



熊本市屋外広告物ガイドライン 概要版

ガイドラインの目的 本編1章「ガイドラインについて」参照

熊本市では、屋外広告物の「デザイン」に関すること、「安全」に関すること、また、本市が目指す多核連携都市の都市構造にあわせた「地域別の景観形成方針と配慮事項」に関することを中心に解説した「熊本市屋外広告物ガイドライン」を策定しました。屋外広告物の関係者（広告主、広告業者・デザイナー、建築業者・設計者、土地・建物所有者、市民）がそれぞれの立場に関わり、屋外広告物ガイドラインを通して、屋外広告物のある良好な景観の形成を図り、地域景観の魅力をより向上させることを目的としています。また、「協働の景観づくり」では、屋外広告物の関係者が協働して景観づくりができるように、制度や手法を紹介しています。

ガイドラインの位置づけ 本編1章「ガイドラインについて」参照

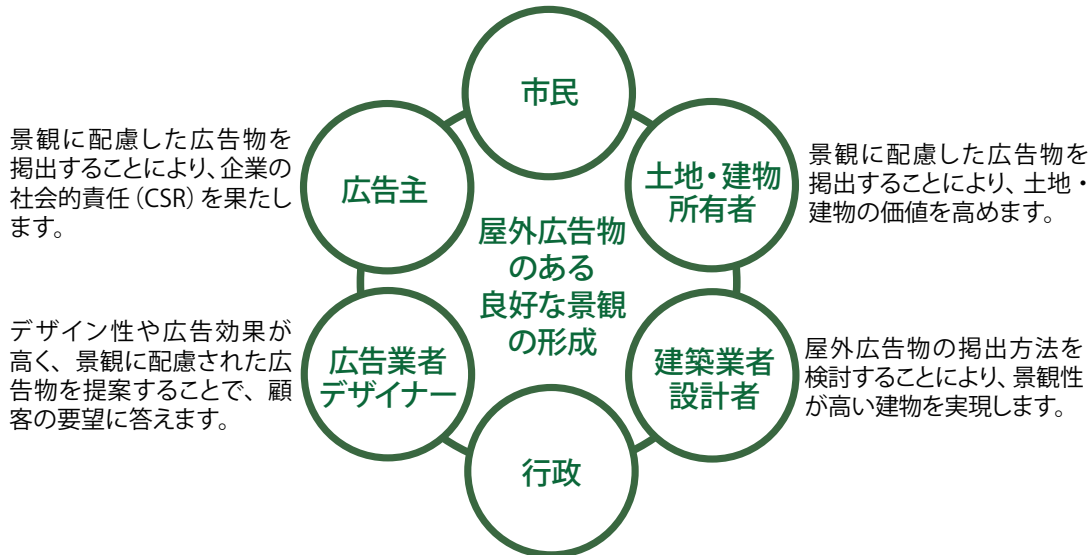
「熊本市屋外広告物ガイドライン」は、景観計画の基本方針で言及されている屋外広告物の考え方を示すものです。屋外広告物条例を解説した「屋外広告物のてびき」と連携して「屋外広告物のガイドライン」を活用することにより、熊本市の良好な屋外広告物のある景観の形成を促進します。

本ガイドラインでは屋外広告物に関わる広告主、広告業者・デザイナー、建築業者・設計者、土地建物所有者、市民を対象者として、屋外広告物法第 2 条※で定められた屋外広告物を中心に、窓内広告物など一部法が適用されない広告物についても対象範囲としています。

※屋外広告物法第 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をいう。

ガイドラインの対象者

まちと一体となった景観づくりを行い、地域の良好な景観と個性を守ります。



地域ごとに丁寧な景観誘導を行うことにより、良好な景観を守り育てます。

ガイドラインの対象となる屋外広告物



- ① 建植広告／広告塔・広告板・サインポール
- ② 屋上広告
- ③ 壁面広告
- ④ 塀・垣広告
- ⑤ 突出広告
- ⑥ 簡易広告／立看板・のぼり旗(広告旗)

