

宮崎市の屋外広告物のビジョン

Keep the Blue × Lead the Green

The Blue of Sky, Ocean and River × The Green of Open-spaces and Plants



宮崎市

宮崎市屋外広告物ガイドライン

ひとに、まちに、潤いと活気を与える
宮崎市の屋外広告物

そのビジョンをこのガイドラインにまとめました

宮崎市は、「太陽と緑」に象徴され、澄んだ空と美しい海、市街地を取り巻く山並みや雄大な大淀川など、多くの自然が織りなす豊かな景観は、全国に誇れる宮崎の魅力のひとつです。また、市街地では、近代的で美しい街並み形成も進んでいます。

この多様な魅力ある景観は、宮崎市の財産であり、次世代に引き継ぐべきものとして、宮崎市では長年に渡り、「豊かなひろがりのある、花のにあうまち・みやざき」を基本理念に掲げ、様々な景観形成に関する施策に取り組んでいます。

そのひとつに、屋外広告物を、景観を形成する重要な要素として捉えており、屋外広告物条例では、地域の特性に合わせたルールを定め、屋外広告物のコントロールを行っています。

また、全国に先駆けて全市域・全物件を対象とした「屋外広告物実態調査」を行い、その結果、屋外広告物の未許可や、許可基準違反などのルール違反の物件をはじめ、景観の秩序を乱し地域の魅力を低下させかねない物件が数多くあることが判明しました。

屋外広告物条例は、最低限の値を示したルールです。宮崎市の景観を守り周辺と調和したデザインをするように努力することは、屋外広告物制作者(広告主や設計者など)のモラルに委ねられております。規則を守るだけでなく、地域のモラルを守る姿勢も必要です。

そこで、宮崎市で屋外広告物を制作するにあたってのデザインのビジョンを示すものとして、本ガイドラインをまとめました。

このガイドラインをご理解いただき、宮崎市の市民をはじめ、来訪者にとっても価値ある、より魅力的な景観づくりにご協力いただきますようお願いいたします。

屋外広告物には許可申請が必要です

屋外広告物とは、屋外で常時又は一定期間継続して公衆に掲出されるもので、看板、立看板、はり紙、はり札、広告塔などや、建物や工作物に掲出されたもので、営利、非営利を問いません。また、私有地内に設置する場合も、屋外広告物条例の対象となります。

屋外広告物を掲示する場合は、大きさや場所などに応じて「屋外広告物許可申請」が必要です。

また、宮崎市の区域内において、「屋外広告業」を営もうとする場合は、登録を受ける必要があります。



ルールとモラル

ルールは屋外広告物条例であり、秩序をつくり出すことに不可欠です。そして、モラルは積極的な取り組みを推進する上で求められます。両者を相乗させて、魅力ある宮崎の景観をつくりましょう。

目次

はじめに	01
1. 屋外広告物のビジョン	03
2. 屋外広告物のデザインテーマ	05
3. デザインの視点	07
3-1. 緑を活用した屋外広告物	07
3-2. 屋上・壁面・突出・塀広告	09
3-3. 野立広告・道標	11
3-4. 共感が持たれる広告物	13
4. 地区別デザインの考え方	17
自然型	18
都市と自然型	18
都心型	19
幹線型	19
生活型	20
広告景観特例地区型	20
5. 地域でつくる屋外広告物	21
6. 屋外広告物許可申請・手続き義務・措置について	23
	25

宮崎市の屋外広告物のビジョン

宮崎市の屋外広告物のデザインテーマ



※デザインテーマ詳細は 5、6 ページ

宮崎市の屋外広告物で目指すこと

1

モラル向上

未申請・違反をやめ
法を守って事業発展

屋外広告物許可申請を行っていない事業者は、制度を理解していない、または、知っていても条例違反を犯すケースもあります。このような違反・違法物件により、制度に対する不公平感が生じています。

宮崎市では、積極的に許可申請制度の周知を図り、申請率100%に向上させることを目指しています。

一方では、規制強化ばかりでなく、優良物件を推奨する制度などを導入することで、事業者が発展していくような仕組みを目指しています。

2

地域の魅力向上

まちの個性に調和
個性構築、宮崎の魅力拡大

宮崎市は、自然が美しい地域、都市部の近代的でにぎやかな地域、個性豊かな店舗が建ち並び活気を感じる地域、歴史と文化あふれる落ち着いた地域など、様々な地域の表情を持ち合わせています。

掲出される屋外広告物を地域の特性に調和させることで、個性がより際立ち、より魅力的な景観を形成することができます。多面的で彩り豊かな、宮崎の景観づくりを目指しましょう。

3

市民参加

みんなで考えみんなでつくる
つながり強化

屋外広告物は事業者の所有物ですが、広告物を掲出する空間は、地域住民や来訪者などみんなの共有財産です。事業者は、自分のためだけに屋外広告物を設置するのではなく、地域の魅力を向上させていくことも考える必要があります。

また、みんなで地域のあり方を考え、共有し、魅力を増していくことにより、良好なコミュニティの形成につながると考えます。宮崎市の屋外広告物について、みんなで考えましょう。

