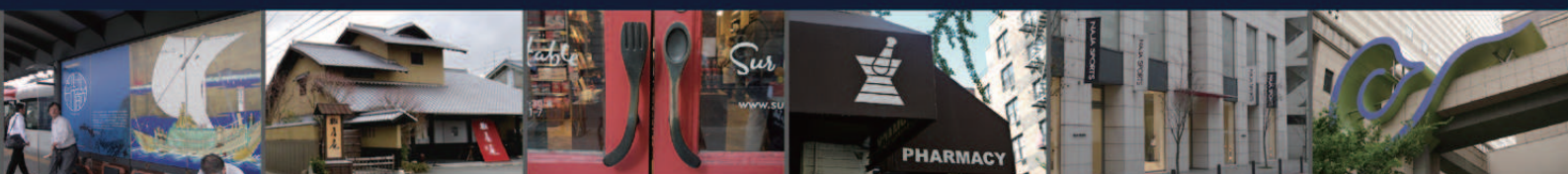


福岡県の屋外広告物 ルールと適正化方針

まちに活気と潤いを与える美しい屋外広告物をつくりましょう



目次

page 01

はじめに | p.01

02

01. 福岡県屋外広告物制度について | p.2-3

04

02. 福岡県屋外広告物条例概要 | p.4-7

08

03. 効果的な屋外広告物とは | p.8-9

10

04. 屋外広告物の計画 | p.10-11

12

05. 福岡県の地域別デザインの考え方 | p.12-15

16

屋外広告物取扱窓口・連絡先 | p.16

はじめに

福岡県では『景観』を、地域の発展に関わる大切な資源のひとつとして、受け継ぎ、守り、育てています。景観は、空、山の稜線、河川など自然的なものや、建築物、橋梁、道路など人工的なもので構成されており、屋外広告物も景観を構成する重要な要素のひとつです。

福岡県内に掲出される屋外広告物は、福岡県屋外広告物条例により掲出される場所や大きさが規制されています。平成23年度に、屋外広告物の現況調査をした結果、違反物件や、著しく景観を阻害する物件があることがわかりました。

