

B: 眺望のある広告景観

壮大な山並みや海岸線への清々しい眺めを守る

遠く水平線まで見渡せる海浜、日本百名山である岩木山、八甲田山への眺望など、青森県にはダイナミックな自然環境があります。広告物を抑制することで素晴らしい眺めを守り、良好な景観づくりへ寄与します。

■ 海への眺望を大切にする

■ 山への眺望を大切にする

■ 高台からの眺望を守る



青森県青森市



青森県青森市



青森県弘前市



青森県深浦町



富山県富山市

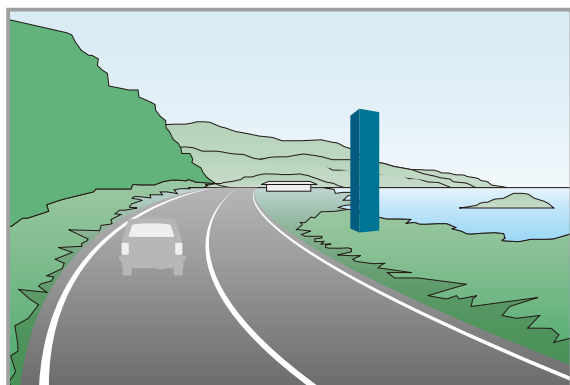


青森県田舎館村

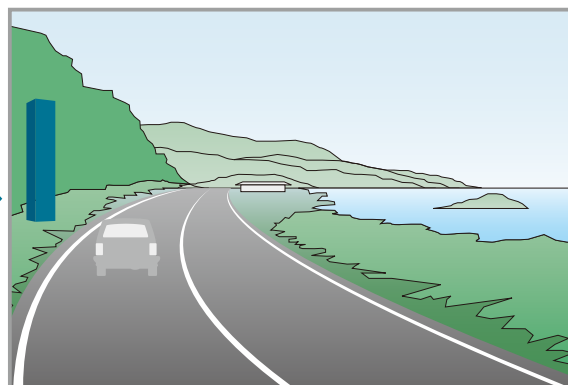
■海への眺望を大切にする

眺望方向に広告物を設置しない

海への眺望を確保するため、海側への設置は避ける。



「眺望方向に広告物を設置しない」



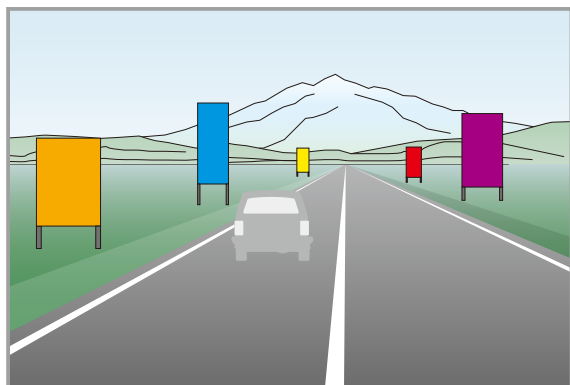
■山への眺望を大切にする

表示面の彩度を抑える

鮮やかな緑や空の青を引き立てるよう、大きな面積となる部分は彩度を抑え背景と調和するようにする。

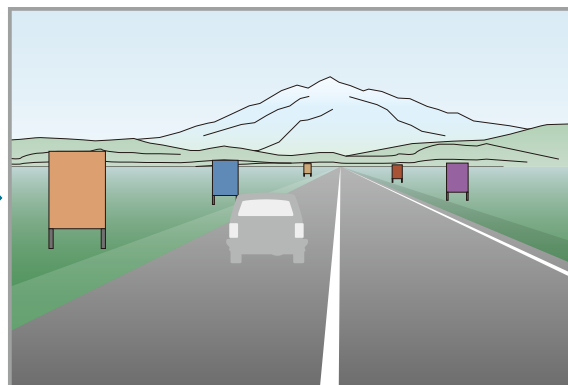
高さは背景の山並みの高さを意識する

山頂から麓まで広がる景観を楽しめるよう、広告物の高さは抑える。



「表示面の彩度を抑える」「高さは背景の山並みの高さを意識する」

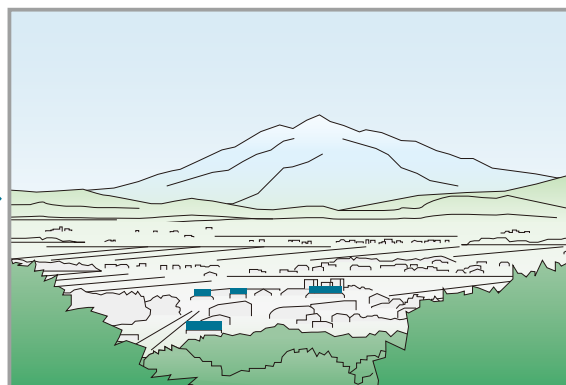
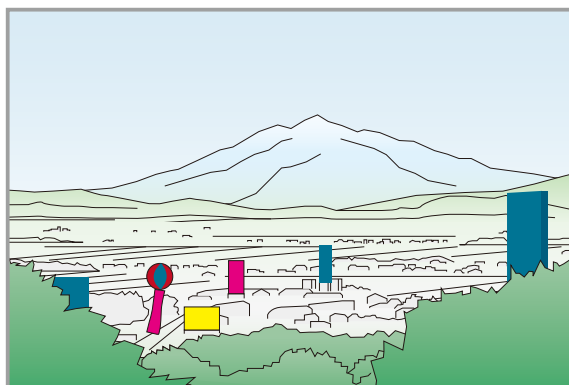
※必要最小限の表示のみとする



