

**御堂筋本町北地区**  
**広告・サインに係る地域ルール**  
**マニュアル**

[2022.11 改定案]

(2022.11.1 版)

# 1 はじめに

## A) 目的（協定第1条）

- 本ルールは、「大阪市景観計画（2017年変更）」（以下、「景観計画」という。）ならびに「御堂筋デザインガイドライン 御堂筋本町北地区-Ver.1（2014年1月策定）」（以下、「ガイドライン」という。）の趣旨を踏まえ、「大阪市都市景観条例」第39条に基づく「地域景観づくり協定」として、広告・サイン（以下、「広告物等」という。）のデザインや掲出方法の作法を定めるとともに、地域が主体的に運用する仕組みを規定することにより、御堂筋沿道の魅力向上と良好なまちなみ形成を図ることを目的とする。

## B) 対象区域（協定第2条）

- 本協定の対象となる土地の区域は、大阪府中央区の土佐堀通から中央大通までの御堂筋及び御堂筋に面する土地の区域とする。

## C) まちづくりの方針（協定第3条）

- 本協定区域内では、広告物等の設置方法や表示方法の誘導を通じて、歩行者空間におけるにぎわいを演出しながら、わかりやすくするとともに、御堂筋沿道での景観を整えることにより、上質なにぎわいと風格あるビジネス地区にふさわしいまちなみの形成を図るものとする。

### ●にぎわいを演出する

上質なにぎわいを演出するよう、節度のあるデザイン性の高い広告・サインとするとともに、低層部の透過性のある壁面を活かして屋内外の活動の視認性を確保するなど、楽しく快適に歩けるまちなみを創出する。

### ●わかりやすくする

ビルやテナント名称等は、情報を整理し、目につきやすい場所に効果的に配置するなど、際立ち過ぎず、乱雑な印象を与えないよう、歩行者にとってわかりやすいサインとする。

### ●景観を整える

人目に付きやすい広告物等は、ビル意匠と一体的にデザインし、位置や大きさを整えるなど、周辺の建物と調和させ、御堂筋沿道において風格のある整ったまちなみを形成する。

## D) 対象行為等（協定第4条）

- 本協定を適用する対象となる広告物等は、民間敷地内において、土地及び建築物等に設置するもの並びに建築物低層部（2階以下。以下同様）の御堂筋に面したガラス面の室内側に近接して主に沿道の通行者に向けて掲出するものとする。
- 本協定の協議対象となる行為は、主に民間敷地内において、広告物等を設置、増設、表示の変更、移設、改造する場合とする。

## E) 設置基準（協定第5条）

- 前条に定める広告物等について、ガイドラインに加えて、第6条から第11条までの基準を設ける。  
本基準は、公共空間から沿道の建物内部を含む御堂筋全体としての見え方やまちなみ景観のあり方を踏まえて、第13条に基づく協議やデザイン審査を行ううえでの判断基準をまとめたものである。なお、審査の実施にあたり別途マニュアルを定める。

- 
- ガラス面広告物としての協議対象となる行為は、御堂筋のガラス面に直接貼り付ける広告物、およびガラス面の内側に近接し、主に沿道の通行者にむけて掲示する広告物等を、まちなみに影響する程度に設置、増設、表示の変更、移設、改造する場合とする。
  - これらガラス面広告物に係る設置基準について、デザイン性が高いものにおいては、柔軟に扱うものとする。

## 2 共通事項

### A) 広告物等の意匠等（協定第6条）

- 広告物等の形態や意匠、設置位置等は、御堂筋沿道など周辺のまちなみや建築物と調和のとれたものとする。
- 集約して設置し、複数設置する場合は、統一したデザインとするほか、位置や大きさを揃え、まちなみとしての統一感や連続性が演出されるよう配慮する。

#### 【既往の規定】

##### <ガイドライン（2.6.3）>

- 情報伝達手段である広告やサインは必然的に人目に付きやすいものであることが求められるが、その手段が色遣いやデザイン、数やサイズなどを周囲から「際立たせる」ことに偏ってしまうと、またその行為が近隣で反復されるようなことになると、逆に必要な情報がうまく伝わらなかったり、乱雑な景観につながったりすることがある。
- 広告やサインは工夫次第で、にぎわいや品格の演出につなげることができる。デザイン性を高めることで人目を引きつける、あるいは掲出方法に一定のルールを設けてすっきりさせることで人目に付きやすくする、という発想に立ち、掲出することがステータスにつながるような質の高い広告・サインの集積地を地域で協力して作っていきけるよう、各事業者・設置者が広告・サインのデザインや掲出方法を工夫する。



