

白河市屋外広告物ガイドライン

白河市

1. はじめに

1) 屋外広告物ガイドラインの目的

白河市は、小峰城跡や南湖公園をはじめ、まちなかのいたるところに残る歴史的遺産や、勇壮な那須連峰のふもとに広がる豊かな自然、さらに永い歳月にわたり人々が暮らしのなかで育んできた伝統や文化が重なり合い、特有の景観をつくりあげています。

市では、こうした景観特性を守り、つくり、育てることを理念として、平成23年4月から「白河市景観条例」と「白河市景観計画」を、また、景観の重要な要素である屋外広告物について景観計画との整合性を図るため、平成28年4月から「白河市屋外広告物等に関する条例（以下「白河市条例」といいます）を施行しました。

ただし、白河市条例で定めている基準等だけでは、周囲の景観と調和する、より適切な種類、規模、色彩等を判断することは難しいこともあります。そのため、屋外広告物を表示・掲出する広告主や広告事業者の方々に向けて、屋外広告物の役割や、質の高いデザインとするためのポイント、優良事例を紹介することで、魅力ある屋外広告物の検討・作成・設置を促し、良好な景観形成を図ることを目的として、屋外広告物ガイドラインを作成しました。

2) 屋外広告物ガイドラインの役割

この屋外広告物ガイドラインは、白河市条例によるルールに加え、より良い景観形成を目指して、屋外広告物のデザイン等を検討していただくために作成しています。

そのため、白河市条例で許可が必要な広告物のみならず、許可が必要のない規模の小さな広告物や、公共団体が設置する広告物なども対象とします。この屋外広告物ガイドラインは、そのための参考書として内容をご理解いただき、屋外広告物の検討・作成・設置に役立ててください。

なお、白河市条例で定めているルールについては、「白河市屋外広告物の手引き」をご覧ください。

目次

1. はじめに	1
2. 屋外広告物とは	2
3. 屋外広告物条例の概要	3
4. 屋外広告物の基礎的知識	5
5. 魅力ある屋外広告物をつくるために	8
6. 地区特性に応じたデザインの考え方	18
7. 屋外広告物の手続き・管理・点検	28

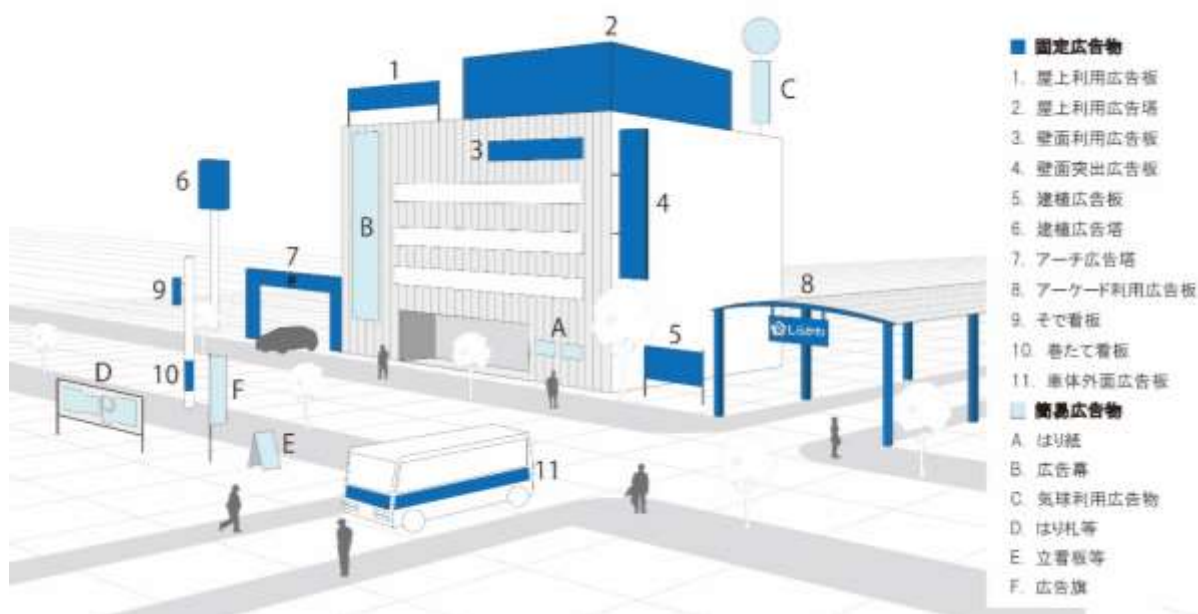
2. 屋外広告物とは

屋外広告物とは、常時又は一定の期間、継続して、屋外で、公衆に表示されるものであって、看板、立看板、はり紙及びはり札、並びに広告塔、広告板、建物その他工作物等に掲出され、又は表示されたもの、これに類するものをいいます。

商業広告だけでなく、営利を目的としないものや自己用のものも屋外広告物にあたります。また、文字や商標、マークだけでなくイメージを伝えるデザイン等も屋外広告物に該当します。

主用途・目的	定 義 ・ 内 容
自己用広告物	自己の氏名・名称・商標・事業内容を、自己の住所・事業所・営業所・作業場に表示する広告物
自己用広告	自己の管理する土地や物件の管理上の必要に基づき設置する広告物
管理用広告	道標、案内図等公共又は公衆の利便に供することを目的とした広告物
公共広告	法令の規定により表示する広告物 国・地方公共団体が公共的目的により設置する広告物
一時広告	冠婚葬祭又は祭礼等のため、一時的に表示する広告物 講演会等の催物のため、会場内に表示する広告物
非営利広告	政治活動、社会教育活動等営利を目的としない活動のための広告物
共同広告	指定する地域内に一定数以上の広告主が管理主体を定めて共同で表示する広告物
一般広告物	上記以外の広告物

図 屋外広告物の種類



3. 屋外広告物条例の概要

白河市条例は、屋外広告物法に基づき屋外広告物等を地域の良い景観と調和させるために必要な事項を定めることにより、良好な景観を形成し、若しくは風致を維持し、又は公衆に対する危害を防止することを目的としています。

白河市条例では、景観計画区域（市全域）を対象として「特別規制地域等」と「普通規制地域等」に区分しており、地域区分と対象地域は、下の表のとおりです。なお、これら地域等における屋外広告物の位置・規模の許可基準等は、「白河市屋外広告物の手引き」等をご覧ください。

区分		対象地域
特別規制地域等 原則として、屋外広告物の表示、又は広告物を掲出する物件の設置が禁止されている地域及び場所	景観計画重点区域	●白河市景観計画に定める重点区域 ・小峰城跡・白河駅周辺地区 ・白河関跡周辺地区 ・南湖公園周辺地区
	第1種特別規制地域等	●文化財等 ・重要文化財である建築物、天然記念物等の敷地 ・風致保安林「感忠銘、九番町西裏周辺（稻荷山）」 ●公園等の区域 ・国立・県立自然公園の特別地域（都市計画区域外） ・自然及び緑地環境保全地域（関山、金山自然環境保全地域） ●良好な風致・景観を維持する場所 ・第一種低層住居専用地域、風致地区
	第2種特別規制地域等	●文化財等 ・重要文化財である建築物、天然記念物の周囲300メートル以内 ・古墳、墓地、神社等の敷地 ●公園等の区域 ・国立・県立自然公園の特別地域（都市計画区域内） ・都市公園の区域 ●良好な風致・景観を維持する場所 ・第二種低層住居専用地域 ・高速自動車道路及びその両側500メートルの区域 ※1 ・指定道路及び鉄道（都市計画区域外）の両側の指定区域※1 ・官公署、学校、病院等の公用・公共用建築物の敷地 ・交差点及びその付近の地域（交差点禁止区域及び鉤型禁止区域） ※p24 参照
普通規制地域等 原則として市長の許可が必要となる地域	城下町地区	●白河市景観計画に定める区域 ・城下町地区
	新白河駅周辺地区	●白河市景観計画に定める区域 ・新白河駅周辺地区
	第1種普通規制地域等	●白河市景観計画に定める景観計画区域 （特別規制地域等、城下町地区、新白河駅周辺地区及び第2種普通規制地域等を除く地域）
	第2種普通規制地域等	●都市計画法の商業地域・近隣商業地域 （城下町地区及び新白河駅周辺地区を除く地域）

