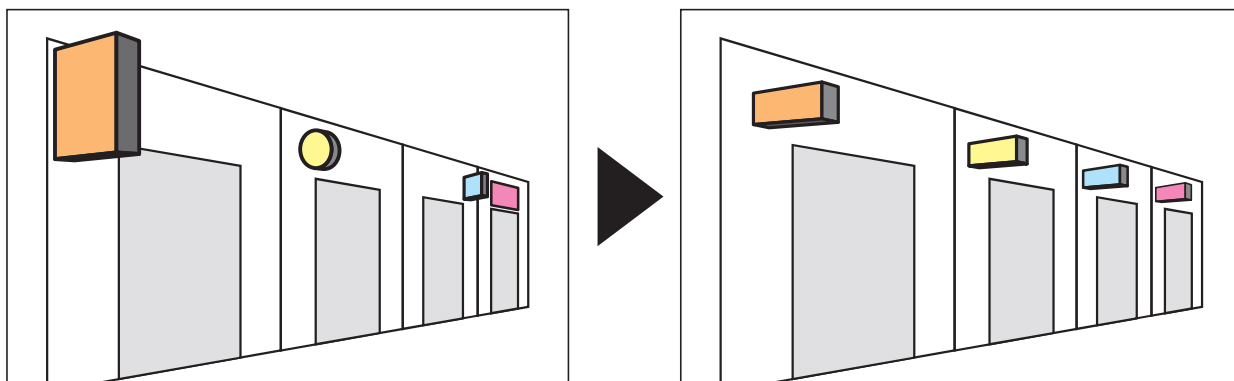
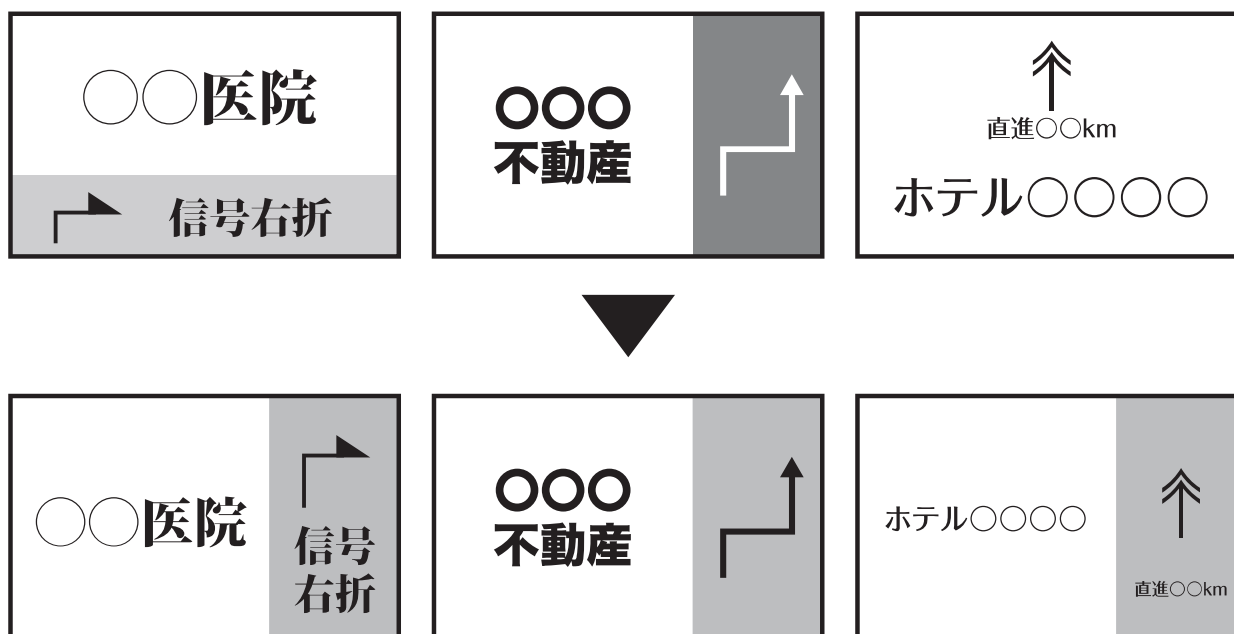


2 協調性

屋外広告物は、地域の環境や文化と協調性を持つことで良い景観を生み出します。協調性のある広告は、周囲の建築物や自然と一体感を持ち、地域の個性を尊重しながら魅力を引き立てます。その結果、広告が景観の一部として自然に受け入れられ、地域全体の美しさや価値を高めます。また、お互いの規格やデザインに統一性を持たせることで、情報を見やすくする効果もあります。



