茨木市
屋外広告物
ガイドライン

茨木市屋外広告物ガイドラインの構成

茨木市の目指す姿や基本的な考え方について

屋外広告物を掲出する際の配慮事項について

1. はじめに

本ガイドライン策定の背景や、対象となる屋外広告物、基本理念等を紹介しています。

（1）ガイドライン策定に当たって　P.3
（2）ガイドラインの対象となる屋外広告物　P.4
（3）本市の目指す広告景観の方向性（基本理念）　P.5

2. 共通の配慮事項

屋外広告物を掲出するに当たり、共通で確認すべき事項について紹介しています。

（1）規模・配置　P.7
（2）形態・意匠　P.9
（3）色彩　P.11
（4）照明　P.13
（5）適切な維持管理　P.14

3. 種類別の配慮事項

屋外広告物の種類別に配慮のポイントや良好な事例を紹介しています。

（1）屋上広告物　P.15
（2）壁面広告物　P.16
（3）突出広告物　P.17
（4）地上広告物　P.18
（5）窓面利用広告物　P.19
（6）簡易広告物（はり紙、はり札、広告旗、立看板）　P.20
（7）車両利用広告物　P.21
（8）映像装置付き広告物（デジタルサイネージ）等　P.22
（9）公共サイン（公的機関が掲出する屋外広告物）　P.23

4. 地域別の配慮事項

地域の特色に合わせた配慮のポイントや良好な事例を紹介しています。

（1）住宅地
　1）閑静な住宅地　P.25
　2）商業施設が混在する住宅地　P.26
（2）商業地
　1）駅前広場　P.27
　2）駅から延びるメインストリート　P.28
（3）工業地　P.30
（4）幹線道路沿道　P.31
（5）山間部　P.32

掲出の可否や本市の区域ごとの
許可基準について

許可申請手続き
について

5. 茨木市屋外広告物条例・規則に基づく規制内容

屋外広告物を掲出するための確認フローと、条例・規則の基準や配慮のポイント、良好な事例等を紹介しています。

屋外広告物を掲出するための確認フロー P.33
（1）禁止広告物 P.34
（2）禁止物件 P.34
（3）禁止区域
　1）屋外広告物の禁止区域 P.35
　2）非自家用広告物の禁止区域 P.35
（4）適用除外 P.37
（5）許可区域等
　1）許可区域 P.39
　2）景観形成地区 P.39
（6）許可区域の許可基準と配慮事項
　1）第1種許可区域 P.41
　2）第2種許可区域 P.43
　3）第3種許可区域 P.45
（7）景観形成地区の許可基準と配慮事項
　1）にぎわい景観形成地区 P.47
　2）元茨木川緑地景観形成地区 P.49
　3）彩都景観形成地区 P.50
　4）歴史的景観形成地区 P.51
　5）沿道景観形成地区 P.52
（8）電柱、電話柱、停留所標識、車両を利用する屋外広告物の許可基準 P.53

6. 許可申請手続き

許可申請手続きのフローと、必要な書類等を紹介しています。

許可申請手続きのフロー P.54
（1）必要書類 P.55
（2）許可手数料と許可期間 P.56
（3）関係法令に基づく手続き P.56
（4）屋外広告物の管理 P.57
（5）違反措置・罰則 P.58
（6）屋外広告業の登録 P.58
（7）窓口一覧 P.58

1. はじめに

（1） ガイドライン策定に当たって

屋外広告物の特徴

屋外広告物は、多くの人々に必要な情報を提供するために有効な**情報伝達の手段**であり、**まちの賑わいを創出する重要な景観要素**でもあります。一方で、不特定多数の人々を対象として掲出されるため、皆が心地よく感じるような意匠とすることが求められます。

ガイドライン策定の背景

茨木市は、景観法が施行される以前の平成元年から、要綱に基づき建物や屋外広告物などの届出制度による景観誘導を開始し、平成24年には**「茨木市景観計画」**を策定しました。**「茨木市景観計画」**では茨木市の目指すべき景観像を「北摂の自然と歴史に育まれ　うるおいと心づかいの感じられるまち　いばらき」と定め、茨木市の特徴である自然景観、市街地景観、歴史的景観、沿道景観といった多様な景観を維持するため、景観の誘導を積極的に取り組んできました。

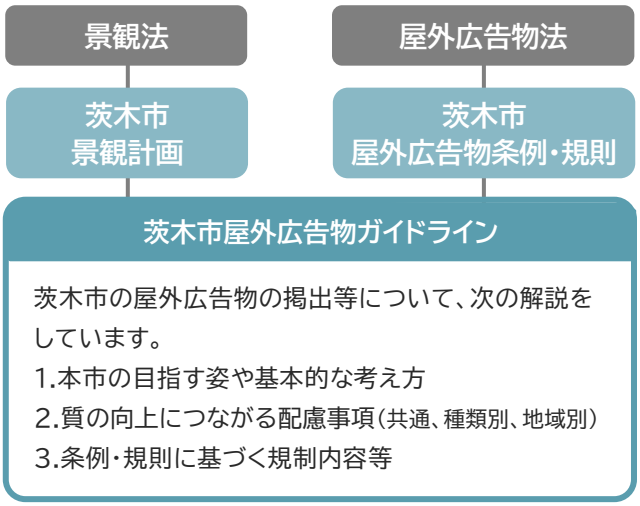
屋外広告物については、景観を形成する重要な構成要素であることから、平成25年から大阪府の屋外広告物条例に基づく運用を行い、広告主や屋外広告業者、市民の皆さまに対し、配慮を求めてきました。

こうした取組により、周辺環境や地域らしさに配慮された屋外広告物の掲出がある一方で、本市の景観像に馴染まない屋外広告物も掲出されており、更なる配慮を求めていく必要があります。

ガイドライン策定の目的

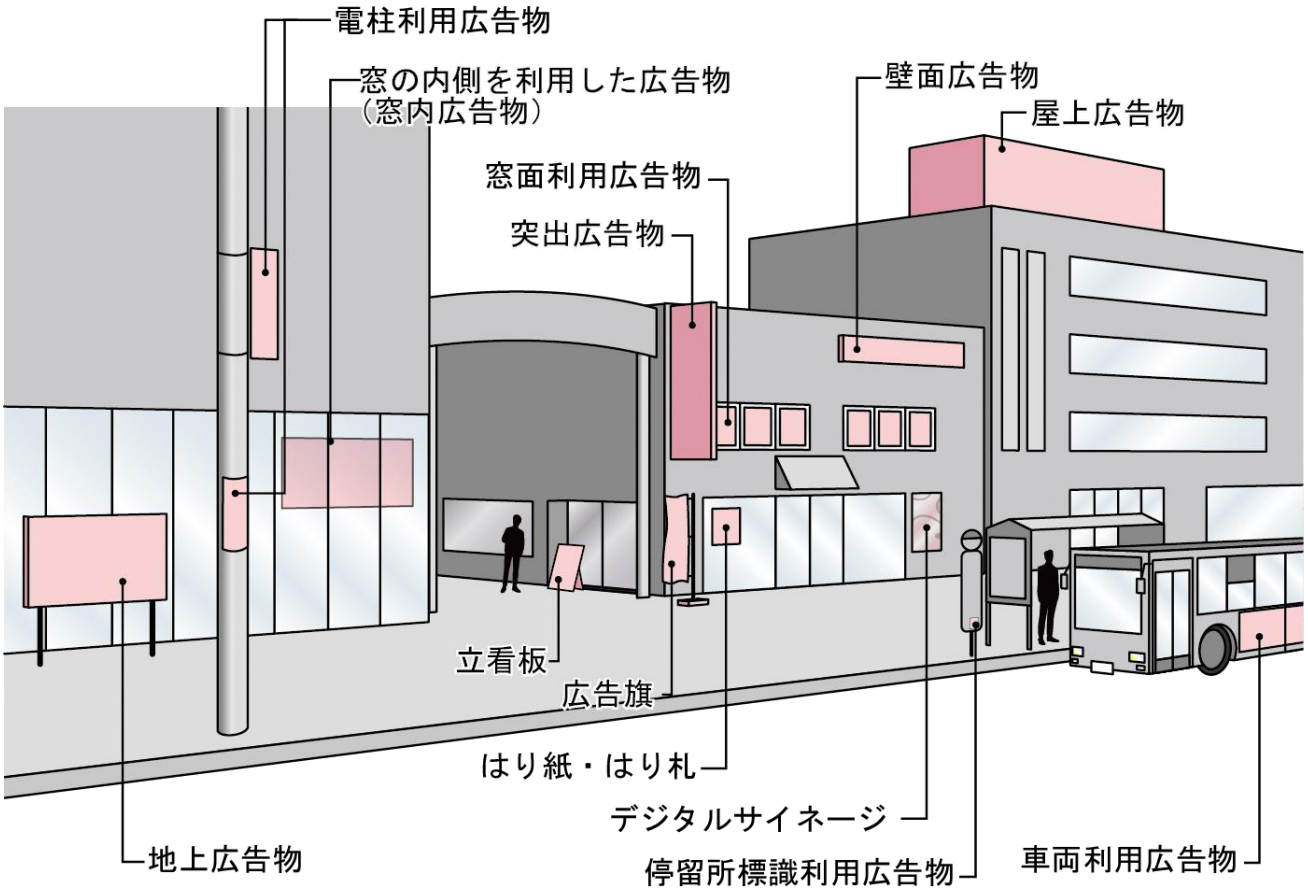
このような現状を踏まえ、本市では独自の屋外広告物条例・規則を制定するとともに、**「茨木市屋外広告物ガイドライン」**を作成しました。**「茨木市屋外広告物ガイドライン」**は、景観計画における屋外広告物の基本的な考え方を踏まえ、良好な景観形成を図るための屋外広告物の具体的な配慮事項や屋外広告物条例・規則に基づく規制内容等を、図面や事例写真などを示しながら、わかりやすく解説しています。

広告主や屋外広告業者、市民の皆さまが本ガイドラインを活用し、広告景観の質的な向上を図ることを通じて、茨木らしい魅力的な景観の実現を目指していきます。



（2） ガイドラインの対象となる屋外広告物

本ガイドラインでは、「屋外広告物法で定められた屋外広告物※」のほか、窓の内側を利用した広告物（窓内広告物）等の屋外広告物に類する広告物も含めた全ての広告物を対象とします。



※　屋外広告物法で定められた屋外広告物とは、次のものをいいます。

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つて、看板、立看板、はり紙及びはり札並びに広告塔、広告板、建物その他の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

（3） 本市の目指す広告景観の方向性（基本理念）

自然とまちに調和し　心づかいの感じられる　広告景観づくり

自然

北摂の山並み、棚田、安威川などの豊かな自然を活かしてきたまち、茨木。これら多様な自然と、それぞれの資源が織りなす調和が、茨木らしい風景として人々の心に刻まれています。

特に、北部の北摂山系は、市内の多くの場所から緑豊かな風景を臨むことができ、四季折々の風景は見る人にうるおいと安らぎを与えています。

豊かな自然の中で築き上げられてきた今日の景観を、さらに魅力あるものへと高め、未来に引き継いでいくためには、自然が身近に感じられるような調和や配慮を行うことが大切です。

まち

北摂の良好な住宅地でありながら、古くから交通の要衝として商業や工業を発展してきたまち、茨木。これら多様で多彩な景観特性を有していることが、茨木の特徴であり、茨木らしさです。

様々な特色のある茨木を、より魅力的なまちとしていくためには、地域に目を向け、周辺環境と調和を図り、秩序が保たれ、心地よさを感じられるようにすることが大切です。

また、多くの人が行きかう市の中心部では、安全で快適な空間を充実させ、まちの継続的な発展を図るために、歩行者目線で魅力的に映る“人が中心”の景観誘導を進めることが重要です。

2. 共通の配慮事項

（1） 規模・配置

【誘導方針】まちなみや自然景観（北摂山系等）に調和した規模・配置とする。

○ 屋外広告物は、周辺のまちなみや自然景観に影響を与える重要な要素です。良好な景観を形成するために、まちなみや自然景観に調和した規模や配置としましょう。

○ 北摂山系等の山並みなど自然景観が背景として見える場所では、良好な眺望が損なわれないように配慮しましょう。

① まちなみや自然景観に調和した規模とする

- 屋外広告物は、景観を形成する重要な要素となります。屋外広告物を掲出する場合は、周辺のまちなみや自然景観との調和に配慮した適切な規模で計画しましょう。
- 北摂山系等の山並みなど自然景観が背景になる場合は、眺望を阻害しないように規模を小さくするなど配慮が求められます。
- 周囲に圧迫感を与えないような必要最小限の大きさにしましょう。

自然景観を阻害しない大きさ・高さとする。

② 配置・配列を整理する

- 屋外広告物が無秩序に掲出されている場合、どの屋外広告物を見れば良いのかがわかりにくく、景観上も乱雑な印象となります。配置・配列を整理することで、効果的な情報伝達をするようにしましょう。
- 歩行者は一般的に4階以上には視線が届きにくいと言われているため、効果的な屋外広告物となるように、建物の低層部に集約しましょう。

広告物を集約し、配置・配列を整理する。

③ 同じ情報の反復を避ける

- 同じ内容の屋外広告物を反復して掲出すると、視覚情報を氾濫させるだけでなく、景観を阻害する要因にもなります。必要最小限の掲出数とし、すっきりとした印象になるようにしましょう。

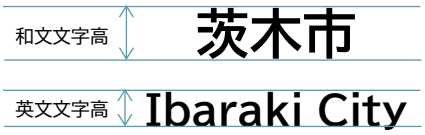
④ まちなみに適した文字の大きさにする

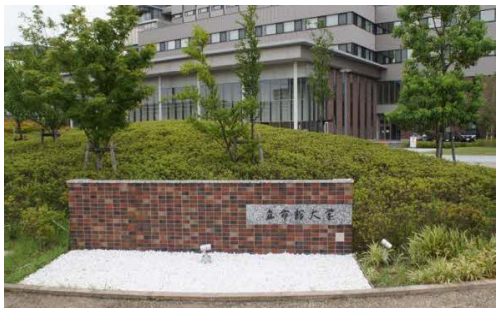
- 一般的に視距離（屋外広告物までの距離）に応じた必要な和文文字の大きさの目安は、「文字の高さ×250＝視距離」であり、アルファベットなどの英文文字高は和文文字高の75％でも十分認識できると言われています。
- 必要以上に文字を大きくすると周辺から突出した印象を与え、景観を阻害する要因になります。視認性を考慮した上で、大きくなり過ぎない適切な文字サイズにしましょう。

視認性に配慮した文字サイズ

視距離	和文文字高	英文文字高
30m の場合	120mm 以上	90mm 以上
20m の場合	80mm 以上	60mm 以上
10m の場合	40mm 以上	30mm 以上
4～5m の場合	20mm 以上	15mm 以上
1～2m の場合	9mm 以上	7mm 以上

出典：「公共交通機関の旅客施設に関する移動円滑化整備ガイドライン」（国土交通省）





読むことができる必要最小限の大きさの文字として、周囲から突出した印象を与えないようにしている事例

歩行者が読みやすい大きさの文字を見やすい位置に配置している事例

Point 歩行者の視覚に入りやすい場所

歩行者が歩いているときは、9mほど先の地面に目を向けており、視線からおおよそ20度が視覚に入りやすい範囲となっています。その範囲に含まれるのは、建物の低層部（1～3階）です。

その範囲から外れているところは視覚に入りづらく、屋外広告物を掲出しても効果が薄くなります。

建物の低層部に屋外広告物を掲出することにより、効果的な情報伝達をするとともに、歩行者にとって賑わいが感じられるように工夫しましょう。

出典：「屋外広告の知識／デザイン編」
（編集：「屋外広告の知識（デザイン）」編集委員会）

（2） 形態・意匠

【誘導方針】まちなみに調和した形態・意匠とし、必要最低限の情報とする。

○ 屋外広告物だけが目立つことは避け、周辺のまちなみに調和した形態・意匠とすることでまちの雰囲気づくりに貢献しましょう。

○ 必要な情報を正確に伝えられるように整理しましょう。

① まちなみに調和した形態・意匠とする

- 屋外広告物を掲出するまちなみに馴染むように、形態・意匠を工夫しましょう。
- 特に歴史的なまちなみが残る地域では、木材などを積極的に使用し、素材の持つ質感や色彩を活かした意匠となるようにしましょう。

箱文字を使用して、建物外観やまちなみに馴染ませている事例

歴史的なまちなみに合わせて、木材を用いて、質感や色彩を活かしている事例

② 建物と一体的に計画する

- 建物の外観と不協和な意匠の屋外広告物が掲出されると、建物の価値を下げ、景観を阻害する要因となることがあります。屋外広告物を含む建物の外観がまとまって見えるように建物と一体的に計画しましょう。
- 優れた意匠の屋外広告物は建物の良い印象を引き立てます。建物のオーナーや入居するテナントにも、屋外広告物が与える影響について理解を得ながら、建築計画の段階から屋外広告物を含めた意匠を検討しましょう。