※1：道路及び鉄道から展望できない地域及び家屋連たん地区（隣接する家屋の敷地の間の距離がそれぞれ50m以下で30戸以上の家屋が連たんする地域）は除く。

図 白河市条例における区分（白河市全域）

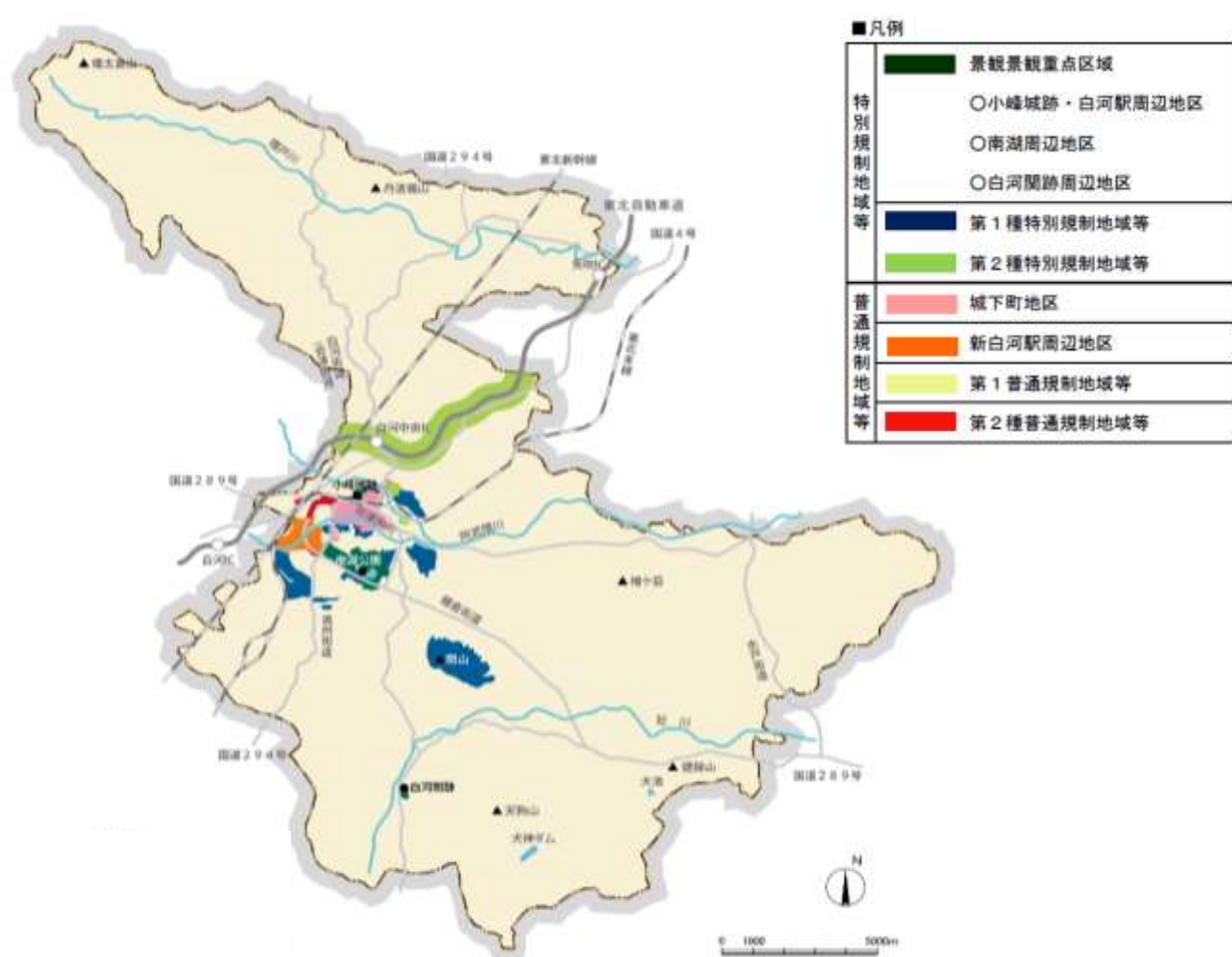
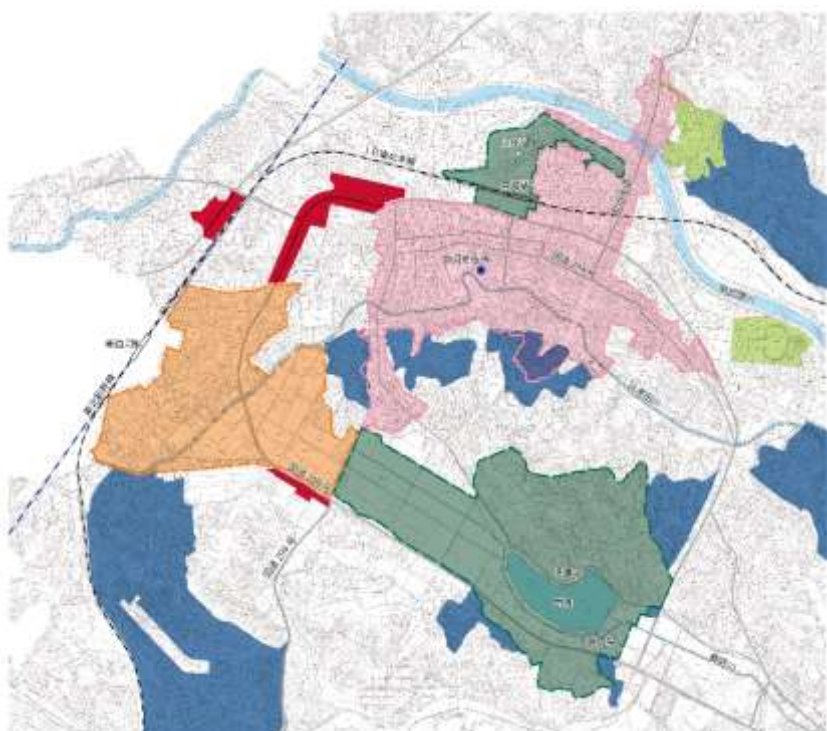


図 中心市街地周辺地区拡大図



4. 屋外広告物の基礎的知識

屋外広告物は店舗や事業所等の顔であり、そのデザインによって第一印象が大きく左右されることもあります。広告主の方の気持ちや、店舗や事業所等の品格が表現され、訪れる人の心に届くよう、計画段階からよく検討され、デザインされた屋外広告物となるようにしましょう。

1) 屋外広告物の設置にあたって

企業価値の向上に向けて

屋外広告物は、商品やサービスを伝え、利用や購入等を促す目的から、主張性が強く、インパクトがあるデザインになりがちです。また、多くの人の目にふれることから、企業の社会的責任やモラルが問われる場合があります。そのため、周辺の自然環境やまち並みに配慮し、良質なデザインの屋外広告物を設置することで、企業価値を高めましょう。

広告主、屋外広告物業者、市民、行政等の役割

広告主、屋外広告物業者、市民、行政等の屋外広告物に関わる各主体は、地域全体で屋外広告物による景観づくりに取り組むため、連携し、また、それぞれの役割を果たしていく必要があります。

2) 屋外広告物の役割

まちの魅力・価値の向上

市内には豊かな自然景観、田園景観や、歴史や賑わいなどの多様な景観が広がっています。屋外広告物は、その表示、掲出方法により多様な景観に大きな影響を与えます。そのため、地域の景観や建物デザインとの調和に配慮し、まちの魅力や価値を高めるように工夫しましょう。

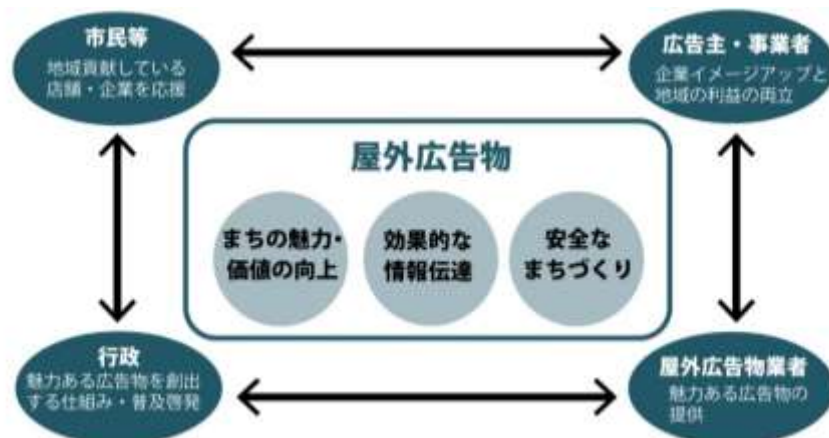
効果的な情報提供

屋外広告物は商業・業務活動上の宣伝媒体という機能に加え、人の移動や施設案内のための情報伝達機能もあります。その機能を確保するため、利用者の読みやすさや解りやすさに配慮した文字の大きさや情報量や設置位置とし、効果的な情報提供となるようにしましょう。

安全なまちづくり

屋外広告物は、外部空間に設置するため、風雨や強い日差し等により部材の腐食やゆりみ等が生じ、落下や転倒事故につながる恐れがあることから、定期的な維持・管理を行いましょう。また、自動車や歩行者の信号や交通標識等への視認性の低下や安全性が損なわれないよう、屋外広告物の設置位置やデザインには十分に注意しましょう。

図 屋外広告物による良好な景観づくり

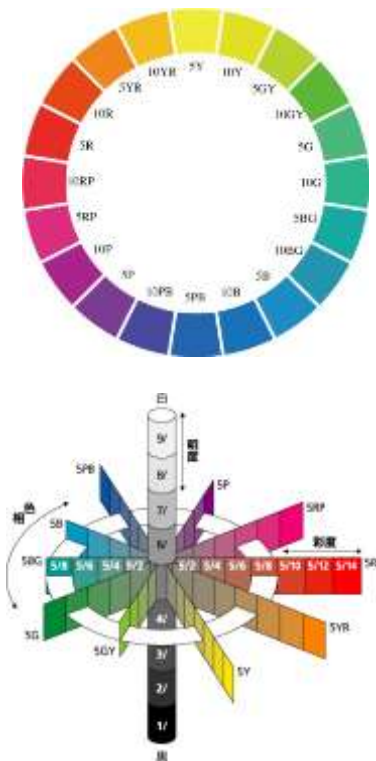


3) 色彩の基礎知識

(1) 色を表す3つの属性

マンセル表色系

図 マンセル色相環



白河市条例では、屋外広告物の色彩について規制をしており、色彩についてマンセル表色系を用いて示しています。

マンセル表色系は、日本工業規格（JIS）にも採用されている国際的な尺度であり、ひとつの色彩を「色相」「明度」「彩度」という3つの尺度の組み合わせによって表します。これによって、色彩を正確かつ客観的に表現することができます。