- ⑦ 自動販売機広告／自動販売機に貼られたもの
- ⑧ 電光広告
 - ・ デジタルサイネージ
 - ・ 照明広告／プロジェクションマッピング
- ⑨ 窓面広告／屋外広告物法の対象外も含む
 - ・ 窓の外側または内側に貼られたもの
 - ・ ショーウィンドウのように窓面から離して掲出するもの

熊本市には、賑やかな商店街や、落ち着きのある歴史的な町並み地区、品格ある観光地など、様々な景観の特性をもつ地区があります。見る人が心地よく、安全な屋外広告物を掲出し、よりよい屋外広告物のある景観づくりを目指しましょう。



現状と課題

屋外広告物法の目的である「良好な景観の形成又は風致の維持」、「公衆に対する危害の防止」のふたつの視点から、現状と課題を整理しました。

課題 1

風致の維持や、良好な景観の創出に大きな影響を及ぼしている。



通りの先に雑多に集合した広告物群

課題 2

内容が伝わりにくい。



情報量が多く、内容が読み取れない広告物

課題 3

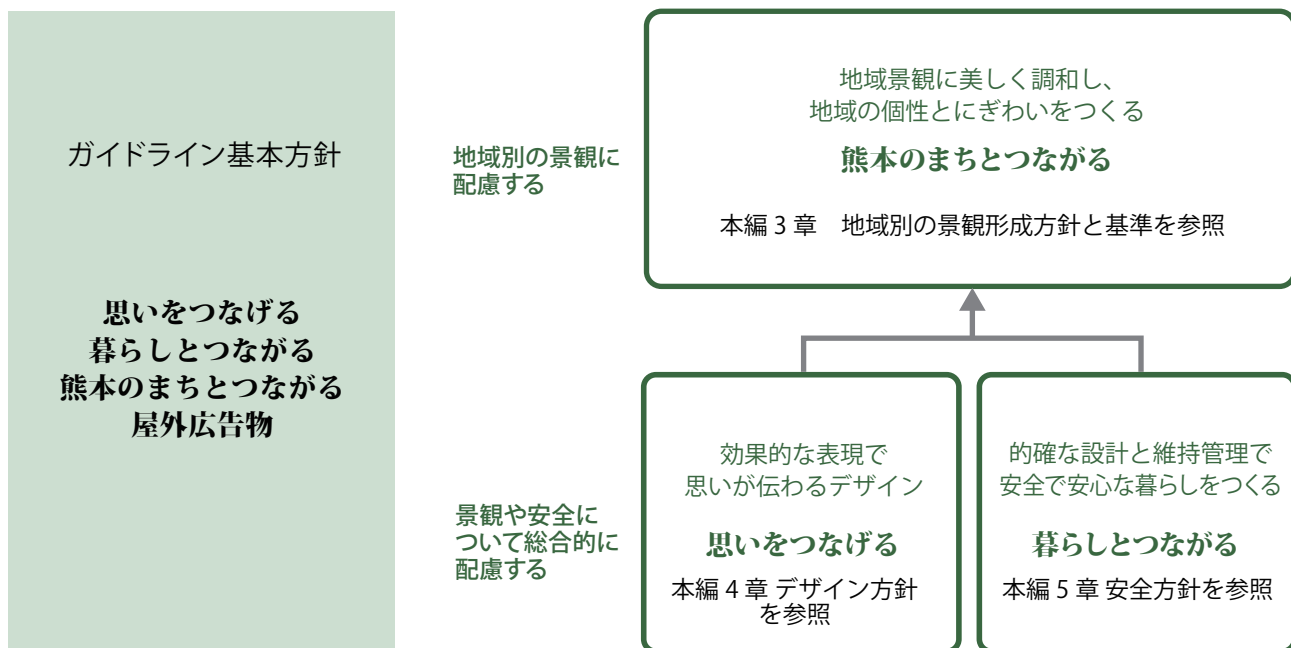
老朽化し、危険である。



老朽化により落下した広告物

基本方針

屋外広告物の現状と課題に、熊本市が目指す都市構造「多核連携都市」の考え方を加え、ガイドラインの基本方針を定めます。



屋外広告物の景観分類は「熊本市景観計画」の地域分類を基に、第 2 次熊本市都市マスタープランで掲げる都市構造の将来像「多核連携都市」づくりの考え方を取り入れて作成しています。屋外広告物を掲出する場所の、景観特性とそれぞれの配慮事項を確認しましょう。