宮崎市の景観形成と屋外広告物の位置づけ

宮崎市の景観形成の基本理念

「豊かなひろがりのある、花のにあうまち・みやざき」



景観形成基本理念のもと、宮崎市では屋外広告物適正化推進計画が策定されました。



宮崎市の屋外広告物適正化推進計画の理念

「美しい自然に配慮し、まちと調和した、みんなでつくる屋外広告物」



宮崎市の屋外広告物の具体的なビジョンを示すものとしてガイドラインをまとめました。

宮崎市の屋外広告物のビジョン

宮崎市の屋外広告物のデザインテーマ

宮崎市の屋外広告物で目指すこと

「Keep the Blue × Lead the Green」「モラル向上・地域の魅力向上・市民参加」



美しい屋外広告物は、魅力ある景観を形成し、宮崎の発展につながります。

波及効果

ひととまちに
潤いと活気を
与えます地域コミュニティが
活性化します成熟した社会形成
が行われます市民の誇りと
愛着や観光交流の促進
につながります

宮崎市の屋外広告物のデザインテーマ

美しい青い空が臨め、まちに緑があふれ、潤いと活気に満ちた宮崎市にするために、

[Keep the Blue × Lead the Green] のふたつをデザインテーマとして掲げます。

これは、宮崎市が目指す景観形成の基本理念である、「豊かなひろがりのある、花のにあうまち・みやざき」を

みんなで作っていくために、宮崎市のすべての屋外広告物を対象とするものです。

キープ ザ・ブルー

Keep the Blue

The Blue of Sky, Ocean and River

宮崎の青い空、海、川がおりなす美しい景観をこわさない

空を遮らない



水景を脅かさない



宮崎市に設置される屋外広告物が、共通のテーマを持って設置されることにより、市全体のバランスが良くなり、

調和のとれた景観が創出されます。屋外広告物を設置する背景にある「空・海・川」「山の稜線・並木道・緑地」

などを遮断・阻害しないようにし、大きさ、形、色彩、設置位置などに配慮しましょう。

また、緑や花を活用したホスピタリティあふれる屋外広告物で、まちと人々に潤いを与えましょう。

リード ザ・グリーン

Lead the Green

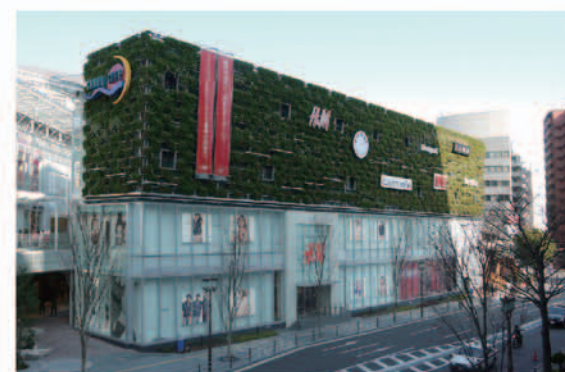
The Green of Open-spaces and Plants

宮崎の緑を守り、屋外広告物を緑で彩るおもてなし

緑を生かす



緑で彩る



デザインの視点 — 緑を活用した屋外広告物

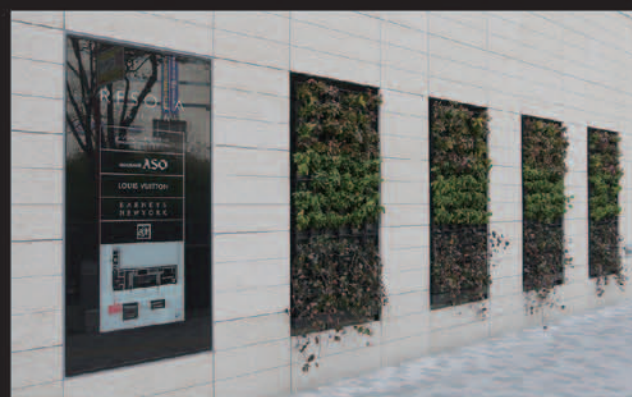


宮崎市内



緑が主役

緑は、多くの人をリラックスさせる効果があり、四季の移り変わり、草木の動き、音など、様々な表情を持ち、人々に潤いと好印象を与えます。人々の心に訴えるという観点からも効果的な広告物といえます。



緑と調和

素材、色彩、大きさなどに配慮し、植栽帯と調和した広告物。建物に設置された植栽帯は、人々に美しい街路空間を提供します。そこに設置される広告物も、植栽の連続性を遮断しないことが大切です。

通りの街路樹の影を建物の壁に描き、景観を取り込んだユニークな広告物。主役を緑にすることで空間をシンボル化させ演出性に富む広告物。



宮崎市内



緑で演出

おもてなしの心を伝える緑や花で、企業や店舗を彩ることは、人々に優しい印象を与え、また、宮崎市が推進する「花と緑のまちづくり」にも貢献します。緑や花を、広告物の背景や、見せたくない足下に組み合わせることで、効果的に活用することができます。



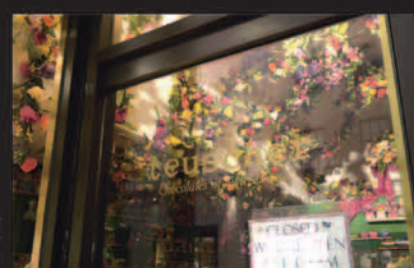
緑のカーテンのアーケード



人々は店先の緑や花からも四季を感じることができ、通るたびに目をとめるようになります。



近づいて見たくなる
花一杯のショーウィンドー



緑の看板犬

屋上広告や高い位置に設置する壁面広告など面積が大きいものは、都市の景観に大きく影響します。第一に、背景にある空や山の稜線などの自然景観を壊さない配慮をしてください。また、全ての広告は、周辺環境や建物、他の広告物とのバランスを考慮してデザインしてください。広告物を目立たせたい余り、派手な色彩を使ったり、多くの情報を掲載するケースもありますが、一見目立つようであっても、実際は読みづらかったり、地域が大切にしている景観を壊して住民に反感を持たれる例もあります。企業や店舗のイメージアップにつながる、効果的な広告物をデザインしましょう。

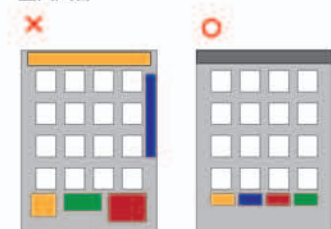
基本的な概念

屋上広告

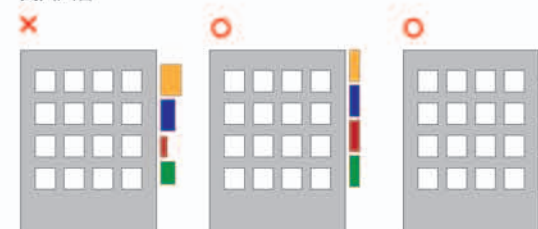


スカイラインを整える
建物や他の広告物とのバランス
掲載情報を整理する

壁面広告



突出広告



建物や他の広告物とのバランス
広告物を揃える

周辺環境に配慮する 背景や周辺の景観と違和感のある色彩を避け、高さを抑えることで好感を得ることができる



周辺の広告物と色彩を揃える



広告物の色彩に統一感があり調和がとれる



(写真は画像を一部変更しています)

建物に対してバランス良く配置する



表示の大きさを揃える



低層部に集約しバランス良く配置する



表示情報を整理する
多すぎる情報や多色で派手な広告
が目立つとは限らない
情報が氾濫する中ではむしろ色を抑えた
シンプルな広告が目を引く



連続させ流れとにぎわいをつくる 設置位置・間隔などを統一する



他の広告と調和させる それぞれの広告は埋没することなくむしろ読みやすくなる



野立広告や道標は沿道に設置されることが多く、街路空間に大きな影響を与えます。美しい景観が広がる緑地や並木道などに自分のことしか考えない広告物が1つあるだけで、景観は損なわれます。また、自動車が行き交う道路において、自動車のスピードでは可読ができない情報量や小さな文字では効果がなく、単に景観を壊すばかりです。広告物が一カ所に集ってしまう場合も情報過多になって判読しにくくなります。広告物の立地と、自動車対象か歩行者対象かを十分に把握して、美しく効果的な広告物をデザインしましょう。