表 マンセル表色系による色彩を表す3つの尺度

名称	意味
色相	いろあいを表します。10種の基本色（赤、黄赤、黄、黄緑、緑、青緑、青、青紫、紫、赤紫）の頭文字をとったアルファベット（R, YR, Y, GY, G, BG, B, PB, P, RP）とその度合いを示す0から10までの数字を組み合わせ、10Rや5Y等のように表記します。
明度	あかるさを0から10までの数値で表します。暗い色ほど数値が小さく、明るい色ほど数値が大きくなり10に近くなります。
彩度	あざやかさを0から14程度までの数値で表します。色味の少ない鈍い色ほど数値が小さく、白、黒、グレーなどの無彩色の彩度は0になります。逆に鮮やかな彩度値は色相によって異なり、赤や橙は14程度、青や緑は8程度です。

※表記例／読み方

マンセル表色系は、色相、明度／彩度の順に書き、読みます。例えば、「5R 4／4」は、「5アール4の4」と読みます。

(2) 広告物の色彩の基本的な考え方

建物や周辺環境が持つ色彩や素材を発見し、活かす

広告物の掲出を検討する際に、建物や周辺環境が持つ色彩や素材を客観的に発見、整理することで、効果的に色彩を活用することができます。

地域特性や対象に応じて、広告物に求められる効果や役割は異なるため、周辺との調和を考える場合や、周辺から映えるように見せたい場合等、目的に応じた色彩や素材を用いましょう。

屋外広告物の地色と表示色

図 地色と表示色



屋外広告物の色彩は、地色（ベースカラー）と表示色（アクセントカラー）に分けて考えます。

大きな面積を占める地色は、建物の外観や周辺環境との調和を図ることが大切です。

名称	意味
地色 (ベースカラー)	広告物の地となっている大きな割合を占める色。
表示色 (アクセントカラー)	文字やマーク等を表示する色。地色に対して、小さな面積の色。

(3)色彩の持つ効果を活かすために

屋外広告物の検討にあたっては、屋外広告物単体のデザインだけではなく、建築物の外装色や街路樹、標識の色彩など、まち並みの中にある身近なものとの関係性を踏まえた視認性を考えることが大切です。

色彩の持つ効果と役割

まちには、道路標識や危険を知らせるサインも多く存在し、それらには注意を喚起するための色彩が用いられています。道路標識は、赤、青、黄色、高速道路でよく見る緑などがあります。また、JIS が安全を確保するために決め、交通標識や公共の場の案内などで用いられている JIS 安全色があります。

これらの色彩を必要以上に使用することは、本来の注意喚起の役割を妨げることになりかねません。色彩の持つ効果が、まち全体として発揮されるよう配慮しましょう。

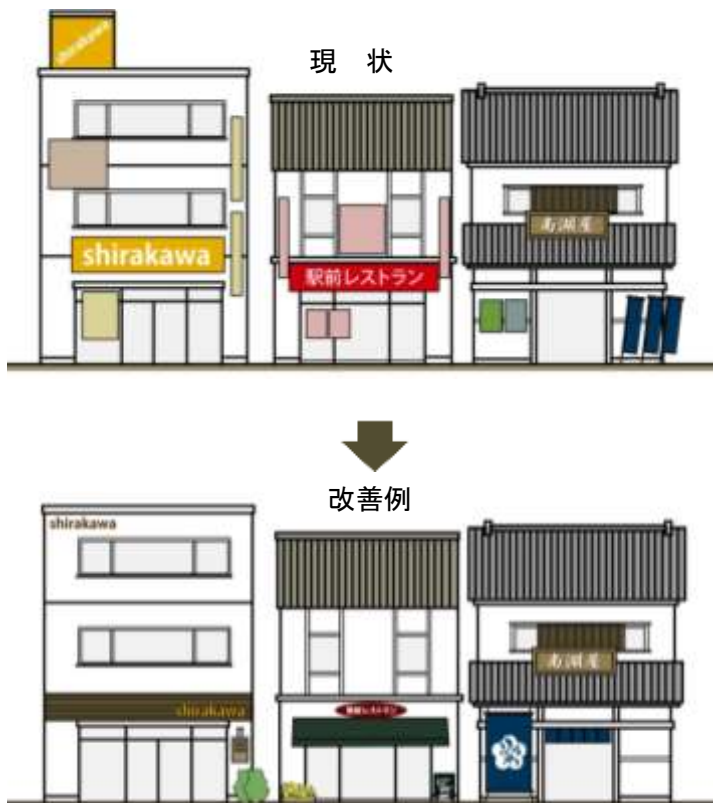
安全色	意味	標識	安全色	意味	標識
赤 7.5B4/15	防火 禁止 危険	火気厳禁	緑 10G4/10	救護 誘導 指導	救急箱 救急車
黄赤 2.5YR6/14	危険	危険	青 2.5PB3.5/10	指示	指示
黄 2.5Y8/14	注意	注意	赤紫 2.5RP4/12	放射能	放射能

図 JIS 安全色の種類

色彩の効果的な活用

屋外広告物は、目的や対象に応じて適切な設置位置、規模、形態があり、建物の低層階では積極的に屋外広告物を活用し、まちの賑わいや品格を創出します。一方で、高い位置（概ね3階以上）では、必要最小限のシンプルなものとし、まち並みの連続性に配慮します。

そのため、誘目性の高い高彩度の色彩は、低層部のアクセントとして、効果的に活用しましょう。



○アクセントカラーとして、用いる色彩は、1面の面積の1/3未満の範囲としましょう。

○伝統的な色彩は彩度が高い場合もありますが、統一感のある意匠によるのれん・日よけ幕は、まち並みのアクセントになります。



建物やまち並みと調和した統一感のある意匠による日よけ幕

4) 文字、図柄等の見え方

屋外広告物に表示する文字は、適度な大きさと、適度な情報量の目安があります。そのため、その文字を読む人の状況に応じて、適切な大きさとし、簡潔に必要な情報を表現し、利用者に読みやすいデザインを考えましょう。

情報量

文字の数

- 人の視線が1箇所に留まるのは、0.3秒前後といわれています。
この時間で読める日本語の文字数は、歩行者の場合は最大15文字程度、自動車運転手は走行速度40kmの場合で7文字程度とされています。このため、屋外広告物の文字数は15文字以内にすることが原則です。

文字の大きさ

参考 交通標識の文字の大きさ

速度 (Km/h)	日本語文字高 (基準値)
30 km以下	10 cm
40～60 km以上	20 cm
70 km以上	30 cm

※参考：「道路標識設置基準」
(日本道路協会)

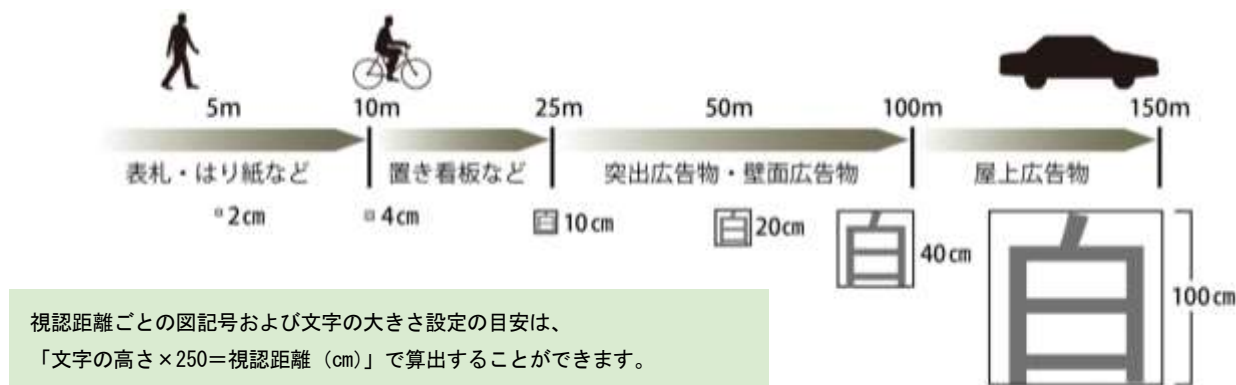
歩行者向け

- 歩行者が読める文字の大きさは、視認距離60cmで4mm、15mで4cm程度ですが、屋外広告物では、高齢者でも読めるよう、これよりやや大きい文字を使う傾向にあります。
- そのため、視認距離に対応した文字の大きさとして「文字の高さ×250=視距離 (cm)」が1つの目安となります。(下図参照)

自動車利用者向け

- 交通標識の文字の大きさは、標識を視認し、減速や曲がるといった行動が的確にできることが基準になっています。例えば、走行速度40kmの道路では、視認距離80m、文字高20cm程度です。(左表参照)
- 自動車運転手が読める屋外広告物は、この基準を1つの目安として、文字を大きくする場合でも、基準の2倍程度までが目安となります。

図 文字の可読距離と大きさ



参考：図記号大きさ設定の目安（『ひと目でわかるシンボルサイン』）交通モビリティ財団

文字のよみやすさ

- 文字は、背景の色彩とのコントラストが大きい方が、読みやすくなります。
- 黒地に白文字の場合は、白文字が膨張して見えてしまうため、白をやや細めに見ると見えやすくなります。一方で、白地に黒文字の場合は、やや太字にした方が見えやすくなります。
- 文字の字間は、間を開けない方が読みやすくなります。