屋外広告物の景観分類

眺望景観づくりエリア

- ① 熊本城天守閣から望む景観
- ② 熊本城を望む景観
- ③ 水前寺成趣園から望む景観
- ④ 江津湖から望む景観



熊本城を望む景観



水前寺成趣園から望む景観

沿道景観づくりエリア

- ① 市電沿道の景観
- ② 幹線沿道と交差点の景観



市電沿道の景観



幹線沿道と交差点の景観

地域景観づくりエリア

- ① 商店街の景観
- ② 駅周辺の景観
- ③ 歴史的建物が残る町並みの景観
- ④ 公園・緑地から見える景観、公園・緑地内の景観
- ⑤ 山・農業地
- ⑥ 住宅地の景観



商店街の景観



歴史的建物が残る町並みの景観

誘導方針と配慮事項の例

眺望景観づくりエリア ② 熊本城を望む景観

景観形成方針

熊本城が美しく見える眺望を守るために、熊本城への視点場から見える屋外広告物は、熊本城への視野を遮らない大きさや色彩にしましょう。

デザインのポイント	近景・遠景への配慮	ポイント	本編参照ページ
① 屋外広告物は、熊本城への視野を遮らない、乱さない大きさにしましょう。		大きさ	調和 p30
② 色彩は、基調色が高彩度にならないようにしましょう。		色彩	色彩 p39
③ 熊本城のライトアップを際立たせるために、高輝度の電照広告は控えましょう。		光	光 p45



避けたい広告物のイメージ



沿道景観づくりエリア ①市電沿道の景観

景観形成方針

市電の車窓から見える美しく潤いのある景観を創出するために、屋外広告物は沿道の景観と調和し、まとまりのあるデザインにしましょう。

デザインのポイント 中景への配慮

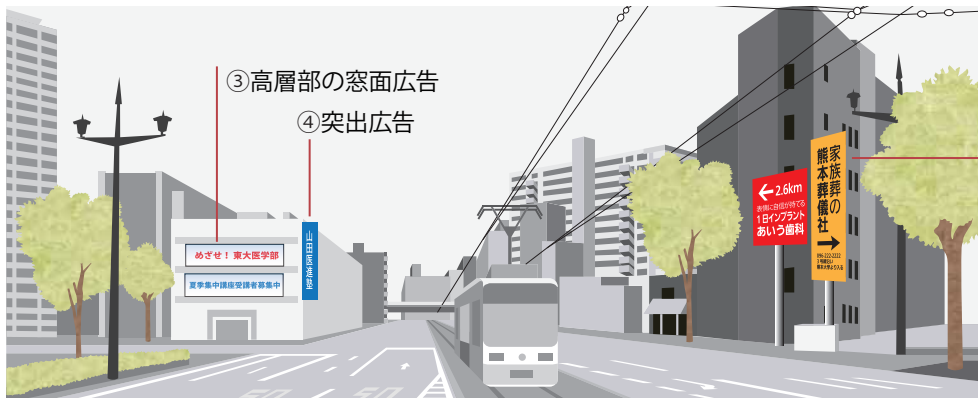
- ①建植広告は、街路樹を超えない高さにしましょう。
- ②建植広告は、高さを周辺の広告物と揃えましょう。
- ③窓面・窓内広告は、建物の低層部(2階)までの表示としましょう。
- ④突出広告やのぼり旗は、掲出を控えましょう。
- ⑤色彩は、街路樹等の色彩を乱さない低彩度のものにしましょう。

