

# 屋外広告物 ガイドライン



# 美しいまち堺



## <目 次>

### I 章 はじめに

- ◆屋外広告物を通して、『美しいまち 堺』の発展をめざす…………… 1

### II 章 良質な広告物と魅力ある景観を創るために【共通のガイドライン】

- ◆屋外広告物に関する基礎知識…………… 3
- ◆『良質なイメージ』を演出し、人を惹きつけるために…………… 8
- ◆『わかりやすさ』を大切にし、的確に情報を伝えるために…………… 10
- ◆『適切な計画と維持管理』により、安全で美しく掲出するために… 11

### III 章 良質な広告物と魅力ある景観を創るために

#### 【広告種類別にみるガイドライン】

- ◆壁面広告物…………… 12
- ◆屋上広告物…………… 13
- ◆自立広告物…………… 14
- ◆のぼり旗・立て看板…………… 15

### IV 章 良質な広告物と魅力ある景観を創るために

#### 【区域別にみるガイドライン】

- ◆第1種許可区域におけるガイドライン…………… 16
- ◆第2種許可区域（商業系用途地域）におけるガイドライン…………… 17
- ◆第2種許可区域（工業系用途地域）・第3種許可区域  
におけるガイドライン…………… 18
- ◆第4種許可区域におけるガイドライン…………… 19
- ◆広告景観特別地区（百舌鳥古墳群周辺地域）におけるガイドライン… 20

### V 章 大規模屋外広告物の事前協議について

- ◆大規模屋外広告物事前協議…………… 22

## I 章 はじめに

## ◆ 屋外広告物を通して、『美しいまち 堺』の発展をめざす

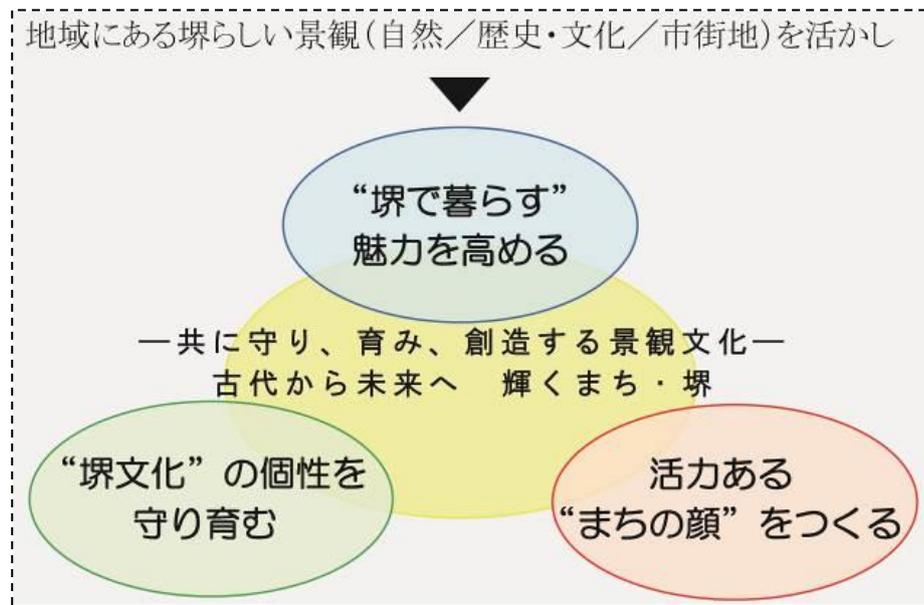
## 本市における景観形成の基本方針と屋外広告物のあり方

## ■景観形成の基本方針

古くからの歴史をもつ本市の景観には、その成り立ちにより多彩な特徴をもつ市街地の中に、アメニティ豊かなまちづくりの基礎となる自然資源、人々に受け継がれ地域のシンボルとなっている歴史・文化資源が共存・点在しているという特徴があります。こうした多彩で質の高い景観資源を活かして、堺らしい都市魅力を生み出すため、堺市景観計画では、地域にある堺らしい景観を活かし、

- 『“堺で暮らす” 魅力を高める』、
- 『“堺文化” の個性を守り育む』、
- 『活力ある “まちの顔” をつくる』

を景観形成の基本方針として位置付けています。



景観形成の基本方針図

## ■屋外広告物のあり方（目標）

その中で、地域の歴史や風土をしるす自然資源や歴史資源を活用したまちづくり、南部丘陵をはじめとする良好な自然景観の保全、さらに中心市街地や各都市拠点における地域の個性を活かしたまちの顔の創出などをめざして、景観づくりに取り組むこととしており、景観づくりの重要な要素のひとつである屋外広告物についても、これらの基本方針などを踏まえたうえで、市民・事業者・行政のそれぞれが共通の認識に立ち、連携しながら取り組む必要があります。

このようなことから、その実現に向け、本市の屋外広告物のあり方として『**地域に相応しい良質な広告物を創り、魅力ある景観を創出する**』ことを目標に掲げ、必要な基本的事項を本ガイドラインにまとめました。

屋外広告物を掲出する際には、ぜひ、本ガイドラインをご活用いただき、“良質な広告物と魅力ある景観の創出”を通して、『美しいまち 堺』の発展にご協力ください。

---

## 良質な広告物と魅力ある景観を創るための心構え

---

### 『堺市屋外広告物条例』などの法令に則し、必要な手続きをおこなひましょう。

屋外広告物の掲出にあたっては、民地や官地の区別なく、一部の適用除外広告物を除き、基本的に許可が必要となります。本市では、堺市屋外広告物条例などにより屋外広告物の掲出に関する基本的事項を定めていますので、基礎知識を習得したうえで、これらの法令などを遵守し、掲出するよう心がけましょう。

### 『良質なイメージ』を演出し、人を惹きつけるものにしましょう。

屋外広告物は、建築物などと同じように、景観を構成する重要な要素の一つです。良好な景観の形成に寄与することもあれば、景観を阻害する要因にもなりかねません。広告主の企業イメージなどを損なうことのないよう、その場所周辺の景観や地域特性を大切に、大きさや色彩などにも配慮しながら、地域になじむ広告物としましょう。

### 『わかりやすさ』を大切にし、的確に情報を伝えましょう。

屋外広告物の重要な役割のひとつに情報を伝えることがあげられます。そのためには、読みやすさや分かりやすさが非常に重要な要素となりますので、文字の量やバランスなどに十分配慮し、できるだけシンプルな広告物としましょう。

### 『適切な計画と維持管理』により、安全で美しい掲出に心がけましょう。

屋外広告物は、その維持管理を誤ると、ときに身近な日々の暮らしの中の安全や美観風致を損ねる原因になることがあります。掲出および維持管理にあたっては、安全に十分留意するとともに、きれいで清潔な状態を保つよう心がけましょう。

## Ⅱ章 良質な広告物と魅力ある景観を創るために【共通のガイドライン】

### ◆ 屋外広告物に関する基礎知識

#### 屋外広告物とは

##### ■屋外広告物の定義

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(誰でも見ることができる)はり紙、はり札、立看板及び広告旗並びに広告塔、建築物等に表示・設置される看板などをいいます。

その中には、営利的な商業広告だけでなく、営利を目的としない商標やシンボルマーク、写真などの一定のイメージを与えるものも含まれます。

##### ■種類

###### ○壁面広告物

「建物(塀を含む)の壁面に、直接塗料等で表示もしくは木や金属などの耐久性のある材料を壁面に張り付け、広告内容を表示した広告物」をいいます。

(壁面広告物には、壁面から突き出して取り付ける「突出広告物」や壁面に掲出する広告幕も含まれます。)

###### ○屋上広告物

「建物の屋上に、耐久性のある材料で容易に取り外すことができない状態で取り付ける方法により表示し、設置した広告物」をいいます。

###### ○自立広告物

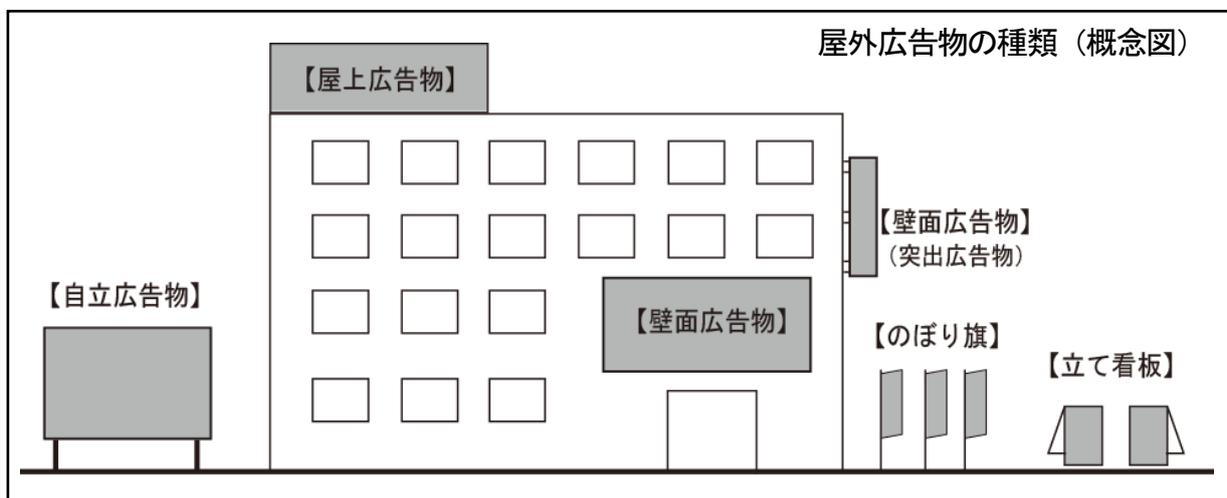
「建物等の構造物に取り付けられることなく地面(土地)に直接設置された広告物」をいいます。この中には自立広告として掲出される広告幕も含まれます。

