



鹿児島市車体広告  
デザインガイドライン

鹿児島市車体広告  
デザインガイドライン



**鹿児島市 都市景観課**  
〒892-8677 鹿児島市山下町11番1号  
電話(099)216-1425  
市ホームページアドレス  
<http://www.city.kagoshima.lg.jp/>  
(平成23年11月発行)



# 鹿児島市車体広告デザインガイドライン

## ◆趣旨

バスや市電(以下「バス等」という。)は、継続的に道路等の公共空間を走行し、広く市民や観光客などの目にふれることから、バス等の車体広告の表示にあたり、各事業者、広告主及び車体広告の制作に関わる者は、道路交通の安全性への配慮、情報内容への配慮及びバス会社の識別性への配慮と併せて、良好な景観の形成に配慮することが求められます。

このガイドラインは、平成23年10月に施行した鹿児島市屋外広告物条例施行規則において、車体広告の基準を変更したことに伴い、優れたデザインの車体広告に誘導する観点から、一定の指針を示すものです。

なお、「優れたデザインの車体広告」とは、様々な要素が関連するものであり、デザインの良否については、本ガイドラインが示す事項を形式的に満足するかどうかだけではなく、全体的観点からも検討が必要です。

# 良好な景観と道路 交通等への配慮を。

## ◆位置付け

本ガイドラインは、車体広告に関して一定の指針を示すものであり、より良い景観形成や安全性を確保するため、可能な限り参考としていただくことを目的としているものです。

このため、本ガイドラインに沿わないものが直ちに、鹿児島市屋外広告物条例に基づく許可ができないというものではありません。

良好な景観の形成へ向けて

## 1. 対象とする車体広告

① バス ② 市電

## 2. 道路交通の安全性への配慮

① 運転者の誤認を招く次のような広告としないこと。

ア 光、蛍光、反射効果を有する材料を使用するもの。(対象:バス、市電)

イ 自動車の方向指示器や制動灯と紛らわしいもの。(対象:バス)

ウ 信号機又は道路標識等の効用を妨げるおそれのあるもの。(対象:バス、市電)

エ 消防車、救急車、パトカーと類似するもの。(対象:バス)

② 運転者の注意力が散漫となる次のような広告としないこと。(対象:バス、市電)

ア デザイン構成がストーリー性のある数コマ漫画や映像表示となっているもの。

イ 一定時間読ませることを目的とした文章。

ウ 車体後部の文字表記が多いもの、又は絵柄や文字が過密であるもの。

③ 車体の安全の低下を招く次のような広告としないこと。(対象:バス、市電)

