

田原市屋外広告物景観ガイドライン

～ 渥美半島の美しい自然を、明日の子どもたちへ ～



tahara

1

ガイドラインの目的と利用方法

1-1	ガイドラインの目的	1
1-2	ガイドラインの位置付け	1
1-3	ガイドラインの対象	2
1-4	ガイドラインの利用方法	3

2

道路景観形成の基本目標と屋外広告物のあり方

2-1	将来の景観像	4
2-2	道路景観形成の基本目標	4
2-3	田原市における屋外広告物のあり方	5

3

共通配慮事項

3-1	掲出場所に配慮	6
3-2	形態に配慮	7
3-3	意匠（掲載内容）に配慮	8
3-4	色彩に配慮	9
3-5	掲出方法に配慮	10
3-6	維持管理に配慮	11

4

形態別配慮事項

4-1	地上広告	14
4-2	屋上広告	16
4-3	壁面広告	18
4-4	突出広告	20
4-5	その他広告（立て看板、広告旗、広告幕）	22

5

沿道の特性に応じた工夫

5-1	自然系：豊かな自然を活かす地域	24
5-2	住居系：暮らしの場となる地域	25
5-3	都市系：賑わいを演出する地域	26

6

許可申請時の手続き

6-1	許可申手続き	27
6-2	問い合わせ・手続き窓口等	27

1

ガイドラインの目的と利用方法

1-1 ガイドラインの目的

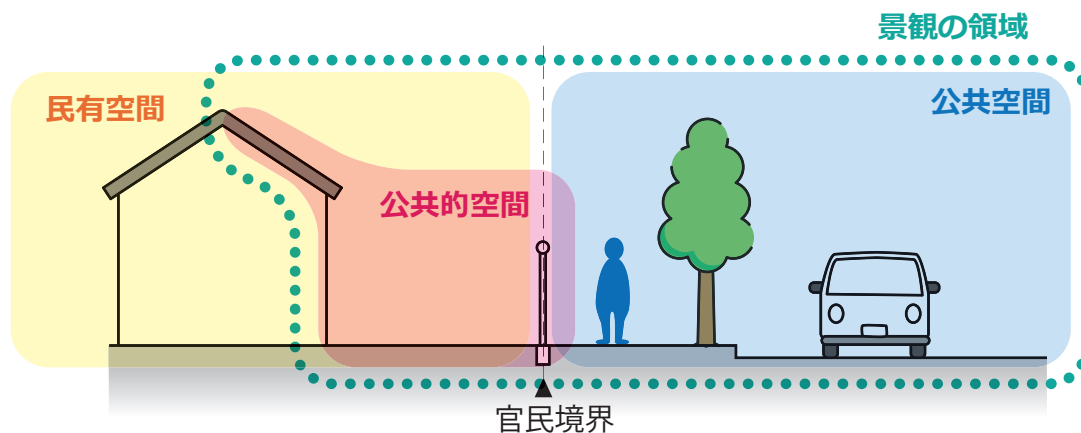
田原市は、平成 25 年 3 月、市内の公共空間及び民有空間のうち道路や公園などの公共空間から通常望見できる公共的空間を対象として、魅力的な景観の形成を進めるための考え方や方針などを示した「田原市景観基本計画」を策定しました。

また、平成 27 年 3 月には、公共空間の景観を構成する大きな要素ともなっている公共施設が、田原市の景観上の骨格となり、また、まちのイメージを内外に強く印象付けるものとして、その整備・維持管理などに関する景観形成の考え方や配慮内容を「田原市公共事業景観形成ガイドライン」に示しました。

こうした中、公共的空間に目をやると、多数の屋外広告物が様々な大きさや形、色彩で設けられている姿を見ることができます。無秩序に設けられた屋外広告物は、表浜を背景にした雄大な自然景観などとの不調和を引き起こし、将来、田原の魅力的な景観を損ねてしまうことにもなりかねません。

この「田原市屋外広告物景観ガイドライン」（以下「ガイドライン」という。）は、田原の魅力的な景観を今後も守っていくために、まちなみの景観を構成する要素の一つである屋外広告物に着目し、その設置や維持管理の際の、景観に対する配慮内容などを示したものです。

このガイドラインは、屋外広告物の設置者をはじめ、施工などに関わるすべての方に、屋外広告物が周囲のまちなみに及ぼす影響を認識してもらい、さらには、屋外広告物の設置の際の景観形成の手引きとして活用され、田原の魅力的な景観の形成を、屋外広告物から取り組んでもらうことを目的としています。



1-2 ガイドラインの位置付け

このガイドラインは、「田原市景観基本計画」に示された基本理念や基本目標などに基づき、屋外広告物において景観に配慮すべき事項を定めるものです。

1-3 ガイドラインの対象

(1) 対象とする地域

本ガイドラインが対象とする地域は、三河湾国定公園や渥美半島県立自然公園に指定されている渥美半島の主要な道路として、また「渥美半島菜の花浪漫街道」に指定され、多くの観光客などの来訪者を迎える道路として、さらには「田原市景観基本計画」において「景観軸」としても位置付けられている「国道42号」と「国道259号」およびその沿道とします。

なお、沿道とは、路端より100m程度とします。

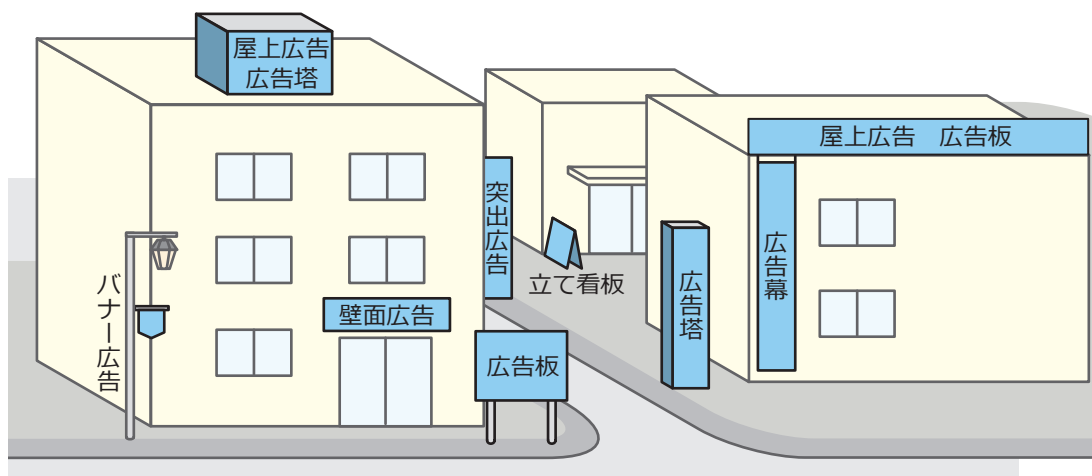


(2) 対象とする屋外広告物の形態

屋外広告物とは、屋外広告物法（昭和24年法律第189号）第2条第1項で、「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、建物其他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。」とされています。