5. 魅力ある屋外広告物をつくるために

ここでは、屋外広告物の作成にあたっての検討の進め方を紹介しています。検討の段階に応じて、本ガイドラインを活用し、検討・作成を進めてください。

- 事前相談** 屋外広告物の掲出を計画する場合は、市の担当窓口（裏表紙に記載）にお問い合わせください。屋外広告物の設置が可能か、どのような基準やガイドラインがあるか等をご説明いたします。

屋外広告物を計画する際の基本的な考え方への理解を深める

P10 周辺環境との調和

- ・自然・田園環境との調和
- ・敷地・建物との調和

P10 敷地・建物との調和

- ・建物との一体的デザイン
- ・沿道の連続性への配慮

P11 安全性へ配慮

- ・信号、案内板等への配慮
- ・適切な設置・維持・管理

➡ 屋外広告物は公共性が高く、白河市の共有財産である景観へ影響を与えるとともに、安全で快適なまちなみの創出に係るものです。

P12

文字、図柄、色彩を効果的に使う

- ・高彩度色を避け、色彩面積・色数を減らす、素材を活かす
- ・対象者（自動車、歩行者）に応じて文字・図柄等の情報を整理する

➡ 文字や色彩の工夫により、屋外広告物の広告効果を高めることができます。

位置・サイズ・仕様・デザインを検討する

P14

広告物の種類別の設置位置、規模、形態、材質に配慮する

- ・広告物の種類（屋上、壁面利用、壁面突出、建植、簡易広告物、特定屋内）に応じて、効果的な設置位置、規模、形態、材質を検討する

➡ 広告物は設置される位置によって種類があり、それぞれ効果や役割が異なります。まちなみ・建物との調和を考慮したうえで、目的に応じた種類を選択し、適切な規模（大きさ・高さ）、仕様を検討してください。

P18

地区特性に応じた広告物のデザインを配慮する

- ・本ガイドラインでは、以下のように区分し、それぞれの配慮事項を解説しています。
①景観計画重点区域（小峰城跡・白河駅周辺地区、南湖公園周辺地区、白河関跡周辺地区）、②城下町地区、③新白河駅周辺地区、④一般地域（歴史的街道沿いの集落地区、住宅地区、工業団地地区、田園・自然景観）

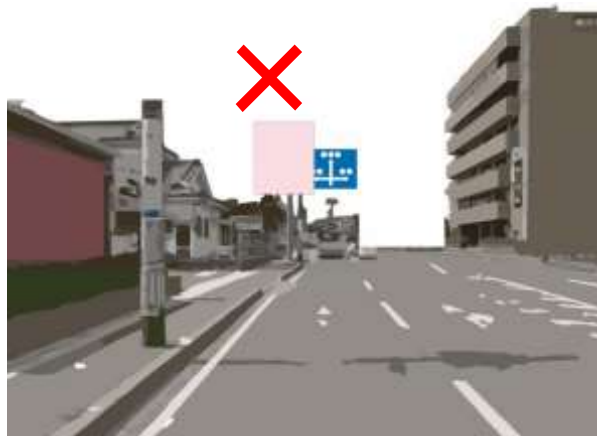


➡ 景観には、商業地ではにぎわい、住宅地では安らぎなど、地域に応じた特性があります。地域特性を考慮した屋外広告物は、白河市独自の景観を守り育てる重要な要素となります。

魅力ある屋外広告物

交通標識や交通信号 に配慮する

- 交通標識や交通信号、道路標識などへの視線を遮らない位置や規模にしてください。
- 交通標識や交通信号、道路標識などと混同するような色彩や写真等の視認性を低下させるデザインの広告物を避け、また、強い点滅照明を伴う広告物や動画映像広告物の設置を控えてください。



適切な設置、維持、 管理に配慮する

- 歩行者や自動車利用者等への安全性を確保するため、腐食、損傷しにくい材料の使用や、腐食、損傷等に有効な措置をとることに努めてください。
- 設置期間内は、定期点検等を行い、良好な状態を保つよう努めてください。



(2)色彩、文字、図柄等の配慮事項

高彩度色を避ける

- 彩度が高い色は、周囲への影響が大きいため、特に、自然景観の中では目立つ色の使用は控えましょう。
- 彩度が高い色を使う場合には、面積を小さくする、建物の低層部のみで使うなどにより、周囲への影響を最小限にしましょう。



色彩面積・色数を減らす

- 色彩を利用している部分の面積や色数が多い広告物は、見る人に混乱を与えやすくなり、情報が伝わりにくくなります。
- 何を伝えたいのかを良く考えて、色を利用している部分の面積や、色数が多くなならない様に十分気を付け、すっきりとして落ち着いた印象となるようにしましょう。



素材を活かす

- 店舗や企業イメージの形成には、素材の持つ質感は有効な手段の1つであると言えます。例えば、木材は、親しみや温かい印象を与えるとともに、歴史の積み重ねを感じさせてくれます。また、金属は、品格や洗練された印象や落ち着きなどを感じさせてくれます。
- 店舗や企業イメージを高めるため、建築物の外観デザインや外装材との調和を図りながら、素材の持つ質感を積極的に活用しましょう。

自然素材や金属などの素材色を活かした表現の

○素材の持つ色彩や質感を活かし、丁寧にデザインされた広告物は、小規模でも存在感があります。



木材や金属の素材色や特性（木材：柔らか、金属：シャープ）を活かした広告物の例

建物壁面の素材と異なる素材を活用し、質感の違いが全体として上手く調和している例

情報量を整理する

- 利用者（歩行者、自動車）に応じて、文字数や色数等を工夫し、判読性の向上を図りましょう。そのため、自動車の場合、設置する道路での走行速度に適した判読しやすい文字の大きさ、設置高さとしましょう。
- 掲載する情報は、伝えたい情報と補足する情報に分けてデザインすると判読しやすくなります。



- 表示内容を、会社名、施設名、店舗名や、ひと目で情報を伝えることができるロゴマークやピクトグラムを利用し、少ない情報量で効果的に伝え、と判読しやすくなります。

■ピクトグラムの例



ピクトグラムを活用した例

すぐに認識できるシンボルマークを使った例

- 一目で商品やサービスがイメージできるシンボルマークは、シンプルでありながらも強い印象を与え、見る人の興味をかきたてます。



酒造や日本酒を扱う店舗のシンボルとして使われ、新酒の季節の訪れを告げる杉玉



ユニークさとインパクトがあり、歩く人の目に留まりやすい商品やサービスをデザインに用いた広告物



2) 屋外広告物の種類別の配慮事項

広告物は設置される位置によって種類があり、それぞれ効果や役割が異なります。色彩、文字の大きさ、情報量や、設置位置、規模、形態など、計画段階での配慮事項など工夫に加え、以下の事項について検討してください。

(1) 建物を利用する屋外広告物

[対象] 屋上広告板(塔)、壁面利用広告板、壁面突出広告板

周辺の自然景観、歴史景観に配慮する

- 背景の山の稜線を遮らない高さとする。
- 周辺の自然景観や歴史景観との調和に配慮した素材、色彩を利用する。

周辺のまちなみ、まちづくりに配慮し、連続性、調和、賑わい等を工夫する

- 建物に合わせてスカイラインを整える。
- 建物や他の広告物との形態、素材、色彩等のバランスを考慮したものとする。



建物に対してバランスよく配置する

- 複数の広告物を掲出する場合は、集約化する、設置位置、間隔、大きさ、形状を揃える。
- 形態、素材、色彩等のデザインを統一、調和させる。特に、テナントビルではオーナーの一括管理やテナント同士が連携し、統一感を持たせる。
- 規模の大きな掲出をできるだけ抑えたものとする。
- 低層部にバランスよく配置する。



広告物の大きさを統一し、最小限とすることで、建物本来の表情が見えるとともに、見る人にとっても視点が定まり、効果的に情報を得ることができます

周辺のまちなみとの連続性に配慮したデザインの広告物を設置した例



景観配慮された建物の外観と調和した壁面利用広告物を設置した例



景観形成ガイドラインに基づき、表示面積を最小限とし、和風の素材を用いることで、修景した建物にあった広告物に変更した例

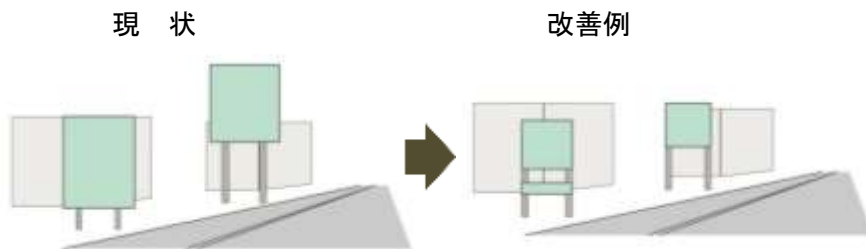


(2)建植広告物の配慮事項

■ [対象] 建植広告板(塔)