ポイント 本編参照ページ

高さ	
高さ	調和 p33
配置	窓面広告 p49
	のぼり旗 p50
色彩	色彩 p39



避けたい広告物のイメージ



- ①建植広告の高さ
- ⑤高彩度で不揃いの建植広告

地域景観づくりエリア ①商店街の景観

景観形成方針

歩行者の通行を妨げないように設置してください。商店街や通りの個性を感じる景観を創出するために、屋外広告物は商店街ごとにまとまりのあるデザインにしましょう。

デザインのポイント 中景への配慮

- ①立看板、のぼり旗は、歩行者の通行を妨げない場所に設置しましょう。
- ②店舗の立看板やバナー等は、大きさや高さ、色調を揃え、まとまりを持たせましょう。
- ③壁面広告、窓面・窓内広告は、低層部(2階)までの表示としましょう。
- ④デジタルサイネージは、過度な点滅や音声を控えましょう。
- ⑤商店街や通りで独自のデザイン基準を設定しましょう。また、歩行者利用増進道路制度(ほこみち 制度)等※を活用し、安全で楽しい歩道空間を創出しましょう。

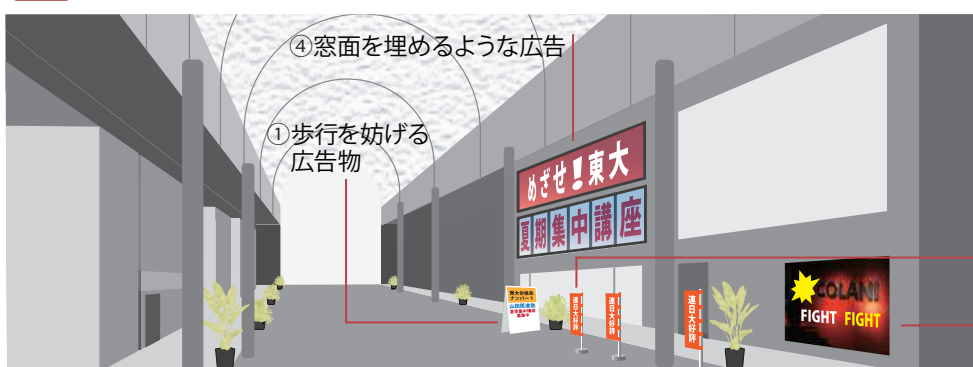
ポイント 本編参照ページ

交通安全性	安全 p54
大きさ	立看板 p51
色彩	色彩 p39
配置	窓面広告 p49
光・音	デジタルサイネージ p48
個性	協働 p61

※歩行者利便増進道路制度は、道路占用許可を得た場合、道路上に立看板やバナーなどを設置することができます。



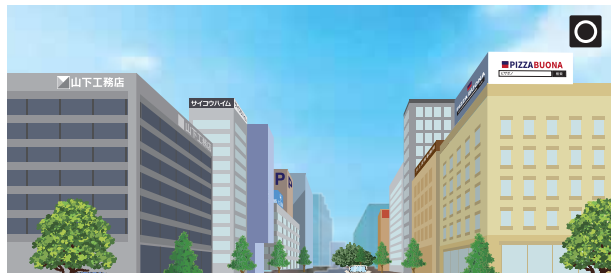
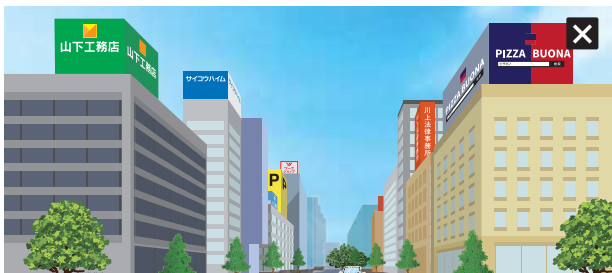
避けたい広告物のイメージ



- ①道路にはみだすのぼり旗
- ⑤過激な点滅や音声のデジタルサイネージ

屋外広告物のデザインは、周辺の景色や建物、隣接する広告物との調和、情報の伝わりやすさと分かりやすさ、運転者や歩行者の安全に配慮した検討が必要です。効果的で美しく、安全な屋外広告物をデザインしましょう。

