

広告物基準(まちなみ創造区域)について

- ・屋外広告物は、まちの情報を広く提供し、経済活動の円滑化に不可欠なものである一方、都市景観に影響を与える重要な要素でもあります。
- ・御堂筋のうち右図の区域では、良好なまちなみや上質なにぎわい形成のための屋外広告物の指針等を示した『御堂筋デザインガイドライン』^{〔ガ〕} や、デジタルサイネージの取扱いを示した『御堂筋デザインガイドライン区間におけるデジタルサイネージ取扱要綱』^{〔要〕} を定めており、これらに沿って、本市と事業者等との対話によるデザイン協議を行っています。



背景・経過

- ・大阪・関西万博を機に、イベント開催による集客力強化の機運の高まりや、にぎわい形成に資する広告需要の高まり、地域特性に応じたエリアマネジメント活動の活性化を踏まえ、広告物基準の見直しを進めてきました。
- ・先行して、令和6年11月に、イベント対応時等の一時広告物について基準を適用除外とするガイドラインの変更を行いました。
- ・これに引き続き、さらなる基準見直しを行います。

一時広告物活用のイメージ
(令和6年11月変更)

- (暫定利用) 工事中の建築物等の周知等のために、工事の仮囲いに表示されるもの(建築物・入居テナントの名称やコーポレートロゴ等)
- (イベント対応) 講演会、展覧会、スポーツ大会、音楽会、地域イベント等のために、一時的に表示または掲出されるもの



広告物基準見直しの内容

1. 広告物の意匠等基準の見直しと明確化

当該地区の景観形成方針を踏まえ、中高層部には「風格や落ち着き」、低層部には「にぎわい」の観点から、意匠等に係る基準を見直します。

	現行	主な変更内容	
① 協議対象	「ガラス面の内側に貼り付けられる広告物」は対象外	景観に与える影響が大きい「 <u>ガラス面の内側に貼り付けられる広告物</u> 」を協議対象に追加	〔ガ〕
② 屋上広告	北地区:設置不可 南地区:規定なし	<u>南地区についても、新たな屋上広告を設置不可</u> ※既存広告物の意匠変更は可	〔ガ〕
③ 意匠等	人物、キャラクターの意匠を使用しない	アナログ <u>人物、キャラクターの意匠の使用は最小限に抑える</u> ⇒低層部において、ヒューマンスケールに配慮したものとする(表示面積0.67㎡以下) ※北地区は商標のみ	〔ガ〕
		デジタルサイネージ <u>人物、キャラクターの意匠の使用は最小限に抑える</u> ⇒表示割合が画面(最大2㎡)の1/3以下とする	〔要〕
	高彩度の利用を抑える	高彩度色の定義(概ね彩度6を超えるもの)を明記	〔ガ〕
④ 表示面積	外壁面積の1/10以内かつ50㎡以内(南地区)	<u>共同化、一体化を行う敷地については個別協議</u>	〔ガ〕

基準見直し(イメージ)

- ① ガラス面の内側に貼り付けられる広告物
- ② 新たな屋上広告の掲示を制限
- ③ 一定サイズの人物、キャラクター
- ④ 高彩度色を定義づけて抑制

2. エリアマネジメント活動と連携した広告物掲出【新制度】

地域の価値向上を図るエリアマネジメント活動と連携し、地域の特性を踏まえたきめ細やかな景観コントロールによるデザイン性の高い良好な景観形成を図ります。

- エリアマネジメント活動と連携した広告物の協議の枠組みを規定
 - ・新しく創設する「大阪市エリアマネジメント活動計画認定制度」と連動したエリアマネジメント団体との協議の枠組みを規定します。
- 広告物基準の緩和
 - ・エリアマネジメント活動計画の認定と、エリアマネジメント団体による質の高いデザインコントロールを前提として、以下の項目に係る基準を緩和します。