条例を厳守することは、掲出者の義務ですが、景観に配慮することも掲出者が果たす大切な責務です。

地域の県民、事業者や商店主、消費者や利用者、それぞれにメリットがある効果的な屋外広告物をみんなで考えましょう。

▶しおり P.〇〇は、「福岡県屋外広告物のしおり」のページを指しています。福岡県屋外広告物条例をわかりやすく解説しています。合わせてご参照ください。

しおり P.1◀

屋外広告物の掲出には、許可申請が必要です。

屋外広告物とは、

屋外で常時又は一定期間公衆に掲出されるもので、広告板、広告塔、広告幕、立看板、はり紙などの広告物。建物や電柱などを使用し掲出するものも含まれます。

内容が、営利目的の商業広告だけでなく、非営利のものも該当します。

しおり P.11◀

屋外広告物許可申請とは、

屋外広告物を掲出する場所を管轄する、市町村長の許可が必要です。

許可期間を越える場合は、更新が必要です。

一部、許可申請の適用除外となる広告物があります。

しおり P.12◀

屋外広告物業登録とは、

福岡県内で、屋外広告物の工事を請負い、設置することを「業」として営業する事業者は、知事の登録を受けなければ営業することができません。

また、福岡県内に営業所を有していない場合であっても、福岡県内で屋外広告業を営むときは、福岡県の登録が必要になります。

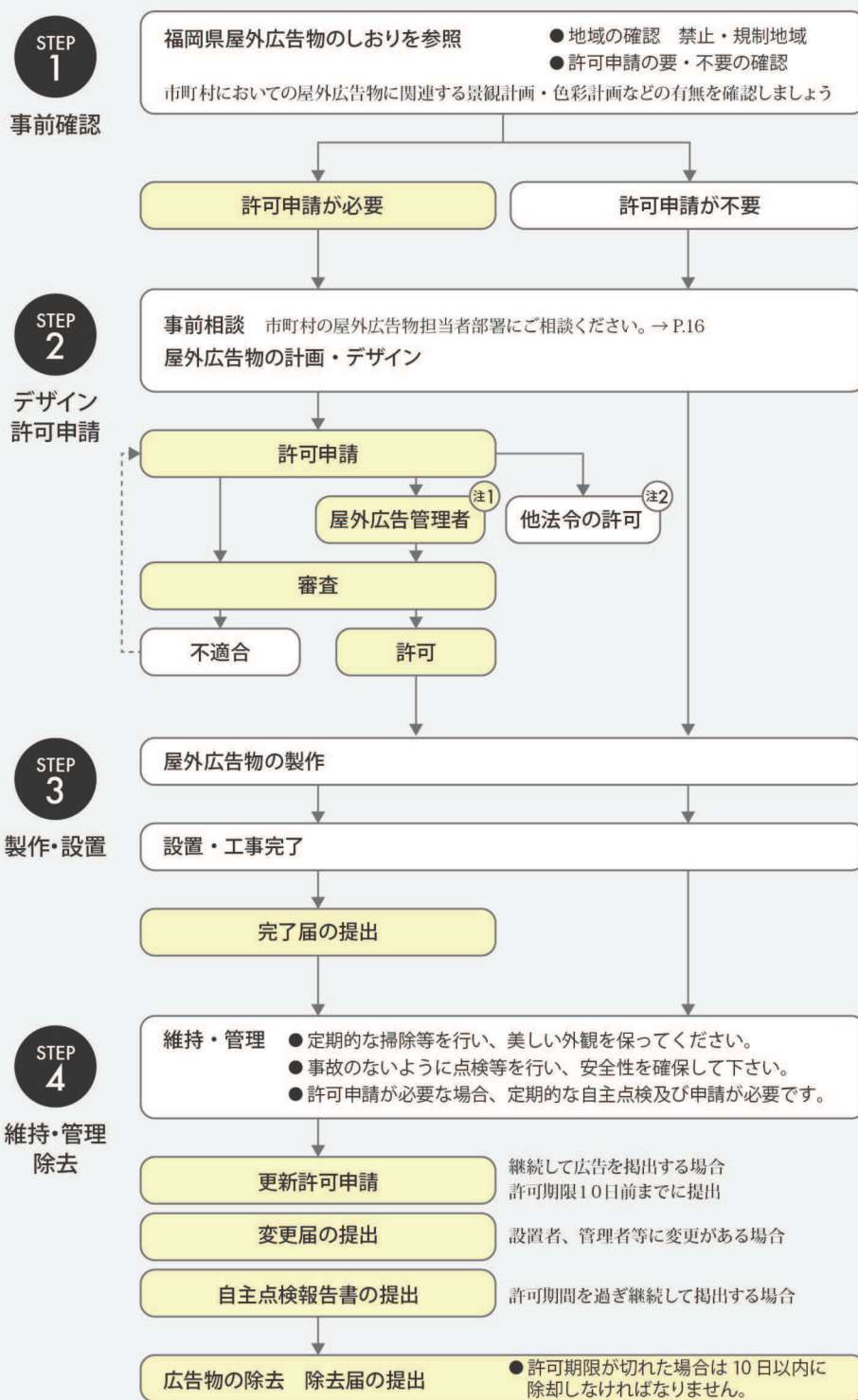
法人、個人の事業者、広告主から直接に請け負わない下請けの事業者も含まれます。

注意：北九州、福岡市、久留米市は市への登録が必要です。

北九州市内又は福岡市内で屋外広告業を営むときは、それぞれの市に登録の申請を行って下さい。久留米市内で屋外広告業を営むときは、久留米市の登録を受ける必要があります。ただし、福岡県の登録を受けた事業者は、久留米市の登録を受けた者とみなされますが、「特例屋外広告業届出書」により市長に届け出る必要があります。

許可申請の流れ・手続き 新規・変更・更新

許可申請は、広告物の所有者にあたる広告主が行い、広告物の製作・設置者が代理で行うこともできます。広告主は、自己の広告物の責任を負いますので、必ず設置前に許可申請の要・不要を確認してください。また、製作・設置者は、広告主に許可申請の理解を促す必要があります。