建物と一体的に計画し、大きさを揃えることで整った印象にしている事例

建物と一体的に計画することで、建物の外観がまとまって見えるようにしている事例

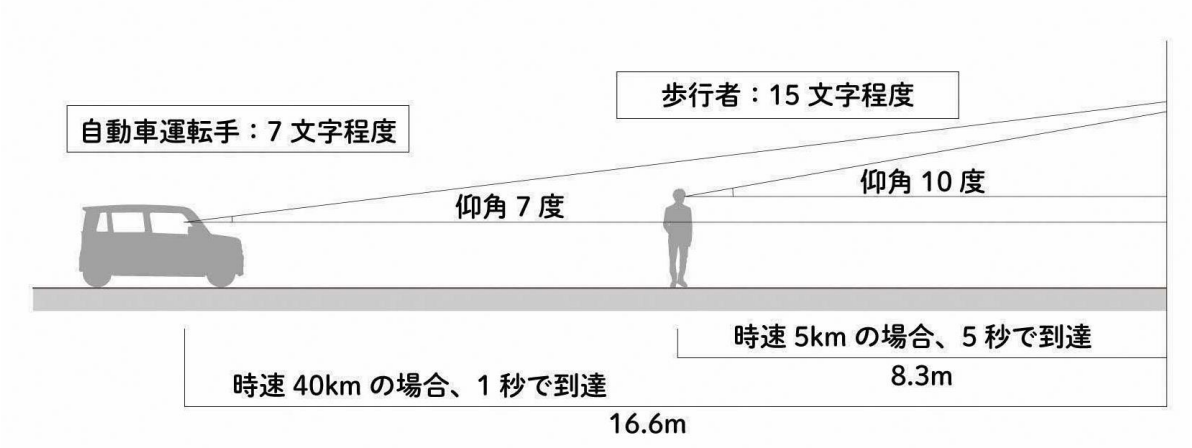
③ 情報を整理する

- 人が短時間で判読できる情報量には限界があります。そのため、屋外広告物に情報を盛り込みすぎると、必要な情報が伝わらなくなります。効果的な情報伝達をするために、要点を絞って簡潔な表現としましょう。
- 人物や飲食店等の写真を用いた表現は、目立ちやすい一方で、情報量が多く景観を阻害する要因となります。表現が過大にならないように工夫しましょう。

情報量を整理し、効果的な情報伝達をする。

Point 適切な文字数

歩行者が瞬間的に読むことができる文字数は15文字程度、自動車運転手の場合は走行速度40kmの場合で7文字程度と言われています。屋外広告物を見る相手のことを考えて、適切な文字数となるようにしましょう。



出典：「屋外広告の知識／デザイン編」
（編集「屋外広告の知識（デザイン）」編集委員会）

（3） 色彩

【誘導方針】まちなみや自然景観（北摂山系等）に調和した色彩とする。また、色彩の特性を活かし、見やすさやわかりやすさに配慮する。

- ○ 屋外広告物だけが目立つことは避け、周辺のまちなみや自然景観に調和した色彩を用いることでまちの雰囲気づくりに貢献しましょう。
- ○ 見やすくて、わかりやすい配色になるように工夫しましょう。

① まちなみに調和した色彩とする

- 屋外広告物に建物の外壁の色と異なる色を用いた場合、周囲から突出した印象を与え、まちなみの連続性が失われてしまうことがあります。表示面の地色を落ち着いた色彩や建物の外壁と同系色とするなど、建物やまちなみとの調和を図りましょう。

落ち着いた色彩を用いて、周辺のまちなみに馴染ませている事例

② 自然景観に調和した色彩とする

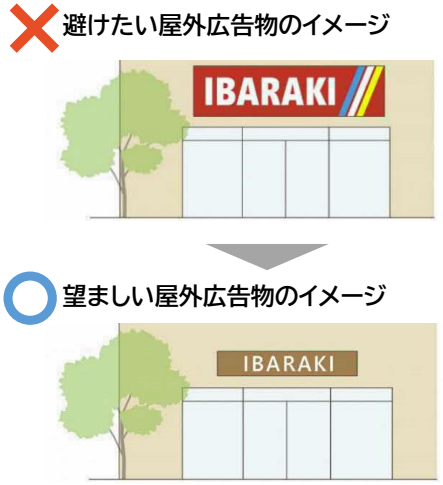
- 背景の山並みや周辺の田園など、自然景観の緑との調和に配慮し、落ち着いた色彩を用いましょう。
- 表示面の地色は彩度を抑え、アースカラー（大地のような褐色や、空・海の青色、草木の緑色など、自然が持つ色合い）などを用い、自然景観との調和を図るようにしましょう。

地色にアースカラーを用いて、周辺の自然景観に馴染ませている事例

③ 高彩度色※や色数を抑える

- 高彩度色を大きな面積で使用したものや色数を多く使用したものは、周囲から突出した印象を与え、景観を阻害する要因となります。屋外広告物の色彩は、高彩度色の使用や色数を抑えて、周辺のまちなみとの調和や建物全体のまとまりに配慮しましょう。
- 高彩度色を屋外広告物に使用する場合は、面積を小さくする、建物の低層部で限定的に用いるなど、建物やまちなみの中で効果的なアクセントとなるように工夫しましょう。

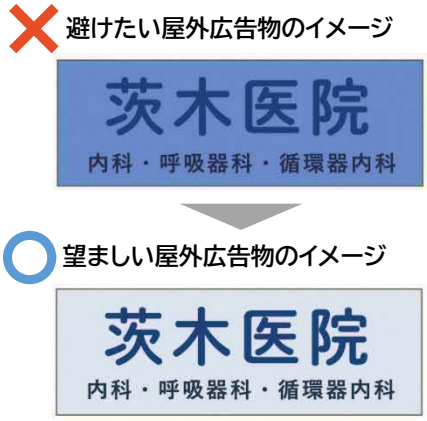
※ 高彩度色の解説は次ページを参照してください。



高彩度色の使用を控え、色数を抑える。

④ 見やすくてわかりやすい色彩とする

- 表示面の地色と文字色の明度差が小さいものは、文字や図が読みにくくなり、必要な情報が伝わりにくくなります。表示面の地色と文字色ではっきりとした明度差をつけるなど、見やすくてわかりやすくなるようにしましょう。



表示面の地色と文字色に明度差をつける。

Point 色彩の基礎知識「マンセル表色系」

本ガイドラインでは、JIS(日本工業規格)などにも採用されている、国際的な尺度である「マンセル表色系」を採用しています。マンセル表色系とは、色彩を「色相、明度、彩度」の3属性に分け、それぞれを数値等で表すことで客観的に表記したものです。

色相 ： 色合いを表します

R(赤)、Y(黄)、G(緑)、B(青)、P(紫)とその中間のYR(橙)、GY(黄緑)、BG(青緑)、PB(青紫)、RP(赤紫)を加えた10の基本色を記号で表します。

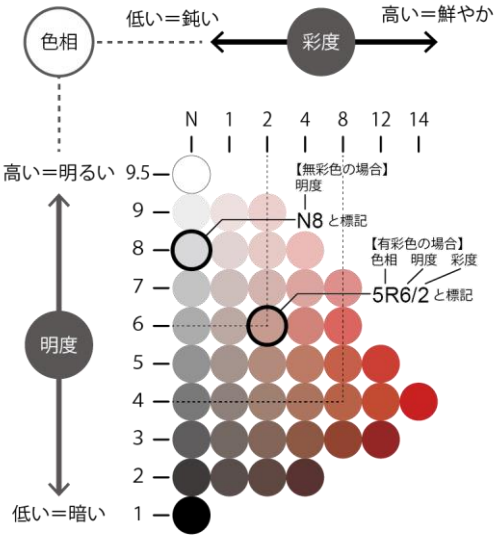
明度 ： 色の明るさを表します

数値が大きいほど明るく、小さいほど暗い色彩になります。

彩度 ： 色の鮮やかさを表します

色相や明度に応じて数値で表します。数値で表し、数値が大きくなるほど鮮やかな色になります。

※ 各色相の最高彩度の2/3を超える鮮やかな色彩を「高彩度色」として扱います。
(R では最高彩度が14なので、彩度が10を超える色彩が「高彩度色」となります。)



（4） 照明

【誘導方針】過剰な照明は控え、周辺環境に調和したものを用いる。

- ○ 過剰な照明は周辺への影響が大きいことから使用を控えましょう。
- ○ 照明を用いる場合は、周辺環境に調和した色温度・光量としましょう。
- ○ 地域特性に応じて照明を効果的に使用し、魅力的な夜間景観を演出しましょう。

① 過剰な照明を抑える

- 行き過ぎた眩しさ、点滅、高速モーションなどは、人々に不快感を与えるだけでなく、通行人の目をくらませることや信号機の視認性を低下させる危険もあります。照明を用いる場合は、周辺の環境を損なわず、光の向きや明るさ、照明方法が適切となるように工夫しましょう。

箱文字(内照式)の表面のみを発光させて光の量を抑えている事例

② 地域特性に応じて演出する

- 照明は、光の色味や明るさの強弱で印象が変わります。また、照明方法によって様々な雰囲気を演出することができます。住宅地の落ち着いた雰囲気、上品な商業地の雰囲気など、地域特性に応じて照明方法を工夫し、夜間景観を魅力的に演出しましょう。

間接照明を用いて、上品な商業地の雰囲気を魅力的に演出している事例

Point 屋外広告物の照明方法と考え方

照明方法	ネオン式	外照式	内照式①	内照式②	間接照明式
	ガラス管の中にガスを充てんし、電気を通すことで発光する。	外付けのスポットライト等により表示面をライトアップする。	盤面内部に照明装置を内蔵し、自ら発光する。	箱文字内部に照明装置を内蔵し、自ら発光する。	箱文字の裏面の照明装置により壁面をライトアップする。
事例					
考え方	ガラス管の表面が目立つ色付きの光で発光することから、周囲に与える影響が大きい。 住宅が多い地域では使用を避けること。	表示面全体を照らすことから、景観に与える影響が大きい。 光源が露出しないようにすること。	表示面全体が発光することから、周囲に与える影響が大きい。 大きい面積の使用はできる限り避けること。	箱文字の表面が発光するため、内照式①に比べて周囲に与える影響を抑えることができる。 明るくなり過ぎないようにすること。	光源が小さく、周囲に与える影響が少ない。 上品で魅力的な印象を与えることができる。

（5） 適切な維持管理

【誘導方針】屋外広告物の適切な点検や維持管理を行い、安全を確保する。

○ 適切な点検や維持管理により、安全な屋外広告物を維持しましょう。

① 年に1回程度点検する

- 屋外広告物が倒壊や落下した場合、歩行者に重大な損害を与えるおそれがあります。そのため、屋外広告物の所有者や占有者、管理者は、事故を未然に防ぐため、年に1回程度安全点検を実施しましょう。
- 台風や地震などの災害が発生した場合は、速やかに自主点検を実施しましょう。

② 適切に維持管理する

- 屋外広告物の建物との接合部や支持部分に劣化や損傷があると、強風などによって、落下するおそれがあり、歩行者や自動車との事故につながる危険性があります。このような事故を未然に防ぐため、屋外広告物の所有者や占有者、管理者は点検や補修を定期的に行う、危険な状態にある場合は速やかに修繕を行うなど、適切な維持管理を行い、安全な状態を保ちましょう。
- 汚れや退色、塗装の剥がれなどがある屋外広告物は、情報が正確に伝えられず、景観を阻害する要因にもなるため、維持管理を適切に行いましょう。

Point 安全を維持する点検

屋外広告物を安全に維持するために、管理者等による日常の点検のほか、高層部に掲出される一定規模以上の屋外広告物には有資格者による2年ごとの点検及び報告書の提出が義務付けられています。

国土交通省屋外広告物適正化推進委員会では、屋外広告物の安全管理や魅力ある屋外広告物を推進すべく、普及啓発のためのガイドブックを作成しています。

看板の安全管理
ガイドブック

【屋外広告物の事故】

2015年２月、札幌市内の飲食店ビルの外壁に取付けられた看板の一部が落下し、歩道を通行していた女性の頭部に当たり重傷を負わせる事故が発生しました。

外壁への取付部品が腐食したことで強度が低下し、強風の影響で落下したものとみられており、所有者等の安全意識の希薄さ及び管理者の点検が適正に行われていなかったことが主な原因と考えられています。

③ 通行の安全を確保する

- 地上広告物や広告旗、立看板などは、原則として歩道を含む道路上での掲出は禁止されており、道路、道路上空に掲出する場合は、道路管理者の許可が必要になります。敷地内に掲出するとともに、通行の妨げにならないようにしましょう。また、敷地内であっても、適切な固定を行うことや強固な構造とすることで、強風などにも耐えることができる安全に留意した掲出としましょう。
- 高さのある地上広告物や外壁の高い位置に設ける屋外広告物を道路沿いに掲出する場合は、道路に設けられた交通標識や信号機と紛らわしい見た目とならないようにし、それらの機能の妨げとなることのないように規模・配置・意匠に配慮しましょう。

3. 種類別の配慮事項

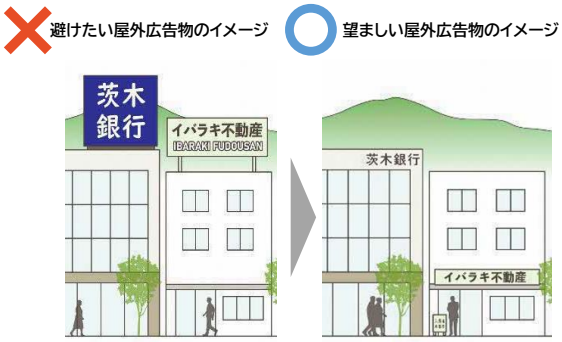
（1） 屋上広告物

【誘導方針】原則として屋上広告物の掲出を控える。

- ○ 屋上広告物は、遠い場所からでも目につきやすく、まちなみや自然景観の眺望に大きな影響を及ぼすため、掲出を控えましょう。
- ○ やむを得ず掲出する場合は、まちなみや自然景観（北摂山系等）の眺望に配慮したものにしましょう。

① 掲出を控える

- 建物の上部に掲出される屋上広告物は、周囲の建物が形成しているスカイラインを乱し、景観を阻害する要因となるため、掲出を控え、壁面広告物や地上広告物など、他の屋外広告物で代替しましょう。



屋上広告物は掲出を控え、壁面広告物などで代替する。

（以下、やむを得ず掲出する場合）

② 建物と一体的に計画する

- やむを得ず屋上広告物を掲出する場合は、掲出する建物と一体的に計画し、周辺の建物とのスカイラインを揃えましょう。

建物と一体的に計画し、すっきりした印象としている事例

③ まちなみや背景となる自然景観の眺望に調和した意匠とする

- 屋上広告物は遠い場所からでも目につきやすいため、まちなみや背景となる自然景観に調和した意匠にしましょう。
- 屋上広告物の表示面の地色には、落ち着いた低彩度の色彩を用いましょう。
- 特に背景が自然景観となる場合は、アースカラー（大地のような褐色や、空・海の青色、草木の緑色など、自然が持つ色合い）などを用いましょう。

地色に落ち着いた低彩度の色彩を用いている事例

（2） 壁面広告物

【誘導方針】建物やまちなみに調和した意匠・配置・色彩とする。

○ 壁面広告物は、建物と一体となって景観を形成するため、建物と一体的に計画し、まとめて配置することなどにより、建物やまちなみに調和したものとしましょう。

① 建物と一体的に計画する

- 建物に付帯する壁面広告物は、建物と一体となって視認されます。建物の意匠と調和していないものは、建物のイメージを損ない、景観を阻害する要因になります。切文字や箱文字などを用いてシンプルな意匠にすることで、建物と一体的な意匠となるように計画しましょう。

箱文字を用いて、建物と一体的な意匠としている事例

② 集約する

- 壁面広告物が無秩序に掲出されている場合、一つの屋外広告物の情報に集中することができず、景観上も乱雑な印象を与えます。複数の壁面広告物を掲出する場合は、効果的な情報伝達や良好な景観形成につながるように、1つの面の1箇所に集約して配置しましょう。
- 1つの面の1箇所に集約できない場合は、規則性を意識し、掲出する位置や大きさを整理しましょう。

集約して配置することにより効果的な情報伝達をしている事例

③ 建物の低層部に掲出する

- 効果的な情報伝達をするため、建物の高層部には壁面広告物を掲出せず、人の目に入りやすい低層部（1～3階）に掲出しましょう。

低層部に掲出して効果的な情報伝達をしている事例

④ まちなみのイメージを損なわない形態・意匠・色彩とする

- 周辺のまちなみと異なる形態・意匠にしたり、逸脱した色彩を表示面の大部分に使用すると、まちなみから突出した印象を与えます。良好な景観を形成するため、周辺のまちなみのイメージを損なわない形態・意匠・色彩となるように工夫しましょう。

