

## 第4章 景観形成における屋外広告物の配慮事項

### 1. 配慮事項の構成と活用方法

#### 配慮事項の構成

「第1章 3. 屋外広告物の景観形成の方向性」で先に設定した5つの方針及び市民の目線で屋外広告物のあり方をまとめた「調布市民景観まちづくりビジョン（屋外広告物編）」の内容を踏まえ、「共通の配慮事項」と「地域別の配慮事項」「種類別の配慮事項」に整理しました。

#### 屋外広告物の景観形成の方向性

- 1 魅力的な街並みづくりに貢献する屋外広告物づくり
- 2 調布らしい個性や工夫が感じられる屋外広告物づくり
- 3 地域の景観特性を活かし、周囲に馴染む屋外広告物づくり
- 4 背景となる街並みとの調和が感じられる屋外広告物づくり
- 5 安心・安全で快適な都市空間の創出に貢献する屋外広告物づくり



#### 配慮事項

##### 共通

屋外広告物の掲出時に基本的に配慮すべき事項

見やすさ・ わかりやすさ	にぎわい づくり	街並みへ の貢献	調布 らしさ	安全性・ 維持管理
大きさ・数	位 置	色 彩	文 字	照 明

##### 地域別

各地域の特性にあわせて配慮すべき事項

駅 周 辺	道 路	商 店 街	自然地・住宅地	深大寺周辺
-------	-----	-------	---------	-------

##### 種類別

広告物の種別に応じて配慮すべき事項

壁面広告	屋上広告	突出広告	地上広告	広告幕
置看板	のぼり	バナー広告	貼り紙	窓面の内側を 利用した広告

## 配慮事項の活用方法

ガイドラインは、屋外広告物の掲出を計画する際の手引きとして、「2. 共通の配慮事項」の市内の屋外広告物に関する基本的な考え方や屋外広告物の各要素の配慮事項に加え、「3. 地域別の配慮事項」「4. 種類別の配慮事項」の該当項目を確認してください。

### 配慮事項の活用方法

「共通」の配慮事項：景観形成における屋外広告物に関する基本的な考え方や屋外広告物の各要素の配慮事項について確認します。(P20～P40)

**「共通」の配慮事項**  
共通で配慮すべき基本的な事項

市内の全ての屋外広告物について、基本的に配慮すべき事項について確認しましょう。

「地域別」の配慮事項：各地域の特性にあわせて配慮事項について確認します。(P41～P49)

**「地域別」の配慮事項**  
各地域の特性にあわせて配慮すべき事項

掲出する地域特性を確認し、該当する地域の配慮事項を確認しましょう。

「種類別」の配慮事項：広告種別に関する配慮事項について確認します。(P50～P52)

**「種類別」の配慮事項**  
広告物の種別に応じて配慮すべき事項

掲出する屋外広告物の種類を踏まえて、該当する広告種別の配慮事項を確認しましょう。

配慮事項の見方

P20～P49の見方

共通・地域別

「調布市民景観まちづくりビジョン（屋外広告物編）※P62参照」の内容を踏まえて方向性、課題、配慮事項及びワンポイントアドバイスを整理

**共通 安全性・維持管理**

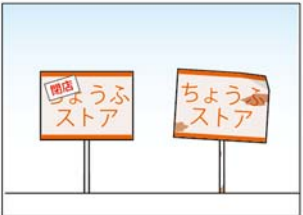
**地震等の災害に強い広告物とするとともに、更新・撤去など、適正な維持管理を行う**

**景観の課題**

- ・歩道に張り出すなど、通行に支障をきたす危険な広告物がみられる
- ・構造の劣化や簡素な取付けの広告物は、災害時等に落下や倒壊のおそれがある
- ・腐食やさびなど、老朽化が進んでいる広告物がみられる
- ・表示情報の変更や閉店した店舗の広告物などが放置されている

**配慮事項**

- 歩行者等の通行や自動車の視認性を妨げないようにしましょう
- 屋外広告物の自重や地震等の災害時に倒壊、落下しないよう、安全性に配慮した設計としましょう
- 汚れにくく、耐久性のある素材を使用しましょう
- 定期的な清掃や、表示情報が変わった場合はすみやかに貼り替えるなど、継続した維持管理を行いましょう
- 不要となった広告物は撤去しましょう



イベント終了等により不要になった広告物や劣化した広告物は、更新・撤去など必要に応じて適切に管理しましょう

**管理マニュアルの作成**

清掃管理  
安全点検  
メンテナンス

腐食やさびによる老朽化や劣化に伴う安全性に配慮するため、管理マニュアルなどを作成し、定期的なメンテナンスを行いましょう。

**ワンポイントアドバイス 安全性・維持管理**

**■ 広告物の維持管理**

屋外広告物は一度設置すると10年、20年使い続けることが多くあります。その中で、設置時の美しく良好な状況をできる限り維持していくことが不可欠になります。そのため、屋外広告物の維持管理については、特に安全、美観、機能の視点を意識して行っていくことが大切になります。

○「調布市民景観まちづくりビジョン（屋外広告物編）」を踏まえて整理した項目と方向性

○市内の屋外広告物の景観の課題を整理

○課題を踏まえ、屋外広告物を設置・管理する際に配慮すべき事項を記載

○配慮事項の内容をイラストや事例写真で示し、具体的な配慮内容を記載

○項目にあわせたワンポイントアドバイスとして、調布市の関連計画や事例紹介及び配慮事項を示した具体的な考え方などを記載


P50～P52の見方

種類別

広告物の種別の配慮事項及び事例写真を整理

**壁面広告**

- ・建物の表情を活かした外観を形成するため、壁面を極端に覆うような表示は避けましょう。
- ・中高層部への掲出はできる限り控え、歩行者の視野に入りやすい1～2階までの低層部に設置しましょう。
- ・立体的な箱文字や切文字を使用し、建物（ファサード面）と一体的なデザインとなるよう心がけましょう。



