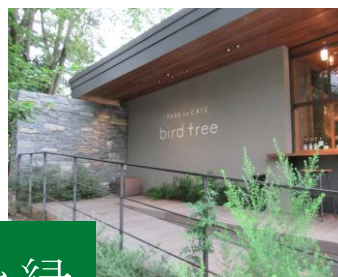
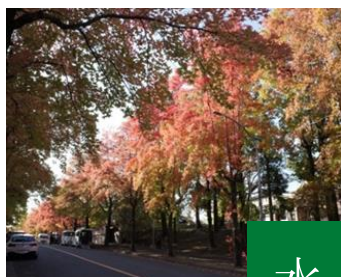




Design Guideline of Signs in Suita

吹田市屋外広告物ガイドライン

地形を活かした「潤いのある景観」をまもり、はぐくむ



水と緑



市民がまちを住みこなすことによる「生きる景観」をまもり、はぐくむ





品格



歴史

「調和と個性のある景観」をつくり、はぐくむ



調和
個性



目次

第1章 屋外広告物ガイドラインについて

(1) 屋外広告物ガイドラインの策定にあたって	2
(2) 屋外広告物による景観の考え方	4
(3) ガイドラインで対象となる屋外広告物について	6
(4) ガイドラインの使い方	7

第2章 共通の配慮事項

(1) 周辺への配慮	8
(2) 最小限の大きさ	8
(3) 建築物や場所との一体性	10
(4) 維持管理	12
(5) 最小限の数や集合化	13
(6) 形態・意匠	14
(7) 色彩	15
(8) 夜間照明	16

第3章 種類別の配慮事項

(1) 壁面広告物	18
(2) 地上設置型広告物	19
(3) 屋上広告物	20
(4) 突出広告物	21
(5) 窓面を利用した広告物	22
(6) 広告幕（懸垂幕）	23
(7) 広告旗（のぼり旗・バナー広告等）	23
(8) 立看板	24
(9) 日よけ	24
(10) はり紙・はり札	24
(11) 自動販売機等	25
(12) 車体利用広告物	25
(13) 新たな広告物への対応（表示可変式等）	26

第4章 まちなみ別の配慮事項

(1) まちなみ別等の地区区分について	27
(2) 土地利用の特性に応じた配慮事項	28
①住宅地区	
①-1 住宅地区（低層住宅地）	28
①-2 住宅地区（中高層住宅地）	29
②工場地区	30
③商業地区	
③-1 商業地区（駅前周辺）	31
③-2 商業地区（商店街）	32
③-3 商業地区（近隣センター）	33
③-4 商業地区（幹線道路沿い）	34
④幹線沿道・鉄道沿線地区	35
⑤歴史的地区	36
⑥文化学術地区	37
⑦緑・水辺地区	38

第5章 特定地区の配慮事項

万博公園周辺地区	39
----------	----

参考資料

(1) 屋外広告物許可申請の手続き等	40
(2) 屋外広告物に関するデザインの基礎知識	42
(3) 用語集	45

吹田市屋外広告物ガイドラインの構成



第 1 章 屋外広告物ガイドラインについて

(1) 屋外広告物ガイドラインの策定にあたって

ガイドラインの目的

屋外広告物は身近な情報手段として広く親しまれ、地域経済の活性化とまちの賑わいを演出するための大切な役割を担っています。屋外広告物は基本的に設置者の創意工夫により自由につくられるものですが、不特定多数の人々を対象として公共空間に向かって表現されるため、まちの景観を形成する大切な要素として、一定の公共性と社会的な役割が求められています。

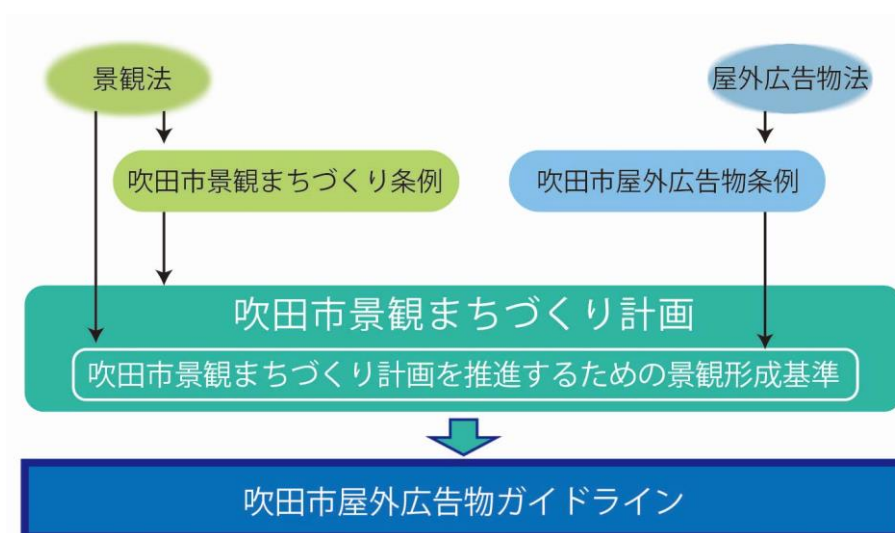
本市では、大阪府から権限移譲を受け、令和 2 年 4 月 1 日に「吹田市屋外広告物条例」を施行し、土地利用特性等の実情に応じた規制・誘導を行っています。本市は、千里ニュータウンなどがある住宅都市でありながら、江坂駅前の商業・業務施設が集積する商業地、神崎川沿いの工業地、大学などの学術・研究施設がある複合型都市といえます。また内本町・南高浜町のような歴史的なまちなみが残る地域、千里丘陵や万博記念公園のような緑豊かな地域など、地域ごとに異なる特色をあわせもっています。この吹田らしい景観に調和したまちなみをつくっていくためには、法や条例では規制が難しいまちなみごとの屋外広告物の大きさ、色、素材等のあり方を示していくことが必要となります。

そこで、本市では、屋外広告物による景観を考えてもらうために「吹田市屋外広告物ガイドライン」（以下、「ガイドライン」という。）を策定しました。このガイドラインは、法や条例等を遵守することはもとより、地域の景観特性の理解と調和や周辺環境への配慮に努め、より良いまちづくりの基となることを目的としています。

吹田らしい景観がより美しく映えるよう、市民をはじめ、広告主・広告に関係する皆様にこのガイドラインを活用していただきたいと思います。

ガイドラインの役割と位置づけ

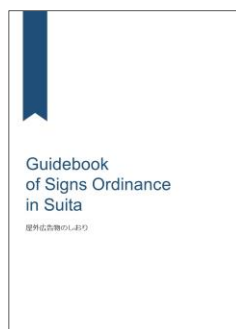
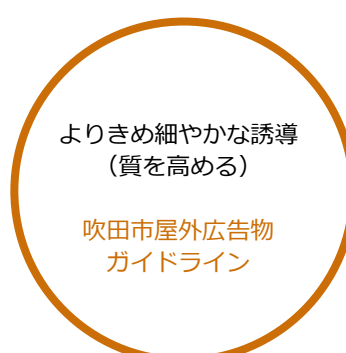
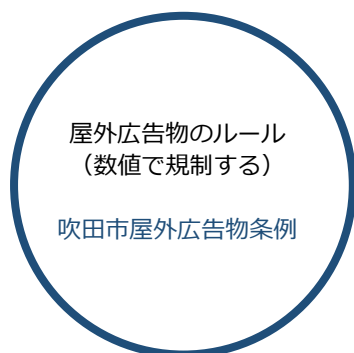
- ・本ガイドラインは、吹田市景観まちづくり計画に基づき、地域にふさわしい屋外広告物景観の形成のため、市民や事業者のみなさまに活用いただくために策定しました。
- ・屋外広告物の共通の配慮事項と種類別の配慮事項に加えて、まちなみ別の配慮事項を設けています。屋外広告物単体だけではなく、建築物やまちなみ、周辺景観への配慮等を示しています。



条例を確認した後、
ガイドラインをご覧ください。

規制

誘導

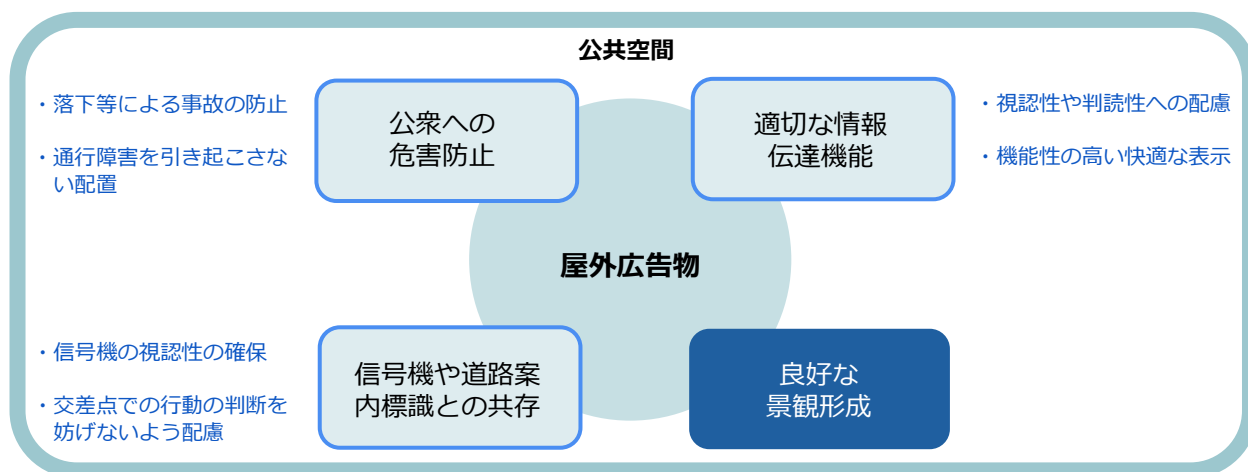


（２）屋外広告物による景観の考え方

公共空間における屋外広告物

屋外広告物は、多くの人々に必要な情報を提供するために大変有効な存在です。また、テレビや新聞などの広告と違い、まちを歩いていれば自然と目に入るもので、その情報を必要としない人の目にも入ってしまう公共性の高いものです。

そのため、公共空間に屋外広告物を表示・設置する上で、大きく以下の４つの一般的事項について、注意が必要です。



屋外広告物に求められる良好な景観形成の視点

良好な景観形成を図るためには、周辺景観や沿道のまちなみ景観、建築物や他の広告物など、すべての屋外広告物を取り巻く景観要素との関係性を考えながら総合的に取り組む必要があります。



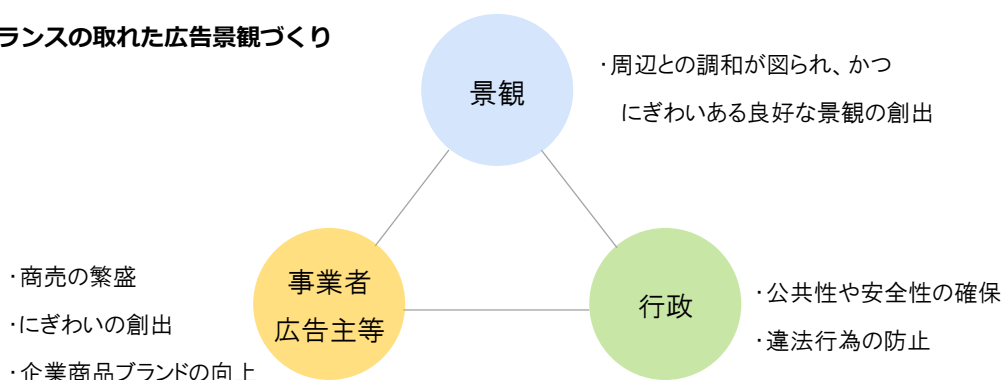
屋外広告物に関わる人と相互の関係

屋外広告物は、新聞やテレビ、雑誌等の広告媒体と異なり、一定の公共性を有するものです。そのため、行政の立場からは「規制対象」として、掲出の際の安全性などだけでなく、掲出場所やその方法・面積等についてもルールを設けて、規制・誘導を図っています。