本ガイドラインは、これらを踏まえた上で、以下に示す形態の屋外広告物を対象とします。

なお、交通安全や美化運動などを呼び掛ける営利を目的としないもの、また、シンボルマークやロゴあるいは写真など、商品やサービスなどの一定のイメージを印象付けるものも対象とします。

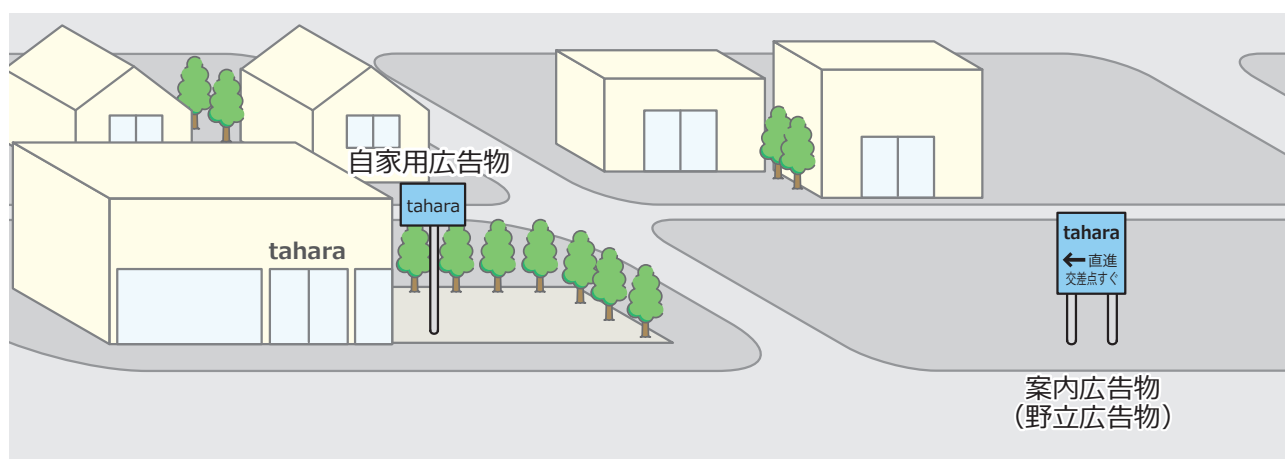


(3) 田原市の景観特性からみた配慮すべき屋外広告物の種類

田原市は、市街化区域と市街化調整区域の割合が、1：9（1,715ha：17,397ha）となっており、また、市のほぼ全域が三河湾国定公園と渥美半島県立自然公園に指定され、緑豊かな自然景観を有している都市です。

こうした中、国道42号と国道259号の沿道における屋外広告物の種類^{※1}別の掲出割合^{※2}を見ると、自家用広告物が約75%、案内広告物（野立広告物）が約25%となっています。

案内広告物は、人々を主要な場所に誘導する際に必要な広告物ですが、無秩序に乱立して掲出すると、田原市の魅力である緑豊かな自然景観を遮ってしまうおそれがあることから、田原市の美しい景観を守る上で配慮すべき屋外広告物であるといえます。



※1：屋外広告物の種類

自家用広告物：自己の店舗や事務所などの建築物、または店舗など建つ敷地内に設置している屋外広告物

案内広告物（野立広告物）：自己の店舗や事務所などがない場所に設置している屋外広告物

※2：屋外広告物調査（平成26年）

1-4 ガイドラインの利用方法

愛知県屋外広告物条例は、まちの美観の維持や屋外広告物の適切な維持管理を行うため、屋外広告物の設置者に対し、表示の仕方や場所などにルールを定めています。

本ガイドラインは、屋外広告物を設置する際、愛知県屋外広告物条例に基づくルールのほか、「田原市景観基本計画」に基づく景観形成の取り組みの一環として、ガイドラインに示す景観形成の考え方や配慮事項に沿った取り組みをお願いするものです。

2

道路景観形成の基本目標と屋外広告物のあり方

2-1 将来の景観像

田原市は、市域の大部分が三河湾国定公園や渥美半島県立自然公園に指定されているように、美しい自然景観が魅力的な観光都市です。この美しい自然景観を構成しているものに、「青い海・空」と「緑の木々」があげられ、特に、市内外から多数の来訪者を迎える国道 42 号と国道 259 号においては、重要な要素となっています。

このため、国道 42 号と国道 259 号では、「青い海・空」と「緑の木々」を田原の美しい景観を支える大切な要素として捉えて、これらが創り出す空間の広がりや連続の美しさを最大限に引き出しながら、総体として魅力ある道路景観の形成を目指します。

青とみどりの空間をどこまでも…

広がりと連続が美しく映える 田原の道路景観

2-2 道路景観形成の基本目標

私たちより遥か以前より、そこにあった自然とともに…

自然環境に敬意を払う道路景観づくり

私たちは、田原市の魅力の一つである雄大な海や豊かな緑などの美しい自然環境の中に間借りして暮らしているに過ぎません。遥か以前より田原にあった自然環境に対して敬意を払いつつ、それらと調和した道路景観づくりを進めます。

ここに来てくれる人たちのために…

もてなしの心を感じる道路景観づくり

田原市へ訪れる観光客などにとって、道路はそのまちを強く印象付ける場所です。自分の家にお客様を迎えるときと同じように、道路とその沿道において、もてなしの心を感じることが出来る道路景観づくりを進めます。

そこに暮らす自分たちのために…

地域住民が心とむ道路景観づくり

自身が暮らす場所の景観が魅力的だと思えなくては、地域住民による景観形成は長続きしません。暮らして良かった、これからも暮らし続けていきたいと思えるよう市民が心とむ道路景観づくりを進めます。

2-3 田原市における屋外広告物のあり方

屋外広告物は、田原市の緑豊かな自然環境が創り出す美しい景観を遮ることなく、常に脇役になることを意識し、形態、意匠（掲出内容）、色彩などを検討する際は、次の2つの約束に配慮してください。