周囲環境や建築物と協調することで一体感が生まれる。



お互いの規格やデザインルールを統一することで瞬時に情報が読みやすくなる。

2章 表示等に関する配慮事項

3 情報の整理・構成

3-1 広告物の見え方

3-1-1 誘目性

「誘目性」とは、目を誘うことであり、興味を喚起してそちらの方に目を誘われるように仕向けることです。刺激の強いもの、周囲の環境に対し個性的なもの、その人の興味に働きかけるものなどは誘目性が高くなります。



周囲環境に比べ個性的で誘目性が高い例。

3-1-2 視認性

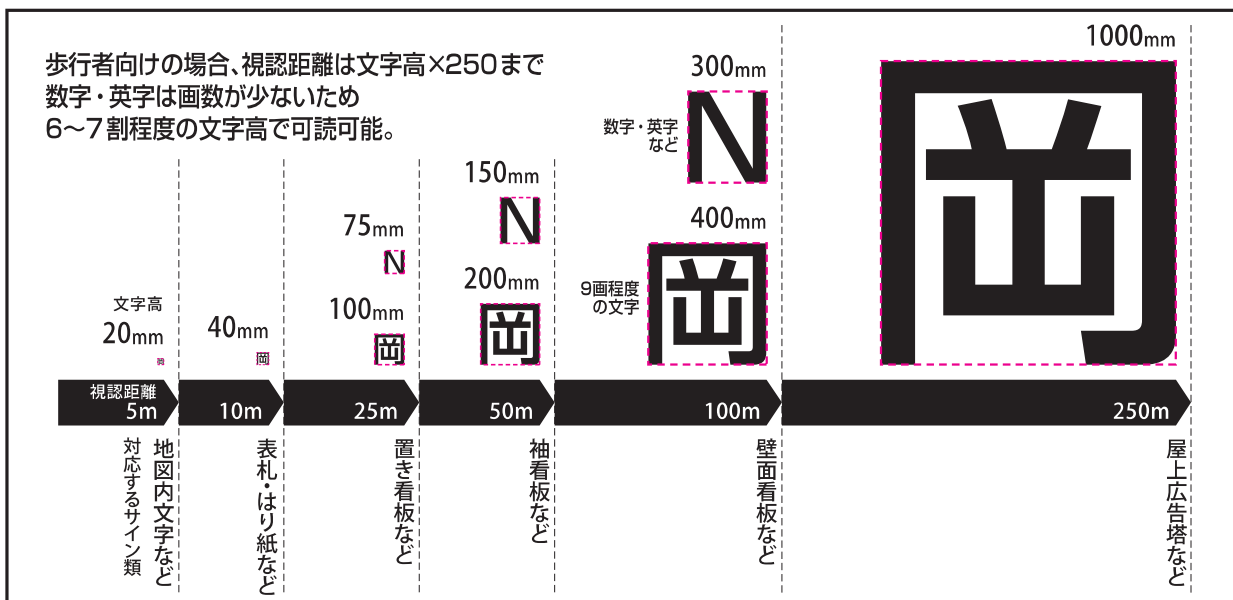
「視認性」とは、目で見えて対象を認識できるかどうか、つまり、そこに何があるかを発見できるかどうかということです。対象がサインであることや、文字や図が瞬時に認識できる場合、視認性が高いと言えます。



一目で情報の判読ができ、視認性が高い例。

3-1-3 可読性

「可読性」とは、文字が読めるかどうかを指します。日本語の場合、視力0.5程度の人を読める文字の視認距離は、文字の高さ×250が目安です。（「バリアフリー整備ガイドライン 旅客施設編」（国土交通省）より）例えば、10m離れた場所から看板を読む場合40mmの文字が必要です。ドライバー向けのサインについては、道路構造令で基準が定められています。また、英語や数字のように画数の少ない文字は、文字高さの5～7割程度でも可読可能です。



3-2 書体について

屋外広告物に使用する書体を選定する際には、伝える内容にふさわしいか、判読性が高いか、美しいかを考慮する必要があります。地域やブランドイメージに合わせた書体を選ぶことで、伝える印象をコントロールできます。ただし、一つの表示面に多くの書体を使用すると、統一感が失われ読みづらくなるため、必要最低限の書体に絞りましょう。欧文書体は和文書体と組み合わせて表示されることが多いので、相性の良いものを選びます。和文書体には主にゴシック体と明朝体があり、それぞれの特徴は次の通りです。

