

# Detailed Cityscape Plan

for International Business District  
New Songdo City

인천경제자유구역 송도지구 국제업무단지 경관상세계획

PART- II

옥외광고물 가이드라인



---

# 제 출 문

---

인천경제자유구역청장 귀중

본 보고서를 『송도국제업무지구 경관상세계획-옥외광고물 가이드라인』의  
최종 성과품으로 제출합니다.

2011년 2월

송도국제도시개발유한회사(NSIC)

---

송도신도시개발유한회사장 귀중

본 보고서를 『송도국제업무지구 경관상세계획-옥외광고물 가이드라인』의  
최종 성과품으로 제출합니다.

2011년 2월

(주)테마환경디자인

대표이사 김 영 결





# Contents

목 차

옥외광고물 가이드라인

<b>01 개요</b>	<b>1</b>
1.1 계획의 배경 및 목적	3
1.1.1 계획의 배경	
1.1.2 계획의 목적	
1.2 옥외광고물 계획의 기본전략	4
1.2.1 Concept Keyword	
1.2.2 계획의 프로세스	
<b>02 기초자료조사</b>	<b>7</b>
2.1 법규분석	9
2.1.1 현행법규분석	
2.1.2 해외사례분석	
2.1.3 현황 및 사례분석 종합	
2.2 송도국제업무지구 경관 특성 분석	23
2.2.1 송도국제업무지구의 조닝별 특성 분석	
2.2.2 해외사례분석	
2.2.3 현황 및 사례분석 결과	
2.3 관련 제도 및 운영방안 분석	34
2.3.1 국내 현황 분석	
2.3.2 해외사례분석	
2.3.3 현황 및 사례분석 결과	
<b>03 옥외광고물 가이드라인의 기본방향</b>	<b>39</b>
3.1 계획의 기본방향	41
3.2 적용사례분석을 통한 계획의 실행방안 도출	42
3.2.1 광고물의 최소화	
3.2.2 건축 외관 요소로서의 활용	
3.2.3 효과적인 정보전달매체로서의 활용	
3.2.4 경관이미지 형성인자로서의 활용	
3.2.5 실행방안의 종합	

# Contents

목 차

옥외광고물 가이드라인

---

<b>04 송도국제업무지구 옥외광고물 가이드라인</b>	<b>57</b>
4.1 개요	59
4.1.1 옥외광고물의 유형	
4.1.2 송도국제업무지구 옥외광고물 가이드라인의 구성	
4.2 기본 가이드라인	63
4.2.1 일반규제사항	
4.2.2 일반권장사항	
4.3 조닝별 가이드라인	77
4.3.1 Commercial Zone	
4.3.2 Residential Zone	
4.3.3 Mixed-Use Zone	
4.3.4 Culture Zone	

---

<b>05 옥외광고물 가이드라인 운영방안</b>	<b>89</b>
5.1 옥외광고물 설치의 승인	91
5.2 옥외광고물 심의위원회의 운영	91
5.3 시민자율표시제한완화제도	92
5.4 옥외광고물 제작자에 대한 인센티브제도	93

---

# 01

## 1. 개요

---

### 1.1 계획의 배경 및 목적

1.1.1 계획의 배경

1.1.2 계획의 목적

### 1.2 옥외광고물 계획의 기본전략

1.2.1 Concept Keyword

1.2.2 계획의 프로세스



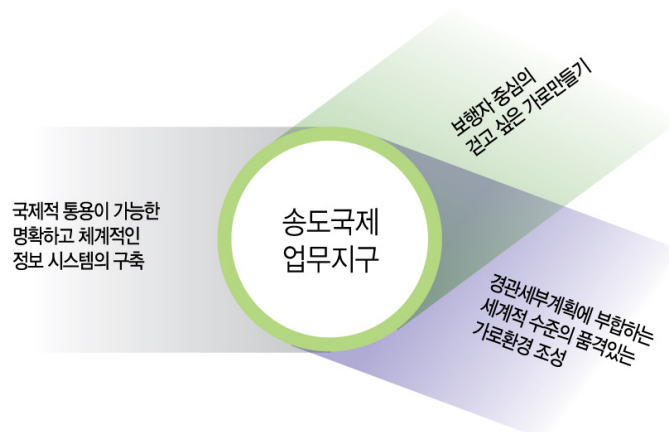
## 1.1 계획의 배경 및 목적

### 1.1.1 계획의 배경

2003년 인천 경제자유구역 지정에 따라 국제도시로서 송도지구에 대한 계획이 수립되었고, 현재 동북아시아의 허브 역할을 하는 국제적 위상을 갖춘 단지로 개발 중에 있다. 특히 1,3 공구는 송도국제도시의 핵심이자 상징적 공간이며, 국제업무단지로 육성되어 국제업무지원은 물론 인적, 물적 자원 교류의 장으로 기능하게 된다. 이에 국제업무단지로서의 위상과 상징적 이미지를 고양시키기 위하여 옥외광고물의 디자인 수준을 향상시키고 도시 경관 이미지를 형성하는 주요 인자로서 옥외광고물 계획을 유도하고자 한다. 즉 국제적 수준의 감각적이고 세련된 가로환경의 조성에 기여할 수 있는 송도 국제업무지구만의 옥외광고물 가이드라인을 정립하려 한다.

### 1.1.2 계획의 목적

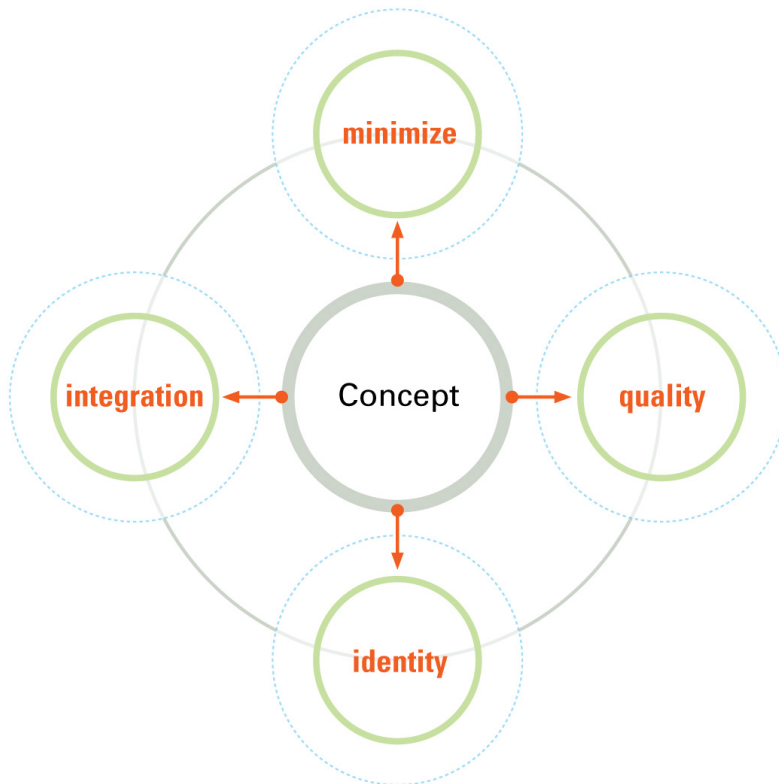
송도국제업무단지의 경우 국제업무지구로서 수립된 경관상세계획에 부합하는 가로환경을 조성하기 위하여 옥외광고물 난립에 대한 사전예방이 가능한 수준 높은 옥외광고물 설치기준을 제공하고자 한다. 또한 옥외광고물이 건축물 외관계획의 중요한 요소로 인식될 수 있도록 하여 광고물의 디자인과 설치물의 질적 수준을 향상시키고 명확하고 체계적인 정보시스템의 일부로서 옥외광고물이 기능할 수 있도록 방향을 제시할 것이다. 이를 통하여 쾌적한 정보환경을 지닌 견고 싶은 송도국제업무지구를 만들고 나아가 송도국제업무지구의 아이덴티티를 구축하는 요소로 옥외광고물이 활용되기를 기대한다. 뿐만 아니라 계획 이후 설치된 광고물 등에 대한 사후 관리 및 가이드라인 준수 유도를 위한 시책 등을 제시하여 송도국제업무지구의 옥외광고물 가이드라인이 지속적으로 관리, 유지, 운영될 수 있도록 할 것이다.



## 1.2 옥외광고물 계획의 기본전략

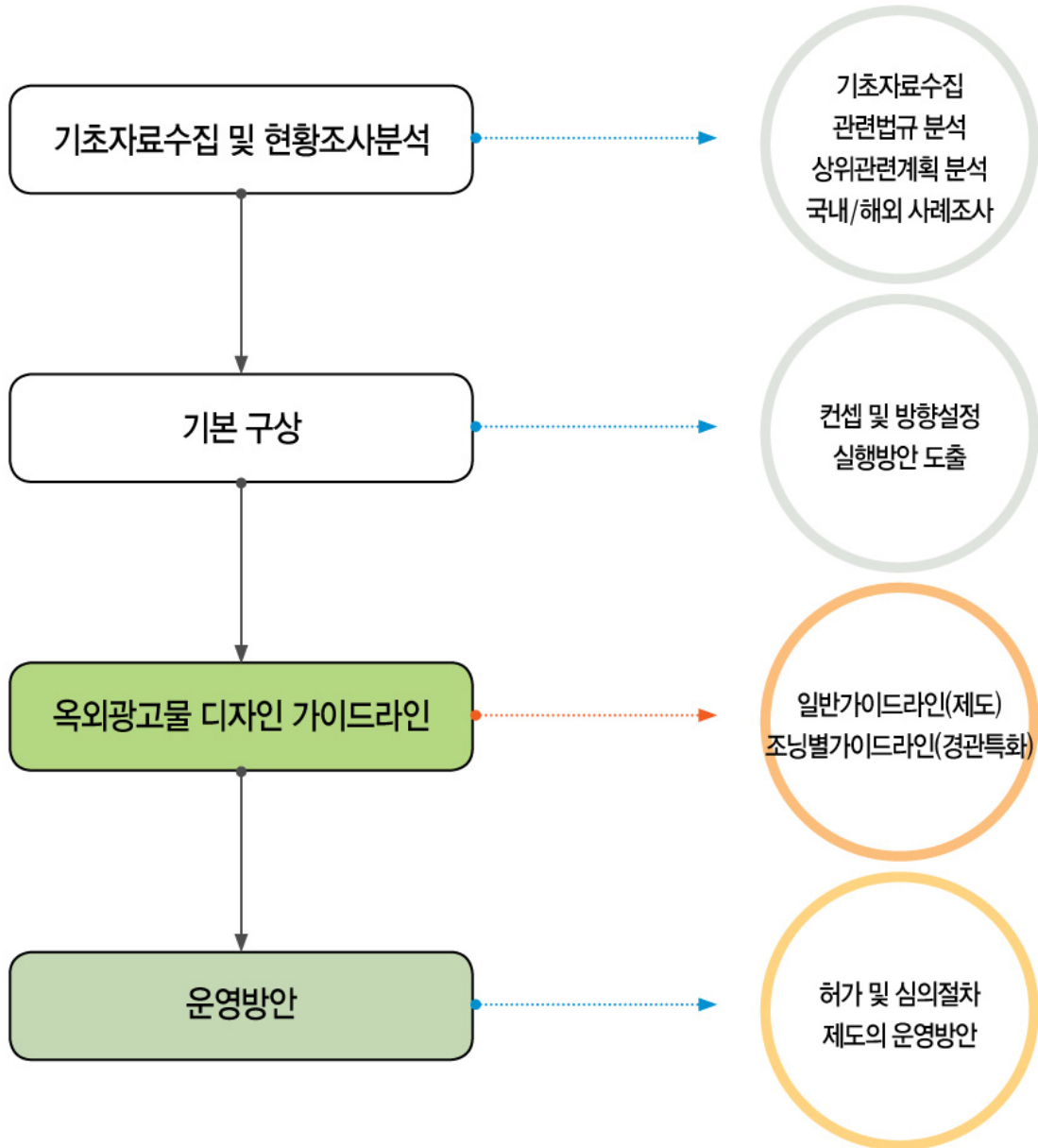
옥외광고물의 난립과 노후에 의하여 도시경관이 황폐화되는 폐단을 미연에 방지하고 국제업무지구만의 고유한 이미지를 지닌 가로환경을 조성하기 위하여 광고물 설치를 최소화(minimize)하고 건물 및 경관과의 통합된 디자인을 지향하며(integration), 수준 높은 디자인을 유도(high quality)하고, 경관의 정체성에 부합하는(identity) 계획을 육성하는 것을 옥외광고물 가이드라인의 기본 전략으로 삼는다.

### 1.2.1 Concept keyword



- **Minimize** : 옥외광고물의 수량 및 크기의 최소화를 지향하여 광고물의 난립 및 점유 방지
- **Integration** : 경관 및 건물을 구성하는 부분으로 다루어 통합적이고 일관성 있는 가로환경 구축
- **High quality** : 품격있고 수준 높은 양질의 디자인과 정보 체계 유도
- **Identity** : 송도국제업무지구의 경관 이미지를 창출하는 시각문화의 요소로 활용

### 1.2.2 계획의 프로세스







# 02

## 2. 기초자료조사

---

### 2.1 법규분석

2.1.1 현행법규분석

2.1.2 해외사례분석

2.1.3 현황 및 사례분석 종합

### 2.2 송도국제업무지구 경관특성 분석

2.2.1 송도국제업무지구의 조닝별 특성 분석

2.2.2 해외사례분석

2.2.3 현황 및 사례분석 결과

### 2.3 관련 제도 및 운영방안 분석

2.3.1 국내 현황 분석

2.3.2 해외사례분석

2.3.3 현황 및 사례분석 결과



## 2.1 법규분석

### 2.1.1 현행법규분석

#### 1) 옥외광고물법령의 체계 및 특징

옥외광고물관리에 관한 최초의 법은 1962년 법률 제988호로 제정된 「광고물단속법」이며, 그후 1963년 1차 개정후 1980년 법률 제3227호로 「광고물등관리법」으로 1990년에 법률 제4242호로 「옥외광고물등관리법」으로 개정되어, 99년 1월까지 4차에 걸쳐 개정되었으며 시행령은 7차례 개정된 바 있다. 우리나라의 현행 옥외광고물법령은 「옥외광고물등관리법」과 「시행령」 및 자치단체 「조례」의 체계로 되어 있다. 또한 자치단체에서 별도로 운영하는 고시 및 지구단위계획에 의거하여 특정구역에 한하여 옥외광고물에 관한 별도의 지침을 운영할 수 있다. 즉 송도지구의 옥외광고물에 대한 규제 및 관리는 옥외광고물법령의 체계에 따라 아래의 근거에 의하여 이루어지고 있다.