視野に入りやすい低層部に掲出し、壁面デザインにあわせてシンプルな切文字を使用した壁面広告

○広告物の種類別の配慮すべき事項を記載

○配慮事項の内容を示す事例写真を掲載

## 2. 共通の配慮事項

### 共通 見やすさ・わかりやすさ

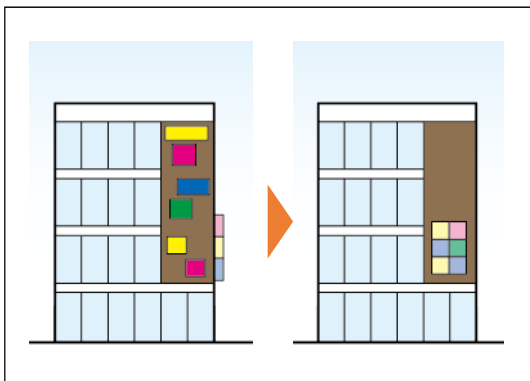
広告物のデザインをシンプルにすることや統一感を持たせることで、  
見やすく、わかりやすくする

#### 景観の課題

- ・文字や情報量が多い広告物は見づらく、必要な情報がわかりにくい
- ・複数の広告物がある場合、配置やデザインに秩序がないものはひとつひとつが見づらい

#### 配慮事項

- 広告物は店舗名や業種、商品名などの必要な情報を端的に示し、すっきりとした視認性の高いデザインとしましょう
- 商品のモチーフやロゴマークを効果的に使用し、必要な情報がわかりやすい広告物としましょう
- 周辺の広告物の配置や形態、デザインとの調和を考慮し、街並みにまとまりが生まれる広告物としましょう



複数の広告物をバラバラに設置するのではなく、大きさや位置を揃えて、整然としたデザインとしましょう



ロゴマークを中心に示し、業種や店舗が一目でわかるデザインとなっています（調布市）



店舗が複数ある場合は、ひとつの広告物に整理して設置することで見やすくなっています（調布市）



商品をモチーフにしたエンブレムのみを掲出することで、印象的な広告物となっています（京都市）

## ワンポイントアドバイス

## 見やすさ・わかりやすさ

## ■ 見やすさへの配慮

広告は受け手（見てくれる人）がいることで成り立つ媒体のため、受け手のことを考えた発信ではなく、広告主の一方的な情報発信では、広告自体の意味が薄れてしまうことがあります。また、受け手の考え方には時代とともに変化があり、それぞれの状況にあわせた発信方法を考えていくことが必要になります。

## ● 見やすさへの配慮（例）

## ① 文字の大きさを工夫する

掲載できる表示面の大きさを踏まえたうえで、必要不可欠な情報は大きく、努力すればわかる程度で良い情報については小さくするなど、情報の序列を明確にします。

## ② コントラストを明瞭にする

輪郭を明確にするとともに、近似した色彩（明度や彩度）の使用を控えます。

## ③ 表現を簡潔にする

広告内容との関係を思い浮かべやすい単純な色合いを使用し、メッセージもシンプルで単純なものとした簡潔な表現とします。

## ④ 掲示位置を見やすくする

高齢者などは視線を上げて見回すことが難しい場合があるため、必要な情報を優先的に見やすい場所に表示します。

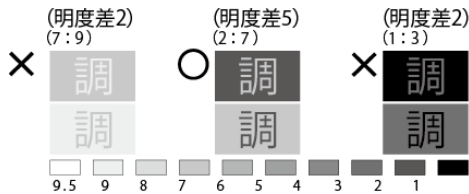
ワンポイントアドバイス ユニバーサルデザインへの配慮

■ カラーバリアフリー（調布市公共サイン整備ガイドライン）

街中での情報収集の手段として不特定多数の人が屋外広告物を利用しています。その中には弱視や色覚障害のある人などが含まれていることを意識しておく必要があります。

屋外広告物の背景と文字の関係を考える際は、下記のポイント等を意識することで、ユニバーサルデザインにも配慮したデザインを考えましょう。

- ・背景色と文字色に、なるべく5以上の明度差をつけます。



- ・赤系統と緑系統の色の直接の組み合わせは避けるようにします。



- ・黄地に白色又はその逆の組み合わせは避けるようにします。



- ・黒地に青色又は赤色を用いる組み合わせは、その部分が黒くみえてしまい認識できない場合があるので、水色に近い青やオレンジに近い赤を用いるようにします。



- ・地色が薄い場合は黒、地色が濃い場合は白で表示すると視認しやすくなります。



- ・色覚障害とは、人の目の網膜にある赤、緑、青の3種類の色を認識する細胞のうち、どれかに変異を生じた状態を指します。赤と緑の区別が付きにくいなどの色の誤認が生じる可能性があります。

- ・高齢化に伴う黄変化について、一般的な老化現象の一つである老人性白内障は、薄暗いところでものが見えにくい、かすんで見えるなどの特徴があるといわれています。

・色の見え方の例

	一般色覚	1型色覚	2型色覚
赤			
ピンク			
オレンジ			
黄色			
黄緑			
緑			
青			
紫			

共通 にぎわいづくり

ユニークな広告物や工夫された広告物により、にぎわいのある街並みを演出する

景観の課題

- ・個性やユーモアの工夫が感じられる広告物が少ない
- ・広告物が個別にデザイン、設置されており、街並み全体の統一感がない

配慮事項

- 個性ある広告物で街並みのアクセントとなるよう、デザインや色づかいを工夫しましょう
- 建物や周辺の広告物とのまとまりを考慮し、大きさや配置を工夫しながら、広告物全体として街並みを彩りましょう
- 歩行者が見やすい低層部を中心に広告物（フラッグ等）を配置し、街並みのにぎわいを演出するとともに、通りの視認性を高めましょう



目を引く色づかいながらも表示を最小限に抑え、特徴的な広告物になっています（調布市）



素材やデザインを工夫し、店舗の商品や個性を印象付ける広告物となっています（調布市）



隣接する広告物や建物と大きさやデザインを揃えることで、街並みを演出しています（伊勢市）



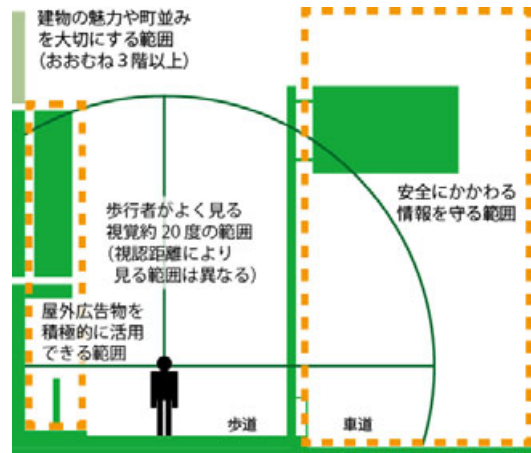
色彩や形状を統一したフラッグ等の広告を設置することで、にぎわいともに連続性のある街並みを演出しています（中央区）