基本的な概念

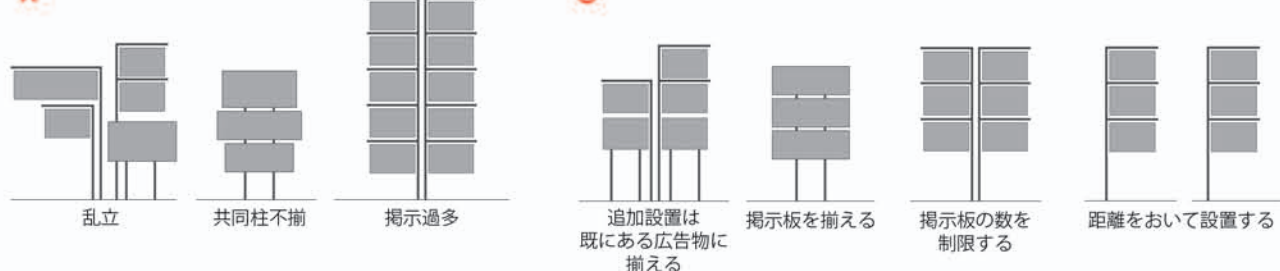
野立広告

✕



道標

✕



掲示情報の基礎

判読性(可読性)の向上

✕ 多色で掲載情報が多い



○



明度が近い色同士



色相が近い色同士



利用者に応じた掲載情報

自動車走行のスピードに応じた、判読できる文字の大きさ・文字量にする。
※P.14の利用者による視認距離の違いを参照。

掲載する情報は、最も伝えたい情報と補足する情報を分け、階層をつけると判読しやすくなる。
※判読性は文字の書体や大きさ、照明の有無、周辺環境との差異により変わる。

配色効果

色相が対比する補色(例：赤：緑、黄：紫)の組合せは、互いに引き立て合い、文字色と地色に配色すると読みやすくなる。
しかし、純色同士など明度が近い場合はハレーションを起こし不明瞭になる。
※P.15の色彩の基礎を参照。

形態や大きさを揃える・連続させる



整頓された広告物は周辺環境に秩序をもたらし広告物の好感度も上がる



(写真は画像を一部変更しています)

場所や対象者にふさわしい大きさにする



環境を阻害せず十分な効果が望める



支柱を背景色に合わせる・隠す



隣接する樹木や背景にある建物と一体感が生まれ掲示面も際立つ



掲載情報の整理

広告物の主な対象者、対象者との距離、周辺の状況など総合的な観点から、文字の大きさ・色彩、表現方法などを計画する必要がある。
受け手は、およそ3項目までしか瞬時に理解できず、文字数も1回の注視では15文字程度しか認識できないと言われている。情報量を減らすことがよく見てもらえる広告の条件である。



左の写真は駅ホームに設置された広告物で、基本的に向かい側に立つ人を対象者として掲示されている。掲載量の違いにより、分かりやすいものと煩雑で読み取りにくいものに分かれる。また、このように多くの広告物が並ぶ所では、一見地味で情報が少ないものに目がいき、効果的な広告物といえる。



視覚効果を考えた情報伝達

屋外広告物の対象者は、移動・行動中が主であり、瞬時に視認・判読できることが大切である。
ピクトグラム(絵文字)を用いることは、少ない情報量で効果的に業態を伝え、また演出性も高く好印象を与える。

広告物でイメージアップ

統一的なイメージで全国展開が行われている企業が、地域特性や建物にデザインを調和させることは、人々に好感を抱かせ、企業のイメージアップにつながります。また、地域にある他の事業者にも良い影響を与え、地域貢献につながります。

フランチャイズ・チェーン店 統一企業イメージを周辺景観や建物に調和させデザインを変更することは、地域に受け入れられ人々の共感を得る

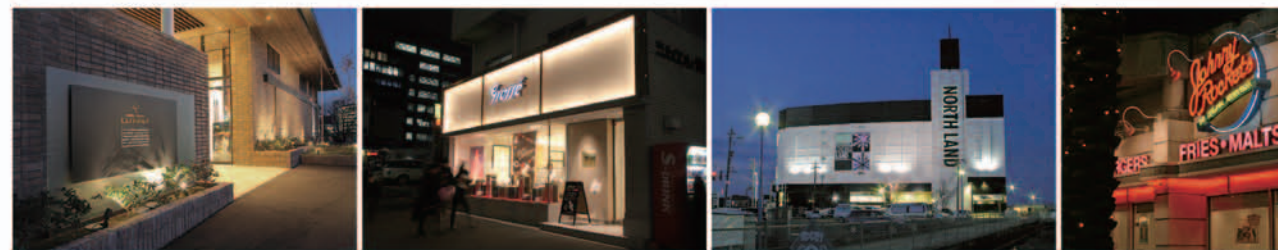


不動産会社 店舗前に美しく整理された広告物は、内容が読みやすくなり、物件の品質も良く感じられる。店舗のイメージは商品のイメージを伝える



夜間照明

夜間照明は店舗のイメージアップに効果的で、街ににぎわいを持たせます。広告物の照明は、色温度や光量などを、周辺の環境や建物のライトアップと調和させた計画を行いましょう。



表示文字の基礎

視認性と判読性

遠くからでも認識できる視認性（可視性）と、内容が読むことができる判読性（可読性）を考慮する必要がある。色彩の他、文字の書体、文字の大きさと量、それを読む距離・角度、スピード（移動中、停止）、また、照明などにより判読性は変わってくる。

道路標識の文字寸法

自動車速度/時速	日本語文字高
30km 以下	100mm
40～60km 以上	200mm
70km 以上	300mm
高速道路	500mm

左記の表は現在道路標識で使用されている文字の大きさ。これを参考に読みにくい文字は表示しないこと、必要以上に大きくしないことなどを留意する。

一般的に、下地を濃い色、文字を薄い色で表示すると判読性が高くなり、文字は画数が少ないほうが判読性は高くなる。また、文字の太さは文字高の 10% 程度が判読性がよいとされている。