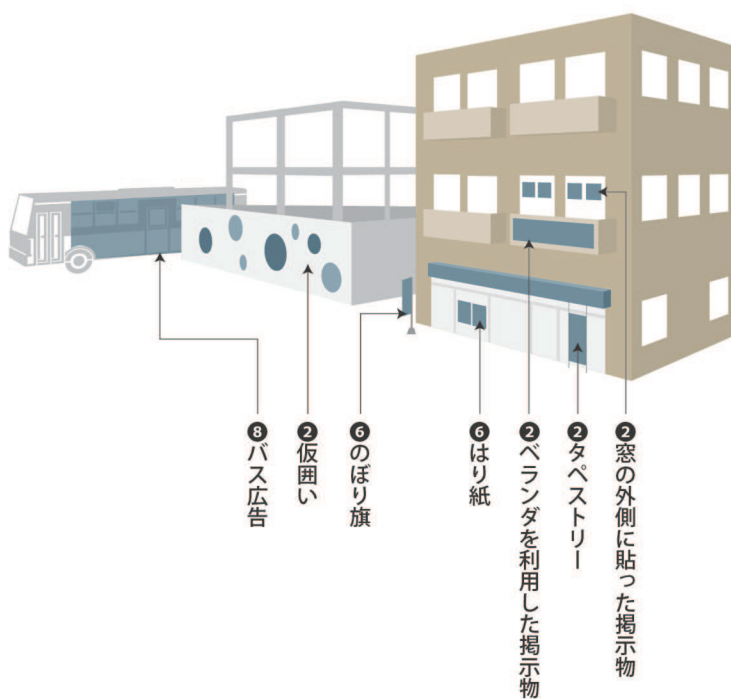
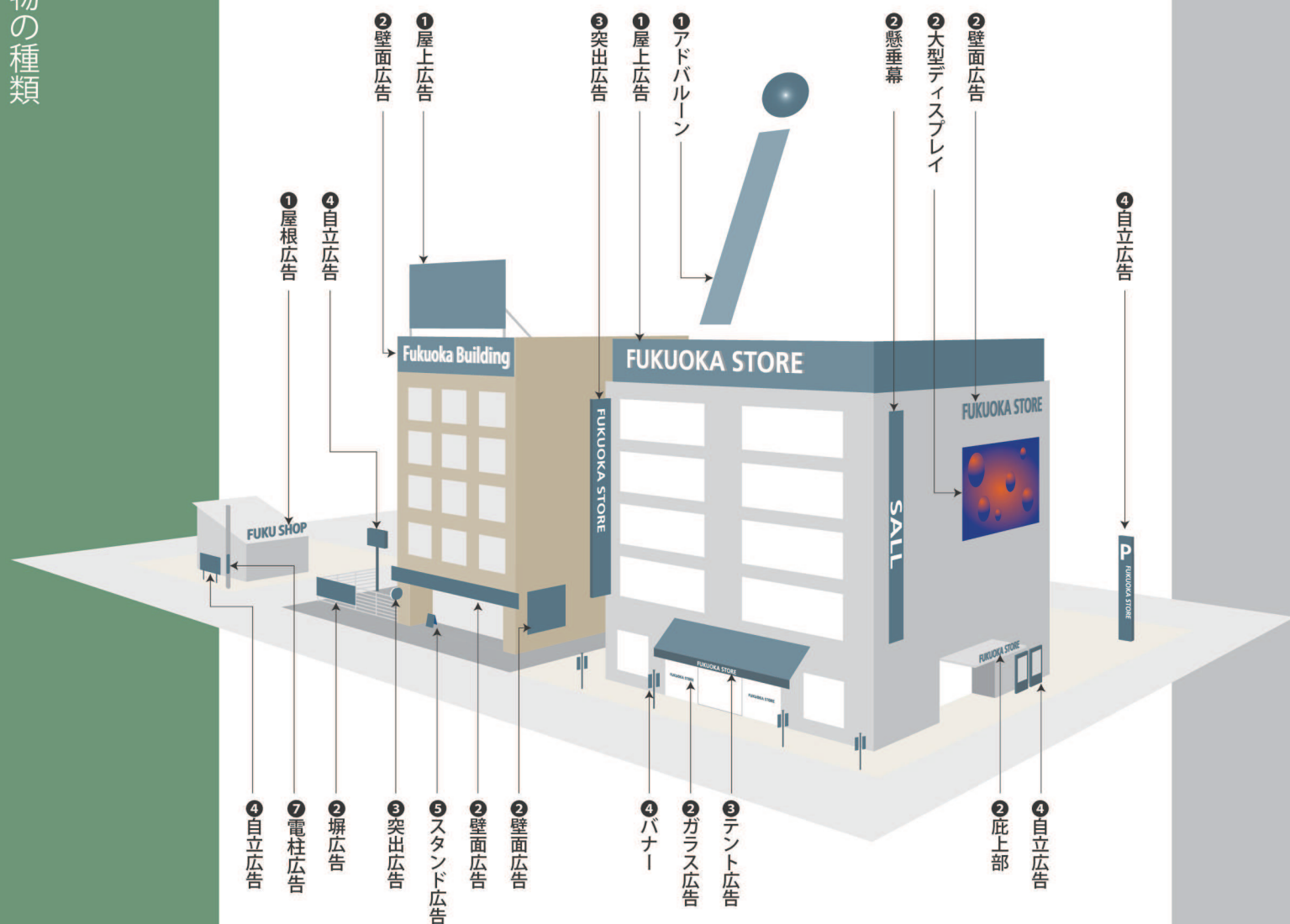


▶ しおり P.11

注1 はり紙、はり札類、立看板等の簡易な広告物、電柱を利用する広告物、建築物の壁面に直接塗付する広告物は、広告物を管理する者の設置が義務づけられています。なお、高さが4mを超える広告物または広告物を掲出する物件を管理する者は、「屋外広告士」・「建築士」のいずれかの資格等を有する者でなければなりません。

注2 高さが高さが4mを超える広告物は、建築基準法に基づく工作物の確認申請が必要です。
道路上に広告物を出す場合は次の許可申請が必要です。
道路占用許可（各道路管理者）・道路使用許可（道路を管轄する警察署）

屋外広告物の種類



番号は P.6 広告物の規格分類

- ① 屋上に掲出
- ② 壁面に掲出
- ③ 突出して掲出
- ④ 地上に掲出
- ⑤ 立看板
- ⑥ はり紙、はり札
- ⑦ 電柱に掲出
- ⑧ ラッピングバス

禁止されている屋外広告物

広告物は、掲出を禁止している地域（禁止地域）と、掲出を禁止している物・場所（禁止物件）があります。詳細は、「福岡県屋外広告物のしおり」P.3 を参照してください。