■高台からの眺望を守る

眺望を阻害しない

広告物が周辺から突出していないかを意識し、設置位置やサイズ、形状および色彩を計画する。



「眺望を阻害しない」

参考事例



岩木山の眺望を確保するために広告物が撤去された事例



良好な眺望景観 ー青森県黒石市ー

C: ロードサイドの広告景観

まちとまちを結ぶ、都市の背骨となる広告景観をつくる

様々な形状、高さ、大きさの広告物が乱立しがちなロードサイドは、一定の秩序を与えることで各々の広告物への視認性が向上し、広告効果を高めることへとつながります。

- スカイラインを整えるよう、隣り合う広告物とのバランスを保つ
- 道路の幅員に応じて大きさを整える



スイス インターラーケン



青森県五所川原市



アメリカ ラスベガス



富山県富山市



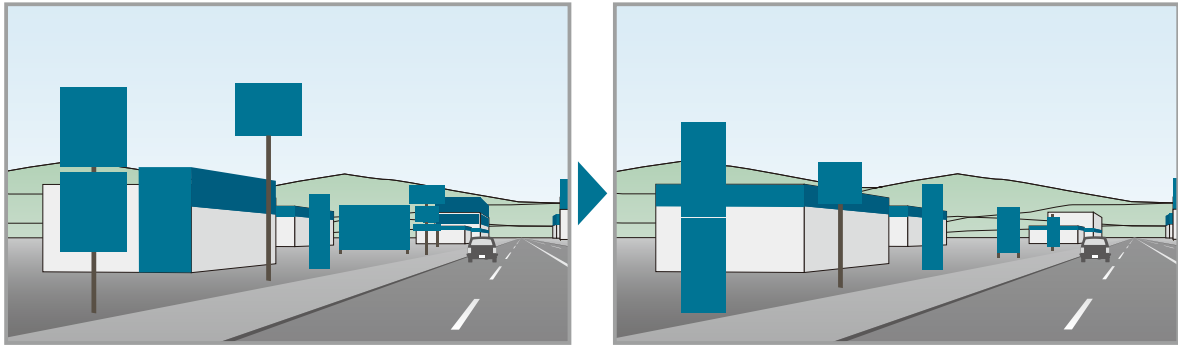
神奈川県川崎市



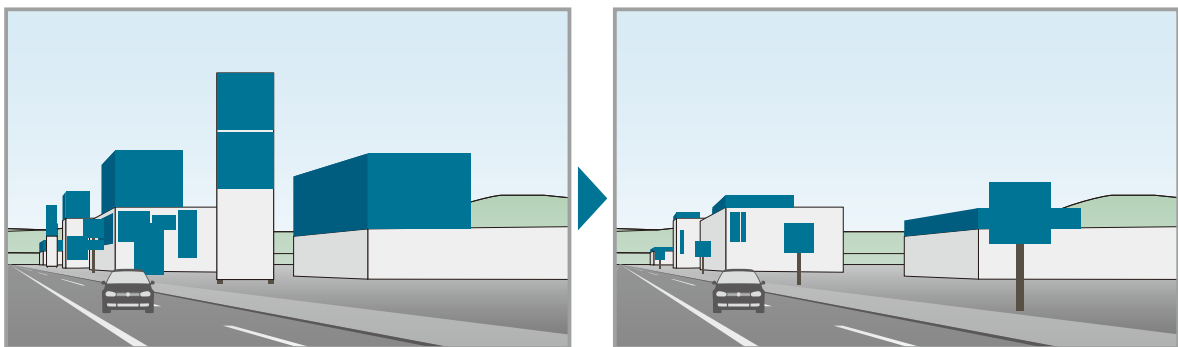
長野県大町市