表示面に木材を使用して、良好な景観を形成している事例

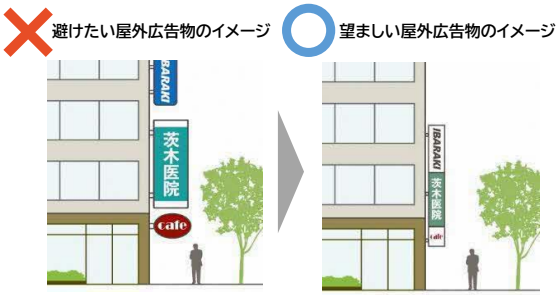
（3） 突出広告物

【誘導方針】通りの見通しやまちなみの連続性に配慮する。

○ 突出広告物は、建物から突き出して掲出されるため、掲出する場合は、最小限の突出幅とし、通りの見通しやまちなみの連続性に配慮しましょう。

① 突出幅を必要最小限にする

- 通りの見通しやまちなみの連続性を妨げることがないように、突出幅は必要最小限にして、整った壁面線を維持しましょう。



通りの見通しを良好にするため、突出幅を必要最小限にする。

② 掲出する位置、配置を整える

- 効果的な情報伝達につながるように、建物の高層部には突出広告物を掲出せず、人の目に入りやすい低層部（1～3階）に掲出しましょう。
- テナントビルなどにおいて、複数の事業者が掲出する場合は、突出幅や形を揃えるなど、規則性を持たせましょう。

建物の低層部に集約配置し、突出幅も最小限にしている事例

③ 整理、集約化する

- 複数の突出広告物を掲出する場合には、必要な情報を整理して、できる限り集約し、すっきりとした印象を与えましょう。

必要な情報を整理し、意匠を揃えすっきりとした印象を与えている事例

④ 建物やまちなみに調和した形態・意匠・色彩とする

- 建物の意匠と調和していないものや周辺のまちなみから突出した形態・意匠にしたもの、逸脱した色彩を表示面の大部分に使用したものは、建物やまちなみのイメージを損ないかねません。良好な景観を形成するため、建物や周辺のまちなみに調和した形態・意匠・色彩となるように工夫しましょう。

外壁の色彩と合わせた色彩を用い、良好な景観を形成している事例

（4） 地上広告物

【誘導方針】通りの見通しやまちなみの連続性に配慮した規模・掲出位置とする。

○ 地上広告物は、通りの見通しやまちなみの連続性に配慮した規模や掲出位置とするとともに、まちなみや背景に調和したものとしましょう。

① 見通しや連続性に配慮した規模・掲出位置とする

- 地上広告物は通り沿いに掲出される傾向にあり、通りの見通しやまちなみの連続性に影響を与えます。歩行者や自動車運転手等の見通しを妨げないような大きさや高さとし、可能な限り、道路と敷地の境界面から敷地側に後退させて掲出しましょう。

通りの見通しを妨げないように、大きさや高さを抑えて配置している事例

② 整理・集約化する

- 地上広告物には、様々な形態や規模のものがあり、複数掲出すると乱雑な印象を与えます。必要な情報を整理し、できる限り集約化し、すっきりとした印象を与えましょう。

必要な情報を集約し、すっきりとした印象としている事例

③ まちなみや背景に調和した形態・意匠・色彩とする

- 通りからの見通しの良い場所に掲出された地上広告物は、まちなみや背景と一体となって視認されることから、それらに調和した形態・意匠・色彩としましょう。
- 特に背景が自然景観となる場合は、色彩にアースカラー（大地のような褐色や、空・海の青色、草木の緑色など、自然が持つ色合い）などを用いましょう。

外壁色と合わせた色彩を表示面に使用して、まちなみから突出しない印象としている事例

④ 表示面以外に配慮する

- 支柱部や支柱の足元など表示面の意匠以外の部分も、目に入りやすいものです。支柱や表示面の裏側を表示面や背景に調和した色彩に着色するなど見え方に配慮しましょう。また、支柱の足元に植栽などを配置することにより、まちなみにうるおいを与えましょう。

足元に植栽を配置して、まちなみにうるおいを与えている事例

（5） 窓面利用広告物

【誘導方針】原則として窓面利用広告物の掲出を控える。

○ 窓の役割を考慮して、原則として窓面を利用する広告物の掲出を控えましょう。

○ やむを得ず掲出する場合は、窓の役割を妨げず、すっきりとした印象を与えましょう。

※ 窓の内側から外に向けて掲出される広告物（窓内広告物）も同様の配慮が必要です。

① 掲出を控える

- 窓には、外から店内の様子を見せることで賑わいを創出するほか、採光や眺望などの役割もあることから、窓面利用広告物の掲出を控え、壁面広告物や立看板など、他の屋外広告物で代替できないか検討しましょう。

窓面利用広告物の掲出を控え、他の広告物で代替する。

（以下、やむを得ず掲出する場合）

② 掲出する方法の工夫をする

- やむを得ず窓面利用広告物を掲出する場合は、窓の全面を覆うような設置は控えましょう。可能な限り面積を抑える、シンプルな切文字にする、窓面から離して掲出するなどの工夫をすることで、採光を行い、眺望を確保しましょう。
- 複数の窓面利用広告物が無秩序に掲出されると、乱雑な印象を与えます。複数枚掲出する時は、必要な情報を整理し、掲出する位置、大きさや色彩などを統一して、すっきりとした印象を与えましょう。

掲出する高さを揃えて、すっきりした印象を与えている事例

（6） 簡易広告物（はり紙、はり札、広告旗、立看板）

【誘導方針】必要最小限の掲出とし、無秩序な掲出を控える。

○ はり紙、はり札、広告旗や立看板などの簡易な屋外広告物は、乱雑な印象を与えないように必要最小限の掲出とし、無秩序な掲出を控えましょう。

（はり紙、はり札）

① 期間を限定し、必要最小限の掲出とする

- はり紙、はり札は、耐久性がなく美観を損ないやすいことから、必要な期間のみ掲出し、長期間の掲出は控えましょう。

② 表示方法を工夫する

- はり紙、はり札を様々な場所に複数枚掲出した場合、景観上、乱雑な印象を与えます。情報を伝えるために必要な最小限の枚数を掲出するようにし、建物等に直接貼り付けず、フレームや掲示板等を使用するなど、集約して掲出するようにしましょう。

掲示板を使用して掲出し、整った印象としている事例

（広告旗）

① 必要最小限の掲出とする

- 広告旗は、展示会やセールなど表示内容が限られた期間に関わるものが多いものです。必要な期間のみ掲出し、長期間の掲出は控えましょう。

② 通行や見通しを妨げない

- 歩行者や自転車の通行や通りの見通しを妨げないような規模や配置となるようにしましょう。

通行や通りの見通しを妨げないように壁面に広告旗を掲出している事例

（立看板）

① 通行や見通しを妨げない

- 歩行者や自転車の通行や通りの見通しを妨げないような規模とし、敷地内に掲出しましょう。歩道を含む道路への掲出は禁止されています。

歩行者等の通行を妨げないように店舗側に立看板を配置した事例

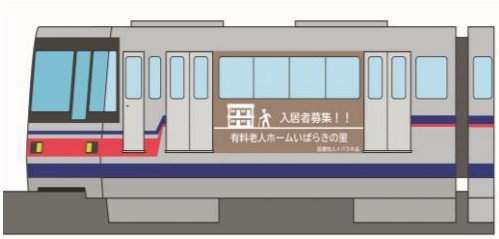
（7） 車両利用広告物

【誘導方針】走行する様々な地域の特性に配慮する。

○ 電車や路線バスなどの車体の外面を利用した車両利用広告物は、まちなかから山間部など異なる特性を持った様々な地域を走行するため、地域特性を把握し、周辺との調和に配慮しましょう。

① 派手な色彩を使用しない

- 車両利用広告物は、まちなかから山間部まで様々な地域を移動するため、走行する路線の景観との調和に配慮する必要があります。大部分で使用する色彩には、派手な原色や蛍光色、反射率の高い金色・銀色は控えましょう。



低彩度の色彩を用いて、走行する路線の景観に馴染ませる。

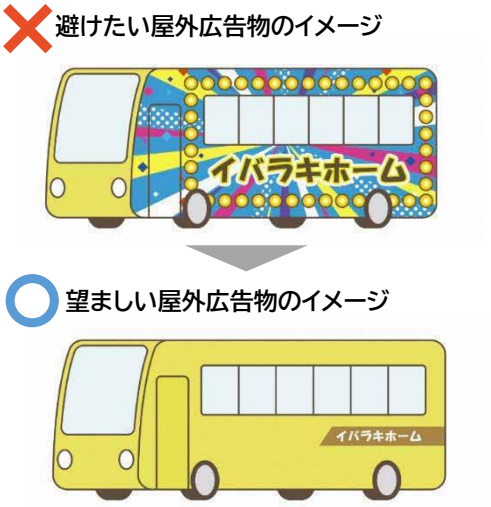
② 文字の視認性に配慮する

- 車両利用広告物は走行中に視認される屋外広告物となるため、文字を使用する場合は伝えたい情報を整理し、最小限となるように工夫し、読みやすさに配慮しましょう。

表示を企業名のみとし、読みやすくしている事例

③ 交通安全に配慮する

- 周囲の車両の安全のため、車体のランプと見間違えるおそれのある屋外広告物や発光するものの使用は控えましょう。
- 歩行者や自動車運転手等の交通に対する注意を散漫にさせることがないように、映像等の使用は控え、シンプルな意匠としましょう。



周囲の交通に対する注意を散漫にさせることがないようにシンプルな意匠とする。

（8） 映像装置付き広告物（デジタルサイネージ）等

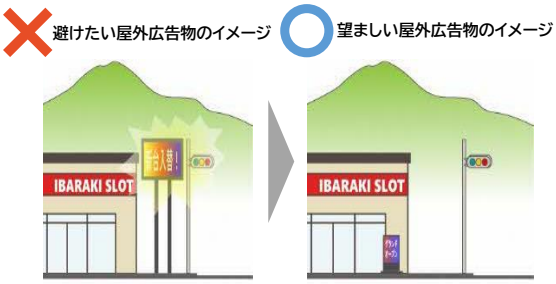
【誘導方針】周辺環境への影響が最小限となるように掲出する場所や表現方法を工夫する。

○ 映像装置付き広告物等は、動きや光を伴う屋外広告物となるため、周辺環境に与える影響が他の屋外広告物よりも大きくなります。周辺環境への影響が最小限となるように、掲出する場所や表現方法を工夫しましょう。

※ 室内から外に向けて掲出される映像装置付き広告物（デジタルサイネージ）や投影広告物も同様の配慮が必要です。

① 閑静な場所や交通の支障となる場所等への掲出を控える

- 輝度が高く派手なものや音量が大きなものは周辺の環境に大きな影響を与えます。周辺環境への影響を踏まえ、住宅地や山間部などの閑静な場所、信号機の視認への影響など交通の支障となる交差点付近、見通しの良い場所への掲出は控えましょう。



信号機の視認や見通しを遮らないようにする。

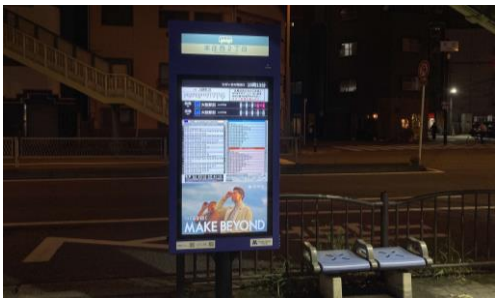
② 建物の高層部への掲出を控える

- 高所への掲出は広範囲に影響を及ぼすため、建物の高層部への掲出を避け、建物の低層部（1～3階）に掲出しましょう。

建物の低層部に掲出して、周囲への影響を抑えている事例

③ 明るさや動きを控える

- 強い光を出すものや点滅するもの、映像が早く切り替わるものは、見る人の集中力を奪い、人を不快にさせることがあります。点滅や動画の使用は極力控えましょう。また、昼間と夜間で見え方が異なることも考慮して輝度を調整しましょう。（夜間は 800cd／㎡以下を目安とする）
- 周辺環境に応じて、適切な消灯時間を設定しましょう。



動画の使用を控え、静止画の切り替えとし、画面の輝度を抑えているバス停の事例

④ 音響の使用は最小限とする

- 音響を使用するものは、周辺の雰囲気を損なうだけでなく、歩行者や自動車運転手等の注意を散漫にさせます。音響の使用は控えるようにし、使用する場合は最小限の音量となるようにしましょう。

音響の使用は最小限にする。

（9） 公共サイン（公的機関が掲出する屋外広告物）

【誘導方針】誰もが見やすく、わかりやすい表示とする。

- ○ 公共サインは、対象者を限定せずに公共的な目的で掲出されるため、ユニバーサルデザインに配慮し、誰もが見やすく、わかりやすい表示となるようにしましょう。
- ○ 魅力ある都市景観の形成に寄与できるように努めましょう。

① 文字の表現 （文字サイズ、書体、文字量、外国語併記）に配慮する

- 公共サインに使用する文字は、高齢者や視覚障害者など誰にでも判読しやすいように、視距離に応じた文字サイズとし、書体はユニバーサルデザインに配慮された書体を使用しましょう。
- 情報の簡潔な表示はわかりやすさにつながるため、文字の量やバランス、レイアウトに配慮しましょう。
- 外国人の利用が想定される施設には、英語等の併記を行いましょう。施設等の事情により、その他の言語の併記を行う場合は、表記の分量やバランスに留意しましょう。

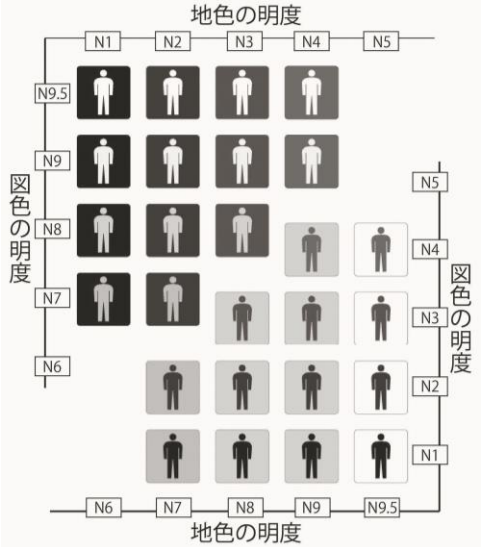
英語等を併記して、誰もが利用できる表示とし、ピクトグラムを使用して、わかりやすく情報を伝えている事例

② 図記号（ピクトグラム）を使用する

- 図記号は、言語の識別を問わず一見して内容を理解できるため、積極的に使用し、端的にわかりやすく情報を伝えましょう。

③ 景観に調和し、認識しやすい色彩を用いる

- 公共サイン自体が目立つのではなく、掲出する情報をわかりやすく伝えるため、図色と地色の明度差の対比を明確にして、認識しやすい色彩としましょう。
- 多様な色覚の人が見ることを想定して、色を組み合わせるときは、誰にとっても視認しやすいものとしましょう。

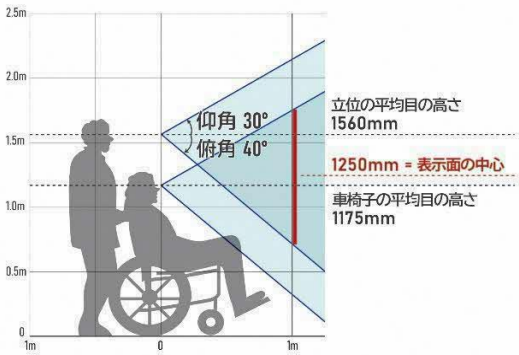


出典：「ひと目でわかるシンボルサイン」（平成13年12月、公益財団法人 交通エコロジー・モビリティ財団）

認識しやすい色彩とする。（図色と地色の対比例）

④ 誰もが見やすい高さに掲出する

- 案内地図を掲出する高さは、車椅子利用者と立位の者の双方が見やすい「表示面の中心の高さ1250mm」を基本としましょう。



誰もが見やすい高さとする。

Point 誰もが見やすく、わかりやすい色使いのヒント ～カラーユニバーサルデザイン～

カラーユニバーサルデザインとは

色の見え方は、全ての人において同じではありません。遺伝子のタイプや様々な目の疾患によって色の見え方に違いがある人がいます。色覚障害者は、日本では男性の20人に1人、女性の500人に1人いると言われており、珍しいものではありません。

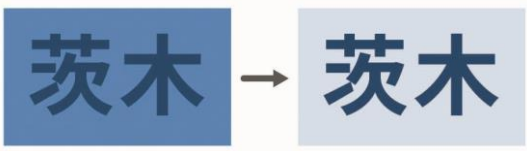
多様な色の見え方を意識して、全ての人に情報が正確に伝わるように配慮された意匠を「**カラーユニバーサルデザイン**」といいます。