※欧文は大文字は日本語の 1/2 小文字は日本語の 3/4
※道路状況により縮小、または 1.5 倍となる場合がある
※道路標識設置基準に基づく



広告旗の活用

バナーやのぼりは、風にたなびき動きがあり、人の目を引くために効果的な広告物といえます。また、美しく秩序ある掲示はまちににぎわいを与えます。反面、粗悪で表現が下手な掲示は、まちの美観を脅かす公害にもなりかねません。

連続させる

統一デザインで連続させる

隣の建物と連続させる

イメージを連続させる



のぼり旗の留意点

のぼり旗は、仮設的な広告物として、イベント時や短期間設置するものとし、ポールの色や設置方法に配慮する。また、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、バナーやのれんなどの設置を検討する。劣化した際は速やかに取り替える。



敷地内に設置する

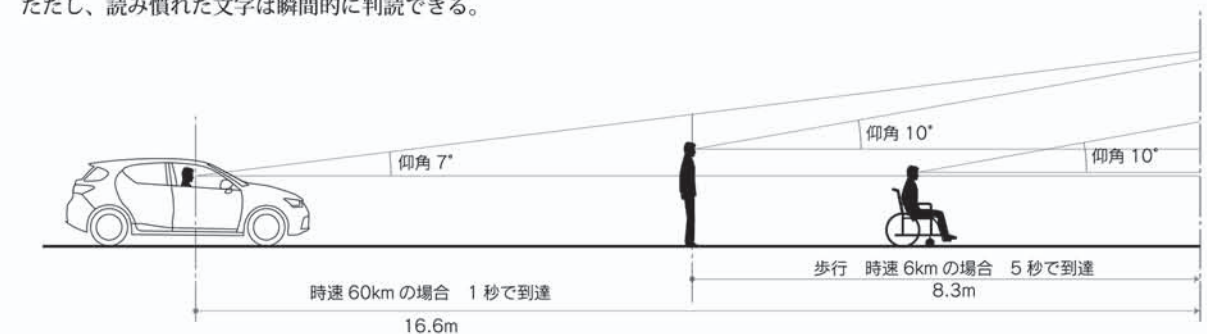


常時設置する場合は、恒久的な掲示方法に変え、店舗の演出効果を向上させる



利用者による視認距離の違い

広告物が視認できる距離は、対象者（自動車・歩行者）によって違う。ただし、読み慣れた文字は瞬間的に判読できる。



※「公共交通機関旅客施設のサインシステムガイドブック」/交通エコロジー・モビリティ財団他を参考に作図



宮崎らしい色彩

宮崎市には豊かな自然が特徴で、「宮崎といえば・・・」という自慢できる要素を多く持っています。空や海、フェニックスや山々の緑、マンゴーやきんかんなどの特産物、そして、太陽。それらは多くの市民や来訪者がイメージすることができ、親しみを感じています。それらの特徴のある色彩を抽出し、トーン(色調)を合わせたものが「宮崎市色彩パレット」です。

デザインに「宮崎らしさ」を演出する際に参考として使用してください。



宮崎市色彩パレット



宮崎市色彩パレット応用例

宮崎市色彩パレット応用例 (図：右上)

宮崎市色彩パレットを使用して、道標をデザインした例。それぞれの広告物はレイアウト、書体、色彩などが異なるが、パレット色を使用すると全体にトーン(色調)が揃い統一感がでる。

市内の広告物が宮崎市色彩パレットを使用、または参考にトーンを揃えると、市全体がまとまり、「宮崎らしさ」の創出につながる。

色彩の基礎

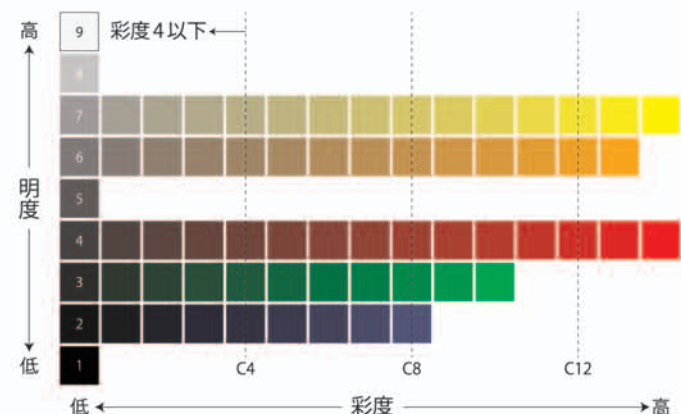
色相 (Hue)

色相は赤、黄、緑、青、紫といった色の様相の相違を意味します。



明度 (Value 又は Brightness)

明度は色の明るさを意味します。



彩度 (Chroma)

彩度は色の鮮やかさを意味します。

おもてなしの広告物

人々は風景や顕著な建物から都市の印象を感じます。その他に宮崎市では、プロ野球球団キャンプやゴルフトーナメントの際にまちを彩る歓迎フラッグも特徴的な要素のひとつで、市民にとっても風物詩のひとつになっています。「宮崎市らしい、おもてなしの広告物」として、積極的に街を彩りましょう。

ウェルカムフラッグの留意点
(フラッグ・バナーなど)

1. ボールの色彩
背景にある樹木や電柱や照明柱などの構造物と同色にする。
2. 設置する間隔
基本的に同間隔に設置し、リズムカルな流れをつくる。
3. フラッグやバナーの表示
基本的に2種類程度を掲示し、マークやグラフィックパターンなどシンボルでダイナミックなデザインをする。

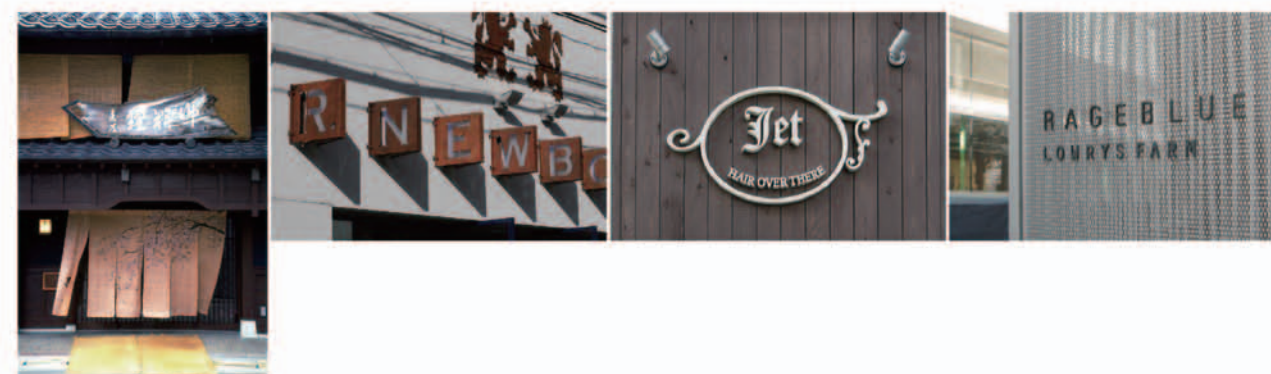
ウェルカムボードの留意点
(誘導板・案内板など)