禁止地域

古墳及び墓地の地域

高速道路や新幹線から見える地域

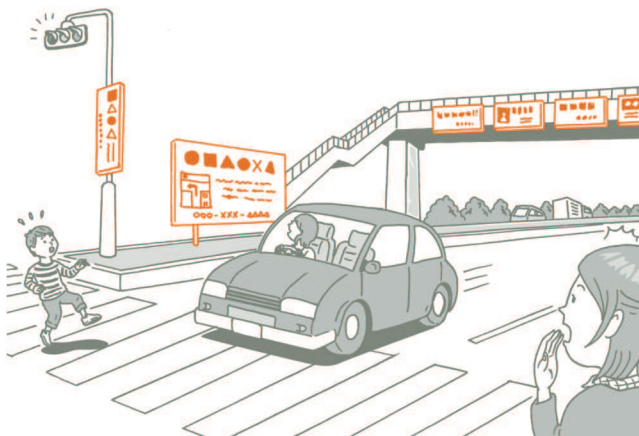


※除外地域があります

▶しおり P.3～6

禁止物件

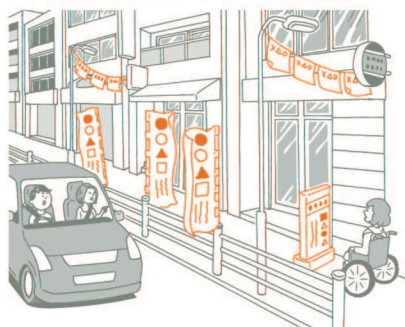
橋、トンネル、高架構造物、分離帯、信号、標識、街路樹、路傍樹、保存樹など



このような広告物も禁止です

歩道上には、大きさに関わらず広告物は掲出できません。歩道上部(空中)に突き出す場合は、一定の大きさ以内であれば掲出できますが、屋外広告物許可と道路占用許可が必要です。歩行者の安全確保のため、ルールを守りましょう。

歩道上やガードレールに掲出



歩道上で 2.5m 未満の低い場所



汚れや破損の著しい広告物



許可される大きさ・高さ

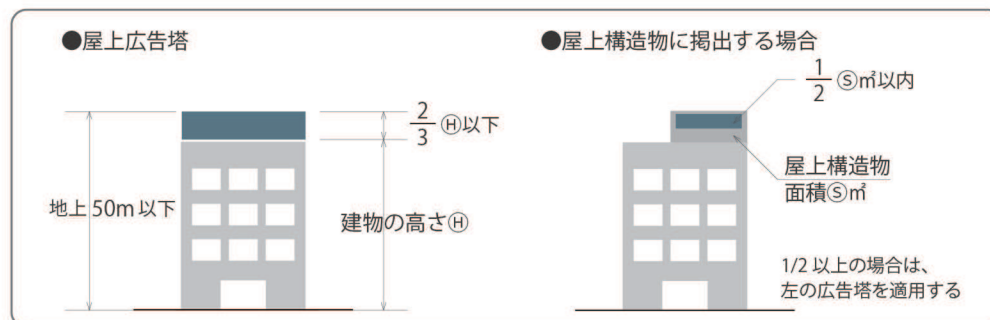
屋外広告物の許可申請をした場合、次の表示面積や高さの範囲内であれば掲出できます。

詳細は、「福岡県屋外広告物のしおり」P.8～P.10 を参照してください。

※北九州市、福岡市、久留米市は条例が異なりますので、各市の基準に従ってください。

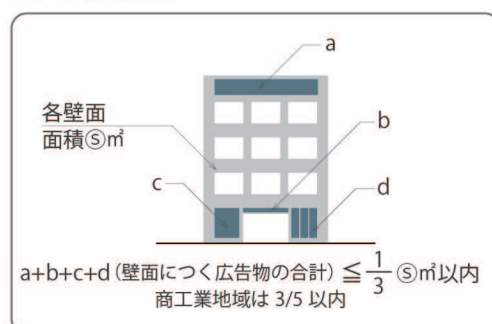
しおり P.8

① 屋上に掲出

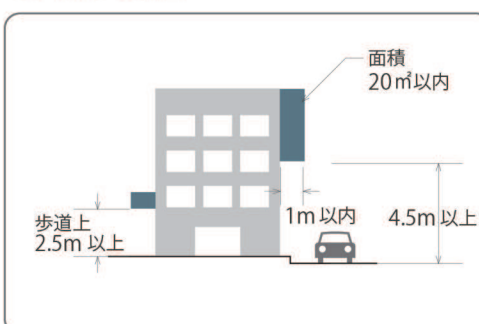


しおり P.9,P.10

② 壁面に掲出

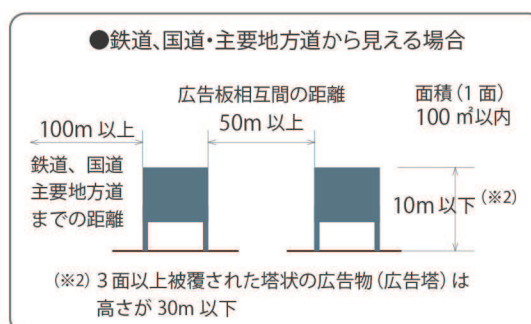
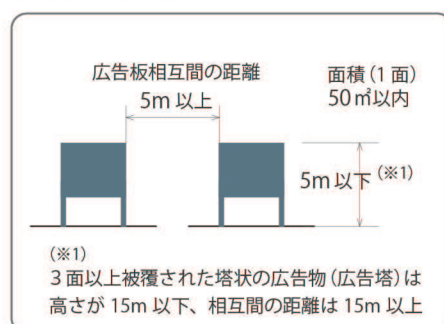