ア 車体の排気口やスピーカー口をふさぐもの。

## 3. 情報内容への配慮 (対象:バス、市電)

① 人権侵害、差別、名誉毀損にあたる広告としないこと。

② 青少年の健全育成に反する広告としないこと。

③ 消費者保護の観点からふさわしくない広告としないこと。

④ 社会問題を起こしている広告としないこと。

⑤ その他公序良俗を害する広告としないこと。

## 4. バス会社の識別性への配慮 (対象:バス)

① 他社のバスと混同させるようなデザインとしないこと。

② 路線の系統や行先等を識別しやすいように、十分配慮すること。

③ 車体前面を全面広告としないこと。

## 5. 良好な景観の形成への配慮 (対象:バス、市電)

① 総論……………P3～P4

② レイアウト……P5～P7

③ 色 彩……………P8～P10

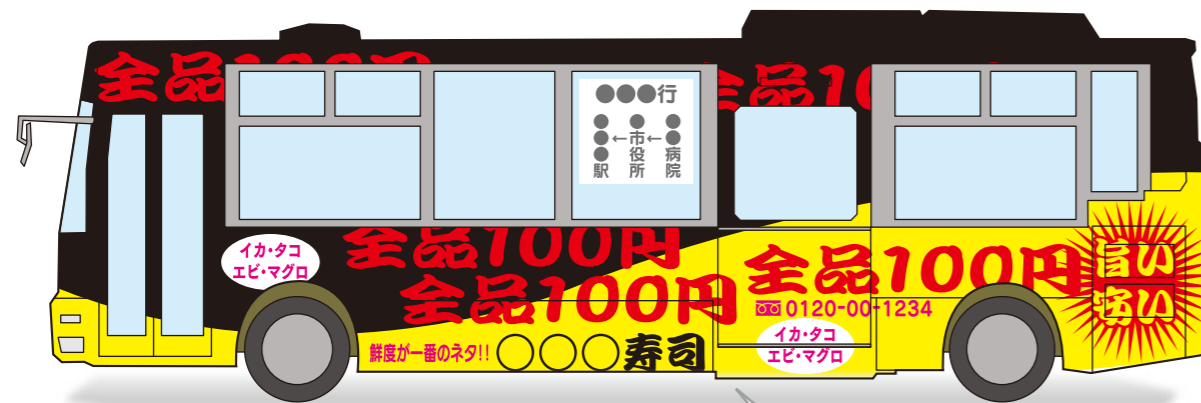
※「良好な景観の形成への配慮」の詳細につきましては、P3～P10に記載しています。

# 1 総論

1-1 デザインされたイメージで表現することを基本とし、文字を手段とする情報は最小限にとどめる。

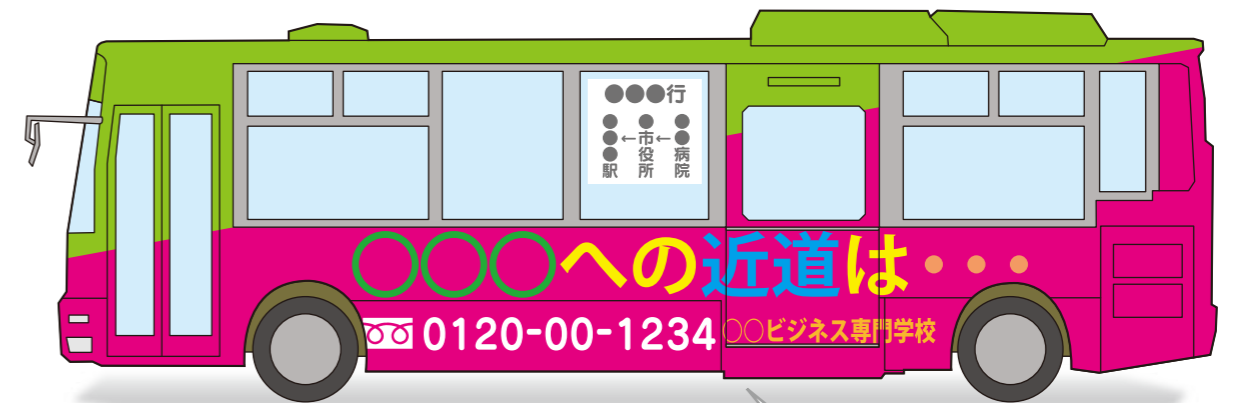
1-2 広告面だけでなく車体全体のデザインに配慮し、車体と広告デザインとの調和を図る。