まちなみ等との調和を考え、形状や大きさを揃える・連続させる

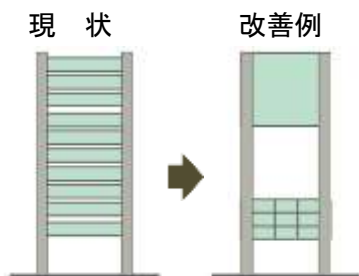
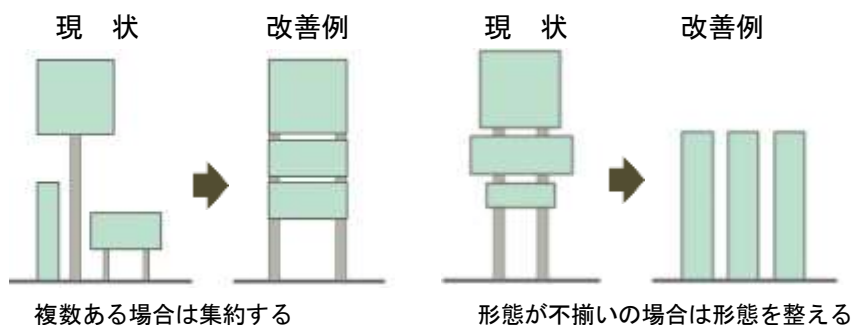
- 背景の山の稜線、他の広告物とのバランス等に配慮した高さとする。
- 設置数をできるだけ抑える。
- 場所や対象者にふさわしい大きさにする。
- 支柱を背景色に合わせる、もしくは隠す。



できる限りまとめる

複数の広告物が設置（乱立）され、形状、色彩、レイアウト、文字などが統一されていないと、お互いが打ち消しあって、本来の効果がなくなってしまいます。（減殺効果）そのため、次のような点に注意しましょう。

- 規模、形態、色彩等を揃える。
- 1つの広告物に複数の店舗名などを表示する場合は、掲示板の大きさを揃える。
- 支柱を共同で利用するなどしてひとつにまとめ、周囲の景観や建物との調和を考える。
- 掲示物件が多い場合、対象者別に情報を分ける、掲示板の数を制限する、距離を置いて設置するなどして、周囲の景観や建物との調和を考える。



表示物件が多い場合は、利用者（自動車、歩行者）を考慮して表示内容とその位置を分ける

(3)簡易な屋外広告物

■ [対象] 立看板、広告旗、はり紙、貼り札

適切な管理により効果的に活用する

- 敷地内に設置し、通行の妨げとならないようにする。
- 同じものを複数枚、連続せず、1敷地や1建物に2か所までとするなど、必要最小限の大きさ、設置数とする。
- 複数の簡易広告物を設置する場合は、そのデザインや素材を合わせる、調和したものとする。
- はり紙、貼り札を常設設置する場合は、建物壁面に直接貼りつけず、専用の掲示板やフレームに入れる。
- 営業時間外は屋内で保管する。

広告物でイメージアップを図る

- 人々に好感を抱かせ、事業者のイメージアップを図るため、色数の少ないデザイン性の高いものとするなど、地域特性や建物デザインに配慮する。
- 立看板、広告旗を常設設置する場合は、バナーやのれんなどに変えるなど、恒久的な掲示方法に変え、演出効果を高める。
- のぼり旗は仮設的な広告物としてイベント時などに短期的に設置し、効果的に利用する。



簡易広告物は、歩く人にとって最も身近な広告物であり、必要に応じて、丁寧に検討して設置することで、お店の雰囲気や季節感を効果的に演出できます

建物や他の常設される広告物と調和させ、デザインに統一性を持たせている

- 建物や常設される広告物と調和させ、丁寧にデザインされた簡易広告物は、見る人にとって優しい印象を与え、覗き込みたくなるお店づくりにつながります。



1階庇状に設置された広告物の金の文字をのれんの濃紺が引き立て、全体として品のある店構えとなっている例



建物の意匠を活かし、色彩や素材を統一させることで、温かみと洗練さが感じられる例

(4)特定屋内広告物の配慮事項

屋内から外部に向けて表示された広告物は、屋外広告物と同様に、まちなみや沿道景観に影響を与えます。また、建物の開口部を覆い隠すように広告物を表示するのは、建物本来の美しさを阻害し、好ましいものではありません。

そのため、店内の様子や提供する商品、サービスなどを効果的に伝えることができるよう、表示方法、形態、色彩などを工夫し、沿道景観や建物デザインと調和したものとしましょう。

店先の演出やまちなみとの調和を図るため、限定的に利用する

- 設置する場合は、建物の1階を基本とし、開口部を覆い隠すような掲出を避ける。
- 複数設置する場合は、1面に2か所までとし、設置位置や間隔、形態、素材を揃える、ポイント的な表現とするなどの工夫を行う。
- 高彩度の色彩は避けるとともに、面積や色数を少なくする。

特定屋内広告物とは

○白河市条例では、次のような広告物を「特定屋内広告物」として定義し、良好な景観形成に向けて努力義務を定めています。

- ・建築物の窓その他の開口部に設けられた窓ガラス、ガラス扉その他これらに類するものの内側の面に直接描き、又は直接貼付して、常時又は一定の期間継続して屋外の公衆に表示するもの
- ・開口部等の内側において直接又は間接に建築物に定着させる広告物で、常時又は一定の期間継続して屋外の公衆に表示するもの



建物そのものの外観を活かしつつ、デザインされたショーウィンドウは、建物やまちなみのアクセントとなり、歩く人の目に留まります

屋内広告物を撤去し、格子を設け、看板商品が目立つように改装した例

○通りから店内を柔らかく目隠ししたい場合、格子や商品の陳列方法を工夫することで、個店の魅力を損なうことなく、建物や周辺のまちなみと調和した構えとなります。



改善前



改善後

6. 地区特性に応じたデザインの考え方

景観には、地域に応じた特性があり、商業地ではにぎわい、住宅地では安らぎなど、それぞれの景観特性に応じた配慮が必要です。ここでは、景観特性に応じて、景観計画重点区域（小峰城跡・白河駅周辺地区、白河関跡周辺地区、南湖公園周辺地区）、城下町地区、新白河駅周辺地区、一般地区（歴史街道沿いの集落エリア、住宅エリア、工業団地エリア、自然・田園エリア）に区分し、配慮事項を整理します。

1) 景観計画重点区域

【屋外広告物の配慮事項】

○白河市の顔、歴史的なシンボル地区としての親しみを演出する

- ・地域性のデザイン（地域に根付いたシンボルや素材）や、アイコン等を活用する

○歴史的な建造物や周辺環境との調和を図る

- ・落ち着いた色彩や自然素材の活用、高さや面積を抑える等により、周辺環境への見通しに配慮する

○地区周辺の幹線道路などでは、歴史的シンボル地区と一体となった景観を創出する

- ・白河市を代表する歴史的資源を有するエリアとして、形態意匠に統一性を持たせる等、一体的な魅力を高める。

○シンボルとなる山々（那須連峰、関山）への眺望景観に配慮する

- ・広告物は必要最小限とし、集約をするなど、周辺環境、山々へ眺望景観に配慮する。

(1) 小峰城跡・白河駅周辺地区

景観形成の方針	○小峰城跡に代表される市街地形成の歴史的経緯を尊重しながら、白河市の顔としてふさわしい景観形成を進める。 ○白河市にとって重要なシンボルである小峰城三重櫓への眺望景観の十分な確保を図る。 ○大正時代に建てられた貴重な地域資源である JR 白河駅舎周辺については、大正建築のデザインを尊重し、駅舎のイメージを損なわない景観形成を図る。
屋外広告物の共通基準	○白河市の顔となる歴史拠点としての役割を尊重し調和を図ること。 ○重要なシンボルである小峰城跡三重櫓への眺望を妨げない位置、規模及び形態・意匠とすること。 ○JR 白河駅舎の大正建築デザインを尊重し調和を図ること。 ○周辺の道路沿道に屋外広告物及び掲出物件を設置する場合は必要最小限とすること。 ○公共サインは、必要最小限とし、統一性のある形態・意匠とすること。

(2) 南湖公園周辺地区

景観形成の方針	○南湖公園千世の堤を視点場とした那須連峰の眺望景観（借景）を確保するため、農政部局と調整を図り国道 294 号（旧奥州街道）より東側の農振農用地については農的景観を積極的に保全する。 ○共楽亭、翠楽苑、南湖神社等の地域資源を尊重し、南湖公園のイメージを損なわない景観形成を図る。 ○無秩序な看板類・自動販売機等は、南湖の風致に調和した誘導に努める。
屋外広告物の共通基準	○南湖公園内の自然（湖面・樹木・山並み）への眺望を妨げない位置、規模、形態・意匠とすること。 ○南湖の趣や緑豊かな景観との調和を図ること。 ○湖畔からシンボルとなる山々（那須連峰、関山）への眺望を妨げない位置、規模、形態意匠とすること。 ○周辺の道路沿道に屋外広告物を設置する場合は、必要最小限とすること。 ○公共サインは奥行きのある公園の緑を活かすため、必要最小限とし統一性のある形態意匠とすること。

(3) 白河関跡周辺地区

景観形成の方針	○白河関跡及び隣接する「白河関の森公園」と周辺の自然環境との連携を図り、貴重な歴史資源として趣のある景観を形成する。 ○建築物や看板等は、歴史資源や周辺の自然環境と調和した落ち着いた趣のある景観を形成できるようデザインや色彩に配慮する。
屋外広告物の共通基準	○歴史資源である白河関跡の趣や緑豊かな景観との調和を図ること。 ○周辺の道路沿道に屋外広告物及び掲出物件を設置する場合は必要最小限とすること。 ○公共サインは奥行きのある公園の緑を活かすため、必要最小限とし統一性のある形態・意匠とすること。