③ 突出して掲出



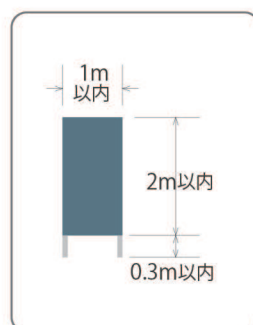
しおり P.8

④ 地上に掲出



しおり P.10

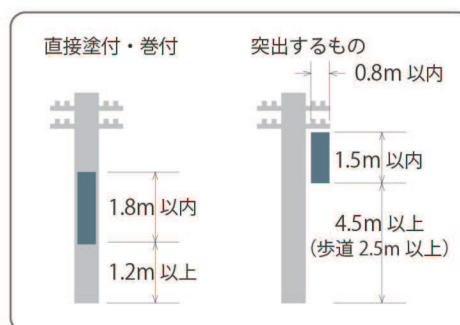
⑤ 立看板



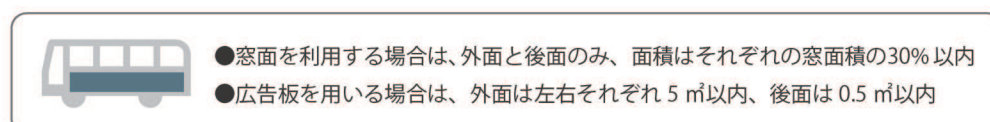
⑥ はり紙、はり札



⑦ 電柱に掲出



⑧ ラッピングバス



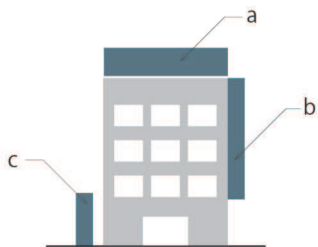
許可が不要な広告物

社会生活を営む上で最低限必要な広告物については、一定の基準内に限り規制の対象から除外されます。

詳細は、「福岡県屋外広告物のしおり」P.6、P.7を参照してください。

※北九州市、福岡市、久留米市は条例が異なりますので、各市の基準に従ってください。

自家用広告物 自己の事業所や店舗などの建物やその敷地内に、自己の氏名や名称、事業内容などを掲出するもの。



●禁止地域に掲出する場合

表示面積の合計 5 m²以内 (許可を受ければ 15 m²以内まで可能)

$$a+b+c \leq 5 \text{ m}^2$$

●許可地域に掲出する場合

表示面積の合計 15 m²以内 (15 m²を超えると許可が必要)

$$a+b+c \leq 15 \text{ m}^2$$

実際に事業所として使用され、事業内容を示す物であれば、土地の所有権に拘らず自家用広告物に該当します。

適用除外の広告物

●法令の規定によるもの	●選挙運動用ポスター等	●公共広告物	●寄贈者名等表示広告物
			
道路法、道路交通法 建築業法、消防法など	公職選挙法による選挙活動 のために使用する ポスターや看板 ※1	国及び地方公共団体が 公共的目的に掲出 するもの ※2	公益上必要な施設や物件に 寄贈者名を掲出するもの ※3
●自己管理用広告物	●工事現場の塀等に表示	●冠婚葬祭用掲示物	●移動するものに掲出
			
自己の管理する土地や物件に 管理上の必要に基づくもの 表示面積の合計が 5 m ² 以内	営利を目的としないもので 工事期間中に表示されるもの	冠婚葬祭や祭礼のために 一時的に掲出するもの ※4	人、動物、車両 自動車は10 m ² 以内 ※5