屋外広告物を設置する際の「2つの約束」

田原市内において屋外広告物を設置する際に配慮する「2つの約束」です。

01

美しい自然を際立たせる

渥美半島の美しい自然環境や景観を引き立てるよう配慮してください。

02

秩序をもって^{しつら}設える

節度ある取り組みを心がけ、皆が美しいと思える設えとなるよう配慮してください。



3

共通配慮事項

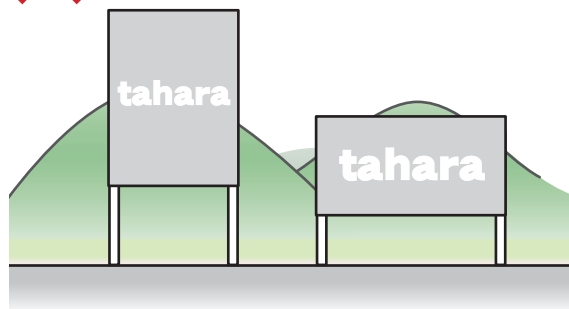
「共通配慮事項」は、すべての形態の屋外広告物に対して配慮していただきたい内容を示したものです。

3-1 掲出場所に配慮

(1) 自然景観への眺望を遮らない

田原市は、国定・県立自然公園が指定されているように、豊かな自然景観が魅力的な観光都市です。

このため、菜の花畑や海への眺望など自然景観が優れた場所においては、屋外広告物を掲出しないようにしてください。やむを得ず掲出する際は、周囲の植生を大きく改変する行為は控え、また、自然景観への影響が少なくなるよう大きさや色彩を抑えて設置してください。



目安

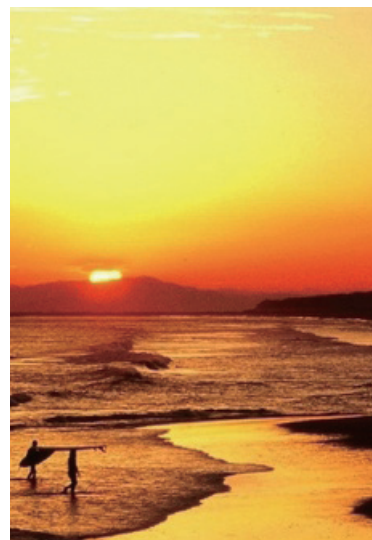
市街化調整区域

- 自然景観が優れた地域では掲出しない。

市街化区域

- 周囲の自然景観との調和に配慮する。

■コラム：田原市の美しい自然景観



3-2 形態に配慮

(1) 高さ、大きさを抑える

高さや表示面積が大きい屋外広告物は、設置する場所によって、圧迫感や威圧感を与えたり、魅力的な眺望を遮ってしまったりするおそれがあります。

このため、屋外広告物を設置する際は、必要最小限として、歩行者などへの影響や、周囲の自然景観やまちなみ景観への影響が少なくなるように配慮してください。

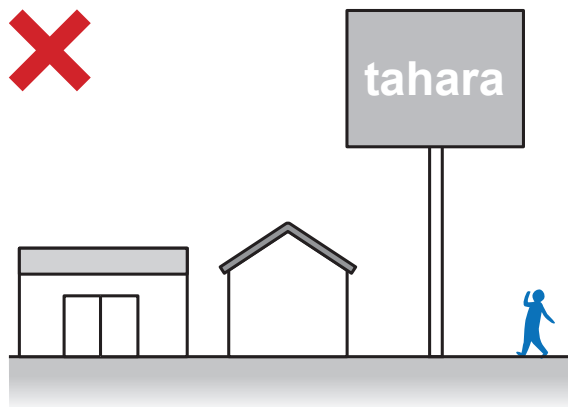
目安

市街化調整区域

- 高さは5 m以下とする。(ただし、国道42号沿いは10 m以下)
- 面積は、自家用広告物と案内広告物ともに、1基当り広告表示面積^{*}5㎡以下とする。(ただし、国道42号沿いは35㎡以下)

市街化区域

- 必要最小限の高さや大きさとする。



※広告表示面積とは、広告物等を一方から見たときに同時に見ることができる表示面の面積が最大となるときの当該面積のことをいう。(可視面積ともいう。)