- 옥외광고물등관리법
- 옥외광고물등관리시행령
- 인천광역시경제자유구역청옥외광고물등관리조례
- 옥외광고물등의 특정구역지정 및 표시제한 완화고시
- 옥외광고물등의 도안등 표시의무제고시
- 송도지구 지구단위계획(지침)

#### 2) 옥외광고물법령의 주요내용

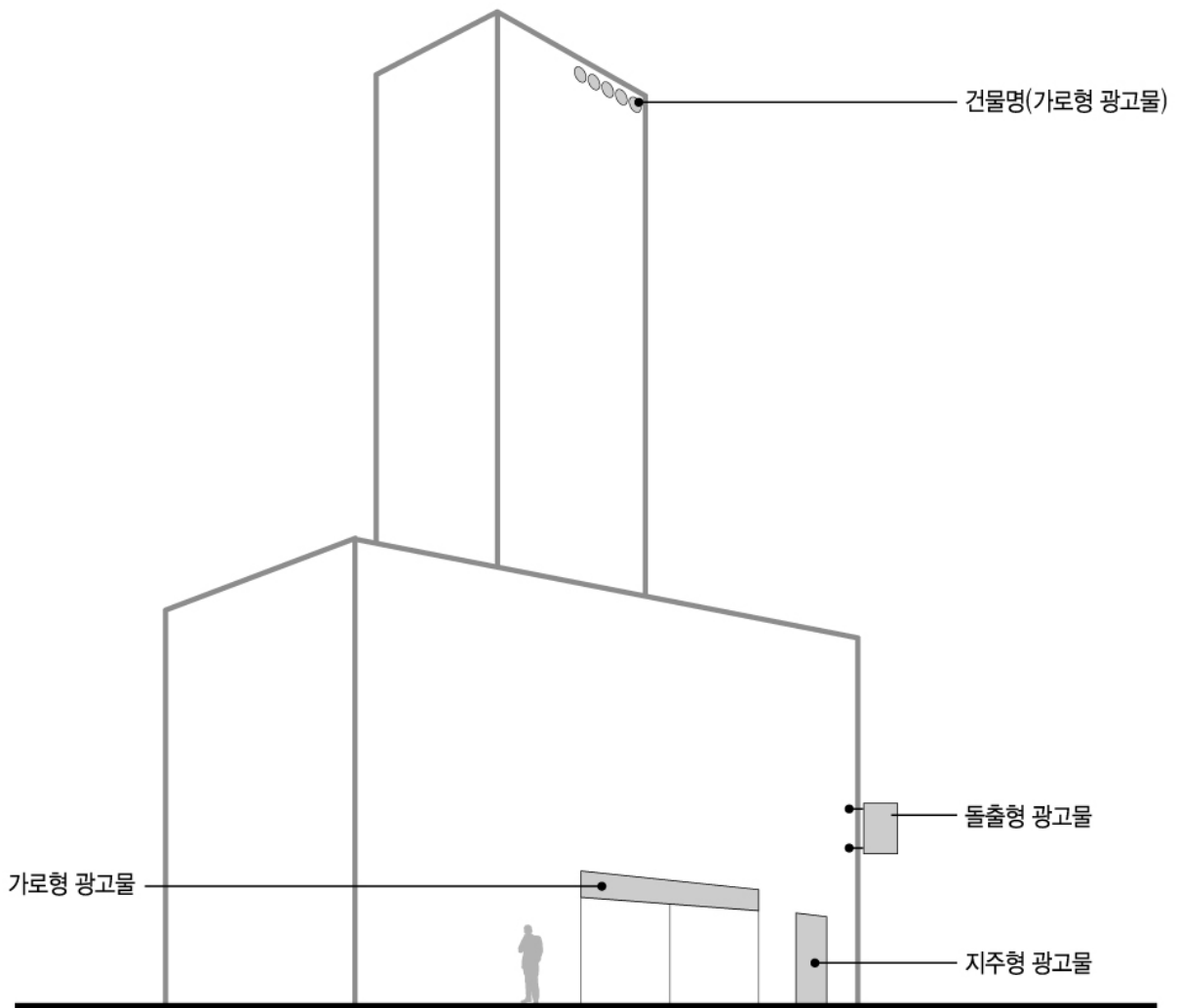
옥외광고물등관리법을 비롯한 시행령 및 조례는 아래의 내용을 중심으로 구성되어 있으며, 고시 및 지구단위계획에 의한 지침에서는 법령의 주요내용 중 옥외광고물의 표시방법에 대하여 더욱 구체적으로 명시하고 있다.

옥외광고물의 기본사항	옥외광고물의 유형별 분류
옥외광고물의 허가 및 신고	허가 및 신고 대상 광고물, 허가 및 신고 절차 등
옥외광고물의 금지 및 제한	표시금지지역 및 장소, 표시제한사항 등
옥외광고물의 표시방법	광고물 유형별 표시방법, 설치기준
광고물 심의위원회	심의위원회의 기능 및 구성
옥외광고물의 안전도 검사	안전도 검사 대상, 시기, 방법 등
옥외광고업의 신고 및 교육	옥외광고업의 신고, 교육, 영업정지 및 제재에 관한 사항

옥외광고물법의 주요 내용

### 3) 옥외광고물의 분류

옥외광고물등관련 법규에서는 옥외광고물의 형태에 따라 가로형, 세로형, 돌출, 지주형 광고물로 구분하고 설치 위치에 따라 창문이용 광고물, 공공시설물 이용 광고물, 옥상광고물 등으로 구분한다. 그 밖에도 광고물의 형식에 따라 현수막, 선전탑, 아취형광고물, 벽보 등으로 분류하고 있다. 각 유형의 특성을 정리하면 다음과 같다.



옥외광고물의 분류

유형		특성
형태	가로형광고물	문자,도형 등을 목재, 아크릴, 금속재 등의 판에 표시하거나 입체형으로 제작하여 건물의 벽면에 가로로 길게 부착 하거나 벽면 등에 직접 도료로 표시하는 광고물.
	세로형광고물	문자, 도형 등을 목재, 아크릴, 금속재 등의 판에 표시하거나 입체형으로 제작하여 건물의 벽면 또는 기둥에 세로로 길게 부착하거나 벽면 등에 직접 도료로 표시하는 광고물.
	돌출광고물	문자, 도형 등을 표시한 목재, 아크릴, 금속재 등의 판이나 이·미용업소의 표시등을 건물의 벽면에 돌출되게 부착하는 광고물.
	지주형광고물	지면에 지주를 따로 설치하여 문자, 도형 등을 표시한 목재, 아크릴, 금속재 등의 판을 지주에 부착하거나 기둥의 면에 직접 표시하는 광고물.
내용	공연광고물	공연을 알리기 위한 문자, 그림 등을 목재, 아크릴, 금속재 등의 판에 표시하거나 실물의 모형 등을 제작하여 당해 공연건물의 벽면 또는 공연건물의 부지에 지주 등을 세워 표시하는 광고물.
설치 위치	옥상광고물	건물의 옥상에 별도의 장방향, 정방향, 삼각형 또는 원형 등의 계시시설을 설치하여 문자, 도형 등을 표시하거나 승강기탑 등 건물의 옥상 구조물에 문자, 도형 등을 직접 표시하는 광고물.
	교통시설 이용광고물	교통시설(지하도, 철도, 지하철, 공항, 항만 및 고속국도)에 문자, 도형 등을 표시하거나 계시시설을 설치하여 표시하는 광고물.
	공공시설 이용광고물	공공의 목적을 위하여 설치하는 공작물 또는 편의시설물에 표시하는 광고물.
	교통수단 이용광고물	교통수단(열차, 자동차, 자동차 관리법에 의한 자동차, 선박법에 의한 선박 및 항공법에 의한 항공기)의 외부에 문자, 도형 등을 아크릴, 금속재 등의 판에 표시하여 부착하거나 직접 도료로 표시하는 광고물.
	창문이용 광고물	천, 종이 또는 비닐 등에 문자, 도형 등을 표시하여 창문 또는 출입문에 직접 부착하거나 문자, 도형 등을 목재, 아크릴, 금속재 등의 판이나 입체형으로 제작하여 창문 또는 출입문을 이용하여 표시하는 광고물.
형식	현수막	천, 종이 또는 비닐 등에 문자, 도형 등을 표시하여 건물 등의 벽면, 지주계시시설, 기타 시설물 등에 매달아 표시하는 광고물.
	애드벌룬	비닐 등을 사용한 기구에 문자, 도형 등을 표시하여 건물의 옥상이나 지면에 설치하거나 공중에 띄우는 광고물.
	선전탑	도로 등 일정한 장소에 광고탑을 설치하여 탑 면에 문자, 도형 등을 표시하는 광고물.
	아취형 광고물	도로 등 일정한 장소에 문틀형 또는 반원형 등의 계시시설을 설치하여 문자, 도형 등을 표시하는 광고물.
	전기를 이용한 광고물	전기를 공급하여 인공광원으로 조명하거나 화면이 변화되는 형식으로 표시하는 광고물.

#### 4) 현행법규의 주요항목 검토

옥외광고물등관리법은 적용의 우선순위에 따라 상위법을 근거로 한다. 단 고시와 지침의 사항은 시행령과 조례의 적용 제한에 대한 언급이 있는 항목의 경우 시행령 3장 12조와 32조, 조례 3장 7, 8, 19조 에 의거하여 시행령과 조례에 우선하여 적용한다. 이와 같은 법규 적용의 순위를 고려하여 정리한 송도지구의 옥외광고물 표시에 관한 규제사항은 아래와 같다.

- **설치금지광고물** : 세로형광고물, 현수막, 옥상광고물, 에드벌론 및 전단, 벽보, 공공시설이용광고물

#### 옥외광고물 표시에 관한 일반사항

표기내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 광고물의 문자는 한글, 한자, 외국문자 또는 특수문자 모두 가능함.</li> <li>- 문자 또는 숫자의 면적은 표시면적의 40% 초과를 금지함.</li> <li>- 상호, 상표 이외의 사용자의 성명, 주소, 전화번호, 영업내용 등은 표시면적의10% 초과를 금지함. (표시면적의 합계가 1m<sup>2</sup>이하인 경우 예외)</li> <li>- 일정규모 이상의 광고물에 한하여 표시면적의 75% 이상의 면적에 상징도안, 이미지, 픽토그램 등의 표시를 의무화함.</li> </ul>
수량	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 업소당 옥외광고물 면적총량제를 적용함.</li> </ul>
형태	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 연막이나 연기 등 기체 사용을 금지함.</li> <li>- 빛이나 광선 등의 투사를 금지함.</li> <li>- 세로형광고물과 옥상광고물을 금지함.</li> </ul>
색	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 원색 계열 색상의 과다사용을 금지하고, 원색을 사용할 경우 주변과 조화 고려할 것을 권장함.</li> <li>- 가급적 파스텔톤의 색채, 광고물의 재료를 이용한 색, 간접조명에 의한 색채효과 등을 권장함.</li> </ul>
재료	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 플렉스 등 유연성 원단 또는 유사한 재료를 지양함.</li> <li>- 주변과 조화를 고려한 다양한 재료의 사용을 권장함.</li> </ul>
위치	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 건축선 밖의 표시를 금지함.</li> <li>- 전면유리(커튼월)의 경우 판류형 광고물을 금지함.</li> </ul>

#### 가로형 광고물의 설치

형태	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 4층 이상 건물의 최상단에 입체형의 건물명과 상징도형표시 가능함.</li> <li>- 건물의 2층 이상(측면, 후면 포함)에는 입체형 문자, 도형만 설치 가능함.</li> </ul>
크기	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 가로크기는 당해 건물 폭을 초과할 수 없으며, 세로크기는 위아래 창문간 벽폭의 80%이내에 한함. (같은 층의 경우 높이 일치시킬 것)</li> <li>- 벽면으로부터의 돌출폭은 건축선을 침범할 수 없음.</li> </ul>
표시내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 표시면적 10m<sup>2</sup> 초과시 75% 면적 도안표시를 의무화함. (연립형의 경우 업소당 표시면적 3m<sup>2</sup> 초과시 도안표시를 의무화 함)</li> </ul>

**돌출 광고물의 설치**

<b>수량</b>	- 가로형 광고물을 설치하지 아니한 업소에 한하여 설치가능
<b>위치</b>	- 2개 이상을 설치하는 경우 연립형, 혹은 일직선상에 표시하며, 규격을 통일할 것
<b>크기</b>	- 업소 당 표시면적은 2m <sup>2</sup> 를 초과할 수 없음. - 이·미용 표지의 경우 세로길이 150cm 이내, 두께 30cm이내, 돌출 폭 50cm 이내로 제한함.
<b>표시내용</b>	- 표시면적 2m <sup>2</sup> 초과시 75% 면적에 도안표시를 의무화함.

**지주형 광고물의 설치**

<b>위치</b>	- 해당업소의 건물부지 안에 한하여 설치 가능 - 건축선 침범불가
-----------	---

**창문이용 광고물의 설치**

<b>크기</b>	- 1층 이하의 업소에 한하여 표시비율 20% 이내, 2층 10% 이내, 3층은 10% 이내로 제한함. (4층 이상은 금지) - 업소별 표시면적의 합계는 3m <sup>2</sup> 를 초과할 수 없음.
<b>형식</b>	- 창문에서 1m이내에 설치되는 광고물 - 창문에서 2m 이내에 창문면에 수직하게(60°~120°) 설치한 전광류
<b>표시내용</b>	- 사용자의 성명, 주소, 상호, 상표, 전화번호, 상징도안에 한하여 표기 가능함. - 영업내용의 과다한 표기를 지양하며, 디자인이 조잡하거나 미관을 저해하지 않아야 함.