一方で、事業者・広告主等の立場からは、自社・自店舗の位置だけでなく、イメージや商品を発信し消費者（ユーザー）に認知してもらう非常に重要な「PRツール」でもあります。見え方や掲げ方で会社や店舗のイメージ、ひいては商品の売れ行きが左右されるという側面があり、より高い効果が求められています。

これらは一見すると両立しないように考えられがちですが、高い効果を得るためには好意的に受け止められることが不可欠になります。良い屋外広告物をつくることは良好な景観の創出にもつながります。

バランスの取れた広告景観づくり



目立つことは大切ですが 関心を引き、好感を得ることが重要です

地域の特性を大切にした魅力的な広告物は、人々に関心を持たせ、心が動き、購買や利用にもつながります。

地域に人が集うことにより、地域は活性化します。そして企業やお店の利益につながります。

地域の人々の生活に配慮し、地域に受け入れられることは事業発展のためにも大切なことです。地域の特性に調和した、広告を考えましょう。



(3) ガイドラインで対象となる屋外広告物について

- ・吹田市屋外広告物条例に定めた屋外広告物のほか、以下に示す屋外広告物に類する表示物や、規模の小さな広告物も含めた「すべての屋外広告物」を、本ガイドラインの対象とします。
- ・また、吹田市屋外広告物条例の対象ではありませんが、窓ガラスの内側に設置された広告物も市内で多く見られるようになってきており、景観に与える影響が大きいことから、屋外広告物と同様に本ガイドラインの対象とします。

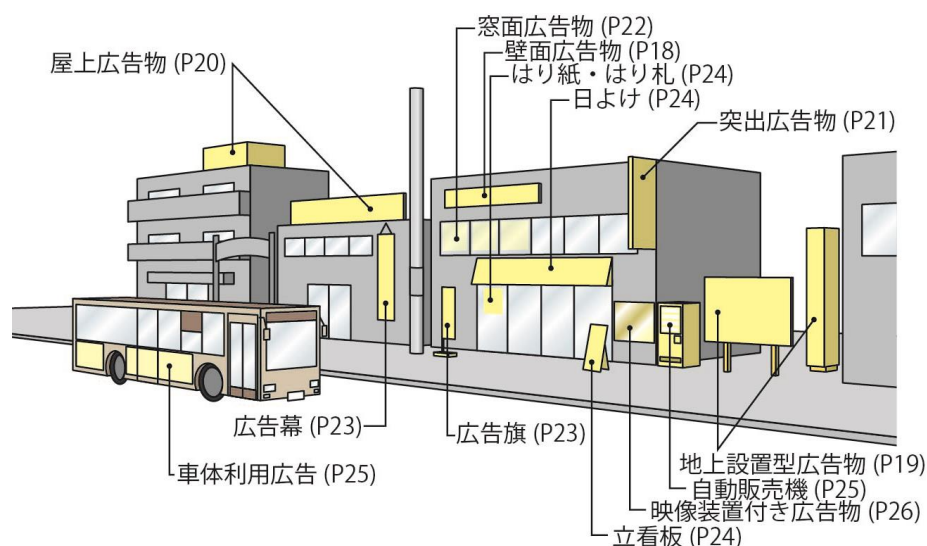
本ガイドラインで対象となる広告物

規模の小さい広告物も含めた「すべての広告物」 / 窓ガラスの内側に設置された広告物

吹田市屋外広告物条例に規定される屋外広告物

屋上広告物 / 地上設置型広告物 / 壁面広告物 / 突出広告物
電柱及びこれに類するものを利用する広告物 /
電車またはバス等の車両を利用する広告物 /
アドバルーン / 広告幕 / 簡易広告物（はり紙、はり札、広告旗、立看板等）

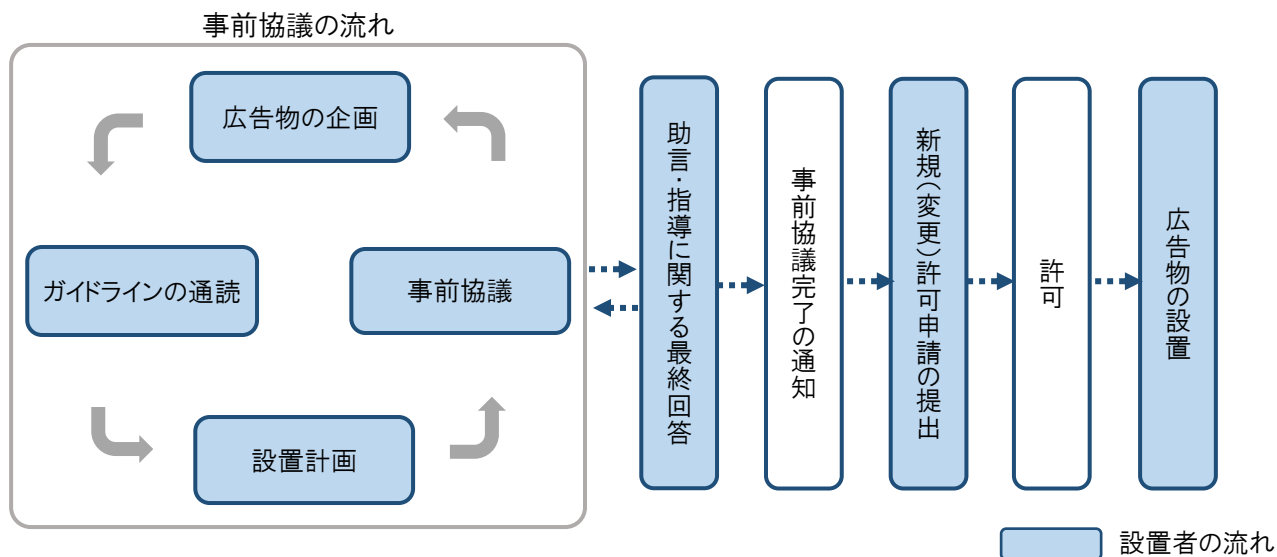
■対象例



(4) ガイドラインの使い方

吹田市屋外広告物条例の許可申請まえに

屋外広告物を表示・設置する場合は、吹田市屋外広告物条例により、あらかじめ許可申請が必要です（適用除外あり）。



事前協議では、ガイドラインを基に、より良い景観づくりを目指して広告物のあり方について協議を行います。そのため、設置計画の段階でこのガイドラインを「手引書」あるいは「参考書」として一読していただき、企画の段階から、よりわかりやすく素敵な広告景観を目指しましょう。

▶全体のフローについて

参考資料

P.40 (1) 屋外広告物許可申請の手続き等

ガイドラインの活用場面

広告物を設置したい時

屋外広告物を品格あるものとするには、背景となる景観との調和が不可欠となります。このガイドラインは、特徴ある地域の景観について解説していますので、広告物の設置を考える際に本書を読み、計画に反映してください。また、「吹田市景観まちづくり計画」においても、地域の特性について示していますので、確認してください。

景観のルールをつくりたい場合

地域の景観を守るために何らかのルールが必要だと考えている場合は、類似している地区を選び、景観についてのルールづくりに活用してください。

景観について学びたい場合

屋外広告物のあり方を含む景観についての勉強会・研修会などを開催する際、本ガイドラインを参考書としてお使いください。

第2章 共通の配慮事項

吹田市景観まちづくり計画を推進するための景観形成基準に基づき、屋外広告物に関する市内全域共通の配慮事項について、事例写真を用いて解説します。

(1) 周辺への配慮

吹田市景観まちづくり計画を推進するための景観形成基準

□周辺景観の特徴を読み取り、まちなみに調和するデザインを施す。

- ・景観特性を読み取り、周辺からの見え方などを考慮したデザインを施しましょう。場所別の配慮事項をご確認下さい。

第4章 まちなみ別の配慮事項

→P.27

第5章 特定地区の配慮事項

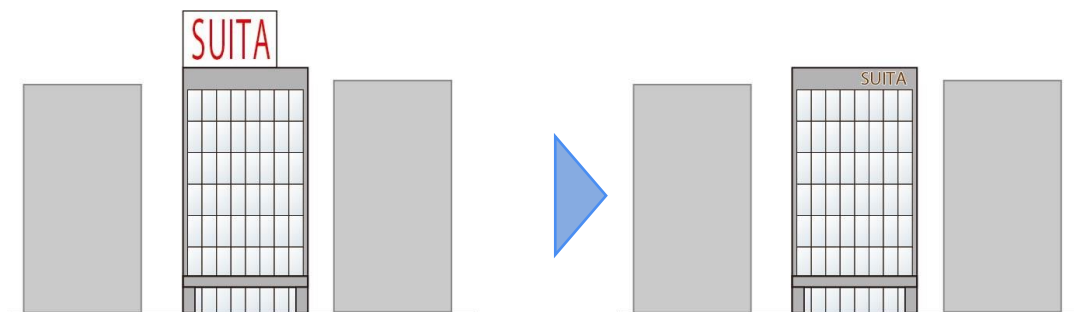
→P.39

(2) 最小限の大きさ

吹田市景観まちづくり計画を推進するための景観形成基準

□まちなみに適した必要最小限の大きさとする。

- ・屋外広告物は広告物単体としてだけでなく、建築物の一部として周囲から見られます。周辺の建築物等との関係性や周囲のまちなみとの調和に配慮し、必要最小限の大きさにするなど配慮しましょう。



周囲のまちなみに適した大きさにする



まちのスケールに適した必要最小限の大きさにする

■ 配慮のための参考事例



箱文字デザインにして大きさや幅を揃えて配置した事例



駅前のまちなみに配慮し、広告物の色や大きさ、配置を工夫した事例



威圧感のない大きさの壁面広告物と大きさを抑えた地上設置型広告物の事例



歩行者からの見え方に配慮した事例

Point

適切な文字の大きさとは

公共サインの視認性の基準としては、両眼矯正視力0.5の歩行者が無理なく判断できる適切な文字の大きさの目安は、「文字の高さ×250＝視認距離」と記載されています。

視認距離	屋外広告物の例	和文文字高	英文文字高
300m	屋上広告塔等	120cm以上	90cm以上
200m		80cm以上	60cm以上
100m	壁面利用広告物等	40cm以上	30cm以上
40m	袖看板 / 突出し看板 / 広告旗等	16cm以上	12cm以上
30m		12cm以上	9cm以上
20m	はり紙 / 立看板 / 置看板等	8cm以上	6cm以上
10m		4cm以上	3cm以上