ワンポイントアドバイス にぎわいづくり

■ にぎわいの演出

人の目線には目の行き届きやすい場所があり、その場所に表示することができれば、少し文字が小さくても視認することができます。一方で、その範囲から外れたところでは、どんなに大きくしたとしてもあまり注目されないことがあります。

歩道上では、3階以上の部分には目が行きづらいとされているため、できるだけ2階以下に屋外広告物を掲出し、低層部のにぎわいの演出につなげていきます。一方で3階以上は、シンプルな形状で量も極力少なくすることで、街並みや建物自体の魅力を引き立てるよう配慮しましょう。



目的を意識した場の序列化イメージ

※出典：「屋外広告の知識/デザイン編」（第四次改訂版）の内容を編集



共通 街並みへの貢献

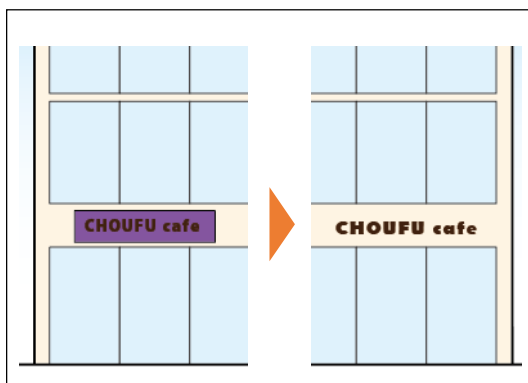
洗練されたデザインの広告物により、街並みの連続性や一体感を創出する

景観の課題

- ・ 広告物を目立たせるための派手な色づかいやデザインは、街並みに調和していない
- ・ 建物や周辺の景観となじんでいない広告物がみられる

配慮事項

- 広告物は切り文字など建物と一体的なデザインとすることで、地域や店舗のイメージを引き立たせ、街並みに貢献するよう工夫しましょう
- 個々の広告物のみを目立たせるのではなく、街並みの中で印象に残るデザインとなるよう心がけましょう
- 広告物は建物や植栽などと一体的に計画し、周辺の街並みに調和するようデザインを工夫しましょう



切り文字を用いるなど、建物と一体的なシンプルなデザインとしましょう



切り文字を用いて建物と一体的にデザインすることで、複数の広告物でも統一感を持たせています（調布市）



企業カラーの使用を控え、建物デザインと調和したデザインの広告物で、洗練された街並みを演出しています（千代田区）



周囲の景観や建物にあわせた落ち着いたデザインのある広告物で、街並みを演出しています（宇都宮市）

ワンポイントアドバイス

街並みへの貢献

■ 屋外広告物のデザインに求められる条件

屋外広告物をデザインする際には、「機能」「審美性」「経済性」「景観性」などのバランスに配慮しながらデザインすることを心がけましょう。

「景観性」では、独創的な美しさなどではなく、屋外広告物が設置される背景や隣接する建物などの調和、さらに、それらが形成する街並み景観に寄与できているかということが問われてきます。

基本的に広告物は目立つことは必要ですが、「景観性」をおろそかにすることで、訴求力が低くなり、時代の要請にも応えられなくなることを認識しておくことが必要です。

■ 屋外広告物の地と図の関係

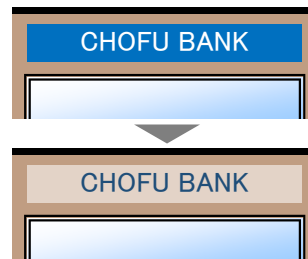
「建物(=図)」のデザインを考える際には、その「背景(=地)」が街中なのか、みどりあふれる場所なのか、住宅地なのか等の地域状況を踏まえてデザインすることで、「建物(=図)」を周辺景観に調和させていくことができます。

また、「屋外広告物(特に建物を利用したもの)(=図)」の場合では、背景にあたるのは「建物(=地)」になります。そのため壁面広告のデザインは、地と図のバランスを考慮した切り文字などの使用を検討しましょう。

やむを得ず板状の広告物を使用する場合も、建物のデザインに違和感を与えないよう、広告物の地色は建物壁面の基調となる色と同系色を選びましょう。



建物デザインとあわせて切り文字を採用した壁面広告物  
(栃木県)



広告物の地色を外壁基調色と同系色に変更したイメージ

共通 調布らしさ

地域のイメージを活かす広告物のデザインや色，素材の使用により，  
調布らしさを創出する

景観の課題

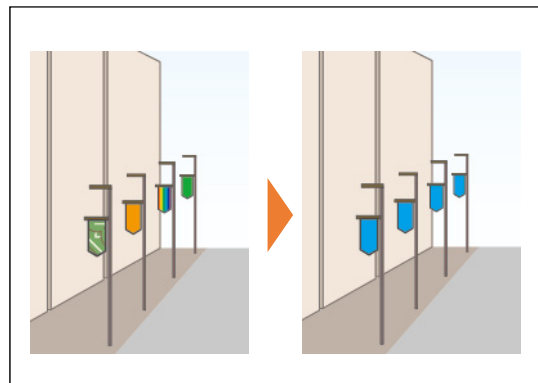
- ・ 広告物のデザインに調布らしさや地域らしさを感じる工夫が必要
- ・ 広告物の色やデザインが様々で，地域のまとまりがない

配慮事項

- 地域のまちづくりのテーマやコンセプトをとらえ，魅力ある地域づくりに貢献するよう工夫しましょう
- 地域でテーマカラーを設定するなど，地域の一体感が感じられるよう工夫しましょう
- 地域のモチーフやテーマカラーを効果的に使用し，店舗だけでなく街全体のイメージアップや調布らしさの創出につなげましょう