**전기 이용 광고물의 설치**

<b>형식</b>	- 전기배선, 안정기 등 전기자재가 외부에 노출되지 않아야 함. - 표시면적의 합계가 1m <sup>2</sup> 미만인 네온류 및 전광류 - 입체형 문자 및 도형에 LED를 삽입하는 간접조명 형태의 광고물
-----------	---

**5) 면적총량제**

송도 국제업무지구는 인천광역시경제자유구역청고시 제 2006-130호인 「옥외광고물등의 특정구역지정 및 표시제한·완화 고시」에 의하여 면적총량제의 우선적용을 받는다. 면적 총량제의 적용은 지역별, 건물전면 가로 폭, 업소면적 등에 따라 업소당 표시가능한 총면적을 제한하도록 되어 있다. 면적총량제에 의하여 제한을 받는 광고물 등은 해당지역의 지구단위계획상 설치 수량의 제한 및 건물 정면 4층 이상의 가로형 광고물에 관한 표시제한사항, 가로형 광고물의 건물 측면 또는 후면에 대한 설치 층수의 제한, 돌출광고물의 설치 위치에 대한 제한 사항을 적용하지 아니하며, 다음의 예외사항을 적용할 수 있다.

- 특수건물 혹은 특수구역의 경우 옥외광고물 설치 규정은 구청장이 정하는 바에 의한다.
- 심의를 통하여 자율규정을 인정받은 건물의 경우 자율규정에 의하여 설치한다.
- 4층 이상 또는 지하층 입주업소는 설치 가능한 총면적의 50%를 적용한다.
- 1개의 업소가 건물전체를 사용하는 경우 건물전체의 연면적을 기준으로 적용한다.

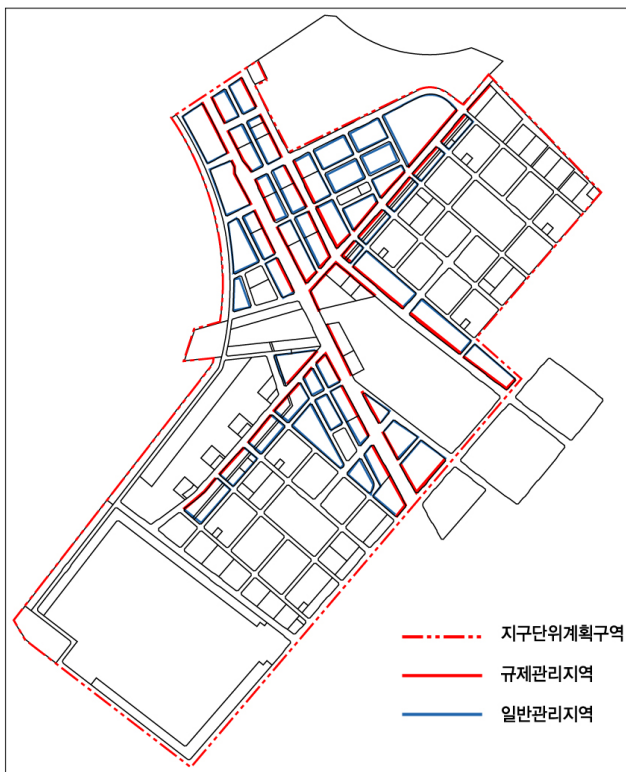
- 창문이용광고물은 면적 산출에 포함하지 아니한다.
- 건물주가 건물명 또는 건물을 상징하는 도형을 설치할 경우 총면적 8m<sup>2</sup> 이내로 제한한다.

### 면적 총량제의 기준

\* ()안은 곡각지점

지역구분	건물전면 가로폭	업소당 옥외광고물등 총면적					
		업소면적 30m <sup>2</sup> 미만	30m <sup>2</sup> ~60m <sup>2</sup> 미만	60m <sup>2</sup> ~100m <sup>2</sup> 미만	100m <sup>2</sup> ~200 m <sup>2</sup> 미만	200m <sup>2</sup> ~400 m <sup>2</sup> 미만	업소면적 400m <sup>2</sup> 이상
주거 지역	광로 (40m이상)	5(7)	7(9)	9(11)	12(14)	16(18)	22(24)
	대로·중로 (12m이상 40m미만)	4(6)	6(8)	8(10)	11(13)	15(17)	21(23)
녹지 지역	소로 (12m미만)	3(5)	5(7)	7(9)	10(12)	14(16)	20(22)
상업 지역	광로 (40m이상)	7(9)	9(11)	11(13)	14(16)	18(20)	24(26)
	대로·중로 (12m이상 40m미만)	6(8)	8(10)	10(12)	13(15)	17(19)	23(25)
공업 지역	소로 (12m미만)	5(7)	7(9)	9(11)	12(14)	16(18)	22(24)

### 6) 송도지구단위계획 상의 옥외광고물 규정



송도국제업무지구 중 1·3공구는 송도지구단위계획에 의거하여 일반관리지역과 규제관리지역으로 구분되고 별도의 지침에 의한 사항을 적용받는다. 지구단위계획 상의 지침에는 가로형 광고물과 돌출광고물, 지주형 광고물, 창문이용광고물, 차양에 대한 사항이 구체적으로 명시되어 있으며, 이외의 광고물은 설치할 수 없도록 하고 있다. 지구단위계획 상 옥외광고물 규제 및 관리지역에 포함되지 않는 구역은 면적총량제를 적용하며, 면적총량제에 의하여 완화되는 규정 이외의 모든 사항은 옥외광고물등시행령과 인천광역시경제자유구역청옥외광고물등관리조례에 의하여 본장의 「4」행법규의 주요항목 검토」에 정리된 바를 적용받는다.



**가로형 광고물의 설치**  
\*일반관리지역(규제관리지역)

<b>수량</b>	- 2(1)층 이하 업주에 한하여 1개 설치 가능함.
<b>위치</b>	- 2(1)층 이하 점포 정면 상단에 설치할 것. - 건물명의 경우 지번을 사용하여 건물상단 우측에 문자형으로 설치할 것.
<b>형태</b>	- 도로모퉁이에 설치하는 경우 형상과 높이를 일치할 것.
<b>크기</b>	- 가로폭은 당해 업소 창호부의 좌우측 끝선과 일치시킬 것. - 광고물의 세로폭은 0.8m를 초과할 수 없으며, 부착위치와 상하단선을 일치시킬 것. - 두께는 벽면으로부터 30cm이하만 허용.
<b>조명</b>	- 외부조명으로 연출할 것. - 네온 및 전광류의 설치 금지.
<b>재료</b>	- 동일 건물 내 동일재료를 사용할 것.
<b>색</b>	- 바탕색과 글자색을 통일하고, 지정색을 사용할 것. - 로고나 마크에 한하여 광고물면적의 5%미만의 색채사용을 허용함.
<b>표시내용</b>	- 인지내용의 표기는 광고물면적의 3/8이내에 한함. - 딱딱한 느낌의 사각형 글씨체 사용 금지. - 업소명, 업종명, 전화번호, 층, 심벌 중 영업내용과 관련이 있는 것만 표시 가능함.

**돌출 광고물의 설치**

<b>수량</b>	- 가로형 광고물을 설치하지 않은 2층 이상의 업소에 각 1개만 허용.
<b>위치</b>	- 건물 좌측에 한 줄로 설치할 것 . - 건물 2층 창문 상단선과 건물 상단선 사이에 설치할 것 . - 수량이 많을 경우 통합광고물설치를 권장함. - 광고물하단과 지면간의 간격 3m이상, 상단은 건물의 벽면높이를 초과할 수 없음. - 건물로부터 이격거리 30cm이내를 유지할 것.
<b>크기</b>	- 가로 0.6m 세로 2m 이내에 한함. - 이·미용 표지의 경우 세로길이 150cm 이내, 두께 30cm이내, 돌출 폭 50cm이내
<b>조명</b>	- 외부조명으로 연출할 것. - 네온 및 전광류의 설치 금지.
<b>재료</b>	- 동일 건물 내 동일재료를 사용할 것.
<b>색</b>	- 바탕색과 글자색을 통일하고, 지정색을 사용할 것. - 로고나 마크에 한하여 광고물면적의 5%미만의 색채사용을 허용함.
<b>표시내용</b>	- 인지내용의 표기는 광고물면적의 3/8이내에 한함. - 딱딱한 느낌의 사각형 글씨체 사용 금지. - 업소명, 업종명, 전화번호, 층, 심벌 중 영업내용과 관련이 있는 것만 표시 가능함.

**창문이용 광고물의 설치**  
\*일반관리지역(규제관리지역)

<b>크기</b>	- 1층 출입문에만 50(20)% 이하의 면적에 한하여 표기 가능.
<b>색</b>	- 건물과의 조화를 고려할 것.
<b>표시내용</b>	- 사용자의 성명, 주소, 상호, 상표, 전화번호, 상징도안에 한함. - 영업내용의 표시 금지(단, 전광류에 의한 경우 0.3m <sup>2</sup> 이내에 허용함.)

## 지주형 광고물의 설치

<b>수량</b>	- 3층 이상의 건물에 한하여 부지당 1개 설치 가능.
<b>위치</b>	- 해당업소의 건물부지 안에 한하여 설치 가능. - 보도의 경계선으로부터 50cm 이상 혹은 차도의 경계선으로부터 1m이상의 거리를 확보할 것. - 보행자를 위하여 건물과 평행하게 설치할 것.
<b>크기</b>	- 광고물 상단까지의 높이는 지면으로부터 3m이내, 가로폭 1.2m이내에 한함.
<b>조명</b>	- 외부조명으로 연출할 것. - 네온 및 전광류의 설치 금지.
<b>재료</b>	- 동일 건물 내 동일재료를 사용할 것.
<b>색</b>	- 바탕색과 글자색을 통일하고, 지정색을 사용할 것. - 로고나 마크에 한하여 광고물 면적의 5%미만의 색채사용을 허용함. - 도로에 인접한 경우 도로표지와 혼돈을 일으킬 수 있는 녹색, 청색 등의 사용 금지.
<b>표시내용</b>	- 업소내용 표기시 층별로 순차적으로 표시할 것. - 하나의 지주 안에는 글씨체와 색상을 통일할 것. - 성명, 주소, 상호, 전화번호 혹은 이를 상징하는 도형에 한하여 표시 가능함. - 네온, 전광, 점멸의 방법은 금지함.

## 차양의 설치

<b>위치</b>	- 가로형 광고물의 하단에 설치할 것.
<b>크기</b>	- 돌출폭 1m, 높이 1m 이내에 한함.
<b>색</b>	- 올리브 그린과 줄무늬만 허용함.

## 7) 현행법규의 분석

### ▪ 옥외광고물의 분류 체계의 보완

현행법규 상의 옥외광고물에 대한 분류는 설치위치 및 형태 등에 의하여 비교적 구체적으로 구분하고 있으나 분류의 기준이 일관되지 않아 새로운 형식의 옥외광고물이 도입되는 경우 적용이 애매한 상황임. 기술의 발전에 의한 도시구조와 건축물의 변화는 물론 광고매체의 다변화에 대응할 수 있도록 범위를 더욱 확장하고 각 광고물의 유형과 목적에 적합한 설치기준으로 보완이 필요함.

### ▪ 개별광고물의 표시방법 중 정량적 기준의 강화

현행법규 상 옥외광고물은 개별 광고물에 따라 설치기준을 정하고 있으며, 광고물의 크기, 수량, 표기내용의 크기 등 정량적인 항목의 경우 건물이나 가로의 특성이 고려되지 않아 합법적으로 설치된 광고물이라도 전체적인 광고물의 난립이나 부조화 등은 개선되지 않음. 지역별 특색 있는 관리를 위하여 건물별 혹은 지역별로 표시방법의 차등화가 필요함.

### ▪ 개별광고물의 표시방법 중 정성적 기준의 구체화 및 다양화가 요구됨

현행법규 상 옥외광고물은 일부 지역과 일부 유형의 광고물에 대하여 색채 및 조명에 대한 규제를 받고 있으며, 서체나 형태, 재료에 대하여 입체형 광고물을 권장하고, 주변과의 조화를 고려하여 다양한 재료를 사용할 것을 권장하고 있음. 그러나 이와 같이 심미적인 항목들을 획일화된 기준으로 규제할 경우 오히려 창의적인 광고물의 디자인을 저해할 수 있으며, 애매모호한 규정으로 인하여 적용의 실효성이 부족함.

### ▪ 면적총량제 : 건물의 상황 및 가로의 특성에 대한 기준 보완

현행법규 상 면적총량제가 적용될 경우 개별광고물에 대한 표시제한의 일부 사항을 완화하도록 되어있기 때문에 업소당 설치면적의 제한에 의하여 광고물의 위치나 수량에 대한 규제가 미약함. 즉 전반적인 광고물의 점유상황은 개선될지라도 수준 높은 광고물 계획을 유도하기 위해서는 설치 방법과 위치 등에 대한 별도의 규정이 보완되어야 함.

### ▪ 지구단위계획 상의 옥외광고물 지침의 보완

송도국제업무지구에 적용된 지구단위계획 상의 옥외광고물 지침은 일부구역에만 제한되어 있음. 즉 규제 및 관리지역의 경우 광고물의 색채, 차양의 색채, 글씨의 형태 등 정성적 항목까지 지나치게 규제하고 있는 반면 지구단위계획 상 옥외광고물 계획이 명시되지 않은 구역의 경우 용도나 업종에 따른 특성과 관계 없이 획일적인 기준을 적용해야함. 즉 경관특성 및 용도에 적합한 별도의 가이드라인의 수립이 필요함.