和文文字高
吹田市
英文文字高
Suita City

参考資料：公共交通機関旅客施設の移動円滑化整備
ガイドライン（国土交通省）

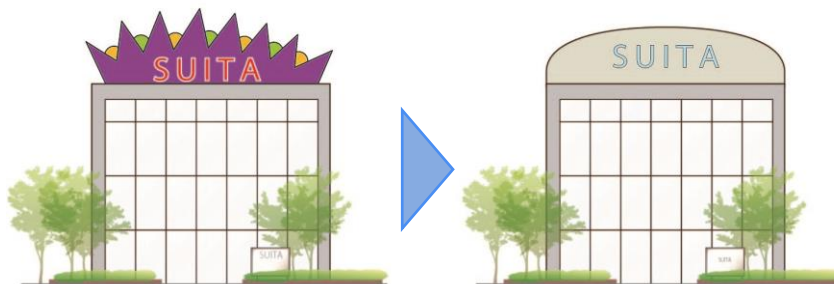
(3) 建築物や場所との一体性

吹田市景観まちづくり計画を推進するための景観形成基準

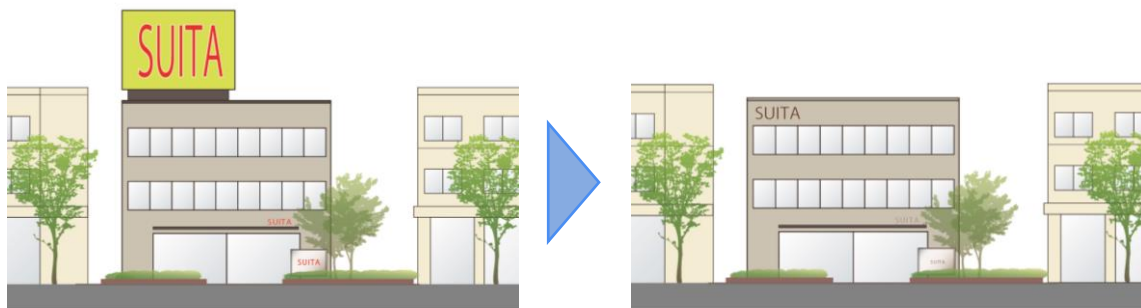
□建築物又は設置する場所と一体的なデザインを施す。

建築物との一体性

- ・建築物の外観意匠との不調和は、まちなみを乱す要因となります。建築物と一体感を持たせるように工夫しましょう。
- ・計画段階から屋外広告物を含めたデザインを考え、建築物の外観全体がまとまるようにしましょう。



奇抜なデザインは避け、建築物と一体感のあるものにする



建築物やまちなみ等との一体感を高めるようにデザインや大きさ等を工夫する

■ 配慮のための参考事例



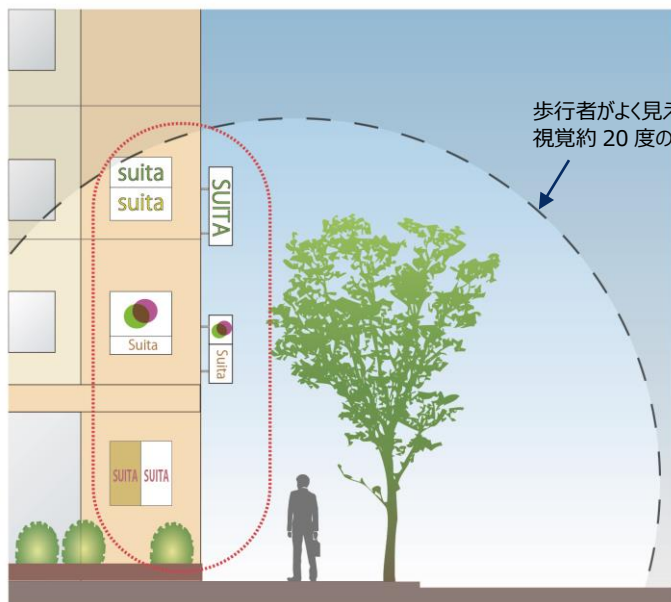
サインと底の色を合わせ、建築物と一体的に計画した事例



外観意匠と広告物のデザインで一体感を創り出している事例

場所との一体性

- ・歩道付近に面した場所に掲出する場合は、歩道上から4階以上の部分には目が行きづらいとされています。できるだけ**3階以下**に掲出し、低層部の賑わいの演出につなげていきましょう。



歩行者が普通に歩いているときは9mほど先の地面に目を向け、およそ20度の範囲を見ている。
20度の範囲は建物の1～3階の低層部にあたる。

参考資料：「屋外広告の知識／デザイン編」
(屋外広告行政研究会編)

歩道に面する広告物は3階以下に掲出し、沿道の賑わい形成に配慮する

■ 配慮のための参考事例



掲出高さやデザインを合わせて一体感を演出している事例



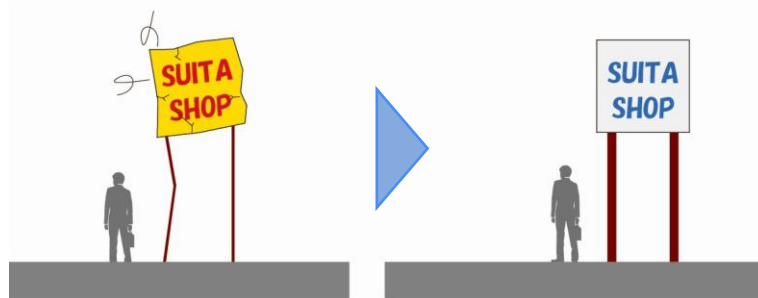
低層部に配置し、沿道の賑わい形成に配慮している事例

(4) 維持管理

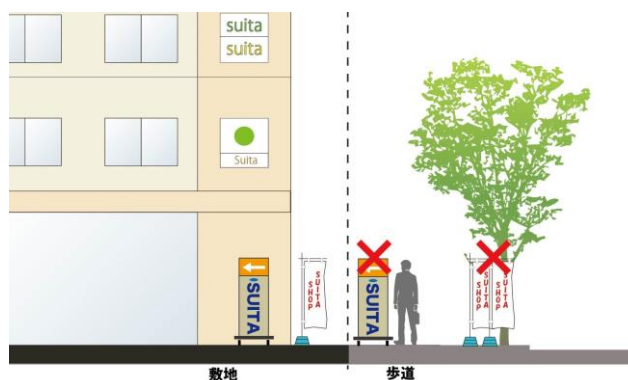
吹田市景観まちづくり計画を推進するための景観形成基準

□建築物の外壁に調和し、安全で耐久性のある材質を使用する。

- ・ 広告物を掲出するすべての方は安全管理義務があります。定期点検を行うことで、落下や破損による事故を未然に防ぎ、適正な維持管理と責任ある安全管理に努めましょう。
- ・ 歩道に面して広告物を掲出する場合は、歩行者や自転車の通行の妨げにならないよう、敷地内に設置しましょう。



盤面や広告物の構造体等の亀裂や腐食などに注意し、安全管理に努める



歩行者や自転車、緊急車両の妨げにならないように敷地内に配置する

Point

安全管理について

屋外広告物は建築物の外壁面や屋上等に設置されることが多く、風や雨、強い日差しなどの自然環境により、設置直後から劣化が始まります。

これらをそのまま放置しておくと、広告物が落ちる、飛ぶ、倒れるような事故につながり、過去には老朽化により広告物が落下し、歩行者が重症を負う重大な事故が発生しています。

このような事故が発生した場合は、広告主、所有者等が責任を問われることとなるため、定期的な点検と、劣化の進行を防ぐ保守を欠かさず行うことが必要です。



ガイドブックは国土交通省等のホームページからダウンロードできます

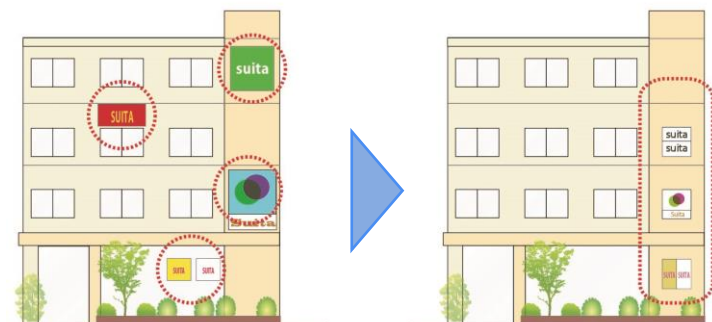


(5) 最小限の数や集合化

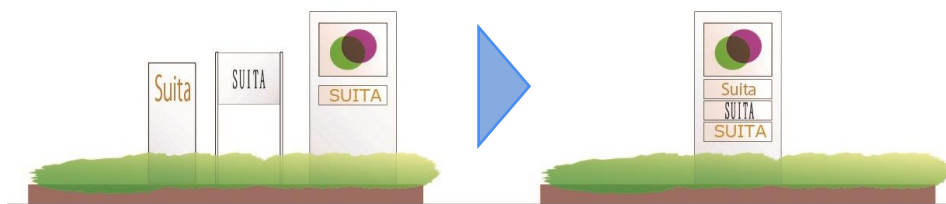
吹田市景観まちづくり計画を推進するための景観形成基準

- 設置する数量を極力少なくする。
- 複数設置する場合は、統一感を持たせること。

- ・壁面や建築物周りに過多の掲出をすることはまちなみを乱す要因となります。広告物の整理や集合化を図るなど、必要最小限の掲出にしましょう。



統一感を持たせ、最小限の数にする



地上に設置する広告物を整理、集合化する

■ 配慮のための参考事例



外壁デザインに合わせて複数の広告物を集合配置した事例



テナント等の店舗名を集合配置した事例

(6) 形態・意匠

吹田市景観まちづくり計画を推進するための景観形成基準

- 表示する情報量の整理に努める。
- 表示する文字、図柄などは、良質なデザインを施す。

情報量の整理

- ・情報があふれることで、広告の効果を半減させるだけでなく、掲出費用や維持管理の負担も増加します。同じ情報の反復は避けましょう。
- ・人が短時間で記憶できる情報量には限界があります。記憶に残る広告物の表示内容にするために、伝えたい内容や表現を簡潔にしましょう。

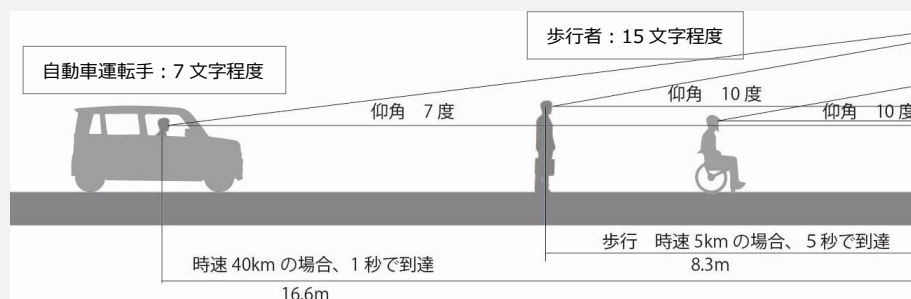


繰り返して広告物を掲出することは避け、わかりやすく整理して表示する

Point

適切な文字数とは

歩行者が瞬間的に判読できる文字数は 15 文字程度、自動車運転手の場合は走行速度 40km の場合で 7 文字程度とされています。屋外広告物の文字数は **15 文字以内**としましょう。



参考資料：「屋外広告の知識／デザイン編」（屋外広告行政研究会編）

良質なデザイン

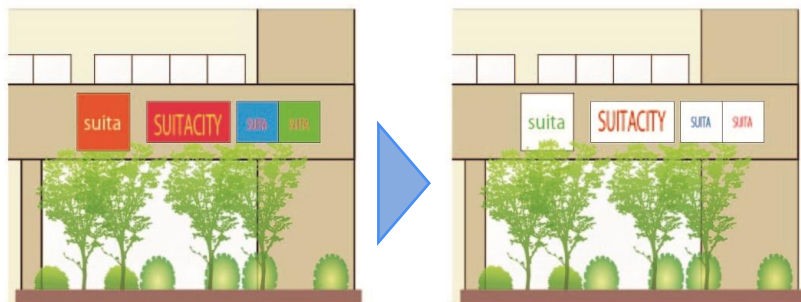
- ・屋外広告物は、周辺の景観特性に応じた大きさや形態などをデザインに取り入れ、その場所の特徴を際立たせるようにしましょう。
- ・人物や飲食物等の写真を用いたダイレクトな表現は、目立ちやすい一方で、まちなみの連続性やまとまりを妨げるほか、歩行者に対して圧迫感を与える要因となるため、表現が過大にならないようにしましょう。

