



まちなみづくりと屋外広告物

長堀通広告物景観形成地区基本計画



はじめに

社会、経済、文化活動にともない街には、さまざまな広告物が多数掲出されています。

屋外広告物は、ある面では街を活気づけるものですが、無秩序に掲出されると美観をそこなうことになり、また設置工事や維持管理が適正に行われていないと、安全性を損ねるおそれがあります。

大阪市では、都市における美観風致の維持及び人々に対する危害防止の観点から、屋外広告物法に基づき大阪市屋外広告条例を設けて、屋外広告物の規制及び指導を行っています。

広告物景観形成地区とは

大阪市では、美しく魅力ある大阪の都市景観の形成を図っていくために、広告物景観形成地区制度を大阪市屋外広告物条例で規定しております。

この制度は、地域ごとの特性を活かした規制・誘導が図られるよう許可基準を強化したり、緩和したり、あるいは誘導基準を設けることで広告物の誘導を図り、良好な景観を形成しようとする制度です。

長堀通にふさわしい広告物景観を

長堀通地区は、クリスタ長堀や一流ブランド店の進出等により、おしゃれな商業系施設地区としてのイメージが高まりつつあり、東西方向の新たな都心軸として大阪のシンボリックな通りとなろうとしています。

また、大阪市都市景観条例に基づく「都心中央部景観形成地域」に含まれ、景観面を考慮しなければならない地域といえます。

そこで大阪市では、長堀通地区を「広告物景観形成地区」に指定し、適正な基準のもとに地区の特性に応じた広告物のあり方を誘導することによって、美しい広告景観の形成をめざすこととしました。



長堀通の広告景観づくりの基本目標

魅力あるショッピングストリートを演出し、 美しく洗練されたイメージを高める広告景観づくり

商業系施設(主に低層部)における広告景観づくり

主に1, 2階の低層部に集まる商業系施設は、近年のブランド店舗出店などのように、長堀に新しいイメージを生み出す牽引役の役割を果たしています。

広告物についても、長堀通の商業施設にふさわしい、美しく洗練されたショッピングストリートとなるような広告景観づくりをめざします。



業務系施設にふさわしいシンプルで控えめな広告景観づくり

業務系施設(主に中高層部)における広告景観づくり

もともとミナミの業務中心として発展してきた長堀通ですが、近年の街の変化と共に業務系施設は3階以上の中高層部に集まるようになりました。

業務系施設については、ビジネスの顔としてふさわしいシンプルで控えめな広告景観づくりをめざします。



街並みの見通しのよさを活かすように配慮した広告景観づくり

見通し景観における広告景観づくり

長堀通は、高架道路が上空をふさがない東西の大通りとして、その都心最大のゆとりとるおい空間を誇っています。

沿道には商業・業務系施設が建ち並び、長堀通の広幅員な道路空間と相まって美しい街並みのスカイラインを形成しています。

このような街並みの美しさや大通り空間特性を活かし、守るような広告景観づくりをめざします。



長堀通の広告物のあり方について

低層階、中高層階、屋上のそれぞれの場所に設ける広告物について、基本目標を達成するためにお考えいただきたいこと、注意していただきたいことについてまとめてみました。

建物低層部の広告物デザイン（美しく洗練された広告デザイン）

- おしゃれな店、ブランド店等が連なる街並みのイメージをより高める広告デザイン、華やかな広告デザインを積極的にご提案ください。
- 街並みイメージにあった広告コンセプトのもとに、個々の商業系施設独自の店舗イメージを表現する美しく、洗練された広告デザインをお考えください。

建物中高層部の広告物デザイン（機能的で抑制されたデザイン）

- ビジネスの顔にふさわしい機能的な美しい広告デザインをお考えください。
- 壁面にはビル名など最小限の広告としてください。また、広告物の大きさと建物壁面のバランスに気をつけ、建物が見栄えする掲出をお考えください。
- 小型の広告物を建物のあちこちにつけると雑然とした印象が生まれますので、集約して建物のシルエットの中でうまくバランスがとれるようなデザインをお考えください。
- 中途半端な大きさ・長さでつけるのではなく、周辺建物の広告と協調して極力同一の大きさにそろえるようお考えください。
- 板の色は共通にするなど、多色を避け、建物の外壁色にマッチしたデザインをお考えください。