カラーユニバーサルデザインに向けた工夫

■地色と文字色の組合せに配慮する

表示面の地色と文字色の明度差が小さいものは、文字や図画読みにくくなり、必要な情報が伝わりにくくなります。

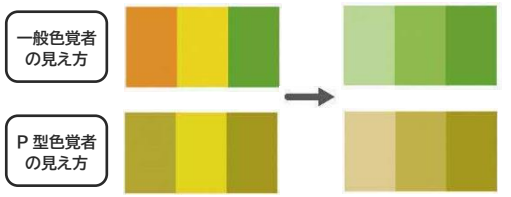
表示面の地色と文字色ではっきりとした明度差をつけるなど、見やすくてわかりやすくなるようにしましょう。



明度差がないと読みづらいため、コントラストをつける。

■色の明度差、彩度差を利用する

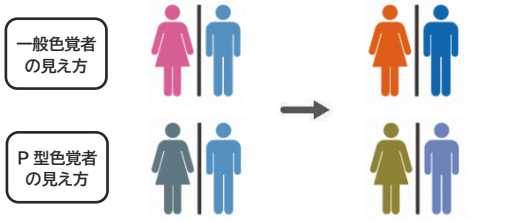
色覚障害者は、色相を見分けることが不得意ですが、色の明度や彩度の差には敏感であることが多いです。色によって表示内容が変わることを表現する際には、色相の変化だけでなく、色の明度差、彩度差による変化を組み合わせましょう。



異なる色相でも明度差がないと見分けづらい。　明度差による変化の表現は伝わりやすい。

■彩度の低い色同士の組合せは避ける

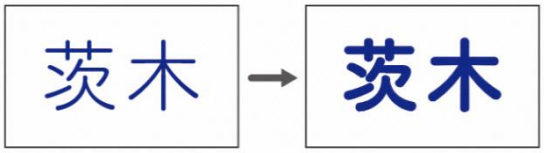
彩度の低い色同士を並べて区別を行うと、混同しやすく、色による判別が困難となる場合があります。彩度の高いはっきりした色同士や、彩度の高い色と彩度の低い色で区別を行いましょう。



彩度の低い色同士は判別が困難となる。　彩度の高い色同士は判別しやすい。

■色を付ける部分を工夫する

伝えたい情報が書かれている文字に色を付けたり、色を付ける部分の面積を広くするといった工夫を行うと、見分けがしやすくなります。



文字を太くし、色の面積を広くする。

■色以外の情報を加える

色分けのみで情報の表示をせず、形状の違い、ハッチング、文字、記号などを併用して、色以外の部分でも情報が得られるようにしましょう。

色以外の情報を加えた地下鉄の路線アイコンの事例

4. 地域別の配慮事項

（1） 住宅地

1）閑静な住宅地

【誘導方針】落ち着いた生活環境を保全するため、原則として屋外広告物の掲出を控える。

- ○ 戸建て住宅などが集まる閑静な住宅地では、落ち着いた生活環境を損なわないように屋外広告物の掲出を控えましょう。
- ○ やむを得ず屋外広告物を掲出する場合は必要最小限の数とし、周辺の環境に配慮した規模や色彩にしましょう。

規模の大きなものや、高彩度色を表示面の地色で使用すると、まちなみ景観を損なうこととなる。

屋外広告物の掲出を控え、やむを得ず掲出する場合は必要最小限のものとする。

① 掲出を控える

- 地域住民の生活の場となる住宅地では、生活環境を損なわないようにするため、屋外広告物の掲出を原則として控えましょう。

（以下、やむを得ず掲出する場合）

② まちなみに調和させる

- やむを得ず屋外広告物を掲出する場合は必要最小限の設置数とし、規模は小さなものとしましょう。また、色彩は、まちなみに馴染むような低彩度のものを用いましょう。

③ 照明の使用は必要最小限とする

- 照明の使用は、生活環境を損なわないように必要最小限とし、特に、眩しさを感じる不快な光や、点滅する光、高速モーションの光の使用は控えましょう。
- 深夜帯には消灯するなど、生活環境に配慮しましょう。

低彩度の色彩を用いて、まちなみに馴染ませている事例

照明の使用を必要最小限とし、生活環境と損なわないようにしている事例

2）商業施設が混在する住宅地

【誘導方針】住宅地の生活環境に調和した規模・配置・色彩とする。

○ 住宅地としての落ち着いた生活環境が阻害されないように、周辺の環境に配慮した規模や配置、色彩としましょう。

避けたい屋外広告物のイメージ

高彩度色を表示面の地色で使用することや、必要以上に規模が大きなものはまちなみの調和を乱すこととなる。

望ましい屋外広告物のイメージ

建物の外観色と調和した色彩を板面の地色に使用してまちなみに一体感を持たせる。

① 規模を抑える

- 建物の高層部に掲出される屋外広告物は規模が大きくなる傾向にあり、まちなみに与える影響が大きいため掲出を控えましょう。
- やむを得ず掲出する場合は、切文字や箱文字などを用いて規模を抑えましょう。

切文字を用い、まちなみに与える影響を小さくしている事例

② 建物の低層部に集約する

- 歩行者は一般的に4階以上には目が届きにくいと言われているため、効果的な情報伝達ができるように建物の低層部(1～3階)に集約しましょう。

低層部にテナント表示を集約して、効果的な情報伝達をしている事例

③ 建物やまちなみに調和した形態・意匠・色彩とする

- 屋外広告物を建物の意匠や周辺のまちなみから突出した形態・意匠にしたり、逸脱した色彩を表示面の地色に使用すると、まちなみのイメージを損ないます。
- 良好な景観を形成するため、建物や周辺のまちなみのイメージを損なわないように、形態・意匠・色彩を工夫しましょう。

小さな切文字を用いて、良好な景観を形成している事例

（2） 商業地

1）駅前広場

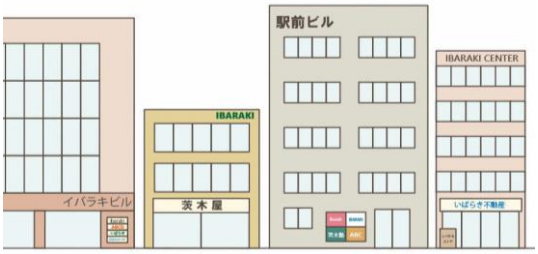
【誘導方針】周囲から突出して目立つことは避け、品格と賑わいが感じられる表示とする。

○　駅前広場は市の玄関口として市民や来訪者が多く訪れ、商業施設などが立地します。市の顔にふさわしい品格と賑わいが感じられる魅力的な景観を演出しましょう。

避けたい屋外広告物のイメージ

高層部への掲出や圧迫感を与える規模、派手な色彩の使用は、雑多なまちなみに映る。

望ましい屋外広告物のイメージ



低層部への集約や規模が小さく、低彩度の色彩を用いたものを使用し、まちなみの品格を高める。

① 品格を高める

- 屋上広告物や規模の大きな壁面広告物は、まちなみに圧迫感を与えます。屋上広告物の掲出を控え、規模の大きな壁面広告物は、切文字や箱文字などのシンプルな表示を用いましょう。
- 駅前の建物に窓面利用広告物が多く掲出されるとまちなみが雑多な印象となるため、窓面利用広告物の掲出は控えましょう。
- まちなみに調和するように低彩度の色彩を使用して、すっきりとした表示としましょう。
- 屋外広告物の照明は、行き過ぎた眩しさや点滅を控えることにより、魅力的な夜間景観を演出しましょう。

箱文字やシンプルな表示として、すっきりとした印象を与えている事例

間接照明を用いて、魅力的な夜間景観を演出している事例

② 賑わいの連続性を創出する

- 駅前広場には市民や来訪者が多く訪れます。人の目に入りやすい建物の低層部（1～3階）に屋外広告物を集約し、効果的な情報伝達をするようにしましょう。
- 隣接する建物と屋外広告物の掲出位置や大きさ、形態等を揃えることで連続的な賑わいを演出しましょう。

掲出位置や形態を揃えて、連続的な賑わいを創出している事例

2）駅から延びるメインストリート

【誘導方針】通りの見通しに配慮しつつ、賑わいの連続性を創出する。

○　駅から延びるメインストリートに掲出する屋外広告物は、沿道の建物や街路樹などの通りの景観を活かした意匠とし、賑わいの連続性を創出しましょう。

避けたい屋外広告物のイメージ

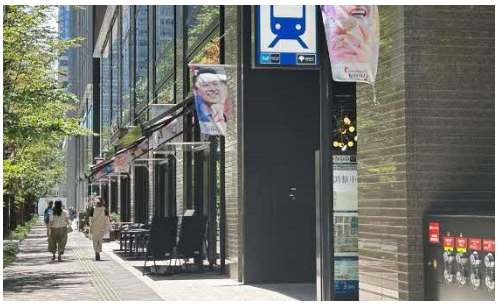
高層部への掲出は、雑多な印象を与える要因となる。

望ましい屋外広告物のイメージ

地上や低層部に掲出することで、通りの賑わいの連続性を演出する。

① 賑わいの連続性を創出する

- 歩行者の目線を意識し、低層部に掲出することで賑わいを創出し、効果的な情報伝達をしましょう。
- 隣接する店舗同士で屋外広告物の掲出位置や大きさを揃えることにより、賑わいの連続性を創出しましょう。



歩道に面して広告旗や立看板を配置して賑わいを創出している事例

② 通りの見通しを妨げない

- 通りの見通しを妨げることがないように、突出広告物は突出幅や大きさを揃え、その他の屋外広告物は切文字や箱文字などの規模の小さなものを使用しましょう。
- 複数の屋外広告物は集合化するなど、まちの骨格として秩序ある空間としましょう。

突出幅を揃えて、通りの見通しを妨げないようにしている事例

③ 建物の低層部に集約する

- 歩行者は一般的に4階以上には目が届きにくいと言われているため、効果的な情報伝達ができるように建物の低層部（1～3階）に集約しましょう。

建物の低層部に集約して掲出している事例

コラム　屋外広告物を利用したまちづくり

■エリアマネジメント広告

近年、地域住民や事業者が一体となって、地域の課題解決や魅力向上を図る取組(エリアマネジメント)が盛んになってきています。

エリアマネジメントの取組の一つに、道路上の屋外広告物を特別に許可する「エリアマネジメント広告」があります。バナーフラッグなどにより広告を掲出し、得られた広告収入をまちづくりに充てる手法が用いられています。

それぞれの地域にふさわしいデザインの広告を掲出することで、魅力的な景観を創出することができます。

バナーフラッグにより魅力的な景観を創出している事例

■緑を活用した演出

屋外広告物と緑を組み合わせることで、屋外広告物を引き立たせるとともに、まちなみをさらに魅力的に演出することができます。

店先を緑で彩るなど、来訪者をもてなす環境を創りましょう。

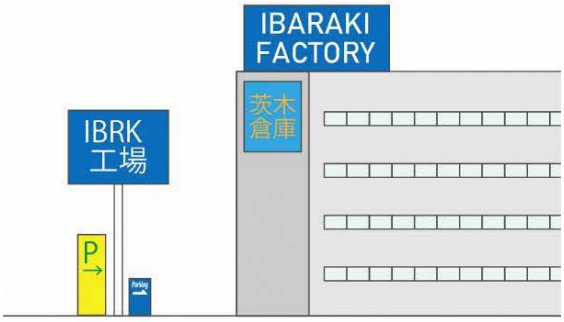
屋外広告物と緑を組み合わせて、まちなみを魅力的に演出している事例

（3） 工業地

【誘導方針】建物や周辺環境に調和したものとする。

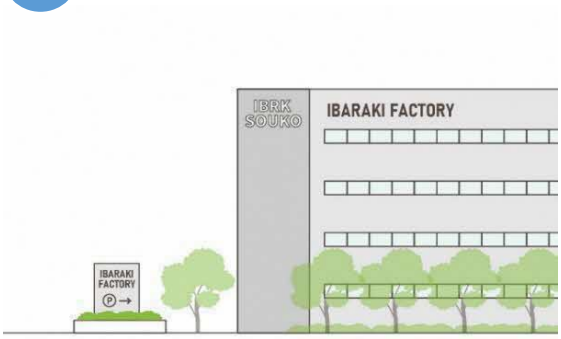
○ 工業地では、建物規模に合わせて規模の大きな屋外広告物が掲出される傾向にあります。周囲に圧迫感を与えないように配慮するとともに、周辺環境との調和を図りましょう。

避けたい屋外広告物のイメージ



規模が大きいものや、高彩度の色彩を使用すると広告物が際立ち、周囲に圧迫感を与えることとなる。

望ましい屋外広告物のイメージ



規模を小さくし、低彩度の色彩を使用し、植栽を配置することにより、周辺環境と調和させる。

① 圧迫感を抑える

- 工業地では、大規模な倉庫や工場が立ち並びます。建物規模に合わせて大きな規模の屋外広告物が掲出されると周囲に圧迫感を与えます。屋外広告物を掲出する場合は圧迫感を与えないような適切な規模となるようにしましょう。

切文字を用いて、圧迫感を与えない規模としている事例

② 周辺環境に配慮し、建物と一体的に計画する

- 建物の設計の段階で屋外広告物の計画を行い、建物との一体化を図りましょう。
- 周辺環境に配慮し、切文字や箱文字を使用するなどシンプルな意匠・色数となるようにしましょう。
- 複数の屋外広告物を掲出する場合は、乱雑な印象を与えないように1つに集約しましょう。

建物と一体的に計画し、周辺環境に調和している事例

③ うるおいを与える工夫をする

- 地上広告物を掲出する場合は、足元に植栽を配置するなどして、単調になりがちな景観にうるおいを与える工夫をしましょう。

足元に植栽を配置し景観にうるおいを与えている事例

（4） 幹線道路沿道

【誘導方針】見通し景観に配慮し、秩序のある沿道空間を創出する。

○ 見通し景観に配慮し、規模や掲出する位置などを工夫しましょう。周辺環境に調和した秩序のある沿道空間を創出しましょう。

避けたい屋外広告物のイメージ

規模が大きく周囲から逸脱した色彩の屋外広告物は、見通し景観を阻害することとなる。

望ましい屋外広告物のイメージ

見通し景観を阻害しないような規模とし、周囲に調和した色彩のものを掲出する。

① 見通しに配慮した規模・配置とする

- 沿道の街路樹などが形成する見通し景観を阻害しないように、屋外広告物の規模は小さくし、可能な限り道路と敷地の境界面から敷地側に後退させて掲出し、高さを低くしましょう。
- 自動車運転手等の視界に入れるために様々な大きさや形態の屋外広告物が掲出されると、どの屋外広告物を見れば良いのかわかりにくく、景観にも乱雑な印象を与えます。必要最小限の数に抑え、集約し、すっきりとした印象を与えるとともに、効果的に情報を伝達しましょう。

集約して掲出することですっきりとした印象としている事例

② 沿道景観に調和し、秩序のある形態・意匠・色彩とする

- 屋外広告物を沿道景観と調和していない形態・意匠にしたり、逸脱した色彩を用いた場合、沿道景観のイメージを損ないます。良好な景観を形成するため、沿道景観に調和し、秩序のある形態・意匠・色彩となるように工夫しましょう。

シンプルな箱文字を使用して沿道景観に調和している事例

③ 交通安全を妨げない

- 大きく派手な屋外広告物は、交通標識や信号機などの視認性に影響を与えます。大きさや色彩などは交通安全を妨げないものとしましょう。

目立ち過ぎない規模・色彩とすることで、交通安全を妨げていない事例

（5） 山間部

【誘導方針】原則として屋外広告物の掲出を控え、掲出する場合は豊かな自然景観（北摂山系等）の眺望を妨げないようにする。

○　北摂山系の山並みなど豊かな自然景観を維持するために、屋外広告物の掲出を控えましょう。

避けたい屋外広告物のイメージ

豊かな自然の中に規模の大きな屋外広告物が多数掲出されると、周囲への眺望の妨げとなる。

望ましい屋外広告物のイメージ

屋外広告物の掲出を控え、やむを得ず掲出する場合は、最小限の規模にして周囲の自然景観に調和した色彩や素材を使用する。

① 掲出を控える

- 北摂山系の山並みなど豊かな自然を感じることができる地域では、それらを維持するために屋外広告物の掲出を原則として控えましょう。

規模を小さくし、自然景観に調和している事例

（以下、やむを得ず掲出する場合）

② 自然景観に調和した規模・色彩・素材とする

- やむを得ず屋外広告物を掲出する場合は、自然景観を阻害しないように規模を小さくし、色彩にアースカラー（大地のような褐色や、空・海の青色、草木の緑色など、自然が持つ色合い）などを用い、自然素材を使用しましょう。