隣接する建物の広告物と統一するなど，地域の一体感が感じられるよう工夫しましょう



複数の色を使用するのではなく，テーマカラーを決めて効果的に使用することで，一体感とともに調布らしさのある個性的な街並みを演出しましょう



特徴的な地域特性を踏まえ，周囲の建物との調和を意識した形状や色彩を使用するなど，地域としての一体感を演出しています（川越市）

ワンポイントアドバイス

広告を活用したまちづくり

■地域のアイデンティティと広告

広告物の中には、長い間一定の場所に掲出されていることで、人々に親しまれ、街の顔になり、地域の顔として欠かせない広告物になるケースもあります。

例えばニューヨークのタイムズスクエアでは、ネオン等も使用した大型屋外広告物を高密度に集積することで、その場所らしさを演出し、世界的に知られており、広告物が減ることで場所性を失わないようにしているといわれています。

このように、広告物の中には、地域の努力のもと街並みを形成する特徴的な要素として根付き、本来の目的を超えて、地域のアイデンティティとして認識されるものもあります。

■エリアマネジメント広告

近年、特定地域（エリア）の住民や事業者、来街者などによる組織が主体となって、地域美化活動やイベントを開催したり、街並みや屋外広告物のデザインを誘導するなど、街の課題解決や活性化を行う取組（エリアマネジメント）が様々な地域で進められています。

エリアマネジメントの取組のひとつとして、公道上の屋外広告物を特例許可する「エリアマネジメント広告」があります。そのなかにはバナーフラッグや工事の仮囲いなど、屋外広告物の掲出場所を貸し出すことで、得られた広告収入をまちづくりの財源に充てるなどの手法があります。こうした広告物は、まちづくり組織がそれぞれの街並みにふさわしいデザインについて助言や審査をすることで、第三者広告物でありながら街並みに溶け込んだ景観を創出することができます。



街路灯に掲出された広告物  
(千代田区)

共通 安全性・維持管理

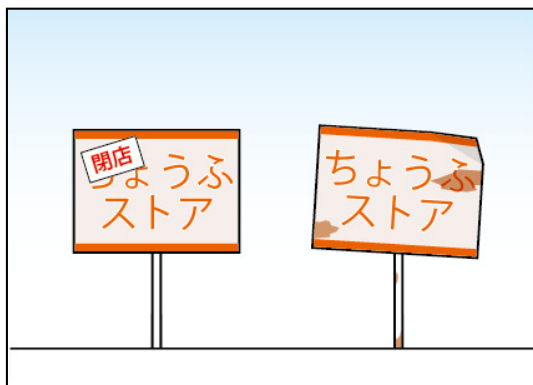
地震等の災害に強い広告物とするとともに、更新・撤去など、適正な維持管理を行う

景観の課題

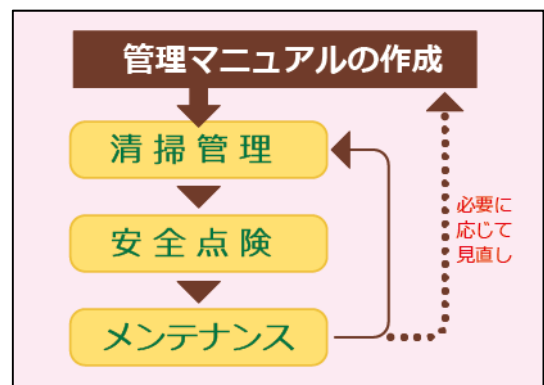
- ・歩道に張り出すなど、通行に支障をきたす危険な広告物がみられる
- ・構造の劣化や簡素な取付けの広告物は、災害時等に落下や倒壊のおそれがある
- ・腐食やさびなど、老朽化が進んでいる広告物がみられる
- ・表示情報の変更や閉店した店舗の広告物などが放置されている

配慮事項

- 歩行者等の通行や自動車の視認性を妨げないようにしましょう
- 屋外広告物の自重や地震等の災害時に落下、倒壊しないよう、安全性に配慮した設計としましょう
- 汚れにくく、耐久性のある素材を使用しましょう
- 定期的な清掃や、表示情報が変更になった場合はすみやかに貼り替えるなど、継続した適正な維持管理を行いましょう
- 不要となった広告物は撤去しましょう



イベント終了等により不要になった広告物や劣化した広告物は、更新・撤去など必要に応じて適切に管理しましょう



腐食やさびによる老朽化や劣化等に伴う安全性に配慮するため、管理マニュアルなどを作成し、定期的なメンテナンスを行いましょう

※ 手続等を行わずに、所有者以外の方が屋外広告物の撤去等を行うことはできません。

ワンポイントアドバイス 安全性・維持管理

■ 広告物の維持管理

屋外広告物は一度設置すると10年、20年使い続けることが多くあります。その中で、設置時の美しく良好な状況をできる限り維持していくことが不可欠になります。

そのため、屋外広告物の維持管理については、特に安全、美観、機能の視点を意識して行っていくことが大切になります。

**共通**      **大きさ・数**

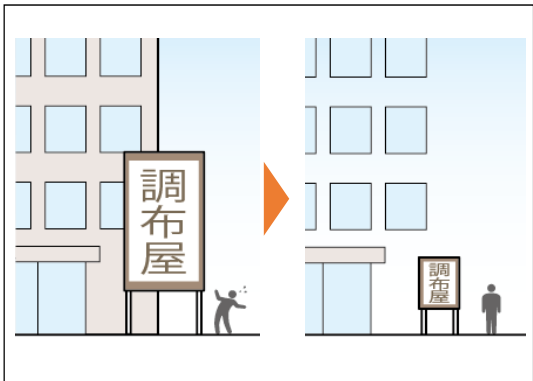
**建物や周辺の広告物のバランスに配慮しつつ、必要最低限の数とする**

**景観の課題**

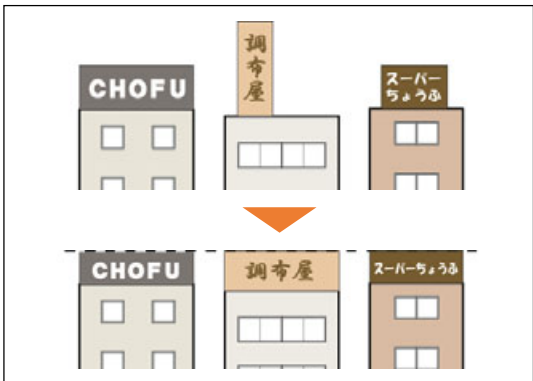
- ・ 大きすぎる広告物は歩行者の目線から見づらく、街並みに調和していない
- ・ 建物や周辺の広告物とのバランスが悪い広告物は見栄えが悪い
- ・ 同じ広告物が過剰に掲出されているのは良くない

