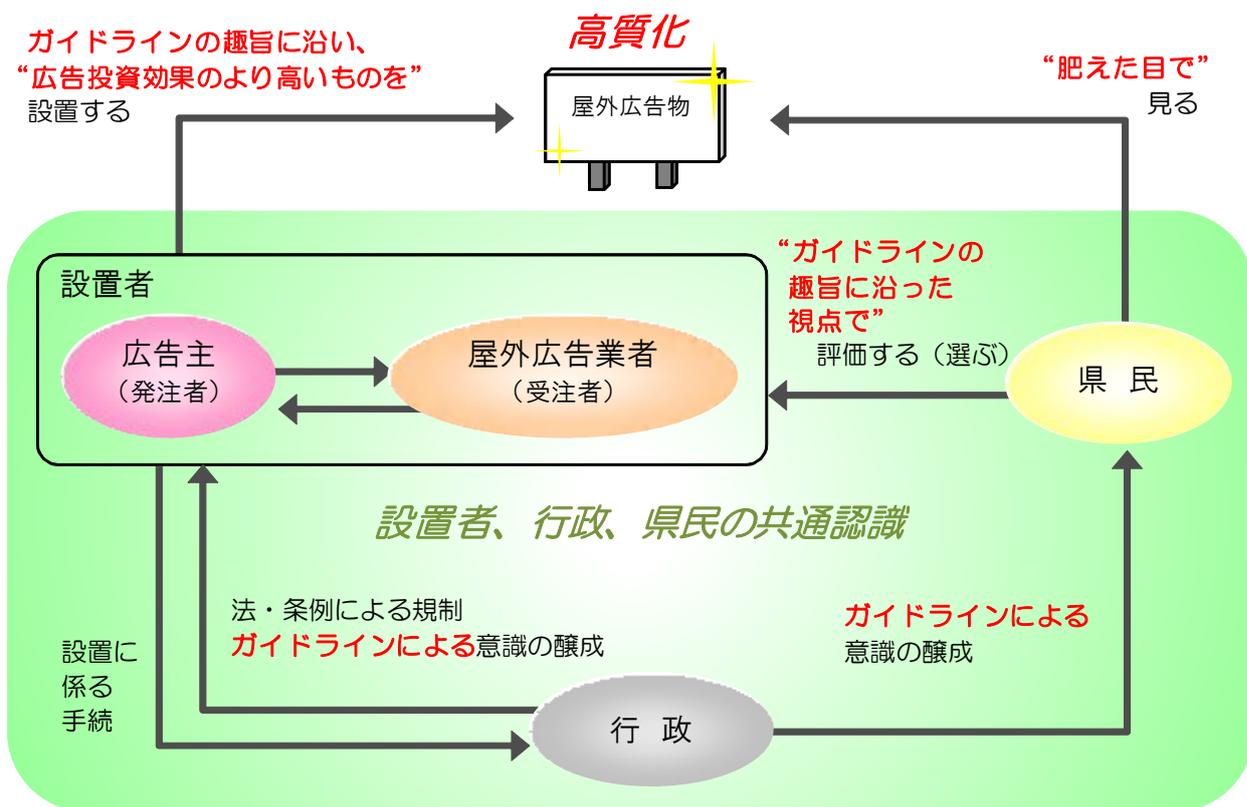
それぞれが自らの役割を理解し、共通認識を持つことによって、設置される屋外広告物の質が高まり、良好な景観の保全・創出につながっていくこととなります。

本ガイドラインが、そのための一助となることを願ってやみません。

【ガイドライン策定前】



【ガイドライン策定後】



〔参考文献〕

○全 般

- ・「屋外広告の知識(デザイン)」編集委員会
『屋外広告の知識 第3次改訂版 第2巻 デザイン編』株式会社ぎょうせい

○第3章 共通ガイドライン

- ・山崎 正史 『文字情報が景観に与える影響の研究』都市環境デザイン会議関西ブロック JUDI Kansai
- ・環境省 『光害対策ガイドライン(平成18年12月改訂版)』
- ・「屋外広告の知識(設計・施工)」編集委員会
『屋外広告の知識 第3次改訂版 第3巻 設計・施工編』株式会社ぎょうせい

○第4章 屋外広告物の種類別ガイドライン

- ・西村 幸夫 + 町並み研究会 『日本の風景計画』株式会社学芸出版社

○第5章 地域分類別ガイドライン

- ・武山 良三 『賑わい景観を創出する屋外広告物の条件』

〔写真の引用〕

○第3章 共通ガイドライン

- 写真番号(1)、(2) : 『富山県景観広告ガイドライン』より引用

○第4章 屋外広告物の種類別ガイドライン

- 写真番号(1)、(2)、(8) : 社団法人全日本屋外広告業団体連合会 『サインズ イン ジャパン』
第114号、第125号、第131号より引用

- 写真番号(3)、(5)、(6)、(7) : 『いしかわ広告景観賞』受賞作品より引用

- 写真番号(4) : 『景観広告とやま賞』受賞作品より引用

○第5章 地域分類別ガイドライン

- 写真番号(1)～(10)、(15) : 社団法人全日本屋外広告業団体連合会 『サインズ イン ジャパン』
第114号、第117号、第119号、第124号、第125号、第132号より引用