## 2.1.2 해외사례분석

### 1) 뉴욕 Midtown 지구 내 5th Avenue Subdistrict

- 조닝별 규제에 의한 지구별, 업종별 가이드라인 제시**  
 옥외광고물에 대한 특별 관리 지역을 5 단계로 구분하고 저층부 전면(frontage)과 공연구역(theater subdistrict), 타임스퀘어 등에 대한 별도의 규정(regulation)을 두고 있음.
- 옥외광고물의 수량 및 크기의 최소화 지향**

특별 규제 지역의 광고물 설치에 대한 기준(일부)

<b>크기</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 건물 외벽의 총면적 중 광고물의 면적 2.3m<sup>2</sup> 이내로 제한함.</li> <li>- 보도의 지면으로부터 3m이하에는 광고물의 설치를 금지함.</li> <li>- 광고물의 돌출폭은 7.6cm 이내로 제한함</li> <li>- 창문이용광고물의 경우 총면적은 창 면적의 1/3 이내로 제한함.</li> </ul>
<b>형태</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 건물 또는 건물에 위치해 있는 시설의 이름, 주소가 표기되어 있는 높이 12inc(45.7cm) 이하의 글자 또는 숫자로만 이루어진 광고물만을 허용함.</li> </ul>
<b>위치</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 건물 외벽 이외에 설치되는 어떠한 광고물도 허용하지 않음.</li> <li>- 특별 전면(frontage)규제를 받는 지역은 배너의 설치를 금지.</li> </ul>

### 2) 샌프란시스코 특별사인지구

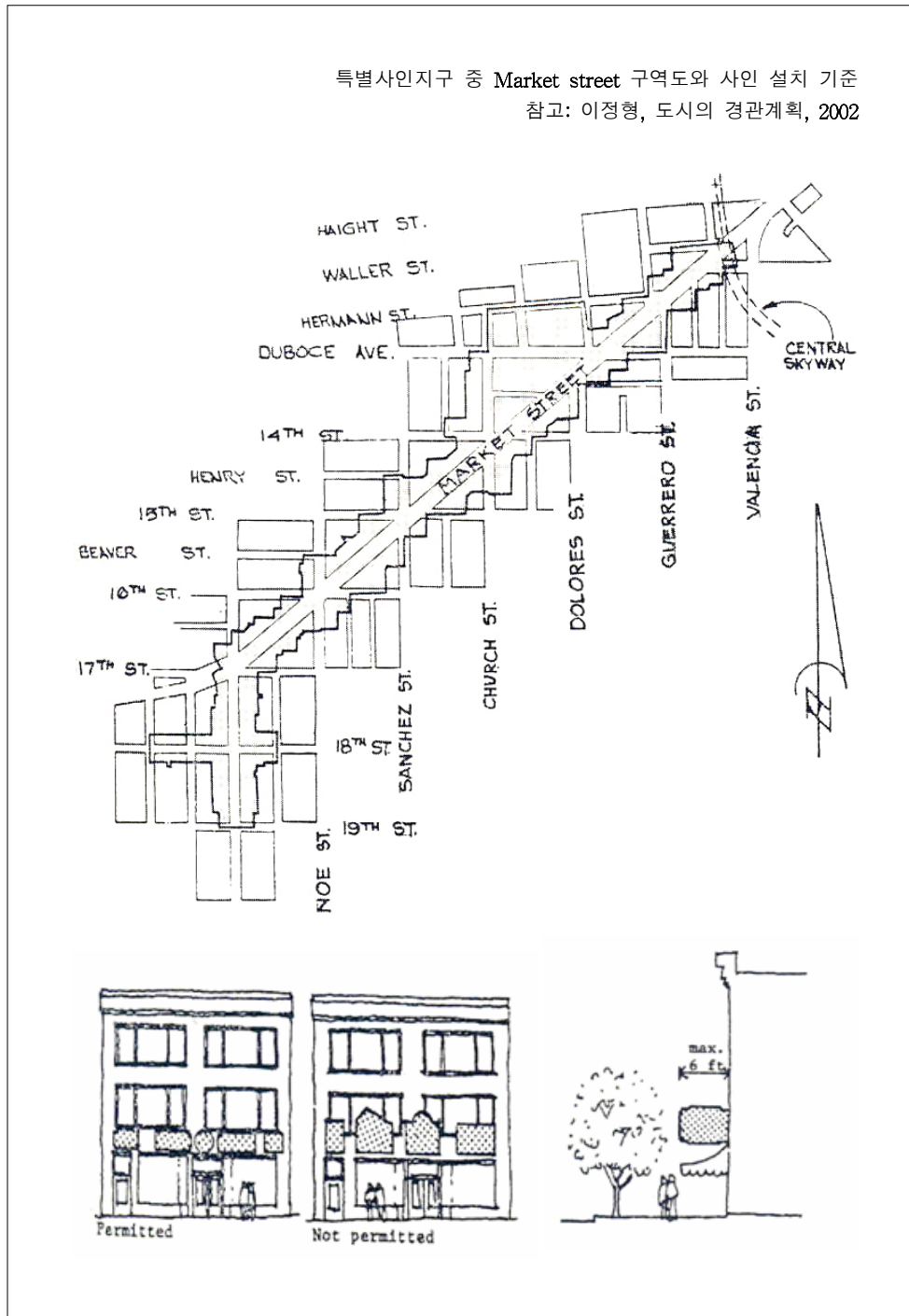
- 조닝제도에 의한 별도의 허가 및 규제 기준**  
 조닝제도에 근거하여 특별사인지구 10개소와 보존지구 6개소로 구분하여 사인의 종류, 면적, 위치 등에 대하여 보다 상세한 규정을 마련하고 있음.

특별사인지구

지구명	조항
<b>Civic Center</b>	Sec. 608.3
<b>Scenic Street</b>	Sec. 608.6
<b>Sign Illumination</b>	Sec. 608.11
<b>Candlestick Park</b>	Sec. 608.4
<b>Market Street</b>	Sec. 608.9
<b>Jackson Square</b>	Sec. 608.9
<b>Upper Market</b>	Sec. 608.9
<b>South Of Market</b>	Sec. 608.1
<b>Showplace Square</b>	Sec. 608.12

- 보행자의 시선을 고려한 가로중심의 조닝 체계

옥외광고물이 가로의 외관을 결정하는 주요 요인으로 인식하여 개별건축물이나 블록단위에 의한 구분이 아닌 보행자공간에서 바라보는 가로를 중심으로 조닝을 설정함.



### 3) 요코하마 광고경관형성 가이드라인

- 도시계획 상 성격에 따른 조닝별 규제

시 전역에 걸쳐 중심지구를 지구의 성격에 따라 시가지 경관 협의지구, 지구계획제도 지구, 시가지 경관 협정지구의 세 지구로 구분하여 도시디자인 시책 전개

경관 협정지구의 광고경관정비 지침(예시)

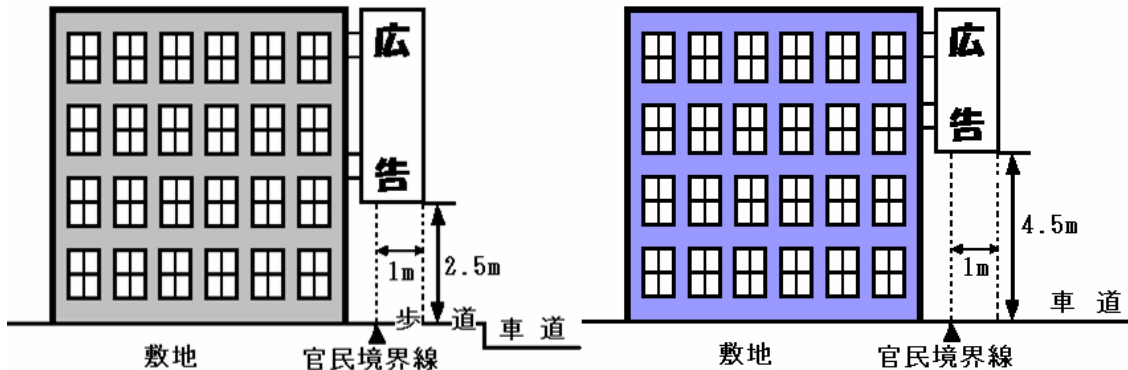
협정지구	정비지침	광고물 종류	정비내용 및 기준
아마가사키 센터지구	모던한 시가지 연출을 위하여 건물과의 조화 중시할 것	옥상광고물	- 설치 금지
		돌출광고물	- 점포명 표시에 한함 - 1개 건물에 1개만 설치 허용 - 주거지역 설치 금지
		벽면광고물	- 점포명 표시에 한함 - 가로형만 허용함 - 벽면의 의장 요소 및 코니스 라인과의 조화 고려할 것
		입체광고물	- 점포의 업종 및 상품의 특성이 시각적으로 잘 드러나도록 표현 할 것.
		가로설치광고물	- 대지 내에만 설치할 것.

- 구체적이고 명확한 지침

각 지구별 미래상을 명확히 하고 옥외광고물에 대한 규정도 경관계획의 기준에 의거하여 설치위치, 규모, 색채 뿐 아니라 광고물의 표현 및 연출 기준까지 규정함.

개별 광고물에 따른 설치 기준(일부)

크기	- 광고물의 표시면적의 합계는 해당 벽면적의 3/10 초과 금지 - 돌출광고물의 경우 표시면적 50m <sup>2</sup> 이내로 제한함. - 도로 상에 인접한 경우 돌출 폭은 1m 이내에 한함.
위치	- 돌출광고물의 높이는 지면으로부터 2.5m이상 차도의 경우 4.5m이상을 유지할 것. - 건축물의 위쪽에는 설치 금지 - 창이나 문 등 개구부를 가려서는 안 됨.
색채	- 형광도료의 사용 금지



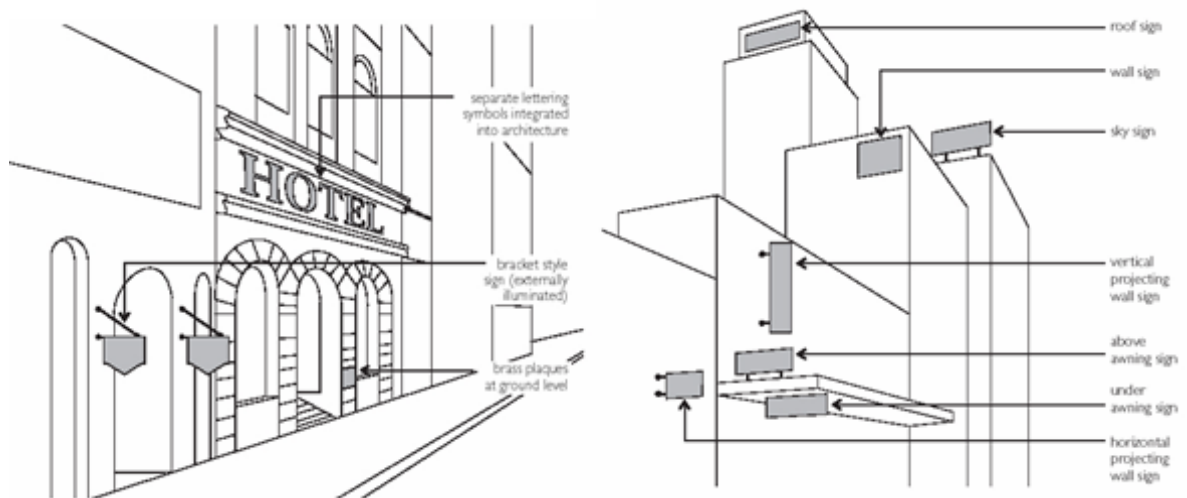
#### 4) 시드니 옥외광고물 가이드라인

##### ▪ 경관의 통합 디자인 요소로서의 옥외광고물

시드니 옥외광고물가이드라인(DCP, Development Control Plan)은 도시 전체에 적용되며, 업무, 상업 등 도시 기능의 활성화를 위한 아이템으로 옥외광고물을 다루고 있음. 각 광고물의 유형에 따라 설치기준 뿐 아니라 조명, 색채, 배색 등 디자인에 대한 가이드라인을 포함하고 있음

광고물 설치의 일반적 요건(일부)

디자인	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 시각적 흥미를 유도하고 건축물 외관과 조화를 이루어야 함.</li> <li>- 색채, 로고, 그래픽 등이 가로경관과 시각적 연관성을 지닐 것.</li> </ul>
조명	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 과도한 조명의 사용은 금지함.</li> <li>- 네온을 이용한 사인은 금지함.</li> <li>- 자연광이 있을 시 조명작동을 금지함.</li> <li>- 아래에서 위를 비추는(up lighting) 방법은 금지하며, 빛이 아래를 향하되 사인물에만 비추어야 함.</li> <li>- 조명에 의하여 영향을 미치는 면적을 최소화 할 것.</li> </ul>
동영상 사인	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 원칙적으로 금지함.</li> <li>- 특별한 이벤트에 한하여 Led, video, screen 등을 활용한 사인 설치를 허용함.</li> </ul>
수량	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 업소 당 1개 이상 사인 설치 금지</li> </ul>
기타	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 건물명 사인이 설치된 면에는 상업광고물을 설치할 수 없음.</li> <li>- 창문이용 사인은 금지</li> <li>- 배너 및 깃발 등은 행사 기간 동안에 한하여 임시로 허용함.</li> </ul>



## 2.1.3 현황 및 사례 분석의 종합

### 1) 해외 가이드라인의 분석 결과

#### ▪ 경관 특성을 고려한 조닝별 가이드라인

대부분의 사례에서 경관 특성에 따라 더 작은 세부단위를 구획하여 경관의 특성을 살린 옥외광고물 계획과 관리가 가능하도록 함. 특히 샌프란시스코의 경우 특별 지구 내에서도 가로별로 조닝을 세분화하고 있음.

#### ▪ 광고물의 수량 및 크기에 대한 강력한 규제

뉴욕의 미드타운의 경우 전체 광고물의 총 면적이  $2.3m^2$ 을 초과할 수 없으며, 시드니의 경우 배너와 창문을 이용한 광고물을 금지하고 업소 당 광고물의 수량을 1개로 제한하는 등 광고물의 크기와 면적에 있어 강도 높은 규제를 지향함.