掲出方法にルールを持たせた、統一感のあるテナントのサインの例。



切り文字やバックライトを用いてデザインに配慮した、スマートで表情のあるサインの例。

##### <ガイドライン（2.6.1）>

- 低層部では広告・サインを積極的に許容

#### 【準用されているもの】

##### <景観計画（屋外広告物に関する行為の制限／御堂筋地区※）>

- 地区の良好なまちなみの形成に資するものとする。
- 周辺のまちなみや建築物全体の形態意匠と調和のとれた、風格のある御堂筋沿道にふさわしい落ち着いたものとする。
- 壁面広告物及び突出広告物は、建築物の低層部に設置するよう努める。
- 広告物の意匠等は、次の各号を満たすよう努める。
  - 広告物は集約して設置し、なお複数設置する場合は、統一したデザインとする。
  - 骨組み、支柱等の構造体は目立たないものとする。



建物の装飾と一体化したデザイン



植栽ポットをあしらったデザイン



まちなみを演出するデザイン

※御堂筋デザインガイドライン対象区域を除く、御堂筋及び御堂筋に面する敷地（区間／大阪駅前～土佐堀通）に関する基準を記載  
他の重点届出区域（中之島地区に面する建築物・土佐堀通地区）と重複する敷地は、双方の基準を参照する

## B) 広告物等の意匠等〈色彩・形態等について〉（協定第6条）

- 掲出数や情報量を抑えるとともに、直接的、過剰な表現を避ける。
- 色彩に配慮し、高彩度の利用を抑える。

### 【既往の規定】

#### 〈ガイドライン（2.2.3）〉

- （低層部は）中高層部とは異なり自由な色使いを許容するが、御堂筋沿道にふさわしい質の高いものとなるよう配慮すること。

#### 〈ガイドライン（2.2.4）〉

- チェーン店等（例えばコンビニエンスストアやファーストフード店など）については、視認性を高めるとともに一目でそれとわかるよう地域性に関わらずファサードデザインを共通にしたり、広告・サインを大きくしたり、明度・彩度（差）の大きい色を使用したりしている例が見られる。チェーン店等は、御堂筋にふさわしい店舗デザインとなるよう例えば次のようなことに配慮すること。

- 使用する色の明度・彩度を抑える。
- サインを切文字型とするなどして小さくする、または使用する色を減らす
- 企業カラーの掲出範囲を小さくする、または企業カラーをまちなみに合わせて変更する



まちなみに配慮し、日よけテント型のサインを採用しているコンビニエンスストアの例。テントの色は、企業カラーの明度・彩度も落としています。



オフィスの意匠にあわせ企業カラーを抑える、切文字型のサインを採用する、窓面広告を掲示しない等の配慮をしているコンビニエンスストアの例。

#### 〈ガイドライン（2.6.1）〉

- 標識等の見通しを阻害するような位置及びこれらとまぎらわしい色彩を避ける。

### 【準用されているもの】

#### 〈景観計画（屋外広告物に関する行為の制限／御堂筋地区）〉

- 広告物の意匠等は、次の各号を満たすよう努める。
  - 1つの広告物に対し、情報量は最小限とする。
  - 文字は、切り文字や箱文字とする。
  - 地色は、壁面と同系色とする。
  - 高彩度の利用を抑える。
  - 人物、キャラクターの意匠は使用しない。
  - 太陽光を著しく反射する恐れのあるものを使用しない。

<補足／景観読本（ii-19）>

- 建築物の外観意匠との調和に配慮して、切り文字や箱文字を配置する。
- 同系色の色彩を使用し、高彩度の色彩を抑えた色彩とすることで、建築物のデザインと調和するよう配慮する。
- 同系色の利用について、同類の色相で、彩度や明度の差が開きすぎないように努める。（※）

※ 付記として、“配色の工夫については「色彩に係る基準」を参照して検討する”との記載があり、現状、市では本ルールを準用して指導している。

【参照】「色彩に係る基準」※景観計画（建築物・工作物における景観形成基準／御堂筋地区）

- 周辺のまちなみや建築物全体の形態意匠と調和のとれた、風格ある御堂筋沿道にふさわしい落ち着いた色彩とする。
- 周囲から突出した、圧迫感が強い高彩度の色彩は避ける。
- 色彩は彩度6以下とする。（ただし石材・木材等の素材感のある自然材料は除く。）
- 彩度6を超える色彩を用いる場合は、アクセントカラーとして効果的に使用し、各面の見付け面積の5分の1未満とする。
- アクセントカラーを中高層部で用いる場合は、少ない面積でシンプルにまとめるよう努める。