※1. 政治活動用ポスター（政治資金規正法による届出を行った政治団体が使用するポスター、看板など）は、許可地域のみ掲出ができる。ただし、表示期間は1か月以内。

※2. はり紙等の簡易な広告物以外は、市町村長との事前協議により同意が得られたものに限る。

※3. 当該広告物を表示する施設、又は、物件に対し、面積が 0.5 m²以内かつ表示面の面積の 1/20 以内に限る。

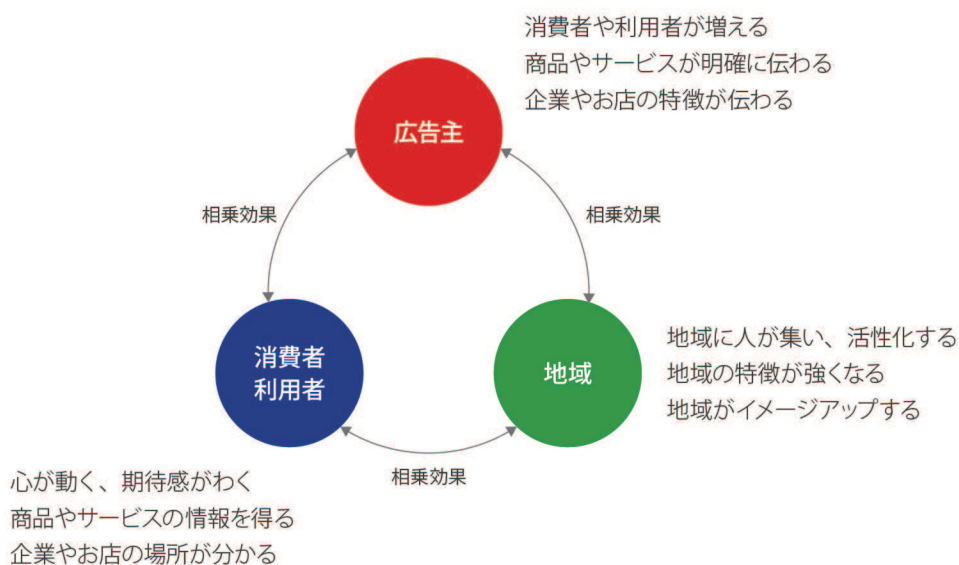
※4. 長期にわたるものは適用除外とならない。禁止物件には掲出できない。

※5. 自動車の場合は 10 m²以内で、所有者の店名もしくは、事業内容等を表示するもの、又は、営利を目的としない宣伝、又は、行事などを表示するもの。

効果的な屋外広告物とは

屋外広告物は、広告主である企業・お店が利益につなげるために掲出します。そのためにも、受け手である消費者や利用者、また、掲出される地域の利益を考えることが、広告主の利益につながるといえるでしょう。

屋外広告物が与えるメリット(利益)



目立つことは大切ですが 関心を引き、好感を得ることが重要です。

地域の個性を大切にした魅力的な広告物は、人々に関心を持たせ、心が動き、購買や利用にもつながります。地域に人が集うことにより、地域は活性化します。そして、企業やお店の利益につながります。

屋外広告物のデザインは、まさしく企業やお店の看板です。伝える情報は広告主に代わってメッセージを与え、おもてなしをします。人々や地域から愛される屋外広告物を考えましょう。

メディアの特性を活用しましょう

メディアには、メリット・デメリットがあります。屋外広告は、掲出場所で反復訴求や店舗への誘導に優れますが、ターゲットの絞り込みや商品・サービスの詳細は伝えにくいといえます。インターネット広告は、双方向性に優れ、いつでも、どこでも、消費者・利用者が積極的に関与することができます。掲載情報量も無限で、比較的更新も容易にできます。ただし、現在のところ高齢者には不向きなメディアといえます。

様々なメディア（テレビ、ラジオ、新聞、雑誌、折込みチラシなど）を駆使し、一層効果的な伝達を図る「クロスメディア」は盛んに行われています。

屋外広告も他のメディアとの連動を図り効果的な広告を考えましょう。



広告主の姿勢を示しましょう

多くの人が、「環境・健康・安全」に価値をおき、お金を出すようになりました。また、人々は、個人レベルで社会貢献を考える時代です。社会的責任を果たす企業を信頼し、その企業の商品やサービスが高くても購入や利用するようになってます。このような変化は、企業の経済活動に影響を与え、社会を大きく変える可能性があります。

屋外広告は、企業や店名、商品・サービスの情報を伝えるものですが、人々はそこから広告主の社会に対する姿勢も読み取ります。

掲出する場所や景観との連続性に配慮し、企業・お店を良いイメージに導き、共感を得る広告を考えましょう。



地元に受け入れられる配慮をしましょう

社会はグローバル化しましたが、一方、行政と地域の商店や企業、住民が協力し、地域を見直す取り組みが盛んに行われています。地域の個性を再構築し、地域全体のイメージを向上させ価値を高めています。大手の企業が、自社のブランド・カラーを地域の個性に合わせ変更したり、店構えを街並みに調和させることも多くなりました。

地域の人々の生活に配慮し、地域に受け入れられることは事業発展のためにも大切なことです。

地域の個性に調和した、広告を考えましょう。



効果的な屋外広告物をつくるには、計画から設置までを考慮することが大切です。ここでは、「計画」「デザイン」「製作・設置」の項目において留意するポイントをあげています。新規に計画をする際や既に掲出している広告物の改善の際に確認してデザインを行ってください。

1. 計画

調査・分析 戦略・開発

- ☐ 広告に相応しい場所であるか
- ☐ ターゲット（消費者・利用者）に適切な場所であるか
- ☐ 利用者接点（歩行者向け、自動車向け）に適切な場所であるか
- ☐ 地域性、土地利用状況、住人感情に適応するか
- ☐ 歩行者、自動車の交通の安全性に問題はないか
- ☐ 視認性、見通しは良いか
- ☐ 他の広告物が密集していないか

2. デザイン

情報 形態 色彩 素材

シンプル Simple

バランス Balance

創造性 Creativity

信頼性 Trust

3. 製作・設置・管理

製作 設置 メンテナンス

- ☐ 耐光性・耐久性に富むか
- ☐ 安全性の確保はできているか
- ☐ メンテナンスは容易か

design key

わかりやすい、読みやすい、見つけやすい

Simple

- | | |
|------------------------------------|-------------------------|
| ☐ メッセージをしぼる | 最も伝えたいことを強調する |
| ☐ 多色を避ける | 色を多用すると混乱する |
| ☐ スペースを作る | 余白があることで、それぞれの情報がわかりやすい |

地域、建物、店舗の個性を強化

Balance

- | | |
|-----------------------------------|-------------------|
| ☐ 美しいレイアウト | 誘目性を高くする |
| ☐ 建物とのバランス | 建物・店舗の個性を生かす |
| ☐ 周辺とのバランス | 地域が大切にしているものに配慮する |