#### ▪ 구체적이고 명확한 지침의 제공

대부분의 사례에서 보행자 측면의 시야와 스케일을 고려하여 광고물의 높이와 크기를 합리적으로 규정하고 있으며, 용도와 상황에 적합한 별도의 기준을 마련하고 있음. 시드니의 경우 광고물의 색채, 조명, 연출 방법까지 상세히 기술하고 있음.

#### ▪ 경관의 통합 디자인 요소로서의 옥외광고물

계획의 전반에 있어 경관의 하위요소가 아닌 주요요소로 옥외광고물을 다룸으로써 경관의 성격과 건물의 특성에 적합한 옥외광고물의 디자인을 유도할 수 있도록 건물과의 조화 및 경관과의 조화를 강조함.

### 2) 송도국제업무지구 옥외광고물 가이드라인의 개선방향

- ▶ 송도국제업무지구의 조닝별 특성을 반영하고 세부적인 용도와 업종의 성격을 고려한 옥외광고물 규정을 계획함.
- ▶ 경관의 통합디자인 요소로써 옥외광고물의 디자인 수준을 높이고 거리 및 건물과의 조화를 이룰 수 있도록 유도해야 함.
- ▶ 광고물의 난립과 무질서를 예방할 수 있도록 강도 높은 규제를 적용하되 조닝별 특성을 고려하여 상한과 하한의 기준을 명확히 해야 함.
- ▶ 새로운 유형의 광고물에 적합한 새로운 기준을 수립하여 새로운 디자인과 기술에 대한 능동적 수용이 가능하도록 해야 함.

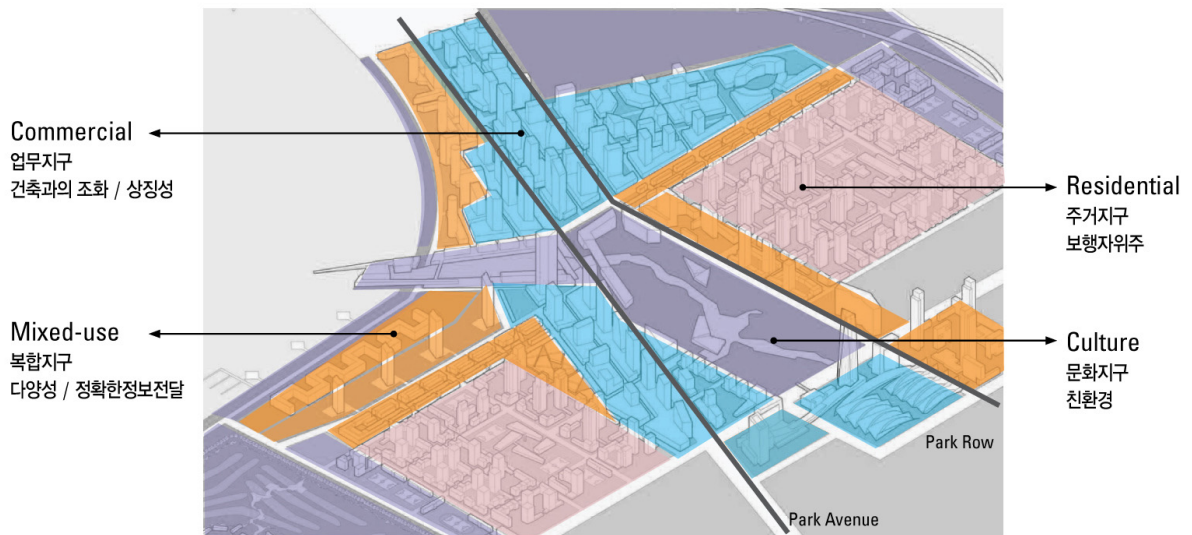


## 2.2 송도국제업무지구 경관 특성 분석

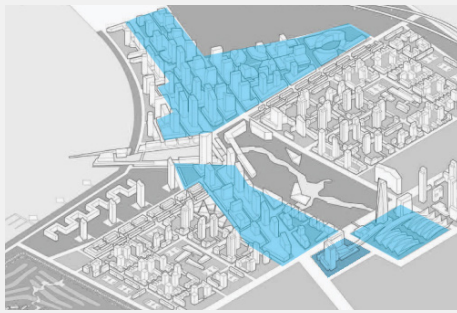
### 2.2.1 송도국제업무지구의 조닝별 특성 분석

송도국제업무 지구는 지구단위계획에 의하여 아래와 같이 세분화된 구역으로 나누어지고 있으며, 그에 따른 경관기본계획이 수립되어 있다. 따라서 지구단위계획 상의 경관기본계획을 토대로 조닝별 특성을 살펴보고 이를 통하여 용도와 경관특성에 적합한 조닝별 옥외광고물 가이드라인의 계획방향을 도출하고자 한다.

송도국제업무지구 용도별 구획도



## 1) 업무지구 : Commercial zone

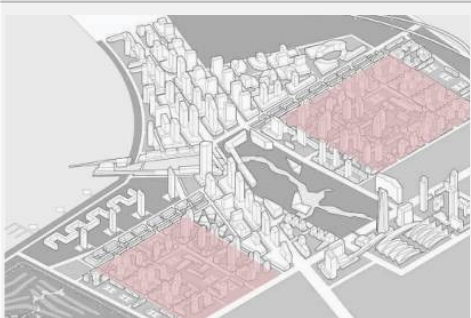


### 공간적 개념 및 특성

- 국제금융센터 및 컨벤션 업무의 중심지
- 평균업무용지의 2배 이상 크기의 거대 업무 지역
- 고층 건물 밀집 지역(커튼월)
- 평균 높이 24m의 저층부 블록 형성

특화 가로	Park Ave.	<b>경관특성</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 유리와 금속으로 지어진 고층 건물 밀집 지역</li> <li>- 업무, 상업, 문화 등 유연한 기능 간의 용도의 복합</li> <li>- 저층부 전면상점(storefronts)을 따라 연속된 가로 형성</li> <li>- 건물 내외부의 투과성을 증진시켜 가로환경과 건물 간의 상호작용 증진</li> </ul>
	Park Row	<b>경관특성</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 유리와 금속으로 지어진 고층 건물 밀집 지역</li> <li>- 저층부 공간의 연속성을 강화하여 Street wall 조성</li> <li>- 가로수 및 식재에 의한 친환경 보행자 중심 가로</li> <li>- 아케이드를 형성하여 저층부의 접근성과 친밀감을 강화함</li> </ul>
	View Corridor	<b>경관특성</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 저층부 공간의 연속성을 강화하여 Street wall 조성</li> <li>- 가로수 및 식재에 의한 친환경 보행자 중심 가로</li> <li>- 해안을 향하는 시각통로의 기능</li> </ul>

## 2) 주거지구 : Residential zone

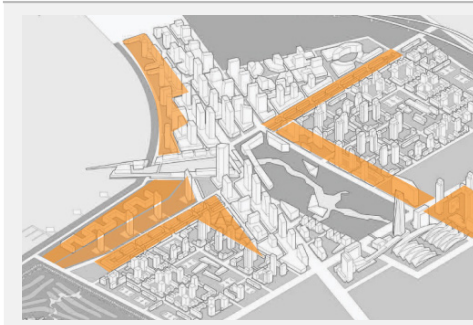


### 공간적 개념 및 특성

- 대규모의 블록단위개발로 인한 조닝경관 형성
- 블록 당 타운하우스, 판상형 아파트, 타워형 아파트, 근린부대시설 등 다양한 주거형태가 복합됨.
- 내부의 고층 타워에서 외각의 저층을 향하는 텐트구조

특화 가로	Park path	<b>경관특성</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 주거 단지를 향하는 진입부</li> <li>- 국제학교 및 중앙공원과의 연계</li> <li>- 가로 녹지의 형성에 따른 산책로와 주민들의 야외 활동공간 조성</li> </ul>
----------	-----------	--

### 3) 복합지구 : Mixed-use zone



#### 공간적 개념 및 특성

- 가로상가가 밀집된 중심상업 지역
- 갤러리, 상점, 공연장, 식음·위락시설 등 다양한 도시 활동 공간
- 변화하고 활기찬 경관 조성

특화 가로	Canal street	<b>경관특성</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 보행자 전용 구역</li> <li>- 수로 공간과 open space 간의 조화</li> <li>- 노천 카페, 음식점, 상업시설 밀집지역</li> <li>- 풍성한 가로 녹지의 형성</li> </ul>
	Corniche	<b>경관특성</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 보행자 전용 구역</li> <li>- 수변활동과 해안의 조망을 고려한 친수 공간 조성</li> <li>- 노천 카페, 음식점, 상업시설 밀집지역</li> <li>- 식재 중심의 휴게 및 산책을 위한 공간 조성</li> </ul>
	Kasbah	<b>경관특성</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 소가로의 유기적 연결</li> <li>- 소규모 상점 및 문화, 식음 시설의 밀집 지역</li> <li>- 다양한 활동과 이벤트에 의한 시민들의 밀집 공간 조성</li> </ul>

### 4) 문화지구 : Culture zone



#### 공간적 개념 및 특성

- 문화센터, 미술관, 수족관 등 문화시설 중심 지구
- 중앙공원을 중심으로 하는 친환경 공간

특화 가로	Central park sidewalk	<b>경관특성</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 풍성한 녹지로 도심의 휴식처가 될 수 있는 가로경관 조성</li> <li>- 박물관, 수족관 등의 공개공지와 통합된 경관</li> </ul>
----------	-----------------------	---



## 2.2.2 해외사례분석

해외 주요 도시의 경우 옥외광고물의 난립과 점유를 방지하기 위하여 크기와 설치개수의 최소화를 지향함은 물론 건축물 및 주변 경관과의 조화를 고려하여 가로의 고유한 이미지를 창출하는 요소로 활용하고 있다.

### 1) Time Warner Building, New York, USA

Time Warner Building



- **경관특성**

커튼월 구조의 고층 빌딩으로 고층부는 업무와 호텔의 용도이며, 저층부는 쇼핑몰과 호텔로 향하는 진입부로 구성되어 있음.

- **옥외광고물 계획**

건물 고유의 투명성과 소재감을 우선시 하여 저층부 전문상점들의 광고물을 내부로 유도함으로써 입면상의 광고물 설치를 최소화함.

입구에 별도의 지주형 사인을 설치하여 보행자 레벨에서 통합적인 정보를 제공함.

### 2) Pacific Place, Hong Kong

Pacific Place, Hong Kong



- **경관특성**

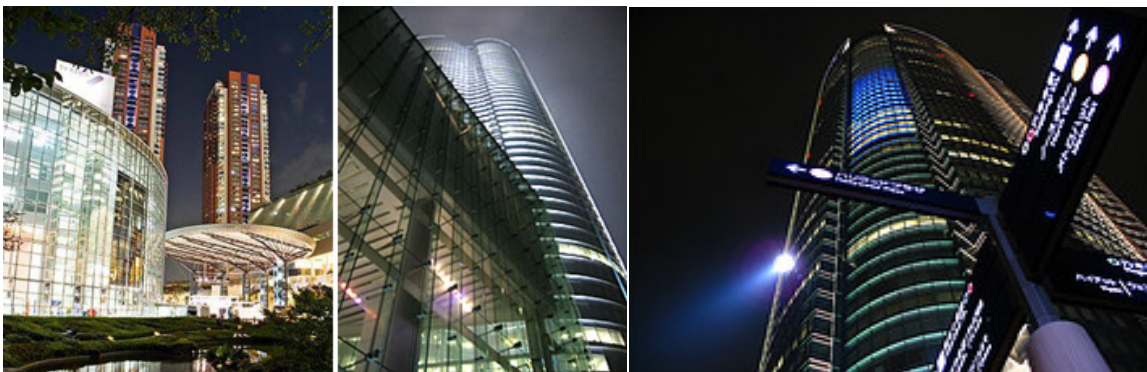
저층부에 쇼핑몰이 형성되어 있으며, 전면 상가(storefront)에 의해 시각적 연속성을 형성하고 있음. 캐노피와 차양 등 일관성 있는 건축입면 요소를 적용하여 보행자 레벨에서의 연속성을 강화함.

- **옥외광고물 계획**

1층 전면상가에 한하여 제한적으로 광고물을 허용하고 이외에는 건물명 사인을 제외한 일체의 광고물설치를 금지함. 이벤트 기간에 한하여 임시 배너 설치를 허용해 장식요소로 활용함.

### 3) Roppongi Hills, Tokyo, Japan

Roppongi Hills, Tokyo, Japan



- **경관특성**

여러 개의 커튼월 건물이 유기적으로 연계되어 호텔, 오피스, 뮤지엄, 상업시설이 복합된 수퍼 블록을 형성하고 있음.

- **옥외광고물 계획**

공공사인과 상업사인을 체계적으로 정리하여 보행자 중심의 효율적인 정보체계를 형성하고 있음.

지주사인과 유도사인을 활용하여 공공사인에 민간의 표기요소를 결합하여 개별적인 광고물의 설치를 최소화함.

### 4) Chifley Square, Sydney, Australia

Chifley Square, Sydney, Australia





- **경관특성**

건축선 후퇴를 통하여 소공원을 형성하고 전면상점으로 이루어진 연속된 보행자 중심의 가로를 형성함.  
1층 전면상점의 경우 차양과 아케이드를 설치하여 가로의 연속성을 강조하고 일관성 있는 디자인을 유지함.

- **옥외광고물 계획**

건물 외부의 사인설치를 최소화하고 설치되는 사인은 모두 입체형 문자로 통일하여 건물과의 조화를 고려함.

### 5) Champs Elysee, Paris, France

Champs Elysee, Paris, France



- **경관특성**

보행도로의 녹지와 건물 입면이 잘 조화되어 자연스러운 가로경관을 형성하고 있음.  
노천카페와 오픈스페이스를 활용하여 보행자들에게 친근감 있는 보행 환경을 제공함.

- **옥외광고물 계획**

모든 건물의 2층 까지만 광고물의 설치를 허용하며, 광고물 설치 시 캐노피와 같은 건물의 디자인 요소와 조화를 중시함.

