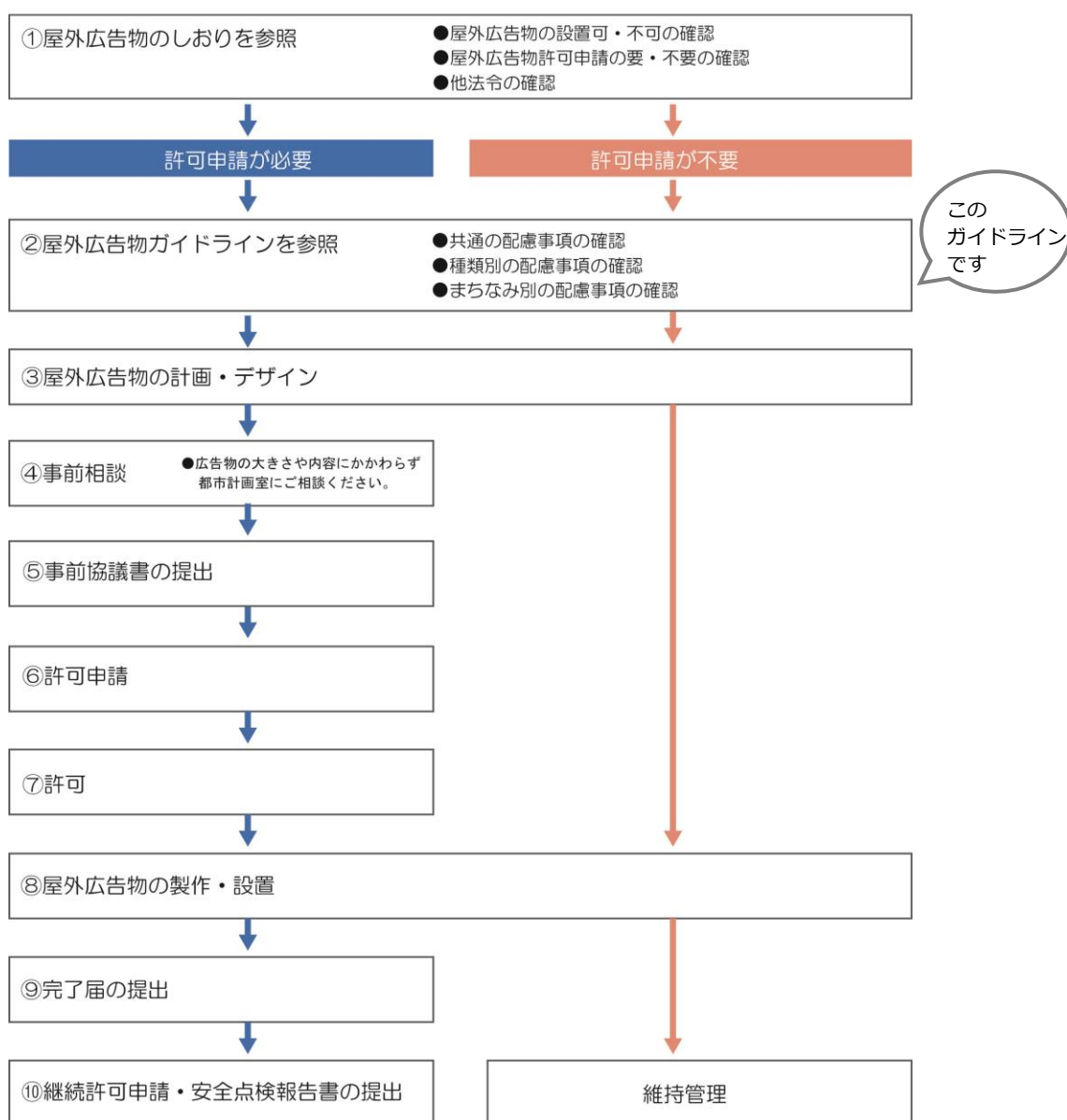


参考資料

(1) 屋外広告物許可申請の手続き等

吹田市で屋外広告物を設置する場合

- 屋外広告物を表示等する場合は、下記の流れに沿って確認をお願いします。
- 許可申請が不要な小規模のものであっても、景観に影響を与える大事な要素です。このガイドラインを活用していただき吹田らしい魅力的な景観まちづくりにつなげていきましょう。