■スカイラインを整えるよう、隣り合う広告物とのバランスを保つ

高さを揃える	広告物の地上からの高さを隣接する周囲の広告物や建築物と揃える。
形を揃える	広告物の縦横比率を隣接する周囲の広告物に揃える。
設置間隔を十分に確保する	設置間隔を十分に取り、隣接する広告物の視認性を阻害しない。
設置位置を揃える	道路境界からの設置位置を揃える。
見通しを良くする	看板下部を柱状にするなど視界を妨げない工夫をする。



「高さを揃える」「設置位置を揃える」「設置間隔を十分に確保する」



「高さを揃える」「形を揃える」「見通しを良くする」

参考：シミュレーション



高さを7m以下にした場合

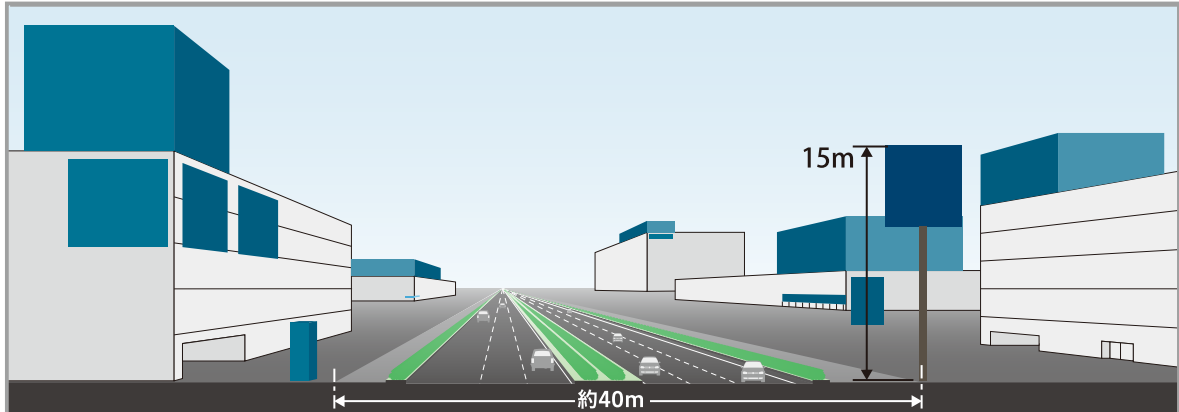


■道路の幅員に応じて大きさを整える

圧迫感の少ない高さや面積にする

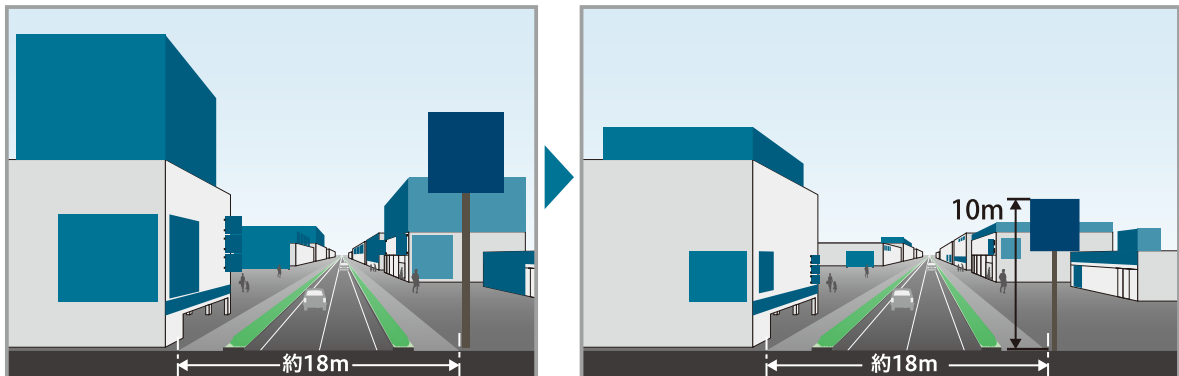
幅の広い国道やバイパス、幅の狭い県道や市町村道等、それぞれ道路幅員に応じた高さや面積にする。