(2) 奇抜な形状のものは原則設置しない

奇抜な形状の屋外広告物は、設置する建築物との不調和などにより品位を欠き、周囲の自然景観やまちなみ景観などを大きく乱してしまうおそれがあります。

このため、極端に奇抜な形状の屋外広告物は、設置を避けるように配慮してください。

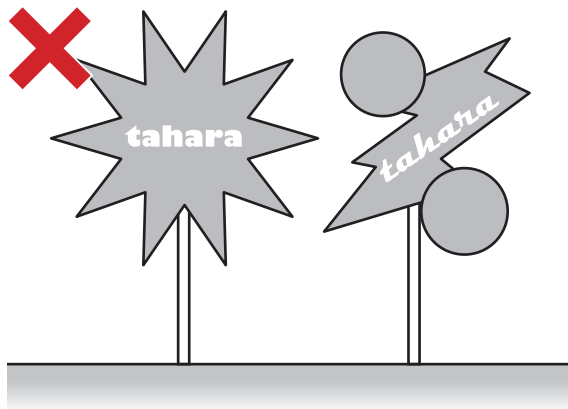
目安

市街化調整区域

- 奇抜な形状の屋外広告物は設置しない。

市街化区域

- 奇抜な形状の屋外広告物は原則設置しない。



3-3 意匠（掲載内容）に配慮

(1) 情報量は必要最小限にする

限られた板面へ過度に多くの情報を掲載することは、煩雑な印象を与えて、周囲の景観を乱してしまう場合があります。

このため、屋外広告物の板面に掲載する内容は可能な限り情報量を少なくし、必要に応じてピクトグラムや記号などを用いてシンプルになるように配慮してください。

目安

市街化調整区域 / 市街化区域

- 案内広告物は、名称、矢印、距離のみの表示とする。



(2) 写真は原則用いない

写真はデザイン面において十分な検討を行わず用いると、屋外広告物そのものや周囲の景観に対して雑然とした印象を与えるおそれがあります。

このため、屋外広告物の掲載内容に写真は原則用いないようにしてください。

やむを得ず用いる場合は、掲出場所や掲載する写真そのもののデザイン検討を充分に行うようにしてください。

目安

市街化調整区域

- 写真あるいは写真を加工した屋外広告物は設置しない。

市街化区域

- 写真あるいは写真を加工した屋外広告物は原則設置しない。



3-4 色彩に配慮

(1) 高彩度色は用いない

屋外広告物に高彩度色を用いると周囲の自然景観やまちなみ景観との調和を欠き、周囲の景観を大きく乱してしまうおそれがあります。

このため、屋外広告物においては高彩度色の使用を抑えるよう配慮してください。

コーポレートカラーが該当する際は、彩度を抑えるなどの工夫をしてください。

目安

市街化調整区域

- 高彩度色は使用しない。なお、ここでのいう高彩度色とは、マンセル表色系による彩度6以上とする。

市街化区域

- 板面全体に対するアクセントカラー程度までとする。



(2) 多色、グラデーションは用いない

グラデーションを含め、多数の色彩を用いた屋外広告物は、高彩度色の使用と同様、周囲の自然景観やまちなみ景観との調和を欠き、周囲の景観を大きく乱してしまうおそれがあります。

このため、屋外広告物においては多色やグラデーションは用いず、控えめな色使いとなるよう配慮してください。

目安

市街化調整区域 / 市街化区域

- 多色、グラデーションは使用しない。
- 使用できる色数は白色を含めて4色までとする。



3-5 掲出方法に配慮

(1) 一敷地内での掲出数を少なくする

一つの敷地内に屋外広告物が多数掲出されると、雑然とした印象を与えるとともに、自然景観やまちなみ景観においても無秩序な印象を与えるおそれがあります。

このため、一つの敷地内には可能な限り屋外広告物の掲出数を減らして集約するよう配慮してください。

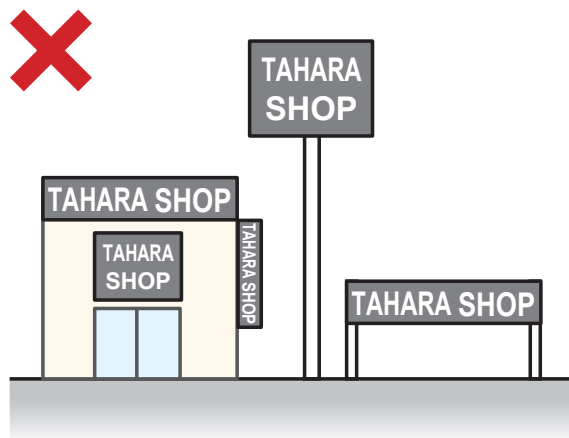
目 安

市街化調整区域

- ・ 同一敷地内への掲出数は必要最小限とする。（最大でも4基までとする。）

市街化区域

- ・ 周囲の景観との調和に配慮する。
- ・ 過度な掲出は控える。



(2) 点滅式・回転式照明、LED 電光掲示は原則使用しない

点滅式や回転式照明または LED 電光掲示を用いた屋外広告物は、極度に明るくなる場合があり、周囲の夜間景観を著しく阻害するおそれがあります。

このため、点滅式や回転式照明または LED 電光掲示を用いた屋外広告物は、原則用いないよう配慮してください。

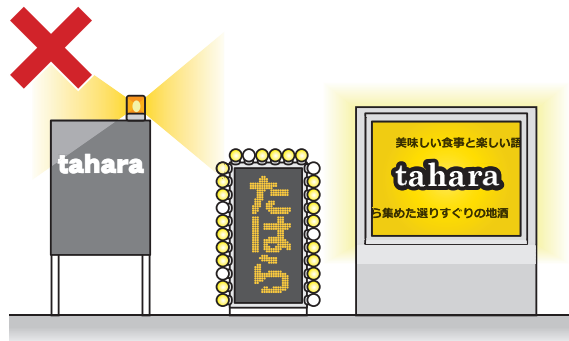
目 安

市街化調整区域

- ・ 点滅式・回転式照明または LED 電光掲示は原則使用しない。

市街化区域

- ・ 過度な装飾や演出は控える。



3-6 維持管理に配慮

(1) 道路標識への視認性を阻害しない

大きな屋外広告物や道路標識などと同系色を用いた屋外広告物は、道路標識の視認性を低下させる場合があります。

このため、交通信号機、道路標識の近くには設置しないでください。



(2) 倒壊、落下しないよう安全を確保する

屋外広告物は、長い年月、風雨などにさらされるため、劣化が進みやすい条件下にあります。

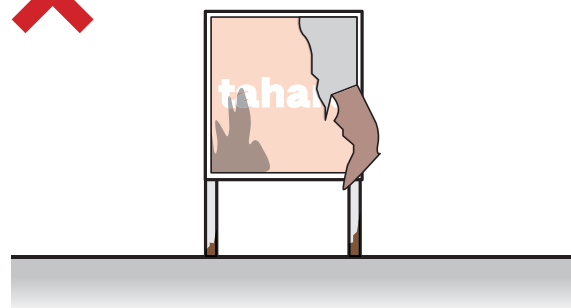
このため、劣化または整備不良などによる倒壊や落下が起こらないよう、設置時の確認を充分に行うことはもちろんのこと、日常の管理と定期的な点検を行い、必要に応じて補修や修繕を行って安全性を確保してください。



(3) 汚れにくく、耐久性のある素材を用いる

屋外広告物は、太陽光、風雨、温度変化による、変形、変色・退色、また雨滴や排気ガスなどによる汚れ、さらには割れや欠けの破損などが起こりやすく、こうした状態は周囲のまちなみの魅力を低下させる要因になりかねません。

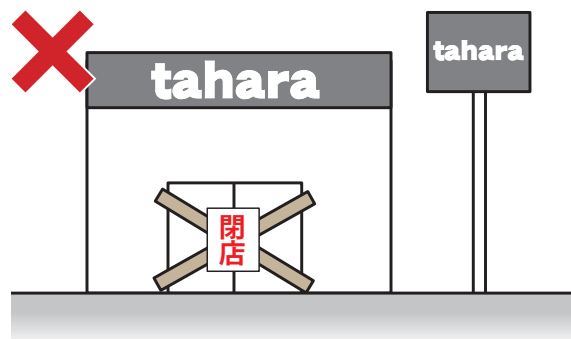
このため、屋外広告物に用いる素材は、変質や劣化を起こしにくい耐候性、耐久性に優れたものを用いるよう配慮してください。



(4) 不要となった屋外広告物は撤去する

廃業した店舗や管理が行き届かずに朽ちかけたものなどの不要となった屋外広告物は、周囲の自然景観やまちなみ景観を阻害しているだけでなく、放置しておくと、倒壊などによる事故の原因にもなりかねません。