### 6) Riverwalk, San Antonio, USA

Riverwalk, San Antonio, USA



- **경관특성**

카페와 레스토랑이 밀집한 중심 상업지구로 수변을 따라 보행로가 조성되어 있음.  
다양한 이벤트와 활동이 발생하여 활기차고 변화한 거리 환경을 형성함.

- **옥외광고물 계획**

활동적인 가로 이미지를 반영하여 다양한 형태와 색채, 재료의 광고물과 차양이 설치됨.  
단, 광고물의 설치는 저층부에 한정하고 지주형 통합광고물을 설치하여 보행자 레벨에서 정보를 제공함.

## 7) Boat Quay, Singapore

Boat Quay, Singapore



- **경관특성**

수변을 따라 카페와 레스토랑이 외부와 경계 없이 자유로운 분위기로 조성되어 있음.  
소가로의 밀집으로 다양하고 아기자기한 경관을 형성하고 있음

- **옥외광고물 계획**

옥외광고물의 설치에 대한 규제를 완화하고 자유로운 분위기를 연출하고 배너와 조명을 활용하여 활기찬 경관을 형성.  
다양한 그래픽 요소를 활용하여 상점의 이미지와 특색을 효과적으로 표현한 광고물을 권장함.

## 8) Cockle Bay, Sydney, Australia

Cockle Bay, Sydney, Australia





- **경관특성**

해안을 따라 산책길이 조성되어 있어 시민들의 휴식공간으로 활용됨.

해안 산책로를 따라 다양한 상업시설과 공원이 배치되어 다양한 활동이 이루어짐.

- **옥외광고물 계획**

개별 광고물의 노출은 최소화 하되 지주형 통합 광고물을 설치하여 정보를 효율적으로 전달함.

배너와 차양 등을 활용하여 해안 공간의 아이덴티티를 형성함.

## 9) Yarra River Area (South Gate, South Bank), Melbourne, Australia

Yarra River Area



- **경관특성**

해안을 따라 넓은 보행로와 광장을 조성하여 시민들의 휴식공간으로 활용됨.

해안으로 접근이 용이하도록 보행로의 단을 낮추어 바다 경관과 친밀한 보행공간을 형성함.

- **옥외광고물 계획**

개별 광고물의 노출은 최소화 하되 지주형 통합 광고물을 설치하여 정보를 효율적으로 전달함.

배너와 차양 등을 활용하여 해안 공간의 아이덴티티를 형성하고 유도사인 및 통합광고물을 공공시설물과 통합 디자인하여 조화로운 가로경관을 형성함.

## 10) Potsdamer Platz, Berlin, Germany

Potsdamer Platz





- **경관특성**

조경과 스트리트 퍼니처를 조화시켜 친환경적인 경관을 조성함.

전문상점과 식음 시설이 밀집하여 변화한 거리를 형성하며, 다양한 이벤트와 활동이 발생함.

- **옥외광고물 계획**

미디어 보드를 설치하여 사람들을 밀집시키고 상권을 활성화하는 요소로 활용.

창문이용광고물을 허용하여 상점의 특색을 살릴 수 있도록 하되 내부에서만 부착하도록 하여 건물의 입면을 보존함.

판류형 광고물을 금지하고 입체형 광고물만을 허용하여 광고물의 크기를 최소화 하고 상점마다의 개성을 표현하도록 권장함.

### 11) Soho, New York, USA

Soho, New York, USA



- **경관특성**

다양한 브랜드 상점과 소점포가 밀집된 상업지구.

브랜드의 특성을 살린 플래그십 스토어와 건축 외관의 요소와 조화를 이룬 쇼윈도 연출에 의하여 구매력을 높이고 가로 경관을 풍부하게 함.

- **옥외광고물 계획**

창문을 이용한 광고물과 쇼윈도 연출을 적극 활용하며, 옥외광고물도 이와 통합된 요소로 활용함. 광고물은 저층부에만 설치하며, 판류형 광고물보다는 크기가 작은 돌출 행잉 광고물을 권장함.

### 12) Xin Tian Di, Shanghai, China



- **경관특성**

유러피안 스타일의 노천 카페와, 중국의 고전적인 건축 양식이 어우러져 이국적이면서도 매력적인 공간 형성

- **옥외광고물 계획**

보행로와 인접한 1층부의 경우 내외부를 연계하여 보행친화적인 공간을 연출하고 있음. 광고물의 경우 동일한 건물 내에 설치되는 광고물의 위치, 형태 등에 일관성을 부여하여 정돈된 느낌을 형성함.

### 13) Federation Square, Melbourne, Australia

Federation Square



- **경관특성**

도시의 문화중심지구로써 문화시설들이 집약되어있고 광장을 조성하여 시민들의 다양한 활동이 이루어짐.

- **옥외광고물 계획**

상점이나 카페 등의 광고물은 간결하게 표현하고 주요 시설을 중심으로 통합 사인을 설치하여 공공정보를 우선시함.

개별 광고물의 경우에도 통합된 디자인을 지향하여 랜드마크 시설로서의 이미지를 보존함.

### 2.2.3 현황 및 사례분석 결과

옥외광고물의 질적 개선을 위해서는 개별건축의 특성을 고려하지 못한 획일적인 규제보다는 건축물과 장소의 특성을 고려하여 유연하고 상대적인 기준을 제공하는 것이 바람직하다. 지구단위계획 상의 조닝별 특성을 토대로 이와 경관의 성격이 유사한 해외사례를 분석한 결과 도출된 조닝별 옥외광고물 계획의 기본방향은 다음과 같다.

zoning		참고사례	옥외광고물 계획의 특성화 방안
업무지구	Park Ave.	Time Warner Building, New York, USA Pacific Place, Hong Kong	▶ 랜드마크 건축물과 커튼월 빌딩의 입면 보호 ▶ 건축물과의 통합화 지향
	Park Row	Roppongi Hills, Tokyo, Japan Chifley Square, Sydney, Australia	▶ 랜드마크 건축물과 커튼월 빌딩의 입면 보호 ▶ 가로의 시각적 연속성 보존
	View Corridor	Champs Elysee, Paris, France Soho, New York, USA	▶ 보행자 중심의 경관 이미지 보존 ▶ 해안을 향한 시선 축의 고려
주거지구	Park path	Roppongi hills, Tokyo, Japan	▶ 보행자의 진입을 고려한 사인 시스템 구축 ▶ 주거공간과 휴식공간의 영역성 보존
상업지구	Canal street	Riverwalk, San Antonio, USA Boatquay, Singapore	▶ 수변공간의 이미지 특화요소로의 활용 ▶ 저층부 사인물의 다양한 연출 유도
	Corniche	Cockle Bay, Sydney, Australia Yarra River Area, Melbourne, Australia	▶ 수변공간의 이미지 특화요소로의 활용 ▶ 해안 및 근린공원 등 자연요소와의 조화
	Kasbah	Xin Tian Di, Shanghai, China Time square, New York, USA	▶ 상업경관의 활성화 요소로의 활용 ▶ 저층부 사인물의 다양한 연출 유도
문화지구	Central park sidewalk	Federation Square, Melbourne, Australia	▶ 중앙공원의 자연요소와의 조화 ▶ 문화지구로서의 공공적 이미지 보존

## 2.3 관련제도 및 운영방안 분석

### 2.3.1 국내현황분석

#### 1) 옥외광고물의 허가 및 신고 제도

현재의 옥외광고물은 「옥외광고물등관리법 시행령」에 의하여 허가 및 신고를 거쳐 설치되고 있다. 4층 미만에 표시되는 크기 4m<sup>2</sup>이하의 가로형 광고물을 제외한 대부분의 광고물이 허가 및 신고를 통하여 설치될 수 있으며, 그 종류와 필요한 서류는 아래와 같다.

허가 및 신고 사항

	허가	신고
대상	4층 이상의 측면 및 후면 부착되는 가로형광고물 돌출광고물(의료, 이·미용제외) 옥상광고물 광고물상단의 높이가 4m이상인 지주광고물 애드벌룬 공공시설물이용 광고물 교통시설이용광고물 선전탑 아취광고물 전기이용광고물(백열등, 형광등 제외) 연면적이 30m <sup>2</sup> 을 초과하는 현수막 게시시설	면적5m <sup>2</sup> 이상의 4층 이상의 전면에 부착되는 가로형광고물 세로형광고물(건물출입구 양측 제외) 공연광고물 의료, 이·미용의 돌출광고물 지면으로부터 높이가 5m이내 면적 1m <sup>2</sup> 미만의 돌출광고물 상단의 높이가 4m미만인 지주광고물 현수막 교통수단이용광고물 벽보 전단
제출 서류	- 광고물 등을 표시하고자 하는 장소의 주변을 알 수 있는 원색사진 및 광고물 등의 원색도안 - 광고물 등의 형상, 규격, 재료, 구조, 의장 등에 관한 설명서 및 설계도서 - 타인이 소유 또는 관리하는 토지나 물건 등에 광고물 등을 표시하고자 하는 경우에는 그 소유자 또는 관리자의 승낙을 받았음을 증명할 수 있는 서류	- 타인이 소유 또는 관리하는 토지나 물건 등에 광고물 등을 표시하고자 하는 경우에는 그 소유자 또는 관리자의 승낙을 받았음을 증명할 수 있는 서류

#### • 보완점 및 개선방향

허가 및 신고를 통하여 허용되는 광고물의 종류가 너무 많아 허가 대상 광고물의 경우 개별 광고물 이외에 고려되어야 할 사항에 대해서 면밀하게 검토하기가 어려운 실정이다. 또한 영업허가와 옥외광고물 허가가 별도로 이루어지다보니 옥외광고물 허가 시까지 임시불법광고물이 설치되고 있다. 이미 설치된 불법광고물들은 적발이 되더라도 크게 개선되지 않는다는 점에서 사후 적발보다는 사전 예방을 하는 것이 더욱 중요하다. 즉 옥외광고물의 허가 및 신고 시기를 조정하여 계획적인 광고물 설치가 이루어질 수 있도록 한다.

## 2) 광고물 심의관리 위원회

현행법 상 옥외광고물등관리법 시행령과 인천광역시경제자유구역청 옥외광고물등관리조례에 의거하여 옥외광고물의 설치 시 심의를 필요로 하는 사항에 대하여 광고물 심의관리 위원회를 구성하여 심의를 행할 수 있다.

심의관련사항

<b>위원회의 구성</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 옥외광고, 교통, 환경, 도시 및 건축 등의 업무를 담당하는 공무원</li> <li>- 국어, 옥외광고, 교통, 환경, 도시, 건축, 디자인 등 옥외광고물 관련분야 전문가</li> <li>- 기타 광고물 등에 대하여 학식과 경험이 풍부한 자</li> <li>- 위원회는 총 5~9인으로 구성</li> <li>- 위원회는 3인~5인으로 구성된 소위원회 운영 가능</li> </ul>
<b>심의 사항</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 조례 또는 고시의 규정에 의하여 위원회의 심의를 거쳐야 하는 모든 사항</li> <li>- 시민자율표시제한완화제의 심의</li> <li>- 전기이용광고물, 현수막, 공연광고물, 공공시설이용광고 등 지침에 표기되지 않은 광고유형의 심의</li> <li>- 표시면적 20m<sup>2</sup>을 초과하는 공공광고(특정구역의 국가, 지자체의 광고)</li> <li>- 가로형광고물, 돌출광고물, 지주이용광고물의 도안표시의무에 관한 심의</li> <li>- 아름다운 광고물 선정에 관한 심의</li> <li>- 기타 청장이 필요하다고 인정한 사항</li> </ul>
<b>제출 서류</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 건물 및 부지의 소유를 증명하는 서류</li> <li>- 타인이 소유 또는 관리하는 토지나 물건 등에 광고물 등을 표시하고자 하는 경우에는 그 소유자 또는 관리자의 승낙을 받았음을 증명할 수 있는 서류</li> <li>- 건물전체의 원색 도안(광고물이 표시된 입면도), 광고물의 개별 원색 도안</li> <li>- 건축물 및 주변 사진</li> <li>- 광고물을 표시한 건축물의 배치도, 평면도, 단면도, 투시도 또는 조감도(필요시)</li> <li>- 구조계산서에 의한 구조기술사 또는 건축사의 구조안정확인서류(필요시)</li> <li>- 광고물 등의 표시일 까지 임시 광고물의 표시에 관한 사항</li> </ul>

### ▪ 보완점 및 개선방향

위원회에 의하여 심의되는 사항이 개별 광고물의 설치에 관련된 사안에서부터 경관 전반의 관계를 검토해야하는 사안까지 영역이 광범위하므로 심의 사항의 특성과 심의 발생 빈도를 고려하여 광고물의 개별적인 사항과 대규모 사안에 대하여 구분하여 전문성을 강화하는 것이 바람직하다.

## 3) 시민자율표시제한·완화제도

송도지구의 경우 옥외광고물의 수량, 면적, 광고물의 난립으로 인한 광고비용 증가와, 미관풍치의 훼손, 환경의 저해 등의 문제점을 개선하고 다양한 광고물의 등장에 대처하기 위하여 「인천광역시경제자유구역청 옥외광고물등의 특정구역 지정 및 표시제한·완화 고시」에 의거하여 「시민자율표시제한·완화제도」를 운영하고 있다.

<b>정의</b>	건물주와 업소주 간의 자율적인 합의에 의하여 계획적인 광고물을 추진하고 이를 심의하여 도시경관에 기여한다고 인정받을 시 시행령의 일부 규정을 완화시켜주는 제도
<b>요건</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 자율적인 제한, 완화규정에 대한 위원회의 심의를 통과해야 함.</li> <li>- 건물주와 업소주 전원의 합의가 이루어져야 함.</li> <li>- 디자인 전문업체와 제작업체의 분리 참여 권장</li> <li>- 표시하고자 하는 모든 광고물의 규정을 포함할 것</li> </ul>
<b>대상 광고물</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 가로형광고물</li> <li>- 세로형광고물</li> <li>- 공연광고물</li> <li>- 돌출광고물</li> <li>- 지주이용광고물</li> <li>- 옥상광고물</li> <li>- 창문이용광고물</li> <li>- 현수막</li> </ul>
<b>필요 규정</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 광고물의 배치규정 : 표시장소, 위치, 수량, 면적 등의 규정</li> <li>- 광고물의 디자인 규정 : 색채, 도안, 재료, 형태, 조명, 문자 또는 숫자 표시비율 등 세부사항</li> </ul>

▪ **보완점 및 개선방향**

시민자율표시제한·완화제도를 활용할 경우 건물과의 조화를 이룬 계획적이고 수준높은 광고물의 디자인을 유도할 수 있다. 그러나 이 제도가 실효성을 거두기 위해서는 검증된 디자인 전문업체와 제작업체의 참여가 필수적이라 할 수 있다. 따라서 시민자율표시제한·완화제도에 의하여 자율적인 광고물을 계획 할 경우 참여 업체에 대한 검증을 거치도록 한다.