3-2-1 ゴシック体

シンプルで装飾がなく、文字の太さが均一なため、遠くからでも読みやすい。現代的で力強い印象を与え、視認性が高く、短時間で情報を伝えるのに適しています。

読みやすい書体選定

太さが均一で
視認性が高い

3-2-2 明朝体

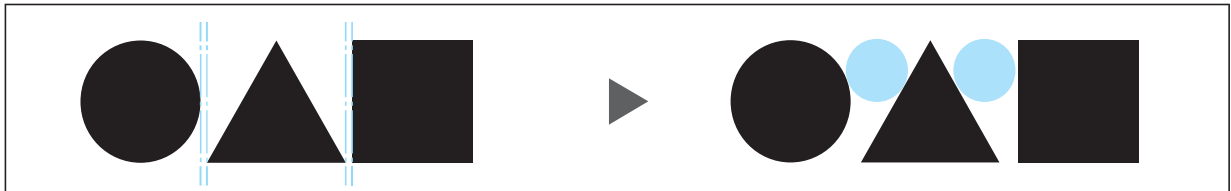
字形に抑揚があり、長文の可読性が高い。落ち着いた雰囲気や高級感を演出したい場合に適しています。

読みやすい書体選定

明朝体はウロコやハネ、縦線と横線に強弱があるため、字の形が追いやすく、長文で使用した際の可読性が高いとされています。屋外広告物に使用する際は、繊細さや格調を感じさせる表現などに用いると良いでしょう。

3-2-5 文字間調整

表示レイアウトでは、文字間の調整が重要です。屋外広告物では単語や短い文章をレイアウトすることが多いため、文字が固まりとして自然に認識できるよう調整することで、瞬時に情報を読み取ることができます。適切な文字間は、広告に美しさも与えます。



文字同士の感覚が均等でも、文字の形によってバラバラに見えてしまう。
文字と文字の間の余白が均等に寄るように調整が必要。

ネットワーク会議A1

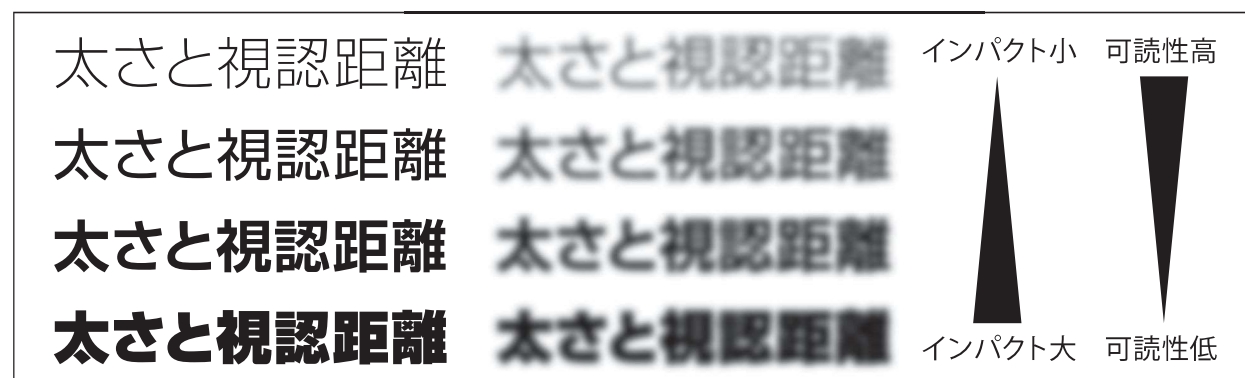
カタカナや促音などのバランスが取れていないため「ネットワーク」という一つの単語として読みにくい。議とAの間、Aと1の間も間隔がバラバラ。

ネットワーク会議 A1

ネットワークの文字を詰め気味にして一固まりの単語として認識しやすくした。
A・1の詰めも調整し、単語として可読しやすく調整した。

3-2-6 ウェイト

同じ書体でも太さの異なるバリエーションがあり、これをウェイトと言います。太いウェイトは強調したい部分や目立つタイトルに使い、細い文字は本文に使うなど、情報にメリハリをつけ、優先順位を示すことができます。ただし、太い文字はインパクトが強い反面、遠くから見る（ぼやけた状態）と文字がつぶれて読みにくくなることもあるため、バランスに注意が必要です。



2章 表示等に関する配慮事項

3-3 図記号について

言語の代わりに絵で情報を伝える図記号は、視認性や瞬時の情報伝達が求められる場面で大きな効果を発揮します。シンプルで明確なデザインは遠くからでも認識しやすく、短時間で情報を伝えます。また、言語の壁を越えたコミュニケーションが可能のため、多文化環境でも有効です。