白河市の顔、歴史的なシンボル地区としての親しみを演出する



地域のシンボルである達磨が文字やマークにデザインされ、シンプルでありながら、見る人に親しみや楽しさを与えてくれる広告物



アイコンで用途を示すことで、シンプルかつ一目で伝わるデザインがされている広告物

歴史的な建造物や周辺環境との調和を図る



大正時代の駅舎がモチーフのアイコンやアクセント色（薄桃色）、字体の工夫により、落ち着いた雰囲気の中にも、建物に対する愛着や親しみが感じられる広告物



高さを抑え、地表面に設置することで、建物や周辺環境への視界を遮らないよう工夫された広告物



建物壁面の設えと合わせた素材・色彩を用い、建物を引き立てる大きさ・位置に設置することにより、建物の魅力を高めつつ、周辺環境とも調和している広告物



自然素材（木材や金属等）の質感や色彩を活かし、大きさを抑えることで、周辺環境や建物と調和している広告物

地区周辺の幹線道路沿道などでは、歴史的シンボル地区と一体となった景観を演出する



色彩や高さを抑え、外構の緑を配置することで、緑豊かな周辺環境と一体的な景観を演出している幹線道路沿道の広告物



切り文字の広告物が周辺環境への配慮を感じさせる幹線道路沿道のチェーン



落ち着いた色味、規模（大きさ・高さ）を抑えることで、周辺環境に配慮されている幹線道路沿道のチェーン店



例：南湖公園周辺地区、国道 289 号沿道における屋外広告物の考え方



○後背の緑を基調とした景観に与える影響をできる限り少なくする

○店舗として必要な情報は伝えつつ、南湖公園周辺のエリアとしての一体的な魅力を高める

シンボルとなる山々（那須連峰、関山）への眺望景観に配慮する

例：南湖公園周辺地区、南湖上流地区（千世の堤から那須連峰への眺望景観）における屋外広告物の考え方



○南湖と一体となって広がりある風景を構成する地区として、農的景観の保全と眺望景観への配慮が求められる

2) 城下町地区

〔屋外広告物の配慮事項〕

○城下町の風情を活かし、つくり、育てる

- ・歴史的なまち並みや建物と調和した、落ち着いた趣の感じられるデザインとなるよう工夫する。
(落ち着いた色彩、素材の工夫、地域固有の歴史的意匠の活用など)

○白河市の中心市街地として、歩いて楽しめるよう、低層部の賑わいや品格を演出する

- ・壁面広告物は、店舗や建物の「顔」としてデザインし、通りを歩く人へ配慮した形態意匠とする。
- ・置き看板やのれん等の簡易広告物、緑や照明等を効果的に活用する。
- ・建物の外構や商品ディスプレイが持つ広告効果を意識し、魅力ある店構えを演出する。

○城下町のシンボルである小峰城跡三重櫓への眺望景観に配慮する

- ・主要な視点場から小峰城跡三重櫓への眺望景観へ配慮し、屋上利用広告物は掲出しない。
- ・高い位置（概ね3階以上）に掲出する場合は、切り文字の使用、外壁面と調和した色彩や形態・意匠とする。

○主要な交差点周辺では、歴史的なまちなみとの調和に配慮する

- ・壁面広告物や建植広告物は、必要最小限とし、形態意匠の統一や集約を図る。

景観形成の方針

○カギ型の奥州街道の骨格を活かすとともに、由緒ある寺社仏閣や歴代大名の墓所がおかれる小南湖周辺などにあるまとまった緑地がつくり出す風情ある景観を守り育てていくため、建物の色彩やデザインに配慮した、落ち着いた雰囲気での景観形成を行う。

○主要な視点場（友月山、都市計画道路白河駅白坂線）から小峰城跡三重櫓への眺望を確保する。

屋外広告物の共通基準

○これまで維持されてきた歴史・文化を継承したまちなみや趣を守るため、城下町固有のまちなみとの調和に配慮した位置、規模、形態・意匠とすること。

○歩いて楽しめるまちなみを形成するため、低層部には賑わいを演出し、店舗の顔となる広告物を設置すること。

○眺望景観やスカイラインを守るため、高い位置への設置する広告物は、城下町らしいまちなみに配慮した規模、形態・意匠とすること。

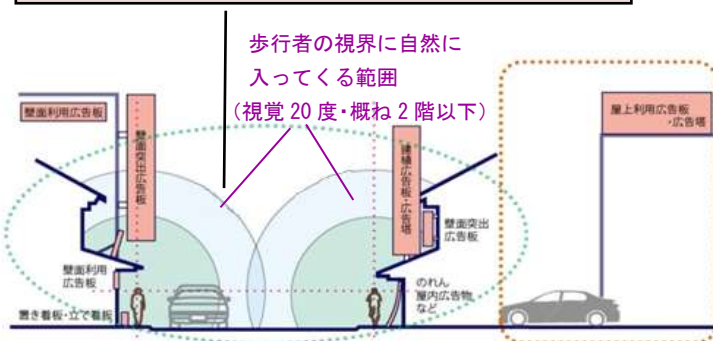
城下町地区における広告物の考え方

■低層部の賑わいや品格を演出する広告物

- 歩いて楽しめるよう歩行者の目線に入りやすい低層部の賑わいをつくる。
- 建物・店舗等の「顔」としての魅力を高める。

■歩行者スケールから外れる広告物（概ね3階以上）

- 建物としての魅力を高める。
- 通りや町並みとの調和を大切にする。



■歩行者の視点



- 2階以上の部分にはあまり目がいきません。
- 1～2階の壁面を利用した広告物や、のれん・置き看板等の簡易広告は、歩行者の目に入りやすく、まちなみの魅力を高めるうえで大切です。

城下町の風情を活かし、つくり、育てる



素材・字体などの工夫、歴史的意匠をデザインに用いることにより、歴史的な建物、まちなみと調和している例



木製の外壁の一部として広告物がデザインされている例



テナントビルや複数の広告物を掲出する場合に、デザインを揃える、集約する等により、まちなみへの影響を軽減している例



色彩や素材、文字のデザインが建物の外観と調和し、全体として品格が感じられる例



のれんや行灯との組み合わせにより、印象的に風情を演出している例



シンプルな壁面看板と、のれんや置き看板、駐輪設備とのバランスが良く、全体として印象的な店構えとなっている例

白河市の中心市街地として歩いて楽しめるよう、低層部のにぎわいや品格を演出する



商品やロゴマークがデザインされた、親しみが感じられる広告物



広告物が建物の一部として積極的にデザインされている例



素材や装飾されたフレームにより、小さくても目を引く広告物



緑との組み合わせにより、柔らかくも印象的な店構えとなっている例



低層部の賑わいを演出する簡易広告物

季節感や店主の心遣いが伝わってくる広告物は、道行く人を柔らかく引き寄せる



通りから見通せる魅力的な商品ディスプレイや商品の一部が歩く人への広告効果をもたらしている例

城下町のシンボルである小峰城三重櫓への眺望景観に配慮する



- 切り文字として、壁面や建物の意匠に配慮した色彩を用いることにより違和感なく建物と調和している広告物



屋上利用広告物は原則として掲出できない
高い位置（概ね3階以上）に掲出する場合は、
切り文字の使用、外壁面と調和した色彩や形態
意匠とする

建物全体で広告物がデザインされている例

○広告物を建物の意匠と調和させ、統一感を演出することは、建物としての魅力を高めることにもつながります。



来院者向けエントランスもシンプルな切り文字となつている

居住者向けのエントランス（左）と1階テナント（右）の広告物も、建物と調和したデザインがされている例

主要な交差点周辺では、歴史的なまち並みとの調和に配慮する



落ち着いた色彩を用いることにより、歴史的資源周辺のエリアとしての景観づくりに配慮されている広告物

城下町地区内の主要な交差点及びその周辺の地域は第2種特別規制地域等に指定されており、自己用広告物や管理用広告物は表示できますが、一般広告物の表示はできません。

詳しくは、「白河市屋外広告物の手引き」p. 10をご覧ください。

図 交差点禁止区域の対象範囲

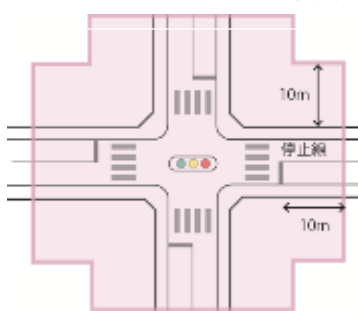
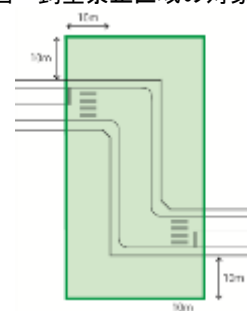


図 鉤型禁止区域の対象範囲



3)新白河駅周辺地区

【屋外広告物の配慮事項】

○白河市の財産である、南湖公園千世の堤から那須連峰への眺望景観に配慮する

- ・南湖公園方面に向けて掲出しない、低い位置に掲出するなど、千世の堤から見えないよう配慮する。
- ・影響を与える高さに掲出する場合は、切り文字、建物壁面と調和した落ち着いた色彩を用いる等の工夫をする。