- 写真番号(11)～(13)、(29)～(31) : 『岐阜県屋外広告物ガイドプラン』より引用

- 写真番号(14) : 『金沢市まちなみ広告景観賞』受賞作品より引用

- 写真番号(16)～(22)、(25)、(26) : 『いしかわ広告景観賞』受賞作品より引用

- 写真番号(23)、(24) : 『長野市屋外広告物ガイドライン』より引用

- 写真番号(27)、(28) : 『岩手県屋外広告物コンクール』受賞作品より引用

資 料 編

資料1. 福井県屋外広告物審議会委員名簿（62ページ）

資料2. 本ガイドラインの策定に係る福井県屋外広告物審議会の開催経緯（63ページ）

資料3. マンセル表色系（64ページ）

資料1. 福井県屋外広告物審議会委員名簿

氏名	職	区分	備考
金田明彦	仁愛大学 人間学部 コミュニケーション学科長	学識経験者	会長
西山秋蘭	(社)福井県文化協議会	学識経験者	
松村洋子	(社)福井県文化協議会	学識経験者	
内村雄二	福井工業大学 土木環境工学専攻 教授	学識経験者	
野嶋慎二	福井大学大学院 工学研究科 建築建設工学専攻 教授	学識経験者	
原田陽子	福井大学大学院 工学研究科 建築建設工学専攻 助教	学識経験者	
水上聡子	アルマス・バイオコスモス研究所代表	学識経験者	
土橋信一	福井県屋外広告美術協同組合 広告景観委員長	屋外広告業者	
佐飛容子	アド・アート(株)シセード	屋外広告業者	
宮崎和彦	福井県商工会議所連合会 理事	商工団体を代表する者	
木瀬誠二郎	福井県教育委員会委員	関係行政機関の職員	前任
稲山幹夫			後任
平谷貞樹	福井県警察本部 生活安全部参事官	関係行政機関の職員	

※平成21年4月～平成22年3月 ※敬称略、順不同

資料2. 本ガイドラインの策定に係る福井県屋外広告物審議会の開催経緯

年 月 日	名 称	内 容
平成21年7月21日	平成21年度 第1回福井県屋外広告物審議会	全体構成について審議
平成21年9月17日	平成21年度 第2回福井県屋外広告物審議会	共通ガイドライン、種類別ガイドライン、 地域分類について審議
平成21年11月25日	平成21年度 第3回福井県屋外広告物審議会	素案(地域分類別ガイドラインを含む)の 審議
平成22年2月12日	平成21年度 第4回福井県屋外広告物審議会	修正案の審議
平成22年3月17日	平成21年度 第5回福井県屋外広告物審議会	最終案の審議、とりまとめ

資料3. マンセル表色系

出典：JIS 標準色票

○色相環

マンセル表色系の色相は、R=Red(赤)、Y=Yellow(黄)、G=Green(緑)、B=Blue(青)、P=Purple(紫)と、それぞれの間の YR(黄赤)、GY(黄緑)、BG(青緑)、PB(青紫)、RP(赤紫)の計10色相が基本となっています。