- 屋外広告物の色彩・形態については、ガイドラインおよび景観計画における記載内容の趣旨を踏まえ、本マニュアルにおいて具体的な目安（大きさの数値、彩度等の数字）を示しながら、一定の基準をもって運用していくことを検討する。
- 具体的な目安としては、良質なデザインとすることを前提に、次のような基準を検討した。
  - ビル本体の素材感を失わない切り文字を基本とする。
  - 低層部に設けるものの一文字の大きさは40cm四方以下を基本とする。
  - ロゴマークの大きさには基準を設けず、他で規定される広告物の面積制限に準じる。
  - ロゴに文字を含んでいる場合、シンボルマークに類するものとしてデザインされた部分については大きさには基準を設けず、他で規定される広告物の面積制限に準じる。
  - やむを得ずバックパネル等を設ける場合は10㎡以下を基本とする。
  - 圧迫感が強い高彩度の利用はできるだけ抑えることとし、彩度6を超える色彩を用いる場合は、まちなみの一体感を阻害せず、ヒューマンスケールを越えない面積（2.5㎡以下）を基本とする。

（参考）大きさの制限のめやす | 40cm/文字、バックパネル10㎡



（参考）大きさの制限のめやす | 40cm/文字、バックパネル10㎡



### 3 広告種別毎の考え方

#### A) 壁面広告物（協定第7条）

- 自己の氏名、名称、商標、ビル名称、主要な施設や店舗の名称を表示するものとする。
- 周辺建物の掲出方法も参照し、まちなみとしての連続性に配慮する。
- ビル本体の素材感を損なわない切り文字を基本とし、看板やバックパネルを設ける場合は、大きさや色彩に配慮する。
- 低層部に複数のテナントを表示する場合は掲出位置を定める又は揃えるなど、統一感や連続性に配慮する。

#### 【既往の規定】

##### ■ 中高層部に関する基準 ■

##### <ガイドライン（2.6.1）>

- 建築物の名称等を表示するもの。
- 外壁面からの出幅は 30cm 以下。
- 御堂筋に面する建物において、ビル名など更新頻度の少ないものの表示方法は、中長期的に各ビルで揃えていくことをめざし、基壇部の上部に表示することを検討する。



ビル名（オーナー名）をシンプルに基壇部上部に表示している例。

##### ■ 低層部に関する基準 ■

##### <ガイドライン（2.6.1）>

- 自己の氏名、名称、もしくは商標または建築物の名称を表示するもの。
- 表示面積等の制限は設けない。
- 広告物等の色彩・形態等については、2.共通事項 B) 広告物等の意匠等<色彩・形態等について>（P3、4）の記載を参照する。



掲出位置が揃い、まちなみとしての連続性に配慮された低層部壁面広告の例

---

## 【準用されているもの】

<景観計画（屋外広告物に関する行為の制限／御堂筋地区）>

- 建築物の各面ごとの表示面積の合計は、50 m<sup>2</sup>以内とし、かつ、外壁面積の10分の1以内とする。
- 建築物の開口が80mを越える建築物については、建築物の開口が80mを越える部分ごとに、当該面積基準に則り表示面積を加算することができる。
- 外壁面からの出幅は30cm以内とする。

<補足／景観読本（ii-22）>

- 壁面広告物は、まちなみにぎわい創出のために、低層部に配置する。
- 吊下げタイプの広告物も壁面広告物として取り扱う。掲出する際は、下端の高さに配慮する。

### ■表示面積の算定方法■

<補足／景観読本（ii-23）>

- 壁面看板については、表示面の枠組の大きさ「縦×横」で算定する面積を表示面積とする。
- 切り文字・箱文字を用いて表示が一体として内容を表示する場合については、文字を囲む外郭線の「縦×横」を表示面積とする。
- ロゴマークについては、その形状にかかわらず、外郭線の「縦×横」を外郭線と見なし、この外郭線の面積を表示面積とする。

## B) 突出広告物（協定第8条）

- 店舗等の名称を表示するもの、及び第11条に規定する期間限定広告とする。
- 建築物の低層部に設置し、建築物の外観や店舗デザインとの一体感に配慮する。
- 複数設置する場合は、大きさを揃え、一列に配置するなど、位置や大きさを統一する。

### <バナーフラッグに関する基準>

- 歩行者の通行空間や視線に配慮しつつ、適度な数、間隔となるよう連続的に設置する。
- まちなみとしての一体感を持ちつつ、通行者の目を楽しませ、まちを彩るよう、大きさ、形状、色彩、素材等に配慮する。



適度な数、間隔で設置されたバナーフラッグ、先端に店舗名称が記載されたオーニングの例

### <袖看板に関する基準>

- 設置数を抑えるとともに、設置高さや位置を揃える。
- 突出し幅や表示面積を少なくし、形状やデザインを工夫する。

### <オーニングに関する基準>

- 広告を表示する場合、位置は先端部分に限定し、建物名称、テナント名称、ロゴマーク程度の記載を基本とする。
- 歩行者の日よけや雨よけとなるよう、デザインや大きさ、色彩や素材等に配慮する。
- 汚れや色あせ等に対するメンテナンス性にも配慮した素材とする。