避けるべきデザイン例 ❌



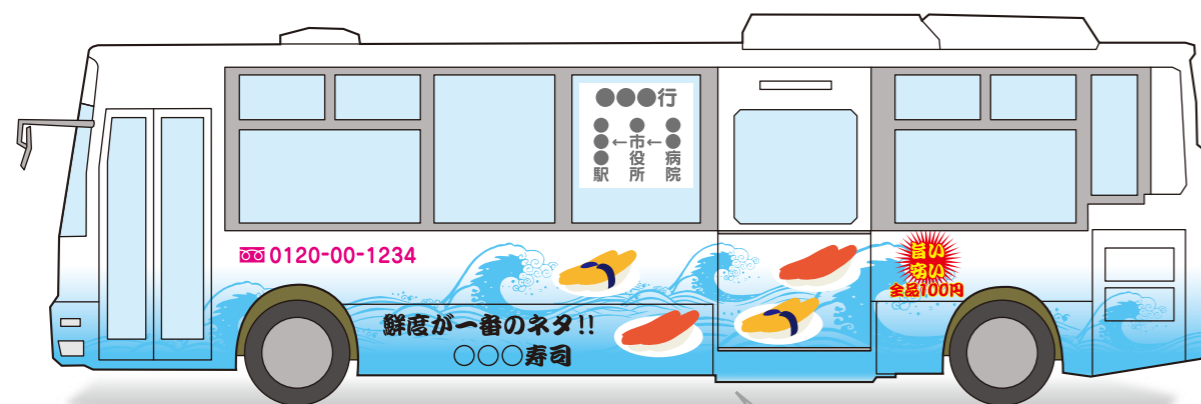
過剰にインパクトを与える配色や、大きな文字で全体的に配置することは、避けてください。