**配慮事項**

- 歩行者に圧迫感を与えないヒューマンスケールに配慮しましょう
- 周辺の建物や広告物とのバランスに配慮し、大きさを揃えましょう
- 街並みから突出しない形状とし、周辺の景観との一体感に配慮しましょう
- 面積を大きくし目立たせるのではなく、デザインや配置を工夫しましょう
- 同じ内容の広告物の過剰な設置は控えましょう
- 同一建物内のテナント広告は、大きさやデザインを揃えるか、ひとつの広告物に集約しましょう



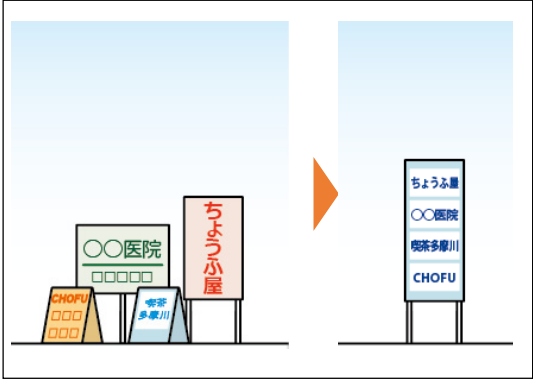
長大な大きさにならないよう、周辺の建物や広告物とのバランスに配慮し、歩行者等に圧迫感のない大きさとしましょう



周囲から突出した高さ等にならないよう、スカイラインを統一するなど、周囲との一体感に配慮しましょう



同一建物で広告物を統一し、歩行者に見やすい大きさとしています（調布市）



同位置への複数の広告物の設置を避けるため、できるだけ規模を統一し、集約化して設置しましょう

※屋外広告物の大きさについては、広告種別でそれぞれ個別に数値等による基準が定められています。（東京都屋外広告物条例・同施行規則）（5章 東京都屋外広告物条例及び屋外広告物設置の流れ／P57～P58 参照）

## ワンポイントアドバイス

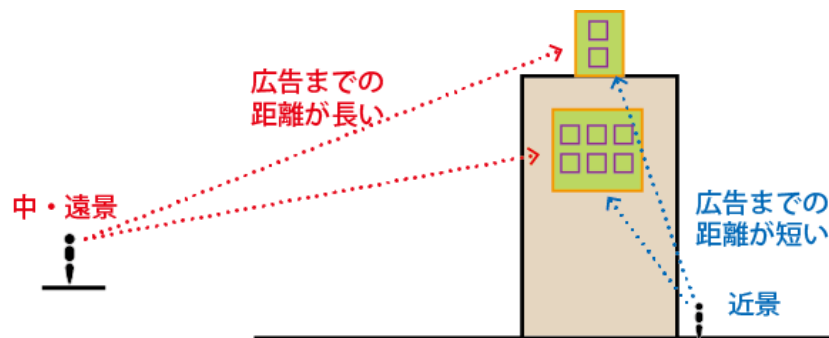
## 大きさ

## ■ 広告物の大きさ

## ○ 視点からの距離

屋外広告物の中には、遠方からの視認性を意識するあまり、規模の大きなものが掲出されることがあります。しかし、それが原因となり、その広告物の足元の街並み景観の連続性が阻害されてしまうことがあります。

広告物の大きさを考える際には、視点からの距離に対し、適正な規模を確保する一方で、それらが掲出されている場所の街並み景観に悪影響を及ぼさないような規模になるよう配慮しましょう。



視点場の違いによる視認距離のイメージ

## ○ 建物や構造物の規模と広告物の関係

建物や構造物等を設計するときには、広告物が設置されることを考慮してデザインされていないケースも多くあります。

そのため、建設後に、屋上への大規模な広告物の設置や壁面の大部分を覆うような設置、透過性のあるガラス面への設置など、事後に設置された広告物により、設計当初に意図していた景観的な配慮やそのもの自体のデザインを損なってしまうことがあります。

広告物の大きさを考える際には、それぞれの建物や構造物の本来持つ、規模、形態、デザインが大きく改変されることのないよう配慮しましょう。

## 共通 位置

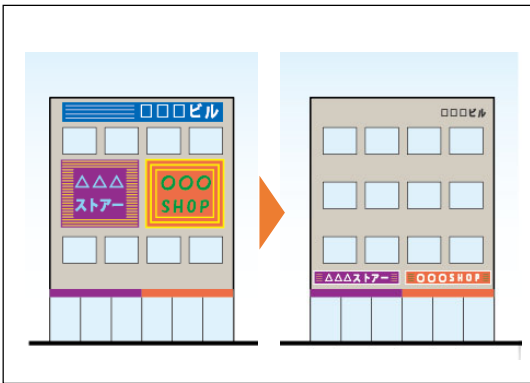
### 人の視線による実際の見え方を意識し、設置位置を工夫する

#### 景観の課題

- ・複数のテナントの広告物がそれぞれ無秩序に掲出されているのは印象が良くない
- ・建物ごとに広告物の形状や設置位置が異なると、雑然とした街並みになる
- ・目立たせることを優先した位置に設置すると、歩行者や自動車などの通行の妨げになるおそれがある

#### 配慮事項

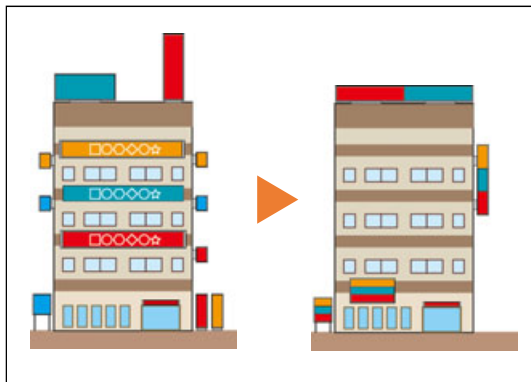
- 広告物の位置は低層部に設置することでにぎわいを創出し、高層部に設置する場合は、建物デザインと調和したシンプルなデザインとしましょう。
- 歩行者や自動車などからの視線や通行の妨げにならないよう、設置位置を工夫しましょう
- 複数のテナントの広告物は、大きさやデザインを揃え、配列を工夫しましょう