幅の広い道路の場合



幅の広い道路では、空間が開けているため、比較的大きな広告物の掲出でも圧迫感を感じない

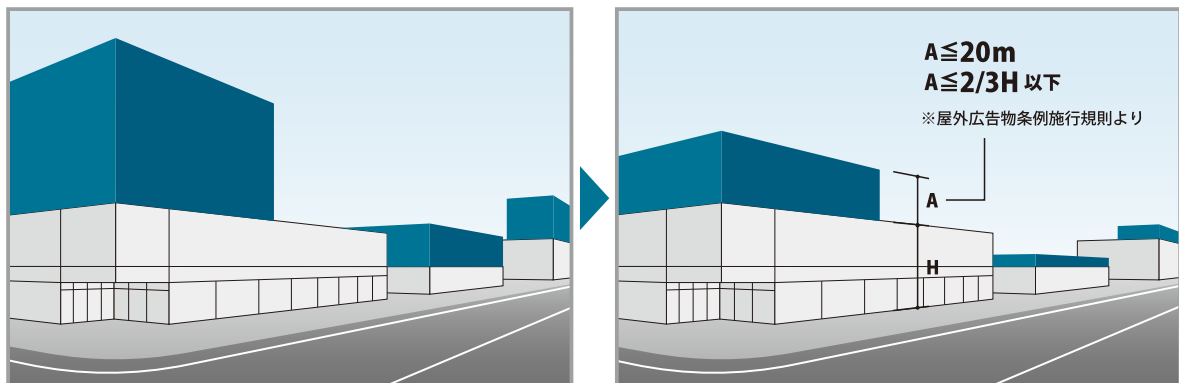
幅の狭い道路の場合



幅の狭い道路では、見通しが悪くなるため、道路幅に応じた大きさにすることで、圧迫感を感じさせないようにする

建築物とのバランスを考慮する

建築物の屋上を利用した広告物は、高さや面積が建築物としての一体感をもった適切なサイズとする。



「建築物とのバランスを考慮する」

D: 市街地の広告景観

まちの生活、文化、賑わいの中心となる広告景観をつくる

街路における1階部分では歩行者への賑わい空間をつくり、2階以上の高さでは歩行者とドライバーに対して秩序ある広告物を掲出することで、広告効果の高い、良好な景観づくりへとつながります。