(7) 色彩

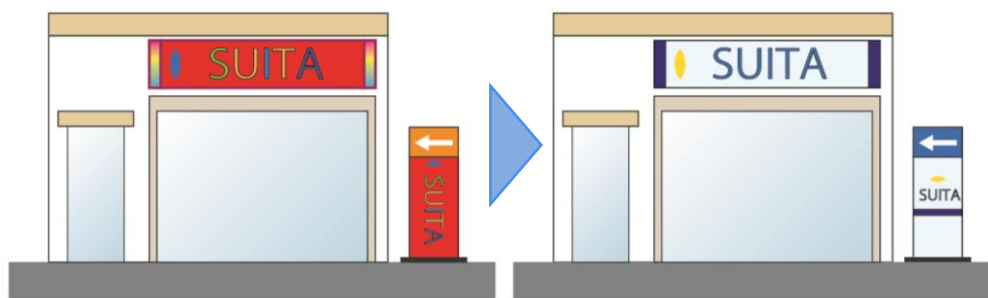
吹田市景観まちづくり計画を推進するための景観形成基準

□色数は極力少なくし、色相はコントラストの強い配色を避ける工夫をする。

- ・鮮やかな色彩が氾濫すると、建築物の外観意匠やまちなみが雑然としやすくなります。周囲との調和に配慮して、けばけばしい色彩やコントラストの強い配色は避けましょう。



地色を控えめな色彩で統一して、まちなみに配慮する



大きな面積に高彩度（彩度 10 以上目安）の使用を避け、明度差等により視認性を高める

■ 配慮のための参考事例



外壁のデザインに合わせ一列に配置し、盤面の地色
を白色に統一した事例



外観の色彩に合わせてシンプルな箱文字サインを配
置した事例

▶ 色彩の考え方について

参考資料

P.42「色彩デザインのポイント」

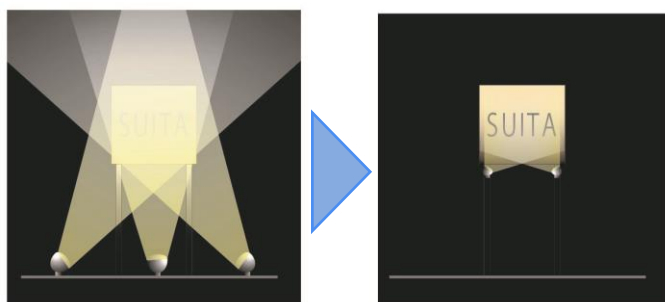
P.43「配色効果」「判読性の向上」

(8) 夜間照明

吹田市景観まちづくり計画を推進するための景観形成基準

□まちなみと調和する夜間景観とし、照明の数量や光源の見え方にも配慮する。

- ・必要以上に広告物を照らすと、まちなみから浮き出てしまうなど、光害になることもあります。周辺環境に配慮した輝度とするほか、見え方に留意し、際立たせすぎない工夫をしましょう。
- ・原則、高層部の設置を避けましょう。



最小限の照明で目立ちすぎないような工夫をする



周囲に悪影響を及ぼさない照明方法にする（点滅照明や回転灯等は避ける）

- ・夜間照明方法により、場所の雰囲気やまちの賑わいを演出することができます。また、照明器具の光の色温度の設定等により温かみを感じさせる演出も可能です。建築物の照明計画と合わせるなど、場所や演出方法に応じた照明方法を選びましょう。

	ネオン	外照式	内照式 (盤面)	内照式 (箱文字)	間接照明式 (バックライト)
照明 方法	ガラス管の中にガスを充てんし、電気を通すことで発光するもの	外付けのスポットライト等により表示面をライトアップするもの	盤面内部に照明装置を内蔵し、自ら発光するもの	箱文字内部に照明装置を内蔵し、自ら発光するもの	箱文字の裏面や側面の照明装置により壁面をライトアップして輪郭を浮かび上がらせるもの
事例					
考え方	建物低層部での使用を基本とし、住環境への配慮が求められる地域では使用しないこと。	表示面全体を照らすため、大面積での使用は景観に与える影響が大きい。光源が露出しないように配慮すること。	表示面全体が発光するため、規模や色彩によっては景観に与える影響が大きい。高層部、大面積での使用はできる限り避けること。	小さい光源で自由な色彩表現が可能。企業名やロゴサイン等を表現する場合に用いる。	光源が小さく、周囲に与える影響が少ない。上品な印象を与えることが可能。

■ 配慮のための参考事例



内照式（箱文字）を使用し、小さい光源で効果的に表示した事例



間接照明を用い、設置高さを低く抑え、色温度を統一した事例

Point

色温度について

色温度を表す単位として、色温度=ケルビン（K）が使われます。

例えば、火の色（1800K）は赤っぽく、白熱電球の光（2800K）はオレンジ色になります。

満月の光（約 4000K）や晴天時の太陽光（約 6000K）は白から青みがかっています。

赤からオレンジ、黄色、白、青白色と移行するにつれて、色温度が高くなります。

温かみの感じられる色温度は、概ね 3000K 以下とされています。

住宅地域では住環境に配慮して安らぎを感じられる低い色温度にするなど、地域の雰囲気作りに貢献することが大切です。

色温度	自然光	光の色	人工光源	
			LED	電球・その他
12000K	● 快晴の北空	青味がかった光色		
10000K				
9000K				
8000K				
7000K				
6000K	● 平均正午の太陽光		● 昼光色相当	● 水銀灯
5000K		白っぽい光色	● 昼白色相当	● 白色系蛍光灯
4000K	● 満月		● 白色相当	
	● 日没 1 時間前			
3000K		赤味がかった光色	● 電球色相当	● 白熱電球
	● 日の出 30 分後			● ナトリウム灯
	● 日没 30 分前			
2000K	● 日の出 ● 日没			● ろうそくの炎

色温度の図

第3章 種類別の配慮事項

屋外広告物を建築物や敷地のどの場所に設置するか種類を選びましょう。屋外広告物を計画するにあたって、誰が、どこから、どのような状態で見えるのかという見え方についてよく検討し、効果的に設置することが大切です。

(1) 壁面広告物

- ・壁面広告物は広告物の大きさや配置によっては、建築物の外観デザインが損なわれたり、まちなみが不揃いな印象になるなどの特性があります。これらの特性等を踏まえ、外観デザインやまちなみ等に配慮した広告物としましょう。

具体的な配慮事項

- 建築物デザインと一体感を持たせる。
- 建築物デザインに応じた大きさで、バランスのよい位置に設置する。
- 1建物で複数設置する場合は、設置位置や大きさをそろえる。
- 低層部での設置を基本とし、盤面は地色を壁面と同系色とするか、箱文字表示にするなど建築物になじませる。
- 高層部に配置する場合は箱文字や切り文字表示とする。

■ 配慮のための参考事例



箱文字デザインにコーポレートカラーを使用し、大きさや幅を揃えて配置した事例



外壁デザインに合わせて複数の広告物を集合配置した事例



建築物デザインと一体感を持たせた事例



外観デザインに合わせてシンプルなサインを配置した事例

(2) 地上設置型広告物

- ・地上設置型広告物は、建築物の外構や歩道等に面した公共的な空間に設けられます。テナントビル等の複数の事業者が表示する場合、多くの広告物が設置される可能性があります。設置に際しては、集合化し、外構の一部として一体的に計画しましょう。

具体的な配慮事項

- 安定感のある形態にする。
- 1 建物で集合化し、建物にあわせたデザインを施す。
- 見通しや通行を妨げない位置、高さに設置する。
- 地色は、低彩度で周辺のまちなみに調和する色を用いる。
- 支柱の色は低彩度におさえ、支柱の周囲には植栽を施す。
- 照明を工夫し、夜間景観を高める。けばけばしい電飾は避ける。
- 商品広告は避ける。

■ 配慮のための参考事例



周囲の建築物や工作物の色彩やデザインと調和するように配置された事例



複数のテナントを集合化した事例



地色に周辺のまちなみに調和した色を用いた広告物の事例



植栽地に配置された広告物の事例



建築物にデザインを調和させて高さを低く抑えた駐車場案内サインの事例



見通しを妨げないように高さを低く抑えた広告物の事例

(3) 屋上広告物

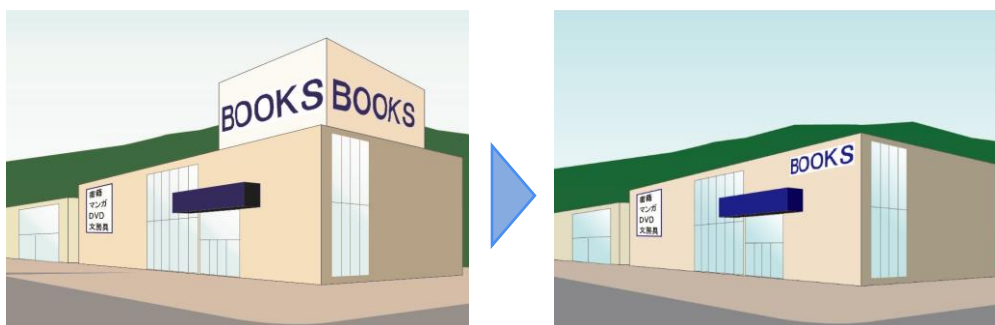
屋上広告物は丘陵地や緑の眺望を阻害するため、できる限り設置を避けてください

- ・屋上広告物は比較的遠い場所から目につきやすく、広告物の規模が大きくなる特性があります。また、高所にあることから、周辺のまちなみや背景の丘陵などの景観に影響を及ぼす可能性があります。
- やむを得ず設置する場合は以下に配慮しましょう。

具体的な配慮事項

- 建築物デザインと一体感を持たせる。
- 安定感のある形態にする。
- 地色を壁面と同色に、箱文字表示にするなど建築物になじませる。
- 商品広告は避ける。
- 周辺のまちなみや丘陵等への眺望に配慮した形態、規模にする。

■ 配慮イメージ



敷地の後背地などに丘陵地等がある場合は、丘陵や緑地等への眺めを阻害しないように、広告物の規模や設置位置を工夫するなど配慮しましょう。

■ 配慮のための参考事例



屋上ではなく、建築物の外観意匠等に配慮し壁面に設けられた事例



屋上付近の外壁色を活かし箱文字サインを配置した屋上広告物の事例

(4) 突出広告物

- ・突出広告物は、通りの景観やまちなみの連続性などに大きな影響を与えるものです。まちなみの連続性や、つながりを乱さないように配慮しましょう。

具体的な配慮事項

- 建築物デザインと一体感を持たせる。
- 整理、集合化し、1 建物で 1 つとする。
- 地色は、低彩度で建物と調和する色を用い統一する。
- 隣接建物の突出広告と設置高さや突出幅をそろえる。
- 歩行者目線の低層部の設置を基本とする。

■ 配慮のための参考事例



1 建物で整理、集合化させた事例



歩行者に向けて低層部で効果的に表示した事例



建築物デザインと一体感を持たせたバナーによる突出広告物の事例



地色を低彩度とし、建物と調和した色を用いた事例

(5) 窓面を利用した広告物

- ・窓面を利用した広告物は、窓ガラス等の開口部を利用した広告物を指します。屋内から掲出する広告物については、屋外広告物の定義に当てはまらないことから規制が難しく、無秩序な表示等が拡大し、窓本来の役割を損なう他、景観への影響が懸念されています。
- ・屋内から掲出する広告物も屋外広告物と同様に、建築物のデザインを損なわないように配慮し、閉鎖感や圧迫感を与えないようにしましょう。

具体的な配慮事項

- 窓面全面を広告物で覆わない。
- 無造作な掲出は避け、必要最小限にする。
- シンプルなデザインとし、設置位置や表現方法をそろえる。
- 窓面に貼りこむ場合は、切り文字とし、面的に窓面を塞がないようにする。