大きく目立つように掲出するのではなく、視線の届きやすい1～2階に揃えて掲出するとともに、上層部は建物にあわせたシンプルなデザインにすることで、建物とともに街並みの魅力を演出しましょう



建物デザインと調和したシンプルなデザインで、形状や設置位置を統一することで、落ち着いた街並みを演出しています（調布市）



テナントごとに無秩序に広告物を設置するのではなく、設置基数を抑えるとともに、大きさを揃えて設置しましょう



形状や設置位置を統一することで、歩行者への視認性とともににぎわいを演出しています（松戸市）

※屋外広告物の位置については、広告種別でそれぞれ個別に数値等による基準が定められています。（東京都屋外広告物条例・同施行規則）（5章 東京都屋外広告物条例及び屋外広告物設置の流れ/P57～P58 参照）



共通 色彩

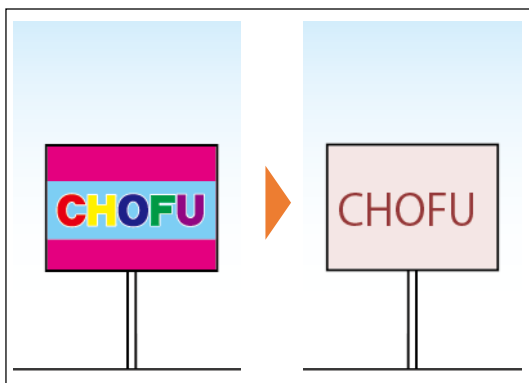
派手な配色や原色の使用は避け、広告物の大きさにも配慮した色づかいとする

景観の課題

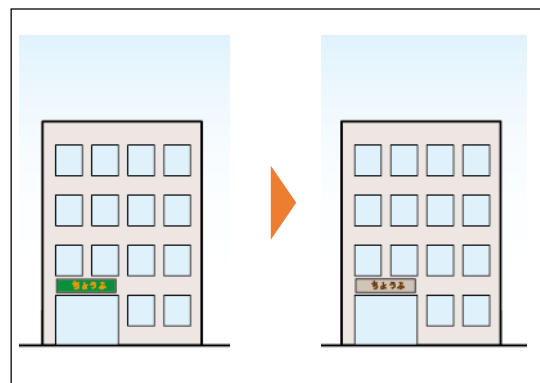
- ・色数が多すぎる広告物は印象が良くない
- ・広告物の地色は必要以上に鮮やかな色や、建物の外壁となじまない色は良くない
- ・高彩度色や原色同士、高コントラストの配色の広告物は見にくい
- ・鮮やかな色彩が目立つが、必要以上に大きい面積での使用は見にくく、周囲になじんでいない

配慮事項

- 広告物に使用する色彩は色数を抑え、落ち着いた色彩としましょう
- 建物に設置する屋外広告物の地色は、周辺の建物の外壁と調和した同系色の色彩としましょう
- 高彩度色・原色は地色での使用を控え、小さい面積でアクセントとして使用しましょう
- 使用する色彩は、原色同士や高コントラストの組合せは避け、配色にも配慮しましょう



周囲から突出した鮮やかな色や多くの色数の使用は控え、2〜3色程度の色ですっきりとしたデザインにしましょう



広告物の地の色に突出した高彩度の色彩の使用を避け、外壁面と調和した色彩を使用しましょう



低彩度で落ち着いた、あたたかみのある色づかいになっています（調布市）



建物と広告物の地を同系色にし、1階部分の店舗を際立たせています（京都市）

ワンポイントアドバイス

色 彩

■ 色彩の基礎知識 (調布市景観形成ガイドライン(色彩編)より)

○ 調布市の建物の色彩

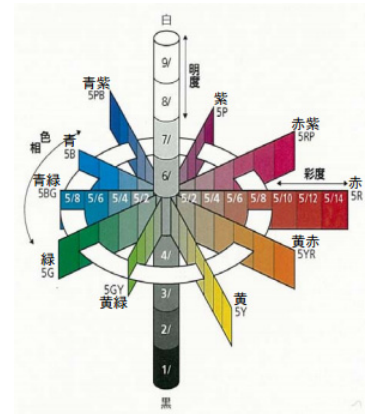
調布市内には、商業施設や中高層マンション、低層の住宅地など、様々な建物が建ち並んでいます。市内の建物の色彩は、概ね茶色系やベージュ系の落ち着いた色彩が中心となっており、調布市景観計画や調布市景観形成ガイドライン(色彩編)でも、建物の色彩について推奨色などを定めています。(色相YR(黄赤)系～Y(黄)系で低彩度・中明度のもの)

屋外広告物の色彩について考える際は、こうした周辺の建物の壁面や屋根の落ち着いた色彩と調和するよう、色づかいや配色を考えましょう。

○ 色の彩度

調布市景観計画の色彩基準では、建物等の色彩をマンセル表色系に基づき、色あい(色相)・明るさ(明度)・鮮やかさ(彩度)の3つの指標で表しています。色の彩度は色相によって異なり、0(無彩色)から16(鮮やかな色)程度までで示します。

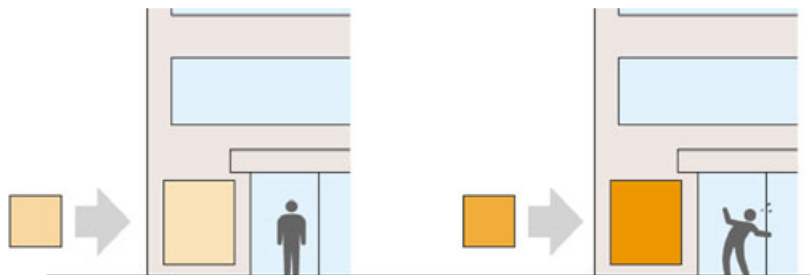
屋外広告物では、彩度が高い色彩は大きな面積で使用すると、周辺の街並みの中で目立つおそれがあります。鮮やかな色は小さい面積で使用するなど、広告物の色づかいは街並みに配慮したものとしましょう。