1. 掲載情報量
自動車でも判読できる、情報量・文字の大きさにする。
2. デザインの一貫性
パンフレットや他の広告物と表現を統一する。
3. 設置
植栽帯内の設置や足下を緑や花で彩る。構造物などに付帯させる場合は、取付部が見苦しくならないように工夫する。また、裏面が見える場合には、美しく処理を施す。



素材色

素材の生地の風合いを活かした広告物は、塗料やシートで着色した色彩とは違う落ち着きや風格を感じさせる。時間経過に伴う退色も趣があり魅力のひとつである。但し、劣化に対しては十分な強度を保てるように配慮する。



宮崎市は、多様な景観を有しており、その特性に応じた景観づくりが行われています。屋外広告物もそれぞれの地区景観の特性にふさわしいものにすることが望まれます。

そこで、宮崎市では屋外広告物に関する施策を優先的にを行う地区を設定しています。この地区に掲出される屋外広告物は、市全域の模範となる広告物として、各地区の特性を理解し、良好な景観づくりにご協力ください。また、屋外広告物を掲出する場所がこの地区に属さない場合でも、類似する地区のデザインの考え方を参照してください。（P18～P20を参照）

屋外広告物重点地区は次の観点から設定しています

1. 宮崎市の景観形成上特に重要な地区
2. 観光・リゾート拠点など、宮崎市の顔となり一体的な景観形成の必要な地区
3. 宮崎市の骨格を形成し、本市を印象づける幹線道路沿道

屋外広告物重点地区

重点景観形成地区等

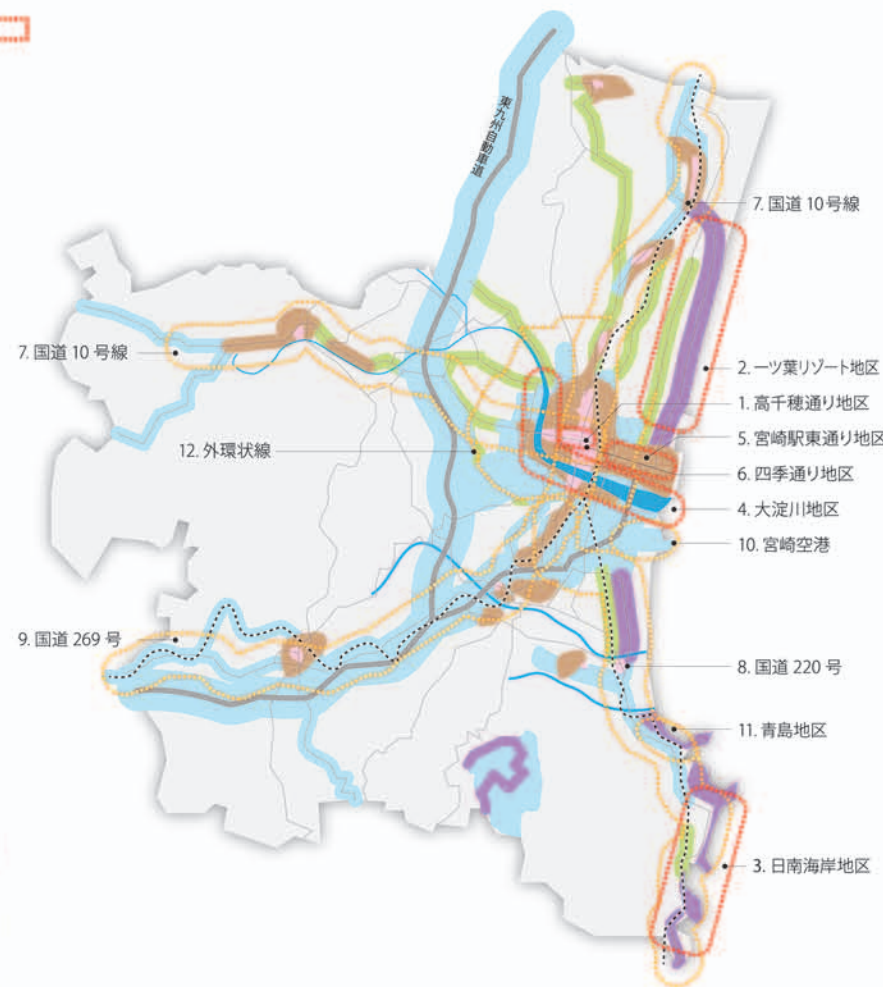
1. 高千穂通り地区
2. 一ツ葉リゾート地区
3. 日南海岸地区
4. 大淀川地区
5. 宮崎駅東通り地区
6. 四季通り地区

その他の地区

7. 国道10号
8. 国道220号
9. 国道269号
10. 宮崎空港
11. 青島地区
12. 外環状線沿線

屋外広告物規制区分

- 第1種禁止地域
- 第2種禁止地域
- 第3種禁止地域
- 第1種規制地域
- 第2種規制地域
- 第3種規制地域



自然型

- 自然景観に恵まれた地区
- 田園地区 ○山間部
- 想定地区
- 第1種、第2種禁止地域
- 第1種規制地域
- 一ツ葉リゾート地区
- 日南海岸地区

豊かな自然景観が見られる地区では、必要最少限の自家用広告物の設置にとどめる。

設置する場合は、まず「自然を生かす」ことを考慮する。

デザインの留意点

- 屋上広告物・壁面広告物などではできる限り掲出ししない。
- 高さや大きさを抑え、景観を遮らない。
- 彩度を抑えた色彩を用い、多色使いを避ける。
- 自然素材を出来る限り使用する。
- 耐久性・耐候性の高い素材を使用する。
- ディスプレイ、ネオンなど高輝度で発光・点滅するものは設置しない。