まちを彩る袖看板。突出し幅や位置を揃え、連続的に配置されている例

## 【既往の規定】

### <ガイドライン（2.6.1）>

#### ■ 中高層部に関する基準 ■

- 御堂筋に面する建物への設置は不可。御堂筋以外の道路に面する建物への設置は可能とするが、建築物の名称等に限るものとし、広告物の突出幅は、1m以内とする。

#### ■ 低層部に関する基準 ■

- 店舗等の名称やイベント対応のための突出したサインやバナーについては設置可。
- 広告物等の色彩・形態等については、2.共通事項 B) 広告物等の意匠等<色彩・形態等について>（P3、4）の記載を参照する。

## 【準用されているもの】

### <景観計画（屋外広告物に関する行為の制限／御堂筋地区）>

- 歩道への突出幅は、1m以内とする。
- 歩道に突出する部分の下端の高さは、3m以上とする。ただし、歩道への突出幅が0.8m以内のものにあっては、2.5m以上とすることができる。

## c) ガラス面広告物（協定第9条）

### <ガラス面に直接貼り付ける広告物等に関する基準>

- 形状や掲出位置を揃えるなど、建物との調和に配慮し、建物内と通り双方の見通しが確保されるようにする。
- 切り文字を基本とし、色彩や大きさにも配慮して簡潔な表示方法とする。



切文字型の広告物により、建物内の見通しが確保されたガラス面の例

### <ガラス面の内側に近接して掲出・設置し、主に沿道の通行者に向けて掲示する広告物等に関する基準>

- 室内のアクティビティや商品と一体的にデザインするなど、建物内と通り双方の見通しを確保し、歩く楽しみやにぎわいを演出する。
- 建物ファサード全体での調和に配慮する。
- パネル等に掲出する場合は、形状や掲出位置を揃え、乱雑な印象を与えないよう配慮する。
- 掲出数や情報量を抑えるとともに、直接的、過剰な表現を避け、色彩に配慮するなど、表現方法に工夫を行う。
- やむを得ずガラス面をふさぐ場合は、ウインドウディスプレイのような装飾的な工夫を行う。



ガラス面の内側に近接して商品と一体的にデザインされた広告物の例

## 【既往の規定】

### <ガイドライン（2.2.2）>

- 壁面はガラス主体の透過性のある構成を原則とする。御堂筋沿道にふさわしい質の高いものとなるよう配慮すること。

## ■低層部に関する基準■

### <ガイドライン（2.6.1）>

- ガラス面利用については、外壁と一体的にデザインされたものは可能とする。
- 広告物等の色彩・形態等については、2.共通事項 B) 広告物等の意匠等<色彩・形態等について>（P3、4）の記載を参照する。

## 【準用されているもの】

### <景観計画（屋外広告物に関する行為の制限／御堂筋地区）>

- ガラス面については、建築物の高さが10m以下の部分へ設置する広告物で、外壁と一体的にデザインされたもののみ設置することができる。

（写真は、景観読本 ii -26 に掲載のもの）



ガラス面の外観の設置例

- ガラス面に直接貼り付ける広告物等の具体的な基準として、以下を検討した。
  - ガラス面に接貼り付けるものは、ガラス面の外側・内側を問わず、切文字・箱文字を基本とする。

- 御堂筋のガラス面の内側に近接し、主に沿道の通行者に向けて掲示する広告物等の具体的な基準として、以下を検討した

- ガラス面を塞ぐ物を設置する場合の、ガラス面を塞ぐ範囲は、一体としてディスプレイされている各ガラス面の面積の3分の1以内を基本とする。
- ガラス面全体を塞ぐ場合は、ウィンドウディスプレイのような装飾的な工夫を行う。
- ガラス面を塞ぐ範囲については、用途および商品特性によって柔軟に扱う。
- 設置物の投影面積のうち、Y系またはR系で彩度6を超える色彩を用いる面積は、1点につき2.5㎡以下を基本とする。
- 文字の大きさは、40cm以内を基本とする。
- 同じ広告物を連続して隣接する位置に設置することを控える。



ガラス面を塞ぐ範囲がガラス面の面積の1/3以内の例



ウィンドウディスプレイのような装飾的な工夫の例

#### <ガラス面広告物としてのデジタルサイネージについて>

- ガラス面の内側に密接してデジタルサイネージを設置しないこととする（ガラス面等の内側がデジタルサイネージの専用スペースとなっているものを除く）
- 歩行者に圧迫感を与えないようヒューマンスケールに配慮し、地盤面から画面上端までの高さは2.3m、画面幅は1.5mを上限とする。
- フレームや架台等を除く画面の大きさは2㎡以下、フレームや架台等を含めた大きさは2.5㎡以下とする。
- 骨組み、支柱等の構造体は目立たないものとし、形態デザインや色彩は、シンプルで落ち着いたものとする。素材は、御堂筋の歩行者空間デザインと調和するよう、石材・鋼材・コンクリートなどを使用し、ダークグレーを主体とした明度の低い色彩とする。
- 太陽光を著しく反射する恐れのないものを使用する。
- 昼間の輝度は3,000cd/㎡以下、夜間の輝度は800cd/㎡以下とする。また、周囲の明るさによって輝度を自動調整することを推奨する。
- 高彩度の利用を抑えるなど、まちなみを阻害しない色彩とする。具体的には、Y系またはR系で彩度6以上の色彩を多用しないこと、また、補色や彩度差の大きい色の組み合わせを使用せず、類似色や中間色など落ち着いた色を推奨する。
- 背景に明度の高い白色を使用した画面の長時間表示を控える。