■ 歩行者空間の賑わいをつくる

■ 広告物で街並みを整える



東京都台東区



アメリカ ニューオーリンズ



千葉県柏市



東京都新宿区



東京都台東区



三重県伊勢市

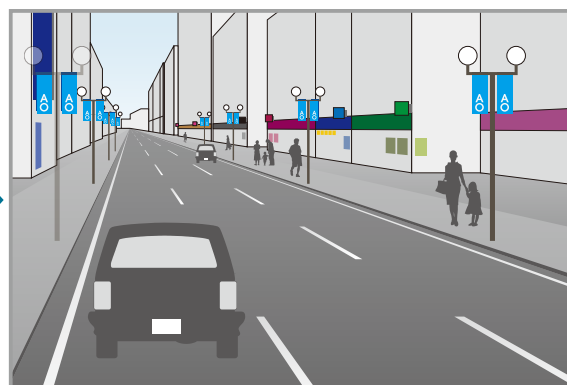
■歩行者空間の賑わいをつくる

1階部分のデザインを意識する

駅前通りなど人通りの多い場所では、一階部分の入口周りのデザインを沿道全体で考える。

歩行者空間の連続性をつくる

素材や色彩、形状に共通性を持たせるなど、歩行者空間の連続性をつくる。



「歩行者空間の連続性をつくる」

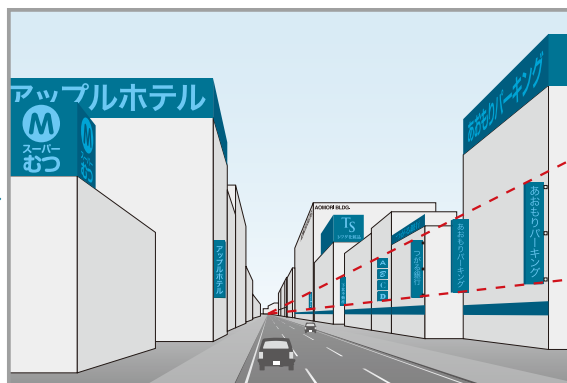
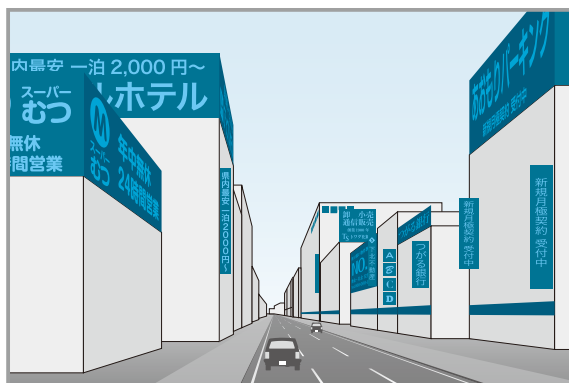
■広告物で街並みを整える

そで看板を揃える

隣接するそで看板は、壁面からの出幅や、上端・下端を揃える。

情報量を抑える

ビルや商店の広告物は、名称やロゴマーク等、最低限の情報とする。



「そで看板を揃える」「情報量を抑える」

E: 観光地・観光ルート of 広告景観

目的地へ適切に導くとともに、旅の高揚感を高める

観光地の玄関口や観光ルート上の広告物は、観光資源の案内誘導だけでなく、観光地のイメージを伝え、賑わいづくりの役割を担います。魅力的な広告物により独自性や活力のある景観づくりが期待できます。

- 目的地まで分かりやすく案内する
- 観光地の魅力が伝わる表現にする
- 景観へ配慮した集合看板により情報を集約する



福島県北塩原村



福島県会津若松市



福島県猪苗代町



長野県長野市



長野県安曇野市



長野県駒ヶ根市

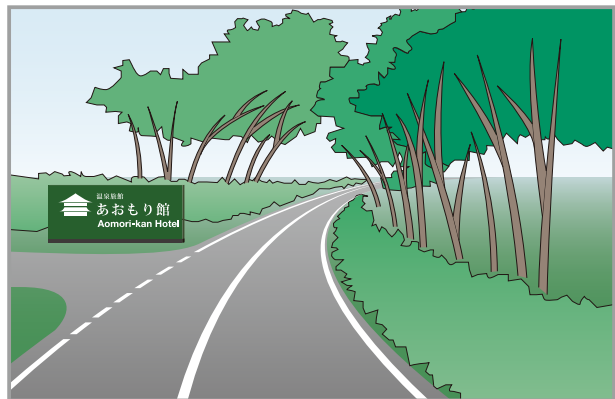
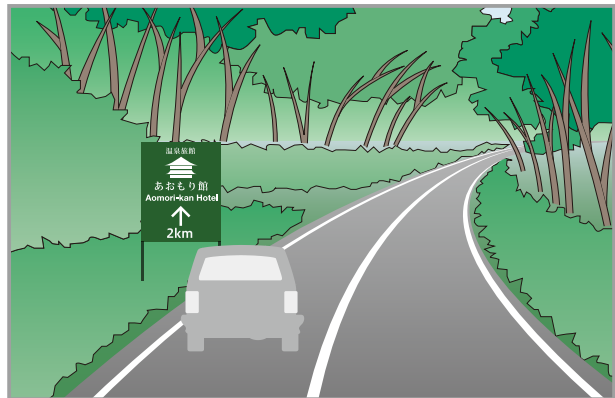
■目的地まで分かりやすく案内する