都市と自然型

- 自然景観が背景に望める地区
- 並木道が連続する地区
- 河川敷
- 想定地区
- 第2種規制地域ほか
- 大淀川地区
- 宮崎駅東通り地区

自然と都市をつなぐ共存的な地区では、遠景に広がる空や山並み、河川などの眺望を阻害しないことが大切である。屋外広告物を設置する場合は、「自然を感じる」ことができるように考慮する。

デザインの留意点

- 屋上広告物・壁面広告物などではできる限り掲出ししない。やむを得ず掲出する場合は、建築物と一体的なデザイン、もしくは文字のみの表記とする。
- できる限り低層に掲出し、複数の広告物は集約する。
- 彩度を抑えた色彩を用い、多色使いを避ける。
- ディスプレイ、ネオンなど高輝度で発光・点滅するものは設置しない。

※大淀川地区、宮崎駅東通り地区は屋外広告物の許可基準が他の地区と異なります。景観形成ガイドラインを参照下さい。



地区別デザインの考え方



都心型

- 都心部
- 商店街

想定地区

- 第3種規制地域
- 高千穂通り地区
- 橋通り(国道220号)

市街地の中心部で商業施設が建ち並ぶ地区では、屋外広告物は建物や他の広告物と調和させ、過剰な表現、大きさは控えるようにする。「**連続性がある美しくぎやかな街並**」を創出することを考える。

デザインの留意点

- 都市の顔として、出来るだけ安価な素材は使用しない。
- 他の広告物と大きさを揃え、良好なスカイラインを保つ。
- 建物と一体的なデザインをする。
- 複数の広告物は集約し、できる限り低層に掲出する。
- 街路空間において連続性のある配置を行う。
- 花や緑を活用したデザインとし、潤いのある街路空間を演出する。
- 夜間景観に配慮した電照方式とする。



幹線型

- 幹線道路及び通り全般に適用

想定地区

- 第3種禁止地域
- 第2種規制地域
- 国道10号、220号、269号
- 外環状線沿道

幹線で自動車の往来が多い地区では、屋外広告物が氾濫する傾向がある。できるだけ他の広告物と高さを揃え、見通しの良い眺望を確保することが大切であり、「**美しく連続した街路空間**」を創出することを考える。

デザインの留意点

- 高さや大きさを抑え、景観を遮らない。
- 沿道で連続性のある配置を行う。
- 遠景、中景、近景に対してそれぞれの掲示を計画的に行い、過剰な設置はしない。
- 花や緑を活用したデザインとし、潤いのある街路空間を演出する。
- 広告物を追加で設置した場合は、効果がない広告物は撤去する。



生活型

- 住宅街
- 学校周辺

想定地区

- 第2種禁止地域

住宅や小規模店舗が建ち並び、おだやかな生活を大切にする空間では、屋外広告物は出来るだけ小さなものを設置する。「**地域住民の生活を脅かさない、愛され親しまれる**」ことを考慮した広告物とする。

デザインの留意点

- 歩行者を対象とし大きなものを設置しない。
- 未成年に配慮して教育上好ましくない表現は避ける。
- 彩度を抑えた色彩を用い、多色使いを避ける。
- 花や緑を活用したデザインとし、潤いのある街路空間を演出する。
- ディスプレイ、ネオンなど高輝度で発光・点滅するものは設置しない。



広告景観特例地区型

- 観光地
- 歴史的町並み

想定地区

- 青島地区
- 四季通り地区

地区に個性があり、歴史的・景観的に宮崎を代表し、市外からの観光客も多く訪れる地区では、地区特性に応じた屋外広告物を設置する。地区全体で広告物を考えるなど「**まちづくりに活用できる**」広告物を考える。

デザインの留意点

- 地区独自の組織づくりを行う。
- 地区の個性を十分に理解した、デザインのコンセプトを設定し、形態、素材、色彩など詳細なルールづくりを行う。
- 歓迎やおもてなしが感じられる演出をする。



地域でつくる屋外広告物 ― エリアマネジメント

土地や建物の権利者や民間事業者、住民などが主体となった管理運営（エリアマネジメント）によって、地域特性を生かし、地域の価値を高め、市民や来訪者にとって身近で魅力あるまちづくりが行われています。

例えば、良好な街並み景観形成のための建築協定の策定やイベントの開催・広報などの地域プロモーション、地域美化活動やまちの緑化活動など、取組は多様です。また、地域特産の資材を利用し、地域の風土や景観のイメージを生かした屋外広告物によるまちづくりなどが行われています。宮崎市でもこれらの取組を地域活性化の側面から支援し、地域活性化屋外広告物制度を導入しています。この制度を利用して公共空間に広告物を掲示する場合は、地域の魅力創出につながるデザインとすることが大切です。

植栽広告／植栽帯・プランター内の広告物

まちの美化のために行う、植栽緑化やプランターの設置にそのスポンサー名を掲示する場合は、主役である緑や花を引き立てる大きさや色彩とすることが大切です。

基本的な概念

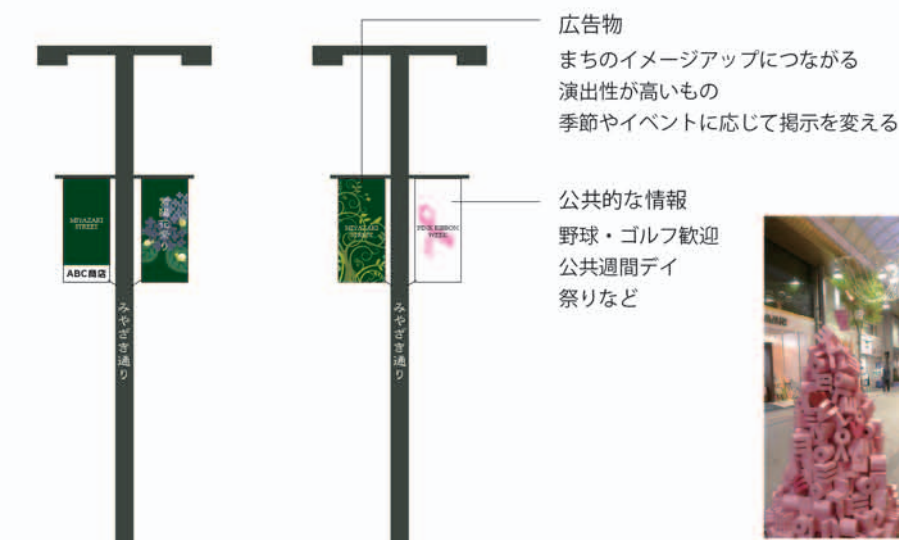


広告板の大きさを控えめにし
植栽を生かす
表示板や取付部の色を
植栽やプランターに合わせる



照明バナー

まちのイメージアップにつながる魅力あるデザインとし、公共的・公益的な情報を合わせて掲示します。維持管理に配慮し良好な状態を保つことが大切です。



広告物
まちのイメージアップにつながる
演出性が高いもの
季節やイベントに応じて掲示を変える

公共的な情報
野球・ゴルフ歓迎
公共週間デ
祭りなど



イベント広告

イベント広告は、短期に集中して掲示し、イベントの趣旨を明確にアピールする必要があります。そのためには、一貫したイメージの展開を行うことや、多くの人々に共感を得るデザインをすることが大切です。一時的な掲示であっても、安価になり過ぎない、風雨に耐えうる素材の選定や取付をしましょう。