このため、これらの不要となった屋外広告物は、施主、設置者、管理者の責任において速やかに撤去するようにしてください。



■コラム：マンセル表色系の解説

■マンセル表色系とは

マンセル表色系とは、色彩について「色相」「明度」「彩度」の3つの属性を組み合わせて表現するものです。

①色相

色相とは色合いを表します。

色相は、赤 (R)、黄赤 (YR)、黄 (Y)、黄緑 (GY)、緑 (G)、青緑 (BG)、青 (B)、青紫 (PB)、紫 (P)、赤紫 (RP)、の10種の基本色で構成しています。また、色が赤 (R) から黄赤 (YR) へ変化するグラデーションを等分して、赤の基本色を示す記号 (R) の前に0から10の数字を付けて、それぞれの色相を細かく表現します。なお、0Rは10RPと同じ色を示し、10Rは0YRと同じ色を示します。0R(=10RP)→1R→2R→3R→4R→5R→6R→7R→8R→9R→10R(=0YR)。

②明度

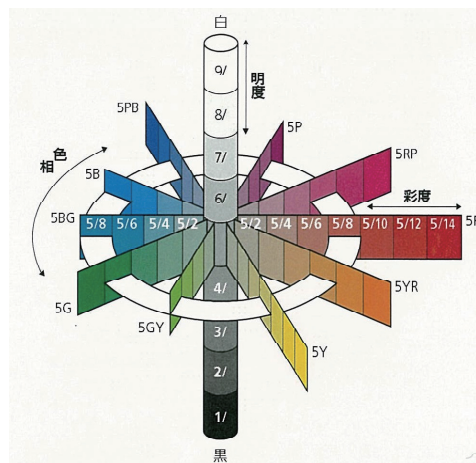
明度とは明るさを表します。

色の明るさを最低明度である黒の0から、最高明度である白の10までの数値で表します。暗い色ほど数値が小さく、明るい色ほど数値が大きくなります。

③彩度

彩度とは色の鮮やかさを示します。

色の鮮やかさを白、灰、黒色の無彩色を示す0から数値で表し、鮮やかな色になれば数値が大きくなります。なお、表現できる最高彩度は色により限界があるため、色相ごとの彩度の最高尺度は異なります。色味のない鈍い色ほど数値が小さく、鮮やかな色になれば数値が大きくなります。

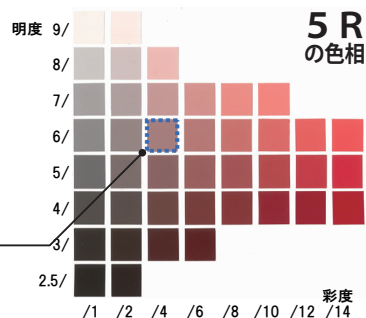


■マンセル記号の見方

マンセル記号は、色相、明度、彩度の順に書きます。

なお、彩度が0、明度が9のほぼ白色に近い無彩色は、「N 9」と表わし、「えぬ きゅう」と読みます。

ごあーる ろくのよん
5 R 6 / 4
 色相 明度 彩度



※この色表は印刷によって実際の色と異なる場合があります。

4

形態別配慮事項

4-1 地上広告

景観形成上の基本配慮事項

魅力的な自然景観やまちなみ景観を乱さないよう、
配置や大きさなどの配慮と、緑を用いた演出をしましょう。

(1) 背景への視界を著しく遮らない

海や空、広がりのある農地など、田原は眺望景観が魅力的です。こうした眺望を著しく遮ったり、周囲の魅力的な景観を覆い隠してしまったりしないよう、設置位置、大きさ、色彩に配慮してください。



▲控えめな大きさや色彩を用いて、背景の自然景観への眺望を遮らないようになっています。(田原市)



▲必要最小限の大きさと無彩色を用いて、周囲の景観との調和に配慮されています。(田原市)

(2) 複数設置する場合は集約する

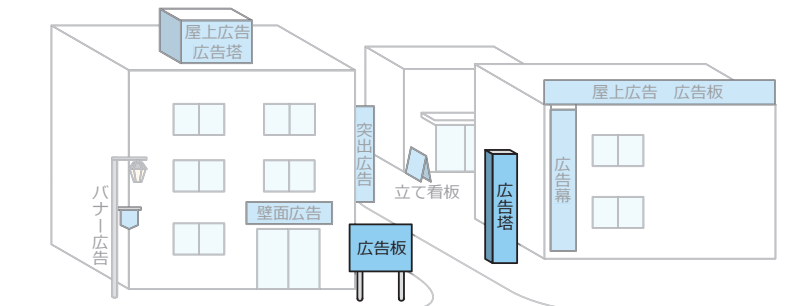
地上広告は、原則、掲出する一敷地に対し、1事業者につき1基までとします。ただし、複数の事業者が同一敷地内に掲出する場合は、集約し、掲示枠や支柱の形態意匠、色彩などの工夫を行い、周囲のまちなみに調和するよう配慮してください。



▲多数の店舗名を1つに集約し、また落ち着いた色彩を用いることで、控えめな広告物となっています。(名古屋市)



▲多数の店舗名を集約する一方、商業店舗としての賑わいを落ち着いた明るい色彩で表現されています。(田原市)



(3) 支柱下端（足元）周りの景観に配慮する

煩雑な印象になりがちな支柱の足元を、草花の植栽などにより覆い隠すなどして演出し、緑豊かな田原の景観と調和するよう配慮してください。



▲大きな広告物ですが、背後や足もとに植栽されることで、景観を和らげています。(名古屋市)



▲草花を足もとに配置することで、広告物のある景観も親しみを持てるようになっています。(金沢市)

(4) 周囲の緑との調和に配慮する

木製を連想させる設えにしたり、彩度を抑えてけばけしさを排除した色彩を用いたりするなど、街路樹や敷地内外の緑と調和するよう、素材（素材感）や色彩、大きさに配慮してください。



▲広告物に茶色を用いて木立や緑の壁などと調和させるとともに、景観のアクセントにもなっています。(名古屋市)



▲石造りの広告物が、背後の木造建築物やツタなどの緑と調和しています。(金沢市)