連続性、統一感のある表現をする

同一の目的地（施設）へは、的確な場所に繰り返し同じ内容を示すことで来訪者へ安心感や期待感につながる。

外国人観光客にも わかりやすい内容にする

設置場所、表示面の大きさに応じて、情報量に配慮しながら的確な外国語表記を進める。



「連続性、統一感のある表現をする」

■観光地の魅力が伝わる表現にする

地域や資源のイメージが
伝わるような計画をする

広告物の形状、色彩、素材に共通性をもたせ、地域の
独自性を発信する。

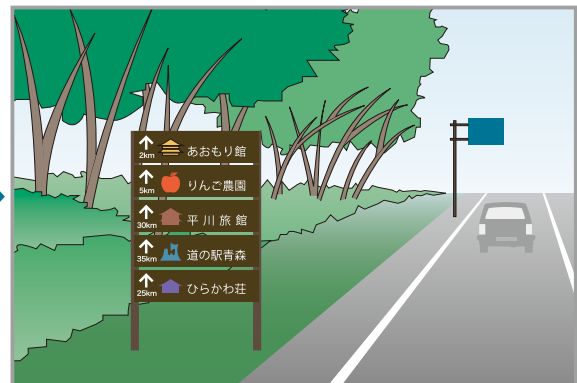
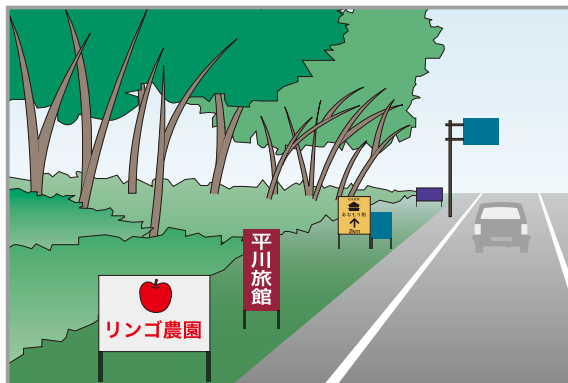


「地域や資源のイメージが伝わるような計画をする」

■景観へ配慮した集合看板により情報を集約する

集合看板で
観光地のまとまりを示す

複数の広告物はまとめて設置することで、観光地域の
集積や回遊性を観光客に伝えるようにする。



「集合看板で観光地のまとまりを示す」

3章 地域の特性を発信するために

3-1.青森県内の事例

地域の個性を生かしたまちづくりの取組みは、景観整備や住民参加による活動が大切です。

■三沢市

事業名:アメリカ村「街づくり協定

(街なみ景観協議)」

事業主体:三沢市

三沢市のアメリカ村整備事業により、店舗を建て替える際、各商店会および町内会で、地域らしい統一看板を設置するという条項を盛り込んだまちづくり協定書を締結しています。



■黒石市

事業名:ねぶた灯籠

事業主体:社団法人黒石青年会議所

伝統的な建造物が立ち並ぶ黒石市のみせ通りです。かつての「こみせ」の風景を今に再現し、現在も新たなまちづくりにむけて取り組みが続けられています。通りにある看板は伝統的な建物の雰囲気に合わせて設置され、城下の情緒を漂わせています。



■弘前市

事業名:中土手町商店街環境整備事業
実施主体:弘前市中土手町商店街振興組合

各店舗のイメージが表現されたサインを統一して設置することで、商店街としてまとまりのある雰囲気をつくり出し、レトロな街並みを引き立てています。



■十和田市

事業名:市街地歩行者サイン整備事業
実施主体:十和田市

「十和田市中心市街地活性化基本計画」の整備方針に基づき、中心市街地の回遊性を高め、歩いて楽しめるまちづくり実現のために、歩行者用誘導案内標識を整備しています。



3-2.青森県外の事例

青森県外の広告物によるまちづくりの取り組みをご紹介します。

■おはらい町【三重県伊勢市】

神宮の門前町として古くから発達してきた伊勢市は、内宮おはらい町をはじめ古い街並みが残されており、それらの街並みの保全と整備を推進しています。個々の店舗はもちろん、コンビニエンスストアに至るまで古い街並みのイメージを踏襲しています。



■谷中銀座商店街【東京都台東区】

商店街には昔ながらの個人商店を中心に様々な業種の約70店舗が全長170メートルほどの通りに並んでいます。平成18年に共通袖看板の設置、20年には猫のストリートファニチャー設置も実施し、商店街の観光や散策の地としての魅力を高めています。