01
—
屋外広告物ガイド
ラインについて

02
—
共通の
配慮事項

03
—
種類別の
配慮事項

04
—
まちなみ別の
配慮事項

05
—
特定地区の
配慮事項

参考資料

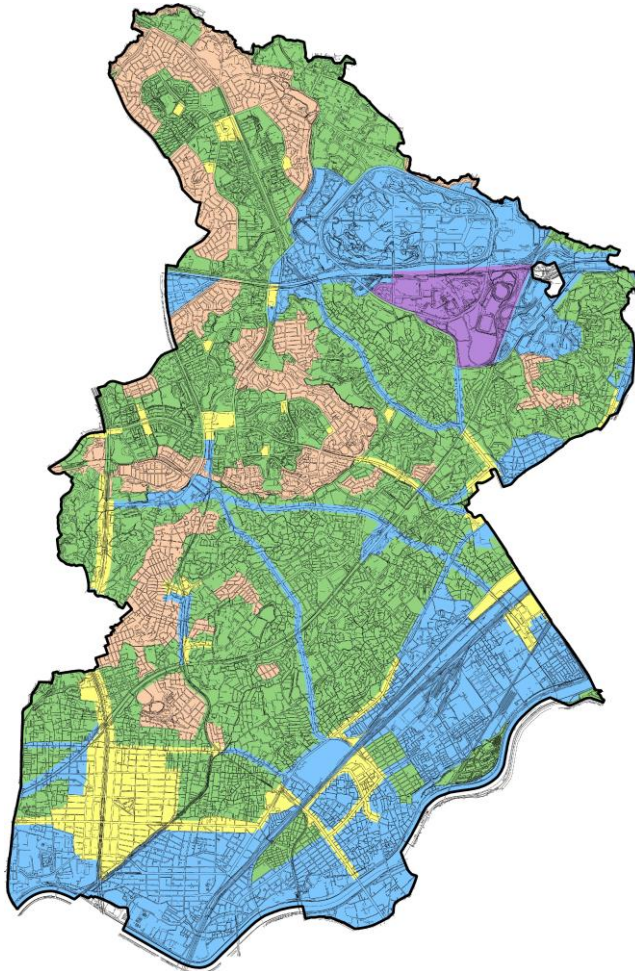
許可が必要な区域について

- 吹田市ではすべての地域を許可が必要な区域とし、用途地域に応じて許可基準が異なる 3 区域に区分しています。

許可区域名	該当する用途地域
重点制限区域	第 1 種中高層住居専用地域 第 2 種中高層住居専用地域
一般制限区域	第 1 種住居地域 第 2 種住居地域 準住居地域 準工業地域 工業地域
制限緩和区域	商業地域 近隣商業地域

特別に規制の強化・緩和が行われる地区	対象地区
広告景観特定地区 (万博公園周辺地区)	千里万博公園スポーツ・レクリエーション地区

広告物を表示・設置できない区域	該当する用途地域等
禁止区域	第 1 種低層住居専用地域 第 2 種低層住居専用地域 (その他、生産緑地地区等)



広告景観特定地区

- 広告景観特定地区とは、地域特性に応じた良好な景観の保全、風格のある街並みの形成又は活力に満ちた賑わいの創出のため必要と認められる地区です。

景観形成地区

- 吹田市では吹田市景観まちづくり条例に基づき、良好な景観を形成する上で特に重要な地区として景観形成地区を指定しています。景観形成地区に該当する場合は許可基準にあわせて別途基準が定めています。

(2) 屋外広告物に関するデザインの基礎知識

色彩の考え方について

- 屋外広告物における色彩は、商業目的や賑わい創出などの目的などから、周囲の環境から目立つような色彩が選ばれることがあり、これらが景観形成の際に大きな影響を与えることがあります。

色彩の基礎知識（マンセル値）

色彩を客観的な尺度で表す方法として、日本産業規格（JIS）に採用されているマンセル表色系を用いています。

色相：色合いを示します。

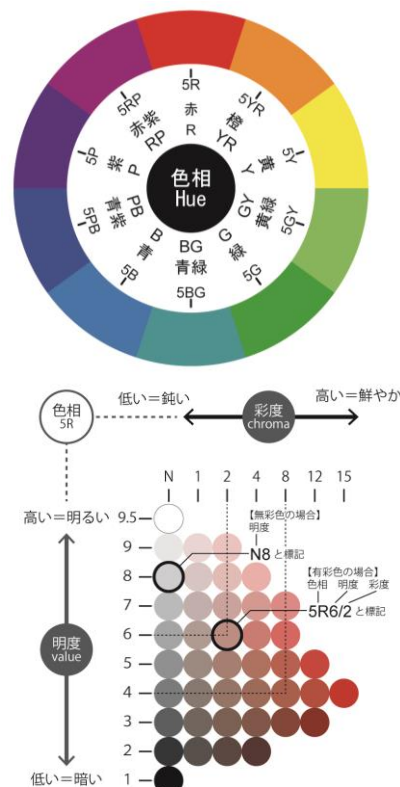
R（赤）、YR（黄赤）、Y（黄）、GY（黄緑）、G（緑）、BG（青緑）、B（青）、PB（青紫）、P（紫）、RP（赤紫）の10種類の基本色を記号で表記します。

