

(仮称)  
高速道路等沿道における案内広告物の  
設置ガイドライン

(案)

平成 28 年 11 月

和歌山県



# 目次

はじめに	1
1. ガイドライン策定の背景	1
2. ガイドライン策定の目的	1
第1章 これまでの高速道路等沿道規制の概要	2
1. 高速道路等沿道規制	2
2. 禁止区域の許可基準と高速道路沿道の禁止区域への適用	2
第2章 現在の高速道路等沿道の広告物の設置状況と課題	3
1. 現状	3
2. 課題	3
2-1. 表示内容	3
2-2. 規格	3
2-3. デザイン	4
2-4. 立地状況	4
第3章 新たな高速道路等沿道の広告物の許可基準の方向	5
1. 許可基準の考え方	5
2. 許可基準の基本方針	6
3. 許可基準の目的と対象	7
3-1. 目的	7
3-2. 対象	7
第4章 許可基準について	8
1. 基準の内容	8
1-1. 表示内容	8
1-2. 規格	14
1-3. デザイン	19
1-4. 乱立防止	24
1-5. 危害防止	28
第5章 適切な維持管理	29
1. 安全性の確保	29
2. 美観の維持	29
第6章 高速道路等から目的地までの案内広告物のあり方	30
1. インターチェンジ周辺と主要な交差点の現状と課題	30
2. 目的地までの案内広告物のあり方	30
第7章 今後の検討課題	32
参考資料	33
1. 検討資料	33
2. 検討経緯	34
2-1. 和歌山県景観審議会 屋外広告物専門委員会	34



## はじめに

### 1. ガイドライン策定の背景

本県では、良好な景観形成等を目的とした和歌山県屋外広告物条例(昭和59年条例第10号。以下「条例」といいます。)に基づき、阪和自動車道の開通(昭和49年)を契機として高速道路、自動車専用道路(以下「高速道路等」といいます。)の沿道300mの範囲内における屋外広告物の設置を原則として禁止してきました。

しかしながら、こうした規制は必ずしも遵守されず、高速道路等の沿道において無秩序に違反広告物が設置されている箇所が存在しています。

本県は、世界遺産やジオパーク等多くの観光・文化資源を保有する観光立県であり、これらの資源を活用するためにも、現在、高速道路等の整備が順次進められています。また、和歌山県景観条例(平成20年条例第21号)等の活用により、景観資源を保全しつつ良好な景観形成に努めているところです。

こうした中、来訪者の利便性向上の観点から、高速道路等の沿道において、周辺景観と調和しつつ、わかりやすく統一感のある案内広告物を整備・誘導していく必要があると考え、本ガイドラインを策定したものです。

本ガイドラインにより、観光協会等の公共的団体や民間事業者の皆様にも本取組の趣旨にご賛同いただき、ご協力を得ながら良好な景観形成及び来訪者の利便性向上等に資する高速道路等沿道における案内広告物の設置を進めてまいりたいと考えております。

#### ■案内広告物とは

道標	: 道路を通行する人の便宜のために木、石又は金属等の耐久性のある材料を使用して作成されたものであって、土地に建植され、地名又は公共的な建物、施設等の方向、里程などを表示するもの
案内図板等	: 木又は金属等の耐久性のある材料を使用して作成されたものであって、土地に建植され、又は建築物(塀を含む。)の壁面を利用して取り付けられ、事業所、営業所若しくは作業場(以下「事業所等」という。)を案内するための図表を表示するもの又は土地に建植され、公共的な広告内容を表示するもの
案内板	: 道路を通行する人の便宜のために木、石又は金属等の耐久性のある材料を使用して作成されたものであって、土地に建植され、建築物(塀を含む。)の壁面を利用して取り付けられ、又は電柱に巻き付けられ、若しくは取り付けられ、事業所等の方向、里程等を表示するもの

### 2. ガイドライン策定の目的

本ガイドラインは、高速道路等の沿道における美しい自然景観を守りながら、本県の観光地等へ来訪者を適切に誘導するためのわかりやすい案内広告物を整備するために、必要な考え方や基準等を示したものです。

案内広告物の設置者は、県や市町村等の自治体、観光協会等の公共的団体、民間事業者等様々であることから、こうした設置者の協力と連携により、統一感の確保や、より分かりやすい案内広告物の整備が進展することで、和歌山固有の地域資源がPRでき、来訪者にとっても快適な移動となることを期待するものです。

# 第1章 これまでの高速道路等沿道規制の概要

## 1. 高速道路等沿道規制

高速自動車国道及び自動車専用道路から300m以内で道路路面より上の地域で道路から展望できる区域においては、広告物の表示、又は掲出物件の設置はできません。



## 2. 禁止区域の許可基準と高速道路沿道の禁止区域への適用

条例第6条第6号による許可基準では、高速道路等沿道の禁止区域を想定しておらず、要件等から実質的に掲出不可となっています。

このため、新たに高速道路沿道における許可基準を新たに規制する方針で検討しました。

### ■和歌山県屋外広告物条例（昭和59年条例第10号）（抄）

（適用除外）

第六条（略）

2～5（略）

6 道標、案内図板その他公共的目的をもった広告物若しくは公衆の利便に供することを目的とする広告物又はこれらの掲出物件については、規則で定めるところにより知事の許可を受けて表示し、又は設置する場合に限り、第三条の規定は、適用しない。

7・8（略）

（許可の基準）

第十一条 この条例の規定による広告物の表示又は掲出物件の設置の許可の基準は、規則で定める。

※第三条の規定とは、禁止地域等に関する事項

## 第2章 現在の高速道路等沿道の広告物の設置状況と課題

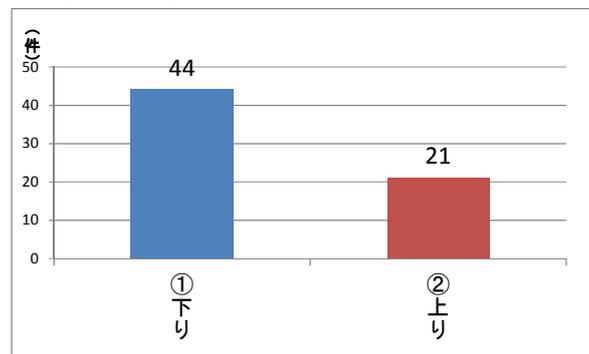
### 1. 現状

県内を走る高速道路は、紀北と紀南を結ぶ阪和自動車道、紀北を東西に走る京奈和自動車道、紀南の那智勝浦新宮道路があります。

ガイドライン策定時点では、阪和自動車道に60件を超える違反広告物が立地しており、和歌山の景観を損なう要因になっていました。

また、京奈和自動車道や那智勝浦新宮道路については、那智勝浦新宮道路の国道合流部(新宮)以外は、広告物の設置は見られませんでした。

■違反広告物の件数（阪和自動車道）



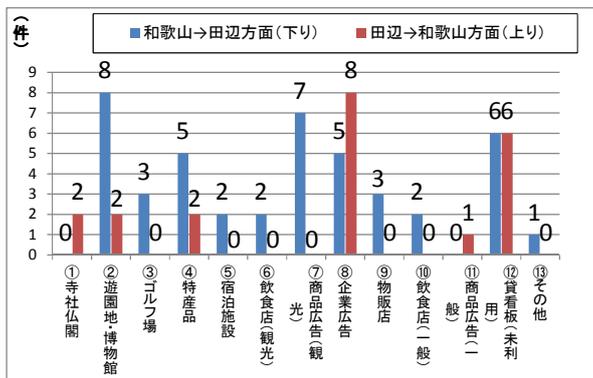
### 2. 課題

#### 2-1. 表示内容

ガイドライン策定時点では、阪和自動車道の下り(和歌山から田辺方面)に観光施設の広告物が多く、上り(田辺から和歌山方面)では、一般企業の広告物が多く見られました。

阪和自動車道は、県外からの来訪者が多く利用する路線であるため、表示内容の種類については、観光振興の視点を踏まえ、一定の基準を定める必要があります。

■表示内容の件数（阪和自動車道）

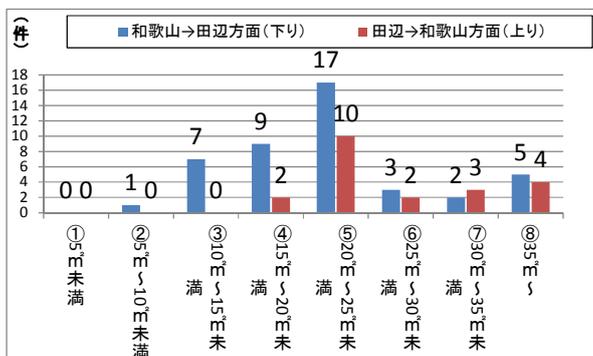


#### 2-2. 規格

ガイドライン策定時点に立地していた広告物の規格は、縦3~4m程度、横7~8m程度のサイズのもが多く、20㎡程度の面積のもが多く見られました。また、道路面からの高さは、10mを超えるものも多く見られました。

大きな広告物は、景観に与える影響が大きいため、広告物の視認性も考慮しながら、和歌山の特徴である自然景観を阻害しない大きさや高さについては一定の基準を定める必要があります。