- 文字の大きさは、40cm 以内とする。
- 音声は不可とする。
- 動画も可能とする。
- コンテンツに関し、人物、キャラクターの意匠も使用可能とする。
- 地域景観づくり協定を締結した者の代表者の意見を聴取すること。

## D) 地上広告物（協定第10条）

### <案内板・サインに関する基準>

- 建物の入口付近など目につきやすい場所に設置し、歩行者の妨げとならないよう配慮する。
- ヒューマンスケールを越えない大きさとし、建物と調和したデザインとする。
- 施設案内や集合サインなど複数設置する場合は、統一したデザインとする。

### 【既往の規定】

#### <ガイドライン（2.6.1）>

- 高さ5m以下。一の表示面積は2.5㎡以下。原則、4以下。
- 地上に設置するものは通行の妨げにならないものとする。
- 御堂筋に面する建物において、テナント名などの表示方法は、表示する方法や位置がテナントごとにばらばらになることがないよう、ビルオーナーが一元的に調整・管理することを検討する（足元に集約して設置するなど）



テナント名を集約して表示している例。

### 【準用されているもの】

#### <景観計画（屋外広告物に関する行為の制限／御堂筋地区）>

- 地上広告板の地上から広告板の上端までの高さは、5m以内とする。
- 表示面積の合計は、10㎡以内とする。
- 道路に突出するものについては、道路への突出幅及び道路に突出する部分の下端の高さは、突出広告物の基準による。

#### <補足／景観読本（ii-24）>

- 歩道際に置く場合は、歩行者の妨げにならないよう配慮する。

#### <補足／ガイドライン（2.6.1）>

- 良質で統一したデザインとし、一体的かつコンパクトに配置した場合は、1の広告物とみなすことも検討する。



壁面線内側に配置されたテナントサインの例

## E) 期間限定広告物（協定第11条）

- 暫定利用やイベント対応時の広告物等については、第5条から第10条までに規定する基本的な考え方を踏まえつつ、地域で連携したイベント時など、特に、御堂筋沿道全体としてのにぎわい創出に資する場合は、設置期間等について柔軟に扱うものとする。

---

### 【既往の規定】

#### <ガイドライン（2.6.2）>

- 暫定利用、イベント対応時に限り、設置基準を緩和することができることとする。

---

### 【準用されているもの】

#### <景観計画（屋外広告物に関する行為の制限／御堂筋地区）>

- 暫定利用、イベント対応時について、別に定めがある場合（※）は、これによるものとする。

#### <補足／景観読本（ii-26）>

- 「重点届出区域におけるデジタルサイネージ等取扱要領・別表第3」を確認すること。（※）
- 上記要領は、重点届出区域において、にぎわいの形成やまちの魅力向上につながるデザイン性の高い一時広告物の表示又は掲出に係る協議等に関し必要な事項を定めたものである。設置協議対象地区において、一時広告物を掲出する場合に適用される設置基準が記載されており、一般的な期間限定広告物についてはこれを参照する。（「4. 参考資料」参照。）
- 協定で規定する「地域で連携したイベント」とは「御堂筋沿道壁面後退部分の使用行為に関する事前協議要綱」第5条に定める行為とする。（例：オータムギャラリー等）