ステンレス素材を用いることにより、メンテナンスをしやすくしている事例

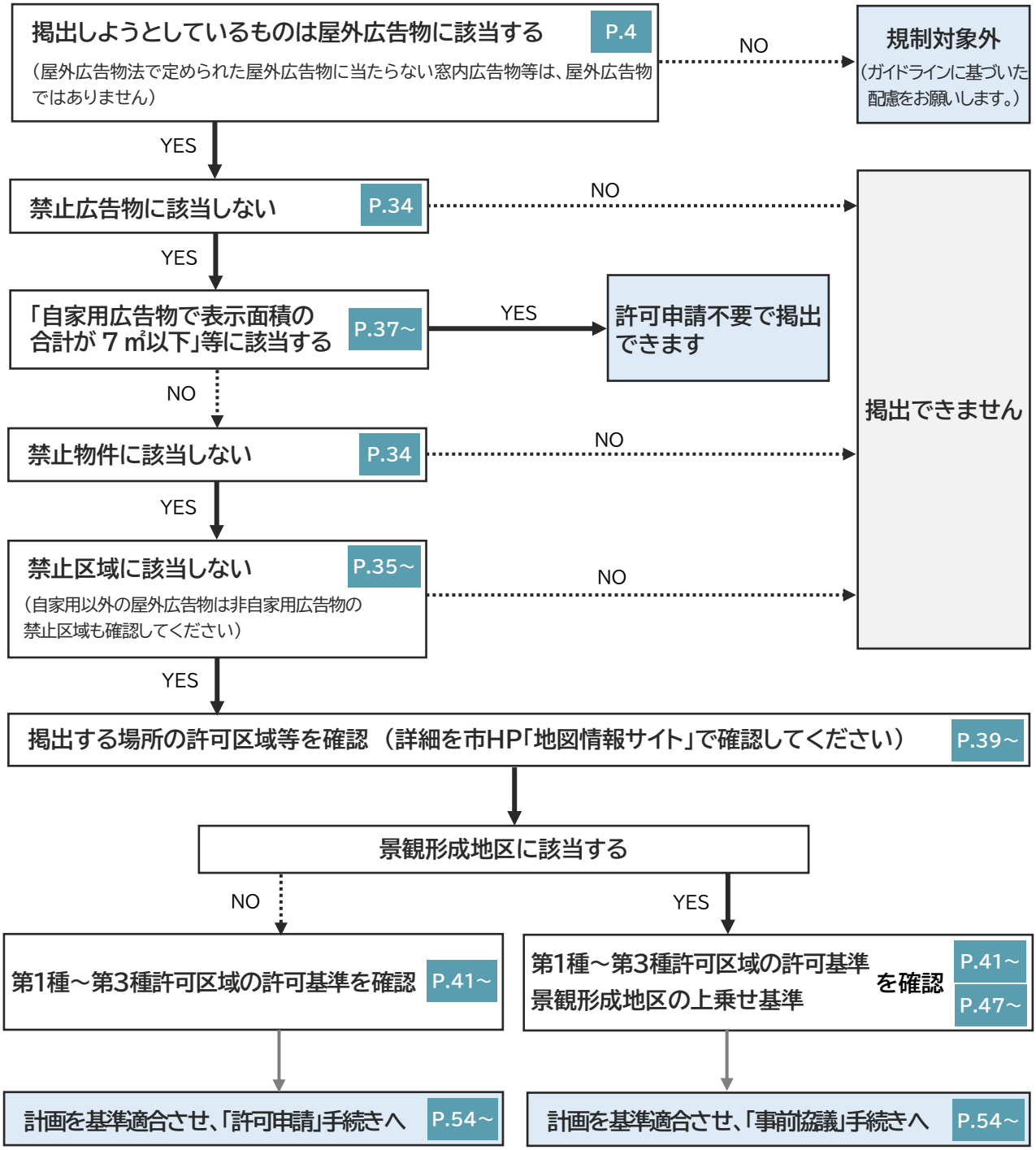
③ 適切に維持管理する

- 風雨に晒され汚れや退色、塗装の剥がれが生じた屋外広告物は、必要な情報が伝わらないだけでなく、景観を阻害する要因にもなります。定期的に点検し、適切に維持管理を行いましょう。
- 維持管理が行いやすいように、あらかじめメンテナンスのしやすい素材を選ぶなど工夫しましょう。

5. 茨木市屋外広告物条例・規則に基づく規制内容

屋外広告物を掲出するための確認フロー

屋外広告物の掲出する前に、フロー図に沿って屋外広告物の掲出手順を確認してください。



「禁止区域」・「景観形成地区」に該当するか否か、「掲出する場所の許可区域等」の詳細については、市HP「地図情報サイト」で確認してください。

「禁止物件」「禁止区域」「許可」については、適用除外の対象となる場合があります。適用除外の対象、基準、届出の必要性等については、P37～P38を確認してください。

（1） 禁止広告物

次に該当する屋外広告物は掲出できません。

① 著しく汚染し、退色し、または塗料等のはく離したもの

② 著しく破損し、または老朽化したもの

③ 倒壊または落下のおそれがあるもの

④ 信号機もしくは道路標識に類似し、またはこれらの効用を妨げるおそれのあるもの

⑤ 道路交通の安全を阻害するおそれのあるもの

（2） 禁止物件

次の物件には、屋外広告物は掲出できません。（適用除外（P37～P38参照）の対象となる屋外広告物は除きます）

① 街路樹、路傍樹

② 橋りょう、地下道の上屋

③ トンネル、高架構造物、道路の分離帯、道路・鉄道の擁壁

④ 街灯（道路管理者が設置するもの）、信号機、道路標識

⑤ 道路上の柵、駒止め

⑥ 消火栓、火災報知器

⑦ 郵便ポスト、電話ボックス

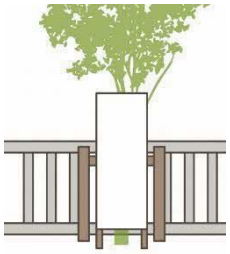
⑧ 送電塔、送受信塔

⑨ 形像、記念碑

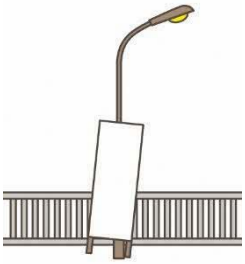
⑩ 景観法第19条第１項の規定により指定された景観重要建造物及び同法第28条第１項の規定により指定された景観重要樹木

⑪ 市長が指定する物件

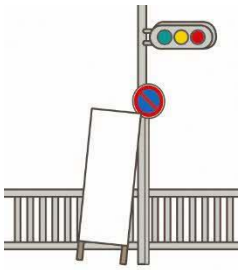
簡易広告物（はり紙、はり札、広告旗、立看板）は、上記の物件に加えて電柱、電話柱、街灯（道路管理者が設置するものでないもの）、アーケード柱、アーチにも掲出できません。（適用除外（P37～P38参照）の対象となる屋外広告物は除きます）



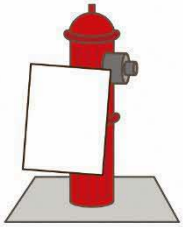
街路樹



街灯



信号機・道路標識



消火栓

郵便ポスト

（3） 禁止区域

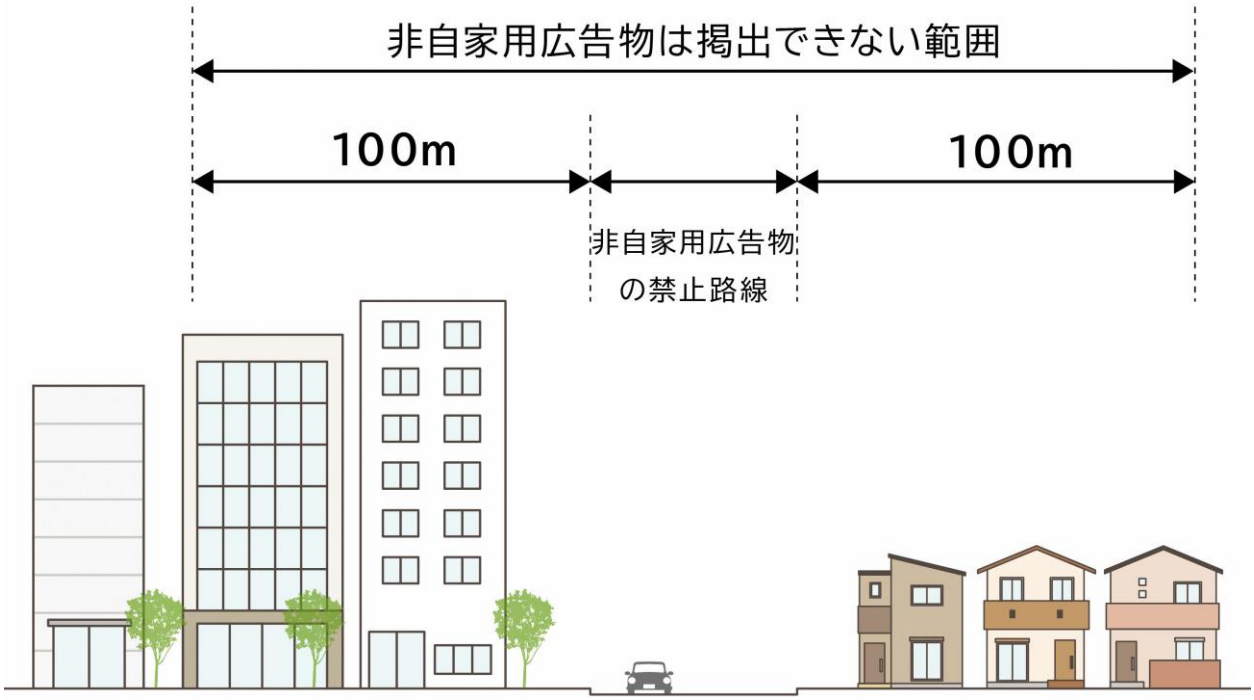
1） 屋外広告物の禁止区域

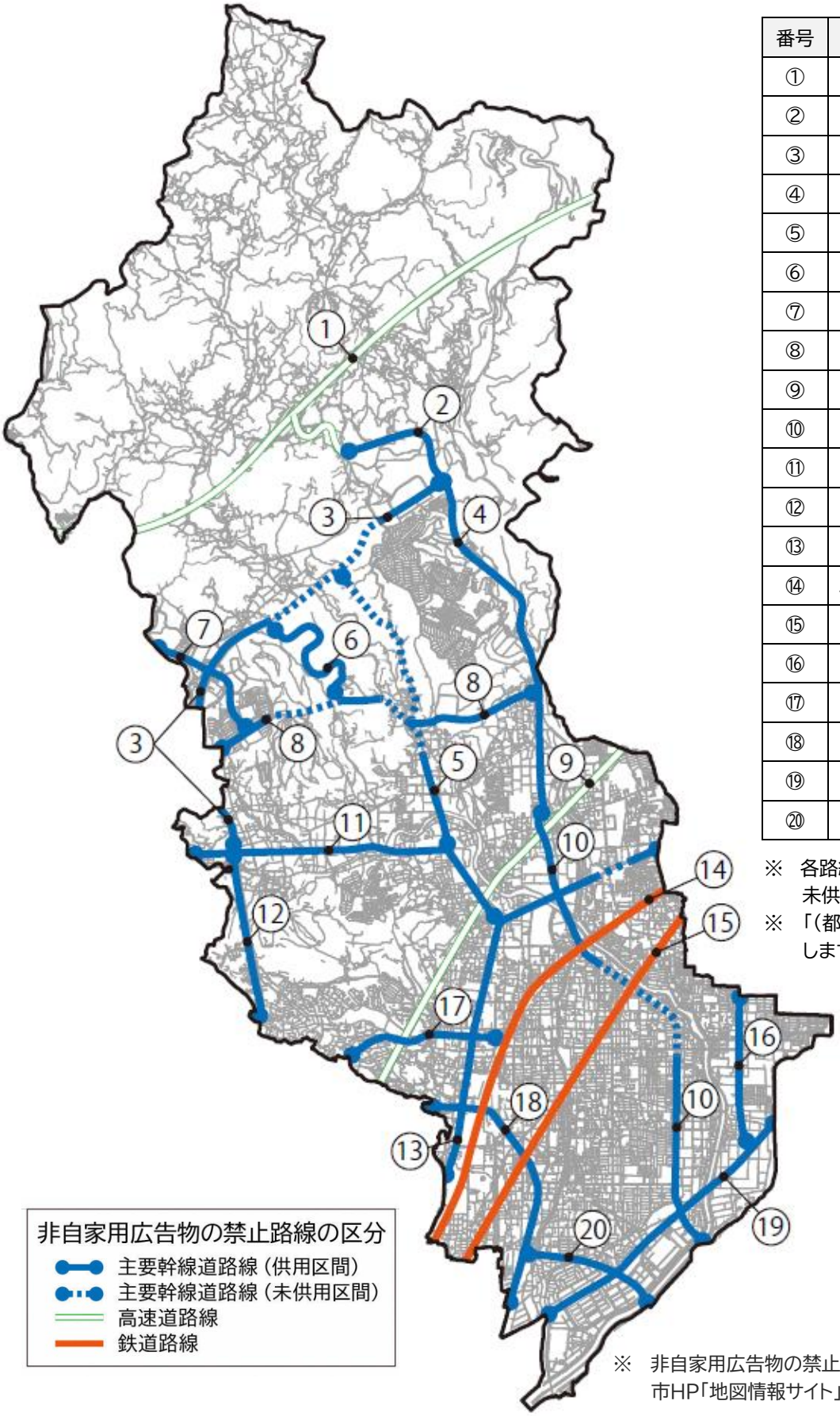
禁止区域は、良好な景観を形成し、または風致を維持することが特に強く要請される区域であるため、屋外広告物を掲出できません。（適用除外（P37～P38参照）の対象となる屋外広告物は除きます）

関係法令		禁止区域
都市計画法		・第１種低層住居専用地域 ・第２種低層住居専用地域
文化財保護法		・重要文化財（建造物に限る）の敷地及びその周辺の地域のうち市長が指定するもの ・史跡・名勝・天然記念物（仮指定されたものを含む）の地域または場所
文化財保護条例	府条例	・大阪府指定有形文化財（建造物に限る）の敷地及びその周辺の地域のうち市長が指定するもの ・大阪府指定史跡、大阪府指定名勝、大阪府指定天然記念物の地域または場所
	市条例	・茨木市指定有形文化財（建造物に限る）の敷地及びその周辺の地域のうち市長が指定するもの ・茨木市指定史跡、茨木市指定名勝、茨木市指定天然記念物の地域または場所
森林法		・保安林の区域で市長が指定するもの
その他		・古墳及び墓地 ・市長が指定する地域または場所

2） 非自家用広告物の禁止区域

次ページの道路・鉄道（20路線）とその両側100m の範囲（商業系地域、未供用区間は除きます）では、店舗等の敷地以外の場所に掲出される非自家用広告物は掲出できません。（適用除外（P37～P38参照）の対象となる屋外広告物は除きます）





番号	路線名
①	(都)新名神自動車道
②	(都)大岩線
③	(都)茨木箕面丘陵線
④	(都)耳原大岩線
⑤	(都)上郡佐保線
⑥	(都)国文都市3号線
⑦	(都)国文都市4号線
⑧	(都)山麓線
⑨	名神高速道路
⑩	(都)茨木寝屋川線
⑪	(都)京都神戸線
⑫	(都)道祖本摂津北線
⑬	(都)大阪高槻京都線
⑭	JR東海道本線
⑮	阪急電鉄京都線
⑯	(都)富田目垣線
⑰	(都)茨木駅千里丘陵線
⑱	(都)大阪中央環状線
⑲	(都)十三高槻線
⑳	(都)千里丘寝屋川線

※　各路線のうち、商業系地域、未供用区間は除きます。
※　「(都)」は都市計画道路を指します。

※　非自家用広告物の禁止区域の詳細な範囲については、市HP「地図情報サイト」で確認してください。

非自家用広告物の禁止路線図

（4） 適用除外

社会生活を営む上で必要性の高い屋外広告物は、各種規制（禁止物件、禁止区域）や許可申請手続きの適用が全部または一部除外されます。

適用除外の対象となる屋外広告物		適用除外の対象となるための基準等	適用除外の内容		
			禁止物件に掲出できる	禁止区域に掲出できる	許可申請手続き
（1）	公職選挙法による選挙運動のために使用するポスター、立札等	―	○	○	不要
（2）	法令の規定により掲出するもの	―	○	○	不要
（3）	道先案内図その他公共上やむを得ないもので、公共団体、公益社団法人、公益財団法人または自治会その他これに類する団体が掲出するもの	表示面積（複数の屋外広告物を掲出する場合は、その表示面積の合計）が40㎡を超える屋外広告物は、届出が必要	○	○	不要
（4）	自家用広告物※1	表示面積（複数の自家用広告物を掲出する場合は、その表示面積の合計）が 7㎡以下のもの	○	○	不要
（5）	冠婚葬祭または祭礼のため、一時的に掲出するもの	―	○	○	不要
（6）	講演会、展覧会、音楽会その他これらに類する催物のため、その会場の敷地内に掲出するもの	―	○	○	不要
（7）	土地または物件の管理上の必要に基づき掲出するもの（駐車場の場所を示す看板など）	表示面積（この屋外広告物を複数掲出する場合はその表示面積の合計）：7㎡以下 掲出位置：5m以下（地上から屋外広告物の最上端までの距離）	×	○	不要
（8）	公益上必要な物件に寄贈者名等を掲出するもの	寄贈者名等：0.5 ㎡以下 表示面積（複数の屋外広告物を掲出する場合はその表示面積の合計）：掲出方向から見て、屋外広告物を掲出する物件の外郭線内を1平面とみなした場合の当該面の面積の 1/20 以下	×	○	不要