■面積区分ごとの件数（阪和自動車道）

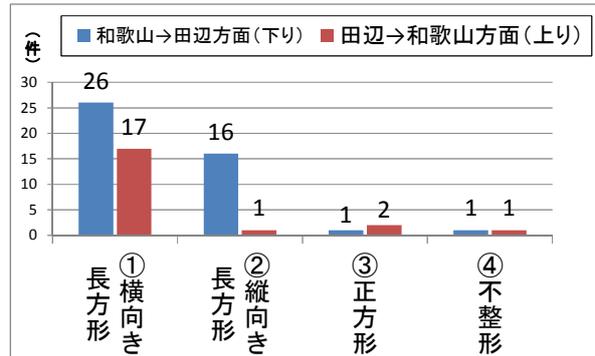


## 2-3. デザイン

ガイドライン策定時点に立地していた広告物の形状は、横向き長方形が多く、いくつかまとめて掲出されている集合型のものが多く見られました。また、表示内容はロゴを使った広告物が多く、背景色が使われている広告物も多く見られました。

広告物のデザインは、施設等の情報を提供する役割と共に、和歌山を印象づける効果もあるため、形状や色彩などデザインにおいても一定の基準を定める必要があります。

■形状区分ごとの件数（阪和自動車道）

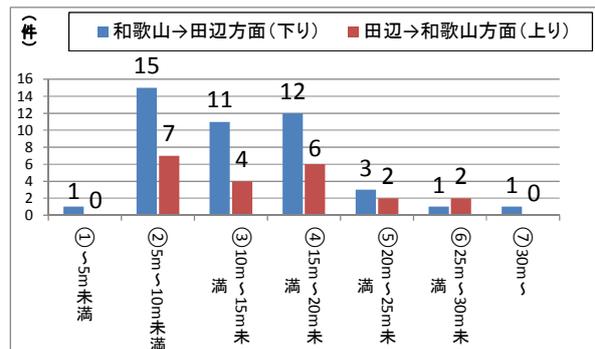


## 2-4. 立地状況

ガイドライン策定時点に立地していた広告物の立地場所は、道路端 5m から 20m の間が最も多く、山林の中に立地するものも最も多く見られました。

道路端から遠く離れる位置に設置することは、視認性や安全性の低下につながることから、高速道路沿道の地形なども考慮しながら、掲示可能な場所においても一定の基準を定める必要があります。

■道路端からの距離区分ごとの件数（阪和自動車道）



## 第3章 新たな高速道路等沿道の広告物の許可基準の方向

### 1. 許可基準の考え方

高速道路沿道においては、景観保全の観点から、禁止地域であり、広告物を設置することができません。

しかし、本県は、世界遺産やジオパーク等多くの観光・文化資源を保有する観光立県であり、これらの資源を活用するためにも、周辺景観と調和し、わかりやすく統一感のある案内広告物に限り、案内広告物の設置をとして許可し、良好な景観保全と来訪者の利便性向上を目指していきます。

基本的な理念としては、本県の景観計画の「基本目標」や「目指すべき景観像の実現」を踏襲するものとし、それらを踏まえ、許可基準の方向を示します。

#### ■基本理念

(和歌山県景観計画：基本目標より)

- ①人々の生活や生業の中で生まれ、支えられ、継承されてきたものに敬意を表す
- ②身近なところに当たり前のようにある和歌山県らしい景観の価値に気付き、その成り立ちを丹念に読み解き、共有していく過程を通じて保全し、創造し、次代に引き継ぐ
- ③県、市町村、県民、事業者及び来訪者が協働し、和歌山県らしい良好な景観の形成を図っていく

(和歌山県景観計画：目指すべき景観像の実現より)

- ①精神文化を育んできた骨格となる自然景観を保全する
- ②多様な時代の歴史や地域の文化が息づく景観を継承する
- ③人々の暮らしや地域の活動がつくる景観の魅力を醸成する



#### ■許可基準の方向

- ①和歌山の地域資源(自然・歴史資源等)を阻害する広告物は掲示しない
- ②和歌山の魅力を知ってもらうため、地域資源に配慮した情報提供を行う
- ③和歌山らしい広告物の掲示を推進する
- ④安全面から、多くの広告物の乱立は防止する

---

## 2. 許可基準の基本方針

### ① 周辺景観への配慮

和歌山県の高速道路等は、トンネル区間が多いものの、走行中には、周辺の山林など緑豊かな自然景観を望むことができます。

案内広告物については、これら緑豊かな自然景観を阻害することなく、かつ、来訪者が必要な情報を適切に取得できるよう規格やデザイン、設置数等についての基準を遵守し、自然景観との調和に努めていきます。

### ② 統一感の確保

和歌山県内には、高野山や熊野古道等の歴史・文化資源やジオサイトなどの美しい自然、梅やミカンに代表される特産品など、これらに関連する観光地や観光施設等が多数あり、本県を訪れる来訪者は年々増加しています。

案内広告物については、来訪者に県内の観光地や観光施設、特産品等の情報を正確かつ効果的に伝えるために、ユニバーサルデザインの視点から表示面のレイアウトやピクトグラムの活用などわかりやすいデザインに努めていきます。

### ③ 和歌山らしさの創出

和歌山県内には、紀北の高野山、梅やミカンの一大産地である紀中、吉野熊野国立公園に指定された白浜・串本の美しい海岸線や熊野古道を有する紀南と、各地域によって様々な特徴を持っています。

案内広告物については、基準を遵守した上で、色彩や表示面のレイアウトなど掲示内容を工夫することで、地点・施設や特産品の情報だけでなく、各地域のイメージが伝わる魅力あるデザインとなるよう努めていきます。

### 3. 許可基準の目的と対象

#### 3-1. 目的

高速道路等沿道に周辺景観と調和しつつ、わかりやすく統一感のある案内広告物を設置することにより、本県の観光振興を一層推進し、整備が進められている高速道路等の整備効果の最大化を図るとともに、地域経済の発展につなげます。

#### 3-2. 対象

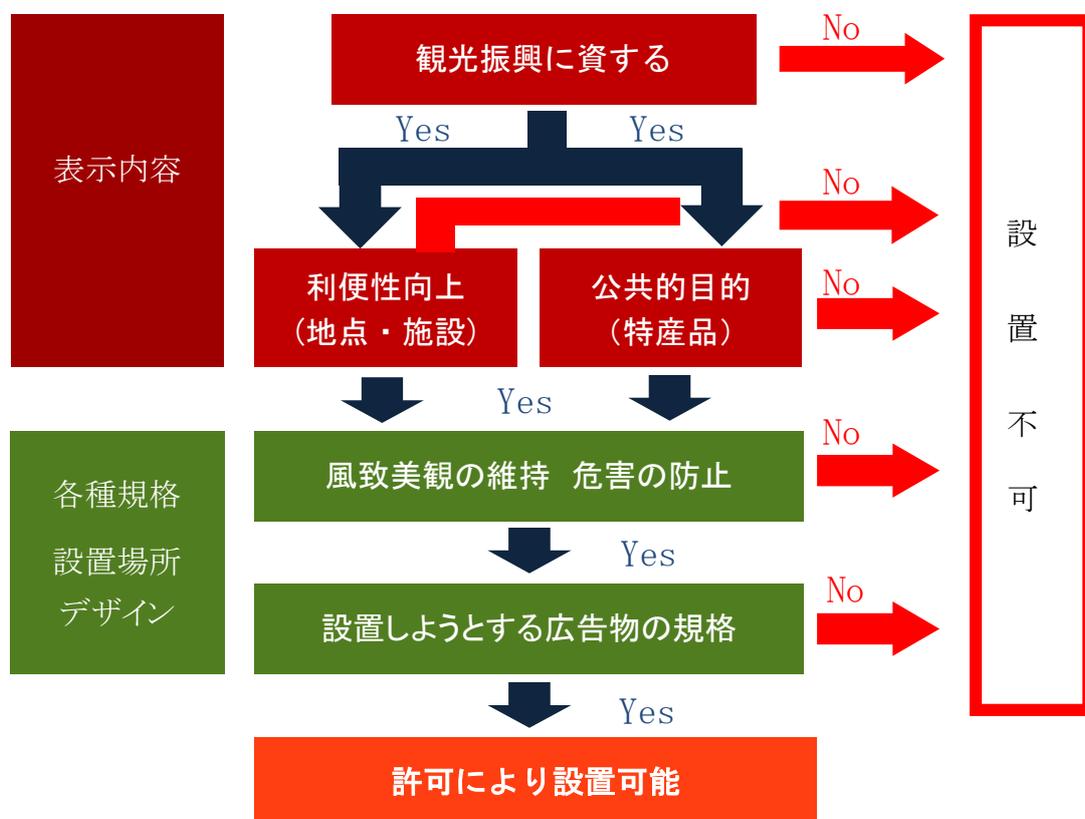
条例第6条第6項の禁止地域における許可基準の対象となる広告物は、下記のものです。