F) 点滅又は回転等（デジタルサイネージ）

【既往の規定】

<ガイドライン（2.6.1）>

- 点滅又は回転等をしないもの。ただし、可変表示式屋外広告物について、別に定めがある場合は、これによるものとする。

【準用されているもの】

<景観計画（屋外広告物に関する行為の制限／御堂筋地区）>

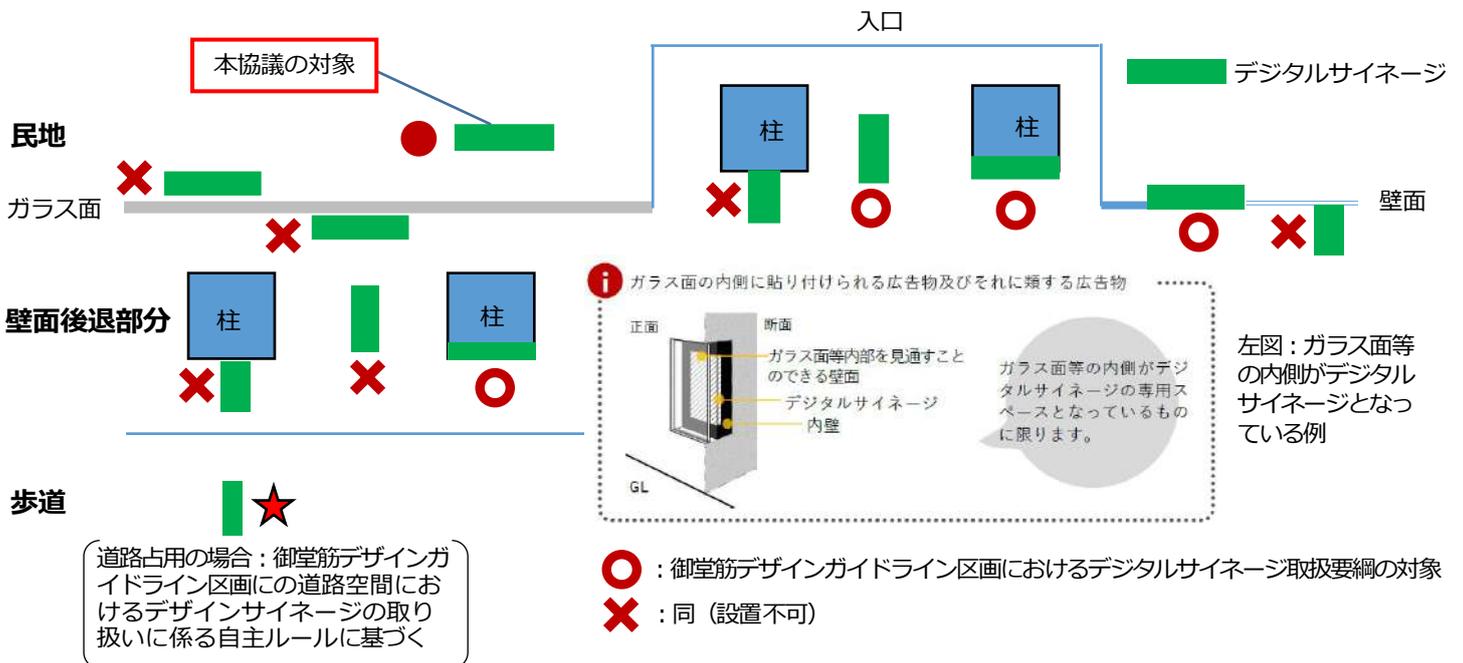
- 点滅又は回転等をしないこと。ただし、可変表示式屋外広告物について、別に定めがある場合（※）は、これによるものとする。

<補足／景観読本（vii-6）>

- 御堂筋デザインガイドライン区間は別途協議が必要です（※）

<御堂筋デザインガイドライン区間におけるデザインサイネージ取扱要綱（※）>

- 上記要綱は、周辺環境との調和に配置したデザイン性の高いデジタルサイネージ（可変表示式の屋外広告物）設置に係る協議等に関し、必要な事項を定めたものである。本協議の対象となる広告物（下図参照）については、当該要綱・別表第2の設置基準に適合するよう設置計画を作成し、協議を行うこと。（「4. 参考資料」参照。）
- ガラス面広告物としてのデジタルサイネージについては、2.広告種別毎の考え方 c) ガラス面広告物 <デジタルサイネージについて> の記載を参照する。なお、ガラス面等の内側がデジタルサイネージの専用スペースとなっているものを除き、ガラス面内側に密着してデジタルサイネージを設置しないこととする



<御堂筋デザインガイドライン区間の道路空間におけるデザインサイネージの取り扱いに係る自主ルール  
(※) >

- 本自主ルールは、本協議の対象とは直接かかわるものではないが、道路空間内において、エリアマネジメント団体等が占有許可を得て情報案内版等を設置するにあたり、防災・防犯、環境維持、まちの賑わいといった多様な情報の発信のためにデジタルサイネージを設置する場合の規定として、別途定めたものである。

## 4 参考資料

※ 大阪市「重点届出区域におけるデジタルサイネージ等取扱要領」

別表第3. 一時広告物掲出基準（第6条関連）

表示又は掲出の期間	<ul style="list-style-type: none"><li>• 原則、1カ月以内とする。</li><li>• 表示又は掲出の期間の5倍以上の期間をあけること。</li></ul>
協議の対象となる大きさ、形態・意匠	<ul style="list-style-type: none"><li>• 大阪市景観計画に定める広告物基準に規定する表示面積を超える広告物</li><li>• プロジェクションマッピング等の点滅又は動く広告物</li></ul>
周辺への影響を抑えるための基準	<ul style="list-style-type: none"><li>• まちなみを阻害しない色彩とする。（※1）</li><li>• まぶしすぎない明るさ（輝度）とする。（※2）</li><li>• 心身に悪影響を与えないゆるやかな表示速度、繰り返し回数とする。</li><li>• 不快感を与えない音量、音色とする。</li></ul>
コンテンツの基準	<ul style="list-style-type: none"><li>• にぎわいの形成やまちの魅力向上につながるデザイン性の高いものとする。</li><li>• 公序良俗に反しないものとする。</li><li>• 見る人に不快感や不安感を与えないものとする。</li><li>• 風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律第2条に該当する営業に関する広告物については表示又は掲出を認めない。</li></ul>