避けるべきデザイン例 ❌



配色のバランスを無視し、車体の形状との融合性が全くないものは、避けてください。

改善されたデザイン例 Ⓞ



過剰な配色を避け、広告の内容に沿ったカラーリングと文字の大きさとしています。

改善されたデザイン例 Ⓞ



車体形状を考慮し、アイデアやユーモアも考えながら、視覚的な調和にも配慮しています。

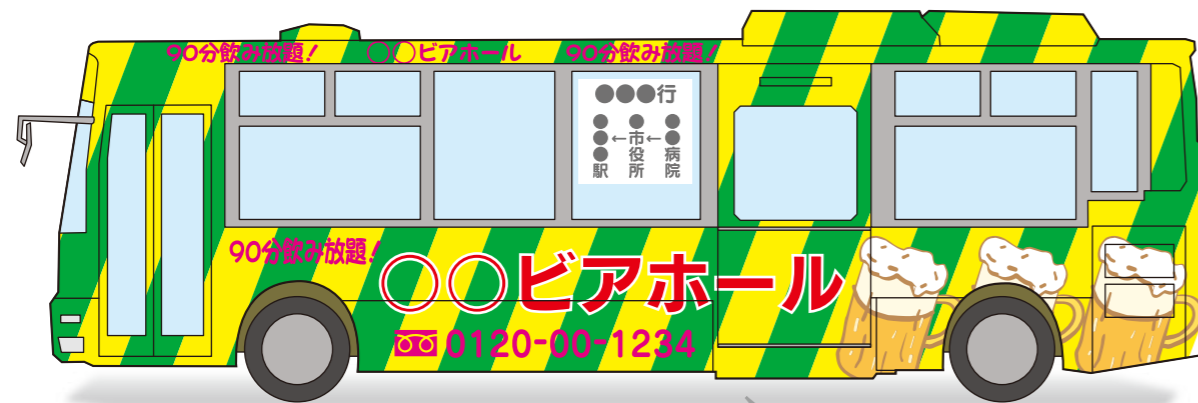


## ② レイアウト

### 2-1 車体の形状及び立体性を考慮したレイアウトとする。

- ア デザインが切り取られることによって、不自然となるものは避ける。
- イ 路線名などが表示されているサイン周辺に、文字等を配置することは避ける。

#### 避けるべきデザイン例 ❌



デザインが切り取られ、不自然となるものや、路線名の周辺に文字等を配置することは避けてください。

#### 改善されたデザイン例 Ⓞ

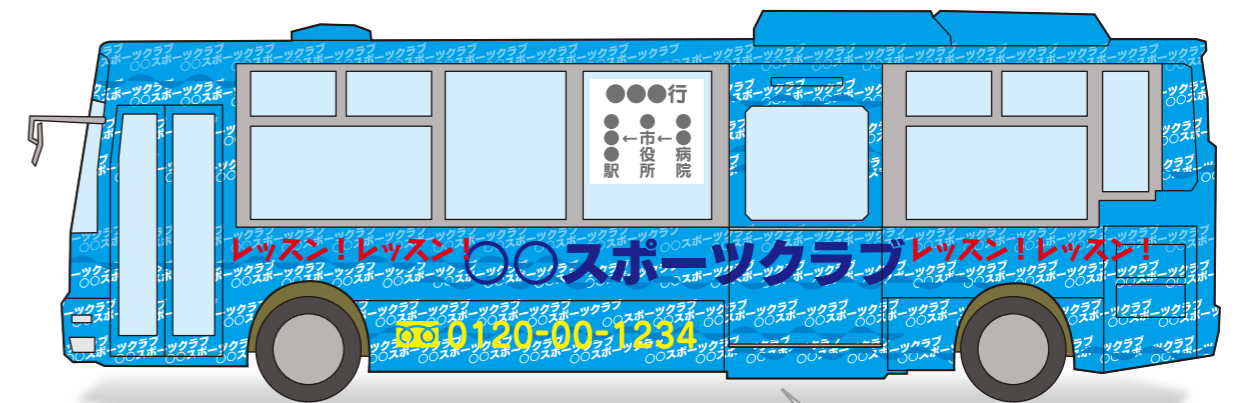


車体形状を考慮して、バランスのとれた文字とイラストの大きさとしています。

### 2-2 文字情報は、過多又は過密とならないよう必要最小限の情報にとどめる。

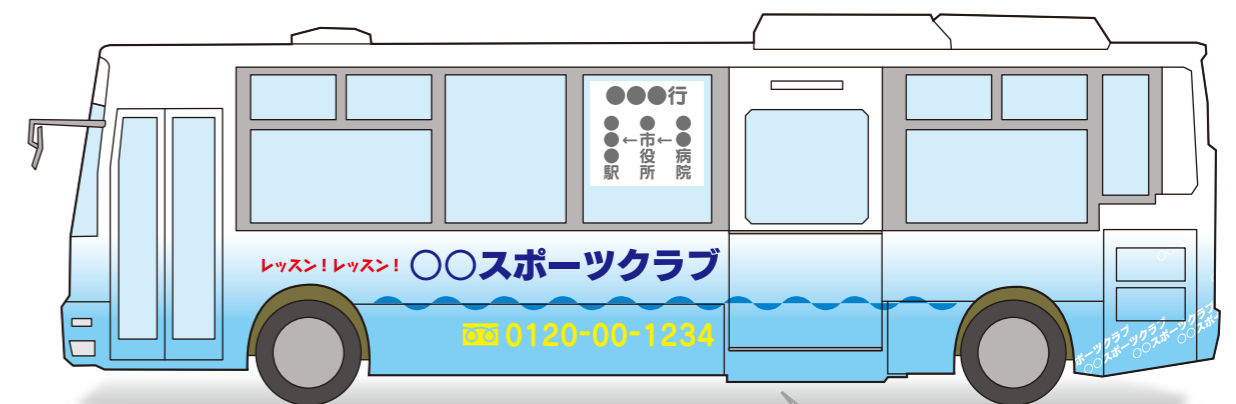
- ア スポンサー名、商品名等を多数連記することは避ける。
- イ 判読に時間のかかる多数の文字や大きな文字で、車体の広い範囲を覆う表現は避ける。
- ウ 地色の全面に幾何学模様等を施す等のデザインにより、過度の装飾となることは避ける。