- (1) 公衆の利便に供することを目的とする広告物
- (2) 道標、案内図板その他公共的目的をもった広告物

上記の目的等を踏まえ、今回、新たに表示を認めるものは、下記のものです。

地点・施設 及び 地域の特産品

#### ■ 掲示を認める広告物のフロー



## 第4章 許可基準について

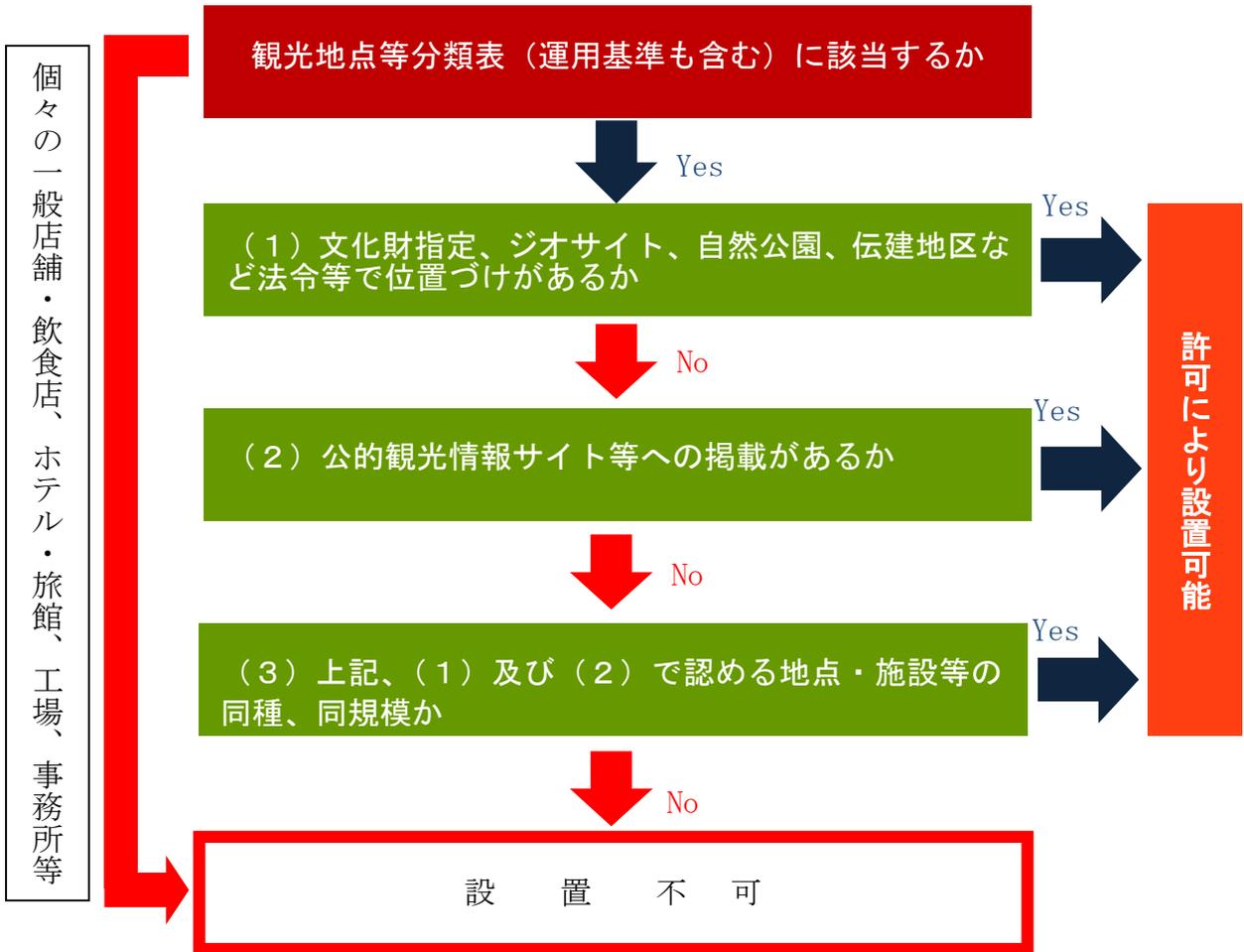
### 1. 基準の内容

基準の内容としては、「表示内容」「規格」「デザイン」「乱立防止」「危害防止」の5つの項目から基準を定めています。

#### 1-1. 表示内容

##### (1) 公衆の利便に供することを目的とする広告物

基準	考え方
<p>○観光庁の「観光入込客統計に関する共通基準（平成25年3月改定）」における観光地点等分類表のうち、大分類「観光地点」（行祭事・イベント除く）の小分類毎に備考欄の記載に該当する地点・施設に限り掲出を認めます。</p> <p><b>※個別施設等が該当するか否かの判断基準</b></p> <p>上記表の備考欄の記載事項の他、以下の項目を参酌して該当するか否かを判断します。</p> <p>(1) 文化財指定、ジオサイト、自然公園、伝建地区など法令等での位置づけ</p> <p>(2) 公的観光情報サイト等への掲載</p> <p>(3) 上記、(1)及び(2)で認める地点・施設等との類似性と同等以上の集客性</p>	<p>○観光客の利活用に主眼を置き、目的に沿った地点・施設に限定します。</p> <p>そのため、公共性や観光客の利便性の向上等の目的に沿わない、個々の商品、一般店舗・飲食店、ホテル・旅館を対象外とします。</p>



■観光地点等分類表(1/3)

大分類		中分類		小分類		備考
1	観光 地点	01	自然	01	山岳	広大な地域を対象とする場合は留意する。
				02	高原	湿原、原野等も含み、観光の対象となっているもの
				03	湖沼	人造湖も含む
				04	河川	渓谷、滝等を含む
				05	海岸	海岸、砂丘、岬等をいう。
				06	海中	自然公園法で海中公園に指定されている地区や海中景観の優れた地区等。
				07	島	離島
				99	その他自然	エコツーリズム（自然環境を対象とし、それらを損なうことなく、それらを体験し学ぶ観光）、グリーンツーリズム（農山漁村地域において自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動）に取り組み、年間を通じて週に2日以上観光客等の受け入れを行っている地域施設等。 川舟下りなどの各種遊覧施設等はここに該当。
		02	歴史 ・文化	01	史跡	古墳、貝塚、城跡、古戦場等。
				02	城	天守あるいはやぐらを有する城。
				03	神社・仏閣	観光利用の対象としては扱っているもの。
				04	庭園	一般の方が入場可能な庭園。
				05	歴史的まち並み、旧街道	歴史的に魅力があり、観光利用の対象として取り扱っているもの。
				06	博物館	博物館等の定めのないものも含む
				07	美術館	ギャラリー、絵画館を含む。
				08	記念・資料館	
				09	動・植物園	サファリパーク、鳥類園を含む。
				10	水族館	
				11	産業観光	産業観光（歴史的・文化的価値のある工場等やその遺構、機械器具、最先端の技術を備えた工場等を対象とした観光で、学びや体験を伴うもの。）に係るもので、年間を通じて週に2日以上観光客等の受け入れを行っている施設に限る。見学等の客を受け入れている市場はここを含む。 例：ワイナリー、ビール園、酒造見学等。
				12	歴史的建造物	歴史的建造物、デザインの優れた建造物（橋や駅、ビル、タワー、ダム等）。歴史的文化的価値のある建造物のそのものが観光利用の対象となっているもの。
99	その他歴史	適用しない。				

■観光地点等分類表(2/3)

大分類		中分類		小分類	備考			
1	観光地点	03	温泉・健康	01	温泉地	各種温泉施設の集合体を一つの地点として〇〇温泉と取り扱う。(※〇〇は地名であること)		
				99	その他温泉・健康	適用しない。		
		04	スポーツ・レクリエーション	01	スポーツ・レクリエーション施設		ゴルフ場、テニス場、スケート場、プール、サイクリングコース、ハイキングコース、複合的スポーツリゾート施設等。自然歩道、自然研究路を含む。日常利用の多寡に注意する。(ゴルフ練習場は含まない。レジャー的要素がなく日常利用が大半を占める運動用プール等は含まない。河川敷のサイクリングコース等で日常利用者が大半を占めるものは含まない。) スポーツ観戦施設(野球、サッカー、メジャーゴルフトーナメント大会等。)	
						02	スキー場	
						03	キャンプ場	
						04	釣り場	具体的な個所を特定できる「釣り場」を地点とする。
						05	海水浴場	
						06	マリーナ・ヨットハーバー	
						07	公園	イベントの開催やピクニック等の目的となる公園を対象とし、施設のない公園や総合運動公園で、日常利用者が大半を占めるものは含まない。なお、公園等を会場とする行祭事・イベントへの参加に係る人数は行祭事・イベントに分類する。
						08	レジャーランド・遊園地	【日本標準産業分類における定義】 各種遊戯施設により娯楽を提供する事業所をいう。 【特定サービス産業実態調査(経済産業省)における定義】 樹木、池等自然の環境を有し、かつ、有料の各種遊戯施設を配置し、客に娯楽を提供する業務を営む事業所(客が直接に硬貨・カード等を投入するものを除き、3種類以上の遊戯施設を有するもの)をいう。
						09	テーマパーク	【日本標準産業分類における定義】 文化、歴史、科学等に関する特定のテーマに基づき施設全体の環境づくりを行い、各種遊戯施設により娯楽を提供する事業所をいう。 【特定サービス産業実態調査(経済産業省)における定義】 入場料をとり、特定のテーマのもとに施設全体の環境づくりを行い、テーマに関するアトラクションを有し、パレードやイベント等のソフトを組み込んで、空間全体を演出して娯楽を提供する事業所をいう。
						99	その他スポーツ・レクリエーション	適用しない。

■観光地点等分類表(3/3)