**4) 도안표시 의무제도**

송도지구의 옥외광고물은 인천광역시경제자유구역청 옥외광고물등의 도안표시의무제에 의하여 도시경관의 향상 및 광고물의 품격을 높이기 위하여 일정규모 이상의 광고물에 표시면적의 일정비율 이상을 상징도안, 상징이미지, 픽토그램 또는 여백을 활용하여 표시하도록 하고 있다.

도안표시 의무제도

<b>정의</b>	도안등 표시의무 대상광고물은 광고물 표시면적의 75% 이상의 면적에 해당하는 도안 등을 표시해야함.
<b>표시면적의 산출</b>	$\text{표시비율} = (\text{광고물면적} - \text{문자면적의 합계}) / \text{광고물 표시면적} \times 100$ 표시면적의 산정이 어려운 경우 광고물심의위원회가 심의 후 인정하는 방법에 의함.
<b>대상 광고물</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 표시면적 10m<sup>2</sup> 이상의 가로형광고물 (연립형의 경우 업소당 표시면적 3m<sup>2</sup> 초과시)</li> <li>- 표시면적 2m<sup>2</sup> 이상의 돌출광고물</li> <li>- 표시면적 5m<sup>2</sup> 이상의 지주형광고물 (연립형의 경우 업소당 표시면적 2m<sup>2</sup> 초과시)</li> </ul>
<b>도안의 인정기준</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 상품, 업소 등을 상징하는 도안, 이미지, 픽토그램, 기타 이와 유사한 것</li> <li>- 여백</li> <li>- 문자의 경우 디자인 수준이 높다고 위원회에서 인정하는 경우 당해 문자면적의 50%를 도안 등의 면적으로 인정함.</li> </ul>

• **보완점 및 개선방향**

도안표시 의무제의 도안 선정기준이 모호하여 입체형 문자의 설치를 유도하는 경우 모든 광고물에 대하여 위원회의 심의를 거쳐야 한다. 즉 광고물의 조형미와 개성있는 표현을 권장하는 구역에 한하여 이 제도를 적용하며, 도안의 선정 기준을 명확히 구분하도록 한다.

**2.3.2 해외사례분석**

**1) 보스턴의 옥외광고물 관련 제도**

• **디자인 심사제도 등 다양한 미관 시책 전개**

보스턴의 옥외광고물은 보스턴 재개발 공사(BRA)가 주도하여 도시미관과의 조화 및 광고물의 형태에 관하여 심의함.

• **건축허가 시 사인조례 사항에 대하여 검토**

우리나라의 옥외광고물 신고 및 허가제도가 개별 광고물별로 이루어지는 반면 보스턴의 경우 대규모 마스터플랜 수립 시 건축국, 도시계획국, BRA가 긴밀히 연계하여 건축 허가시 사인조례에 관한 사항을 함께 검토함.

• **심의 주체의 전문성 강화**

일반적인 경관계획 수립 시에는 BRA가 허가를 전담하지만, 역사지구의 경우 보스턴 랜드마크 위원회(BLC)에 심사권한을 위임함.

**2) 고베의 옥외광고물 관련 제도**

• **디자인 어드바이저 제도의 운영**

디자인 개발역력이 부족한 업체에 디자인에 대한 조언 기술 지원을 통해 양질의 디자인을 유도함.

• **경관 심의회를 통한 경관인정제도의 시행**

지구별로 수립된 경관에 관한 구체적인 시책을 제시하고 주민들이 이를 자율적으로 지켜나갈 경우 심의를 통하여 공로를 인정하고 홍보함으로써 시민의 자주적인 경관활동을 활성화함.

**3) 옥외광고물 제작자의 의무 사항 비교**

선진국의 경우 광고물의 소유주 뿐 아니라 광고를 제작하는 광고주에게도 옥외광고물에 대한 책임을 부여하고 관리 및 철거의 의무를 행하도록 규정하고 있다.

광고주의 의무 비교

	한국	일본	미국
광고주의 의무	없음	관리의무 관리자의 신고 제거의무	관리의무 제거의무

### 2.3.3 현황 및 사례 분석의 종합

#### < 현행 제도의 개선 방안 >

- ▶ 건축허가 혹은 영업허가 시 옥외광고물 허가 및 심의를 함께 검토하도록 함.
- ▶ 시민의 자주적인 활동을 통한 옥외광고물의 정비 및 관리를 유도
- ▶ 옥외광고물 심의 사항의 유형을 고려하여 위원회의 전문성 강화
- ▶ 도시미관 형성의 주체로서 옥외광고물 제작업체의 책임의식 함양과 자발적 참여 유도
- ▶ 옥외광고물가이드라인의 준수 의무를 업소주, 건물주, 제작자에게 동시 부여함.



# 03

## 3. 옥외광고물 가이드라인의 기본방향

---

### 3.1 계획의 기본방향

### 3.2 적용사례분석을 통한 실행방안 도출

3.2.1 광고물의 최소화

3.2.2 건축 외관 요소로서의 활용

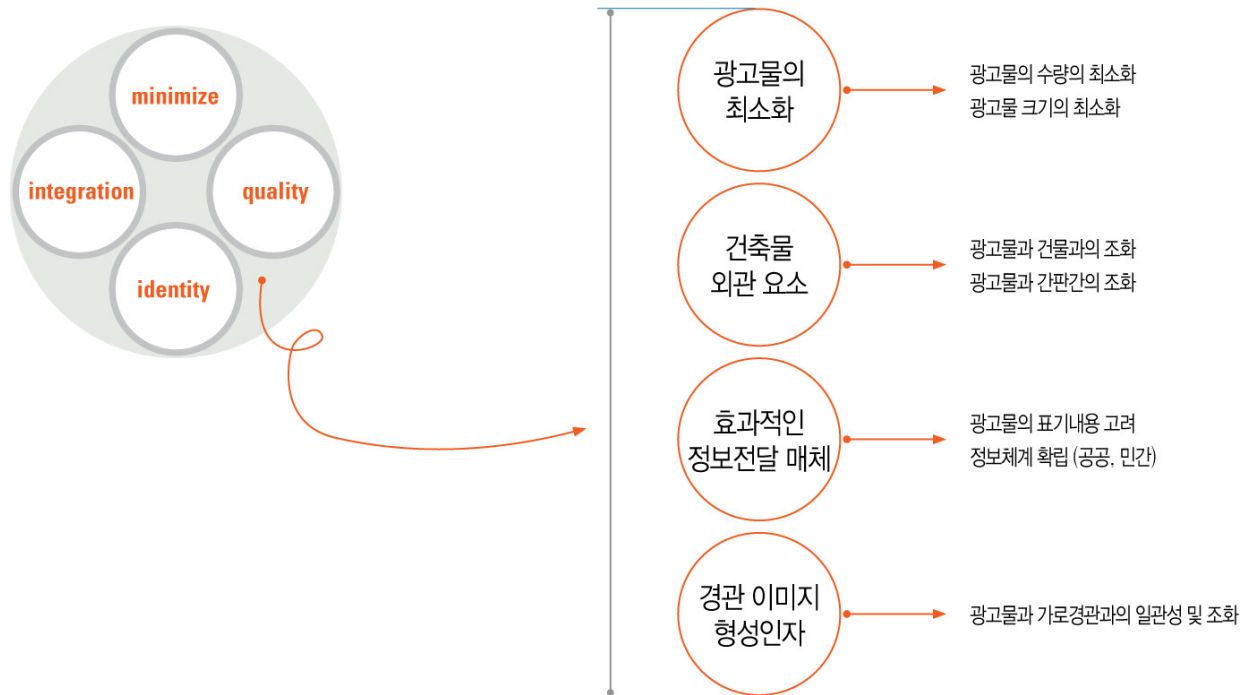
3.2.3 효과적인 정보전달매체로서의 활용

3.2.4 경관이미지 형성인자로서의 활용

3.2.5 실행방안의 종합



### 3.1 계획의 기본방향



#### 1) 광고물의 최소화

광고물이 난립되고 입면을 과도하게 점유하는 원인은 한 점포 당 여러 개의 광고물을 설치하는 수량 상의 측면과 과도하게 넓은 면적을 점유하는 크기의 측면으로 나누어 볼 수 있다. 이는 단일 옥외광고물에 비해 주목성과 집중력을 저하시킬 뿐 아니라 가로경관을 혼란스럽게 하고 건축의 입면을 심각하게 훼손하는 원인이 된다. 일본 큐슈공과대학 사토교수의 실험결과에 따르면 짧은 시간에 인간의 두뇌가 기억하는 정보량은 글자 수 15자를 넘지 못하며, 건축물의 3층 높이 가량되는 10m이상의 높이의 정보는 잘 인식되지 않는 것으로 밝혀졌다.

#### 2) 건축물 외관 요소로의 활용

광고물 자체의 디자인이 우수하더라도 건물 및 주변 환경과 조화롭지 못한 경우 건축물이 지닌 고유의 아름다움과 가로 분위기를 저해하게 된다. 따라서 건축물 입면 계획 시 광고물의 설치를 예상하여 인접한 점포의 광고물과의 조화를 고려하여 설치하고, 건축물의 입면요소의 일부로 계획하여 건축물 고유의 디자인을 보호하고 통합적인 이미지를 구축하도록 한다.

### 3) 효과적인 정보전달 매체로서의 활용

송도국제업무지구는 국제도시로 계획되어 수많은 외국인의 방문이 예상된다. 따라서 국제적으로 통용되는 영문표기를 의무화하고 업종과 기능에 따라 쉽게 인식할 수 있는 픽토그램을 적용하여 방문자가 직관적으로 인지할 수 있도록 한다. 또한 민간의 표기인 광고물에서부터 공공 사인에 이르기까지 도시의 정보가 지닌 위계를 고려하여 보행자 측면에서 효율적으로 정보를 습득할 수 있도록 정보의 구조를 체계화 하고 위계에 맞지 않는 불필요한 표기를 제한하도록 한다.

### 2) 경관 이미지 형성인자로서의 활용

도시경관은 다양한 이미지들이 유기적으로 조직되어 종합적인 상을 형성한다. 즉 특정한 광고물에 집중하는 경우를 제외한다면 보행자는 광고물을 개별적인 요소로 인식하기보다는 경관을 구성하는 전체의 부분적 요소로 이해하게 된다. 즉 가로경관과 조화를 이루며 일관성 있게 계획된 광고물은 정돈되고 질서정연한 느낌을 형성하며, 경관이 지닌 장소적 아이덴티티를 강화하는 요소가 된다.

## 3.2 적용사례분석을 통한 실행방안 도출

옥외광고물 계획방향에 따른 각 실행방안 중 조닝별 특성을 고려하여 특화할 수 있는 요소들은 통합성과 다양성의 척도로 구분하여 구체적인 유형(Prototype)을 제시하였다.

- Prototype 01 : 가로의 통일성과 통합성을 중시한 유형
- Prototype 02 : 보편적, 중립적인 유형
- Prototype 03, 04 : 자율성과 다양성을 지향하는 유형