※1 「自家用広告物」とは、自己の氏名、名称、店名または商標、自己の事業または営業の内容を表示するために、自己の居宅または事業所、事務所、営業所、作業場等に掲出する屋外広告物をいいます。

適用除外の対象となる屋外広告物		適用除外の対象となるための基準等	適用除外の内容		
			禁止物件に掲出できる	禁止区域に掲出できる	許可申請手続き
(9)	(3)以外の道先案内図その他の公衆の利便に供するもの（私立学校や私立病院など多数の人が利用する施設への案内板など）	表示面積：5㎡以下 掲出位置：5m以下（地上から屋外広告物の最上端までの距離） 掲出個数：同一目的の屋外広告物2個以下	×	○	要
(10)	学校・図書館などの教育文化施設、病院などの医療施設や保育所などの社会福祉施設またはその敷地内に掲出する自家用広告物	—	×	○	要
(11)	電柱、電話柱または停留所標識に掲出するもの	—	×	○	要
(12)	車両、船舶、航空機等に掲出するもの	—	×	○	不要※2
(13)	(7)～(12)以外の屋外広告物で、営利を目的としないはり紙、はり札、広告旗、立看板（政治団体、自治会などの非営利団体が営利を目的としない行事や集会等を周知するために掲出するもの）	広告主または管理者の氏名（名称）・連絡先、掲出期間の始期終期を明示すること。 (1) はり紙、はり札　縦：1.2m以下 横：0.8m以下 (2) 広告旗　縦：2.0m以下（脚部を含む） 横：0.5m以下 (3) 立看板　縦：2.0m以下（脚部を含む） 横：1.5m以下	×	○	不要
(14)	掲出期間が30日を超えないはり紙、はり札、広告旗、立看板	同上	×	×	不要

※2　電車、路線バス、広告宣伝用自動車に掲出する非自家用広告物で営利を目的とした屋外広告物は、許可申請手続きが必要です。

上記以外に、次の屋外広告物については、禁止区域や禁止物件に掲出できます。

- 公共団体、自治会、商店街振興組合、特定非営利活動法人等が地域における道路の清掃・美化、街灯・ベンチ・上屋等の整備・管理、公共団体等が実施主体となる催物、道路環境の向上、防犯その他の地域における公共的な取組に要する費用に充てるために、広告収入を得て掲出するもの
- 公共団体が管理する道路の維持、修繕その他の管理に要する費用に充てるために、広告収入を得てその管理する道路に掲出するもの

（5） 許可区域等

本市では、屋外広告物（適用除外の対象となる屋外広告物を除きます。）を掲出するためには許可を必要とします。許可を受けるためには基準を満たす必要があり、当該基準は屋外広告物を掲出する場所の区域に応じて3つに区分しています。

また、景観形成地区においては、当該基準に加えて、地区の特性に応じた上乗せ基準も満たす必要があります。

屋外広告物を掲出する場所の区域等を確認してください

1） 許可区域

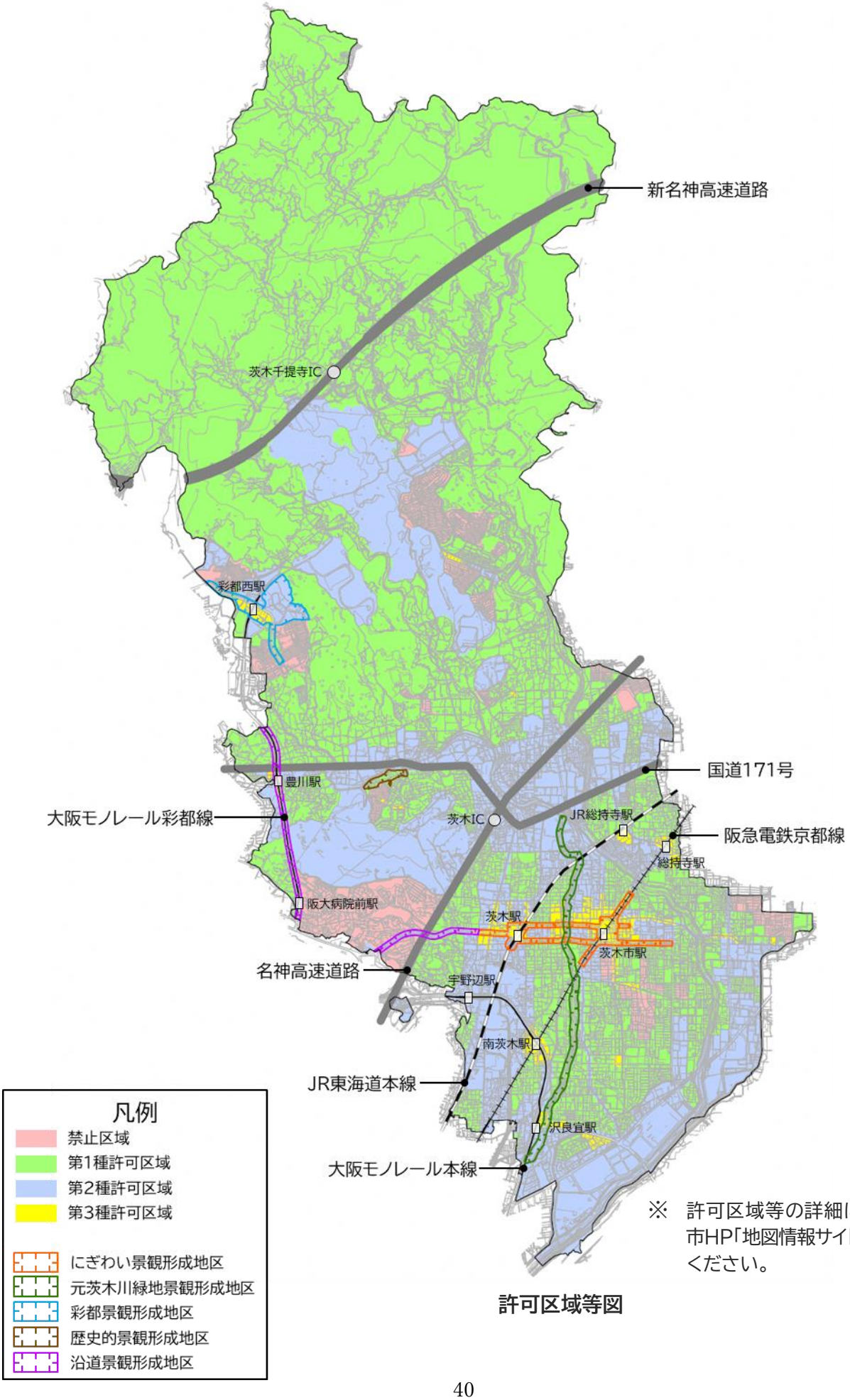
屋外広告物を掲出する場所の区域に応じて、下の表のページに記載する基準を確認してください。

第１種許可区域 住宅地の閑静なまちなみや、北摂山系の山並み、田園風景が広がるエリア	住居系地域など ・第１種中高層住居専用地域 ・第２種中高層住居専用地域 ・国道171号以北の市街化調整区域	P41
第２種許可区域 大規模な工場やマンション、幹線道路沿いの商業施設などのダイナミックなまちなみが広がるエリア	住居系地域、工業系地域など ・第１種住居地域 ・第２種住居地域 ・準住居地域 ・田園住居地域 ・準工業地域 ・工業地域 ・工業専用地域 ・国道171号以南の市街化調整区域	P43
第３種許可区域 茨木市の玄関口として、品格のあるまちなみや商業の賑わいのあるまちなみを形成するエリア	商業系地域 ・近隣商業地域 ・商業地域	P45

2） 景観形成地区

屋外広告物を掲出する場所が景観形成地区に該当する場合には、下の表のページに記載する基準も確認してください。

1）にぎわい景観形成地区	P47
2）元茨木川緑地景観形成地区	P49
3）彩都景観形成地区	P50
4）歴史的景観形成地区	P51
5）沿道景観形成地区	P52



※　許可区域等の詳細については、市HP「地図情報サイト」で確認してください。

許可区域等図

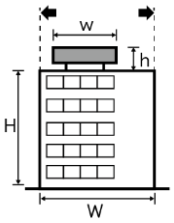
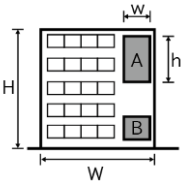
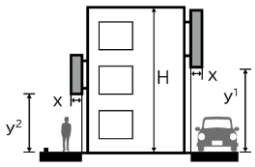
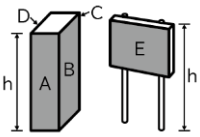
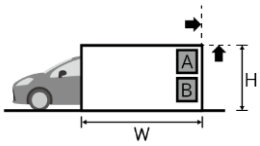
（6） 許可区域の許可基準と配慮事項

1）第１種許可区域

区域特性

第１種許可区域は、住宅地の閑静なまちなみや、北摂山系の山並み、田園風景が広がるエリアです。

第１種許可区域の許可基準

屋上広告物	縦(h)：建物の高さ(H)の1/5以下 （支柱等も縦に含む） 横(w)：建物の幅(W)の範囲内 その他：外壁の延長面からの突出禁止		h≦1/5H w≦W 外壁の延長面からの突出禁止
壁面広告物	縦(h)：壁面の高さ(H)の1/2以下 横(w)：壁面の幅(W)の範囲内 表示面積(A+B)：壁面の面積(H×W)の1/5以下 その他：壁面の側端からの突出禁止		h≦1/2H w≦W (A+B)㎡≦1/5(H×W)㎡ 壁面の側端からの突出禁止
突出広告物	最上端：壁面高さ(H)を超えない 最下端までの高さ(y)：車道上4.7m以上 歩道上2.5m以上 敷地境界からの突出幅(x)：1.0m以内		壁面高さ(H)を超えない y^1≧4.7m(車道上) y^2≧2.5m(歩道上) x≦1.0m
地上広告物	地上から最上端までの高さ(h)：10m以下 表示面積 表示面が複数の場合(A+B+C+D)：20㎡以下 表示面が1面の場合(E)：10㎡以下		h≦10m (A+B+C+D)㎡≦20㎡ E ㎡≦10㎡(1面の場合)
工作物利用広告物 （塀、柵、工事の仮囲い等）	表示面積(A+B)：掲出する面の面積(H×W) の1/5以下 その他：掲出する面の上端・側端からの突出禁止		(A+B)㎡≦1/5(H×W)㎡ 掲出する面の上端・側端からの突出禁止

第１種許可区域の配慮事項

【誘導方針】住宅地の生活環境や豊かな自然景観への影響が最小限となるように配慮する。

○ 住宅地の落ち着きのあるまちなみや周辺に見える北摂山系の山並み、田園風景との調和に配慮しましょう。

① 掲出を控える

- 地域住民の生活の場となる住宅地では、生活環境を損なわないようにするため、屋外広告物の掲出を控えましょう。
- 北摂山系の山並みなど豊かな自然景観が残されている地域では、それらを維持するために屋外広告物の掲出を控えましょう。

避けたい屋外広告物のイメージ

自然景観が残されている地域では、屋外広告物の掲出を控える

（以下、やむを得ず掲出する場合）

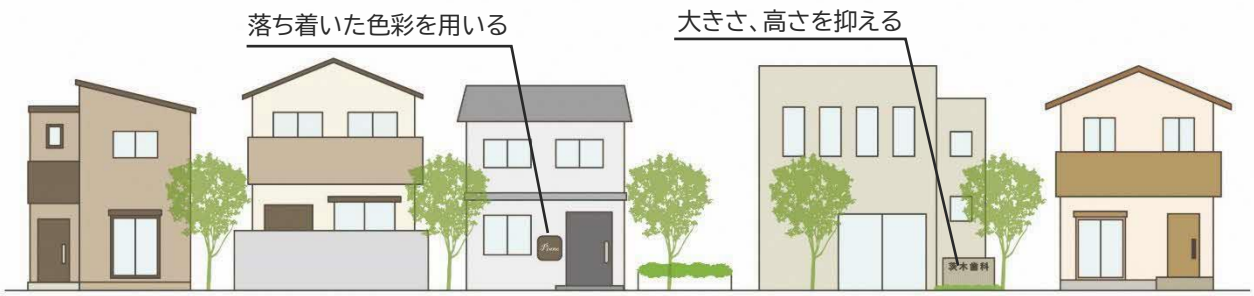
② 自然景観に調和した意匠・規模、配置、色彩にする

- やむを得ず屋外広告物を掲出する場合は、自然景観を阻害しないように自然素材を使用し、規模を小さくし、集約して掲出し、色彩にアースカラー（大地のような褐色や、空・海の青色、草木の緑色など、自然が持つ色合い）などを用いましょう。

低彩度の色彩を用い、自然景観と住宅景観に調和している事例

③ 夜間照明の使用は最小限にする

- 照明を用いる場合は、生活環境を損なわないように必要最小限とし、まちなみの雰囲気を演出する温かみのある照明にしましょう。
- 眩しさを感じる不快な光や、点滅する光、高速モーションの光の使用は控えましょう。深夜帯には消灯するなど、生活環境に配慮しましょう。

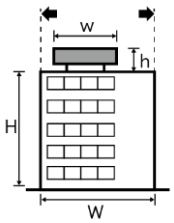
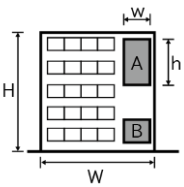
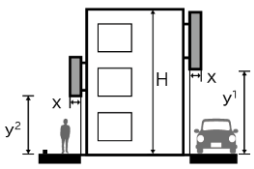
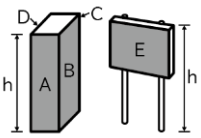
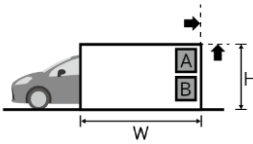


2）第 2 種許可区域

区域特性

第 2 種許可区域は、大規模な工場やマンション、幹線道路沿いの商業施設などのダイナミックなまちなみが広がるエリアです。

第 2 種許可区域の許可基準

屋上広告物	縦(h):建物の高さ(H)の1/5以下 （支柱等も縦に含む） 横(w):建物の幅(W)の範囲内 その他:外壁の延長面からの突出禁止		h≦1/5H w≦W 外壁の延長面からの突出禁止
壁面広告物	縦(h):壁面の高さ(H)の1/2以下 横(w):壁面の幅(W)の範囲内 表示面積(A+B):壁面の面積(H×W)の1/5以下 その他:壁面の側端からの突出禁止		h≦1/2H w≦W (A+B)㎡≦1/5(H×W)㎡ 壁面の側端からの突出禁止
突出広告物	最上端:壁面高さ(H)を超えない 最下端までの高さ(y):車道上4.7m以上 歩道上2.5m以上 敷地境界からの突出幅(x):1.0m以内		壁面高さ(H)を超えない y^1≧4.7m(車道上) y^2≧2.5m(歩道上) x≦1.0m
地上広告物	地上から最上端までの高さ(h):15m以下 表示面積 表示面が複数の場合(A+B+C+D):30㎡以下 表示面が1面の場合(E):15㎡以下		h≦15m (A+B+C+D)㎡≦30㎡ E ㎡≦15㎡(1面の場合)
工作物利用広告物 （塀、柵、工事の仮囲い等）	表示面積(A+B):掲出する面の面積(H×W) の1/5以下 その他:掲出する面の上端・側端からの突出禁止		(A+B)㎡≦1/5(H×W)㎡ 掲出する面の上端・側端からの突出禁止

第２種許可区域の配慮事項

【誘導方針】通りの見通しや沿道のまちなみの連続性を妨げない規模、配置にする。

○ 道路沿道には商業施設や倉庫、工場など、多様な施設が立地しています。屋外広告物を掲出する場合は、周囲に圧迫感を与えないように配慮するとともに、道路沿道のまちなみとの調和に配慮しましょう。

① 見通しを妨げない

- 沿道の街路樹などが形成する見通し景観を阻害しないように、屋外広告物の規模は小さくし、可能な限り道路と敷地の境界面から敷地側に後退させて掲出しましょう。
- 自動車運転手等の視界に入れるために様々な大きさや形態の屋外広告物が掲出されると、どの屋外広告物を見れば良いのかわかりにくく、景観にも乱雑な印象を与えます。必要最小限の数に抑え、集約して掲出し、見通しの景観としてすっきりとした印象を与えるとともに、効果的な情報伝達をしましょう。