明度：色の明るさを示します。

0 から 10 の数字で表現し、数字が大きくなるほど明るくなります。
10 は理想の白、0 は理想の黒になります。

彩度：色の鮮やかさを示します。

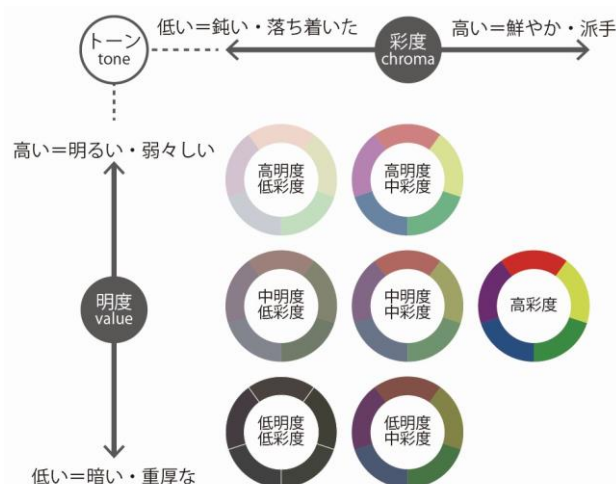
0 から 14 や 15 程度までの数字で表現し、数字が大きくなるほど鮮やかになります。
最高彩度は色によって限界が異なるため、色相によって最高の数値が異なります。
また、白、黒、灰色は無彩色（記号 N）といい、彩度は 0 です。



色彩デザインのポイント

■ 色彩計画におけるトーン

- 明度、彩度が近い色同士は、色相が異なっても調和のある色の組み合わせになり、これをトーンと呼びます。
- このトーンの組み合わせを広告物の色彩に使うことで、屋外広告物自体のまとまりをつくることができます。
- 屋外広告物の色を決める場合には、背景との関係性のなかで、屋外広告物の色彩が景観全体の中でどのように影響するのかを考える必要があります。



■ 色彩は背景の色で選ぶ

屋外広告物が設置される場所には、必ず背景があり、背景にも様々な色彩があります。
屋外広告物の色を決める場合には背景にある建物や緑との関係性を考慮し、色を選定します。

■ 高彩度の色彩は小さく用いる

周囲の景観に影響が大きい高彩度（彩度 10 以上）の色彩は小さな面積でも目立つものである一方、大きな面積で使用すると、思った以上に鮮やかに感じられ、景観を阻害してしまうものです。面積を小さくする（地色などの大きな面積に用いない）、低層部で限定的に用いるなど、建物やまちなみの中で効果的なアクセントとなるように工夫します。



住宅地に配慮が必要な地域では、色彩の彩度を下げて、中明度・中彩度以下とし、まちなみから広告物を過剰に際立たせないようにしましょう。



歴史的な景観が残るまちなみでは、中明度・低彩度トーンを推奨しています。背景の素材色になじませると、効果的です。



彩度の高い色彩を用いる際は、面積を小さくするなど、アクセントとして使用しましょう。

配色効果

色相が対比する補色（例、赤：緑、黄：紫）の組合せは、互いに引き立て合い、文字色と地色に配色すると読みやすくなりますが、純色同士など明度が近い場合は、ハレーションを起こし不明瞭になります。

補色の組合せで明度が近い場合

スイト整形外科

文字色と背景色ではっきりとした明度差をつけるなど、色を見分けられるようにする配慮が重要です。

同じ色相で明度差をつけた場合

スイト整形外科

判読性の向上

歩行者や自動車運転手が瞬時に判読できる文字数には限度があります。（P.14 の「適切な文字数とは」参照）

× 多色で掲載情報が多い



○ 色数が少なく、情報量が整理されている



また、地色に鮮やかな色がいられると本当に伝えたいことが埋没してしまいます。地色を白色や低彩度とし、図や文字色に鮮やかな色を用いることで企業のイメージを保ちつつ、周囲と調和を図ることができます。