大分類		中分類		小分類		備考
1	観光地点	05	都市型観光 - 買物・食等 -	01	商業施設	適用しない。
				02	地区・商店街	朝市、市場等で日常利用が大半を占めるものは含めない。
				03	食・グルメ	食をテーマとした観光利用の拠点。観光客等をターゲットとした飲食店街は該当（個々の店舗は含まない）。
				99	その他都市型観光 - 買物・食等 -	農林水産物の直販店、物産館等に限る。ただし駐車場が20台以上確保されていること。観光客をターゲットとした地域の商品を多数取り扱っているお土産物店はここに含む。
		06	その他	99	他分類されない観光地点	道の駅、パーキングエリア、観光案内所、観光に資する路線等はここに含める。ただし単なる休憩機能のみの施設は除く。

参考:観光入込客統計に関する共通基準（平成25年3月改定）（国土交通省）より作成

(2) 道標、案内図板その他公共的目的をもった広告物

基準	考え方
<p>○地点又は施設（以下「施設等」という。）に該当しないものであって、以下の(1)～(3)の基準のいずれにも該当する広告物は、『公共的目的をもった広告物』としてその掲出を認めます。</p> <p>(1) 表示内容が地域産業資源※の総称であること            ※中小企業による地域産業資源を活用した事業活動の促進に関する法律第2条第2項</p> <p>(2) 地方自治体及び地方自治法第157条に規定する公共的団体（農協、漁協、森林組合、商工会議所、観光協会等）が設置する広告物であること</p> <p>(3) 地域産業資源に係る地域への案内のため、最寄IC等に関する情報を含めること</p>	<p>○高速道路等沿道において、観光地等の案内情報を提供し、高速道路等利用者の利便性向上を図るという観点からは、本来、商品広告の掲出は適当でないと考えています。</p> <p>一方で、例えば、地域の特産品（有田みかん、あら川の桃、みなべのうめ、那智勝浦のマグロ等）を総称する広告物は、来県者の気運の醸成等にもつながるものと考え、掲出を認めます。</p>

※地域産業資源

【参照条文】

○中小企業による地域産業資源を活用した事業活動の促進に関する法律

（平成19年法律第39号）（抄）

（定義）

第2条第2項 この法律において「地域産業資源」とは、次の各号のいずれかに該当するものをいう。

- 一 自然的経済的社会的条件からみて一体である地域（以下単に「地域」という。）の特産物として相当程度認識されている農林水産物又は鉱工業品
- 二 前号に掲げる鉱工業品の生産に係る技術
- 三 文化財、自然の風景地、温泉その他の地域の観光資源として相当程度認識されているもの

（地域産業資源の内容の指定）

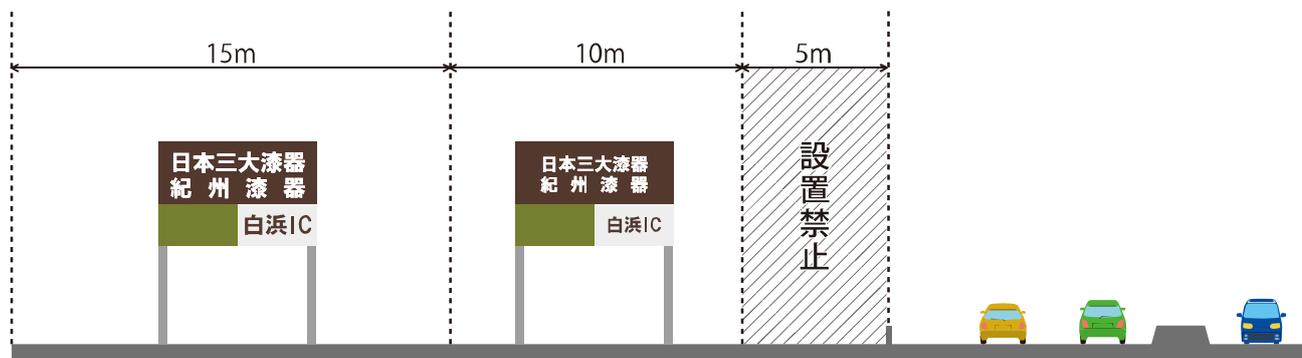
第4条第1項 都道府県知事は、基本方針に基づき、地域産業資源であって、当該都道府県において当該地域産業資源を用いて行われる地域産業資源活用事業を促進することにより当該地域産業資源に係る地域の経済の活性化が図られると見込まれるものの内容を定めることができる。

## 1-2. 規格

### (1) 道路端からの距離と文字サイズ（高さ）

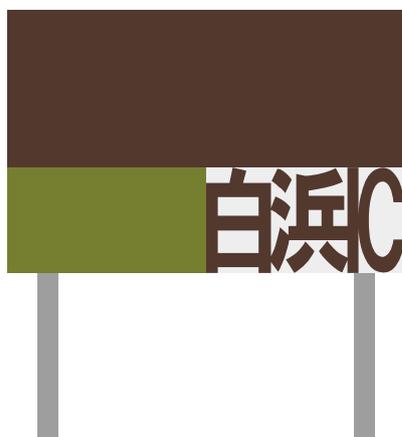
基準	考え方
○道路端からの距離は、5～30m 以内	○現地調査より現在立地する広告物は道路端より、平均して約 17m 離れており、走行車両中心から広告部までの距離は、道路部分の 3.5m をプラスし、側方距離「20m」（路端から 15m）を標準とし、地理的特性等を踏まえ最大「35m」（路端から 30m）とします。
○文字サイズ（高さ） <ul style="list-style-type: none"> <li>道路端から 5m～15m 未満 和文文字高：50cm 以上 英文文字高：上記の 55% 以上</li> <li>道路端から 15m～30m 以下 和文文字高：70cm 以上 英文文字高：上記の 55% 以上</li> </ul>	○人の目は、1箇所に長く留まることは難しく、ちらちらといろんなところをみています。1箇所に滞留する時間はだいたい 0.3 秒前後で、0.3 秒で読むことができる文字数は、日本語で最大 15 文字程度であり、自動車運転者の場合は、さらに短くなります。（「屋外広告の知識」より） このため、1カ所の判読時間を 0.6 秒前後として考え、文字高を設定しています。

### ■道路端からの距離と案内部分の文字の大きさのイメージ



【推奨】

- ・ 走行車中からの視認性を高めるため、表示面の余白率が 50%以上となる範囲で、文字は拡大し大きなものとなるよう努めて下さい。



余白が少ないと文字が読みにくい。



余白を 50%以上確保すると文字が読みやすい。

(2) 広告物全体の大きさ・形状

基準	考え方
<b>【大きさ】</b> ○20 m <sup>2</sup> 以内（単独看板） かつ幅 11m 以下	○周辺の自然景観を阻害せず、また既存の広告物は 20 m <sup>2</sup> 程度のもので多いことから、単独看板については、20 m <sup>2</sup> 以内の大きさとしします。
<b>【形状】</b> ○長方形 （ただし R 状の面取りは可）	○広告物の統一性を考慮し、また既存の広告物は横向き長方形のもので多いことから、形状は長方形とします。

**【推奨】**

・周辺の自然景観を阻害しないよう、表示面の高さとの関係は、下記の大きさを参考に設置して下さい。

表示面の高さ	表示面の幅	表示面の面積
1. 8 m	10. 8 m	19. 44 m <sup>2</sup>
2. 7 m	7. 2 m	19. 44 m <sup>2</sup>
3. 6 m	5. 4 m	19. 44 m <sup>2</sup>
5. 4 m	3. 6 m	19. 44 m <sup>2</sup>

■単体看板(20 m<sup>2</sup>の例)



(縦 1.8m×幅 10.8m)



(縦 2.7m×幅 7.2m)



(縦 3.6m×幅 5.4m)

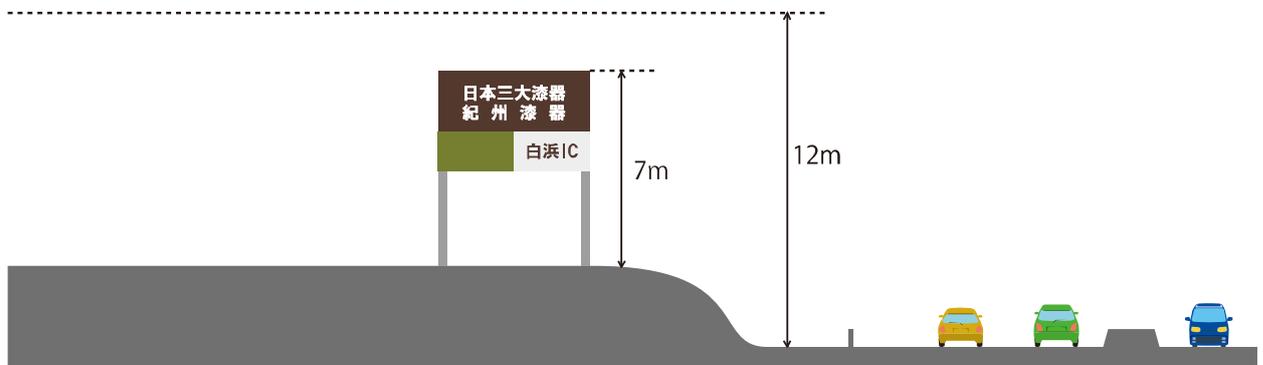


(縦 5.4m×幅 3.6m)

(3) 広告物の高さ

基準	考え方
○道路面からの高さ 12m ○地盤面からの高さ 7m	○高速道路の案内標識（路側式）の高さは、道路面から5m程度であり、準拠して広告物の道路面からの高さも「5m」以下とすることが望ましいが、視認距離と仰角の関係や地理的条件を勘案して「12m」以下とします。 ○地盤面からの高さは、野立て看板の許可基準と同様に7m以下とします。