4-2 屋上広告

景観形成上の基本配慮事項

広がりのある青い空の背景を乱すことのないよう、
形状や色彩などの工夫により、建築物との一体感を演出しましょう。

(1) 建築物と一体感を出す

設置する建築物の幅に屋外広告物の幅を揃えたり、広告物の板面を建築物正面の壁面線と揃えたり、また骨組みや支柱の構造部が道路から見えにくくなるよう屋外広告物下端と建築物との隙間を可能な限り狭くしたりして一体感を出すよう配慮してください。



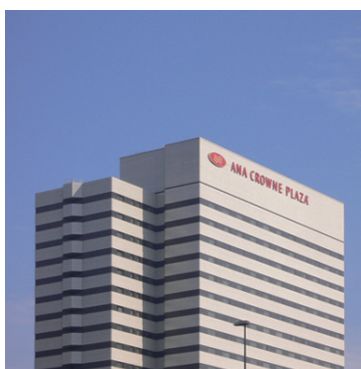
▲建築物の壁面の立ち上がり位置と間口に揃えて、すっきりとした広告物になっています。(田原市)



▲広告物を支える骨組みや支柱が見えにくくなるよう配慮されています。(名古屋市)

(2) 建築物の色彩と調和を図る

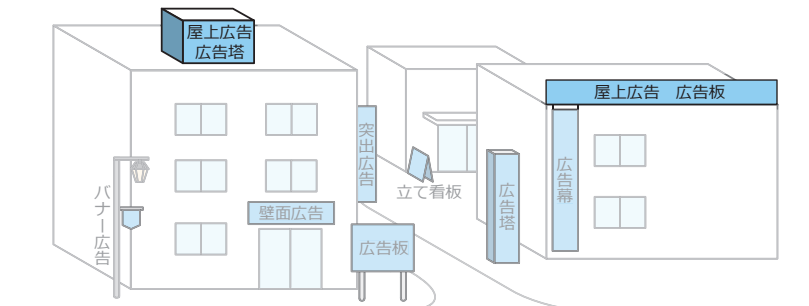
屋外広告物の“地(背景)”の色を、建築物の外壁色と同色あるいは同色相の色彩を用いて調和を図るよう配慮してください。



▲広告物の下地の色彩が、建築物の外壁と同色にされており、一体感を感じさせています。(大阪市)



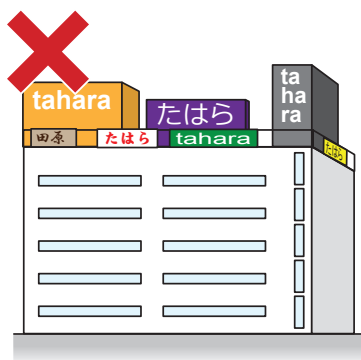
▲建築物の暖色系の色彩と同色を用いた広告物の下地が、建築物と一体感を演出しています。(名古屋市)



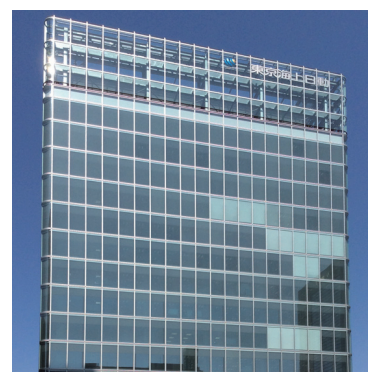
(3) 掲出する数を抑える

屋上広告物は、原則、掲出する建築物1棟に対して1基までとします。

なお、やむを得ず横に並べて複数掲出する場合は、掲出する屋上広告物相互の高さと“地”の色を同じとし、かつ近接して掲出するなど、広告物相互において一体感を出すよう配慮してください。縦に並べては設置しないようしてください。



▲一つの建築物の屋上に複数の広告物が設置されることで、混沌とした印象を与えています。



▲一つの屋外広告物が、建築物の外壁と同じ部材などを用いて立ち上げて掲出されています。(名古屋市)

(4) 建築物の高さとのバランスに配慮する

屋上広告物そのものの高さは、掲出する箇所における当該建築物の高さの1/2以下とし、広告物と建築物のバランスに配慮してください。



▲設置する建築物の高さとのバランスを欠いた屋上広告物は、周囲の景観を乱すだけでなく、圧迫感や不安感を抱かせます。



▲建築物の高さに比べて、低い高さの屋上広告物が設置され、調和しています。(名古屋市)

4-3 壁面広告

景観形成上の基本配慮事項

建築物の意匠の一部としても捉え、美しく映えるように、配置、形態意匠、色彩などに配慮しましょう。

(1) 大きさや掲出位置を揃える

建築物の壁面に掲出する屋外広告物は、可能な限り少数にしてください。なお、やむを得ず複数の壁面広告物を掲出する場合は、大きさや掲出位置を揃えて集約し、建築物全体に対してバランス良く配置するよう配慮してください。



▲大きさと形状を揃えて設置することで、規則正しい、すっきりとした印象を与えています。(川崎市)



▲可能な限り小さく、また形状を揃えて、周囲の景観に対する配慮が行われています。(名古屋市)

(2) 建築物の色彩と調和を図る

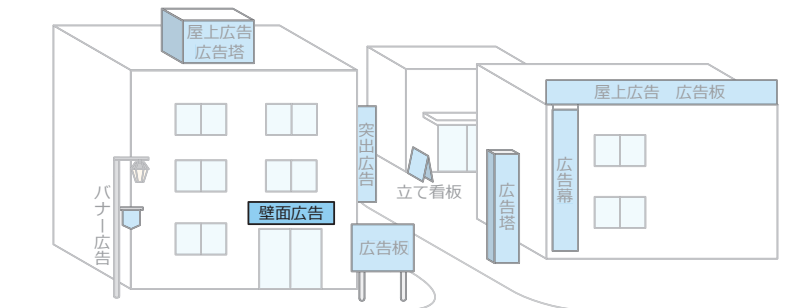
壁面広告物には多色を用いず、建築物の外壁色に対して調和する、色数を抑えたシンプルな広告物となるよう配慮してください。



▲板壁の自然素材に対し、シンプルな書体と単色を用いることで、すっきりとした印象を与えています。(田原市)



▲白色の外壁に、黒色の広告物(文字)の組み合わせが、洗練された印象を与えています。(田原市)



(3) 切り文字や箱文字を用いる

企業名や店名などの表示は、建築物の外壁を広告物の“地”として捉え、切り文字や箱文字を用いて、外壁面と調和するよう配慮してください。



▲コンクリートの外壁に打ち付けられた鋼材の切り文字が、お洒落な印象を与えています。(大阪市)