集約して掲出することで見通し景観がすっきりとした印象としている事例

② まちなみの連続性を妨げない

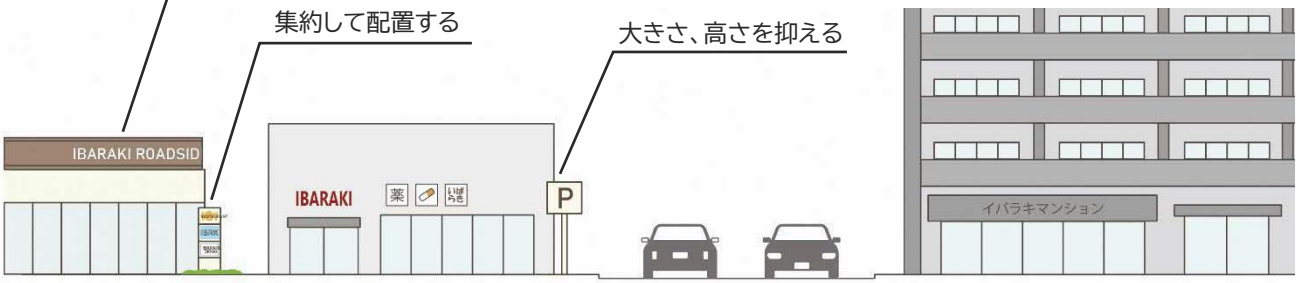
- 通りの見通しを妨げることがないように、突出広告物は突出幅や大きさを揃え、その他の屋外広告物は切文字や箱文字などの規模の小さなものを使用しましょう。

小さな規模で突出幅を揃えることで見通し景観がすっきりとした印象としている事例

③ まちなみに調和した色彩にする

- 屋外広告物に沿道景観に調和しない色彩を用いた場合、周囲から突出した印象を与えてしまいます。低彩度の色彩を使用するなどして、沿道景観との調和を図りましょう。

低彩度の色彩を用い、沿道景観に調和している事例

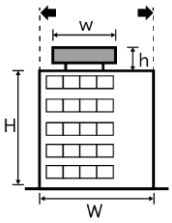
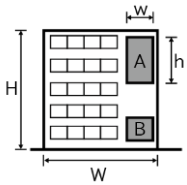
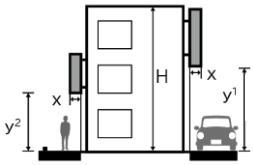
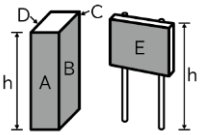
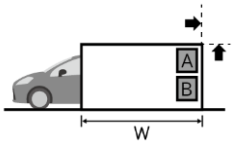


3）第 3 種許可区域

区域特性

第 3 種許可区域は、茨木市の玄関口として、品格のあるまちなみや商業の賑わいのあるまちなみを形成するエリアです。

第3種許可区域の許可基準

屋上広告物	縦(h):建物の高さ(H)の1/3以下 （支柱等も縦に含む） 横(w):建物の幅(W)の範囲内 その他:外壁の延長面からの突出禁止	 h≦1/3H w≦W 外壁の延長面からの突出禁止
壁面広告物	縦(h):壁面の高さ(H)の範囲内 横(w):壁面の幅(W)の範囲内 表示面積(A+B):壁面の面積(H×W)の1/3以下 その他:壁面の側端からの突出禁止	 h≦H w≦W (A+B)㎡≦1/3(H×W)㎡ 壁面の側端からの突出禁止
突出広告物	最上端:壁面高さ(H)を超えない 最下端までの高さ(y):車道上4.7m以上 歩道上2.5m以上 敷地境界からの突出幅(x):1.0m以内	 壁面高さ(H)を超えない y^1≧4.7m(車道上) y^2≧2.5m(歩道上) x≦1.0m
地上広告物	地上から最上端までの高さ(h):15m以下 表示面積 表示面が複数の場合(A+B+C+D):40㎡以下 表示面が1面の場合(E):20㎡以下	 h≦15m (A+B+C+D)㎡≦40㎡ E ㎡≦20㎡(1面の場合)
工作物利用広告物 （塀、柵、工事の仮囲い等）	表示面積(A+B):掲出する面の面積(H×W)の1/3以下 その他:掲出する面の上端・側端からの突出禁止	 (A+B)㎡≦1/3(H×W)㎡ 掲出する面の上端・側端からの突出禁止

第３種許可区域の配慮事項

【誘導方針】周囲から突出して目立つことは避け、品格と賑わいを感じられる表示とする。

○ 歩いて楽しいまちなみになるように、連続的な賑わいを形成するように配慮しましょう。

① 賑わいの連続性を創出する

- 人の目に入りやすい建物の低層部（1～3階）に屋外広告物を集約し、効果的な情報伝達をしましょう。
- 隣接する建物と屋外広告物の掲出位置や大きさ、形態等を揃えることにより、賑わいの連続性を創出しましょう。

形態等を揃えて連続的な賑わいを創出している事例

② 通りの見通しを妨げない

- 通りの見通しを妨げることがないように、突出広告物は突出幅や形態を揃え、その他の屋外広告物は切文字や箱文字などの規模の小さなものを使用しましょう。

突出幅や形態を揃えて通りの見通しを妨げていない事例

③ まちなみに調和した色彩にする

- 彩度の高い色彩は使用面積を抑え、まちなみに調和するように低彩度の色彩を使用して、すっきりとした表示としましょう。

④ 魅力的な夜間景観を演出する

- 屋外広告物の照明は、際立たせ過ぎず賑わいを感じられるものを用いることにより、魅力的な夜間景観を演出しましょう。

賑わいを感じられる照明を用いて、魅力的な夜間景観を演出している事例

（7） 景観形成地区の許可基準と配慮事項

1） にぎわい景観形成地区

JR茨木駅及び阪急茨木市駅の周辺と、それらをつなぐ中央通りと東西通り周辺で構成され、中心市街地として市民や来訪者が活気や賑わいを感じられる地区です。

にぎわい景観形成地区の許可基準（第1種～第3種許可区域のいずれかの許可基準に上乗せ）

掲出する場所（第１種～第3種のいずれか）の許可基準	＋	景観形成地区の上乗せ許可基準		
		屋上広告物	表示面積	1基の1面当たり30㎡以下
		壁面広告物	表示面積	壁面1面当たり30㎡以下

にぎわい景観形成地区の配慮事項

【誘導方針】活気ある通りの賑わいのなかにも、心地よさとまちの品格を感じさせるまちなみにする。

○ 通りの賑わいを繋げつつ心地よさやまちの品格を感じられるように、意匠や掲出方法を工夫しましょう。

① 通りの活気を創出する

- 通りに面した場所に屋外広告物を掲出する場合は、歩行者が見やすい位置に掲出し、通りの活気を創出するような意匠にしましょう。

歩行者が見やすい位置に立看板を置いて通りの活気を創出している事例

② 店先の屋外広告物に植栽を添える

- 店先に掲出する屋外広告物には植栽を添えるなどして、心地よさを感じられるようにしましょう。

③ 店内と一体的に演出する

- 通りから見える店内と屋外広告物は一体となって店舗のイメージを形成し、まちなみを構成します。品格を感じさせるまちなみの一部となるような店舗を演出するため、屋外広告物の掲出方法などを工夫しましょう。

内照式の照明を用いることにより、店内の品格を高めている事例

コラム　茨木市東西軸（中央通り・東西通り）ストリートデザインガイドライン

本市の中心市街地では、様々な拠点施設が更新時期を迎えており、この転換期を契機ととらえ、まちなかを車中心から「人」中心の空間に再編し、豊かさや幸せをもたらす思い思いの活動や過ごし方が、様々な主体により当たり前のように繰り広げられる空間形成を目指しています。

このような背景のもと、一方通行化構想のあるメインストリートの東西軸（中央通りと東西通り）を対象に、歩きやすく歩きたくなるメインストリートを官民が連携して実現するための指針として道路・沿道空間のあり方やデザインの指針、実現に向けた方策等を示す「茨木市東西軸（中央通り・東西通り）ストリートデザインガイドライン」を策定しています。

中央通りと東西通りにおける屋外広告物の掲出に当たっては、「茨木市東西軸（中央通り・東西通り）ストリートデザインガイドライン」も参考にして、通りの特性に配慮し、通りの魅力の向上につながる屋外広告物のデザインを積極的に取り入れましょう。

【茨木市東西軸（中央通り・東西通り）ストリートデザインガイドライン】

●将来像のイメージ

中央通り

賑わいと交流を育む
親しみやすいデザイン

東西通り

身近にうるおいを感じる良質で
落ち着きのあるデザイン

2） 元茨木川緑地景観形成地区

元茨木川緑地は旧河川跡地を活用した緑地で、豊富な植栽や樹間を通る道路や緑道が特徴的です。この緑地は、市街地を南北に縦断し、都心部にうるおいを与える空間として市民に親しまれています。

元茨木川緑地景観形成地区の許可基準（第1種～第3種許可区域のいずれかの許可基準に上乗せ）

掲出する場所（第1種～第3種のいずれか）の許可基準 ＋

景観形成地区の上乗せ許可基準		
屋上広告物	表示面積	1基の1面当たり30㎡以下
壁面広告物	表示面積	壁面1面当たり30㎡以下
全ての種類の屋外広告物	表示面の地色の色彩	色相 R,YR,Y は彩度8以下 その他の色相は彩度6以下

元茨木川緑地景観形成地区の配慮事項

【誘導方針】風格のある自然の緑の存在感を妨げないような落ち着いた色彩や規模とする。

○ 元茨木川緑地の豊かな緑に調和し、緑との繋がりや一体感を感じさせる沿道景観となるようにしましょう。

① 緑に馴染む色彩にする

- 自然の緑を阻害しないように、色彩にアースカラー（大地のような褐色や、空・海の青色、草木の緑色など、自然が持つ色合い）や樹皮に近い色を使用しましょう。

② 樹木の高さを超えないようにする

- 自然の緑の存在感を妨げないように、屋外広告物の規模は小さくし、樹木の高さを超えないようにしましょう。

③ 温かみのある夜間照明にする

- 照明を用いる場合は、自然の緑の景観を阻害しないように必要最小限とし、温かみのある照明にしましょう。

アースカラーを用いて、自然の緑と馴染ませている事例

規模を小さくして樹木の高さを超えないようにしている事例

温かみのある照明を使用し、緑を良好に魅せている事例

3） 彩都景観形成地区

大阪モノレール彩都西駅周辺とあさぎ大通り・やまぶき大通り、ライフサイエンスパークで構成され、住宅地や研究開発施設等が一体となり、周辺の自然景観と調和した、美しく個性的なまちなみを形成しています。

彩都景観形成地区の許可基準（第1種～第3種許可区域のいずれかの許可基準に上乗せ）

掲出する場所（第1種～第3種のいずれか）の許可基準	＋	景観形成地区の上乗せ許可基準		
		屋上広告物	表示面積	1基の1面当たり30㎡以下
		壁面広告物	表示面積	壁面1面当たり30㎡以下

彩都景観形成地区の配慮事項

【誘導方針】沿道から見た山並みやまちなみへの眺めに配慮する。

○ 自然景観やまちなみに調和した規模・配置・色彩となるようにしましょう。

① 個性的なまちなみのイメージを損なわない規模にする

- 彩都の個性的な沿道のまちなみのイメージを損なわないように、規模を小さくしましょう。

② 高層部に掲出しない

- 沿道から背景に山並みが見える場所では、建物の高層部への掲出は避けましょう。

③ 自然景観と住宅景観に馴染む色彩にする

- 自然景観と住宅景観が同時に背景となる場所が多いため、それらの両方に馴染むように、色彩には低彩度のものを使用しましょう。

規模を小さくし、まちなみのイメージを損なわないようにしている事例

低彩度の色彩を用いて、周囲の自然景観や住宅景観に馴染ませている事例

4） 歴史的景観形成地区

勝尾寺川の南側に位置する宿川原地内で、歴史の趣が感じられる落ち着いた佇まいのまちなみが残されています。

歴史的景観形成地区の許可基準（第1種許可区域の許可基準に上乗せ）

第1種許可区域の許可基準	＋	景観形成地区の上乗せ許可基準		
		屋上広告物	表示面積	1基の1面当たり30㎡以下
		壁面広告物	表示面積	壁面1面当たり30㎡以下
		全ての種類の屋外広告物	表示面の地色の色彩	全ての色相で彩度6以下

歴史的景観形成地区の配慮事項

【誘導方針】落ち着いた色彩を基調とし、歴史の趣が感じられるまちなみを損なわない最小限の掲出とする。

○ 歴史的で落ち着いた佇まいのまちなみを損なわない色彩・意匠・規模となるようにしましょう。

① 歴史的なまちなみを損なわない

- 歴史的なまちなみを損なわないように落ち着いた色彩を基調とし、素材には、木材や石材などの自然素材を使用するなど、意匠を工夫しましょう。

自然素材を使用して、歴史的なまちなみを損なわないようにしている事例

② 屋外広告物の規模を小さくする

- 屋外広告物の規模を小さくして、落ち着いた佇まいを損なわないようにしましょう。

③ 温かみのある夜間照明にする

- 夜間の落ち着いた佇まいを損なわないように、夜間照明は温かみのあるものを使用しましょう。

屋外広告物の規模を小さくし、落ち着いた佇まいを損なわないようにしている事例

5）沿道景観形成地区

都市計画道路道祖本摂津北線及び同茨木箕面丘陵線、同茨木駅千里丘陵線で構成され、本市のシンボルロードとして、街路樹が植栽され、沿道の建物とともに美しい景観が創出されています。

沿道景観形成地区の許可基準（第1種～第3種許可区域のいずれかの許可基準に上乗せ）

掲出する場所（第1種～第3種のいずれか）の許可基準	＋	景観形成地区の上乗せ許可基準		
		屋上広告物	表示面積	1基の1面当たり30㎡以下
		壁面広告物	表示面積	壁面1面当たり30㎡以下

沿道景観形成地区の配慮事項

【誘導方針】シンボルロードとしてふさわしい秩序ある沿道空間を創出する。

○　シンボルロードとしてふさわしい景観となるように、沿道の街路樹に調和させる。

① 街路樹に馴染む規模・配置・色彩とする

- 街路樹が連続する、うるおいのある沿道景観を妨げないように、街路樹の高さより低い位置に配置し、色彩にはアースカラー（大地のような褐色や、空・海の青色、草木の緑色など、自然が持つ色合い）を使用しましょう。

板面の地色にアースカラーを用いて、街路樹に馴染ませている事例

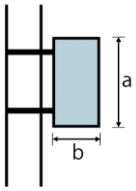
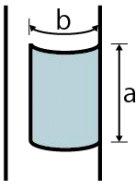
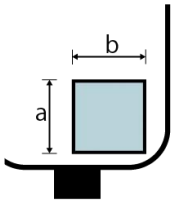
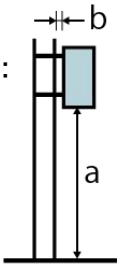
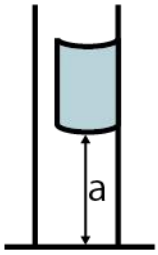
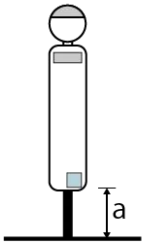
② 通りの見通しを妨げない

- 沿線の屋外広告物は、見通しの景観を妨げず、周囲に圧迫感を与えないように道路の幅員や街路樹の高さに応じて大きさや高さを整えましょう。

街路樹の高さより低くして、通りの見通し景観を妨げていない事例

（8） 電柱、電話柱、停留所標識、車両を利用する屋外広告物の許可基準

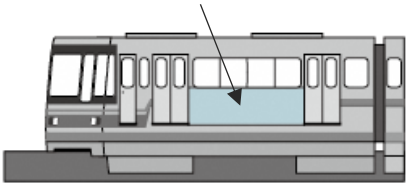
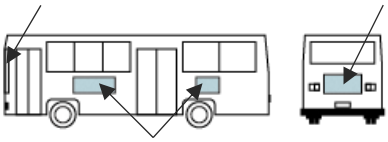
電柱、電話柱、停留所標識、車両に屋外広告物を掲出する場合の許可を受けるためには、次の基準を満たす必要があります。ただし、適用除外（P37～P38 参照）で許可申請手続きが不要となる屋外広告物は、この限りではありません。

	電柱または電話柱を利用する屋外広告物		停留所標識を利用する屋外広告物
	突き出して取り付けるもの	巻き付けて取り付けるもの	
大きさ	縦(a)：1.2m以下 横(b)：0.45m以下 	縦(a)：1.5m以下 横(b)：電柱または電話柱の円周の範囲内 	縦(a)：0.45m以下 横(b)：0.45m以下 
掲出位置	最下端までの高さ(a)： 車道上 4.7m以上 歩道上 2.5m以上 電柱等との間隔(b)： 0.15m以下 	最下端までの高さ(a)：1.2m以上 	最下端までの高さ(a)：0.7m以上 
掲出数	電柱または電話柱1本当たり 1個まで	電柱または電話柱1本当たり 1個まで※1	停留所標識1本当たり2面まで ※2
色彩等 ※3	① 表示面の地色は、電柱、電話柱を利用する屋外広告物にあっては白色または白色以外の色で彩度が3以下のもの、停留所標識を利用する屋外広告物にあっては赤色、黄色その他これらに類する色以外の色であること。 ② 蛍光、発光、反射を伴う塗料または材料を用いないこと。		