###### ○のぼり旗・立て看板

のぼり旗は「細長い布の端につけた輪にさおを通し、立てて標識とするもの」、立て看板は「容易に移動させることができる状態で立てられている看板」をいいます。

###### ○その他

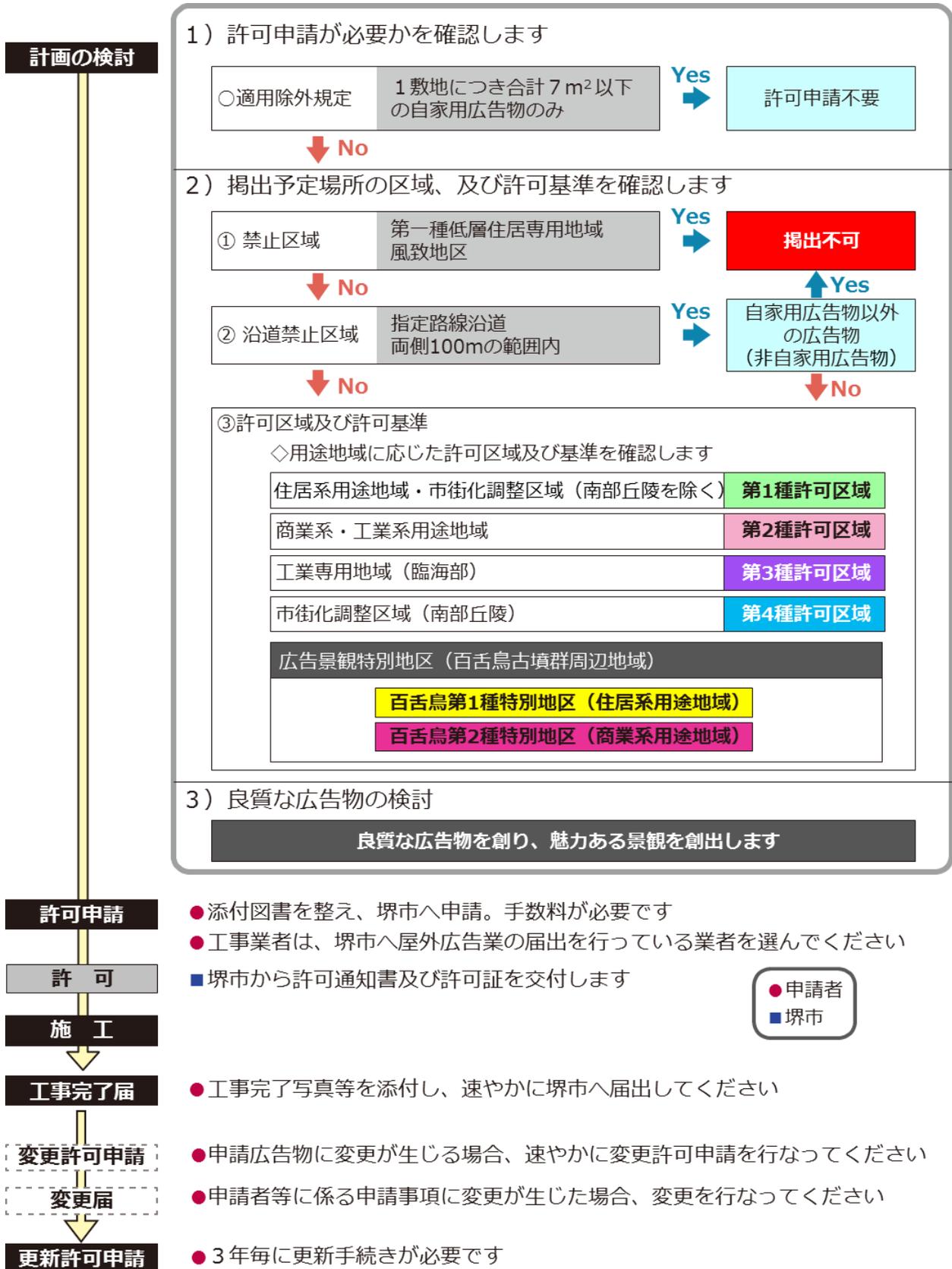
上記広告物のほか、アドバルーン、車両広告などがあります。



## 屋外広告物の掲出に関する流れ

### ■フロー（計画⇒申請⇒施工）

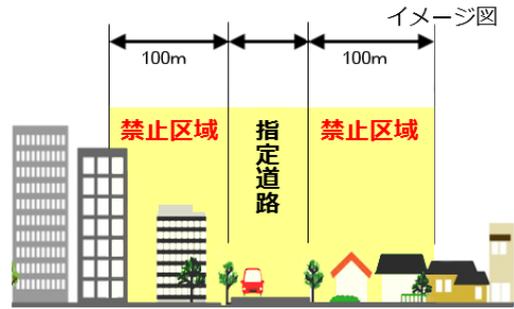
屋外広告物の掲出においては、下記のような流れを踏まえる必要があります。



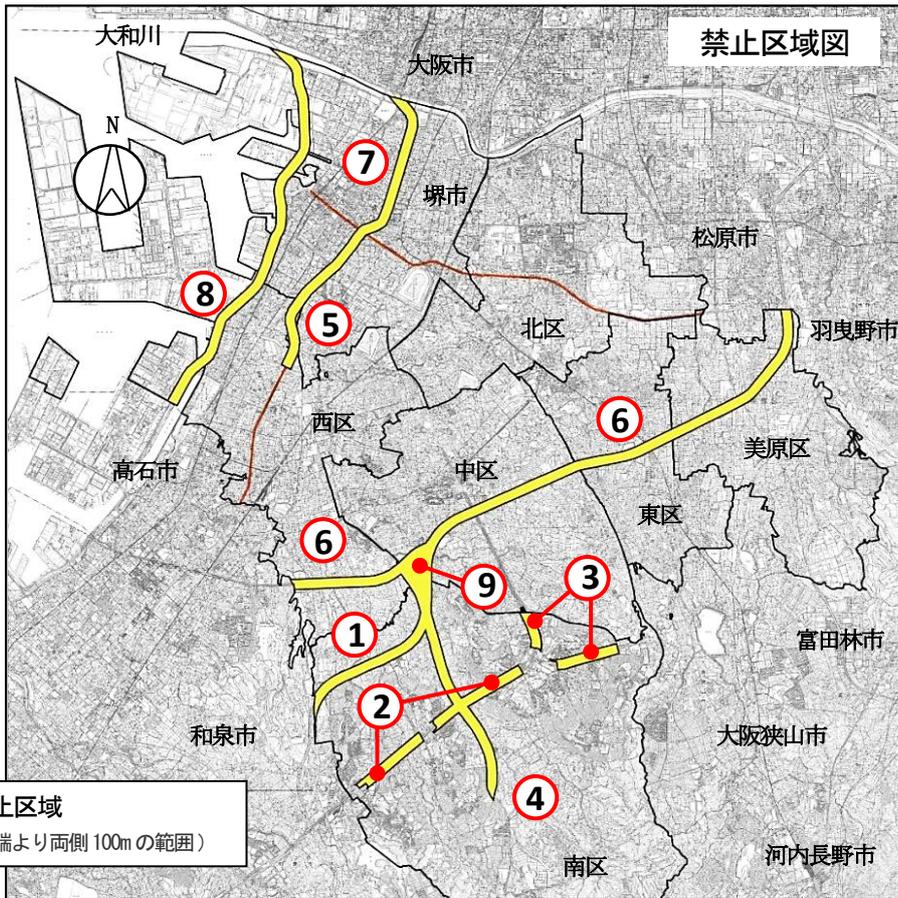
## 指定道路沿道の禁止区域（沿道禁止区域）

### ■沿道禁止区域について

沿道禁止区域は、阪和自動車道や阪神高速道路、国道や府道など市長が指定する下記の道路に接続する区域のことで、路端から両側100mの範囲は自家用 広告物以外は掲出できません。



沿道禁止区域（指定道路の道路端より両側100mの範囲）



沿道禁止区域  
(指定道路の道路端より両側 100mの範囲)

