

熊本市屋外広告物ガイドライン

令和4年(2022年)7月

熊本市 都市デザイン課

p03	1	ガイドラインについて	1-1	ガイドライン策定の目的	p04
			1-2	ガイドラインの位置付け	p04
			1-3	ガイドラインの対象範囲	p05
			1-4	屋外広告物設置と管理の流れ	p06
p07	2	ガイドライン基本方針	2-1	熊本市屋外広告物の現状と課題	p08
			2-2	ガイドライン基本方針	p09
p11	3	地域別の景観形成方針と基準	3-1	屋外広告物ガイドラインの対象地域と景観分類	p12
			3-2	地域別景観形成方針と配慮事項	p16
			3-2-1	眺望景観づくりエリア	p16
			3-2-2	沿道景観づくりエリア	p20
			3-2-3	地域景観づくりエリア	p22
p29	4	デザイン方針	4-1	屋外広告物デザインの方針	p30
			4-2	市全域のデザイン方針(共通事項)	p30
			4-2-1	周辺との調和	p30
			4-2-2	屋外広告物の構成要素	p36
			4-2-3	特定の広告物・その他	p48
p53	5	安全方針	5-1	屋外広告物の安全方針	p54
			5-2	企画段階からの安全方針	p54
			5-2-1	安全面のデザインポイント	p54
			5-2-2	屋外広告物のルール	p55
			5-3	屋外広告物の維持管理	p57
			5-3-1	禁止屋外広告物	p57
			5-3-2	点検の必要性	p57
			5-3-3	点検のポイント	p57
			5-3-4	安全を維持するための点検	p58
			5-3-5	罰則	p58
			5-3-6	美しさを維持するための日常点検	p59
p61	6	協働の景観づくり	6-1	地域の特性を生かした広告景観を形成する取組	p62
			6-1-1	広告物活用地区	p62
			6-1-2	景観保全型広告整備地区	p62
			6-1-3	広告物協定地区	p63
			6-1-4	任意協定	p63
			6-1-5	その他	p65
			6-2	地域の組織や民間活力を活用する屋外広告物の制度	p66
			6-2-1	公共施設等を維持するための屋外広告物利用	p66
			6-2-2	エリアマネジメント活動のための屋外広告物利用	p66
			6-2-3	違反広告物簡易除却協力員制度	p66
			6-2-4	関係団体・住民・地権者等との合同パトロール	p66
			6-3	屋外広告物を含む景観向上を図る制度	p67
			6-3-1	景観アドバイザー制度	p67
			6-3-2	景観審議会 専門委員会	p67
			6-3-3	くまもと景観賞	p67
p69	7	参考資料	7-1	屋外広告の広告効果を考える	p70
			7-1-1	市民に好感を持って見られる屋外広告物デザイン	p70
			7-1-2	屋外広告の広告効果を向上させる方法	p72
			7-2	事例集	p75
p81	8	策定の経緯	8-1	ガイドライン策定の経緯・体制	p82
			8-2	寄稿	p83
			8-3	引用・参考文献一覧	p83