▲箱文字を並べた広告物は、主張しすぎる場合がありますが、色彩によりそれを回避しています。(名古屋市)

(4) 窓面広告は掲出しない

窓面の外側には、広告物は、原則、掲出しないようにしてください。なお、やむを得ず掲出する場合は、切り抜き文字を用いるよう配慮してください。



▲店内のディスプレイと切り抜き文字が調和し、楽しい雰囲気演出しています。(名古屋市)



▲ガラスに貼られた切り抜き文字が、額縁と店内のディスプレイにより、上手く演出されています。(名古屋市)

4-4 突出広告

景観形成上の基本配慮事項

建築物のワンポイント的な要素になるものとして捉え、設置数と統一感などに配慮し、演出しましょう。

(1) 掲出する数を抑える

突出広告は、掲出する建築物1棟に対し、1事業者につき1基までとします。



▲掲出数を少なくするとともに、シンプルな形態意匠にすることで、印象的になっています。(京都市)



▲掲出する突出広告の数を少なくして、まちなみへの圧迫感を少なくしています。(名古屋市)

(2) 高さを抑える

突出広告を掲出する位置は、広告物の上端が掲出しようとする建築物の壁面の高さより下になるよう配慮してください。

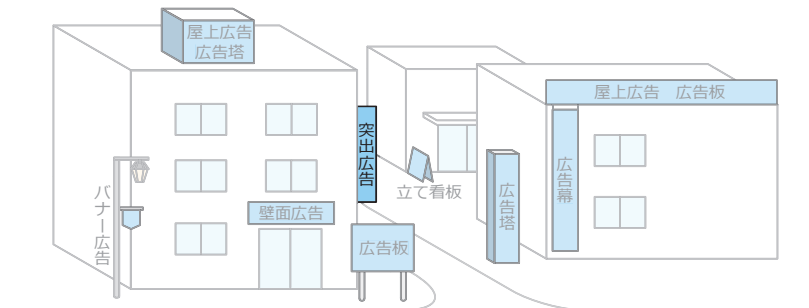
また、広告物の下端は歩行者の通行の支障にならないよう配慮してください。



▲1階の鴨居までの高さに設置することで、歩行者が中心のまちなみに調和しています。(金沢市)



▲外壁の色彩が変化する2階の高さまでに集約されています。(名古屋市)



(3) 集約し出幅を揃える

複数の事業者が同居する建築物などにおいて、複数の突出広告を建築物1棟に掲出する場合は、掲出位置を集約し、各突出広告の出幅を揃えるよう配慮してください。



▲異なる店舗が掲出する広告物の建築物からの出幅が揃えられています。(名古屋市)



▲1つの店舗の突出広告ですが、設置されている建築物の軒の出幅に揃えられ、上手く調和しています。(金沢市)

(4) 建築物の色彩と調和を図る

突出広告物には多色を用いず、建築物の外壁色に対して調和する、色数を抑えたシンプルな広告物となるよう配慮してください。



▲広告物の色彩に建築物の外壁色と同じ無彩色が用いられ、違和感なく建築物と調和しています。(名古屋市)



▲建築物の外壁色と似た色相を用いて設えられており、統一感が感じられます。(田原市)

4-5 その他広告（立て看板、広告旗、広告幕など）

景観形成上の基本配慮事項

見る者に煩雑あるいは不快な印象を与えないよう、もてなしの心を持った設置に配慮し、演出しましょう。

(1) 附属する建築物との調和を図る（立て看板）

立て看板は、附属する建築物の形態意匠、あるいは周囲のまちなみ景観との調和に配慮した、色彩、素材、形態意匠とするよう配慮してください。



▲カントリー風の店構えに、手書きの黒板の広告物が、店舗の印象を一層引き立てています。（川崎市）



▲白色で統一された店構えに調和するように置かれた広告物が、店舗の魅力を向上させています。（名古屋市）

(2) 広告旗（バナー）は統一感に配慮する

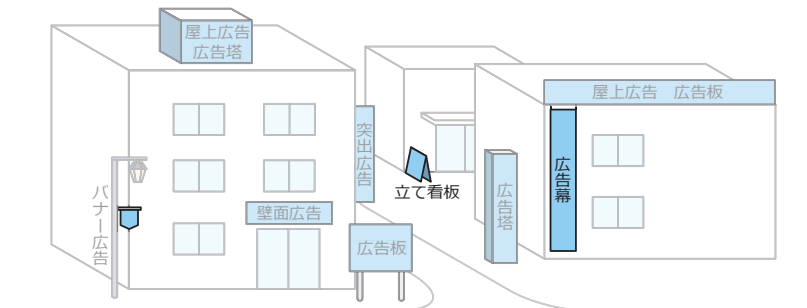
広告旗（バナー）は、通りや商店街などにおいて、統一感や季節感などを演出するよう、設置の際は形状や色彩に配慮してください。



▲連続した広告旗（バナー）が、通り全体に統一感を演出しています。（松本市）



▲樹木に映える赤色の連続した広告旗（バナー）により、歩行者の誘導が行われています。（名古屋市）



(3) しわ、よれが生じないように配慮する（広告幕、横断幕、暖簾等）

広告幕や横断幕の掲出は、期間を定めて設置するようにしてください。その際は、止め具やロープなどでしっかり張って止めて、可能な限り、幕にしわ、よれが生じないように配慮してください。

店舗前面において用いる日除け暖簾などは、建築物の様式や外壁の色彩、周囲のまちなみなどとの調和に配慮してください。



▲木造建築物に設けられた日除け暖簾が、目立ち過ぎず落ち着いた色彩を用いて調和しています。（田原市）

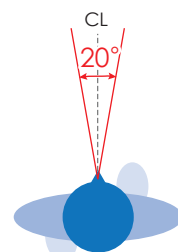
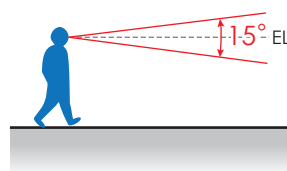


▲しわが無く、少し明るめの色彩を用いた暖簾は、店舗入口を引きしめるアクセントになっています。（金沢市）

■コラム：歩行者と自動車の運転者が見ている範囲

■歩行者が見ている範囲

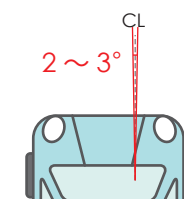
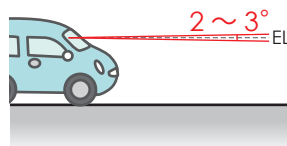
歩行者が歩いている時に注視しているのは、水平方向が約20度、垂直方向が約15度の範囲であるといわれています。また歩行者は、普通に歩いた際は俯角約10度の方向（約9m前方の地面）に視線を向けているともいわれています。