屋外広告物を活用したまちづくり

まちづくりへの活用には、組織づくりが重要です。行政と地域の企業や商店、市民、また、具体的に形にしていける専門家を交えることが成功する上で大切なことです。そして、まちの個性を十分に把握したコンセプト、デザイン、ルールなどを設定します。予算や工期など実施に向けて、短期から長期までの計画のスケジュール管理も必要になります。

木彫り看板のまちづくり 富山県南砺市井波

南砺市井波では伝統的に欄間、獅子頭などの木彫刻が盛んで多くの木彫工房が存在しています。この地域特性を活かし、町には木彫りの看板が推奨されています。当初、新しい産業開拓として始められた木彫りの看板づくりが、今では木彫りの看板を目的に、県外からも見学者が訪れています。

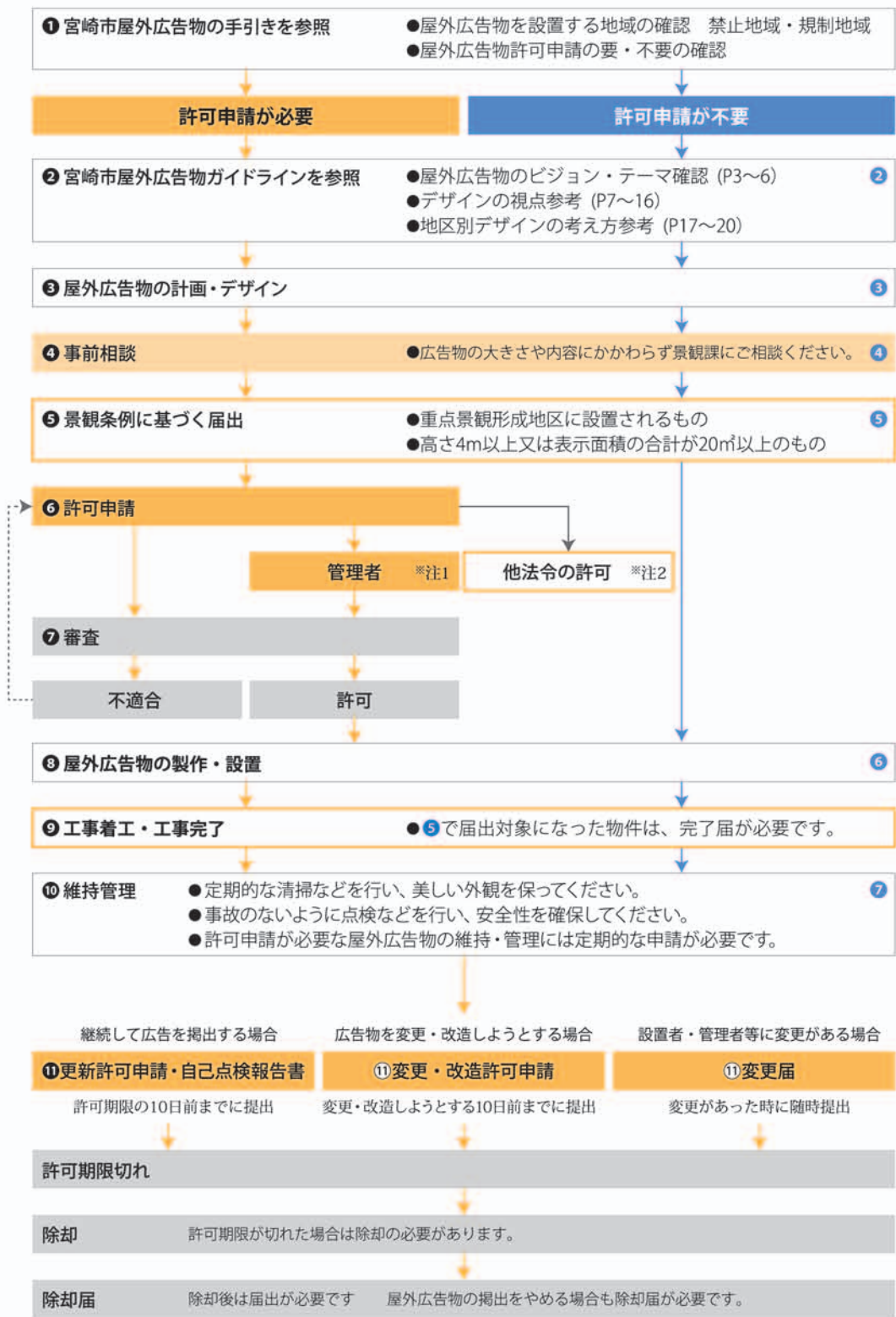


のれんのまちづくり 岡山県真庭市勝山

真庭市勝山は、白壁や格子窓の古い町並みが残る町で、「町並み保存地区」として指定。町の商店や民家の軒先には各々個性豊かなのれんが掛けられており、町の景観をなお一層魅力的なものにしています。こののれんを掛ける取組は市民の発案で始まり、徐々に参加が増えるにつれて話題を呼び観光客が増え、今では重要な観光資源となっています。



宮崎市で屋外広告物を設置する場合



屋外広告業について

広告主から広告物の表示又は広告物を掲出する物件の設置に関する工事を請け負い、屋外で公衆に表示することを業として行うことをいいます。したがって、単に屋外広告物の印刷、製本等を行うだけの営業は、屋外広告業に該当しません。なお、屋外広告業を営む者には、次に掲げる義務が発生します。

1. 屋外広告業の登録義務

屋外広告業を営む者は、所定の様式で市長の登録を受けなければなりません。
ただし、県知事の登録を受けた者は、市長に特例屋外広告物業届出を提出することにより、市長の登録を受けた者とみなします。(許可申請時に工事施工者が登録、もしくは届出済かどうか確認します。)