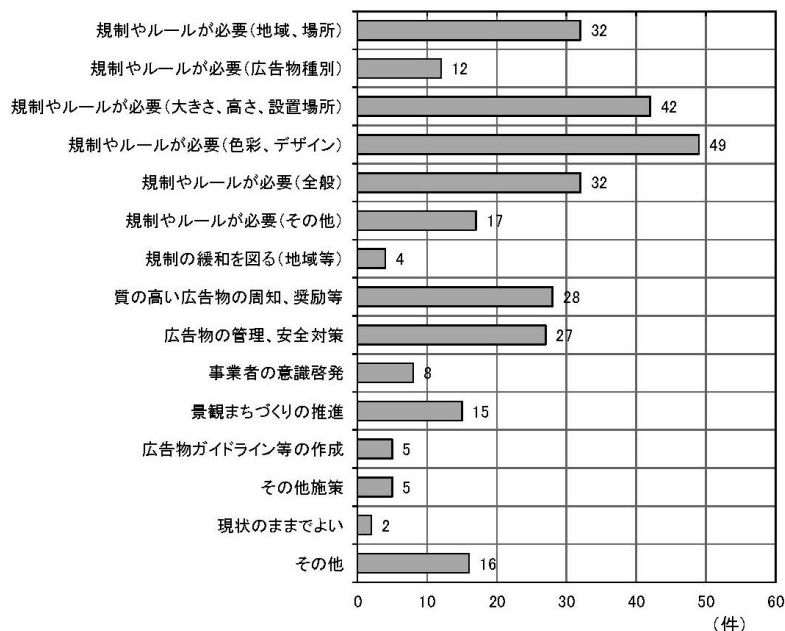


屋外広告物
アンケート
調査

屋外広告物に関する市民の意識調査を実施しました。
屋外広告物の質の向上を図るために、
「色彩・デザイン」
「大きさ・高さ・設置場所」
「地域・場所」に応じた規制やルールが必要、という意見が多く挙げられました。

このガイドラインを活用していただき、地域に合った質の高い屋外広告物を表示し、良好な景観まちづくりにつなげていきましょう。

屋外広告物の質の向上を図る施策について



※自由記述の内容を整理したもの

※複数の分類に該当する意見は、それぞれに計上

(平成30年度調査 吹田市の屋外広告物に関するアンケート調査結果の一部)

(3) 用語集

ア

意匠

屋外広告物であれば、その外観等の形態や色彩など、デザインのこと。

屋外広告物

「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って、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」（屋外広告物法第2条第1項）

カ

切り文字

厚みのある板を切り抜いて作成した文字やマーク

公共サイン

人々に施設への案内や誘導、情報の提供を目的として、公的機関(国、府、市および公共交通事業者)が設置する標識、地図、案内誘導板等

コーポレートカラー

会社の個性・目標の統一化を図り、社内外に印象付けるために使われている色

コントラスト

色彩の対比のことをいい、明暗の対比や彩度の対比、色相などの対比のこと。

サ

自家用広告物

自己の事業又は営業を内容とする広告物又は掲出物件であって自己が所有する不動産又は動産に表示し、又は設置されているもの。

純色

一つの色相の中で彩度の最も高い鮮やかな色のこと。

スカイライン

空を背景とした建築物の輪郭線や接する部分の輪郭線等

タ

突出広告物

金属等の耐久性のある材料を使用して作成されたものであって、壁面から突き出して取り付けられた広告物

図と地

「図」とは絵や写真・風景を眺めた時に形として浮かび上がって見える部分や領域のことを指し、「地」とは図の背後に広がる部分のことを指す。屋外広告物においても、図と地を反転させることで見え方が変わる。

テナント

オフィスビルや商業ビル等と賃貸契約して入居する事務所や店舗のこと。「店子（たなこ）」ともいう。

ハ

箱文字

金属板等を箱状に曲げてつくった厚みのある文字
厚みを利用して照明を内蔵させることも可能。

バックライト文字

文字の背面が発光し、壁に反射され柔らかい光が文字を立体的に浮かび上がらせるもので、夜間の照明演出等にも用いられる。

バナー広告

商店街などで、イベントやキャンペーンに合わせて街灯などに取り付けるフラッグ

ハレーション

明度差がない彩度が高い色を組み合わせた配色のせいで、不快感を起こすような色の組み合わせのこと。

庇（ひさし）

屋根との繋がりがなく、独立して窓や扉の上部に壁から突き出している部分

非自家用広告物

自家用広告物にあたらぬものをさし、例えば、第三者の敷地で宣伝用に表示掲出された野立広告物など。

ファサード

建築物の正面から見た外観のこと。

プロジェクションマッピング

CGなどの映像をデジタルプロジェクターによって、建築物等の立体物に投影する表現方法

補色

色相環における正反対に位置する色の組合せのこと。例えば赤色であればその補色は緑色となる。

マ

メディアファサード

建築物や外部構造物の表面に複数の光源モジュールを取り付け、光の明るさや色合いに変化をつけたり、光そのものを動かしたりして動的な画像や映像を表示する照明演出のこと。

ヤ

用途地域

建築できる建物の種類、用途等の制限を定めた地域のこと、都市計画法に基づく制度

ラ

ラッピング車両

車体にデザインを施すためにフィルムを車体に貼り付けたバスや鉄道車両のこと。

ロゴ（ロゴマーク）

社名や商品など、ブランドイメージを印象付けられるようデザイン文字等を用いて図案にしたもの。