3-3-1 ピクトグラム

情報や注意を示すための図記号。情報内容を単純な図形で表現し、言語に依存せずに情報を伝えることを目的としています。公的な規格として、（公財）交通エコロジー・モビリティ財団が策定した標準案内用図記号があり、一部はJIS規格化されています。ただし、土地や文化によって解釈が違う場合があり、慣習化されていないピクトグラムは理解度が低いため、使用には注意が必要です。

【標準案内用図記号】



お手洗い



身障者設備



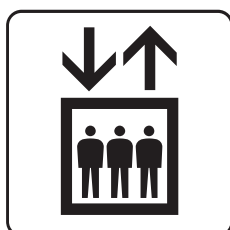
オストメイト



乳幼児設備



階段



エレベーター



情報コーナー



案内所



一般注意



滑面注意



禁煙

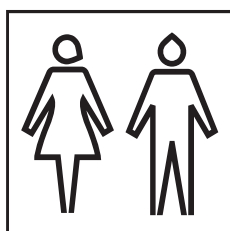


撮影禁止

【オリジナルピクトの例】



お手洗い



身障者設備



3-3-2 シンボルマーク（公共シンボル）

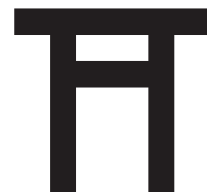
商業的なブランドの象徴だけでなく、特定のサービスや機関、場所を表すために設計され、広く一般的に普及しているものも含まれます。例えば、郵便局の「〒」マーク、学校の「文」マークなどが代表的です。



学校



郵便局



神社

3-3-3 アイコン

特定の機能や行為をシンプルに図化したもので、主にデジタル上で使用されますが、マップの現在地マークやゴミ箱マークなど、サイングラフィックに展開されることもあります。



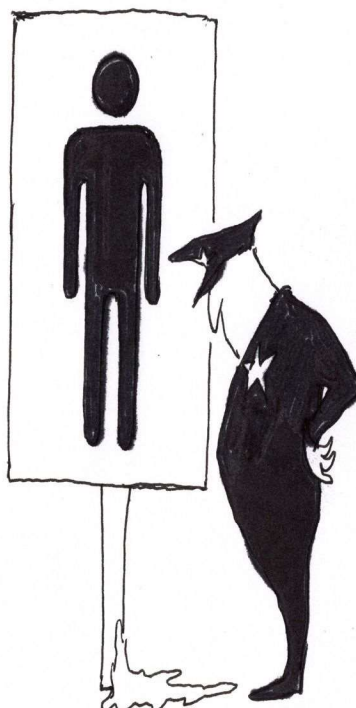
フォトスポット



現在地



信号



2章 表示等に関する配慮事項

3-4 レイアウトについて

3-4-1 情報処理

人が視覚的な情報を読み取る際、一瞬で読める文字数は15文字程度と限界があります。（「屋外広告の知識デザイン編 第四次改訂版」（株式会社ぎょうせい）より）特に屋外広告物は、移動中の歩行者や運転者が主な対象となるため、伝えられる情報はさらに少なくなります。そのため、伝えたい情報をできるだけ整理し、単純化したわかりやすい情報提供が重要です。このような情報の整理は、広告物の集約化に加え、不要な広告物の削減にもつながります。

The image shows a comparison between two versions of a clinic advertisement. On the left, the layout is cluttered with various elements: a header with hours, a logo with a rabbit, a doctor's illustration, and multiple text blocks. On the right, the layout is clean and organized, with the clinic name and services prominently displayed, and contact information clearly separated.

Left Advertisement (Cluttered):

- 診療時間 月火水木金 8:00~18:00
- グループ
- 訪問診療も受付中!
- 〇〇〇クリニック
- 地域のかかりつけ医
- 内科 小児科 眼科
- お気軽にお電話ください
- TEL 0123-45-6789

Right Advertisement (Clean):

- 地域のかかりつけ医
- グループ
- 〇〇〇クリニック
- 内科 小児科 眼科
- 診療時間 月~金 8:00~18:00
- TEL 0123-45-6789
- 訪問診療も受付中!

左図のように情報の整理がついていないと受け手がどこから何を讀んでいいのかわからない。

3-4-2 優先順位

情報の整理や優先順位がついていないと受け手がどこから何を讀んでいいかわからず、一瞬で読む気を無くしてしまう。自然に読めてしまうようなレイアウトが望ましい。

The image shows a comparison between two versions of a clinic advertisement. On the left, the layout is disorganized with information listed in a non-hierarchical manner. On the right, the layout uses a clear hierarchy to prioritize key information, such as the clinic name and services, while still including all necessary details.