2. 業務主任者の設置義務

屋外広告業を営む者は、営業所ごとに業務主任者を選任しなければなりません。
業務主任者の要件は次のとおりです。

- ①都道府県、指定都市若しくは中核市の開催する講習会の課程を修了した者
- ②広告美術仕上げについて、職業能力開発促進法に基づき、職業訓練指導員免許を受けた者、職業能力検定に合格した者及び職業訓練を修了した者
- ③市長が、規則で定めるところにより、①と同等の知識を有すると認めた者
- ④国土交通大臣の登録を受けた法人が広告物等の表示及び設置に関し必要な知識について行う試験に合格した者

注1・ はり紙、はり札類、広告旗、立看板類、その他の簡易な広告物等以外は管理者を置く必要があります。
堅固な広告物等については、管理者は、「屋外広告士」・「一級又は二級建築士」のいずれかの資格等を有する者でなければなりません。
堅固な広告物とは、
ア 鉄骨造り、石造りその他耐久性を有する構造により築造された広告物
かつ、 イ 建築基準法第88条第1項において準用する同法第6条第1項の規定に基づく建築主事の確認を受けたもの(高さ4mを超えるもの)
ウ 高さ3.5m以上4m以下で1面の表示面積が5㎡を超える野立広告、及び屋上広告、壁面広告、屋根面広告、突出広告、つり下げ広告又はアーチ広告
詳細は、宮崎市屋外広告物の手引き(P.23)をご参照ください。

注2・ 道路上に広告物を出す場合は次の許可申請が必要です。
道路占用許可(各道路管理者)・道路使用許可(所轄警察署)

義務・措置について

屋外広告物の設置者等の義務について

屋外広告物を出す者及び管理する者には、次に掲げる義務が発生します。

1. 管理義務

- ①補修その他必要な管理を怠らないようにし、広告物を良好な状態に保持しなければなりません。
- ②はり紙、はり札、立看板以外の広告物には、すべて管理者を置かなければなりません。
- ③堅固な広告物等 (P24. 注1) の場合、管理者は「屋外広告士」・「一級又は二級建築士」のいずれかの資格等を有する者でなければなりません。

2. 除却 (撤去) 義務 次の場合には広告物を除却しなければなりません。

- ①広告物を表示する必要がなくなった時
- ②許可期間が満了になった時
- ③許可が取り消された時
- ④経過措置期間が経過した時
- ①～④は、事項 3. 報告の義務④に該当します。

3. 報告義務

- ①管理者を置いた時は、所定の様式で届け出なければなりません。
- ②設置者や管理者に変更 (住所、氏名等の変更を含む。) があった時は、所定の様式で届け出なければなりません。
- ③許可の更新を申請する時は、広告物の「自己点検報告書」を提出しなければなりません。
- ④はり紙、はり札類、広告旗及び立看板類以外の広告物を除却した時は、所定の様式で届け出なければなりません。
- ⑤広告物が滅失した (無くなった) 時は、所定の様式で届け出なければなりません。

違反広告物に対する措置について

違反広告物に対しては、次のような措置がとられることがありますのでご注意ください。

- | | |
|-----------|--|
| 1. 簡易除却 | 条例に違反しているはり紙、はり札類、広告旗及び立看板類は、市が自ら除却することが認められています。 |
| 2. 勧告 | 禁止又は制限の規定に違反している広告物の広告主に対し、広告物の除却その他必要な措置を講ずるよう勧告することがあります。 |
| 3. 措置命令 | 禁止広告物の規定や管理義務に違反している時は、違反状態を解消するための必要な措置を命ずることがあります。 |
| 4. 立入検査等 | 条例施行上必要な限度において、広告主や管理者から資料等の提出を求めたり、また、広告物のある敷地や建物の立入検査を行うことがあります。 |
| 5. 氏名公表 | 勧告や措置命令に従わない広告主に対して、氏名及び住所（法人の場合：名称、代表者氏名、事務所の所在地）の公表を行うことがあります。 |
| 6. 除却命令 | 禁止又は制限の規定に違反している場合は、広告物を除却するよう命ずることがあります。 |
| 7. 許可の取消し | 次に該当する場合は、許可を取り消すことがあります。
①許可の条件に違反した時
②許可を受けずに広告物を変更した時
③措置命令に違反した時
④虚偽その他不正な手段により許可を受けた時 |
| 8. 略式代執行 | 除却を命じる時、市が過失なく広告物の設置者等を確認することができない時は、市自ら除却することがあります。 |
| 9. 行政代執行 | 広告物の設置者が除却命令に従わない時などは、市自ら除却を行い、その費用を設置者に請求することがあります。 |
| 10. 罰則規定 | 屋外広告物条例では、禁止又は制限の規定に違反している広告物の広告主および設置者等へ対する罰則規定が定められています。 |

宮崎市屋外広告物ガイドライン

策定・発行

平成 24 年 3 月
宮崎市都市整備部景観課
〒880-8505 宮崎市橘通西 1 丁目 1 番 1 号
TEL: 0985-21-1817 FAX: 0985-21-1816
EMAIL: 30keikan@city.miyazaki.miyazaki.jp
URL: http://www.city.miyazaki.miyazaki.jp/

宮崎市景観審議会屋外広告物部会

広瀬 訓／宮崎公立大学人文学部教授(部会長)
出口 近士／宮崎大学工学部准教授
前田 省子／宮崎商工会議所女性会員
石川 千佳子／宮崎大学教育文化学部教授
宮崎 幸生／宮崎市教育委員会委員
高橋 信尋／宮崎県広告美術協同組合理事長
平岡 直樹／南九州大学環境園芸学部教授
水間 京子／水間デザイン代表
松田 慎介／N P O みやざき理事

編集

宮崎市屋外広告物ガイドライン策定業務 ワーキング部会
主査 武山 良三／富山大学芸術文化学部
委員 佐藤 優／九州大学大学院芸術工学研究院
中牟田 麻弥／メッド
山田 貴史／アシタデザイン

業務委託

社団法人 日本サインデザイン協会(SDA)
〒113-0033 東京都文京区本郷 3-25-11 池田ビル 2F
TEL: 03-3818-8537 FAX: 03-3818-1291
EMAIL: sda@sign.or.jp
URL: http://www.sign.or.jp

本書の全部または一部を無断で複写複製することは、著作権法上の例外を除き禁じられています。
複写を希望される場合は必ず発行者までご連絡ください。