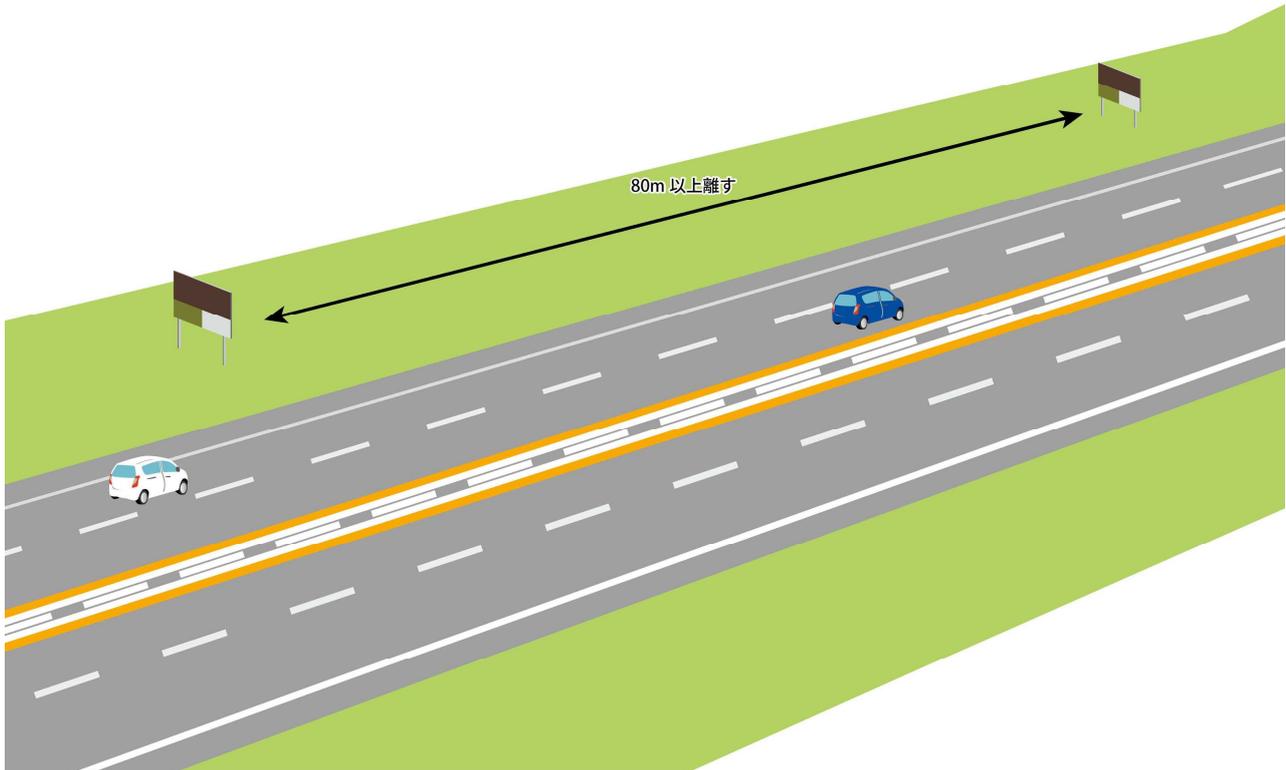
■ 広告物の高さイメージ



(4) 相互間の距離

基準	考え方
○80m以上離す（屋外広告物間） 【道路並行方向】	○無理なく広告物の内容が読み取れる相互間の距離とします。

■相互間距離のイメージ

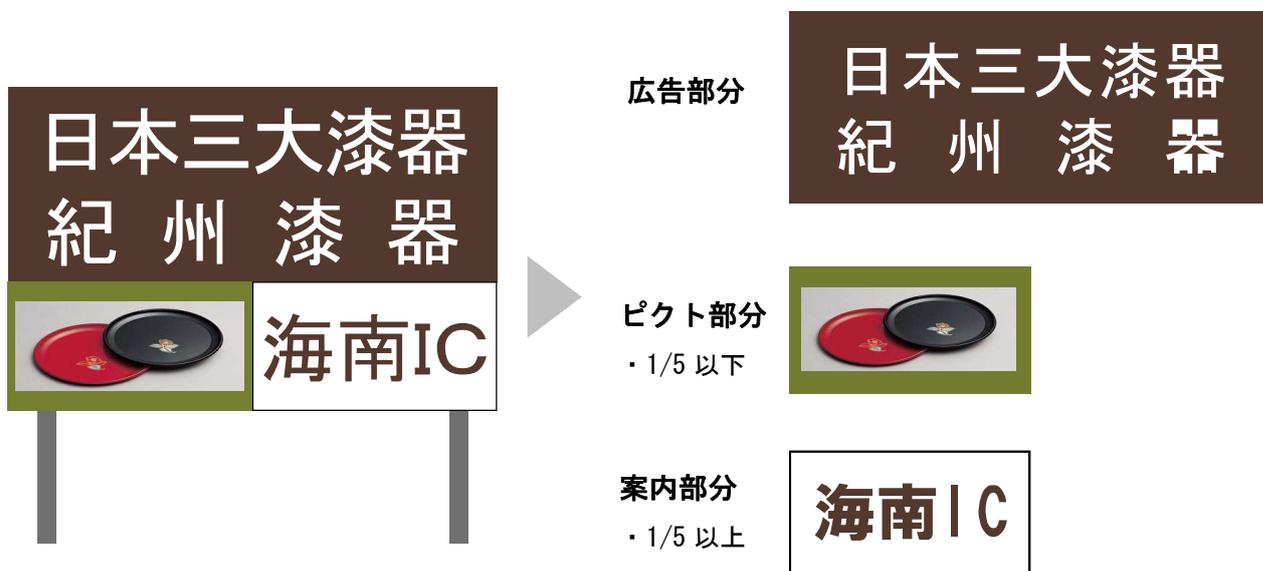


### 1-3. デザイン

#### (1) 表示面のレイアウト

基準	考え方
○案内部分の全表示面の面積に占める割合は、1/5以上 ○ピクト部分の全表示面の面積に占める割合は、1/5以下	○統一観を確保するため、広告物の標準形状とロゴ等の部分、表示部分、案内部分の割合を指定します。

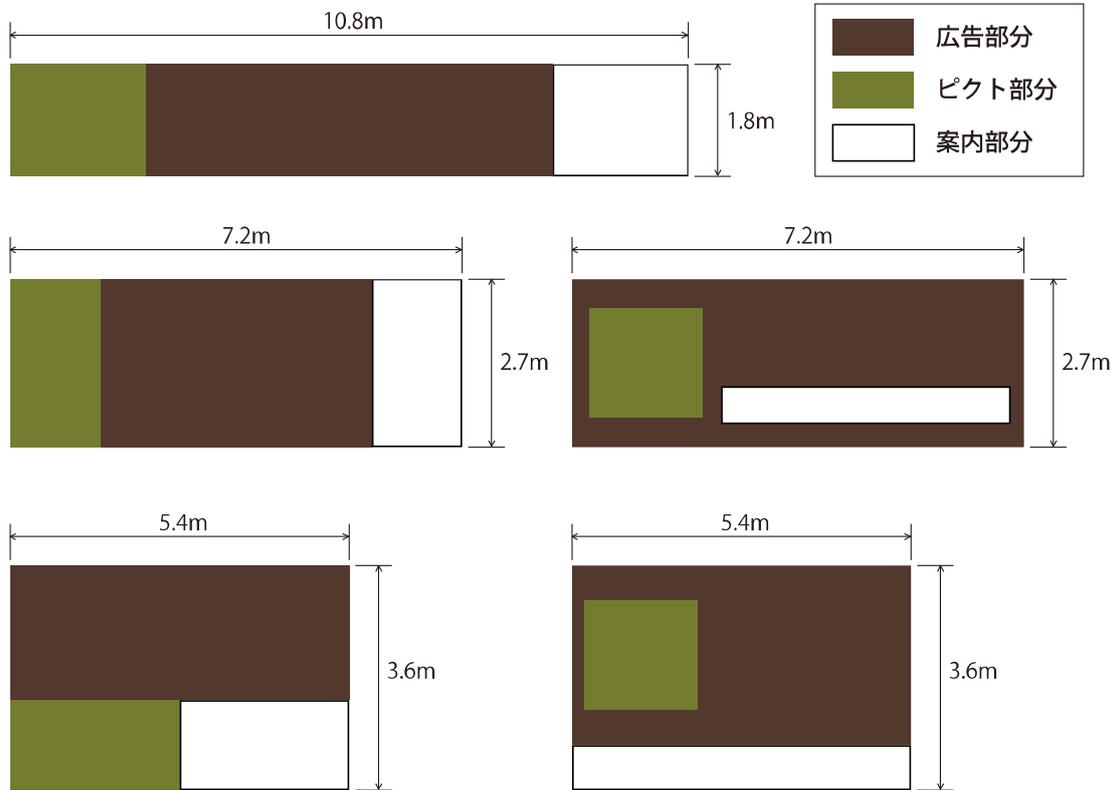
#### ■レイアウトのイメージ



## 【推奨】

### ■配置の例

- ・文字部分、ロゴ等部分、案内部分の位置については、下記の配置を参考にして見やすくわかりやすい表示に努めて下さい。



### ■ピクトグラムの例

- ・ピクトグラムを活用し、伝えたい内容等がイメージしやすい広告物の設置に努めて下さい。



博物館・美術館



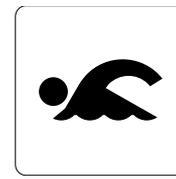
歴史的建造物



温泉



展望地・景勝地



海水浴場

参考：一般案内用図記号検討委員会

(事務局：公益財団法人交通エコロジー・モビリティ財団)