Left Advertisement (Disorganized):

- 診療時間 月火水木金 8:00~18:00
- 内科 小児科 眼科
- TEL 0123-45-6789
- 〇〇〇クリニック
- グループ
- 地域のかかりつけ医
- お気軽にお電話ください
- 訪問診療も受付中

Right Advertisement (Organized):

- グループ
- 〇〇〇クリニック
- 内科 小児科 眼科
- 診療時間 月火水木金 8:00~18:00
- TEL 0123-45-6789
- 地域のかかりつけ医
- 訪問診療も受付中!

表示面の大きさは限られているので、伝えたい情報に優先順位をつけメリハリを持たせることが重要。

3-4-3 余白

文字を大きく配置してぎっしり詰め込むと、表示はかえって読みにくなります。余白を作ることで周囲に要素がなくなり視線が集中し、強調したい文字が目立ちやすくなります。余白は「余った白」ではなく、意図的に配置することが重要です。

適度な余白は目立つ
空間に適度な余白を取ることで視線が誘導され情報を目立たせることが可能となる。



適度な余白は目立つ

空間に適度な余白を取ることで視線が誘導され情報を目立たせることが可能となる。

周囲に要素がないことにより視線が集中する。余った白ではなく、適度な余白を設定することが必要。

3-4-4 揃え

レイアウトの基本は要素を揃えることです。文字の固まりや図、余白の位置を揃えることで、表示に秩序が生まれ、情報が整理され読みやすくなります。秩序立ったレイアウトは美しく、デザインの質の高さを感じさせます。

□□□グループ

〇〇〇クリニック

内科 小児科 眼科

診療時間 月火水木金 8:00~18:00

TEL 0123-45-6789

地域のかかりつけ医

訪問診療も受付中!



地域のかかりつけ医

□□□グループ

〇〇〇クリニック

内科 小児科 眼科

診療時間
月~金 8:00~18:00

TEL 0123-45-6789

訪問診療も
受付中!

