

# 魅力ある 広告景観づくりのために

# 1

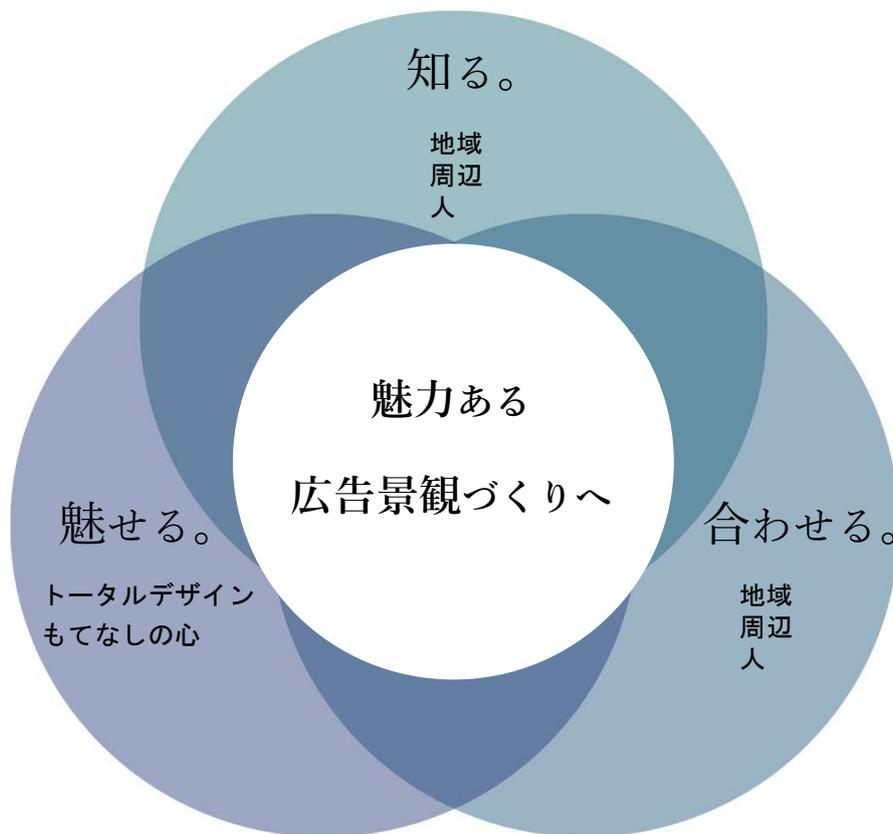


## 〈3つの視点〉

- 知る。
- 合わせる。
- 魅せる。

# 3つの視点

---



広告物は、元来「看板」であるため、他より目立ち、大きく、派手なインパクトのある表現が好んで用いられてきました。

しかし、インターネットやスマートフォンの普及により、広告物の役割は、お店の場所を教える、商品・サービスを宣伝するといったことから、企業イメージを効果的に伝える、訪れたい店先を演出するといったデザイン戦略としての機能が求められる時代へと変わってきています。

また、まちの中に掲出される広告物は、好むと好まざるとにかかわらず人々の目に入る、景観の一部としての「公共性」も帯びています。長い歴史の中で、自分たちのまちを自分たちで守り育ててきた気風が根付く京都だからこそ、単なる自己主張にとどまらない、人や景観への深い配慮が必要です。

みんなが気持ちよく生活できるように、地域の景観に配慮し、誰からも心地よく見られる広告物を掲げることで、お店や企業は地域から信頼され、まちの魅力や価値も向上していく。