■ 悪い例



■ 配慮のための参考事例



スーパーは窓面に広告物を設置しがちですが、設置せずにガラスの透過性を活かし、建物内を効果的に魅せている事例



窓面から一定の距離をとり、建築物の外観に配慮した事例



最小限の広告物で効果的に魅せている事例



切り文字で窓に貼り込んでいる事例

(6) 広告幕（懸垂幕）

- ・ 壁面を利用する場合、幕の規模が大きくなることもあるので、建築物やまちなみとのバランスに配慮し、必要最小限の大きさ等になるよう配慮しましょう。

具体的な配慮事項

- 必要最小限の大きさにする。
- 見通しや通行を妨げない位置、高さに設置する。
- 壁面や軒先に掲げる場合、建物ファサードや意匠に配慮し、設置位置や表現方法を工夫する。

■ 配慮のための参考事例



歴史的な外観に合わせて広告幕を配置している事例



店の雰囲気を感じさせる広告幕を配置している事例

(7) 広告旗（のぼり旗・バナー広告等）

- ・ 歩行者や自転車等、通行の妨げにならないよう留意するとともに、過度な配置とならないように配慮しましょう。
- ・ のぼり旗は、短期間の設置とし、バナーやのれんなどの設置を検討しましょう。

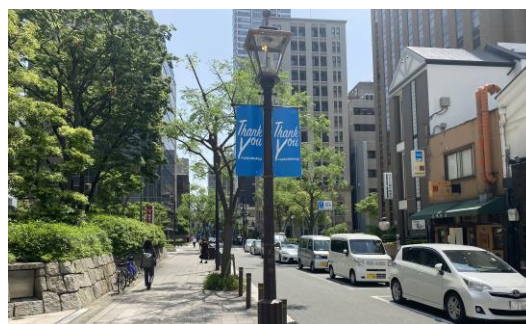
具体的な配慮事項

- 必要最小限の大きさにする。
- 繰り返しの表現や過度な連続配置を避ける。
- 通りの見通しや通行を妨げない位置、大きさに配慮する。
- 連続的に配置する場合、設置位置や表現方法等デザインを揃え、一体感を演出する。

■ 配慮のための参考事例



通りに面した壁面に広告旗を設置し、通りの賑わいを演出している事例



必要最小限の大きさに通りの魅力を創出している事例

(8) 立看板

- ・歩道等にはみ出さないよう、歩行者等の通行を妨げないようにしましょう。

具体的な配慮事項

- 必要最小限の大きさにするなど、シンプルなデザインとし、施設や店舗の印象を演出する。
- 歩行者等の通行を妨げないように、敷地内に設置する。

■ 配慮のための参考事例



敷地内に計画的に配置された事例



シンプルなデザインの立看板事例

(9) 日よけ

- ・日よけは、建築物の低層部のデザインに配慮した大きさや色彩としましょう。また、外壁等外観の一部として計画し、隣接するまちなみに配慮しましょう。

具体的な配慮事項

- 建築物デザインと一体感を持たせる。
- 文字等を配置する場合は、できるだけ小さくワンポイントとする。
- 地色は、1色づかいとし、建築物や周辺のまちなみに調和する色を用いる。

■ 配慮のための参考事例



文字を小さくワンポイントとし、落ち着いた色彩を用いた事例



コーポレートカラーを使い、通りの賑わいを演出している事例

(10) はり紙・はり札

- ・はり紙・はり札の安易な配置は控えましょう。設置する場合は、期間を限定するなど必要最小限としましょう。

(11) 自動販売機等

- ・自動販売機等は、建築物の前面や道路脇に置かれるなど、建築物やまちなみ等の沿道景観に大きな影響を及ぼします。建築物の外壁や周辺のまちなみに調和した色彩や配置とするなど、配慮しましょう。

具体的な配慮事項

- 自動販売機の外観色彩は、近接する建築物に調和する配置、落ち着いた色彩とする。
- 複数台設置する場合は、色彩を揃える。
- ブランドや商品名などは最小限の表示にする。

■ 配慮のための参考事例



背景の緑と調和する落ち着いた色彩を用いた事例



自動販売機本体の色彩等を背後の外壁材と同調させて目立たなくさせた事例

(12) 車体利用広告物

- ・車体利用広告物は行き交う人々の目に無条件で飛び込んでくる特性を有しているため、交通上の安全性や沿道等への景観配慮が必要となります。
- ・公共空間を移動する広告物としてまちなみに配慮し、シンプルなデザインとしましょう。

具体的な配慮事項

- 文字の大きさは読みやすさと全体のバランスに配慮する。伝えたい情報を整理し、最小限にする。
- ロゴ、社名、商品名の繰り返しの利用は避ける。車体デザインに留意し、サイン等デザインが切れないように注意する。
- 地色又は広範囲に使用する色彩は、派手な原色又は金銀色を使用しない。
- 自動車等運転者の誤解を招くおそれがあるものは避ける。(テールランプの色と同色など)

■ 配慮のための参考事例



コーポレートカラーを使用したバスラッピングの事例



沿線の景観に配慮されたラッピング列車の事例

(13) 新たな広告物への対応（表示可変式等）

映像装置付き広告物（デジタルサイネージ）

- ・映像装置付き広告物（デジタルサイネージ）は、周辺環境に大きな影響を与えるため、商業地や人の往来の多いターミナル周辺での使用を原則とし、住環境への配慮が求められる地域では設置しないでください。

〈吹田市屋外広告物条例〉

- ・第一種低層住居専用地域、第二種低層住居専用地域などは禁止区域。
- ・重点制限区域（第一種中高層住居専用地域・第二種中高層住居専用地域）では光源が点滅するもの、光源（ネオン管に限る。）が露出するもの又は映像装置若しくはこれに類するものを使用しないこと。

- ・上記以外の地域で表示可変式等の広告物を表示等する場合は、以下に配慮しましょう。

具体的な配慮事項

- 住環境への配慮が求められる地域には設置しない。
- 壁面広告物、地上設置型広告物のみとし、突出広告物は不可とする。
- 壁面に設置する場合は、建築物と一体的な形態・意匠とし、低層部での設置を基本とする。また、窓面をふさがないように設置することとする。
- 地上設置型とする場合は、ヒューマンスケールに配慮した高さや幅とする。ただし、これによらない場合は本市との個別協議により決定するものとする。また、通行の妨げにならない設置位置とする。
- 連続して設置しない。
- 昼間と夜間の見え方等に配慮し輝度を調整する。（夜間は 800cd/m²以下を目安とする）
- 自動車運転の視線、交通信号、交通標識等に影響を与えないよう、派手な色彩や点滅、動きの速い動画は避ける。
- 原則、音は出さない。
- 周辺環境に応じて適切な消灯時間を設定する。

■ デジタルサイネージの事例



商業地に配置されたデジタルサイネージ事例



歩行者からの見え方に配慮されたデジタルサイネージ事例

プロジェクションマッピングやメディアファサード

プロジェクションマッピングやメディアファサードなど光や映像による演出は、規模が大きく、期間が限定されるものであっても周辺環境への配慮を十分に行う必要があります。設置にあたっては本市との個別協議が必須となります。

第4章 まちなみ別の配慮事項

(1) まちなみ別等の地区区分について

- ・ まちなみ別の地区区分については、市内全域を対象として「①住宅地区」「②工業地区」「③商業地区」と区分しており、概ね用途地域区分を基にした土地利用の特性に応じて区分しています。
- ・ さらに、地域の特性に応じた地区として、「④幹線沿道・鉄道沿線地区」「⑤歴史的地区」「⑥文化学術地区」「⑦緑・水辺地区」4種の特性を持つ地区として、土地利用の特性区分に上乗せする地区として設定しています。
- ・ なお、特定地区の「万博公園周辺地区」については、他の地区の配慮内容より優先するものとします。

まちなみ別地区区分

ま ち な み 別 の 地 区 区 分	(2) 土地利用の 特性に応じた 配慮事項	地区区分		ページ
		① 住宅地区		
		①-1 住宅地区（低層住宅地）		P.28
		①-2 住宅地区（中高層住宅地）		P.29
		② 工業地区		P.30
		③ 商業地区		
		③-1 商業地区（駅前周辺）		P.31
		③-2 商業地区（商店街）		P.32
		③-3 商業地区（近隣センター）		P.33
		③-4 商業地区（幹線道路沿い）		P.34



土地利用区分に地域特性地区を上乗せ区分

(3) 地域の 特性に応じた 配慮事項	地区区分		ページ
	④ 幹線沿道・鉄道沿線地区		P.35
	⑤ 歴史的地区		P.36
	⑥ 文化学術地区		P.37
	⑦ 緑・水辺地区		P.38



上記と別区分

特定地区区分

特定地区の 配慮事項	地区区分	ページ
	万博公園周辺地区	P.39

(2) 土地利用の特性に応じた配慮事項

① 住宅地区

①-1 住宅地区（低層住宅地）

景観形成の配慮ポイント

住宅地の落ち着いたあるまじきに調和させる

具体的な配慮事項

- 屋外広告物の色彩等は、周囲の住宅等やまちなみ景観との調和を図る。
- 屋外広告物は、木材や石材等の自然素材を活用し、安らぎが感じられる住宅地の雰囲気を守る。
- 照明等は、必要最小限の光源とし、住宅側に光が拡散しないようにするとともに、深夜の時間帯は消灯するなど、住環境に配慮する。
- 住宅地に近接して設ける駐車場は、屋外広告物や関連施設の外観色彩を低彩度にし、外観意匠もシンプルなものにするなど、周辺と調和を図る。

〈吹田市屋外広告物条例〉

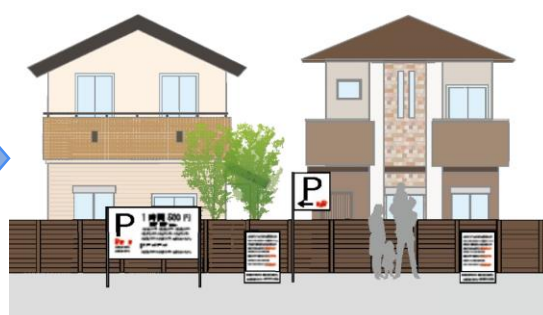
- ・ 第一種低層住居専用地域、第二種低層住居専用地域などは禁止区域。（自家用広告物は表示面積の合計 5 ㎡以内まで設置可能）

屋外広告物による景観形成のイメージ例



×悪い例

- 広告物の色彩に黄色等の高彩度色が大きな範囲で使われると、背景の低彩度の外観色彩との調和が損なわれます。



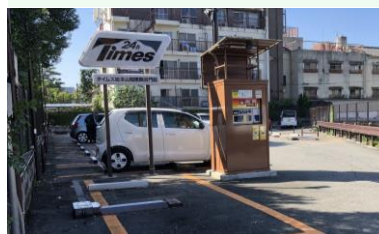
○良い例

- 広告物の盤面の地色を白色や低彩度色とすることで背景のまちなみの落ち着いた外観色彩と調和しつつ、視認性も確保できます。

地区区分図



具体的な配慮事例



表示面の地色を白色にしている事例



広告物と周辺機器の外観色を茶系の色彩に合わせて周辺景観に調和している事例

①-2 住宅地区（中高層住宅地）

景観形成の配慮ポイント

様々な用途や規模の建築物が共存する地域に配慮しながら、まちなみの調和に寄与する屋外広告物の景観づくりを目指す

具体的な配慮事項

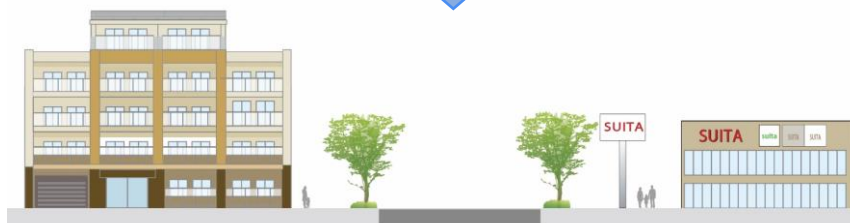
- 屋外広告物の色彩等は、周囲の住宅等やまちなみ景観との調和を図る。
- 住宅地に近接する商業・業務施設の屋外広告物は、必要最小限の数とし、規模を小さく設置高さ等に留意するなど、際立たせすぎないように工夫し周辺のまちなみとの調和を図る。
- 照明等は、必要最小限の光源とし、住宅側に光が拡散しないようにするとともに、深夜の時間帯は消灯するなど、配慮する。
- 商業・業務施設が多い場所では、隣接する店舗同士で掲出位置や大きさを揃えるなど、賑わいの連続性を創出する。