似たような情報の固まりを揃えることで、目が情報を追いやすくなり読みやすくなるとともに、整然とした印象のレイアウトになる。

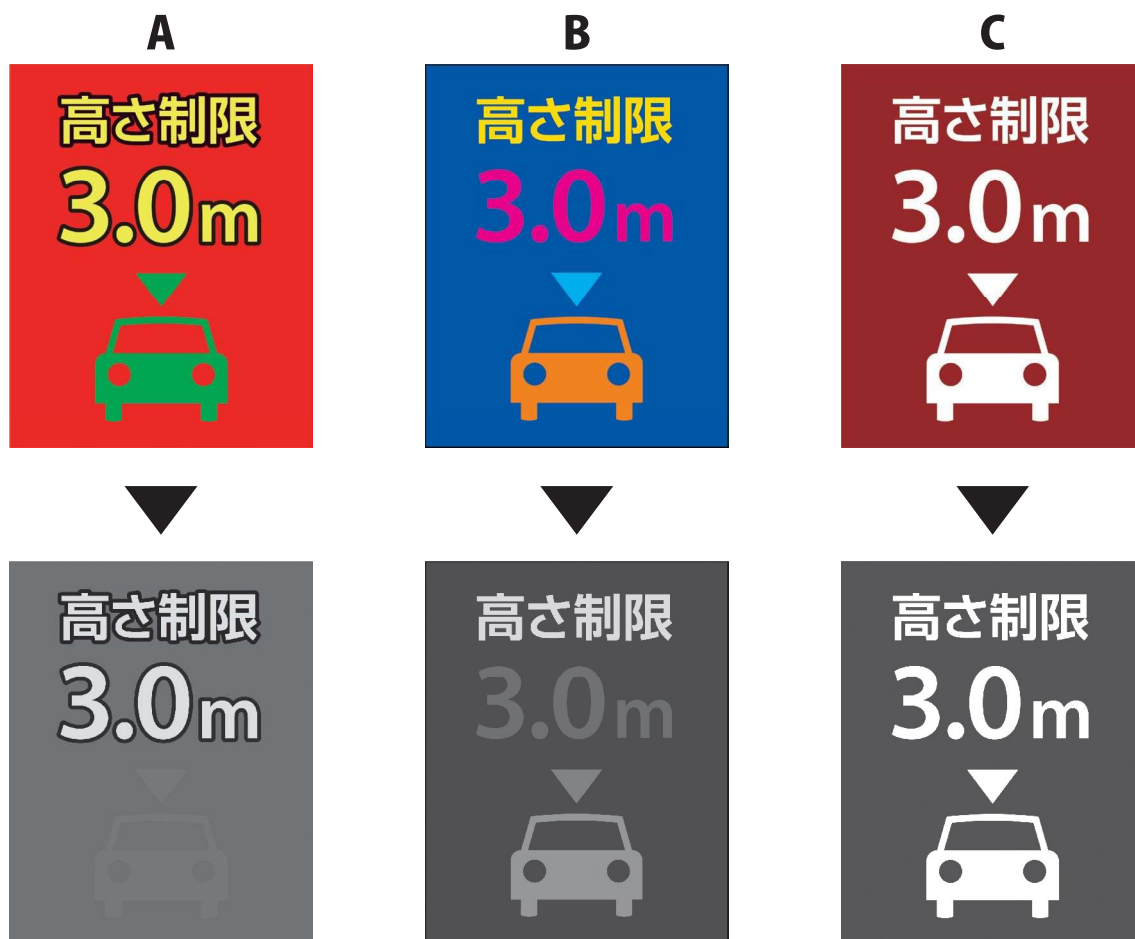
2章 表示等に関する配慮事項

4 色彩

4-1 配色について

高彩度の色は目立ちやすく屋外広告物でよく使われます。しかし周囲との環境調和を求められる広告物では、鮮やかな色を多用すると悪目立ちし、まちなみとの秩序や統一性が失われます。

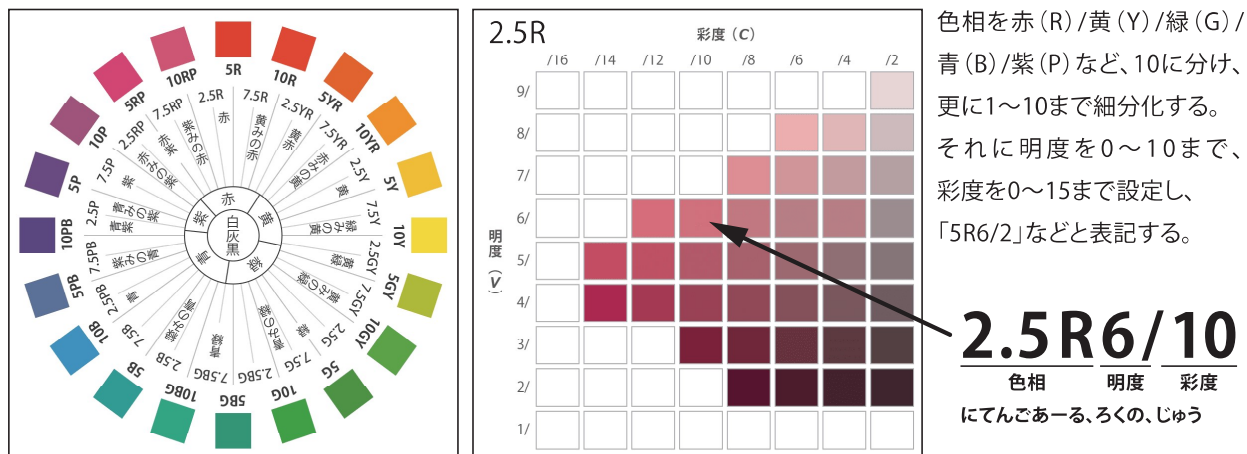
低彩度のベースにポイントで高彩度色を使う。最低限の色数でコントラストをはっきりつけた色を使う。などメリハリをつけた配色の方が、必要な情報を強調することができ効果的です。



高彩度の色や多色を使ったA・Bよりも、色数は少なくとも地と図のコントラストがはっきりしているCの方が可読性が高い。白黒で見ると判断がしやすい。

4-2 マンセル値について

マンセル表色系は、色を「色相」「明度」「彩度」の三属性で表す体系です。数値化することで客観的な色指定が可能です。自治体での色彩規制はマンセル値を用いることが多いですが、実際の制作現場では通常マンセル値での色指定はできません。色見本帳やWEBサイトの情報を参照し、使用色のマンセル値を確認しましょう。