そんな京都ならではの魅力ある広告景観づくりのために必要な視点を3つにまとめました。

# 知る。

京都市は個性的な地域が集合した都市であり、地域固有の自然、歴史、文化、日々の暮らしや営みが、地域の景観の特性として現れています。

それぞれの地域になじみながら、その魅力を磨き上げていける広告物にするために、現地を訪ねて周辺を観察し、その雰囲気を感じ取りましょう。



## 地域を知る

地域の景観特性に調和した広告物を目指して、まずは、地域のいろいろな面を知ることから始めましょう。



地域の人に大切に守られているまちの風景

### 雰囲気を感じ取る

地域の雰囲気に合わない色や大きさの広告物を設置して、地域の魅力を損ねてしまうことがないように、昼だけでなく夜にも現地を訪れて、地域の雰囲気を感じ取りましょう。

### 大切にされているものを知る

地域が大切にしているものを台無しにしないように、歴史や風習、季節ごとの行事、愛着が持たれている自然や風景を知っておきましょう。広告物のルール※を調べておくことも忘れずに。

## 周辺を知る

まちを歩いていけば、広告物は単体ではなく、周辺と一体で目に入ります。広告物の周りの状況を把握し、周辺と一体的な広告物デザインを目指しましょう。



それぞれのお店の広告物とその場の雰囲気になじんでいる

### 建物を知る

建物には、設計者が考えたデザインの意図があります。建築様式、色、素材、構造、部材の寸法などを図面や現地調査で確認し、その意図を汲み取りましょう。

### 他の広告物を知る

それぞれのお店が思い思いに設置し、雑然とした広告物からは、思わず目をそらしてしまうことがあります。周辺の広告物の状況を把握し、好ましく見られるための方法を探りましょう。

※ 京都市では、条例により、地域の景観特性に応じて広告物の大きさや色彩などの基準が定められています。 ▶ 4章 条例による規制

# 人を知る

広告物は、届けたい人に届けたい情報を伝えるためのコミュニケーションツールです。誰に向けて、何を伝えたいのかを明確にして効果的に伝わる広告物を目指しましょう。



歩いている人から見えやすい位置にコンパクトに設置されているテナント看板

## 誰に向けて

住んでいる人、観光客、歩いている人、車に乗っている人など、どんな人にどこから見てもらいたいのかによって、効果的な設置位置や表示内容などは異なります。

## 何を伝えたいのか

商品に興味を持ってもらいたいのか、お店の場所や会社のイメージを伝えたいのかなど、届けたい情報を狙いどおりに伝えるための、効果的な広告物デザインを考えましょう。

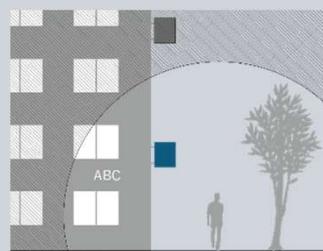
### Point

## 伝わりやすい広告物にするために

➤ まずは見てもらうことから

### 低いところ、近いところに掲出する

道を歩いている人の目にとまりやすい場所は、おおむね建物の1階から2階です。無駄な広告物にならないように、高いところよりも低いところに設置し、見てもらえる広告物にしましょう。



3階以上にはあまり目が見えない

歩行者の目にとまりやすい範囲

### 広告物はまとめる、そろえる

人が広告物を見る時間はわずか数秒です。情報があちこちに散らばっていると、瞬時に処理できず見すごされてしまいます。グループ化して「まとめ」、配置を整然と「そろえる」ことで、目にとまりやすくなります。



複数のテナントの広告物がまとめられ、整然と並んでいて目にとまりやすい

## 地域での広告景観づくりの取組

京都市には、地域固有の魅力的な景観づくりを進めていくことを目的とした「地域景観づくり協議会制度」※があります。

協議会のある地域では、建築物や広告物などの景観に関する市への手続の前に、市が認定した協議会との意見交換が義務づけられており、地域の景観づくりの思いや方向性を理解してもらいながら、建築計画や広告物のデザインなどを考えてもらいます。

この地域で広告物を設置する際には、協議会ごとに作られた「地域景観づくり計画書」に目を通し、意見交換の場で地域のまちづくりの方針や地域が大切にしているものについて話し合いながら、デザインを検討しましょう。