■「のれん」による町づくり【岡山県真庭市】

美作三湯で有名な湯原温泉の近くに位置する真庭市勝山は、1985年に「町並み保存地区」として指定されました。旭川に沿って800mほど続く保存地区に立ち並ぶ商店や民家の軒先には、それぞれが異なるデザインの「のれん」が掲げられています。この町並みが注目を浴び、訪れる観光客が増加しています。



■湯原温泉郷【岡山県真庭市】

湯原温泉郷は温泉番付で西の横綱とされた湯原温泉郷。第50回の節目を迎える地元の祭「はんざき祭」をベースに、シンボルとなる「はんざきマーク」を公共サインをはじめのぼり旗などを展開し、地域と一体となった景観づくりを行っています。



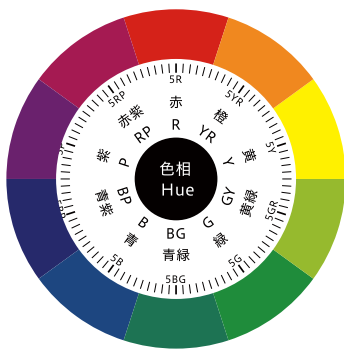
参考資料：広告景観を考えるためのデザインの基礎知識

■屋外広告物の色彩について

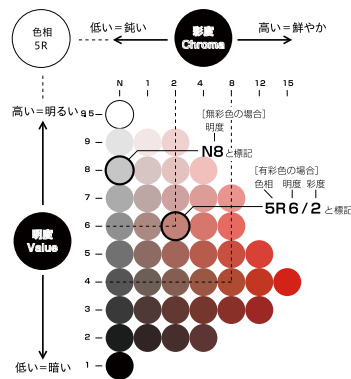
屋外広告物における色彩は、商業地域の賑わい創出などの目的から、できるだけ目立つように華やかな色彩が用いられる傾向があり景観に大きな影響を与えています。色彩は景観との調和や安全性の確保のために重要な要素です。色彩の属性とその性質を理解しておきましょう。

色彩の基礎知識（マンセル値）

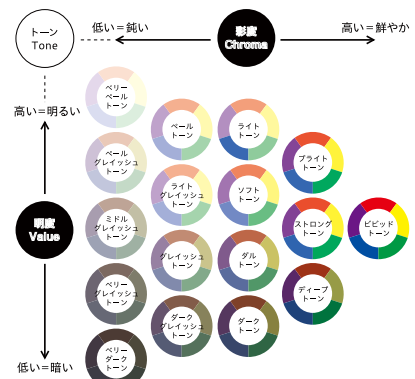
色は、色相・明度・彩度の3つの属性で表されます。これを組み合わせて色を表す仕組みが、マンセル表色系です。色相は色味、明度は明るさ、彩度は色の鮮やかさを表します。マンセル記号では、色相・明度・彩度の表記方法で、全ての色を数値記号で示します。明度、彩度が近い色同士は、色相が異なっても調和のある色の組み合わせになり、これをトーンと呼びます。



マンセルの色相環



同じ色相の明度と彩度

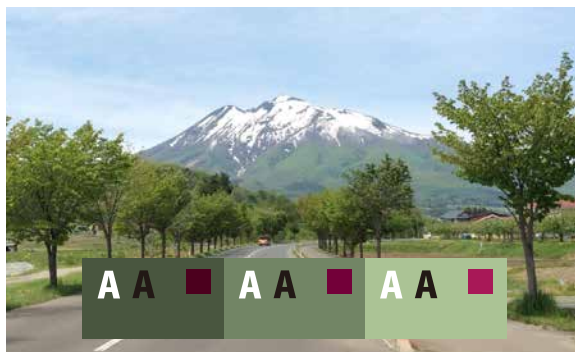


色彩計画におけるトーン

色彩選定の例

屋外広告物が設置される場所には、必ず背景があり背景にも様々な色があります。屋外広告物の色を決める場合には背景との関係性を考慮し、広告物を背景と調和させる必要があります。