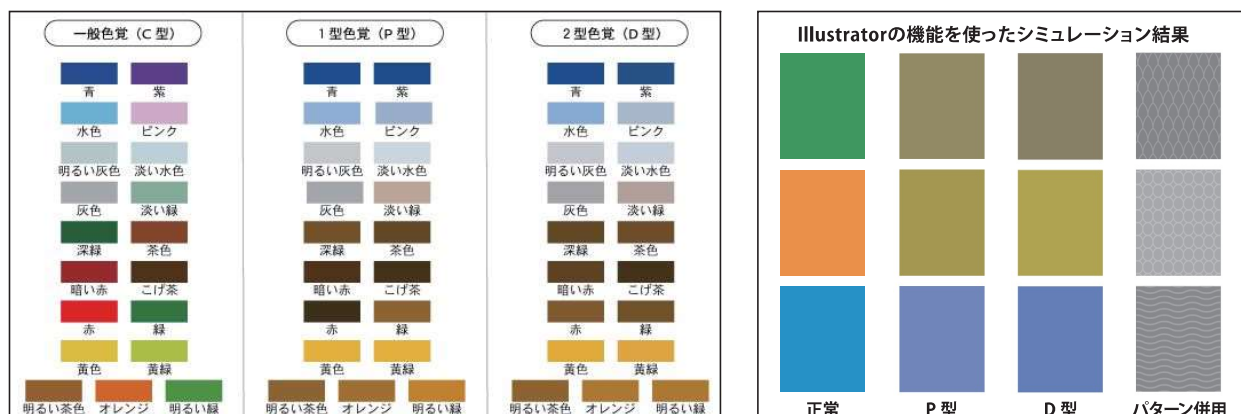


出典：コニカミノルタHP

4-3 ユニバーサルカラー

日本人男性の約20人に1人、女性の約500人に1人は色覚に障がいを持っているといわれています。（「色覚異常を正しく理解するために」（公益社団法人 日本眼科医会）より）赤の識別が出来ない、緑の識別が出来ない、青の識別が出来ないなどタイプがあり、マップなどの色分けが分からなかったり、地と図の色の区別がつかず情報が読めない場合もあります。

見え方についてはIllustratorのシミュレーション機能や、スマホなどのアプリを使う方法などでチェックし、色覚に配慮した配色や、色だけに頼らず、地模様を併記するなどの工夫が必要です。



5-2 地域に合わせたロゴデザイン

色彩規制や地域ごとの規制などがある場合、コーポレートロゴもそれに合わせて調整する必要があります。減面方式、反転方式、減彩度方式、地域オリジナル方式などがあります。



5-3 他言語表示

今日では、サインへの外国語併記が一般的となっており、日本語と共に英語（ローマ字）の併記は一般的となっています。地域によって中国語、ポルトガル語、韓国語等を併記している事例もありますが、限られたサイン表示面内で外国語を複数併記すると、煩雑で分かりづらいサインになる恐れもあり、静岡市では英語併記を基本としています。またピクトグラムなどを活用することで複数の外国語への対応を考慮しています。

また、表記内容については外国語利用者に意味の通じる表記であることが重要であり、静岡市公共サインマニュアルでは表記の基準が提示されています。

主な観光地のご案内
Main Tourist Destinations
主要観光名勝・景點 주요 관광지 안내

 周辺のご案内
Information 询问处 안내소

他言語表示の例 必要に応じ中国語、韓国語などの表示をするが、全ての情報に適應すると文字数が多く煩雑になり、可読性が低くなることに注意

静岡小学校
Shizuoka Elem. Sch.

 JR 静岡駅
JR Shizuoka Sta.

静岡市公共サインマニュアルでは、英語併記を基本とし、ピクトグラムなども活用することを勧めている。

2章 表示等に関する配慮事項

6 屋外広告物の計画におけるチェックリスト

第2章「表示等に関する配慮事項」をもとにしたチェックリストを作成しました。「屋外広告物のしおり」で規制内容等を確認し、表示等に関しては、下表のチェックリストを参考にして、屋外広告物を計画してみましょう！！

項 目	チェック内容	チェック
① 大きさ	周辺環境を正しく読み取り、設置状況に適した規模となっているか。	
② 協調性	周辺環境や建築物と協調するように計画しているか。	
③ 情報の整理・構成	1. 文字の大きさは適切であるか。※文字高さ $m = \text{視認距離} \times 0.004$	
	2. ゴシックや明朝体などの認識しやすい書体を使っているか。	
	3. ユニバーサルフォントを意識しているか。(アキを広くして文字がつぶれないようにしているか。濁点や半濁点を判別しやすくしているか。まぎらわしい画線をなくしてシンプルにしているか。など)	
	4. 文字と文字の間隔が適切に調整されているか。	
	5. 伝えたい情報をできるだけ整理し、単純化したわかりやすい情報提供に努めているか。	
	6. 文字数は15文字程度として、掲出情報を整理しているか。	
	7. 情報を整理して、優先順位付けをおこない、優先順位ごとに文字の大きさや表現方法を工夫しているか。	
	8. 意図的に板面の余白を配置しているか。	
④ 色彩	1. 高彩度の色を避け、最低限の色数でコントラストをはっきりつけた配色となっているか。	
	2. 配色は白黒にして判読性を確認しているか。	
⑤ 地域性・場所性	1. 各地域の環境に対して、極端に目立つ色や環境にそぐわない色を使っていないか。	
	2. コーポレートのロゴなどは地域に合わせた方式を採用しているか。	