指定道路（本市の区域内に限る）

**1** 高速自動車国道近畿自動車道  
松原すさみ線【阪和自動車道】

府道泉大津美原線との分岐点から和泉市界までに限る。

**2** 府道富田林泉大津線

府道堺泉北環状線の内側の部分に限る。ただし、泉ヶ丘駅、桐・美木多駅、光明池駅周辺の商業地域を除く。

**3** 府道堺狭山線

府道堺泉北環状線の内側の部分に限る。ただし、泉ヶ丘駅周辺の商業地域を除く。

**4** 府道堺かつらぎ線

府道泉大津美原線との交点から都市計画道路上之美木多上線までに限る。

**5** 一般国道 26 号

国道 310 号との交点から市道兵寺船尾線との交点までに限る。

**6** 府道泉大津美原線

都市計画道路松原泉大津線の部分に限る。

**7** 府道高速大阪堺線  
【阪神高速道路】

**8** 府道高速湾岸線  
【阪神高速道路】

**9** 下記 3 道路に囲まれた区域

- 高速自動車国道近畿自動車道
- 松原すさみ線【阪和自動車道】
- 府道堺かつらぎ線
- 府道泉大津美原線

1章  
はじめに

2章  
共通のガイドライン

3章  
種類別ガイドライン

4章  
区域別ガイドライン

5章  
手続き

## 禁止区域と許可区域

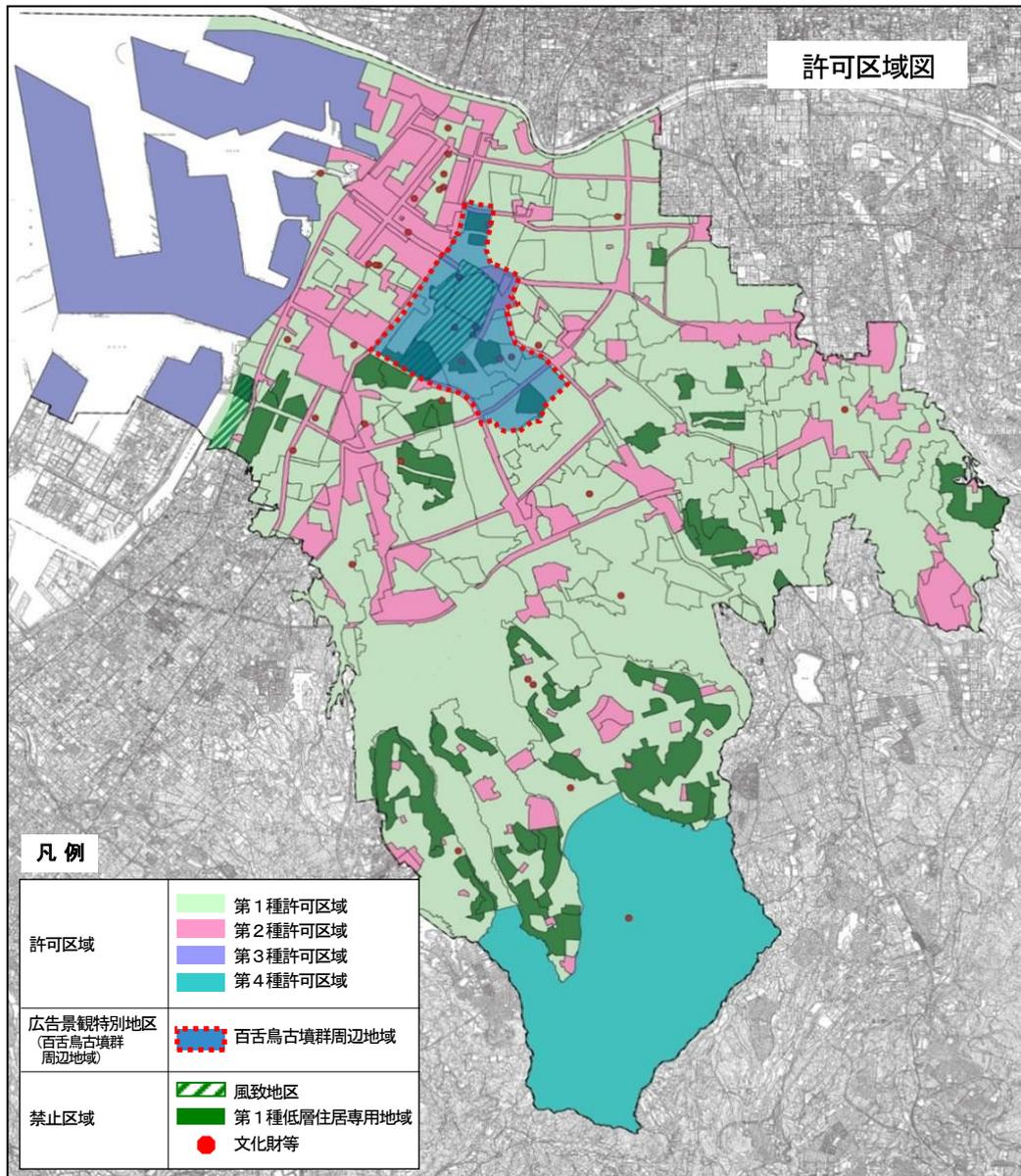
### ■禁止区域について

禁止区域は、第一種低層住居専用地域や文化財関連等の敷地、学校・図書館といった公共施設など、広告物を表示したり、また掲出物件を掲出することが禁じられている区域のことで、特に風致の維持が必要な範囲として指定されています。

### ■許可区域について

許可区域は、地域の土地利用状況を踏まえ、用途地域に応じて基準を設定した区域のことで、大きく市域を4つに区分しています。

- ①第1種許可区域(落ち着いた景観形成が求められる住居系地域)
- ②第2種許可区域(賑わいや生活の利便が求められる商業系・工業系地域)
- ③第3種許可区域(1敷地規模が大きな臨海周辺の工業専用地域)
- ④第4種許可区域(『多様な自然と人の営みが一体となった丘陵地景観の保全』を景観形成の方針とする南部丘陵周辺地域)



許可基準

■許可区域における許可基準について

許可区域に応じて広告種別ごとに守るべき許可基準を下表のとおり設定しています。

許可基準表

許可区域	第1種許可区域	第2種許可区域	第3種許可区域	第4種許可区域	
土地利用	落ち着いた景観形成が求められる地域	賑わいや生活の利便が求められる地域	1敷地規模が大きな臨海部地域	『多様な自然と人の営みが一体となった丘陵地景観の保全』を景観形成の方針とする地域	
用途地域	第2種低層住居専用地域、第1種中高層住居専用地域、第2種中高層住居専用地域、第1種住居地域、第2種住居地域、準住居地域、市街化調整区域(南部丘陵地域を除く)	近隣商業地域、商業地域、準工業地域、工業地域、工業専用地域(臨海部を除く)	工業専用地域(臨海部に限る)	市街化調整区域(南部丘陵地域に限る)	
壁面広告物	面積	取付壁面の1/3以内	取付壁面の1/3以内	取付壁面につき30㎡以内、かつ、取付壁面の1/3以内	
	範囲	縦：取付壁面の高さの範囲内 横：取付壁面の幅の範囲内 開口部(窓、出入口、非常用進入口、排煙口等)を塞がない			
	その他	【掲出個数】 -	【掲出個数】 -	【掲出個数】 -	【掲出個数】 取付壁面につき4個以内
屋上広告物	面積	1表示面につき30㎡以内、かつ、総面積120㎡以内	1表示面につき40㎡以内、かつ、総面積160㎡以内	-	掲出不可
	範囲	縦：建造物の高さの1/3以内、かつ、5m以内の長さ 横：建造物の幅の範囲内	縦：建造物の高さの2/3以内、かつ、10m以内の長さ 横：建造物の幅の範囲内	縦：建造物の高さの2/3以内、かつ、10m以内の長さ 横：建造物の幅の範囲内	
自立広告塔ほか	面積	1表示面につき10㎡以内、かつ、総面積20㎡以内	1表示面につき20㎡以内、かつ、総面積40㎡以内	-	1表示面につき10㎡以内、かつ、総面積20㎡以内
	高さ	地上から最上端までの高さ10m以内(非自家用広告物及び広告板は4m以内)	地上から最上端までの高さ15m以内(非自家用広告物及び広告板は4m以内)	地上から最上端までの高さ15m以内	地上から最上端までの高さ10m以内(非自家用広告物及び広告板は4m以内)

■広告景観特別地区(百舌鳥古墳群周辺地域)における許可基準について

百舌鳥第1種特別地区(住居系用途地域)、百舌鳥第2種特別地区(商業系用途地域)に応じて守るべき許可基準を下表のとおり設定しています。



許可区域等	広告景観特別地区(百舌鳥古墳群周辺地域)		
	百舌鳥第1種特別地区	百舌鳥第2種特別地区	
土地利用	壮大で緑豊かな古墳群と調和したまちなみの形成をめざす地域		
用途地域	第1種中高層住居専用地域(風致地区を除く)、第2種中高層住居専用地域、第1種住居地域、第2種住居地域	近隣商業地域、商業地域	
壁面広告物	面積	1敷地あたりの表示面積の合計10㎡以内、かつ、取付壁面の3分の1以内	取付壁面の3分の1以内
	高さ	地上から最上端までの高さ6m以内	-
	範囲	縦：取付壁面の高さの範囲内 横：取付壁面の幅の範囲内 開口部(窓、出入口、非常用進入口、排煙口等)を塞がない	
屋上広告物	掲出不可		
自立広告塔ほか	面積	1表示面につき5㎡以内、かつ、総面積10㎡以内	1表示面につき10㎡以内、かつ、総面積20㎡以内
	高さ	地上から最上端までの高さ6m以内	地上から最上端までの高さ10m以内
	掲出個数	1敷地につき2個以内(自立広告塔)	
その他	非自家用広告物は掲出不可(適用除外広告物除く)		

1章 はじめに

2章 共通のガイドライン

3章 種類別ガイドライン

4章 区域別ガイドライン

5章 手続き

◆ 『良質なイメージ』を演出し、人を惹きつけるために

良質なイメージを演出するための基本的事項

大きさについて

■周辺のまちなみに適した必要最小限の大きさを心がけましょう。

大きすぎる広告物はまちなみを壊し、周囲に圧迫感を与えます。

できる限り許可申請が不要な大きさ以下(1敷地合計7㎡以下)の掲出としましょう。

高さについて

■周辺のまちなみに適した必要最低限の高さを心がけましょう。

高すぎる広告物はまちなみを壊します。

周囲の建物などから突出しない高さに心がけましょう。

数量について

■表示すべき情報を絞り、必要最小限の掲出数としましょう。

掲出数が増えると、一番伝えたい情報が埋没してしまいます。

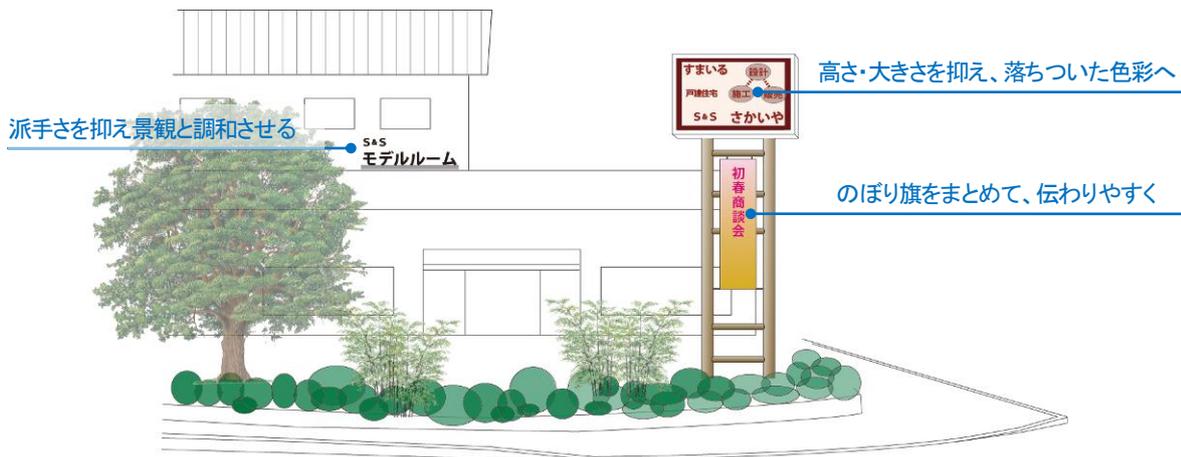
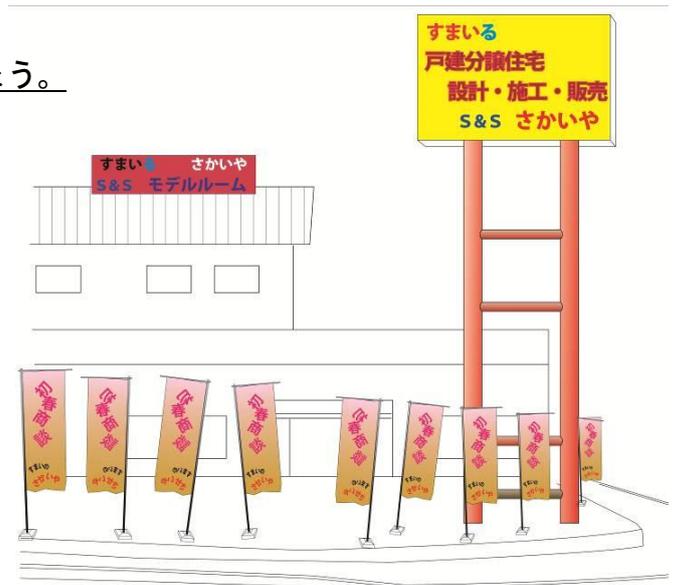
シンプルな表示を心がけることで、情報が伝わりやすくなり、良いイメージを与えます。