### 京の三条まちづくり協議会

■これらのトーンの組み合わせで構成すると、三条らしいイメージを醸し出すことができる



■アクセントとなる色を使う時は、全体のスペースに対して押し色になるように



地域景観づくり計画書に広告物の色について記載

### 先斗町まちづくり協議会



地域独自の広告物ルールによって町並みの魅力が向上

※ 地域景観づくり協議会の詳細については、京都市ホームページで「地域景観づくり協議会」を検索。

# 合わせる。

町並みを大切にする京都では、その場所のよさを壊さない広告物が好ましく受け入れられます。

目立とうとするばかりではなく、周辺になじみながら、誰からも心地よく見られる質の高い広告物を掲げ、地域の人に長く愛され、その魅力を地域とともに高めよう。



## 地域に合わせる

地域に愛され、長く親しまれる広告物を目指して、地域の個性や雰囲気を損なわない広告物を目指しましょう。



祇園祭に備えて提灯や幔幕(まんまく)のしつらえを整えている

出典：明倫ルールブック

### 雰囲気に合わせる

歴史的な風情、豊かな自然、静かな住宅街、活気ある商店街など、感じ取った地域の雰囲気を意識してデザインした広告物は地域のよさの一部になります。

### 大切にされているものを守る

地域のルールを守り、その魅力を地域の人とともに高めるような広告物を目指しましょう。企業やお店の姿勢として、地域が大切にしているものを尊重しともに守る意識を持っていることが伝わります。

## 周辺に合わせる

広告物だけが周辺から浮くことがないように、建物や周りの広告物との関係を考えてみましょう。周辺と一体的にデザインされた広告物は整然とした美しい町並みの一部になります。



建物デザインに調和し、大きさ・意匠が統一された、整然と並ぶテナント広告物

### 建物のデザインを活かす

建物の形状、素材、色彩、雰囲気に合わせる、水平ラインや垂直のラインをそろえるなど、広告物と建物を一体的にデザインすることで、すっきり整います。

### 通りの広告物に統一感を持たせる

隣の広告物と位置、大きさ、デザイン等に統一感を持たせ、見通しを意識することで、町並みが美しく整います。ばらばらに個性を主張している広告物よりも、町並みに配慮し、整然と並ぶ広告物たちの方が好ましく受け入れられます。

# 人に合わせる

効果的な広告物の条件は、まずは目にとまり、そして好ましい情報として受け取ってもらうことです。単に目立つことを目指すのではなく、好ましく見てもらえる広告物\*を目指しましょう。



シンプルながら歩いていると足を止めたくなる店先を演出

## 伝えたい人に届ける

見てもらえない広告物にならないように、「人を知る。」で把握した伝えたい人の状況に合わせて、広告物の位置や大きさ、表示内容を検討しましょう。

## シンプルに分かりやすく

たくさんの情報を盛り込むと、煩雑な印象を与えてしまい、一番伝えたいことが埋もれてしまいます。シンプルで分かりやすい、好感を持たれる広告物デザインを心がけましょう。

### Point

## 京のまちに合わせた広告物デザイン ▶ カメラを向けたくなる看板

同じ広告物でも、まちのスケールや雰囲気によっては見え方や印象が異なり、京都の狭い通りや自然景観の連なりを基調とする町並みでは、大きな広告物や派手な色合いの広告物は圧迫感や違和感を与えることがあります。

町歩きを楽しむ人は、京都ならではの美しく控えめな広告物にカメラを向けています。大きさや色に配慮し、地域や建物の魅力を損なわないようデザインされた広告物が、信頼できる企業やお店であるという強いアピールになります。