屋外広告物による景観形成のイメージ例



× 悪い例

● 広告物の規模や色彩が際立ち不揃いであるため、まちなみとの調和を乱しています。



○ 良い例

● 規模や色彩を揃えることで、住宅地やまちなみとの調和に配慮します。

具体的な配慮事例



外観の色彩に合わせてシンプルな箱文字サインを配置した事例



広告物の大きさをそろえてシンプルに見せている事例

② 工業地区

景観形成の配慮ポイント

周囲に圧迫感を与えないように配慮する

具体的な配慮事項

- 工場や倉庫等の建築物に設置する屋外広告物は、必要最小限の数とし、規模を小さく設置高さ等に留意するなど、圧迫感を与えないように周辺の景観との調和を図る。
- 表示面の地色は、建築物の壁面と同系色の落ち着いた色彩とする。
- 建築物の高層部に設置する広告物は、シンプルなデザインの箱文字・切り文字とするなど、隣接する建築物や周辺のまちなみに配慮する。
- 地上設置型広告物等を配置する場合は、必要最小限の数とし、シンプルなデザインにするとともに、外構の植栽や周辺のまちなみに配慮したデザインにする。

屋外広告物による景観形成のイメージ例

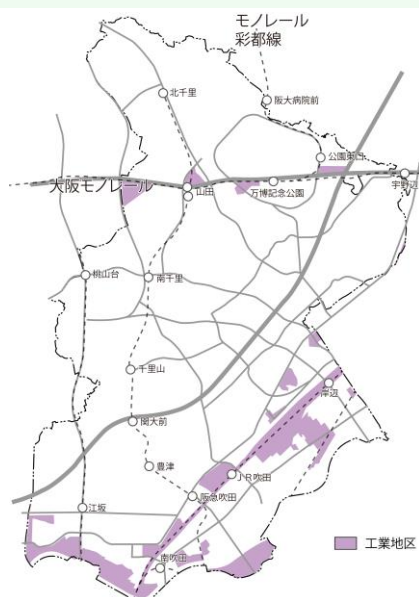


- 広告物の色彩や規模が際立ち、まちなみや通行する人に圧迫感を与えています。



- 建築物や工作物等の外観色彩に調和させたり規模を適切な大きさにすることで、周辺との調和を図ることができます。

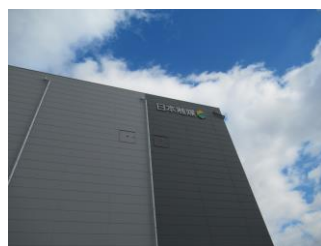
地区区分図



具体的な配慮事例



シンプルな切り文字のデザインとしている事例



壁面と同系色の落ち着いた色としている事例

③ 商業地区

③-1 商業地区（駅前周辺）

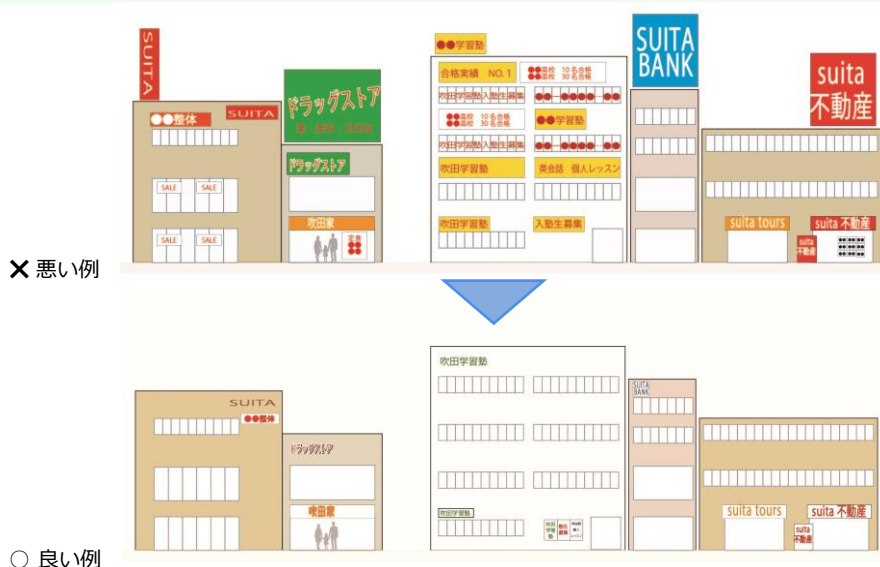
景観形成の配慮ポイント

まちの玄関口として、にぎわいと品格を感じさせるまちなみを演出する

具体的な配慮事項

- 駅前広場や駅舎等に面する建築物に設置する広告物は、そのまちの特性を理解した上で、主に低層部に設置するなど、連続的に賑わいを演出するように配慮する。
- 建築物の高層部に設置する広告物は、シンプルなデザインの箱文字・切り文字とするなど、隣接する建築物や周辺のまちなみに配慮する。
- 複数のテナントが屋外広告物を表示する場合は、掲出位置や大きさ等を統一し、低層部に集合化する。

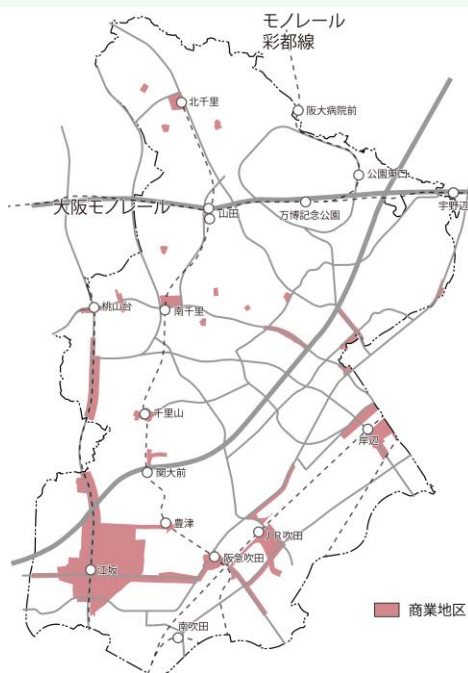
屋外広告物による景観形成のイメージ例



- 屋上広告物等が無造作に配置されると沿道建物のスカイラインが乱れ、まちなみの連続性が損なわれてしまいます。
- 過剰な配置や規模の大きな広告物はまちなみの調和を乱しています。

- 高層部の広告物は可能な限り壁面広告とし、切り文字や箱文字とするなど、シンプルなデザインとします。
- 必要最小限の規模、配置とし、まちなみとの調和に配慮します。

地区区分図



具体的な配慮事例



箱文字デザインにして大きさや幅を揃えて配置した事例



テント等でまちの賑わいを演出している事例

③-2 商業地区（商店街）

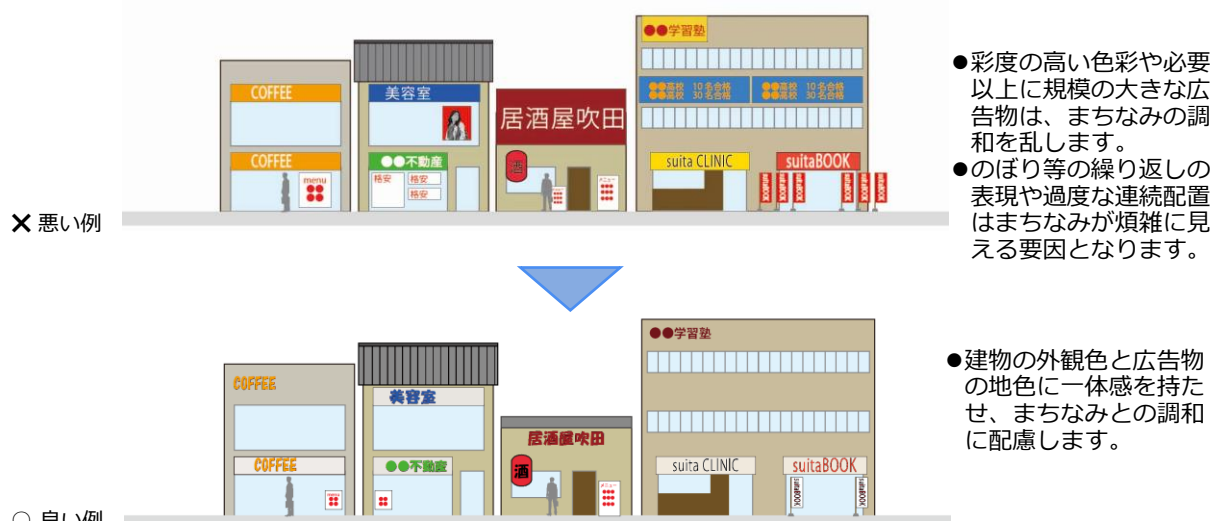
景観形成の配慮ポイント

個性豊かでにぎわいを感じさせるまちなみを演出する

具体的な配慮事項

- 屋外広告物の色彩や素材は、建築物の外観意匠と一体的にデザインし、まちなみや周辺景観との調和を図る。
- 隣接する店舗同士で掲出位置や大きさを揃えるなど、賑わいの連続性を創出する。
- 色彩や文字情報を抑えたバナーフラッグで通りの魅力を演出する。

屋外広告物による景観形成のイメージ例



具体的な配慮事例



日よけやパラソルでにぎわいを演出している事例



バナーフラッグ等で通りのにぎわいを演出している事例

③-3 商業地区（近隣センター）

景観形成の配慮ポイント

地域の取組みや地域資源を活かし、周辺の住環境と調和した景観づくりを目指す

具体的な配慮事項

- 屋外広告物の色彩や素材は、建築物の外観意匠と一体的にデザインし、まちなみや周辺の住宅景観との調和を図る。
- 屋外広告物は、必要最小限の数とし、規模を小さく、設置高さ等に留意するなど、際立たせないよう工夫する。
- 照明等は、必要最小限の光源とし、住宅側に光が拡散しないようにするとともに、深夜の時間帯は消灯するなど、配慮する。

具体的な配慮事例



建物との一体感のある広告物のデザイン事例



広告物の規模を最小限にとどめ、外観等の意匠に配慮している事例

③-4 商業地区（幹線道路沿い）

景観形成の配慮ポイント

まちのイメージを活かしつつ、にぎわいあるまちなみを演出する

具体的な配慮事項

- 道路に面する建築物に設置する広告物は、主に低層部に設置するなど、にぎわいを連続的につなげるように配慮する。
- 建築物の高層部に設置する広告物は、シンプルなデザインの箱文字・切文字にするなど、隣接する建築物や周辺のまちなみに配慮する。
- 複数の屋外広告物を集合化するなどまちの骨格として秩序ある空間を創出する。
- 交差点付近や道路がカーブする箇所などのアイストップでは屋外広告物の数や大きさ、色彩や設置位置を工夫し、魅力的なまちかどを演出する。