色彩等について

■基調色や色数、彩度などを十分に検討しましょう。

派手で奇抜な広告物は一見人目を引きませんが、情報が的確に伝わりにくく、企業イメージを損ねるだけでなく、周辺の景観なども損ねます。

色数を抑え、色彩面積を減らすとともに、使用色の調和(類似色調和、色相調和、トーン調和)などを考慮しましょう。

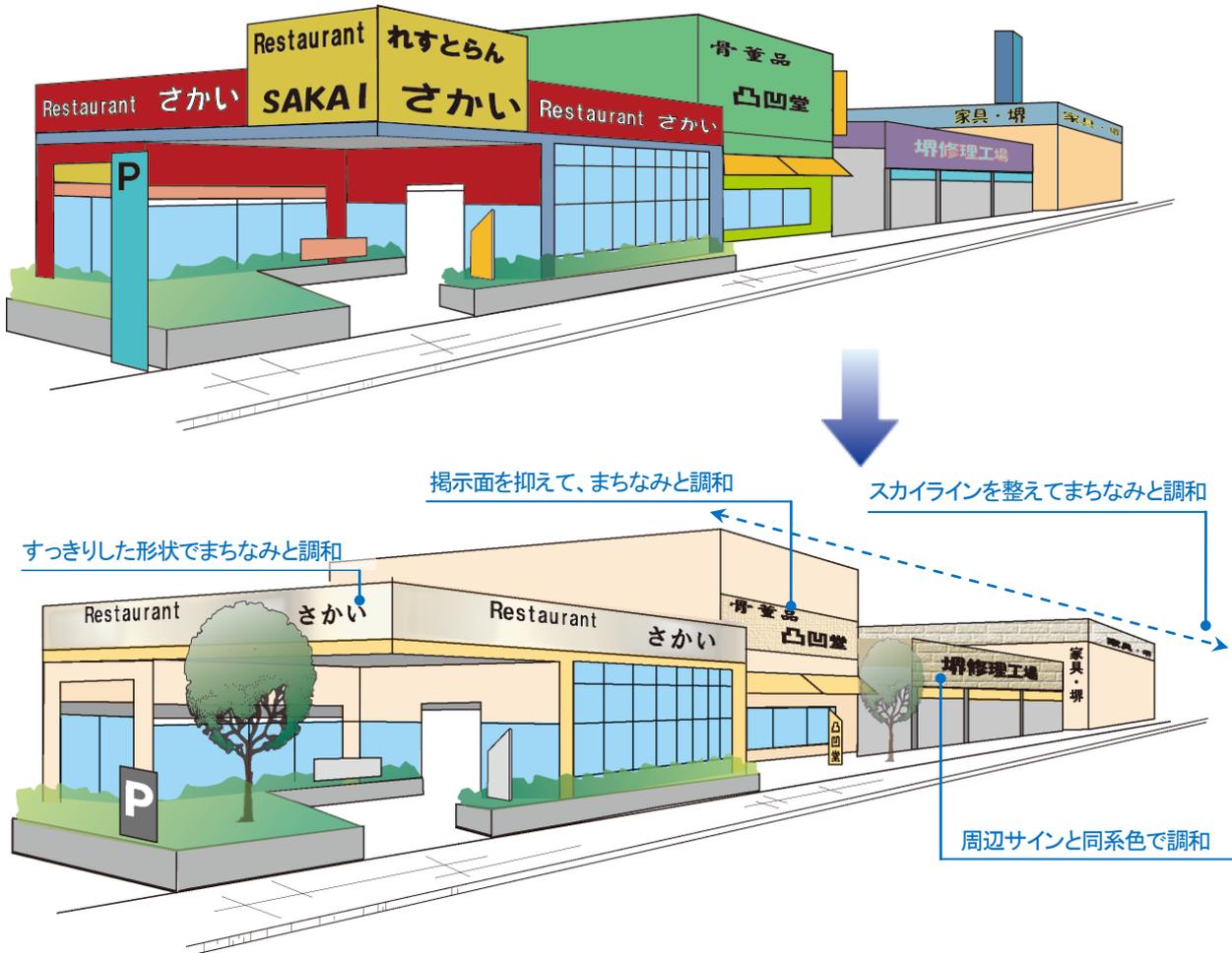


## 良質なイメージを演出するための工夫

### 建物や周辺景観との調和

■周辺の地域特性を踏まえ、自己の建物だけでなく、周囲の建物の色彩にも調和した基調色やデザイン、素材などを採用し、まちなみとの一体感をもたせましょう。

建物や周辺景観との調和により、広告物単体でなく、まちなみとの調和による拡がりのある広告媒体となり、高度なイメージを与えることができます。



### 光の活用

■にぎわいが求められる場所では、光によって華やかさを演出しましょう。

にぎわい演出のひとつとして夜間の照明やライトアップがあります。昼間はその存在を意識せず、夜には華やかなサインになるといった演出を検討しましょう。

■街の灯の担い手になりましょう。

閑静な住宅街などでは夜間照明として街の灯を意識し、節度ある掲出に心がけましょう。



第15回（平成25年度）  
堺市景観賞 建築物等部門受賞

Ⅰ章  
はじめに

Ⅱ章  
共通のガイドライン

Ⅲ章  
種類別ガイドライン

Ⅳ章  
区域別ガイドライン

Ⅴ章  
手続き

◆ 『わかりやすさ』を大切にし、的確に情報を伝えるために

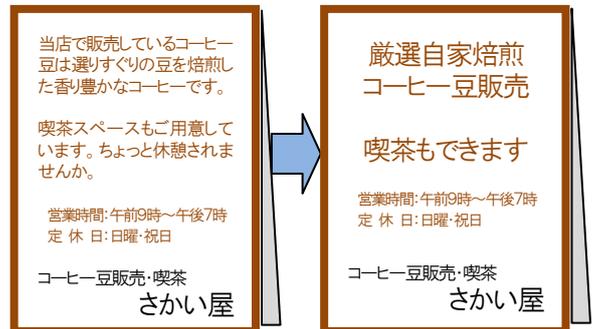
わかりやすい広告を創るための基本的事項

広告物の表示について

■伝えたい内容を絞り込み、簡潔に伝えましょう。

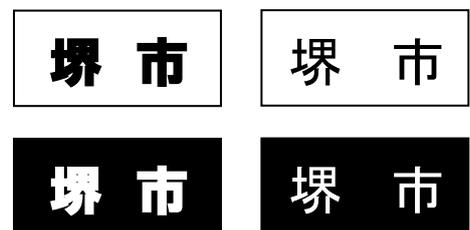
人の目が屋外広告物に留まる時間や短時間で覚えらるる情報量には限界があることから、屋外広告物は、シンプルな表現が求められます。

情報(伝えたいこと)を序列化しましょう。



■書体など文字体を工夫し、見やすさを確保しましょう。

○太い文字はインパクトがありますが、サインの内容を確認するにはアキのスペースがつぶれたり、少なくなり、読みにくい場合があります。右に示すとおり、少し細めの書体の方がすっきりした印象もあり、可読性が高くなります。



○白抜き文字のサインは屋外の明るい場所では、暗い背景によって網膜の感度があがり、白い文字を鮮やかに感じさせることで、視認性が高まります。

○一般的に下地を濃い色、文字を薄い色で表示するほど、文字は画数が少ないほど判読性は高くなるほか、文字の太さは文字高の10%程度が判読性が高くなります。

■むやみに大きな文字とせず、適切な文字の大きさを心がけましょう。

視認距離ごとの図記号および文字の大きさ設定の目安は、文字の高さ×250＝視認距離とされています。(例えば、5m離れてみるサインの文字の高さは、2cm。10m離れてみる文字の高さは、4cm あればよい)