■自動車の運転者が見ている範囲

自動車の運転者が運転時に注視しているのは、時速40km程度の時、水平方向、垂直方向ともに2～3度の範囲であるといわれています。

自動車の速度が増すと範囲も狭まり、逆に緩やかになると範囲が広がります。



5

沿道の特性に応じた工夫

5-1 自然系（豊かな自然を活かす地域）

(1) 対象地域

- ・ 緑豊かな自然景観が見られる地域
- ・ 海や農地への眺望が開けた地域

(2) 景観配慮の目標

緑豊かな自然景観が見られる地域や、海や農地への美しい眺望が開けた地域では、視界を遮らないよう、屋外広告物の掲出を控えましょう。

屋外広告物を掲出する際は、自然景観を構成する木々の緑を活かすこと、また美しい景観への眺望を遮らないことに留意し、屋外広告物の高さ、大きさ、数、色彩のいずれも小さく、少なく、あるいは控えめにするなどの配慮を行いましょう。

(3) 主な景観配慮や工夫

- 1 高さや面積を抑える
- 2 色の数を少なくする
- 3 彩度を抑える
- 4 自然素材もしくはそれを模した材料を用いる
- 5 屋外広告物の足元を植物で演出する
- 6 乱立させず、集約を図る
- 7 屋上広告物は掲出しない



5-2 住居系（暮らしの場となる地域）

(1) 対象地域

- ・集落地

(2) 景観配慮の目標

住宅や比較的小規模な店舗などが建ち並ぶ住宅地や集落地では、落ち着いた雰囲気を阻害しないよう、屋外広告物の掲出は控えましょう。

屋外広告物を掲出する際は、当該地域が地域住民の生活空間であるという認識を持ち、人々の暮らしとの調和や歩行者の視点に配慮して、屋外広告物の高さ、大きさ、数、色彩のいずれも小さく、少なく、あるいは控えめにするなどの配慮を行いましょう。

(3) 主な景観配慮や工夫

- 1 高さや面積を抑える
- 2 色の数を少なくする
- 3 彩度を抑える
- 4 屋外広告物の足元を植物で演出する
- 5 シンプルでありながらも、暮らしの中でのアクセントとして演出する



5-3 都市系（賑わいを演出する地域）

(1) 対象地域

・商業・業務地

(2) 景観配慮の目標

商業・業務施設が建ち並ぶ地域においては、本市の玄関口の一つとして、まちなみ全体で秩序だった景観の形成を進めるよう、屋外広告物は掲出される建築物や工作物の形態意匠や色彩、また周囲のまちなみ景観との調和に配慮しましょう。

なお、商業・業務地域では、地域活性化といった観点から、見る人たちに不快を与えない程度で賑わいを演出していきましょう。

(3) 主な景観配慮や工夫

- 1 シンプルかつ質の高い形態意匠とする
- 2 屋外広告物の足元を植物で演出する
- 3 掲出する建築物の形態意匠や色彩との調和を図る
- 4 周囲の屋外広告物の高さや面積との調和を図る
- 5 夜間景観（照明）に配慮する



6

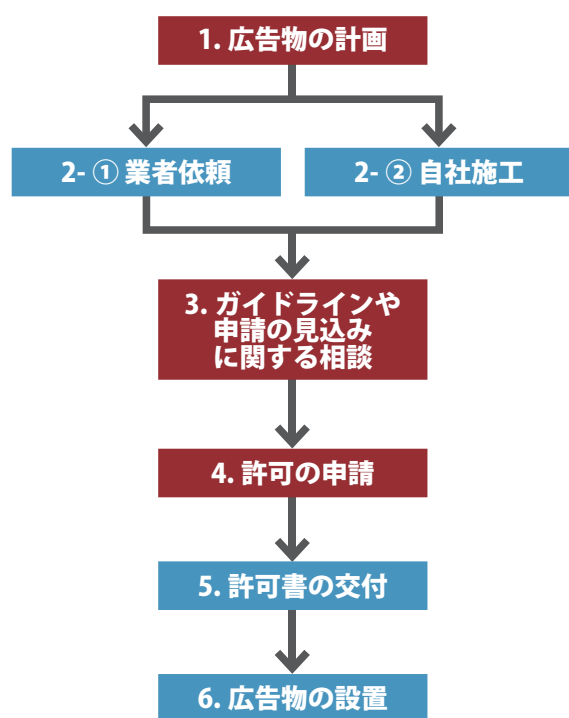
許可申請の手続き

6-1 許可申請手続き

一定規模以上の屋外広告物を設置しようとする際は、「愛知県屋外広告物条例」及び「愛知県屋外広告物条例施行規則」に基づいて、事前に許可の申請を行っていただく必要があります。

詳細は、下記の手続き窓口までご相談ください。

屋外広告物の許可申請のタイミング



1. 広告物の計画

計画する際は、本ガイドラインを参考にしてください。

2-① 業者依頼

愛知県から屋外広告業登録を受けている業者でなければ、愛知県内（名古屋市、豊橋市、岡崎市及び豊田市の区域を除きます。）で屋外広告物の表示・設置を行うことはできません。

2-② 自社施工

自ら屋外広告物を表示・設置する場合でも、事前に田原市へ相談してください。

3. ガイドラインや申請の見込みに関する相談

事前に田原市建設部維持管理課へ相談してください。
なお、愛知県屋外広告物条例に基づく設置許可以外に建築確認、道路占用許可などが必要となる場合があります。

4. 許可の申請

所定の申請書を用いて田原市建設部維持管理課へ申請してください。

5. 許可書の交付

田原市が所定の手続きを行った後、許可書を交付します。

6. 広告物の設置

許可書を受け取った後に、広告物を設置してください。

6-2 問い合わせ・手続き窓口

問い合わせ・手続き窓口

田原市役所建設部維持管理課

電 話：0531-23-3520（直通） ファクス：0531-22-3811

E-mail：ijikanri@city.tahara.aichi.jp

「田原市屋外広告物景観ガイドライン」に関する問い合わせ

田原市役所都市整備部街づくり推進課

電 話 : 0531-23-3535 (直通) ファクス : 0531-22-3811

E - mail : machi@city.tahara.aichi.jp