※1 道路標識を掲出している電柱または電話柱には、掲出してはいけません。ただし、道路標識の効用を妨げないものである場合は、この限りではありません。

※2 進行車両の非対向面・歩道側面に限ります。

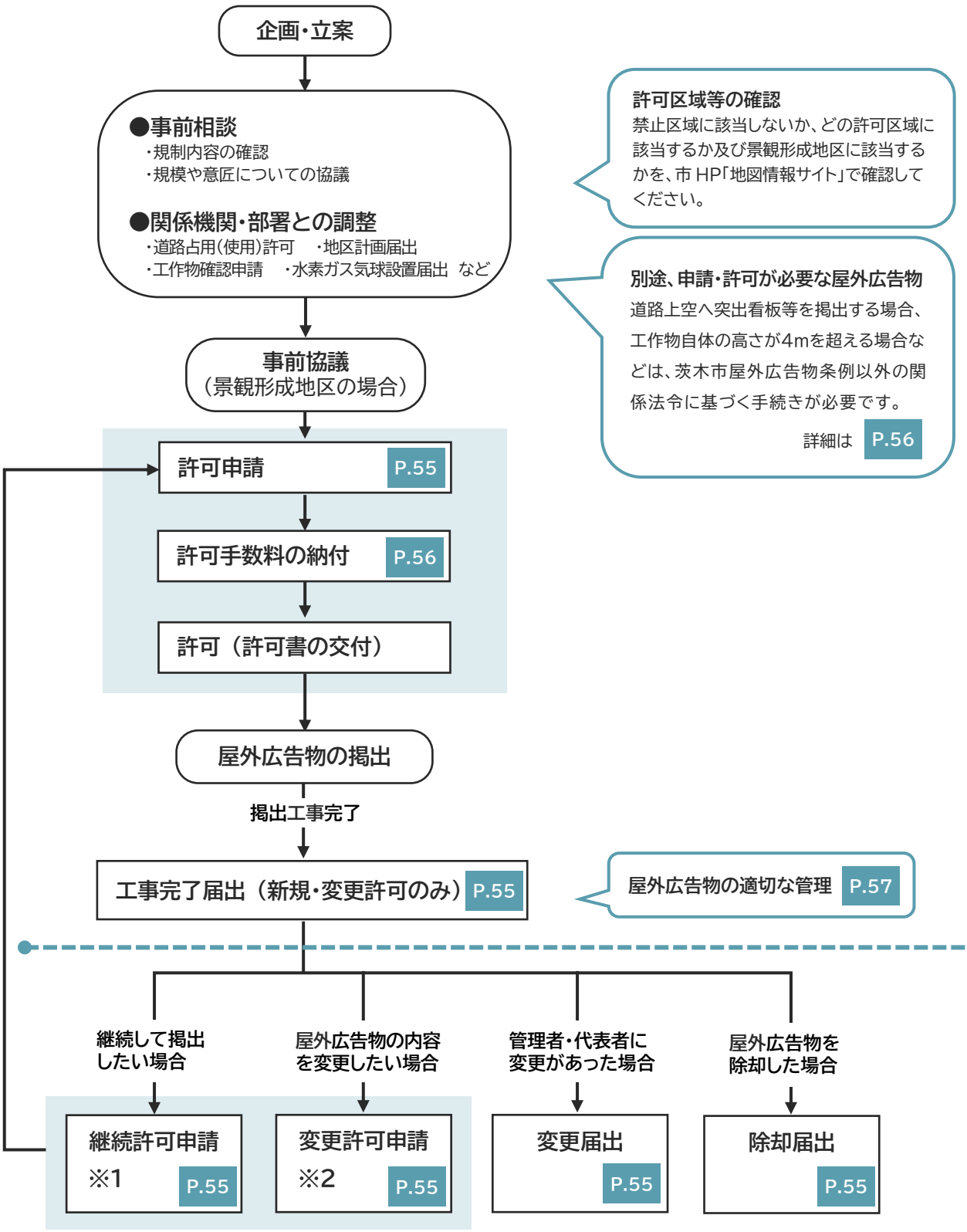
※3 色彩の基準を満たす必要があるものは屋外広告物のうち看板に限ります。

車両を利用する屋外広告物	
電車	路線バス
【1車両当たりの表示面積が8㎡未満のもの】 車体のそれぞれの面の表示面積は4㎡以下  窓・ドア等のガラス部分に掲出するものでないこと。 **【1車両当たりの表示面積が8㎡以上のもの】** 市長が別に定める基準に適合するものであること。	**【1車両当たりの表示面積が4㎡未満のもの】** 前面に表示するものでないこと。 後面は1.7㎡以下  側面は1面につき 1.5 ㎡以下 側面・後面それぞれ1面当たり2個以下 窓・ドア等のガラス部分に表示するものでないこと。 消防車・救急車と紛らわしくないものであること。 **【1車両当たりの表示面積が4㎡以上のもの】** 市長が別に定める基準に適合するものであること。
広告宣伝用自動車	
消防車・救急車と紛らわしくないものであること。	

6. 許可申請手続き

許可申請手続きのフロー

屋外広告物の許可申請手続きは、次のとおりです。



※1　2年間の許可期間(簡易広告物は3月間)が満了するまでに継続許可を受けてください。
※2　申請内容や掲出場所によっては関係部署との調整や事前協議が必要な場合があります。

（1） 必要書類

許可申請、届出の様式は、市 HP に掲載しています。

申請書・届出書・添付書類は**各 2 部**(正・副)提出してください。

茨木市　屋外広告物　検索

		事前協議	新規許可申請	継続許可申請	変更許可申請	変更届出	工事完了届出	除却届出	備 考
申請書・届出書（様式番号）		第２号 屋外広告物等事前協議書	第３号 屋外広告物等許可申請書（新規）	第３号 屋外広告物等許可申請書（継続）	第４号 屋外広告物等変更許可申請書	第６号 屋外広告物等変更届出書	第７号 屋外広告物等工事完了等届出書	第９号 屋外広告物等除却届出書	
添付書類	付近見取図	○	○	○	○	－	○	○	主要道路等を明示したもの
	配置図	○	○	○（省略可）	○	－	－	－	建築物・屋外広告物それぞれの位置関係がわかるもの
	現況カラー写真	○ 屋外広告物の掲出場所の現況がわかるもの	○ 屋外広告物の掲出場所の現況がわかるもの	○ 屋外広告物全ての表示内容がわかるもの	○ 変更される屋外広告物全ての表示内容がわかるもの	－	○ 工事完了後の屋外広告物全ての表示内容がわかるもの	○ 除却前、除却後の状況がわかるもの	
	図面 立面図（着色）	○	○	○（省略可）	○	－	－	－	これらの図面のうち、寸法※1、色彩、意匠、材料、構造がわかるものを添付※2（景観形成地区へ掲出する場合の色彩については、マンセル表色系に基づく色彩の表示が必要）
	図面 意匠図（着色）	○	○	○（省略可）	○	－	－	－	
	図面 構造図	○	○	○（省略可）	○	－	－	－	
	道路占用許可書（写）	－	○	○	○	－	－	－	突出広告物等で、道路の上空を占用する場合等
	事前協議書副本（写）	－	○	－	○	－	－	－	景観形成地区で屋外広告物を掲出する場合
	屋外広告物等安全点検報告書（様式第８号）	－	－	○	－	－	－	－	屋外広告物が一定規模※3を超える場合
	委任状	○	○	○	○	○	○	○	申請者・届出者が当該許可申請・届出の手続きを代理人に委任する場合

※1　寸法は、次の屋外広告物の種類に応じたものをいいます。

（1）屋上広告物　屋外広告物の縦幅(支柱等も縦幅に含む)・横幅・表示面積・掲出位置、掲出される建物の高さ

（2）壁面広告物　屋外広告物の縦幅・横幅・表示面積・掲出位置、掲出される壁面の高さ・面積

（3）突出広告物　屋外広告物の掲出位置、敷地境界からの突出幅、地上から屋外広告物の最下端までの高さ、屋外広告物の真下の種類(敷地・車道・歩道のいずれに当たるか)

（4）地上広告物　屋外広告物の表示面積、地上から屋外広告物の最上端までの距離

（5）工作物利用広告物　屋外広告物の表示面積・掲出位置、掲出される工作物の面の面積

（6）その他の屋外広告物　屋外広告物の縦幅(支柱等も縦幅に含む)・横幅・表示面積・掲出位置

※2　変更許可申請の場合は変更点についての寸法、色彩、意匠、材料、構造がわかるものを添付してください。

※3　一定規模とは、地上から当該屋外広告物の最上端までの距離が4mを超え、かつ、表示面積が3㎡以上のものをいいます。
（ただし、簡易広告物、車両利用広告物、塗料等により壁面または工作物に直接掲出されるものを除きます。）

（2） 許可手数料と許可期間

屋外広告物の掲出の許可を受けるには、書類審査後にお渡しする納付書により、許可手数料の納付が必要です。

<table>
<tr><th colspan="2">区分</th><th>手数料の額</th><th>許可期間</th></tr>
<tr><td colspan="2">はり紙・はり札</td><td>100 枚までごとに250円</td><td rowspan="4">3月以内</td></tr>
<tr><td colspan="2">広告幕・広告旗</td><td>1枚につき350円</td></tr>
<tr><td colspan="2">立看板</td><td>1基につき200円</td></tr>
<tr><td colspan="2">アドバルーン</td><td>1個につき650円</td></tr>
<tr><td rowspan="2">車両利用広告物※1</td><td>4㎡未満のもの</td><td>1個につき250円</td><td rowspan="5">2年以内</td></tr>
<tr><td>4㎡以上のもの</td><td>車両1台につき2,000円</td></tr>
<tr><td rowspan="3">広告塔・広告板※2
（広告塔、広告板、建物その他の工作物等に掲出される屋外広告物を含む。）</td><td>2㎡未満のもの</td><td>1件につき450円</td></tr>
<tr><td>2㎡以上
5㎡以下のもの</td><td>1件につき1,000円</td></tr>
<tr><td>5㎡を超えるもの</td><td>1件につき1,000円に、5㎡を超える面積が5㎡までごとに、1,000円を加算した額</td></tr>
</table>

※1　車両1台に複数の屋外広告物を掲出する場合は、当該屋外広告物の表示面積の合計により区分を決定します。
※2　表示面が複数の屋外広告物は、1基当たりの表示面積の合計により区分を決定します。

（3） 関係法令に基づく手続き

屋外広告物の掲出に当たっては、茨木市屋外広告物条例のほかに次のような関係法令に基づく手続きが必要です。

<table>
<tr><th>事項</th><th>必要な許可等の種類</th><th>お問い合わせ先</th></tr>
<tr><td>突出看板等を道路上空へ掲出する場合</td><td>道路占用許可
（道路法）</td><td>大阪国道事務所　高槻維持出張所（国道）
TEL:072-671-5981
大阪府茨木土木事務所（府道）
TEL:072-627-1121
茨木市建設管理課（市道）
TEL:072-620-1650</td></tr>
<tr><td>・道路上で工事または作業する場合
・突出看板等を道路上空へ掲出する場合</td><td>道路使用許可
（道路交通法）</td><td>茨木警察署
TEL:072-622-1234</td></tr>
<tr><td>工作物自体の高さが4mを超える物件を設置する場合</td><td>工作物確認
（建築基準法）</td><td>特定行政庁（茨木市審査指導課）
TEL:072-620-1661
指定確認検査機関</td></tr>
<tr><td>設備容量2キロボルトアンペア以上のネオン管灯設備を設置する場合</td><td>ネオン管灯設備設置の届出
（茨木市火災予防条例）</td><td>茨木市消防本部予防課
TEL:072-622-6950</td></tr>
<tr><td rowspan="2">アドバルーンを掲出する場合</td><td>許可または届出
（航空法）</td><td>大阪航空局　関西空港事務所
TEL:072-455-1330</td></tr>
<tr><td>水素ガスを充填する気球の設置届出
（茨木市火災予防条例）</td><td>茨木市消防本部予防課
TEL:072-622-6950</td></tr>
<tr><td>地区計画で屋外広告物の規制がある場合</td><td>届出等</td><td rowspan="2">茨木市都市政策課
TEL:072-620-1660</td></tr>
<tr><td>生産緑地地区の規制がある場合</td><td>許可等
（生産緑地法）</td></tr>
</table>

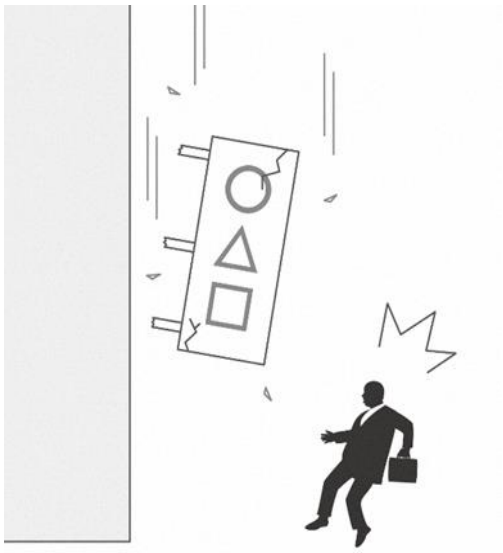
（4） 屋外広告物の管理

① 管理・点検義務

屋外広告物の所有者、占有者及び管理者は、公衆に対する危害の発生防止のため、屋外広告物の補修その他の必要な管理を怠らないようにしなければなりません。

また、安全管理の観点から、茨木市屋外広告物条例・規則に基づき、地上から当該屋外広告物の最上端までの距離が4mを超え、かつ、表示面積が3㎡以上の屋外広告物（簡易広告物、車両利用広告物及び塗料等により壁面または工作物に直接掲出されるものを除きます。）の所有者、占有者及び管理者に対しては、屋外広告士などの有資格者による安全点検の実施が義務付けられています。

併せて当該屋外広告物の継続許可申請の際には、「屋外広告物安全点検結果報告書」の提出が必要です。



※　縦幅が4mを超える屋外広告物のうち、新設時に建築基準法に定められている工作物確認を行っていないものについては、茨木市審査指導課に相談してください。

② 安全点検実施者の資格

茨木市屋外広告物条例・規則に基づき、安全点検実施者の資格を次のように定めています。

- 屋外広告士
- 職業能力開発促進法第44条第2項に規定する技能検定のうち、1 級広告美術仕上げに係るものに合格した者
- 屋外広告業の事業者団体が公益目的事業として実施する屋外広告物の点検に関する技能講習の修了者

③ 除却義務

屋外広告物を掲出する必要がなくなったとき、許可期間が満了したとき、許可が取り消されたときは、5 日以内にその屋外広告物を除却しなければなりません。

許可された屋外広告物を除却したときは、「屋外広告物等除却届出書」により除却した旨を届け出てください。

（5） 違反措置・罰則

① 違反広告物に対する措置

茨木市屋外広告物条例・規則に違反した屋外広告物については、広告主、掲出の工事施行者または管理者に改修、移転、除却等の措置を命じることがあります。

また、これに応じないときは、強制的に除却することがあります。

② 広告主の義務等

屋外広告物の掲出を依頼した広告主にも、茨木市屋外広告物条例・規則に則した屋外広告物を掲出し、違反した屋外広告物を改修、移転、除却等する義務があります。

この義務に違反したときは、会社名等を公表することがあります。

③ 罰則

茨木市屋外広告物条例・規則に違反した場合には、50万円以下の罰金などに処せられることがあります。

また、違反行為を行った行為者だけでなく、雇用主や屋外広告物の掲出を指示した者に対しても罰則の規定が適用されます。

（6） 屋外広告業の登録

屋外広告業とは、広告主から屋外広告物の掲出に関する工事を請け負い、屋外広告物を掲出する営業を行う者のことをいいます。

茨木市において屋外広告業を営まれる方は大阪府知事登録を受ける必要があります。（登録手数料が必要です。）

登録の有効期間は5年間で、期間満了後も引き続き屋外広告業を営もうとする場合は、有効期間の満了の30日前までに登録の更新手続きを行ってください。なお、登録に当たっては、営業所ごとに業務主任者（屋外広告士であること等の要件を満たす者）を選任しなければなりません。

（7） 窓口一覧

屋外広告物の許可申請や屋外広告業の登録申請の申請に関する窓口は、次のとおりです。

屋外広告物の 事前相談・許可申請	茨木市都市整備部 都市政策課	大阪府茨木市駅前三丁目8番13号 茨木市役所南館5階 TEL:072-620-1660 MAIL:toshi@city.ibaraki.lg.jp
屋外広告業の登録申請	大阪府都市整備部 住宅建築局　建築環境課 住環境推進グループ	大阪府住之江区南港北一丁目14番16号 大阪府庁咲洲庁舎27階 TEL:06-6210-9718 MAIL:kenchikukankyo-g04@gbox.pref.osaka.lg.jp

茨木市 屋外広告物ガイドライン　令和6年（2024年）3月発行

茨木市 都市整備部 都市政策課　〒567-8505 茨木市駅前三丁目8-13
電話：072（620）1660　メール：toshi@city.ibaraki.lg.jp

次なる茨木へ。