消費・利用の向上

Creativity

- | | |
|------------------------------------|-------------------|
| ☐ 想像力をかき立てる | 広がりのある情報で期待感を持たせる |
| ☐ 斬新なアイデア | 意想外なアイデアで興味を引く |
| ☐ 顧客接点を考える | 屋外広告物以外の媒体と連携する |

商品・サービスの説得力の向上

Trust

- | | |
|-----------------------------------|----------------------|
| ☐ 先進的である | お店や企業の発展性を感じる |
| ☐ 偽りのない表現 | 消費者・利用者に対して約束するものを示す |
| ☐ トータルデザイン | 商品やサービスと一貫したデザインをする |



地域の個性と屋外広告物

地域は、商業的に発展した賑やかな地域や、美しい自然環境が豊かな地域、歴史的建造物や伝統文化などが多い地域など、景観の個性は多様です。

屋外広告物は、景観を阻害しがちと思われがちですが、賑やかなまちでは活気を与え、楽しさを人々にもたらしめます。また、日本古来の街並みが残る地域で、風情ある木製やのれんなどの広告物は、より一層地域の個性を強めます。

ここでは、5つの地域の個性に応じた屋外広告物の考え方を示しています。屋外広告物を地域の個性をつくる要素のひとつとして、それぞれの地域に相応しいデザインとし、美しく個性ある地域づくりに寄与しましょう。

自然が豊かな地域

美しい自然景観を壊さないことが大切です

背景に自然景観が見られる地域では、必要最少限の掲出にとどめます。掲出する場合は、自然景観を脅かさない、低彩度の色彩や自然素材を使用しましょう。^(※注)また、大きさや高さを控えめにし、空や山の稜線、海などの眺望を遮断しないようにしましょう。映像やネオンなど高輝度で発光・点滅する物は控えてください。



背景にある空や山の稜線などの自然を遮断しない大きさや色彩にしましょう



自然景観の中で違和感がない素材や色彩を用いましょう

(※注) 低彩度とは

低彩度は彩度6以下程度を指します。

彩度とは、色の三属性(色相・明度・彩度)のひとつで、色の鮮やかさの度合いを示す尺度。色相により彩度の高さは違います。鮮やかな赤や黄は彩度14程度、鮮やかな青は彩度10程度です。色相に関わらず、彩度が低くなるほど、灰みを帯びた落ち着いた色になります。



賑やかな地域

街の賑わいや活気を創出することが大切です

繁華街 商業施設が建ち並ぶ地域

屋外広告物が多く掲出される地域です。建築物や周辺の広告物と調和させ、連続性がある街路を創出しましょう。また、他の広告物と競い合うような派手で過激な表現にならないようにしましょう。都市の顔となるような、風格あるデザインをしてください。夜間景観に配慮し、美しい照明で街に賑わいを演出しましょう。



高品質なデザインと美しい照明で風格ある賑やかな街をつくりましょう

住宅近接商店街

住宅地に近く商店が建ち並ぶ地域

住宅地と近接する駅前や商店街では、未成年者や高齢者など様々な人が行き交います。住民に親しみが持てる大きさや表現とし、歩行空間での安全性に配慮しましょう。商店街や近隣店舗で連携し、花や緑などを活用した取り組みを行い、美しく潤いを感じるまちづくりを考えましょう。治安のためにも照明式が望まれます。



地域住民に愛されるお店づくりを考えましょう

オフィス街

官庁やオフィスが建ち並ぶ地域

オフィス街では、低彩度の建築物が連続する景観が多くみられます。高層ビルの屋上や高層階壁面への掲出、派手な色彩や過激な表現は避けましょう。落ち着きと秩序を感じられる街路空間をつくりましょう。夜間の演出にも配慮し、照明式が望まれます。



洗練された落ち着きのある街路空間をつくりましょう



幹線道路

美しく連続性がある街路空間を創出することが大切です

自動車利用を対象とした店舗が多く、大きな屋外広告物が多く建ち並ぶ地域です。他の広告物と競い合うように掲出することはやめ、できるだけ他の広告物と高さを揃え、見通しの良い眺望を確保しましょう。道路形状や自動車スピードを考慮し、視認性や判読性を考慮した文字の大きさや情報量にすることが大切です。運転の妨げにならないように、映像や点滅式は避けましょう。



連続性を考慮し秩序を持たせそれぞれの広告物を見やすくしましょう

住宅地域

住民の生活を脅かさない穏やかな環境を創出することが大切です

主に住民が往来する通りで、住宅や小規模な店舗が建ち並ぶ、穏やかな生活を大切にしている地域です。屋外広告物は歩行者を対象とし、大きなものや派手なもの、映像やネオンなど高輝度で発光・点滅するものは設置しないようにしましょう。また、未成年者に配慮して、過激な表現は控えましょう。