景観形成の方針

○市民の商業ニーズを支える本地区は、白河市の新しい顔として土地の高度利用を図りつつ、南湖公園から那須連峰への眺望を阻害しないよう、景観法による建築物等の高さや形態に関するルールを導入する。

○新白河駅周辺の幹線道路沿道における良好な景観形成を目指し、色彩や屋外広告物等に関するルールづくりを進める。

屋外広告物の共通基準

○南湖の周辺地域に開放された広がりある風景を構成する地区として、千世の堤から那須連峰への眺望景観に影響が生じないように配慮すること。

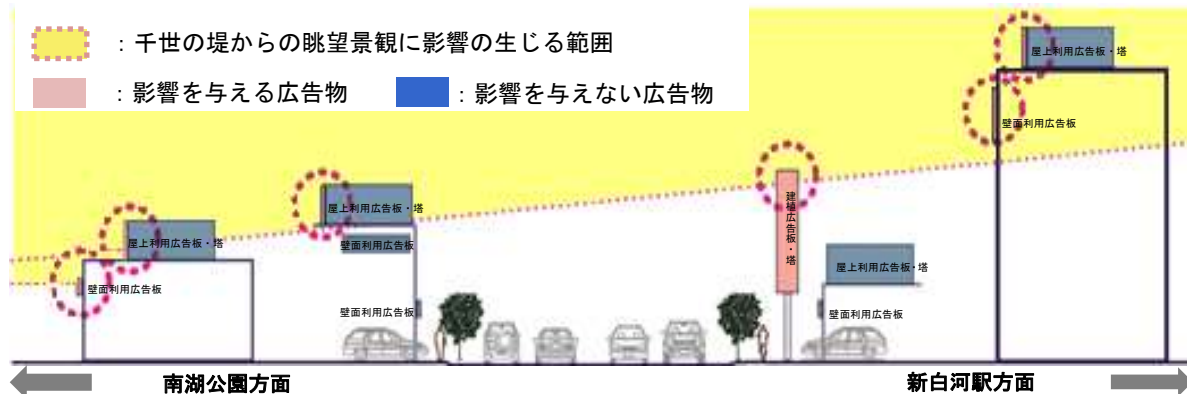
新白河駅周辺地区における広告物の考え方

■南湖公園千世の堤から見えない広告物

○規制の対象としない

■影響を与える高さに掲出される広告物

○切り文字、建物壁面と調和した落ち着いた色彩を用いる等の工夫により、千世の堤からの眺望景観へ配慮する。



新白河駅周辺地区における広告物の配慮事項



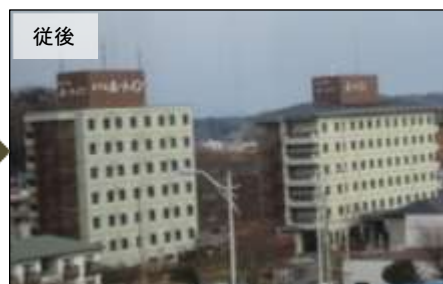
切り文字、壁面と調和した色彩を用いることで、眺望景観への影響を軽減している広告物



表示面積が小さく、後背の緑とも調和している広告物



落ち着いた色彩の切り文字を用いることで建物と調和している広告物



落ち着いた地色に表示色を白とすることで、従前よりも明確に伝えつつ、眺望景観への影響も軽減されている例

4) 一般地域

(1) 歴史街道沿いの集落地区

〔屋外広告物の配慮事項〕

○歴史的な地域の個性を活かし、つくり、育てる

- ・歴史的なまちなみや建物と調和した、落ち着いた趣の感じられるデザインとなるよう工夫する。
(落ち着いた色彩、素材の工夫、地域固有の歴史的意匠の活用など)
- ・地域で親しまれている山々への眺望景観へ配慮した形態・意匠とする。

景観形成の方針

- 歴史的街道沿いの集落地区としての統一感や調和に配慮する。
- 那須連峰をはじめとする山並み等の地域に親しまれている眺望景観に配慮する。



1階底上に設置された広告物とのれんが、歴史的意匠の建物と調和し、全体として落ち着いた雰囲気でありながら効果的な情報伝達が行われている例

歴史的意匠（生業で使用されている道具の一部）を広告物として活用することで、地域の個性を高めている例

(2) 住宅地区

〔屋外広告物の配慮事項〕

○柔らかく個性を演出し、潤いと楽しさを創出する

- ・住宅地としての心地よさや安らぎを考慮し、小規模で温かみの感じられるデザイン（素材、色彩、字体）とする。
- ・外構の緑や路面、建物と調和したデザインとなるよう工夫する。
- ・刺激的な表現（派手な色彩・電飾）は、控える。

景観形成の方針

- 低層住宅を中心とする住宅地として、落ち着いた雰囲気と潤いのある緑豊かな景観形成を図る。
- 建築物等の規模・配置や形態意匠の工夫、外構の緑化等により、住宅地の背景となる山並みの稜線や丘陵地等の地形との調和に配慮する。



外構や建物と一体的にデザインされた小規模な壁面広告物や手描きの立て看板が、訪れる人を柔らかく引き込む

周辺のまちなみと調和した色彩を用い、必要最小限の規模・形態とすることで、住宅地への影響を軽減している例

(3) 工業団地地区

〔屋外広告物の配慮事項〕

○周辺の田園・自然環境と調和し、シンプルに企業イメージを伝える

- ・企業名やロゴマークのみとするなど、シンプルなデザインとする。
- ・建物上部に設置する場合は、切り文字とするなど、建物との調和に配慮する。
- ・独立広告物は、圧迫感のないよう規模や高さに配慮する。

景観形成の方針

- 周辺の緑豊かな自然景観との調和に努めるとともに、自然環境や住環境、幹線道路からの見え方に配慮した緑豊かな景観づくりを進める。
- 建築物等の規模・配置や形態意匠の工夫、外構の緑化等により、工業地の背景となる山並みの稜線や丘陵地等の地形との調和に配慮する。



建物壁面に企業名やロゴマークがシンプルにデザインされている例
シンプルでありながら、コーポレートカラーをアクセントとして用いることで、建物に表情を与えている

商品ブランドの広告物の大きさ、地色を統一することで、バランスよく配置されている例

(4) 田園・自然景観

〔屋外広告物の配慮事項〕

○地域で親しまれ、郊外の背景となっている田園・自然景観を守る

- ・周辺の緑豊かな田園・自然景観に配慮した落ち着いた色彩を用いる。
- ・広告物は必要最小限とし、集約をするなど、周辺環境、山々へ眺望景観に配慮する。
- ・白河市を代表する田園・自然景観を有する場として、エリアとしての一体的な魅力を高める。
(デザインの形態意匠に統一性を持たせる等)

景観形成の方針

- 阿武隈川流域、社川流域、隈戸川流域に広がる田園は、里山にいだかれた特色ある風景をつくっていることから、背景となる山並みや自然風景と調和した景観づくりを進める。
- 田園内を通過する道路沿いの広告の秩序化、田園風景にふさわしいデザインの検討を進める。
- 西側に広がる那須連峰、関山及び権田倉山などのふるさとの山として地域に親しまれている山並み、八溝山麓への眺望景観の保全を図る。



広告物を集約し、落ち着いた色彩を用いることで周辺の自然環境への影響を軽減している例

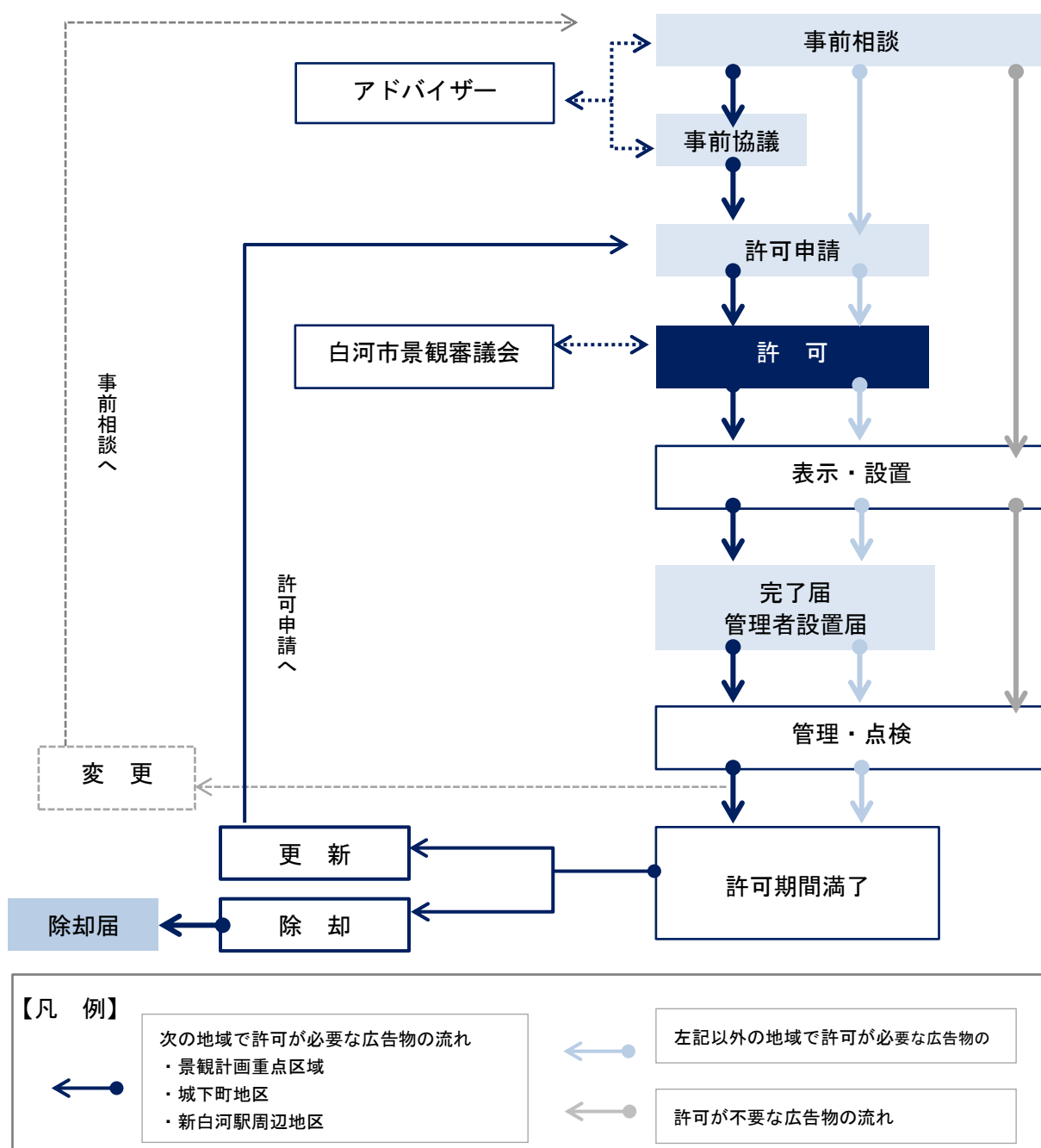
周辺環境への視界を遮らないよう工夫された広告物は、シンボルとなる山々への視点場となっている