自然景観型



背景色は、路面のグレー、木々の緑、空の青などが主となります。広告物の板面にはそれらに調和する色（近似色または補色）の彩度を抑えた色を用い、明度でコントロールすることで背景と調和しやすくなります。

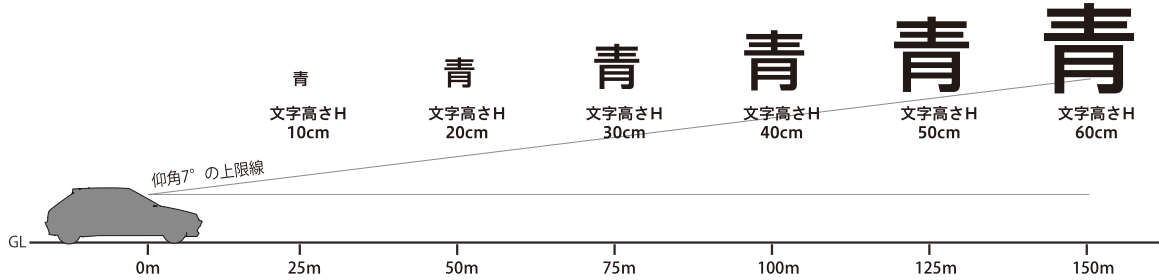
市街地景観型



背景色は路面のグレー、建物の壁面色（主にウォーム系で低彩度の色）が主となります。広告物の色は建物や街並みと調和する色を選定し、近隣の広告物との全体調和を図ることで地域全体の広告効果を高めます。彩度の高い色を用いる場合は面積を小さく使用します。

■可読距離と文字サイズについて

屋外広告物に用いる文字の大きさを決める目安としては【文字の高さ×250＝可読距離】があります。例えば、10mくらい離れて見る置き看板では文字の高さは4cmあれば良いことになります（漢字9画の場合）。アルファベットや数字はその50%＝2cmあれば十分です。



文字の可読距離



【文字の高さH×250＝可読距離】

H
視認距離50mの場合、
文字高さは20cm

道路標識の文字寸法

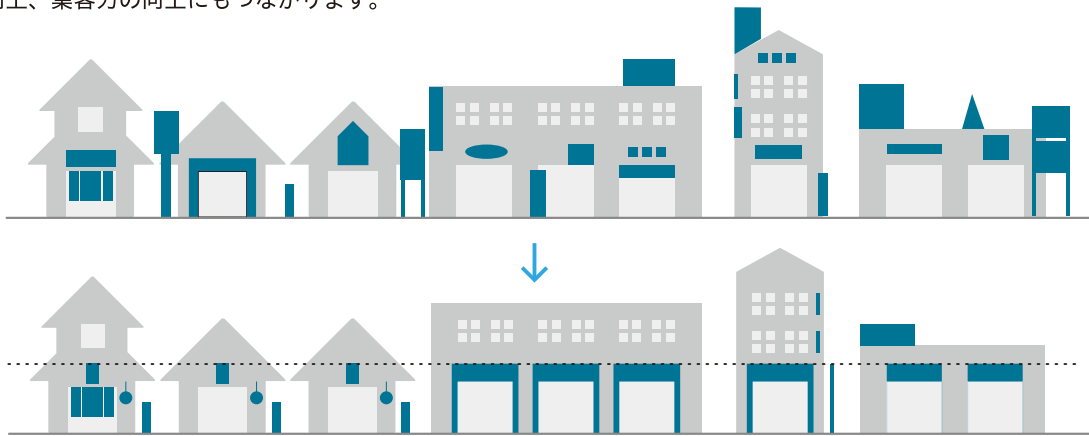
自動車速度／時速	日本語文字高
30km以下	10cm
40～60km以上	20cm
70km以上	30cm
高速道路	50cm

※道路標識設置基準より

■街並みを考えるための視点

屋外広告物の設置位置、大きさ、かたちは、個々の広告物だけではなく、街並み全体で考えることが大切です。

地域、商店会等でルールを決めるなど、秩序ある広告物の計画を行うことで、魅力的な街並みが形成され、好感度の向上、集客力の向上にもつながります。





お問い合わせ

青森県 県土整備部 都市計画課

青森市長島一丁目1番1号

電話:017-734-9681 FAX:017-734-8196

業務委託:公益社団法人日本サインデザイン協会(SDA)