（※1）プロジェクションマッピング等の場合は、補色や彩度差の大きい色の組み合わせを使用せず、類似色や中間色など落ち着いた色を推奨する。

（※2）プロジェクションマッピング等の場合は、夜間においては周辺状況に配慮すること。

※ 「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等取扱要領」

別表第 2. デジタルサイネージ設置基準

協議対象地区名	御堂筋本町北地区、御堂筋本町南地区
前提条件	<ul style="list-style-type: none"> <li>・御堂筋の風格あるまちなみの形成に資するもので、周辺景観との調和に配慮したものとす る。(※1)</li> <li>・設置者による内部取扱規定を設けていることとする。</li> </ul>
設置位置、形態 意匠の基準	<ul style="list-style-type: none"> <li>・設置位置は、建築物の 1 階まで(※2)とし、設置形態は、壁面への設置及び自立型設置と する。</li> <li>・壁面に突出し、また、天井に吊り下げて設置することは不可とする。</li> <li>・壁面に設置する場合は、建築物と一体的な形態、意匠とする。また、窓面をふさがないように 設置することとする。</li> <li>・太陽光を著しく反射する恐れのないものとする。</li> <li>・骨組み、支柱等の構造体は目立たないものとする。</li> </ul>
大きさ(1か所) の基準 (※3)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・2㎡以下とする。</li> </ul>
総量の基準	<ul style="list-style-type: none"> <li>・5㎡以下とする。ただし、敷地面積が 2000㎡を超える場合は、2000㎡を超える部分(A ㎡)の割合(A/2000)に応じて、一敷地における合計面積を加算(5㎡×A/2000)するこ とができる。</li> </ul>
快適な街路景観創出の ための基準	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ヒューマンスケールに配慮した高さや幅(※4)とする。</li> <li>・自立型設置の場合、通行の妨げにならない設置位置とする。</li> <li>・一敷地に複数設置する場合、他のデジタルサイネージとの距離を 10m 以上離すこととする。 ただし、近接して設置する場合は、合計 2㎡以下であればこの限りでない。</li> <li>・壁面後退部分への設置は不可とする。</li> </ul>
周辺への影響を 抑えるための基準	<ul style="list-style-type: none"> <li>・まぶしすぎない明るさ(輝度)とする。(※5)</li> <li>・高彩度の利用を抑えるなど、まちなみを阻害しない色彩とする。(※6)</li> <li>・静止画の切替り(切替り間隔は 15 秒以上)のみとする。</li> <li>・音声は不可とする。(ただし、緊急時を除く。)</li> </ul>
コンテンツの基準	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自家用広告物(※7)に限る。</li> <li>・周辺景観に配慮したものとす。</li> <li>・観光情報、ニュース、災害時の避難情報など、まちの利便性や安全性を高める各種の情報やま ちの魅力を向上させる映像等を提供し、その割合が 1/10を超えていることとする。</li> <li>・公序良俗に反しないものとする。</li> <li>・見る人に不快感や不安感を与えないものとする。</li> <li>・風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律(昭和 23 年法律第 122号)第 2 条に該 当する営業に関する広告物を表示しないものとする。</li> <li>・人物、キャラクターの意匠は使用しないよう努める。</li> </ul>

(※1) ガイドラインに示す「デザイン・掲出方法の工夫 2.6.3」を踏まえるものとする。

- (※ 2) 道路に面する部分の天井高より下の部分とする。道路に面する部分に吹き抜け等がある場合は、当該建築物の主要な天井高までを基本とする。
- (※ 3) 大きさの算定はフレームや架台等を除く画面の大きさとする。ただし、ガイドラインに定める「広告・サイン等の取扱い」のうち、表示面積及び設置数に関する制限の範囲内であるものに限る。
- (※ 4) 地盤面から画面上端までの高さは 2.3m、画面幅は 1.5mを上限とし、設置位置や掲出内容に応じて配置する。
- (※ 5) 夜間等、外光の状況及び周辺状況に配慮する。
- (※ 6) 補色や彩度差の大きい色の組み合わせを使用せず、類似色や中間色など落ち着いた色を推奨する。
- (※ 7) 自己の氏名、名称、店名若しくは商標又は自己の事業若しくは営業の内容を表示するため、自己の住所又は事業所、営業所若しくは作業場に表示し、又は設置する広告物とする。

