

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

大 阪 市

はじめに

社会、経済、文化活動に伴いまちには様々な広告物が多数掲出されています。

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

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物条例を設けて、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います。

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っており、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になろうとしています。

また、大阪市景観計画に定められた「都心中央部景観配慮ゾーン」を含み、景観面を考慮しなければならない地域です。

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目指しています。



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的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目指しています。

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（3階以上））における広告景観づくり

ミナミの業務中心として発展してきた長堀通ですが、近年のまちの変化とともに業務系施設は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目指しています。

まちなみの見通しの良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、高架道路が上空を塞がない東西の大通りとして、その都心最大のゆとりとう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まちなみのスカイラインを形成しています。

このようなまちな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目指しています。

長堀通の広告物のあり方について

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）

- 1 おしゃれな店、高級ブランド店等が連なるまちな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としてください。
- 2 まちな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としてください。

建物中高層部（3階以上）の広告物デザイン（機能的で抑制されたデザイン）

- 1 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としてください。
- 2 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としてください。
- 3 小型の広告物が点在してい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としてください。
- 4 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てください。
- 5 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としてください。

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）

- 1 現在のまちなみのスカイライン（建物の屋根が作るまちなみのシルエット）と調和するようにしてください。
- 2 屋上塔は、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、極力避けてください。
- 3 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としてください。
- 4 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、これらもまちなみに悪い印象を与えるので、目隠しを兼ねた屋上広告のデザインとしてください。

その他

アドバルーン、のぼり旗、広告幕、置き看板、はり紙等の簡易な広告物はまちなみのイメージを壊しかねないので抑制してください（長堀通の屋外広告物景観形成地区内は、ポスター、はり紙、は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	広告物の高さは 20m 以下	現行 どおり	意匠は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
地上板	広告物の高さは 5m 以下	現行 どおり	意匠は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 取り付ける壁面の面積の 1/3 以下 2 形態 窓または開口部を塞がない 壁面の端から突き出さない	現行 どおり	意匠は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		現行 どおり	1 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 2 広告物の大きさ 取り付ける壁面の面積の 1/10 以下 3 位置 取り付ける壁面に複数の広告を設置するときは 秩序化を図る 4 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
突出看板	1 形態 厚さ 30cm 以下 平板または単純な箱型 上端は取付壁面の高さを 超えない 2 設置位置 (歩道幅員 4m 未満) 路面からの高さ 2.5m 以上 道路への突出幅 1m 以内 (歩道幅員 4m 以上) 路面からの高さ 2.5m 以上 道路への突出幅 1.5m 以内	現行 どおり	1 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 2 形態 (中高層部) できる限り集合化を図る 3 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
屋上塔 屋上板	1 広告物の高さ 建築物の高さの 2/3 以下 2 形態 屋上の側端から後退した位置 に設置すること 3 その他 設置する建築物は木造でない こと	現行 どおり	1 意匠 広告物の文字は表示方法やデザインに工夫する 2 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 以内とする 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

発行：大阪市建設局総務部管理課

〒559-0034

大阪市住之江区南港北 2-1-10

ATCビル ITM棟6階

TEL 06-6615-6687

FAX 06-6615-6576

（令和6年3月発行）