#### 避けるべきデザイン例 ❌



デザインが過多・過密になり、伝えたい情報が散漫で視覚的に窮屈なものとは避けてください。

#### 改善されたデザイン例 Ⓞ



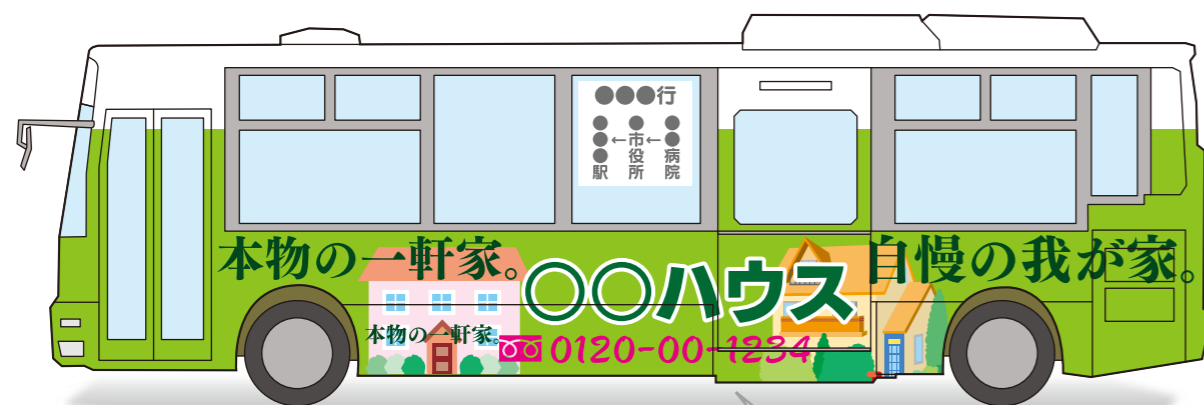
過多・過密にならないようにデザインし、情報の見やすさにも配慮しています。



## 2-3 統一感のあるレイアウトとする。

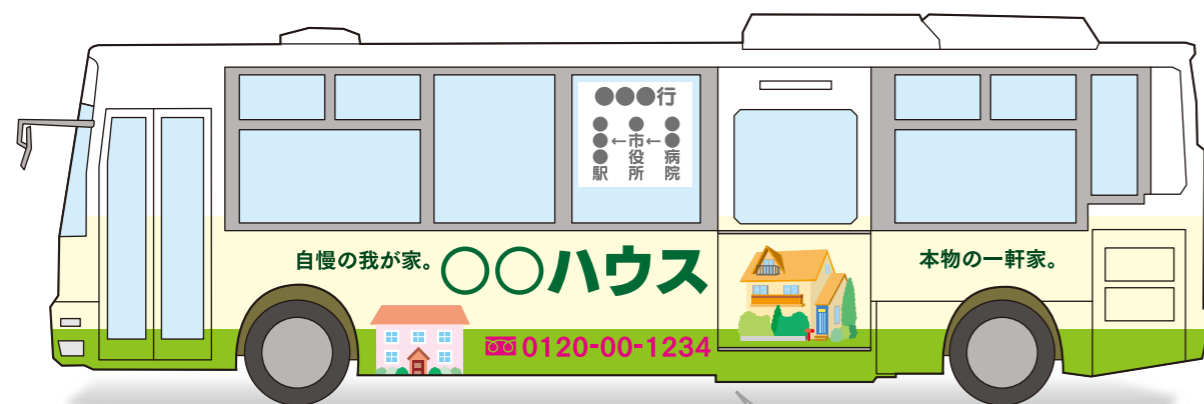
- ア 写真とイラストなど異なるデザイン要素の混在、異種類の書体の混在はできるだけ避ける。
- イ デザイン上の「メイン」と「サブ」の関係性を明確にし、表示内容の適切な大きさと適度な余白を取るなど、まとまりのあるレイアウトに留意する。
- ウ 地色部分の面積に占める表示部分が過大とならないよう、両者のバランスに留意する。