アルファベットや数字は書体にもよりますが、比率として和文 100: 英文 75 程度がほぼ同じ視認距離から見るとされています。



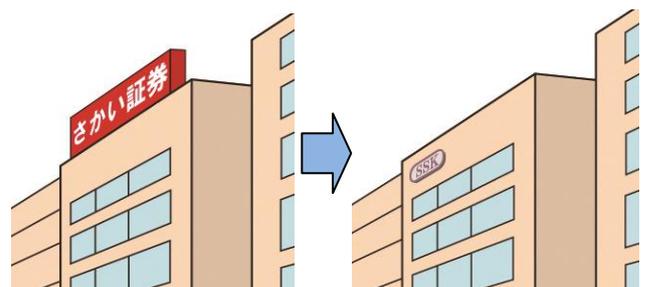
その他の表示について

■表示面に額縁(余白)をつけましょう。

額縁を付けることで、表示のバランスがよくなり、わかり易く、品格のある表示となります。

■シンボルマークなど簡略化による効果的な情報に努めましょう。

シンボルマークはユニバーサルデザインにもなり、大きな情報発信力があります。



◆ 『適切な計画と維持管理』により、安全で美しく掲出するために

適切な計画と維持管理に関する基本的事項

安全面に配慮した計画

■構造計算等に基づき、安全性を確認したうえで掲出しましょう。

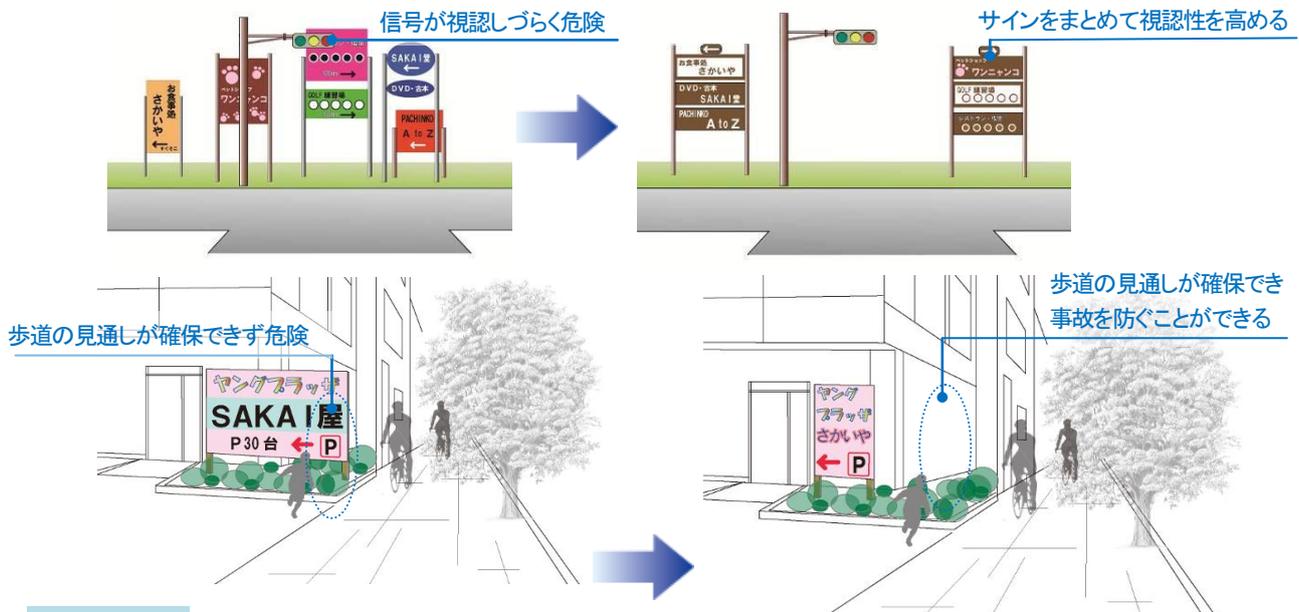
■地震、強風など災害に強い屋外広告物を掲出しましょう。

屋外広告物は、近年、多様化や大型化が進んでおり、地震や強風などによって倒壊・落下等が発生すると大きな事故となる可能性があります。

交通安全への配慮

■信号の視認性、歩行者・自転車の通行の妨げにならないよう、設置位置に注意しましょう。

屋外広告物は、その設置位置によっては、信号の視認の妨げとなったり、歩行者や自転車の通行の妨げとなるほか、車両乗り入れ口などにおける出会い事故の原因になることがあります。



維持管理

■屋外広告物は、安全と美観に留意し、日頃から適正な維持管理に心がけましょう。

破れ、さびなどが放置されたままの広告物や、看板の骨組みだけ残るものなど維持管理がされていない広告物は街の印象を悪くするだけでなく、老朽化による倒壊など、周囲に危害を及ぼす恐れもあり、禁止広告物に該当します。

■不必要になった広告物は、速やかに撤去しましょう。



照明

■必要以上の光度・輝度を持たないように設計しましょう。

住宅街などでは点滅式のもの、著しく高輝度のもの等は使用せず、必要以上に明るい光源の使用は避け、発光面もできる限り小さくするなど、近隣へ配慮した照明にしましょう。



Ⅲ章 良質な広告物と魅力ある景観を創るために【広告種類別にみるガイドライン】

◆ 壁面広告物

壁面広告物に関する基本的事項

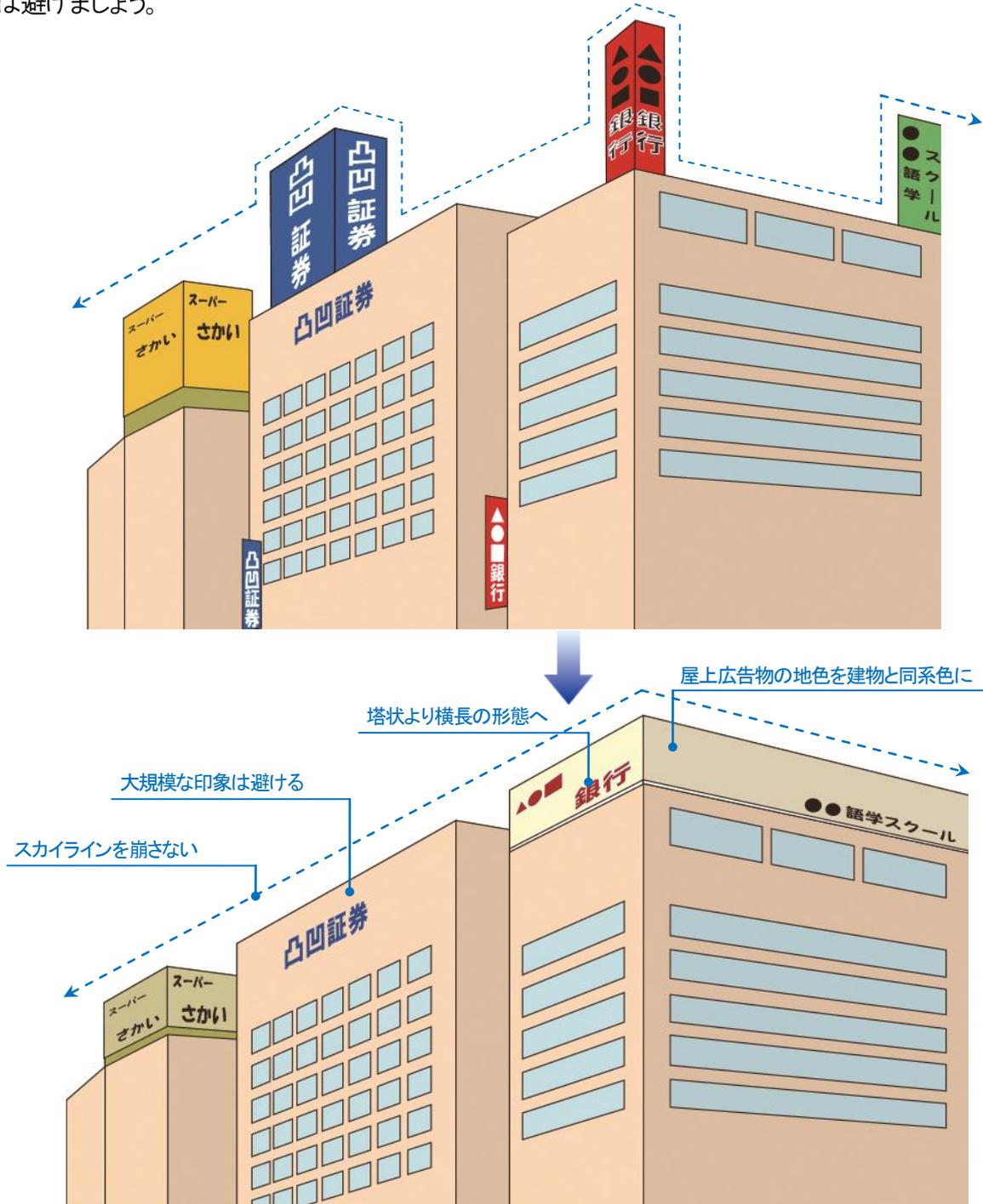
- 窓面などの開口部をふさがないようにしましょう。
- 建物の壁面の範囲内に設置しましょう。
- 1 建物で複数の壁面広告物の表示等を行う際は、その位置や大きさ、色彩をそろえましょう。
- 視覚的に建物と一体化するよう地色を壁面と同色系としましょう。または地色と表示色を反転させましょう。
- 建物の表情を見せるように、2 階以上の壁面にはできる限り設置を控え、1 階部分などに揃えましょう。
- 突出広告は、見通しや交通標識、信号を遮らない設置位置としましょう。
- 複数の内容を表示する場合は集約化しましょう。



◆ 屋上広告物

屋上広告物に関する基本的事項

- 屋上広告物の地色を建物壁面と同系色にし、建物と調和させましょう。
- 連続するスカイライン※を崩さないよう、隣接建物との調和に配慮した大きさ・高さに心がけましょう。
- 建物デザインと調和しにくい形態(塔状やローソク型の広告物など)は避け、横長の安定感のある形態にしましょう。
- 建物壁面への切文字表示などを活用することにより、著しく大規模な印象を与える屋上広告物の掲出は避けましょう。



※ 空を背景とした建築物等の輪郭線

Ⅰ章  
はじめに

Ⅱ章  
共通のガイドライン

Ⅲ章  
種類別ガイドライン

Ⅳ章  
区域別ガイドライン

Ⅴ章  
手続き

◆ 自立広告物

自立広告物に関する基本的事項

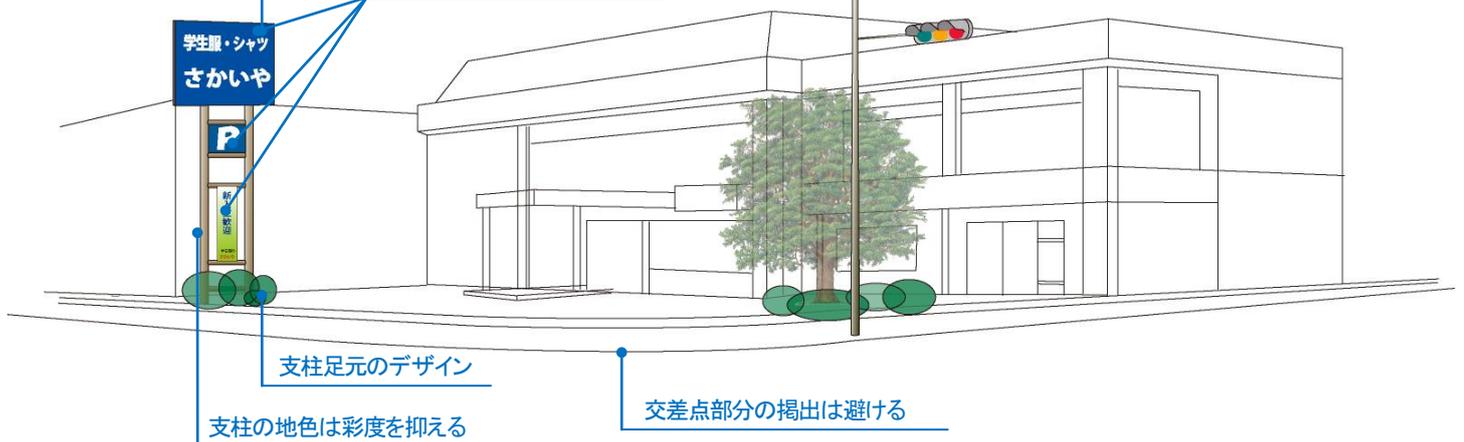
- 道路空間とのバランスを考慮し、節度ある大きさ、高さにしましょう。
- 建物とのバランスに配慮し、その高さを超えないよう配慮しましょう。
- 支柱や地色は、彩度を抑え、建物や周辺と調和する色彩としましょう。
- 景観に配慮するため設置数を減らし、やむを得ず複数表示する場合はできるだけ集約し、乱立を回避しましょう。
- 支柱部や支柱足元のデザインにも配慮しましょう。
- 見通しや通行を妨げない位置、高さに表示等を行いましょ。
- 交差点部付近への掲出は避けましょ。