遠くからでも目立つ大きさや色の広告物は、景観を損なう可能性がある



控えめでも京都ならではの魅力を醸し出している広告物



建物デザインに調和し、素材や造作にまでこだわった広告物

※ 好ましく見られる効果的な広告物を目指すためのヒントはこちら。 ▶ 2章 デザインの作法

# 建物のデザインを活かす

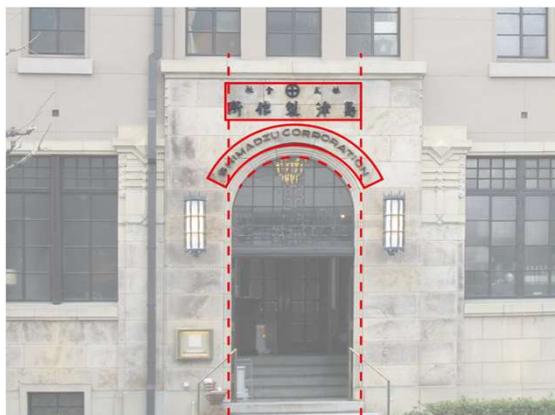
建物には、設計者が考えたデザインの意図があります。その意図を汲み取りながら広告物を考え、建物と一体的にデザインしましょう。建物のデザインを活かすためのヒントをまとめました。

## ■ 建物デザインとのバランスに配慮する

建物の間口の幅に合わせる、水平ラインや垂直ラインを意識するなど、建物の形態意匠とのバランスに配慮して大きさや形を検討します。



入口の幅の垂直ラインを意識して広告物を配置した例



建物の低層部に水平ラインを意識して広告物を配置した例



## ■ 建物の素材や色彩と調和させる

建物の雰囲気を壊さないよう、建物の色彩や素材に合わせて色彩や素材、書体などを一体的に検討します。



建物の雰囲気を壊さないように、レトロな広告物を採用した例

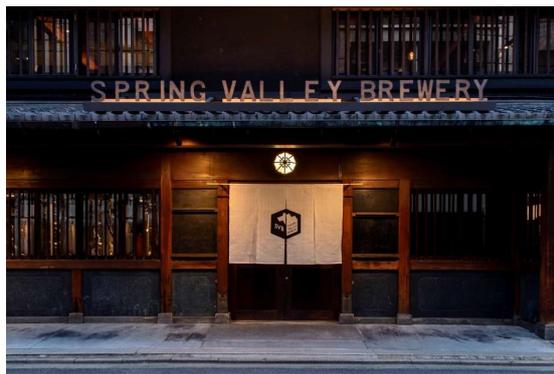


## ■ 建物のみどりや照明に応じた工夫を取り入れる

建物のエントランスには、植栽や照明が配置されることがあります。その植栽と調和するデザインとしたり、照明を利用した見え方にするなど、建物と一体となった演出をしましょう。



エントランスの植栽や照明に合わせて広告物を設置し、一体的に演出している例

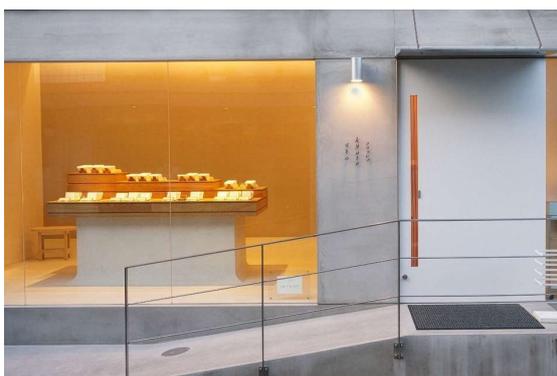


## ■ 建物デザインを引き立てる

建物のアクセントになるような広告物は、建物デザインを引き立て、魅力的な町並みをつくれます。



単調となりがちな壁面にアクセントとして広告物を配置し、建物のデザインを引き立てている例



大きな広告物がなくても、商品を美しく見せることで高い広告効果を実現している例



## ルールづくりが効果的 ▶ はじめが肝心

テナントが移り変わる商業ビルでは、各店舗が自由に広告物を設置してしまうと、雑然とした外観になってしまいます。

建物の設計段階から広告物の設置箇所を決め、位置や数等のルール化を図るなど、将来を見据えた計画をしておくことで、建物の建築当初の魅力を維持していくことができます。



## 誰からも好ましく見られるように ▶ 地域へのメッセージになる看板

広告物を見るつもりがなくても目に入ってくるものです。より目立とうとするのではなく、誰が見ても心地よく見られるデザインを考えることで、本来の目的である、企業や商品への関心の高さや好印象につながります。