※ 「御堂筋デザインガイドライン区間の道路空間におけるデジタルサイネージの取り扱いに係る自主ルール」

<p>前 提 条 件</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・御堂筋の風格あるまちなみの形成に資するもので、周辺景観との調和に配慮し、メインストリートにふさわしい高質な空間の実現に資するものとする。</li> <li>・イチョウ並木や沿道建築物と調和のとれた、統一感のある落ち着いたまちなみ形成に配慮した色彩やデザイン、シンプルな形態とする。</li> <li>・周囲から「際立たせる」のではなく、デザイン性を高めることで人目を引きつける、あるいは掲出方法に一定のルールを設けてすっきりさせることで人目につきやすくするよう工夫し、掲出することがステータスにつながるような質の高い広告・サインとする。</li> <li>・御堂筋デザインガイドラインに示す「デザイン・掲出方法の工夫2.6.3」に掲載された考え方を踏襲するものとする。</li> <li>・地域景観づくり協定を締結した者の代表者の意見を聴取すること。</li> </ul>
<p>設置位置、形態 意匠の基準</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・設置位置は、歩道部への自立型設置とし、通行の妨げにならない位置とする。</li> <li>・御堂筋を走行する自動車から画面が視認できないよう、画面は南向きとする。走行する自動車から視認できる北面は、案内サイン等の掲示は可能とする。</li> <li>・歩行者に圧迫感を与えないようヒューマンスケールに配慮し、地盤面から画面上端までの高さは2.3m、画面幅は1.5mを上限とする。</li> <li>・骨組み、支柱等の構造体は目立たないものとし、形態デザインや色彩は、シンプルで落ち着いたものとする。素材は、御堂筋の歩行者空間デザインと調和するよう、石材・鋼材・コンクリートなどを使用し、ダークグレーを主体とした明度の低い色彩とする。</li> <li>・太陽光を著しく反射する恐れのないものを使用する。</li> <li>・フレームや架台等を除く画面の大きさは2㎡以下、フレームや架台等を含めた大きさは2.5㎡以下とする。</li> </ul>
<p>周辺への影響を 抑えるための基準</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・まぶしすぎない明るさ（輝度）とし、夜間等、外光の状況及び周辺状況に配慮する。具体的には、昼間の輝度は3,000cd/㎡以下、夜間の輝度は800cd/㎡以下を推奨する。なお、昼間の日射等の影響や夜間のイルミネーション時など、一時的に当該数値によらない場合は、その理由も合わせて別途協議の上基準を設定するものとする。</li> <li>・高彩度の利用を抑えるなど、まちなみを阻害しない色彩とする。具体的には、明るく派手な高彩度色を多用しないこと、また、補色や彩度差の大きい色の組み合わせを使用せず、類似色や中間色など落ち着いた色を推奨する。</li> <li>・静止画の切替り（切替り間隔は15秒以上）のみとする。色の点滅も行わない。</li> <li>・音声は不可とする。（ただし、緊急時を除く。）</li> </ul>
<p>コンテンツの基準</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・御堂筋のブランディングや賑わい形成、ならびに多様な情報の発信に資する広告物とする。</li> <li>・品格のある落ち着いた御堂筋の雰囲気や損なわないよう、周辺景観に配慮した質の高い広告とする。</li> <li>・文字情報が多いものなど情報の過多に配慮するとともに、価格訴求の強いものやデザイン性が低いと判断されるものは避ける。</li> <li>・観光情報、ニュース、災害時の避難情報など、まちの利便性や安全性を高める各種の情報やまちの魅力を向上させる映像等を提供し、その割合が1/10を超えていることとする。（切り替えパターンに応じて適宜分散させる）</li> <li>・公序良俗に反しないものとする。</li> </ul>

<p>コンテンツの基準</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・見る人に不快感や不安感を与えないものとする。</li> <li>・風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律（昭和23 年法律第122号）第2条に該当する営業に関する広告物を表示しないものとする。</li> <li>・御堂筋らしい風格と高質な賑わいの形成に配慮し、人物、キャラクターの意匠は使用しないよう努める。ただし、下記のような場合でデザイン性の高いと判断される広告は認める場合がある。 <ul style="list-style-type: none"> <li>⇒人物、キャラクターの使用する面積（顔の部分を長方形の枠で囲った面積、イラストやCGの場合も同様）が画面の1／3を超えない事、かつ掲出時間が1／3を超えないこと。</li> <li>⇒シルエット（顔等が認識できないような人物背景など）や体の一部、群衆としての使用など、イメージ的に用いられているものは、面積・時間の割合に関わらず使用可能とする。</li> </ul> </li> <li>・一定以上の解像度を確保する。</li> <li>・文字の大きさは、40cmまでとする。</li> </ul>
-----------------	--