親しみが持てる広告物や、緑や花で住宅地に彩りと潤いを与えましょう



個性あるまちづくり・観光地など

地域一体となり地域の個性強化を図ることが大切です

豊かな歴史や美しい景観などを有し、県外からも多くの人が訪れる福岡県を代表する地域です。それぞれの地域の個性を強化するために、建築物や街路などに統一性を持たせています。屋外広告物は、その個性に合わせ統一したイメージとすることや、屋外広告物を活用したまちづくりなどの取り組みをしましょう。地域の個性を十分に理解した、デザインのコンセプト設定から、形態や素材、色彩など、詳細な地域独自のルールづくりが必要です。また、観光地では、おもてなしのこころを演出することが大切です。

事例1 古い街並みが残る地区の広告物

岡山県の観光地を代表する「倉敷美観地区」は、白壁やなまこ壁などの建物が建ち並び、伝統的な街並みを形成しています。ここに掲出された布や木製の屋外広告物は、街の景観と調和し、個性を一層強め、観光客の期待感を高めます。

写真1~4



事例2 地域性を感じる企業広告

富山ライトレールの電停の企業広告は、企業アピールではなく、富山の特産や祭りなど富山の宣伝を行い、企業名は小さく表示しています。観光客は地域性を感じることができ、市民は我まちに誇りを持ち、企業は社会貢献のひとつとしてイメージアップにつながります。

写真5



1	
2	4
3	
5	

1~4 倉敷市美観地区

2 菓子屋, 3 不動産, 4 美術館

5 富山ライトレール電停広告

屋外広告物の許可申請は、
 広告物を掲出する場所の市町村の屋外広告物担当課が取扱窓口になります。

申請先 電話番号(代表)

福岡地区

福岡市	092-711-4111
筑紫野市	092-923-1111
春日市	092-584-1111
大野城市	092-501-2211
宗像市	0940-36-1121
太宰府市	092-921-2121
糸島市	092-323-1111
古賀市	092-942-1111
福津市	0940-42-1111
朝倉市	0946-22-1111
筑紫郡 那珂川町	092-953-2211
糟屋郡 宇美町	092-932-1111
篠栗町	092-947-1111
志免町	092-935-1001
須恵町	092-932-1151
新宮町	092-962-0231
久山町	092-976-1111
粕屋町	092-938-2311
朝倉郡 筑前町	0946-42-3111
東峰村	0946-72-2311

北九州地区

北九州市	093-671-8181
行橋市	0930-25-1111
豊前市	0979-82-1111
中間市	093-244-1111
遠賀郡 芦屋町	093-223-0881
水巻町	093-201-4321
岡垣町	093-282-1211
遠賀町	093-293-1234
京都郡 荻田町	093-434-1111
みやこ町	0930-32-2511
築上郡 吉富町	0979-24-1122
上毛町	0979-72-3111
築上町	0930-56-0300

申請先 電話番号(代表)

筑豊地区

直方市	0949-25-2000
飯塚市	0948-22-5500
田川市	0947-44-2000
宮若市	0949-32-0510
嘉麻市	0948-62-5353
鞍手郡 小竹町	0949-62-1212
鞍手町	0949-42-2111
嘉穂郡 桂川町	0948-65-1100
田川郡 香春町	0947-32-2511
添田町	0947-82-1231
糸田町	0947-26-1231
川崎町	0947-72-3000
大任町	0947-63-3000
福智町	0947-22-0555
赤村	0947-62-3000

筑後地区

久留米市	0942-30-9000
大牟田市	0944-41-2222
柳川市	0944-73-8111
八女市	0943-23-1111
筑後市	0942-53-4111
大川市	0944-87-2101
小郡市	0942-72-2111
うきは市	0943-75-3111
みやま市	0944-63-6111
三井郡 大刀洗町	0942-77-0101
三潞郡 大木町	0944-32-1013
八女郡 広川町	0943-32-1111

● 福岡県屋外広告物条例に関する問い合わせ

北九州市、福岡市、久留米市に関する条例は除きます。

● 福岡県屋外広告業の登録・廃業届

福岡県建築都市部公園街路課

〒812-8577 福岡市博多区東公園7番7号

電話：092-643-3724 ファックス：092-643-3752

福岡県の屋外広告物ルールと適正化方針

策定・発行

平成25年3月

福岡県建築都市部公園街路課

〒812-8577 福岡市博多区東公園7番7号

TEL : 092-643-3724

FAX : 092-643-3752

<http://www.pref.fukuoka.lg.jp/>

福岡県景観審議会屋外広告物部会

佐藤 優

九州大学大学院芸術工学研究院 教授

大森 洋子

久留米工業大学建築・設備工学科 教授

波田 英次

福岡県屋外広告美術協同組合連合会 会長

松原 妙子

警固法律事務所 弁護士

山口 ひろこ

イゴス環境色彩研究所 所長

編集

福岡県屋外広告物適正化方針策定業務ワーキング部会

武山 良三

富山大学芸術文化学科 教授

中牟田 麻弥

MED / メッド 代表

山田 貴史

アシタデザイン 代表

業務委託

公益社団法人日本サインデザイン協会

〒113-003 東京都文京区本郷3-25-11 2F

TEL : 03-3818-8537

FAX : 03-3818-1291

URL : <http://www.sign.or.jp>

本書の全部または一部を無断で複写複製することは、著作権法上の例外を除き禁じられています。

複写を希望される場合は必ず発行者までご連絡下さい。

<http://www.pref.fukuoka.lg.jp/>