屋外広告物による景観形成のイメージ例

× 悪い例



- 広告物を目立たせたいあまり、派手な色彩を使ったり、多くの情報を掲載することで、まちなみの調和を乱しています。

○ 良い例



- 場所や対象者にふさわしい大きさとしします。
- 視認性や判読性を考慮した文字の大きさ・情報量としします。（P.14「適切な文字数とは」・P.43「判読性の向上」参考）

具体的な配慮事例



外観の色彩に調和させるように、色彩に配慮したシンプルな箱文字サインの事例



地上設置型広告物の設置高さを低く抑えて、車や歩行者からの見え方に配慮した事例

(3) 地域の特성에 応じた配慮事項

④ 幹線沿道・鉄道沿線地区

景観形成の配慮ポイント

沿道のまちなみとの一体感や歩行者などへの配慮を図り、まちの骨格として秩序ある空間を目指す

具体的な配慮事項

- 沿道沿線の屋外広告物は、見通しの景観に配慮し、圧迫感を与えないよう道路の幅員に応じて大きさや高さを整える。
- 複数の屋外広告物を集合化するなどまちの骨格として秩序ある空間を創出する。
- 交通信号機等付近の広告物は、それら標識等の設置高さより低く抑え、標識等の近似色とならないよう色彩の彩度を低くする。
- 街路樹のある場所では、屋外広告物の地色に落ち着いた色彩を用い、街路樹の上部から著しく突出しない高さにするなど、緑と調和するよう配慮する。

屋外広告物による景観形成のイメージ例

× 悪い例



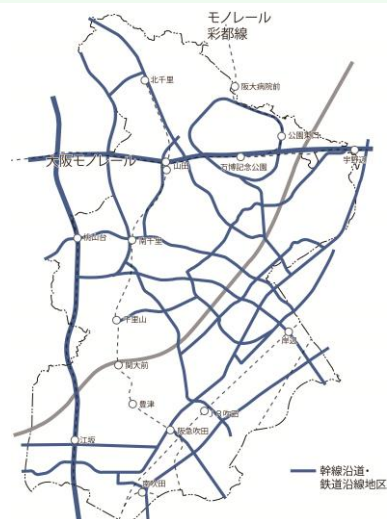
- 広告物の規模や色彩が際立ち、まちなみとの調和を乱しています。

○ 良い例



- 地色に落ち着いた色彩を用い、沿道のまちなみに調和させます。
- 信号機付近の広告物は信号機の高さより低くして、信号機を見やすくするよう配慮します。

地区区分図



具体的な配慮事例



地色に落ち着いた色彩を用い、緑と調和している事例



まちなみに応じて高さや色彩に配慮した事例

⑤ 歴史的地区 景観形成の配慮ポイント

歴史的な地域資源の周囲の風致を損なわないように配慮する

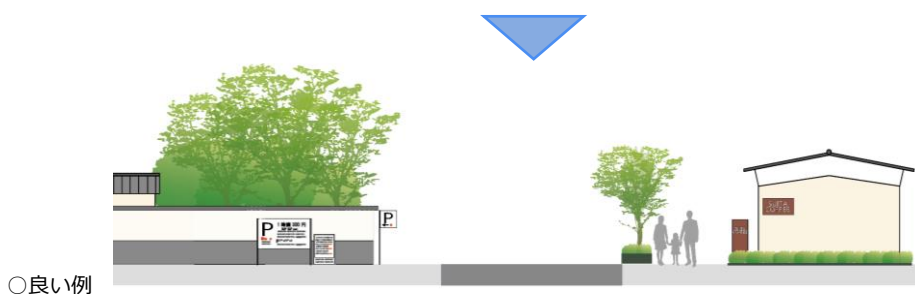
具体的な配慮事項

- 屋外広告物の素材等は木材などの自然素材を活かした意匠にする。
- 表示面の地色は、無彩色や低彩度とし、周辺のまちなみとの調和を図る。
- 色彩はコントラストを和らげた色使いとする。
- 表示面に過剰な情報を盛り込まないようにし、骨組みや照明器具を直接みせないようにデザインする。
- 照明等は必要最小限の光源とし、周辺に光が拡散しないようにするとともに、深夜の時間帯は消灯するなど、周辺環境に配慮する。

屋外広告物による景観形成のイメージ例

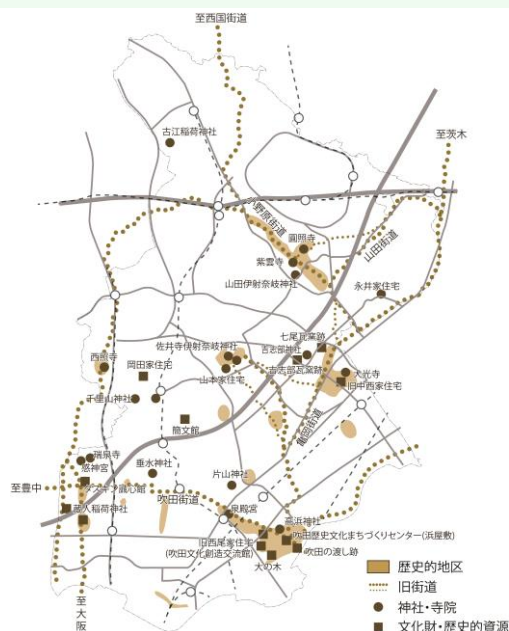


- 広告物の規模や色彩が際立ち近接する歴史的景観との調和を乱しています。



- 広告物の素材に自然素材を活用したり、地色を低彩度にするなど、周辺の歴史的資源との調和に配慮します。

地区区分図



具体的な配慮事例



板塀に設けられた木素材の広告物の事例



格子状のデザインの中にロゴマークやサインを配置し和風の印象を演出している事例

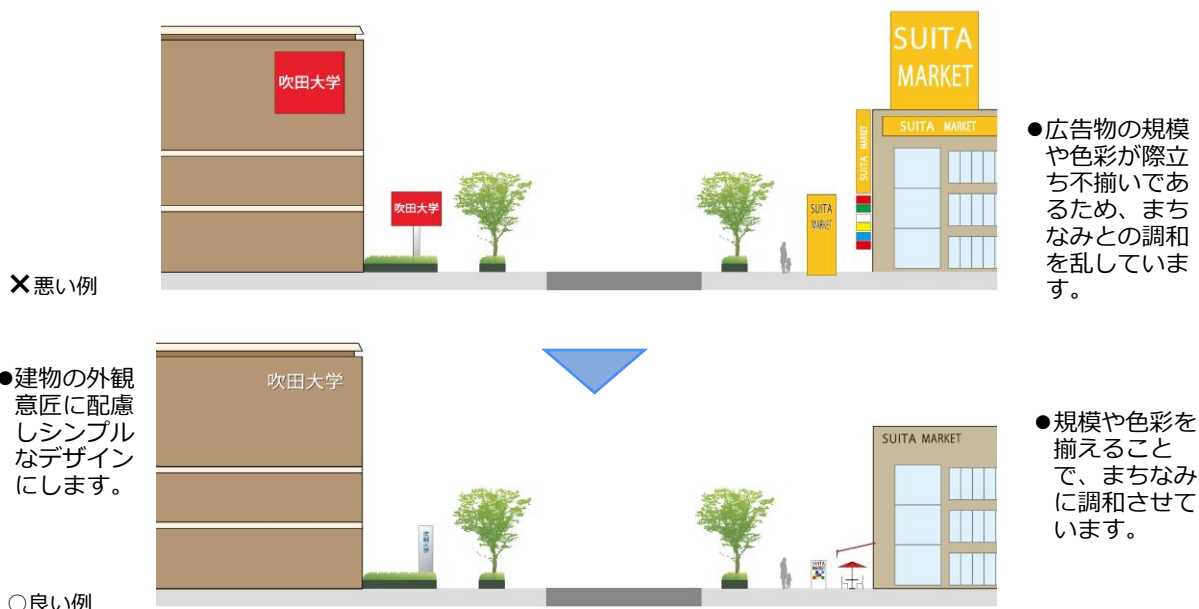
⑥ 文化学術地区 景観形成の配慮ポイント

地域に開かれた学術施設として、オープンな印象の施設を形成する

具体的な配慮事項

- 屋外広告物は、必要最小限の数とし、規模を小さく設置高さ等に留意するなど、際立たせないよう工夫する。
- 学術施設には宣伝広告を無くし、所在表示や管理表示は自然環境との調和に努める。
- 照明等は、必要最小限の光源とし、光が拡散しないようにするとともに、深夜の時間帯は消灯するなど、周囲の住環境に配慮する。

屋外広告物による景観形成のイメージ例



地区区分図



具体的な配慮事例



シンボリックに施設名が表示されている事例



周囲の自然環境に配慮し、植栽地に設置された事例

⑦ 緑・水辺地区

景観形成の配慮ポイント

緑や水辺に調和した景観づくりに配慮する

具体的な配慮事項

- 高さや大きさを抑え公園・緑地や水辺からの眺めに配慮し、良好な周辺景観をつくる。
- 使用する色数や鮮やかさを抑えることに加え、自然素材を使用するなど、緑や水辺との調和を図る。
- 公園・緑地や水辺に近接して設ける駐車場は、屋外広告物や周辺機器の外観色を低彩度にし、周辺の緑や水辺との調和を図る。
- 照明等は必要最小限の光源とし、周辺に光が拡散しないようにするとともに、深夜の時間帯は消灯するなど、周辺環境に配慮する。

屋外広告物による景観形成のイメージ例

×悪い例



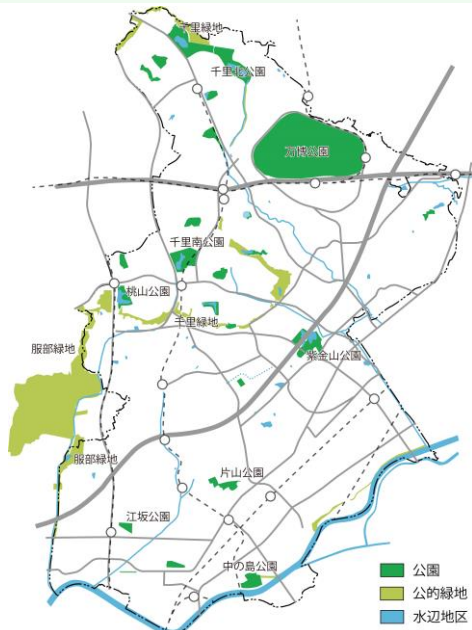
- 店舗の駐車場付近に色彩や大きさが不揃いな広告物が配置され、緑豊かなまちなみとの調和を乱している。

○良い例



- 外構の植栽配置に調和させるようにシンプルな広告物デザインにします。

地区区分図



具体的な配慮事例



カフェの駐車場付近に設置されたシンプルなデザインの広告物の事例



公園内のカフェの外観サイン事例

第5章 特定地区の配慮事項

万博公園周辺地区 景観形成の配慮ポイント

既存の緑や景観資源を活かし、眺めに配慮した景観形成を図る

具体的な配慮事項

- 地区内の公共用通路などから太陽の塔が見える場合は、その眺めを阻害しないように、屋外広告物の配置や規模、意匠に配慮する。
- 中高層部の広告物は、建築物の壁面と同系色の落ち着いた色彩とするか、箱文字・切り文字とするなど、シンプルなデザインとし、低層部は積極的ににぎわいの演出に努め、洗練された遠景と活気のある近景を両立させる。
- 誘導サイン等の広告物は、必要最小限の情報とするなど、機能性の高いデザインにする。
- 照明等は、必要最小限の光源とし、周辺に光が拡散しないようにするとともに、深夜の時間帯は消灯するなど、周辺の住環境や緑地環境に配慮する。