## 避けるべきデザイン例 ❌



異種類の書体の混在や過剰なボリュームの掲載により、メインとサブの見分けがつかないデザインは避けてください。

## 改善されたデザイン例 ⓪



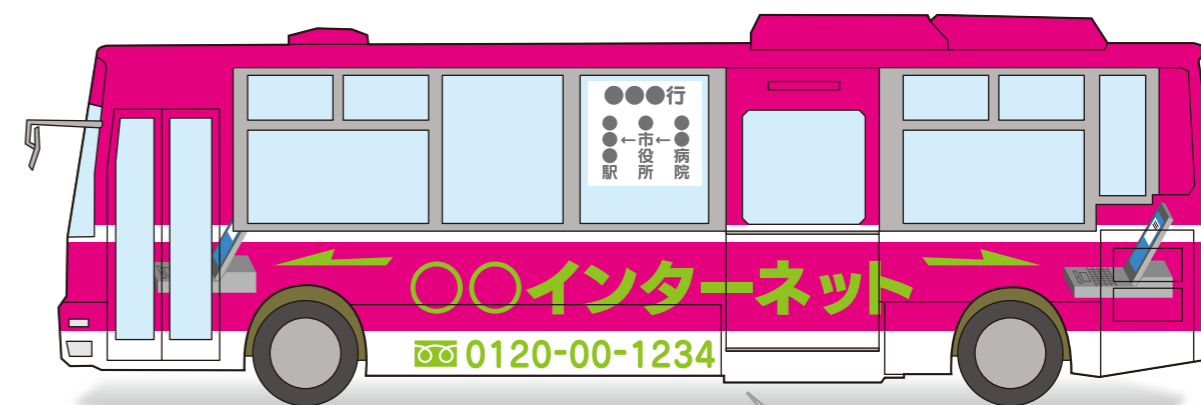
表示内容の適切な大きさと適度な余白を取り、情報内容の強弱をつけてバランスをよくしています。

## ③ 色彩

## 3-1 けばけばしい印象を与える色使いは避ける。

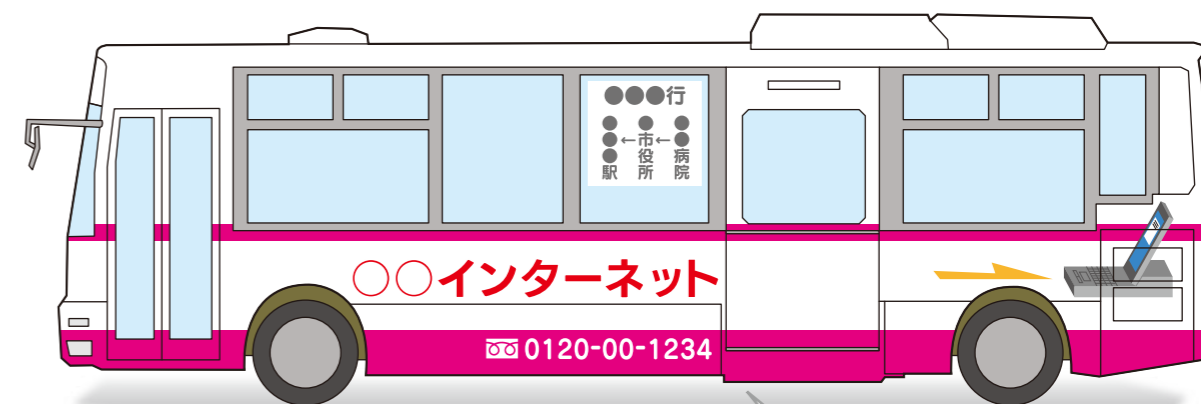
- ア 地色に高彩度色を使用する場合は、イラストなどのデザイン色と地色を逆転させるなど面積を抑える工夫をする。
- イ 地色に高彩度色が隣接する場合には、色と色の間に別の色で境界を入れ、色同士を分離したり、色を段階的に変化させるなど強烈な配色を和らげる工夫をする。
- ウ 同一あるいは類似の色相を広告面全体の基調とし、それ以外の色はアクセント程度の小さな面積とする。