各色相はさらに10等分して、例えば赤の場合、1R、2R、3R・・・10Rと番号を付します。

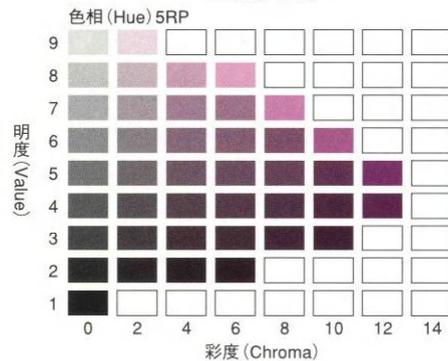
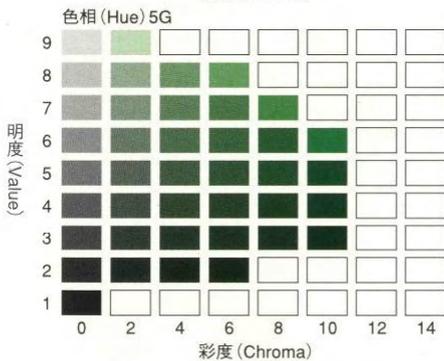
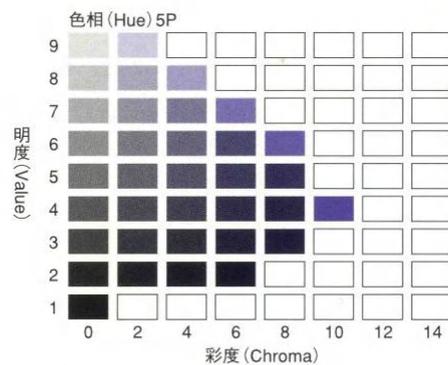
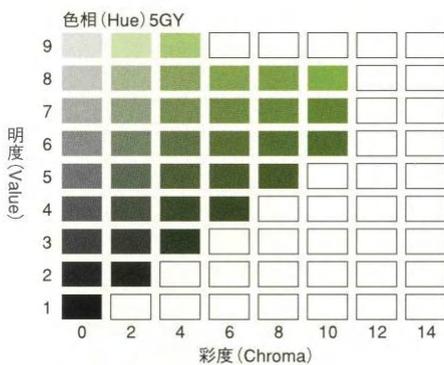
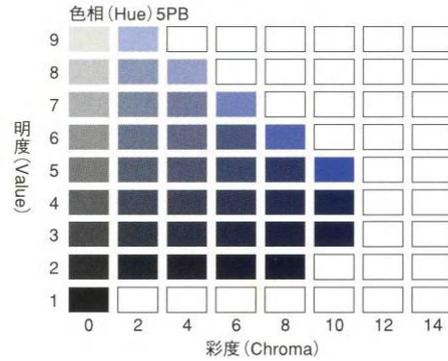
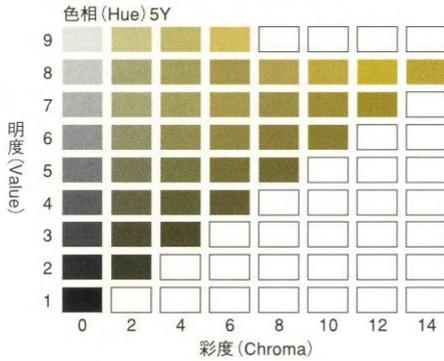
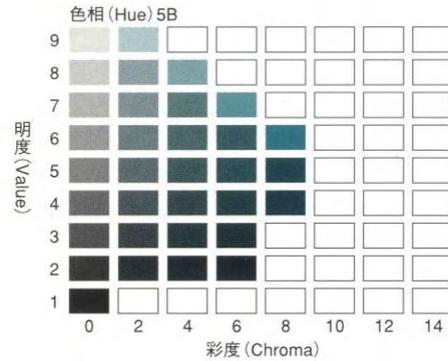
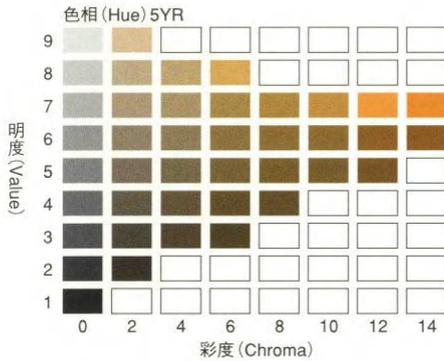
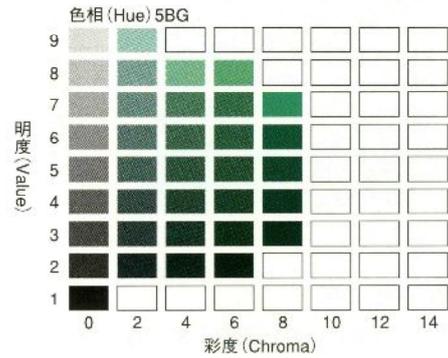
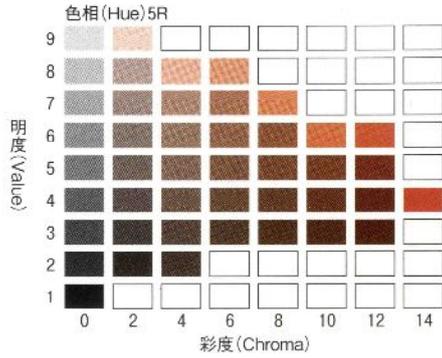


○マンセル値による色の表記

例：5R 5/10 (ごあーる ごのじゅう) →色相5R、明度5、彩度10
 色相 明度 彩度

※印刷によるもので正確な色彩ではありません。

○色相別カラーチャート



福井県屋外広告物ガイドライン 平成22年3月

編集・発行 福井県土木部都市計画課

〒910-8580 福井市大手3丁目17-1

TEL:0776-20-0497(ダイヤルイン)

ホームページ:<http://www.pref.fukui.jp/doc/tokei/>

※本ガイドラインに掲載している写真は一例です。他の設置者でも、同様の配慮・工夫をしている場合があります。