(2) 広告の色彩

基準	考え方
<p>【広告部分】</p> <p>○広告部分のベースカラーは、基準色*とすること。</p> <p>※基準色            (色相) 10R~7.5YR            (明度) 1.5~3.5            (彩度) 1~3</p>	<p>○基準色は和歌山の風土にあった周辺景観に調和したものとして、木や土、大地といった自然を感じさせ、温かみや安心感がある色として茶褐色とします。</p>
<p>【案内部分】</p> <p>○案内部分は、広告部分の色を反転させたものとする。</p>	<p>○案内部分は、広告部分との調和を図ります。</p>
<p>【ピクト部分】</p> <p>○広告部分及び案内部分と調和すること</p>	<p>○ピクト部分は、広告部分及び案内部分との調和を図ります。</p>
<p>【文字色】</p> <p>○白若しくはベース色と同色</p>	<p>○文字は視認性を考慮し、白若しくはベース色と同色とします。</p>

■基準色のイメージ (例示の基準色は、色相：3.1YR 明度：2.6 彩度：2.7)



■ 基準色の範囲

明度 3.5

彩度	8									
	7									
	6									
	5									
	4									
	3									
	2									
	1									
		5R	7.5R	10R	2.5YR	5YR	7.5YR	10YR	2.5Y	5Y
		赤			赤黄			黄		
		色相								

明度 2.5

彩度	8									
	7									
	6									
	5									
	4									
	3									
	2									
	1									
		5R	7.5R	10R	2.5YR	5YR	7.5YR	10YR	2.5Y	5Y
		赤			赤黄			黄		
		色相								

明度 1.5

彩度	8									
	7									
	6									
	5									
	4									
	3									
	2									
	1									
		5R	7.5R	10R	2.5YR	5YR	7.5YR	10YR	2.5Y	5Y
		赤			赤黄			黄		
		色相								

**【推奨】**

ピクト部分については、和歌山をイメージさせる色の活用に努めて下さい。

**■参考（和歌山カラー）**



緑：メジロ（県の鳥）、うばめがし（県の木）



藍色：マグロ（県の魚）、 県章、 黒潮



オレンジ色： ミカン、 カキ、 根来塗り

(3) 空き広告及び裏面对策

基準	考え方
【裏面】 ○茶色若しくはグレー ○裏面の表示は認めない	○裏面については、周辺の自然環境の風景に配慮し、裏面の表示は認めず、茶色若しくはグレーの着色とします。
【空き広告】 ○空き広告として設置できる期間は1年 ○変更届の提出、許可更新は認めない	○長期にわたり空き広告の状態が継続されることは好ましくないため、空き広告として設置できる期間を次の広告主との調整期間として1年とします。

(4) その他

基準	考え方
○点滅・回転する表示、電光掲示する表示は禁止	○周辺の自然環境等の風景維持や運転者の注意散漫になることを防止するため、点滅・回転する表示、電光掲示する表示は禁止します。

1-4. 乱立防止

(1) 掲出可能枚数

基準	考え方
○走方向ごとに2枚まで（県内で最大4枚）	○総量を抑制するため、同一内容の広告の設置枚数を制限します。 ○県内の高速道路等は紀伊半島を一周する計画で、奈良、三重方面からの観光客も考慮する必要があるため、上り・下り別の双方向ごとに設置枚数を規定します。 ○利便性向上の観点から、事前と直前の2枚とします。

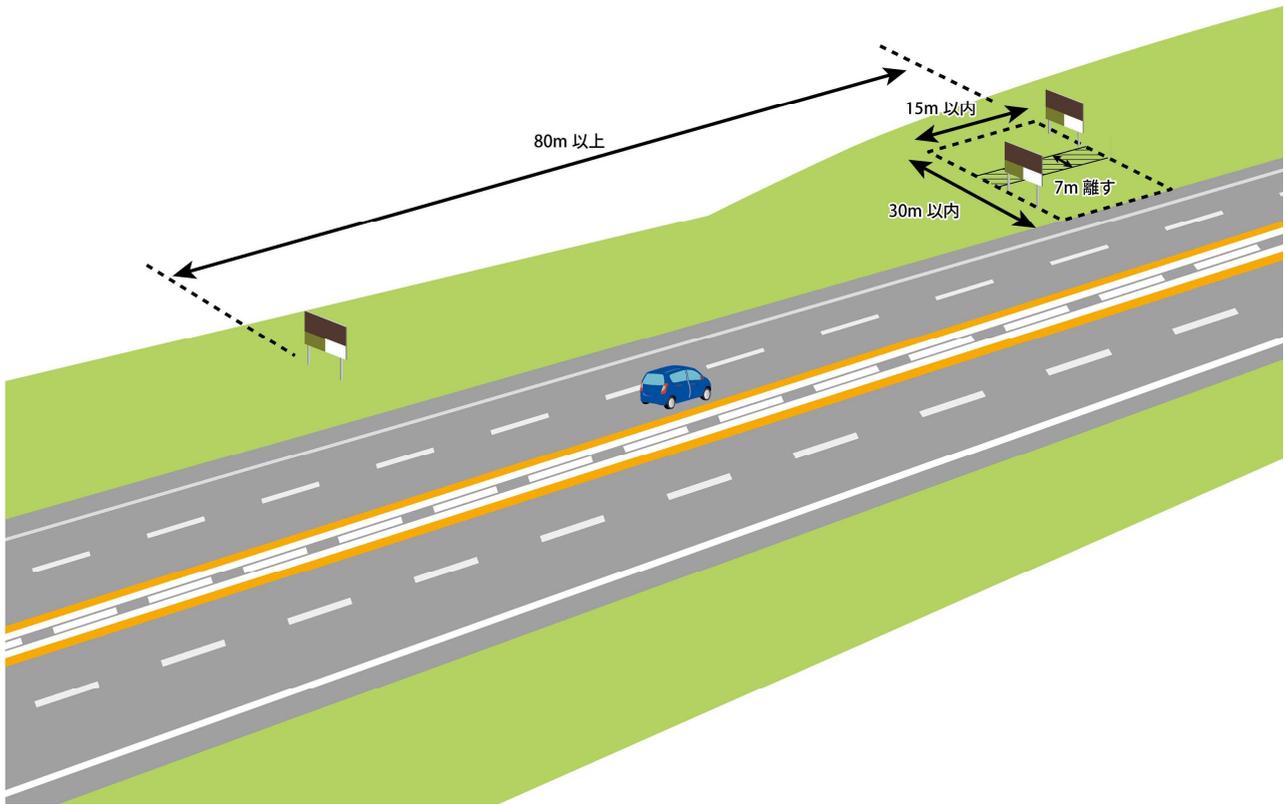
(2) 広告物の集合化

基準	考え方
<p>○30㎡以内（集合看板） かつ幅11m以下</p> <p>※ただし、3者まで ※3者の集合看板であって、英語併記の場合は、面積基準の1.5倍以下とする</p>	<p>○広告物の内容が、観光振興を目的とする公益性を確保したものであることや高速道路の視認性の観点から、集合化広告物の最大面積は、独立広告として商業地などで設置可能な30㎡とします。</p>
<p>○案内部分の全表示面の面積に占める割合は、1/5以上</p> <p>○ピクト部分の全表示面の面積に占める割合は、1/5以下</p>	<p>○統一観を確保するため、広告物の標準形状とロゴ等の部分、表示部分、案内部分の割合を指定します。</p>
<p>○一団の看板は、一定の範囲内（幅15m）に2枚までとする</p>	<p>○視認性、判読性の観点から一地点の表示は2種類の広告物までとする。</p>