## 避けるべきデザイン例 ❌



全体的に高彩度色の色を配色し、インパクト重視で本来の情報アピールより強烈な配色が目立つものは避けてください。

## 改善されたデザイン例 ⓪



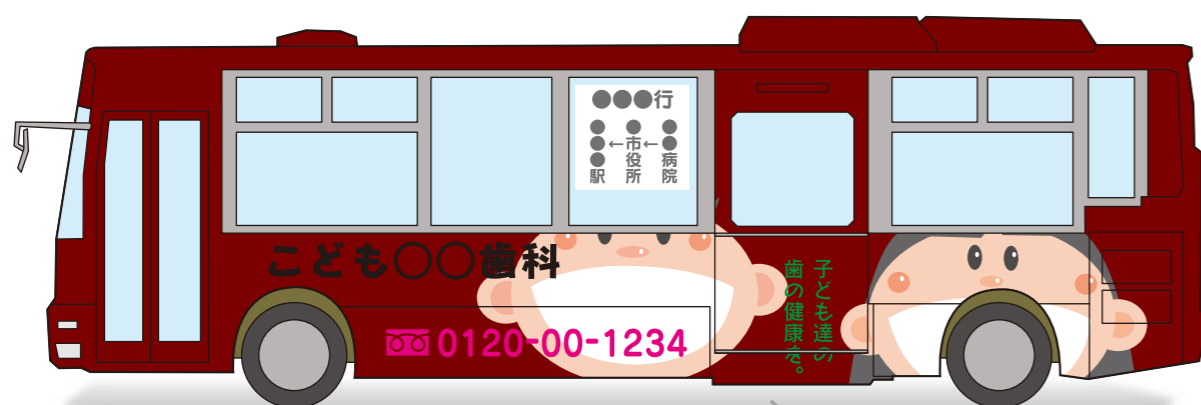
高彩度色を地色ではなくアクセント程度で反転し、文字等を類似の色相としています。



3-2 圧迫感や威圧感を与えない色調とする。

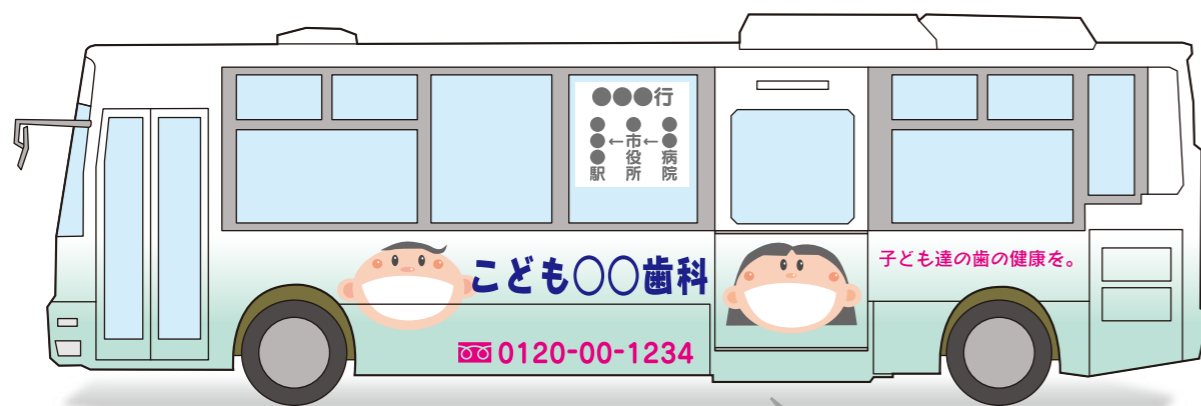
ア 明度が著しく低い地色を避け、全体が暗い印象とならないものにする。

避けるべきデザイン例 ❌



地色が暗すぎて威圧感を与えたり、文字やイラストで全体的に圧迫感を与える掲載は避けてください。