普段見慣れたロゴマークも、京都の町並みに合わせて彩度を落としたり、背景色を調整したりすることで、見違えるほど新鮮な印象を与えます。地域の景観特性に合わせてデザインを調整することで、好ましく見られる効果的な広告物になるだけでなく、地域の景観を尊重する「優良な企業」であるという、何よりのメッセージを伝えることができます。



コーポレートカラーを控えたり、地域に合わせて広告物の素材や色彩を変更するなど、創意工夫により地域と企業の魅力をともに高めている全国展開企業の例

# 魅せる。

京都の強みは、品格のある景観を守ってきた節度と矜持、「ほんまもん」(本物)を見極める感性、そしてひらかれたまち柄に支えられたもてなしの心や創意工夫です。

強みを活かし、京都ならではの質の高さにこだわった、魅せる広告物をデザインしましょう。



# トータルデザインで魅せる

京都のまちの「京都らしさ」は、長い歴史の中で研ぎ澄まされてきました。町並みに配慮し、品格を持ったデザイン性の高い広告物は、新旧に関わらず京都の魅力を作り出します。



## 歴史と伝統を伝える

京都では、歴史を感じる建築物とともに、昔から使われてきた広告物が現役で活躍しています。様々な時代を乗り越えて大切に引き継がれた広告物からは、伝統や文化を大切にする企業姿勢も垣間見ることができます。



## 「古きよき」だけでない、先進的なデザイン

京都は進取の気性と遊び心によってさまざまな文化や産業を創出してきたまちでもあります。昔ながらの素材と新しいアイデアが組み合わせられた広告物や、型にはまらない創意工夫が感じられる広告物で、新しい「京都らしさ」を生み出しましょう。



## あかりで魅せる

京都には、やわらかな暖かいあかりが似合うだけでなく、ほの暗さや陰影の中に見いだされるつつましさが魅力となった町並みが、数多くあります。京都ならではの夜間景観※に調和したあかりの広告物で、京都の品格を感じさせ、風情を演出しましょう。

- 上 長い歳月を経て格調高い雰囲気や建物をともに醸し出す広告物
- 中 背景のみどりや素材感を活かしたスタイリッシュな看板
- 下 引き込まれるような町並みを演出する看板のあかり

※ 京都市では魅力ある夜間景観づくりのための指針を策定しています。  
京都市ホームページで「京都のあかり 京都らしい夜間景観づくりのための指針」を検索。

# もてなしの心で魅せる

店の前がきれいに整い、季節を感じる花が生けてある。そんな細やかな心づかいに人は京都の魅力を感じます。「ほんまもん」へのこだわりが感じられるのも京都ならではの魅力です。



## 店前を整える

きれいに整った店先に小さな看板が彩りを与えている。足元を照らす行灯にふと足を止めたくなる。そんな細やかな心づかいに、人は京都の魅力を感じます。

「ようこそ」と安心して迎え入れてくれる店前空間を広告物とともに演出しましょう。



## 季節を演出

京都は季節の移ろいをはっきり感じられるまちです。京都の老舗では「夏ののれんは麻、冬ののれんは木綿」と季節ごとに素材やデザインを変えています。

店前に春の花を生けたり、紅葉に合わせて植栽を変えたりするなど、季節感を大切にしたい店先を感じてもらえる工夫をしましょう。



## 「ほんまもん」にこだわる

「お店や商品を愛してくれるリピーターがいれば、看板に頼らなくてもいい。」

強いブランドへのこだわりと誇りを持ち、「ほんまもん」を提供し続ける老舗の看板には、控えめながら余裕さえ感じられます。

商品やサービスそのものが「看板」になるような、長く信頼されるお店にしましょう。

- 上 店先の端から端まで丁寧にしつらえられている店前
- 中 もてなしの心と歓迎の気持ちを感じさせるのれんの付け替え
- 下 品格やこだわりが感じられる老舗の広告物