〈吹田市屋外広告物条例〉

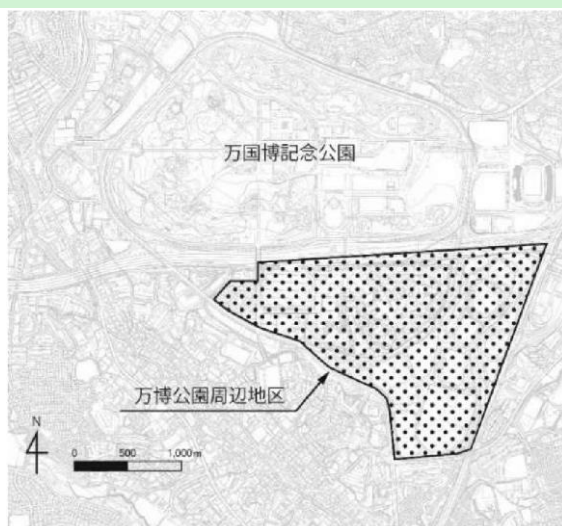
- ・ 広告景観特定地区として、万博公園周辺地区を指定しています。(P.41「広告景観特定地区」参照)

屋外広告物による景観形成のイメージ例



- 建築物外観意匠や外構の植栽などに調和させるようにシンプルな広告物デザインにします。

地区区分図



具体的な配慮事例



シンプルな施設名サインの事例



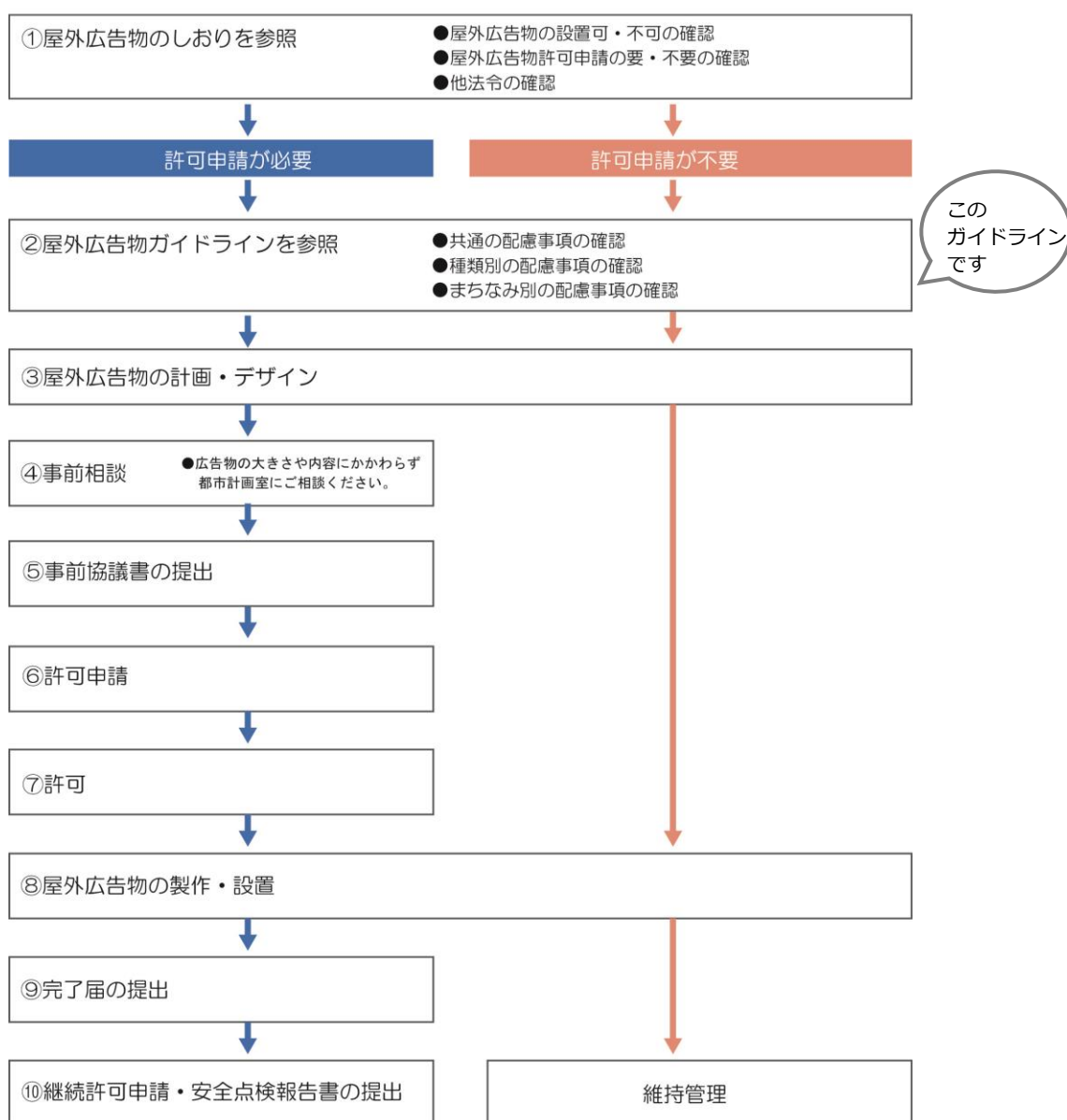
機能性の高い案内誘導サインの事例

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

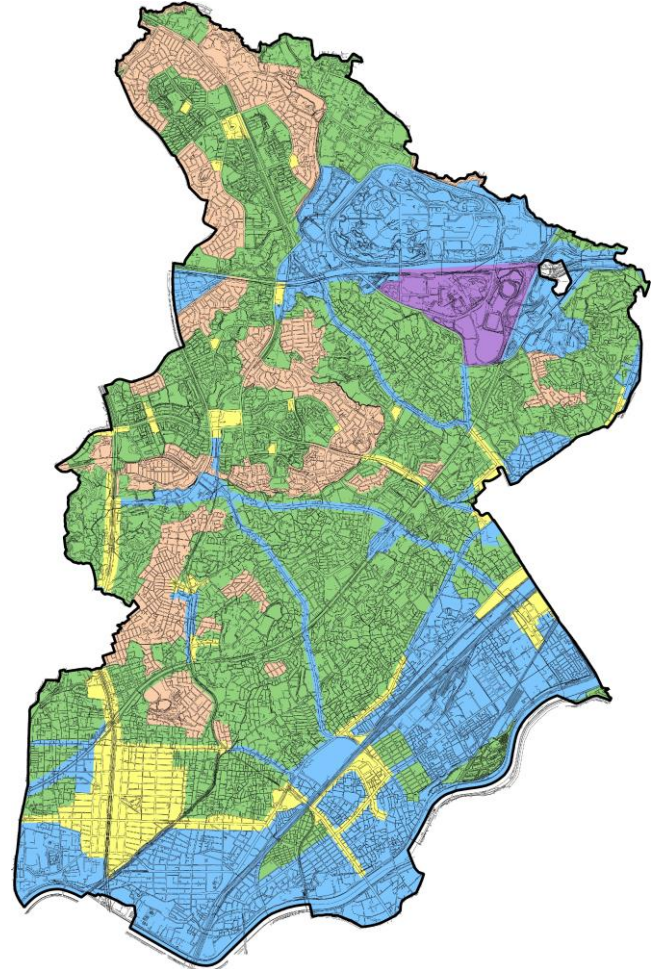
許可が必要な区域について

- 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。

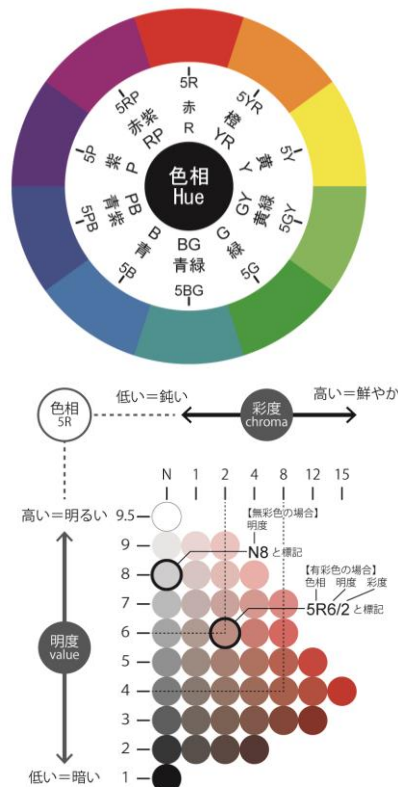
R（赤）、YR（黄赤）、Y（黄）、GY（黄緑）、G（緑）、BG（青緑）、B（青）、PB（青紫）、P（紫）、RP（赤紫）の10種類の基本色を記号で表記します。

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。

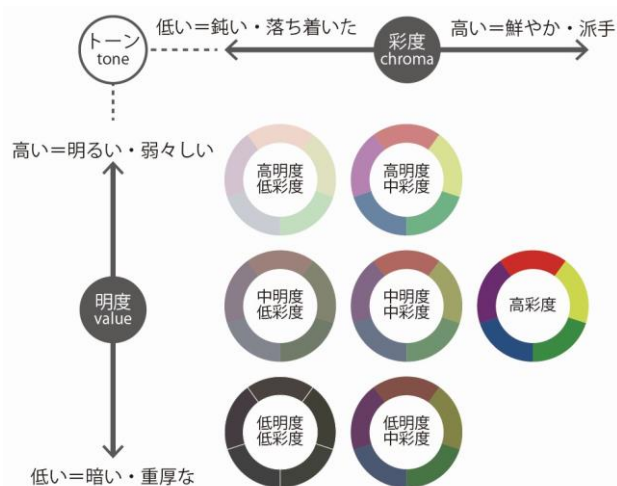
0 から 14 や 15 程度までの数字で表現し、数字が大きくなるほど鮮やかになります。
最高彩度は色によって限界が異なるため、色相によって最高の数値が異なります。
また、白、黒、灰色は無彩色（記号 N）といい、彩度は 0 です。



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



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



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。

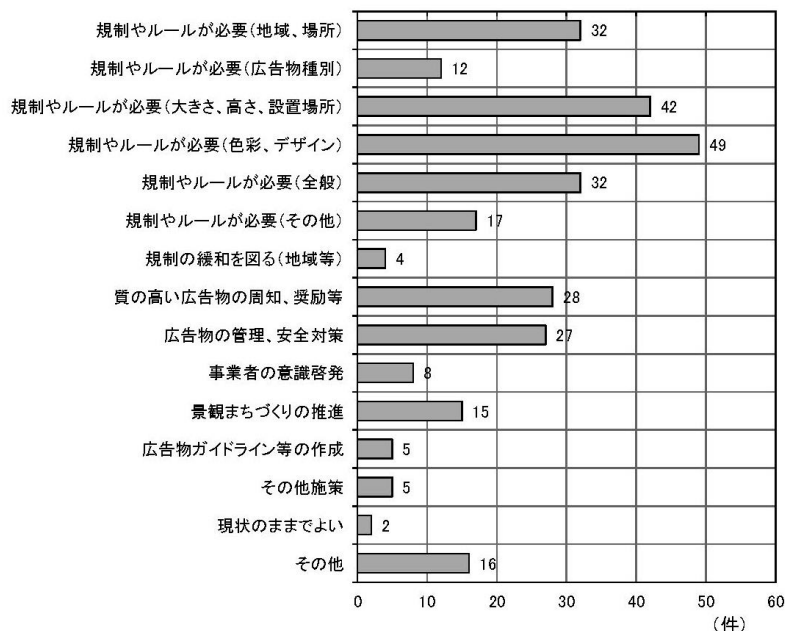


屋外広告物
アンケート
調査

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。

吹田市屋外広告物ガイドライン

吹田市 都市計画部 都市計画室

令和4年（2022年）4月発行

〒564-8550

大阪府吹田市泉町1丁目3番40号

（低層棟2階 窓口214）

電話:06-6170-2337（直通）

FAX:06-6368-9901

メールアドレス:toshikei@city.suita.osaka.jp