改善されたデザイン例 ⓪



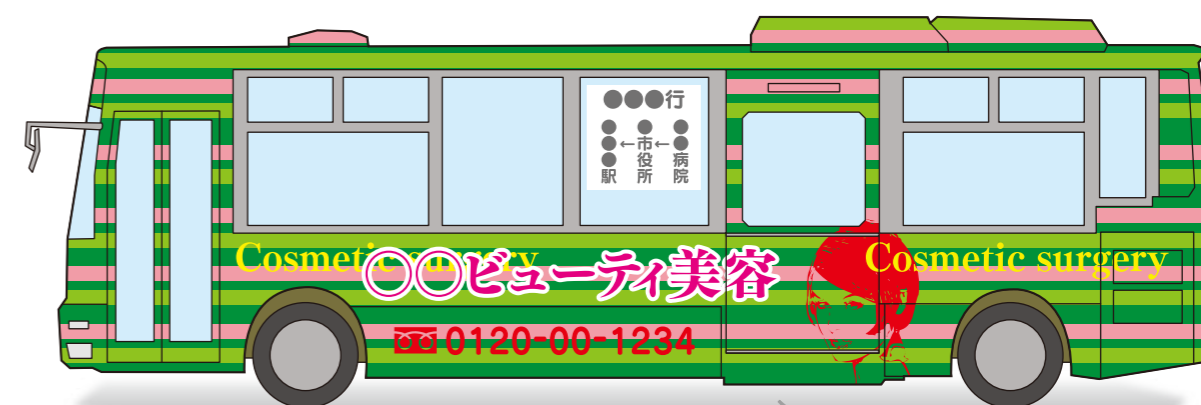
文字情報とイラストの調和に配慮し、圧迫感や威圧感をあたえない地色としています。

3-3 全体が雑然とした印象になることを避ける。

ア 地色の色数を少なくし、広告面全体をシンプルなデザインとする。

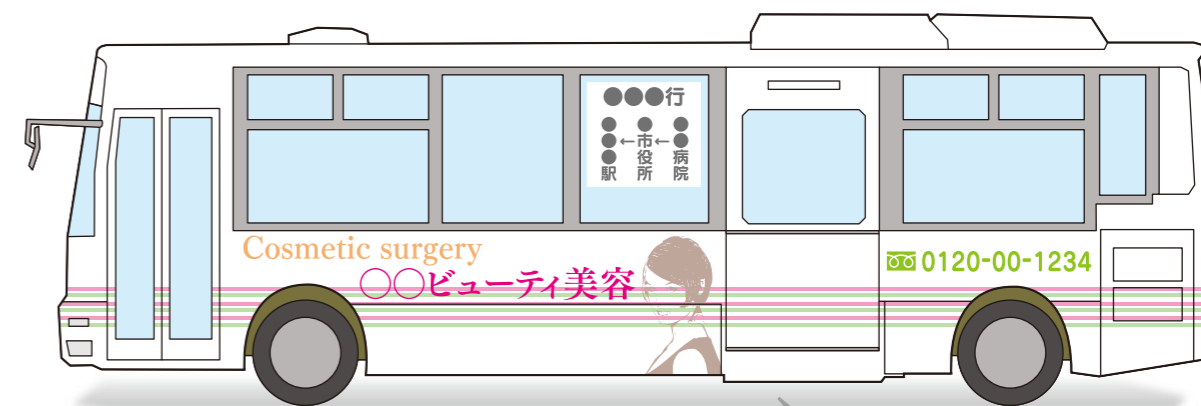
イ 有彩色同士の距離を置き、白などの無彩色を挟み込む。

避けるべきデザイン例 ❌



色数が多く、文字や地色が雑然としている掲載は避けてください。

改善されたデザイン例 ⓪



文字とイラストの融合に考慮し、シンプルなデザインとしています。