節度ある大きさへ

建物の高さを超えない

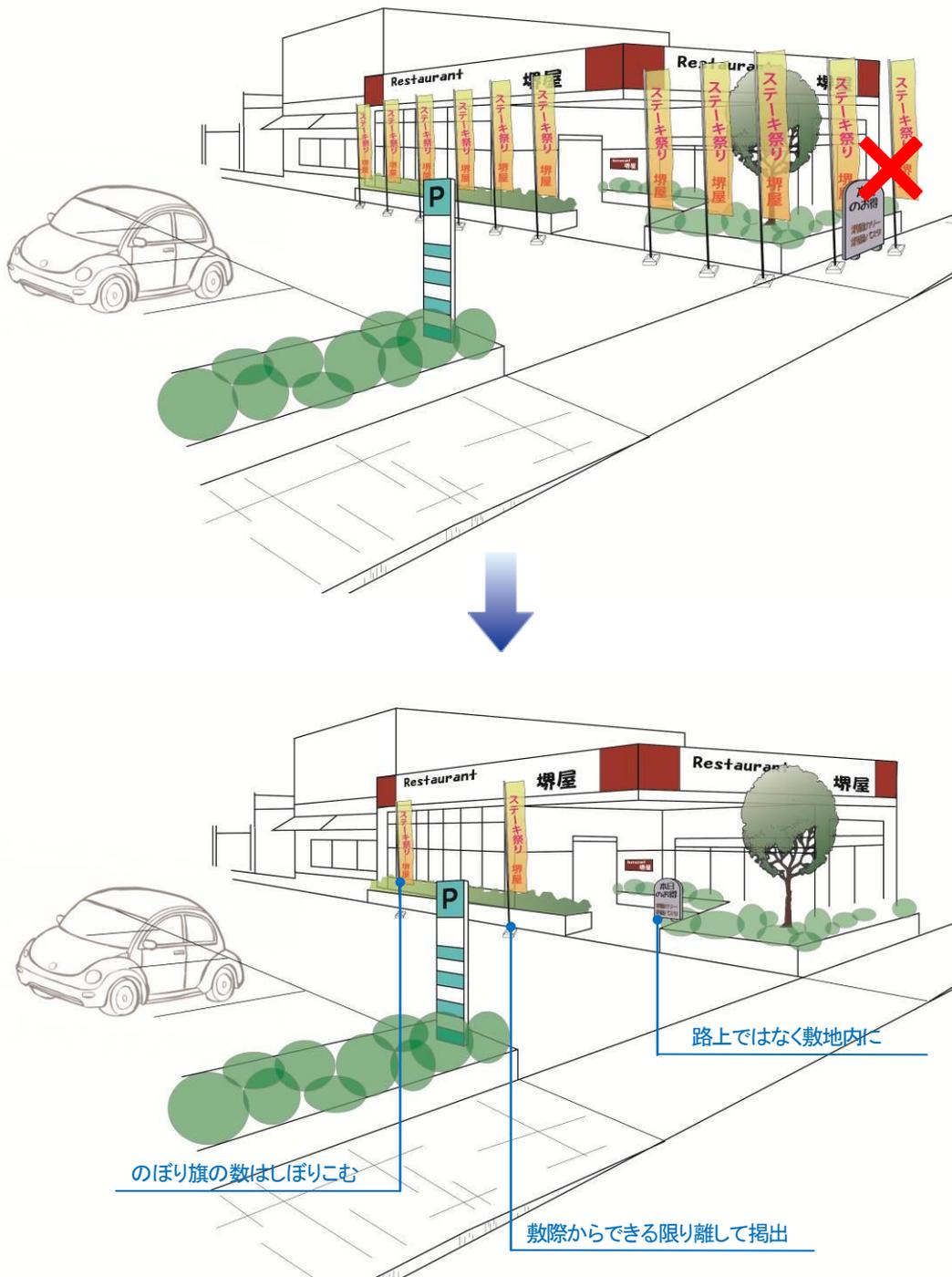
設置数を減らして景観に配慮



◆ のぼり旗・立て看板

その他の広告物に関する基本的事項

- 路上への掲出は違法です。また、歩行者や自転車の通行の妨げとなり、場合によっては重大事故の原因にもなりますので、必ず敷地内に掲出しましょう。
- のぼり旗や立て看板についても、許可が必要となります。
- 敷際からできる限り離して(3m 以上)掲出しましょう。
- 常時設置する場合は、演出効果を考慮した高品質な表現とし、恒久的に使用するものとして、のれんなどの活用を検討しましょう。



Ⅰ章 はじめに

Ⅱ章 共通のガイドライン

Ⅲ章 種類別ガイドライン

Ⅳ章 区域別ガイドライン

Ⅴ章 手続き

## IV章 良質な広告物と魅力ある景観を創るために【区域別にみるガイドライン】

## ◆ 第1種許可区域におけるガイドライン

## ◆ 住居系用途地域及び市街化調整区域

## 基本的な考え方

■住宅地にふさわしい“落ち着いたある、控えめな掲出”に心がけましょう。

※1敷地の合計面積が7㎡以下の自家用広告物の掲出であれば、許可申請手続きが不要となります。

## 許可基準

許可基準表（第1種許可区域）

用途地域		第2種低層、第1種中高層、第2種中高層、第1種住居、第2種住居、準住居、市街化調整区域(南部丘陵地域を除く)			
壁面 広告物	面積	取付壁面の1/3以内	屋上 広告物	面積	1表示面積30㎡以内、かつ、総面積120㎡以内
	縦	取付壁面の高さの範囲内		縦	建造物の高さの1/3以内、かつ、5m以内
	横	取付壁面の幅の範囲内		横	建造物の幅の範囲内
	構造	開口部は塞がない	広告 塔 ほか	面積	1表示面積10㎡以内、かつ、総面積20㎡以内
			高さ	地上から最上端までの高さ10m以内（非自家用 広告物及び広告板は4m以内）	

## 配慮事項

- 必要最小限の大きさにしましょう。
- 花や緑を活用するなど、潤いのある街路空間を演出しましょう。
- 色彩は原色の使用は避け、落ち着いた色彩を用いましょう。
- 自然素材を積極的に取り入れましょう。
- 店舗など必要部分にのみ設置し、住居部分には設置しないように心がけましょう。
- 家並みが作り出すラインを大切にしましょう。



◆ 第2種許可区域（商業系用途地域）におけるガイドライン

◆ 商業系用途地域

基本的な考え方

- 駅前周辺は地域の“顔”にふさわしい、都市景観の創出に心がけましょう。
- 賑わいを高めながら、快適にショッピングできるような印象づくりに心がけましょう。
- 商店街など、周りの店舗との相乗効果を図るため、統一感、一体感に配慮しましょう。

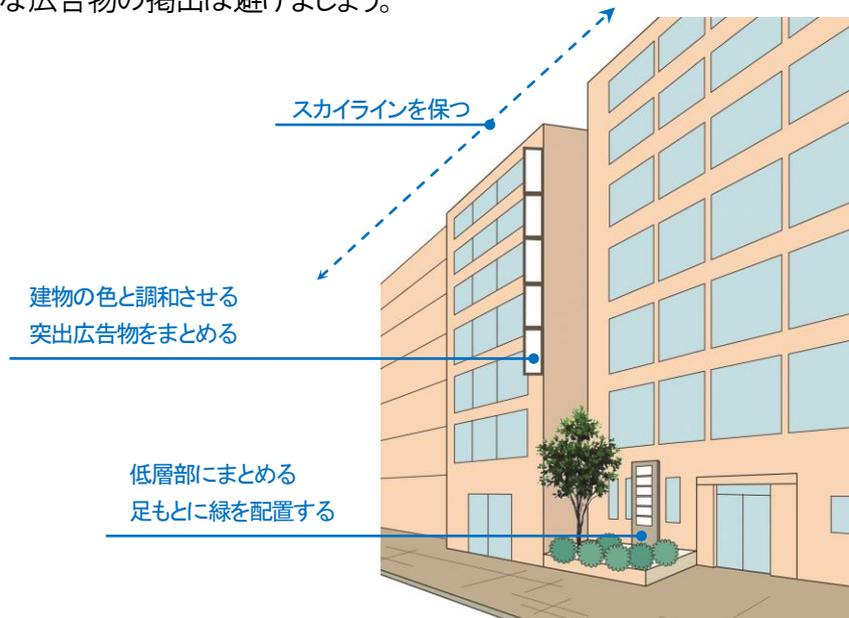
許可基準

許可基準表（第2種許可区域）

用途地域		近隣商業、商業			
壁面広告物	面積	取付壁面の1/3以内	屋上広告物	面積	1表示面積40㎡以内、かつ、総面積160㎡以内
	縦	取付壁面の高さの範囲内		縦	建造物の高さの2/3以内、かつ、10m以内
	横	取付壁面の幅の範囲内		横	建造物の幅の範囲内
	構造	開口部は塞がない	広告塔ほか	面積	1表示面積20㎡以内、かつ、総面積40㎡以内
				高さ	地上から最上端までの高さ15m以内（非自家用広告物及び広告板は4m以内）