■集合化した広告物のイメージ



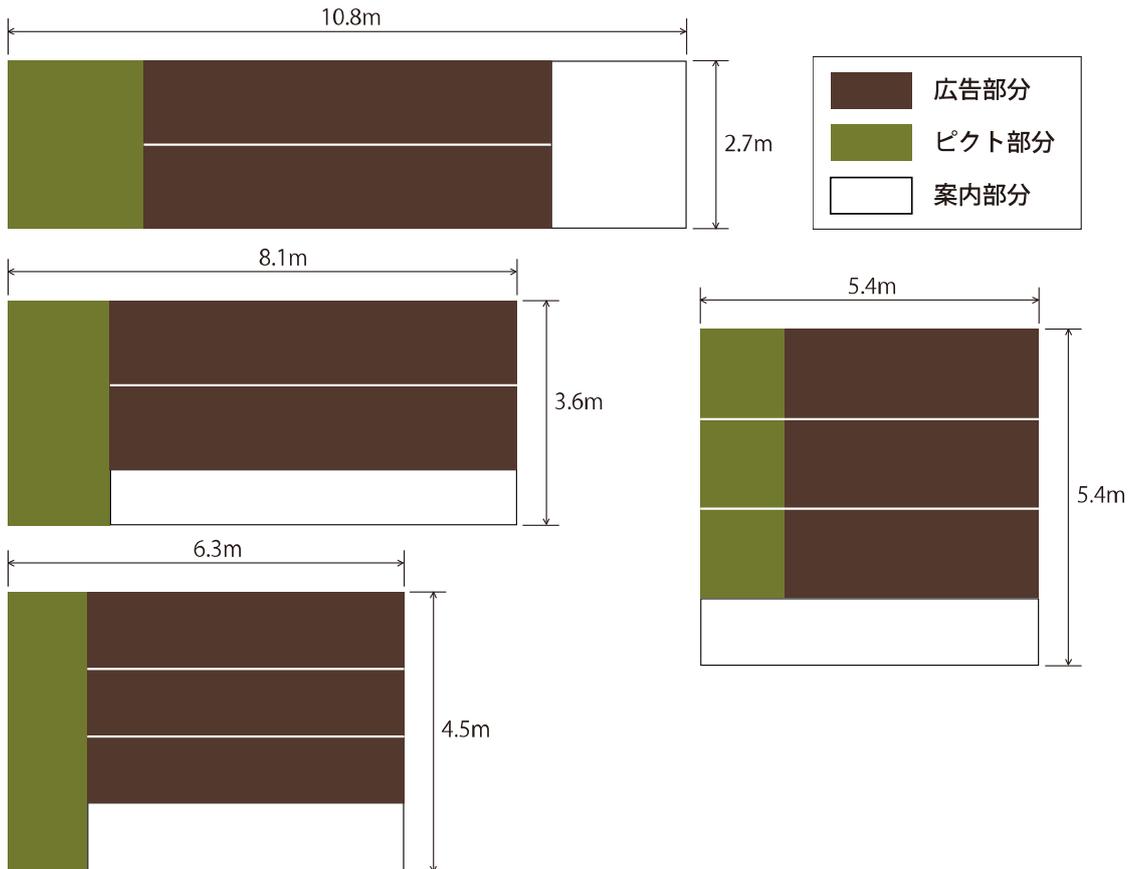
■一団の広告物の例



【推奨】

- 表示面の高さとの関係は、下記の大きさを参考にして下さい。

表示面の高さ	表示面の幅	表示面の面積
2.7m	10.8m	29.16㎡
3.6m	8.1m	29.16㎡
4.5m	6.3m	28.35㎡
5.4m	5.4m	29.16㎡



- 文字部分、ロゴ等部分、案内部分の位置については、下記の配置を参考にしてわかりやすい表示に努めて下さい。



ピクト・ロゴ 案内部分  
等部分  
・1/5 以下

広告部分  
案内部分  
・1/5 以上



ピクト・ロゴ 案内部分  
等部分  
・なし

広告部分  
案内部分  
・1/5 以上

## 1-5. 危害防止

### (1) 道路標識からの距離

基準	考え方
○道路標識からの距離は10m 離す	○道路標識の周辺に広告物を設置すると、道路標識の内容の判断の妨げになるとともに、広告効果も小さくなります。 ○しかしながら、距離表示箇所等の道路標識は多数存在します。 ○そのため、道路標識から半径「10m」離すこととします。

### (2) 路端からの後退距離

基準	考え方
○路端からの後退距離は5m 離す	○維持点検や道路標識の視認性確保の観点から、高速道路路端から「5m」後退させます。

### (3) 設計と施工

基準	考え方
○高さ 4m超のものについては、建築基準法の工作物の構造規定を満たす ○許可条件として、維持点検計画の添付が必要 ○骨組み等に木類は用いない ○鉄類には、防錆処理を施すこと ○点滅する表示は禁止	○高速道路沿道であるため、特に強風などによる飛散が重大に事故を引き起こす可能性が高く、交通安全性を確保する必要があるため、設計と施工等に基準を設けます。

---

## 第5章 適切な維持管理

### 1. 安全性の確保

屋外広告物の維持管理においては、落下や倒壊による災害の防止に努める必要があります。設置の段階で十分な強度計算や耐候措置を行っていても長年の使用によって老朽化が進み事故を引き起こすこともあります。

外から見ている限りは問題が無くても内部で腐食が進行している場合もありますので、設置者は、定期的な検査を行い、安全性の確保に努めて下さい。

### 2. 美観の維持

道路沿道の広告物は、雨風や排気ガスによってどうしても汚れてしまいます。汚れた状態で放置されることは、景観を阻害し和歌山のイメージをも損ないます。

また、事業者が撤退したまま放置された広告物は、腐食も著しく景観を阻害だけでなく倒壊の危険性も高くなります。

設置者は、事業者が撤退した場合、原状回復を基本として、美しい景観の維持が図られるように広告物の維持管理に努めて下さい。

## 第6章 高速道路等から目的地までの案内広告物のあり方

### 1. インターチェンジ周辺と主要な交差点の現状と課題

和歌山県内には、高野山や熊野古道などの特色ある歴史文化資源、美しい海岸線などの自然環境資源等の地域資源が多くあります。また、和歌山県は、大阪大都市圏に隣接しており、多くの県外からの来訪者が県内各地の観光地を訪れています。

しかし、案内の拠点となるインターチェンジ周辺や主要交差点の周辺においては、案内広告物の統一化は図れておらず、魅力ある観光地をイメージできる案内広告物の設置とはなっていません。観光立県を推進していくためにも、今後は、インターチェンジ周辺や主要交差点における適切な誘導を検討する必要があります。

### 2. 目的地までの案内広告物のあり方

今回、本県への車の入り口である高速道路を対象に案内広告物の基準を設けましたが、高速道路を降りた後の案内誘導も観光地等へのイメージを印象づける非常に重要なものになると考えています。

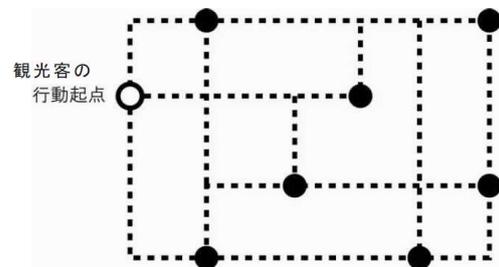
今後は、高速道路を降りたインターチェンジ周辺、主要な交差点の広告物についても、広告物の役割と必要な情報を整理し、景観に配慮した効果的・効率的な案内誘導を検討していきます。

#### ■観光客の誘導形態の例

##### ①自由アクセス型

観光資源が複数点在しており、観光客が自由にアクセスを行えるよう誘導。

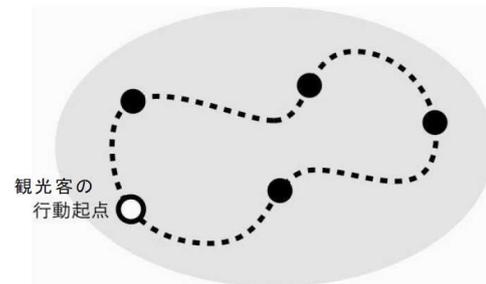
主要分岐点を中心に配置し、図解標識を活用して投網的に情報の提供を行う。



##### ②ルート設定型

観光客をあらかじめ設定された観光ルートに誘導。

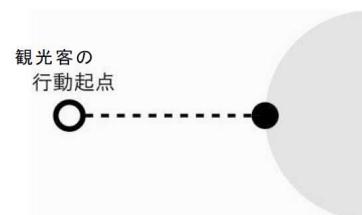
観光ルートに沿って指示標識を配置し、主要な分岐点などで図解標識による補足を行う。