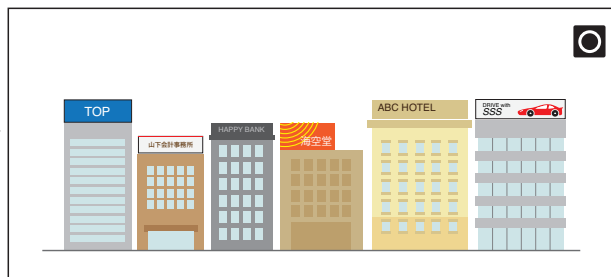
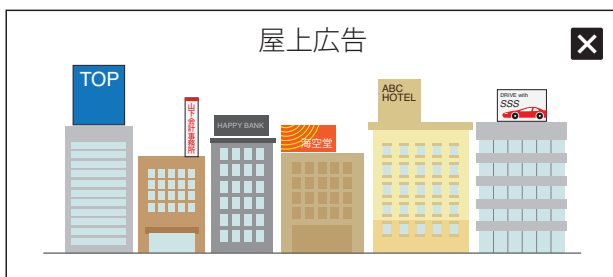
背景や周辺との調和 背景や周辺環境に配慮した大きさや色彩としてください。



建物との調和 建物と一体感がある形状、素材、色彩としてください。



隣接する屋外広告物との調和 隣接する屋外広告物と大きさや高さを揃えてください。



屋外広告物の構成要素 次の要素をひとつずつ確認してデザインを進めましょう。

情報量	伝えたい情報を整理しましょう。	レイアウト	情報の項目ごとにメリハリをつけ、表示面に余白をつくりましょう。
文字	屋外広告物に適した読みやすい書体と大きさにしましょう。	表示位置	見る人の視認距離に応じた表示の位置と内容にしましょう。
図や記号	シンボリックな画像や記号でわかりやすく伝えましょう。	素材	周辺要素とのイメージの連続性を考慮しましょう。
色彩	色数を減らし読みやすい配色にしましょう。	光	周辺環境に調和した色温度、光量としましょう。

特定の屋外広告物・その他 次の広告物にも配慮が必要です。

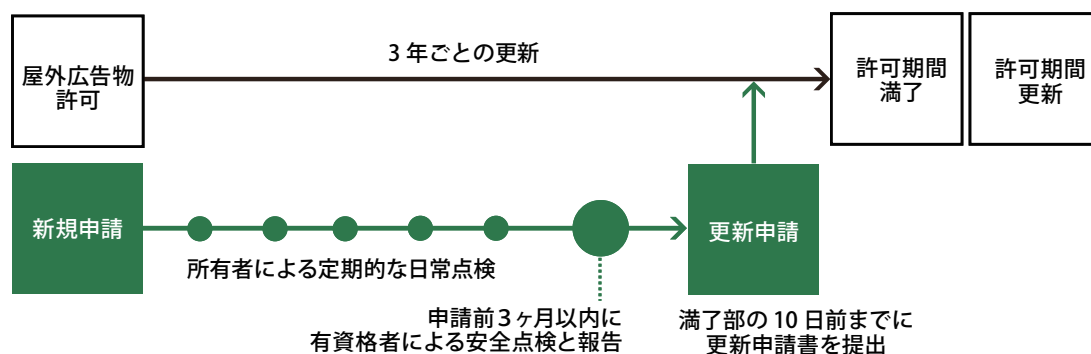
- 1 デジタルサイネージー 運転者などの注意を著しく阻害しないデザインにしましょう。
- 2 プロジェクションマッピングー 通行者の安全に配慮しましょう
- 3 窓面広告ー 窓面をふさがず 建物全体が美しく見えるようにしましょう。
- 4 のぼり旗ー 過度に設置せず、統一感に配慮しましょう。
- 5 立看板等ー 人の動線と安全性に配慮したデザインにしましょう。
- 6 自動販売機ー 周辺の景観に調和したものにしましょう。