配慮事項

- ビルのテナント名を表示した突出広告物などは集合化し、デザインを統一しましょう。
- 周辺の建物や広告物と大きさを揃え、良好なスカイラインを保ちましょう。
- 色彩は、建物のベースカラーと調和したものにしましょう。
- 花や緑を配置するなど、潤いのある街路空間を演出しましょう。
- 建物の低層部にまとめ、窓面に広告物を表示しないようにしましょう。
- 圧迫感のある過大・過剰な広告物の掲出は避けましょう。



I章 はじめに

II章 共通のガイドライン

III章 種類別ガイドライン

IV章 区域別ガイドライン

V章 手続き

## ◆ 第2種許可区域（工業系用途地域）・第3種許可区域におけるガイドライン

## ◆ 工業系用途地域

## 基本的な考え方

■企業のイメージアップに繋がるよう、清潔感のある掲出に心がけましょう。

## 許可基準

許可基準表（第2種許可区域）

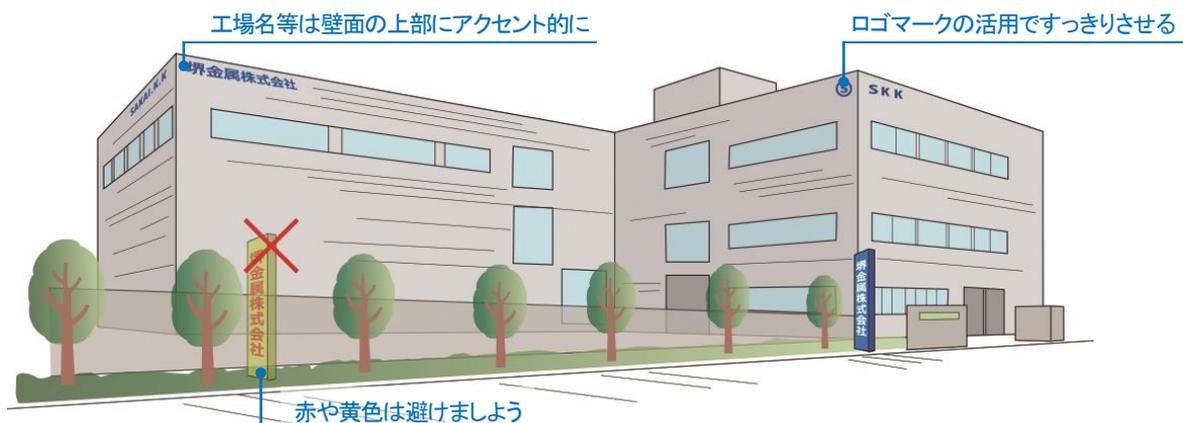
用途地域		準工業、工業、工業専用（臨海部を除く）			
壁面広告物	面積	取付壁面の1/3以内	屋上広告物	面積	1表示面積40㎡以内、かつ、総面積160㎡以内
	縦	取付壁面の高さの範囲内		縦	建造物の高さの2/3以内、かつ、10m以内
	横	取付壁面の幅の範囲内		横	建造物の幅の範囲内
	構造	開口部は塞がない	広告塔その他か	面積	1表示面積20㎡以内、かつ、総面積40㎡以内
		高さ		地上から最上端までの高さ15m以内（非自家用広告物及び広告板は4m以内）	

許可基準表（第3種許可区域）

用途地域		工業専用（臨海部に限る）			
壁面広告物	面積	取付壁面の1/3以内	屋上広告物	面積	—
	縦	取付壁面の高さの範囲内		縦	建造物の高さの2/3以内、かつ、10m以内の長さ
	横	取付壁面の幅の範囲内		横	建造物の幅の範囲内
	構造	開口部は塞がない	広告塔その他か	面積	—
		高さ		地上から最上端までの高さ15m以内	

## 配慮事項

- 企業名は、壁面の上部に切り文字でアクセント的に表示しましょう。
- ロゴマークの活用などにより、掲出量を整理・集合化し、清潔感のあるイメージを演出しましょう。
- 書体を工夫するなどし、視認性、判読性を高めるとともに、クリーンな印象を与えましょう。
- 赤や黄色は警告や安全管理の色彩と位置付け、屋外広告物での使用は避けましょう。
- 塩害、粉じん、火災等に対応した素材を使用しましょう。
- 定期点検など、適切な維持管理をおこない、安全で清潔感のある掲出を持続しましょう。



◆ 第4種許可区域におけるガイドライン

◆市街化調整区域（南部丘陵）

基本的な考え方

- 自然あふれる地域にふさわしい景観形成に心がけましょう。
- 「自然を生かす」ことを考慮し、里地・里山・田園などが山並みと一体となって広がりを  
感じさせる景観を大切にしましょう。

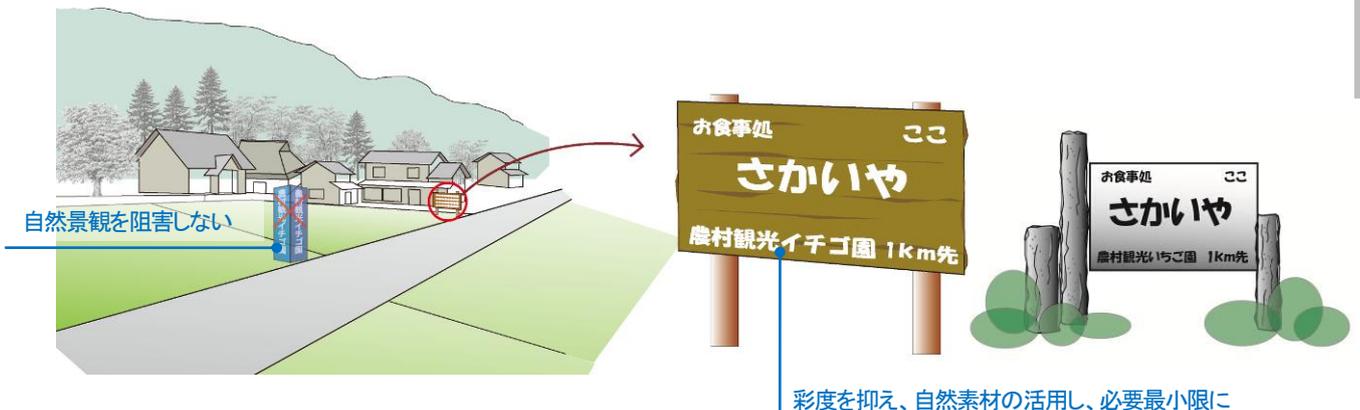
許可基準

許可基準表（第4種許可区域）

用途地域	市街化調整区域（南部丘陵地域に限る）				
壁面 広告物	面積	取付壁面につき3.0㎡以内、かつ、 取付壁面の1/3以内	屋上 広告物	掲出不可	
	縦	取付壁面の高さの範囲内			
	横	取付壁面の幅の範囲内	広告 塔その他 ほか	面積	1表示面積10㎡以内、かつ、総面積20㎡以内
	掲出 個数	取付壁面につき4個以内		高さ	地上から最上端までの高さ10m以内（非自家用 広告物及び広告板は4m以内）
	構造	開口部は塞がない			

配慮事項

- 高さや大きさを抑え、丘陵地等の自然景観を阻害しないよう配慮しましょう。
- 使用する色彩は原色を避け、彩度の低いアースカラーを基本に、シンプルな配色でまとめましょう。
- 自然素材(木、石)を取り入れましょう。
- 必要最小限の自家用広告物の設置にとどめましょう。
- ディスプレイやネオンなど、高輝度で発光・点滅する広告物の掲出は控えましょう。



1章  
はじめに

2章  
共通のガイドライン

3章  
種類別ガイドライン

4章  
区域別ガイドライン

5章  
手続き

## ◆ 広告景観特別地区（百舌鳥古墳群周辺地域）におけるガイドライン

## ◆ 百舌鳥第1種特別地区（住居系用途地域）

## 基本的な考え方

## ■ 百舌鳥古墳群周辺の眺望景観を保全しましょう。

※広範囲からの視認を目的とする屋上広告物は禁止としています。

## ■ 世界的な歴史遺産を受け継ぐ“まち”にふさわしい、落ち着いた景観を育てましょう。

## ■ 古墳群が織りなす自然景観に配慮しましょう。

## 許可基準

## 許可基準表（百舌鳥第1種特別地区）

用途地域		第1種中高層（風致地区を除く）、第2種中高層、第1種住居、第2種住居			
壁面広告物	面積	1敷地あたりの表示面積の合計10㎡以内、かつ、取付壁面の1/3以内	屋上広告物	掲出不可	
	縦	地上から最上端までの高さ6m以内、かつ、取付壁面の高さの範囲内	広告塔ほかその他	面積	1表示面積5㎡以内、かつ、総面積10㎡以内
	横	取付壁面の幅の範囲内		高さ	地上から最上端までの高さ6m以内
	構造	開口部は塞がない		掲出個数	1敷地につき2個以内(自立広告塔)
			その他	非自家用広告物は掲出不可(適用除外広告物除く)	

## 配慮事項

- 大きさは必要最小限にとどめ、建物と一体的な意匠および形態にしましょう。
- 歴史文化を感じられる風景を阻害しないよう、無彩色系や茶系の色の使用や、彩度が低く、自然に近い色などを基本に、シンプルな配色でまとめましょう。
- 人工的な素材は避け、時が経つにつれ風合いの出るような自然素材を積極的に使用しましょう。
- 暖簾や木彫りなどの造形的な看板により、その地域の伝統を演出しましょう。
- ネオンなど、発光・点滅する広告物の掲出は避けましょう。