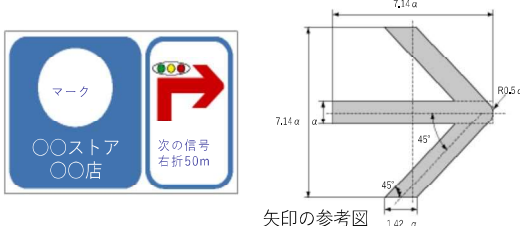
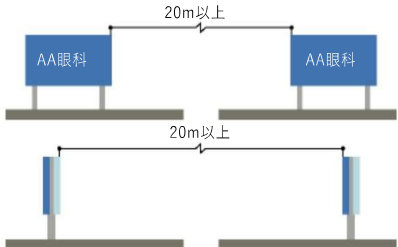
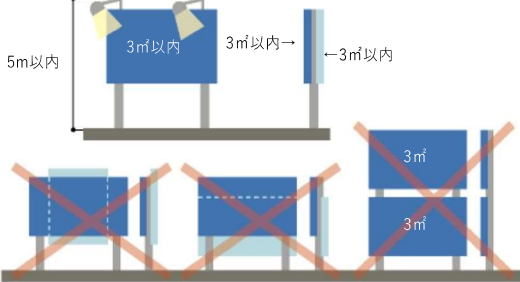
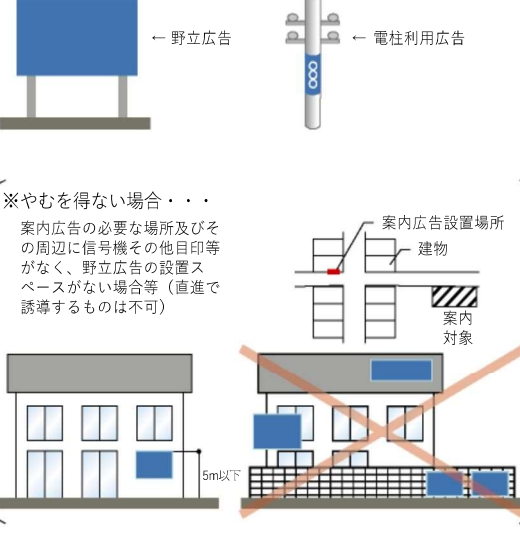
※屋外広告物に関わる法令については、「静岡市屋外広告物ガイドライン②つくりかた編」のP24に記載の「屋外広告物法令チェックシート」をご確認ください。



3章 地域特性を生かした取決事項

特別規制地域における案内広告の許可基準

【特別規制地域における案内広告の許可基準について】

案内広告の許可基準	規制地域	第1種 特別規制地域	第2種 特別規制地域
案内広告の要件		【基準】 ・原則として、案内広告の設置場所から案内対象までの経路を表示したものであること(事前にご相談ください) ・案内対象に誘導するための地図又は矢印を表示したものであること ・案内表示(地図、矢印、距離、誘導文言)の合計面積が案内広告の面積の1/3以上であること	
相互間距離		【基準】 ・同一案内対象へ誘導することを目的とする案内広告を設置する場合は相互間の距離を20m以上とすること	
高さ・面積		【基準】 ・表示面積は、原則片面3㎡以内であること (ただし、表側と同一寸法及び形状の案内広告をそれぞれの裏側が見えないように表示する場合に限り、裏側にも表示できる) ・高さは5m以下であること(照明設備含む)	
電飾設備		【基準】 ・動光(電光掲示)、点滅照明、ネオン照明、光源が露出したもの(案内広告を直接照らすものを除く)を使用しないこと	
広告物の種類	 ※やむを得ない場合・・・ 案内広告の必要な場所及びその周辺に信号機その他目印等がなく、野立広告の設置スペースがない場合等(直進で誘導するものは不可)	【基準】 ・野立広告 ・電柱、街灯柱、消火栓標識柱を利用するもの ・建築物の壁面を利用するもので、上記基準に加え次の基準に適合するもの(判断に必要な書類を準備の上、事前にご相談ください) ※【やむを得ない場合の基準】 ・土地の状況等によりやむを得ないと認められるものであること(土地を借りることができないなどの理由は認められません。) ・当該広告物の上端の高さは、地盤面から5m以下であること(照明設備含む) ・表示面積は3㎡以内であること ・壁面の端から突き出ないものであること ・窓その他の開口部を覆わないものであること	
※特別規制地域に一般広告は設置できません。			