○ 色の面積効果

ある色を小さい面積で見た場合と大きな面積で見た場合では、明るさや色味に差が生じ、イメージが変化して見えることがあります(色の面積効果)。大きな面積になると、明るい色はより明るく、暗い色はより暗く見えるようになります。

屋外広告物のデザインを考える際には、こうした面積による違いも十分に考慮し、使用する色を決めましょう。

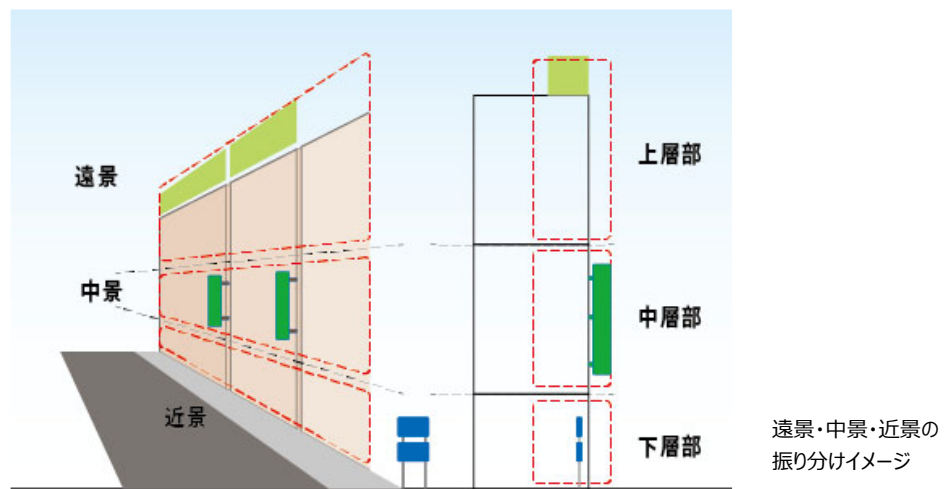


※見え方を疑似的に再現しています。

■屋外広告物の色彩と周辺景観との調和

周辺景観との調和を考えていく際に、屋外広告物の色彩は一つの要素として考えられます。その中で屋外広告物の色彩を調和させるためには、周辺景観の色に類似・融和させる方法と、対比的に調和させる方法等がありますが、屋外広告物の「地色」については基本的に「融和」という方法で調和させていくことが良いといわれています。

屋外広告物の「地色」については、人の目の高さを中心に、その見え方を建物高さを基準に区分した「遠景に対応した上層部広告物」、「中景に対応した中層部広告物」、「近景に対応した下層部広告物」のそれぞれの区分にあわせて調和する色彩を選定しましょう。(区分については下図参照)



区分別の調和する色彩については次のように考えましょう。

①上層～中層部の広告物	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「地色」には周辺景観の基調色を用いましょう。</li> <li>・「地色」の明度を周辺景観の基調色にあわせましょう。</li> <li>・「地色」の彩度は抑えましょう。</li> </ul>
②低層～中層部の広告物	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「地色」を建物の基調色（外壁面等）に類似させましょう。</li> <li>・「地色」には建物の基調色と同程度の明度で、類似色相の低彩度色を用いましょう。</li> </ul>
③その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域特性（商店街等）や低層～中層部におけるにぎわいや活気のある演出を行う場合は、類似調和に対比調和を加えるなどの工夫をしましょう。</li> </ul>

広告物の色彩は視線を引き付ける手段にもなる一方で、嫌悪感を抱かせることもあります。色の持つ意味を知り、場所は背景（地域特性）、目的に応じて適切に使用しましょう。

※出典：「屋外広告の知識/デザイン編」（第四次改訂版）の内容を編集

共通 文字

広告物の大きさや設置位置に合わせ、

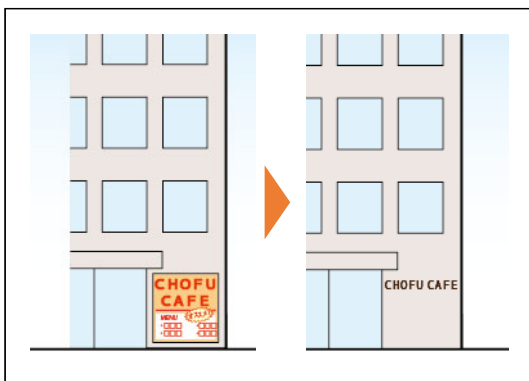
見やすい文字の大きさ・文字数となるよう配慮する

景観の課題

- ・盤面に対して文字や情報量が多いものは読みづらく、必要な情報がわかりにくい
- ・周辺や店舗にあわせ、書体にも工夫があると良い
- ・公共の場に相応しくない語句や内容の広告物は印象が良くない

配慮事項

- 盤面に対して文字や情報を過剰にするのは避け、余白を十分に設けたすっきりとしたデザインとしましょう
- 広告物に表示する文字数は多すぎないようにし、店舗名などの必要な情報のみを明確に伝えるようにするほか、ロゴマークなどのデザインを活用しましょう
- 地域や店舗の特徴をひきたたせるよう、使用する書体にも配慮しましょう
- 公共の秩序に配慮した文言や表現内容としましょう



多くの情報により表示面が煩雑になるのを避けるため、必要最小限の表現としましょう



ロゴマークと手書き風の文字で、手作りの暖かみを感じられる広告物となっています（調布市）



特徴ある飾り文字で、あか抜けた印象の広告物となっています（京都市）



地となる壁面と明度差をつけた同色系の切り文字を使用することで、落ち着いた中にもメリハリのある広告物となっています（志木市）

## ワンポイントアドバイス

## 文字

## ■ 覚えられる情報量

人が簡単に覚えられる情報量は3項目までであるといわれています。そのため、屋外広告物は簡潔に要点のみを表現するなど、シンプルな表示としましょう。

また、人の目が、1箇所に滞留する時間(0.3秒前後)に読むことができる文字数は、日本語で最大15文字程度といわれています。

そのため、短時間で判読できることで、効果をよりあげるため、屋外広告物に使用する文字数は15文字以内を心がけましょう。

この先に橋がありますから  
それを渡って  
右手の工場の先の  
信号がある交差点を  
左に曲がって、  
川を越えて、  
30m位行ったところに  
交番がありますので、  
そこを右に曲がって  
50m位先の  
右手です。