屋外広告物は雨や風、強い日ざし等の自然環境等により、部材の腐食、ゆりみ、亀裂等が発生します。これらを放置することで、様々な事故や景観の阻害につながります。安全や企業価値を守るために、定期的な点検を行いましょう。また、維持管理の点検はもちろん、企画の段階から市民の安全と、景観の美しさを検討することが大切です。

避けたい広告物のイメージ



点検の流れ 所有者と有資格者による点検をおこなひましょう。



美しさを維持するための日常点検 良好な景観を形成し、風致を維持するためには、安全維持の点検だけではなく、美しさを維持するための点検も重要なポイントです。定期的に点検及び更新を行いましょう。

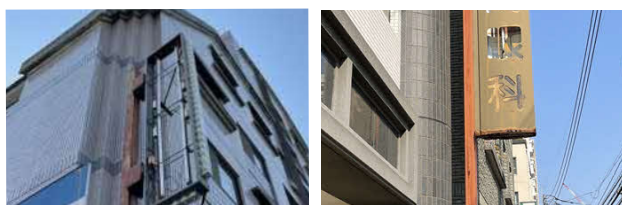
- 出力シートや切り文字等の錆、退色、はがれ
直射日光や雨などにより、表示面は汚染や退色、錆等が発生します。定期的に保護、更新を行いましょう。



- 表示がない看板や広告募集中の広告
利用されてない広告板は、美しい景色の写真などを表示し、見る人に不快感を与えないように配慮してください。



- ポールやパネルの塗装の劣化
構造上問題がなく、また危険を伴わない塗装の剥がれも、屋外広告物条例では禁止広告物とされています。定期的な保護、再塗装を行いましょう。



- 住所や電話番号等が変化した情報
店舗の移転や廃業等、時代や街の変化により古くなった情報の広告物は、街自体の信頼を損います。様々な変化に合わせて定期的に情報の更新を行いましょう。また、最近では、情報の更新が容易な2次元コードの活用が増えてきましたが、それとともに、いたずらや別サイト・不正サイトなどにリンクする事例も増えています。定期的な情報の更新や情報量の集約が容易な2次元コードなどの活用とともに、定期的な情報の確認も大切な点検項目です。

屋外広告物は、屋外広告物法、熊本市屋外広告物条例等により、市全域への基本的な規制基準が定められています。しかし地域の特性ごとに住民の発意や同意等により、これらの基準の緩和や地域独自のルールづくりが可能です。

行政が地区を指定して定める制度

広告物活用地区
景観保全型広告整備地区
地区計画

地区の住民が定め、行政が認定等を行う制度

広告物協定地区
任意協定(まちづくりマネージメントなど)
景観協定
建築協定

事業者・市民等の広告活動を支援する制度

公共表示を維持するための屋外広告物利用
エリアマネジメント活動のための屋外広告物利用

屋外広告物を含む景観向上を図る制度

景観アドバイザー制度
景観審議会 専門委員会
くまもと景観賞

その他屋外広告物の景観を守る取り組み

違反広告物簡易除却協力員制度
関係団体・住民・地権者等との合同パトロール

景観的配慮をしている屋外広告物の事例 本編 7 章「参考資料」参照

本事例集は、景観に配慮された良質の屋外広告物を掲載しています。屋外広告物を計画する際の参考としてください。★= 熊本市内の事例



窓から離して設置された窓内広告 ★



建物の色彩の一部を地色にした屋上広告 ★



企業カラーではなく、濃茶で表示された壁面広告 ★



整然と配置された壁面広告 ★



縦格子の堀に立体切り文字の堀、垣広告 ★



花とセットで設置された立看板広告 ★



大きさと高さ、形を揃えた建植広告



実物の自動車を見せるダイナミックな広告 ★



2階の格子と調和した縄のれんの広告 ★



景観的配慮をしている屋外広告物の事例は、熊本市ホームページで公開しています。
https://www.city.kumamoto.jp/hpkiji/pub/Detail.aspx?c_id=5&id=43219