建物屋上部の広告物デザイン（スカイラインの形成に留意したデザイン）

- 現在の街並みのスカイライン（建物の屋根が作る街並みのシルエット）との調和についてお考えください。
- 搭状（長さ、幅に対して高さが高いもの）広告物は、遠方には目立ちますが、近隣からは全体が見えない上にスカイラインを壊すため、極力避ける方向をお願いします。
- 横長の建物に縦に細長い広告はバランスがとれません。建物のプロポーションにあった形の広告物デザインをお考えください。
- 建物屋上には空調機器や電気機械が乗せられることがありますが、これらも街並みに悪い印象を与えるので、目隠しをかねた屋上広告のデザインをお考えください。

その他

- アドバルーン、のぼり旗、広告幕、置き看板、貼り紙等簡易な広告物は街並みのイメージを壊しかねないので抑制する方向でお考えください（長堀通の屋外広告物景観形成地区内は、ポスター、貼り紙、貼り札及び立看板の掲出禁止地域です。また、道路法により、道路上には掲出できません）。

長堀通の広告物景観形成（許可・誘導）の基準

	許可基準(商工業地域)		誘導基準
	現行	地区指定後	
地上塔・板 広告物	1. 広告物の位置 広告物の高さは20m以内 2. 形態 他の広告塔または広告板と集合して設置する場合は、上下2段を超えない。	現行通り	1. 意匠 店舗イメージを表現した美しく洗練された広告デザインとする。
低層部壁面 広告物	1. 広告物の大きさ 取付壁面面積の1/3以下 2. 形態 窓や開口部をふさがない。 壁面の端からはみ出さない。	現行通り	1. 意匠 店舗イメージを表現した美しく洗練された広告デザインとする。
突出広告物	1. 設置位置 (歩道幅員4m以上の場合) 路面からの高さ2.5m以上 道路上空の突出幅1.5m以内 (歩道幅員4m未満の場合) 路面からの高さ2.5m以上 道路上空の突出幅1.0m以内 2. 形態 厚さ30cm以内 平板または箱型 上端は取付壁面の高さを超えない	現行通り	1. 形態 (中高層部)できる限り集合化を図る 2. 色彩 (中高層部)・地色は原則として低彩度色とし、高彩度色はアクセントとして使用する ・建物外壁色との調和を図る 3. 意匠 (中高層部)表示内容は、ビル名、店舗名、業務内容を基本とする。 (低層部)店舗イメージを表現した美しく洗練された広告デザインとする。
中高層部 壁面広告物	1. 広告物の大きさ 取付壁面面積の1/3以下 2. 形態 窓や開口部をふさがない 壁面の端からはみ出さない	現行通り	1. 広告物の大きさ 取付壁面面積の1/10以下の表示とする 2. 位置 取付壁面に複数の広告を設置するときは秩序化を図る 3. 色彩 地色は原則として低彩度色とし、高彩度色はアクセントとして使用する 4. 意匠 広告物の文字は表示方法やデザインを工夫する。建物の上階では最小限の表示とする。
屋上広告物	1. 広告物の高さ 建築物の高さの2/3以下 2. 形態 屋上の側端より後退した位置に設置すること。 3. その他 建築物は木造でないこと。	現行通り	1. 形態 建物のプロポーションにあった形を心がける。 広告物の支柱や機器の目隠しに配慮する。 建物の屋上から高さ12m以内に設置する。 2. 色彩 地色は原則として低彩度色とし、高彩度色はアクセントとして使用する 3. 意匠 広告物の文字は表示方法やデザインに工夫する

発行 : 大阪市建設局管理部路政担当
〒559-0034 大阪市住之江区南港北 1-14-16 大阪WTCビル 13 階
TEL 06-6615-6687~8
FAX 06-6615-6576