工場の先を左、  
交番を右  
50m先

※出典：「屋外広告の知識/デザイン編」(第四次改訂版)の内容を編集

共通 照明

街並みを明るくするために活用しながら、過度に明るくなり過ぎないように配慮する

景観の課題

- ・明るすぎる、大きすぎる照明は見にくい
- ・広告物を照らすのみで、色合いや夜間景観への配慮が不足している
- ・光源が露出していたり点滅する照明は、過度に目立ち街並みにふさわしくない

配慮事項

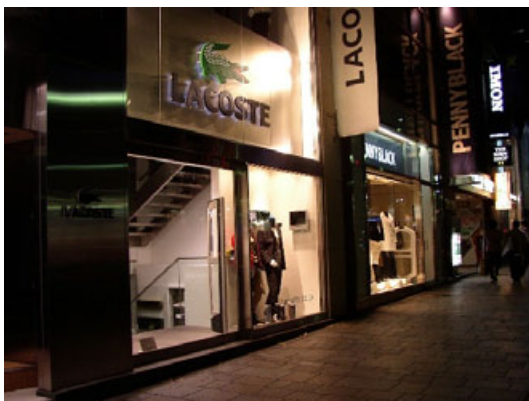
- 照明は過剰に明るくせず、広告物の盤面のみを照らすようにしましょう
- 照明の色や設置方法を工夫し、夜間景観を演出しましょう
- 光源や表示面が過度に点滅する照明は設置しないようにしましょう



小面積の広告照明により、暖かみのある室内照明とのバランスがとれた夜間景観となっています（中央区）



店舗名の照明は控えめにすることで、店舗内の様子をひきたたせています（調布市）



光量や外照とショーウィンドウの照明方法などを工夫することで、落ち着いた夜間景観を演出しています（渋谷区）



光量を抑えた内側からのスポット的な柔らかい光により、落ち着いた中にも情緒的な夜間景観を演出しています（港区）

## ワンポイントアドバイス &gt;&gt;&gt; 照明

## ■ 光の明るさや輝き

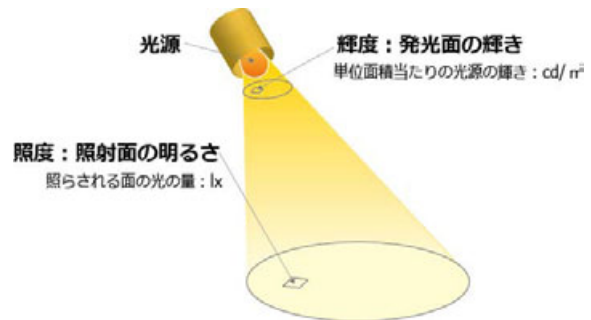
人が光を日常的に感じる際には、「明るい」「暗い」「鮮やか」「ぼやけた」などの感覚的な表現が用いられますが、光は「照度」や「輝度」などという値で表現されます。

照度：光源によって照らされる面に入射する光の量

：単位：ルクス (lx)

輝度：単位面積あたりの光源の明るさ

：単位：カンデラ毎平方メートル(cd/m<sup>2</sup>)



人の視界の中に、周囲と比較して明るい光（照明器具など）があるとまぶしさを感じる場合があります。そのまぶしさを「グレア」と呼び、見ようとしているものがそのまぶしさにより見えにくくなったり、不快に感じる場合があります。

まぶしさによる「物が見えにくい」、「不快感」を妨げるためには、まぶしくなりやすい「周囲が暗いほどまぶしい」「光源の輝度が高いほどまぶしい」「光源が近いほどまぶしい」「光源の見かけの面積が大きいほどまぶしい」などの点を考慮していくことが必要です。

また、「グレア」は若年者より高齢者の方が感じやすいとされているため、その点を踏まえた照明方式の選択を心がけましょう。

## ■ 照明の色の持つイメージ

広告物に使用される照明の光源には温度によって見え方が異なります。

色温度の高い光源は青白く見えるため涼しさやシャープさを感じさせることから都会的なイメージを与え、照明として利用した場合には青・緑系のものが強調されて見えます。

一方、色温度が低い光源は赤っぽく見えるため、暖かみや柔らかさを感じさせることから、住宅地での使用に適しており、照明として利用した場合には赤橙色のものが強調されて見えます。

屋外広告物に照明を利用する際には、地域の特性に応じた光源を選択して、良好な夜間景観の演出を工夫しましょう。



ワンポイントアドバイス

照明

■ 広告物の照明方式

屋外広告物の照明方式は大きく「発光式」「外照式」「内照式」の3種類に分類することができます。

<p>発光式</p>	<p>光源の光を直接利用する方式（LED 表示板、ネオンサイン、大型ディスプレイ等）</p>		<p>動きのある表現や派手な色彩表現が可能のため、周辺景観に与える影響が大きくなることがあります。自然地や住宅地等の落ち着いた環境での使用は控えましょう。</p>
<p>外照式</p>	<p>外部の投光器などを利用して広告物をライトアップする方式（屋上や壁面などにスポットライト等を利用する広告等）</p>		<p>外部から表示面を照らすため、照明の規模によっては周辺に与える影響が大きくなる場合があります。使用する量を調整したり、光源の位置を低くするなどの工夫をしましょう。</p>
<p>内照式</p>	<p>内部や背面などに光源を設置し、その透過光を用いて内部から発光する方式（避難口誘導灯・通路誘導灯等）</p>	 	<p>発光式ほどではないが、表示面全体を照らすことが可能なため、周辺に与える影響が大きくなる場合があります。光量の調整や中高層部での使用を避けるなどの工夫をしましょう。</p> <p>自由な表現が可能で小面積で効果があり、光の量も少ないため、使用方法によっては、周辺景観に与える影響が比較的少なく感じさせることができます。会社等のロゴや切り文字などの表示の使用に適しています。</p>

屋外広告物に照明を利用する際には、地域の特性に応じて照明方式を選択し、良好な夜間景観の演出を心がけましょう。