##### ③直接アクセス型

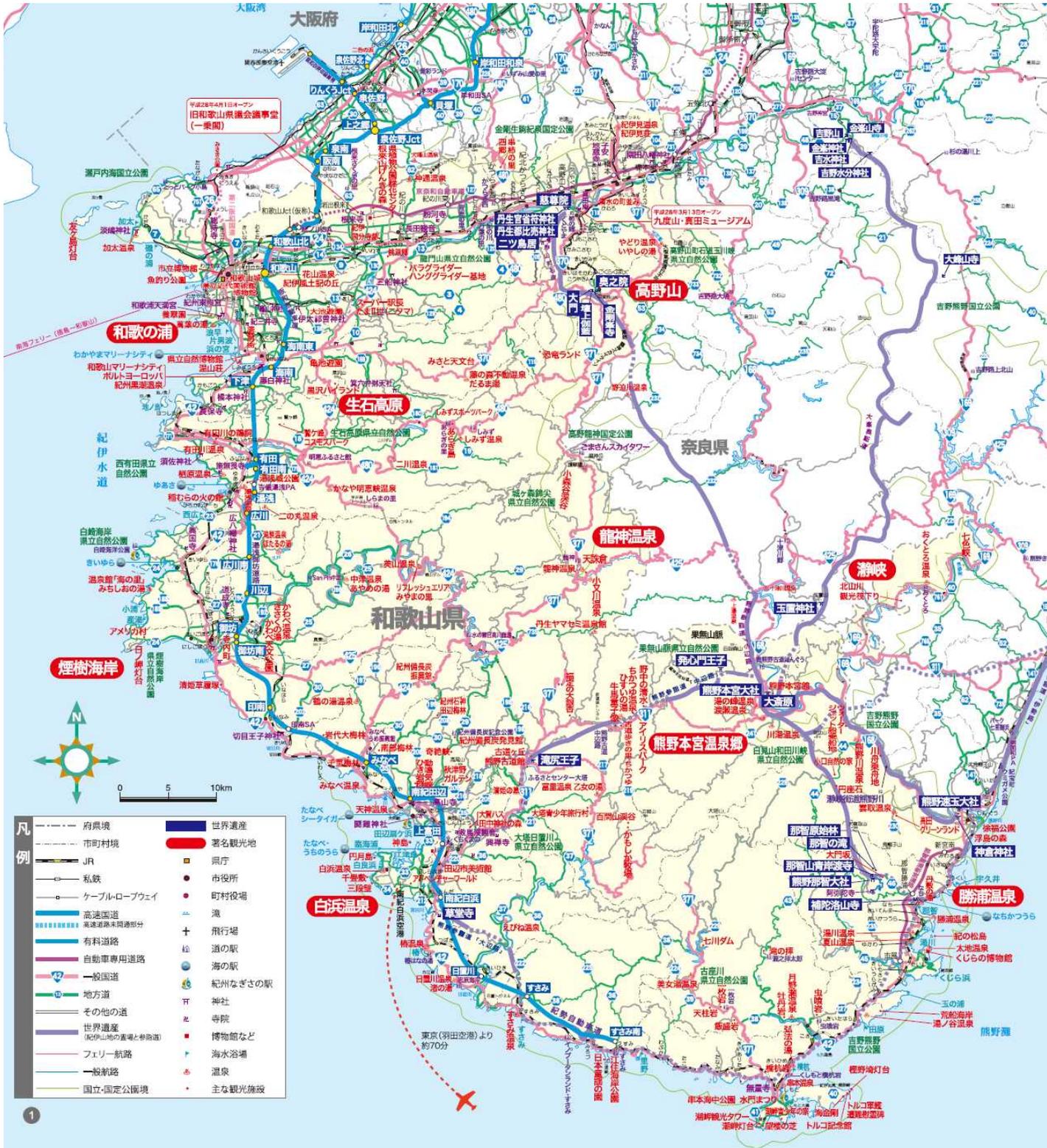
一定の面的エリア又は単一の施設に観光客を誘導。

観光客の行動起点における図解標識とルート上の指示標識により目的地へ誘導する。



出典:観光活性化標識ガイドライン(国土交通省)

■和歌山県内の主な観光地



出典:和歌山県観光ガイド&マップ

---

## 第7章 今後の検討課題

### 1. インターチェンジ周辺の屋外広告物規制の必要性

今回の取組の目的のひとつが、観光客を観光地点に円滑に案内することであることから、高速道路から目的地までを分かりやすく案内することが必要となります。この点で、インターチェンジ周辺は高速道路等から観光地へ誘導する重要な案内地点であることから、今後、高速道路等に接続するインターチェンジ周辺を中心に、良好な景観形成及び観光客の利便性向上等の観点から必要な規制等を検討のうえ、その実施に取組む必要があると考えております。

### 2. 広告主や広告事業者に対する周知・啓発等

本制度は一定の民間事業者の力を借りながら観光振興につなげようとするものであることから、広告主や広告事業者の皆様に対して、「どのような施設の案内が可能か。」、また、「どのようなデザインが認められるか。」等について本ガイドラインの他にリーフレット等を作成して広告主や広告事業者等に周知・啓発してまいります。そして、当面の間、県による相談窓口の設置や事前協議制度を設ける等、案内広告物の設置が円滑に進むよう取組みます。

### 3. 和歌山や地域をイメージする色彩やロゴ等の活用

観光客の気運の醸成等に資するものとして、案内広告物等において和歌山や地域をイメージする色彩やロゴ等の活用を図ることは有益であることから、高速道路等沿道以外の地域も含め、今後の観光地点への案内広告物等のあり方を検討する際の検討事項と考えております。

### 4. 高速道路等沿道広告物を活用したブランド戦略

観光地点や特産品等のブランド戦略のひとつとして高速道路沿道等の屋外広告物の活用を位置づけ、統一ロゴや企業協賛制度等によりその推進を図ることも有益であると考えます。このため、高速道路等沿道広告物を活用したブランド戦略については、今後の検討課題として、広告物の掲出状況等を踏まえ、市町村や関係団体等の意見を聞きながら検討してまいります。

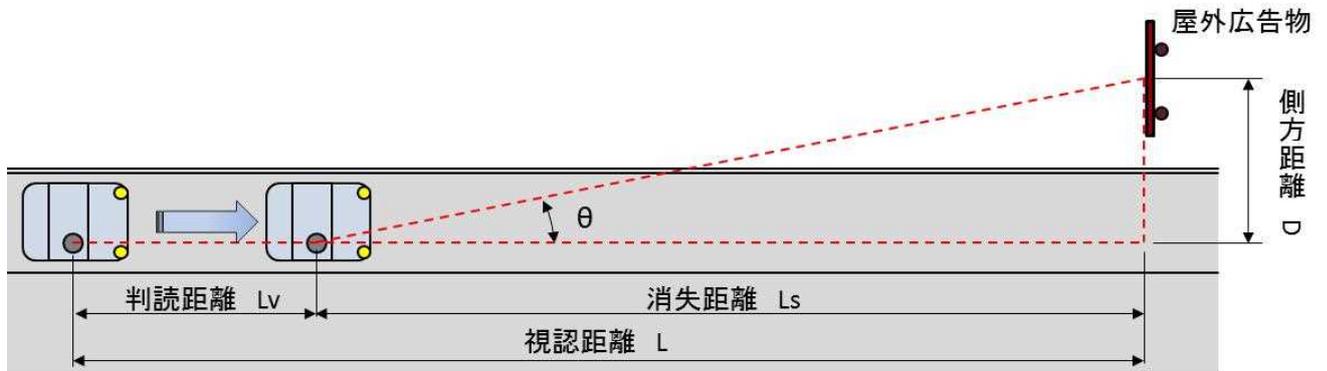
### 5. 高速道路等沿道広告物の規制の見直し

本規制については先進的取組であり、状況の変化等を踏まえ、必要に応じた見直しが必要と考えております。このため、本規制施行後の広告物の掲出状況に注視しつつ、観光客のニーズ並びに観光戦略などの公共的目的の変化等を踏まえて必要が生じた場合には、適時・適切に基準を見直すこととします。

# 参考資料

## 1. 検討資料

### ■基準の設定方法(道路端からの距離)



・視認距離  $L = f(h^*) = 5.67 \times h^*$     ただし、 $h^* = k_1 \times k_2 \times k_3 \times h$

ここで、 $h^*$ : 有効文字高

$h$ : 実際の文字高

$k_1$ : 文字の種類による補正係数    (漢字 → 0.6)

$k_2$ : 文字(漢字)の複雑さによる補正係数 (画数10画以下 → 1.0)

$k_3$ : 走行速度による補正係数    (80km/h → 0.82)

・判読距離  $L_v = V \times S$

ここで、 $V$ : 走行速度 (80km/h)

$S$ : 判読時間 (1.95秒)

【出典: 道路情報表示装置A型電光式表示機仕様書・同解説(昭和60年7月)

(社)建設電気技術協会】

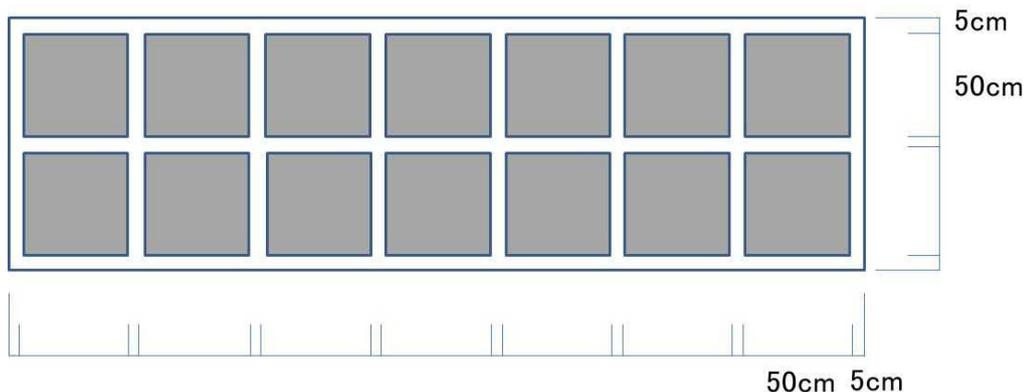
・消失距離  $L_s = L - L_v$

・ $\theta$ : 消失地点における進行方向線と広告物との作る角度 (標準値 =  $15^\circ$ )

・側方距離  $D = L_s \times \tan \theta$

参考: 道路標識の基準「道路標識設置基準・同解説(社)日本道路協会」

### ■基準の設定方法(文字サイズ)



## 2. 検討経緯

### 2-1. 和歌山県景観審議会 屋外広告物専門委員会

#### (1) 開催経緯

	実施日	内容
第1回	平成28年8月30日	・ 基準案作成に向けた進め方 ①表示内容、②規格、③デザイン ④乱立防止、⑤危害防止
第2回	平成28年10月4日	・ 第1回専門委員会を踏まえた事務局基準（素案）
第3回	平成28年10月25日	・ 第2回専門委員会を踏まえた事務局基準（案） ・ ガイドライン（素案）
第4回	平成28年11月30日	・ 基準（案）とガイドライン（案）について

#### (2) 委員名

	氏名	所属等
委員	川角 典弘	和歌山大学システム工学部デザイン情報学科 講師
委員	坂口 邦嗣	和歌山県旅館ホテル生活衛生同業組合 理事長
委員 (会長)	永瀬 節治	和歌山大学観光学部観光学科 准教授
委員	藤本 秀樹	和歌山県屋外広告美術協同組合 理事

50 音順、敬称略

---