7. 屋外広告物の手続き・管理・点検

1) 許可の手続き

- 屋外広告物を設置する際には、事前に窓口で相談してください。
- 景観計画重点区域、城下町地景観計画重点区域、新白河駅周辺地区で屋外広告物を設置する場合は、許可申請の30日以上前に、市長と書面で事前協議が必要です。なお、事前協議では専門家の助言を行うこともあります。
- 上記以外の区域でも、事前相談・協議を受け付けています。
- 屋外広告物を掲出する場合には、一部の適用除外を除きあらかじめ市長の許可が必要です。許可に係る申請は所定の様式に従って行ってください。

図 許可手続きのフロー



2) 適正な管理

維持・管理の必要性

○屋外広告物は、設置段階で強度計算や対候措置を取っていても、老朽化等による落下事故等を引き起こすことがあります。また、水分等による金属材料の腐食や部材のたわみ等が進み、外見上は問題なくても、内部が腐食していることもあります。さらに、内部の水を除去するための排水穴なども、埃などで詰まることもあります。

○著しく退色、破損、老朽化しているものは、広告主や管理者などが法的な措置を受ける可能性があるばかりではなく、モラルも問われかねません。

管理義務の明確化 安全点検の義務化 点検結果の報告義務

○令和3年7月7日より屋外広告物等の表示者・設置者、管理者、所有者、占有者全員に管理義務が明確化されました。

○市内で掲出・表示されている全ての屋外広告物等（貼紙、貼札等、立看板などの一部を除く）を対象に安全点検の実施が義務付けられました。

○許可を受けている屋外広告物等は、許可更新申請の際に、3か月以内に実施した点検結果を記録した「屋外広告物点検結果報告書」を提出することが義務付けられました。

定期検査の実施

○屋外広告物の設置後は安全の確保が特に重要であることから、定期的な検査を行い、安全性を確保することが重要です。また、適正に管理された屋外広告物は、良好な景観形成にも寄与します。

○業者による定期点検とともに、日常の中で目視での安全点検を行い、異変に気付いた場合等は、専門業者に連絡しましょう。

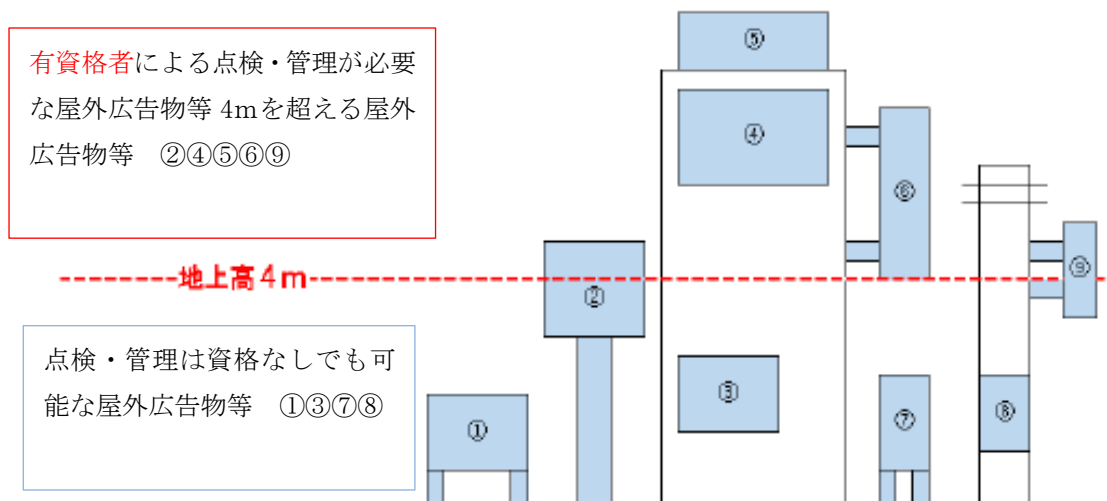
有資格者による点検と 管理

○令和4年7月1日より地上から屋外広告物等の上端までの高さが4mを超えるものは資格を有する者に点検を行わせなければなりません。また、管理者も有資格者である必要があります。

【点検・管理の資格者】

- (1) 屋外広告士
- (2) 1・2級建築士
- (3) 職業訓練指導員等
- (4) 日本屋外広告業団体連合及び日本サイン協会が実施する点検技能講習の修了者
- (5) そのほか市長が適当と認める者

4mを超える屋外広告物等



点検項目（日常点検）

○日常的に点検を行い、早期に異常に気が付くことが大切です。下記について普段から目視点検を行いましょう。

- ①支柱の根元からサビが出ていませんか（建植広告）
- ②看板がかたむいていませんか（建植広告）
- ③ブラケット部よりサビがでていないか（袖看板）
- ④看板は壁から垂直に付いてますか（袖看板）
- ⑤アクリル板にひびが入っていませんか（共通）
- ⑥アクリル板が外れそうではありませんか（共通）
- ⑦パネル（表示面）ががたついていませんか（共通）
- ⑧照明の不点灯などはありませんか（照明付広告）
- ⑨照明器具は傾いたり、外れかけていませんか（外照式広告）
- ⑩看板部材が欠落していませんか（共通）



主要部材のサビ



基礎のヒビ

点検項目（更新申請時）

○更新時の点検結果報告書に必要な点検項目は下記のとおりです。

部位	主な点検項目
1. 基礎部・上部構造	①上部構造全体の傾斜、ぐらつき ②基礎のクラック、支柱と根巻との隙間、支柱ぐらつき ③鉄骨のさび発生、塗装の老朽化
2. 支持部	①鉄骨接合部の腐食、変形、隙間 ②鉄骨接合部のゆるみ、欠落 ③枠組み部材の破損、ボルト、ビス等の欠落、ゆるみ
3. 取付部	①アンカーボルト・取付部プレートの腐食・変形 ②溶接部の劣化、コーキングの劣化等 ③取付対象部（柱・壁・スラブ）・取付部周辺の異常
4. 広告板	①表示面板・切り文字等の腐食、破損、変形、ビス等の欠落 ②側板、表示面板押さえの腐食、破損、ねじれ、変形、欠損 ③広告板底部の腐食、水抜き孔の詰まり
5. 照明装置	①照明装置の不点灯、不発光 ②照明装置の取付部の破損、変形、さび、漏水 ③周辺機器の劣化、破損
6. その他	①装飾、振れ止め棒、鳥よけ、その他付属部材の腐食、破損 ②避雷針の腐食、損傷 ③その他点検した事項（ ）

●広告物の「安全」が支えるもの

「看板が落下し、ケガを負わせたら・・・」
「看板がよごれていたりしたら・・・」
企業の顔である看板の「安全」が製品やサービスの「信用・信頼」「ブランド・価値」さらには企業の「収益」を支えています。



「オーナーのための看板安全管理ガイドブック」より

●看板の安全管理などについての参考資料

- ①オーナーのための看板安全管理ガイドブック
(屋外広告物適正化推進課委員会発行)



- ②白河市屋外広告物安全管理指針
(白河市建設部都市計画課)





問い合わせ／相談窓口

■許可申請手続き等

屋外広告物の許可申請手続きなどの相談や問い合わせは、都市計画課で行っています。

白河市建設部都市計画課景観係
〒961-8602 福島県白河市八幡小路 7-1
TEL 0248-22-1111、FAX 0248-24-1854

■福島県屋外広告美術協同組合

屋外広告物の設計、施工、設置を行う広告事業者の具体的な相談が出来ます。

福島県屋外広告美術協同組合
〒960-8141 福島県福島市渡利字西の内 25-11
エスレートワタリ 2 号室
TEL 024-524-0937、FAX 024-524-0938

発行 平成 29 年 4 月

変更 令和 6 年 11 月