◆ 広告景観特別地区（百舌鳥古墳群周辺地域）におけるガイドライン

◆百舌鳥第2種特別地区（商業系用途地域）

基本的な考え方

■百舌鳥古墳群周辺の眺望景観を保全しましょう。

※広範囲からの視認を目的とする屋上広告物は禁止としています。

■世界的な歴史遺産を受け継ぐ“まち”にふさわしい、落ち着いた景観を育てましょう。

■良質なイメージにより、賑わいをもたらすような配慮に心がけましょう。

許可基準

許可基準表（百舌鳥第2種特別地区）

用途地域	近隣商業、商業				
壁面広告物	面積	取付壁面の1/3以内	屋上広告物	掲出不可	
	縦	取付壁面の高さの範囲内	広告塔ほかその他	面積	1表示面積10㎡以内、かつ、総面積20㎡以内
	横	取付壁面の幅の範囲内		高さ	地上から最上端までの高さ10m以内
	構造	開口部は塞がない		掲出個数	1敷地につき2個以内(自立広告塔)
			その他	非自家用広告物は掲出不可(適用除外広告物除く)	

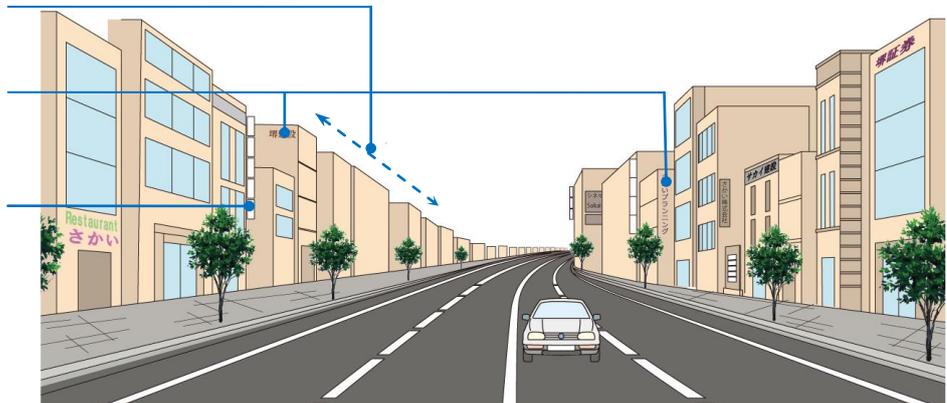
配慮事項

- 大きさや高さは最小限にとどめ、建物と一体的な意匠および形態にしましょう。
- 良質なイメージを与えるため、無彩色系の色の使用や、彩度が低く、自然に近い色などを基本に、シンプルな配色に心がけましょう。
- 発光・点滅する広告物の掲出は避けましょう
- ネオンやデジタルサイネージなどの照明器具を使用することは避けましょう。

隣接建物との調和した連続するスカイライン

色調をひかえめに

突出をおさえ建物と一体的に



1章 はじめに

2章 共通のガイドライン

3章 種類別ガイドライン

4章 区域別ガイドライン

5章 手続き

## V章 大規模屋外広告物の事前協議について

### ◆ 大規模屋外広告物事前協議

本市では、下表に示す大規模な屋外広告物又は屋外広告物を掲出する物件(掲出物件)について、新たに設置する場合のほか、意匠の変更をはじめ、移設、改造、修繕などをおこなう場合、屋外広告物条例に基づく事前協議が必要となります。これら事前協議において、「建築物や周辺景観への調和、良質な意匠」、「掲出位置やデザイン、色使い等の統一感」「必要最小限の掲出」といった観点から助言・指導をおこないます。

#### 対象となる行為等について

##### ■対象区域

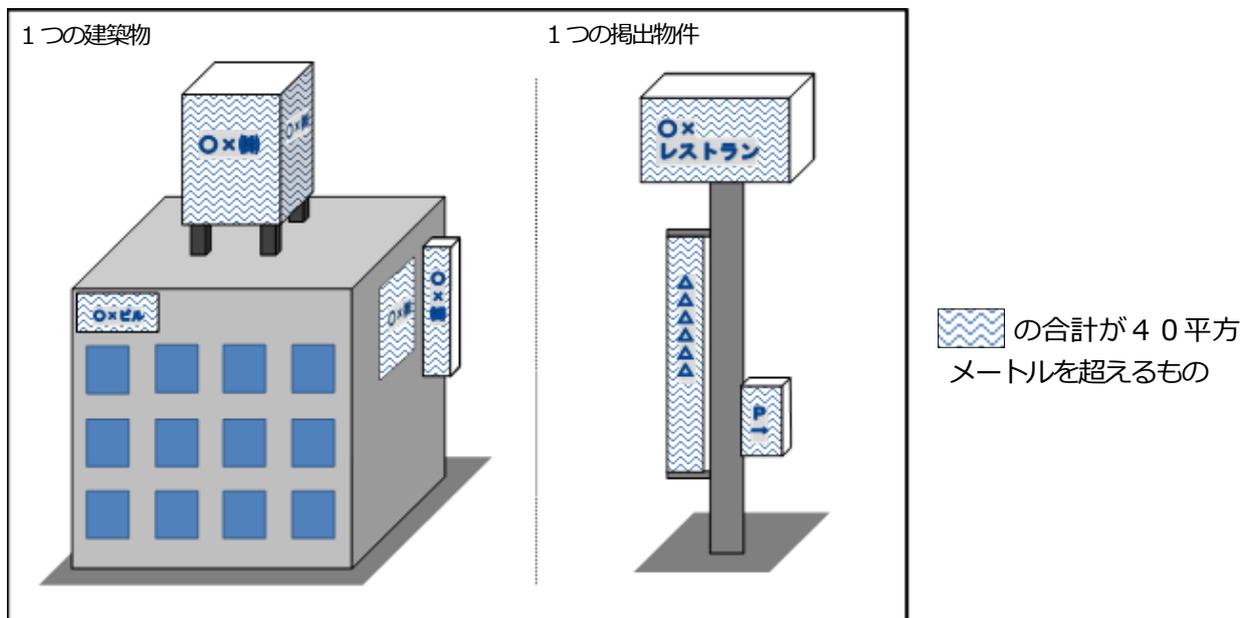
全市域

##### ■対象行為

- ①屋外広告物の表示、移転もしくは色彩の変更
- ②屋外広告物を掲出する物件の設置、改造、移設、修繕もしくは色彩の変更

##### ■対象規模

1つの「建築物」又は1つの「屋外広告物を掲出する物件」において、上記の対象行為となる表示面積の合計が40平方メートルを超えるもの

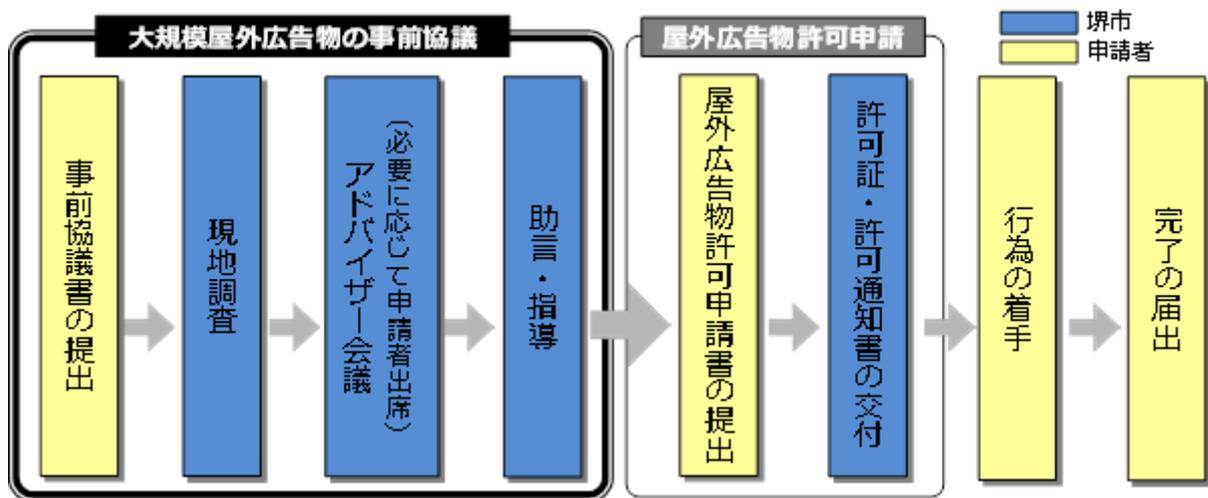


※事前協議では対象規模となった屋外広告物だけでなく、当該敷地にある他の屋外広告物や建物などとの調和を考慮した景観の協議となります。

##### ■配慮事項

- ①表示しようとする広告物が建築物及び周辺の景観に調和し、かつ、全体として良質な意匠となるように工夫すること
- ②広告物の掲出位置、デザイン、色使い等に統一を図ること
- ③隣接する道路の沿道への掲出をできる限り控えるとともに、必要最小限の掲出とすること

## 事前協議手続きの流れ

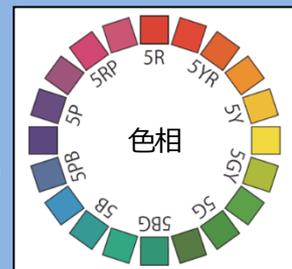


※事前協議書の提出の際には、堺市屋外広告物条例の許可基準を確認してください。

### (参考) 色の表示方法

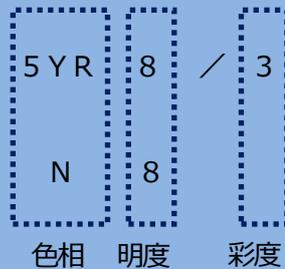
色彩を数値化する手法としてマンセル表色系があります。

これは日本工業規格 (JIS) に基づく色彩の表示方法で、色相 (赤、青、黄色などの色合い)、明度 (色の持つ明るさ・暗さの度合い)、彩度 (色の鮮やかさの度合い) の3つの属性により色彩を表示します。

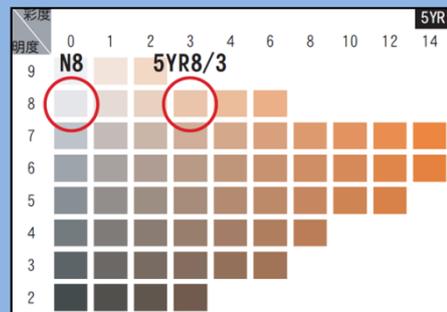


### (例) マンセル値の表示方法

【有彩色の場合】



【無彩色の場合】





●発行

平成 28 年 8 月

**堺市都市計画部 都市景観室**

〒590-0078 堺市堺区南瓦町 3 番 1 号

TEL : 072-228-7432 FAX : 072-228-8468