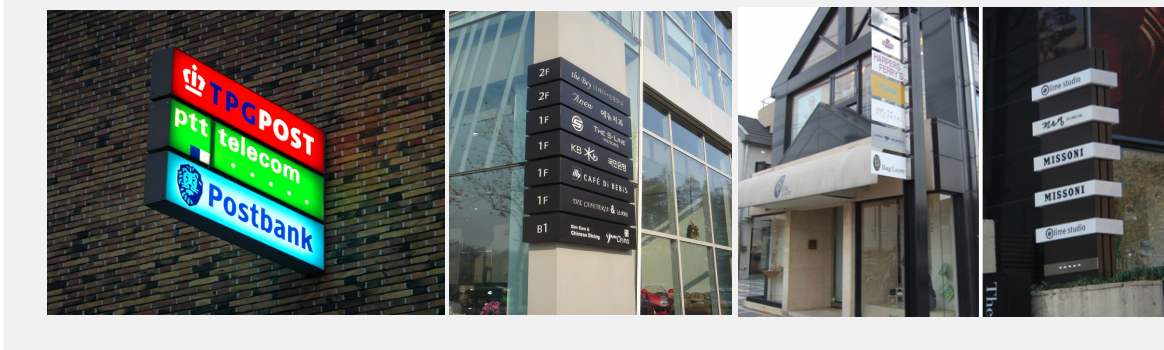
### 3.2.1 광고물의 최소화를 위한 실행방안

#### 1) 실행방안 01 : 광고물 수량의 최소화

A. 점포당 설치개수의 제한 : 각 점포 당 설치 개수를 강도 높게 규제하여 전반적인 광고물의 수량을 최소화 함.

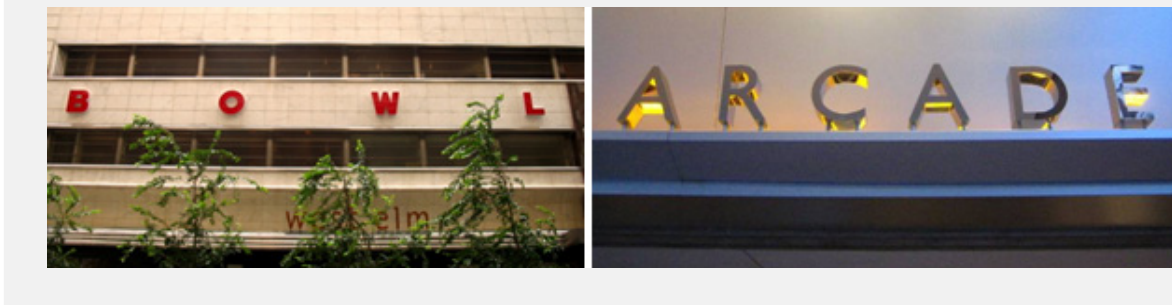


B. 통합 광고물 설치의 유도 : 여러 광고물이 연결된 통합 광고물을 설치하여 광고물의 수량을 축소할 수 있음.



#### 2) 실행방안 02 : 광고물 면적의 최소화

A. 문자 중심의 표현 : 간단하고 명료한 서체 중심의 표현으로 불필요한 표기를 줄이고 설치 면적을 최소화 함.



**B. 단순화된 상징의 활용** : 직관적으로 인식할 수 있는 상징요소를 활용하여 정보를 집약적으로 표현함.



**C. 크기의 최소화** : 광고물 자체의 크기를 최소화 하여 부착면적을 최소화함



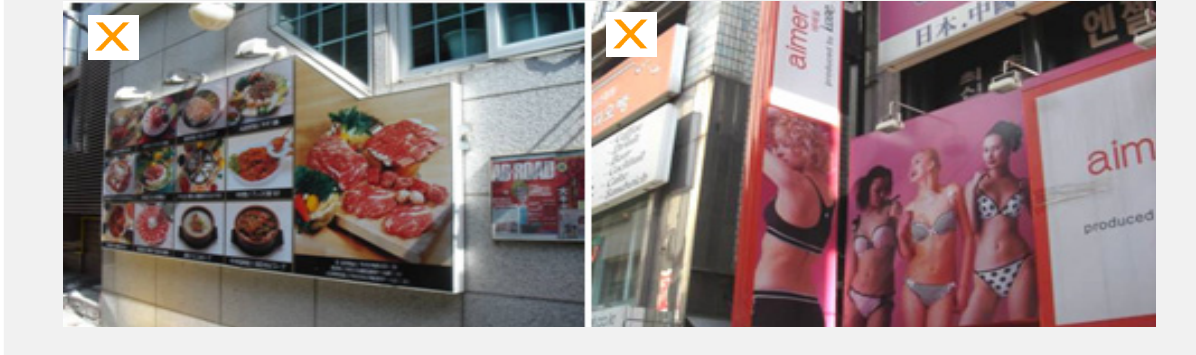
### 3) 실행방안 03 : 표기요소의 최소화

**A. 연락처 및 영업내용의 표기제한** : 불필요한 정보의 과도한 표기를 제한하여 광고물의 난립 방지





**B. 과도한 상징요소와 그래픽의 제한** : 제품의 구체적 정보나 영업내용을 직접적으로 표현하는 것을 제한함.



### 3.2.2 건축 외관 요소로서 활용 방안

#### 1) 실행방안 01 : 건축물 외관과의 일체화

**A. 입면의 장식 요소로서 활용** : 상점이나 건물의 외관 디자인 요소로서 옥외광고물과 외관을 통합디자인 함.





**B. 미디어 기능의 활용** : 입면의 외피 혹은 건축물의 일부에 첨단 미디어 기능을 접목하여 일체화 함.

#### Prototype 01



가로형 광고물을 대신하여 미디어 기능을 접목한 미디어 사인 유형



<p><b>Prototype 02</b></p>	
<p>건물의 일부분에 미디어 전광판을 설치하는 미디어 보드 유형</p>	
<p><b>Prototype 03</b></p>	
<p>건물의 파사드 전면을 활용하여 미디어 기능을 일체화한 미디어 스킨 유형</p>	

## 2) 실행방안 02 : 건축물 재료와의 조화



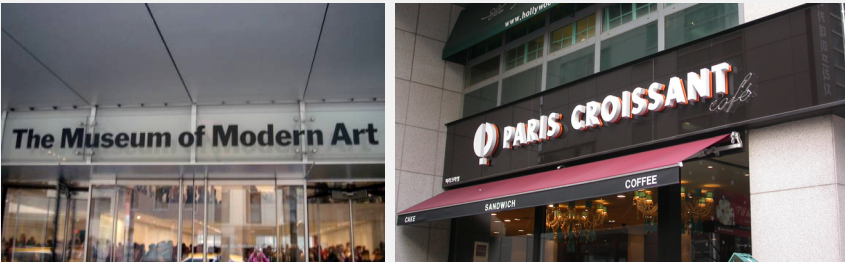
### A. 금속재와의 조화 : 빛에 반사에 의한 눈부심을 고려하여 그림자(shading)에 의한 효과를 부각시킴

<p><b>Prototype 01</b></p>	
<p>금속면에 아크릴 스킨자 혹은 입체형 채널문자 부착</p>	
<p><b>Prototype 02</b></p>	
<p>금속면을 음각으로 오려 내어 아크릴 및 조명 삽입</p>	



### B. 유리소재와의 조화 : 유리면의 연속성과 평면성을 유지하면서 입면의 손상을 최소화 함.

<p><b>Prototype 01</b></p>	
<p>캐노피 혹은 루버를 활용하여 입체형 채널문자 부착</p>	



<p><b>Prototype 02</b></p>	
<p>유리내부의 구조물을 활용하여 아크릴 스키시 혹은 입체형 채널문자 부착</p>	
<p><b>Prototype 03</b></p>	
<p>유리전면에 아크릴 스키시, 접착시트 혹은 입체형 채널문자 부착</p>	
<p><b>Prototype 04</b></p>	
<p>유리와 유사한 재질(유리, 아크릴 등)의 플레이트 설치 후 스키시 혹은 입체형 채널문자 부착</p>	

**C. 석재와의 조화** : 석재의 질감 및 색채와의 조화를 고려하되 입면 재료의 손상을 최소화 함.

<p><b>Prototype 01</b></p>	
<p>석재전면에 아크릴 스키시 혹은 금속의 채널문자 부착</p>	
<p><b>Prototype 02</b></p>	
<p>석재와 조화를 이루는 질감, 색상의 플레이트 설치 후 아크릴 스키시 혹은 입체형 채널문자 부착</p>	

### 3) 실행방안 03 : 건축물 입면 형태와의 조화

#### A. 저층부 전면상점에서의 광고물의 조화 : 가로의 성격을 고려하여 통일성 혹은 다양성을 형성하는 요소로 활용

##### Prototype 01

지정된 플레이트(사인밴드)에 지정색의 문자만 허용하는 경우



##### Prototype 02

지정된 플레이트 혹은 사인밴드내의 자율적인 디자인을 허용하는 경우



##### Prototype 03

상점의 전면부와의 조화를 고려하여 자유로운 디자인을 허용



#### B. 저층부 arcade에서의 광고물의 조화 : 가로의 성격을 고려하여 통일성 혹은 다양성을 형성하는 요소로 활용

##### Prototype 01

아케이드 하부에 동일 규격의 지정 프레임 설치



##### Prototype 02

벽면의 지정 위치에 동일 규격의 돌출광고물의 설치





#### 4) 실행방안 04 : 인테리어 요소와의 조화

A. 창문이용 광고물의 활용 : 장소와 상황을 고려하여 내부 인테리어 요소와 통합된 이미지를 연출하는 요소로 활용	
<p><b>Prototype 01</b></p> <p>쇼윈도 전면에 무채색으로 로고와 상호명을 부착</p>	
<p><b>Prototype 02</b></p> <p>브랜드 로고나 타이포그라피를 활용하여 쇼윈도 내부에 연출한 입체형 구조의 설치</p>	
<p><b>Prototype 03</b></p> <p>쇼윈도 전면에 내부 디스플레이 연출을 위한 패턴이나 도안 등의 시트(스티커, 종이, 비닐) 부착</p>	
<p><b>Prototype 04</b></p> <p>쇼윈도 전면에 문자를 장식요소로 활용하여 시트로 부착하는 경우</p>	

#### 5) 실행방안 05 : 입면색채와의 조화

A. 입면과 광고물 표기요소 간의 조화 고려 : 가로의 성격을 고려하여 통일성 혹은 다양성을 형성하는 요소로 활용	
<p><b>Prototype 01</b></p> <p>건물의 입면색과 광고물의 표기 요소들을 무채색 계열로 제한하여 통일감 형성.</p>	

<p><b>Prototype 02</b></p> <p>건물의 입면색과 유사한 계열의 색채를 활용하여 조화시킴.</p>	
<p><b>Prototype 03</b></p> <p>건물의 입면 색과 대비를 이루는 색채를 배색하여 주목성을 강조함.</p>	

### 3.2.3 효과적인 정보전달 매체로서 활용 방안

#### 1) 실행방안 01 : 국제적으로 통용가능한 표기 요소의 도입

<p><b>A. 픽토그램의 활용</b> : 국제업무지구로서 통용될 수 있는 요소를 상징적으로 표현하여 효과적으로 정보를 전달</p>	
<p><b>Prototype 01</b></p> <p>박물관, 우체국, 은행, 병원, 학교, 공원 등 공공성을 띠는 기능을 상징하는 픽토그램의 활용</p>	
<p><b>Prototype 02</b></p> <p>사용 빈도가 높은 업종의 정보를 픽토그램으로 구성하여 표기내용의 복잡성을 줄이고 효과적으로 정보를 전달</p>	



2) 실행방안 02 : 정보구조의 체계화

**A. Eye level의 고려 :** 사인 설치 시 보행자의 시각에서 쉽게 인식할 수 있는 높이와 크기를 고려함.

<p><b>Prototype 01</b></p>	 <p>보행자의 진입을 고려하여 고층주거의 건물명, 동호수를 표기</p>
<p><b>Prototype 02</b></p> <p>Eye level을 고려한 다양한 표지와 유도 사인의 활용</p>	

**B. 도로중심의 인지체계 확립 :** 목적지를 쉽게 찾을 수 있는 지표로써 도로체계를 정비하고 공공사인을 체계화 하여 상위정보를 효율적으로 전달함.

<p><b>Prototype 01</b></p> <p>도로의 교차지점 및 결절점에 지시사인을 설치하여 장소에 대한 정확한 인지가 가능토록 함</p>	
--	--

### Prototype 02

지도나 키오스크를 설치하여 상위 단계에서 정보를 집약적으로 전달함.



### Prototype 03

민간의 표기 요소인 업종정보 등을 공공정보체계와 접목시켜 온라인 혹은 오프라인 상에서 옐로우 페이지를 제공



## 3.2.4 경관이미지 형성인자로서의 활용 방안

### 1) 실행방안 01 : 가로 의 장식요소로서 활용

**A. 현수막(banner)의 활용 :** 행사 및 이벤트 기간 동안 가로의 분위기를 활성화하는 요소로 활용

#### Prototype 01

건물에 직접 게시하여 장식성을 부여하는 임시 배너의 설치



#### Prototype 02

건물의 지정위치에 설치된 게시대에 수직으로 게시하는 배너의 설치







<p><b>Prototype 03</b></p>	
<p>공공시설물을 이용한 지정 게시대를 활용하여 가로 이미지를 다양화하는 요소로 활용</p>	

**B. 차양(Awning)의 활용 :** 가로의 성격을 고려하여 통일성 혹은 다양성을 형성하는 요소로 활용

<p><b>Prototype 01</b></p>	
<p>지정위치에 지정색의 차양을 설치하고 차양면에 지정색의 문자를 직접 printing 하거나 아크릴 스키시를 부착</p>	
<p><b>Prototype 02</b></p>	
<p>지정위치에 다양한 색채의 차양을 허용하는 경우</p>	
<p><b>Prototype 03</b></p>	
<p>가로형 광고물을 설치하고 하부에 광고물과 조화를 고려하여 자유롭게 설치하는 경우</p>	





**C. 돌출 행잉 광고물(Hanging sign)의 활용 :** 광고물의 조형미를 강조하여 장식성을 풍부하게 하는 요소로 활용

<p><b>Prototype 01</b></p>	
<p>금속이나 아크릴 등의 판재에 표기요소를 인쇄 혹은 접착하여 거는 형식</p>	

<p><b>Prototype 02</b></p>		
<p>아크릴 등으로 제작된 box형 표면에 사인내용을 표시한 형식</p>		
<p><b>Prototype 03</b></p>		
<p>천으로 제작되어 깃발처럼 거는 형식</p>		

## 2) 실행방안 02 : 야간경관을 고려한 조명연출

### A. 조명의 활용 : 야간경관과의 조화 및 주목성을 고려하여 적절한 광도와 면적을 활용

<p><b>Prototype 01</b></p>		
<p>광고물의 후면에 빛을 비추어 반사되는 빛이 광고물을 조명하는 간접 조명 방식</p>		
<p><b>Prototype 02</b></p>		
<p>광고물의 내부에 광원을 삽입하는 방식</p>		
<p><b>Prototype 03</b></p>		
<p>LED와 같이 발광체를 삽입하여 다양한 색채변화를 연출하는 방식</p>		
<p><b>Prototype 04</b></p>		
<p>스포트라이트(spotlight)와 같은 국부조명을 활용하여 광고물을 직접 비추는 방식</p>		



### 3.2.5 실행방안의 종합

#### 1) 계획방향에 따른 실행방안의 도출

기본전략	계획방향	실행방안	
minimize + integration + quality + identity	광고물의 최소화	수량의 최소화	- 점포당 설치 개수의 제한 - 통합광고물 설치 유도
		광고물 면적의 최소화	- 문자 중심의 표현 - 단순화된 상징요소의 활용 - 크기의 최소화
		표기요소의 최소화	- 연락처 및 영업내용 표기제한 - 과도한 그래픽의 제한
	건축물 외관 요소로서의 활용	건축물 외관과의 일체화	- 미디어 기능의 활용 - 입면 장식 요소로의 활용
		건축물 재료와의 조화	- 금속재와의 조화 고려 - 석재와의 조화 고려 - 유리소재와의 조화 고려
		건축 형태와의 조화	- 저층부 상점 간 광고물의 조화 - 아케이드에서의 광고물의 조화
		인테리어 요소와의 조화	- 창문이용 광고물의 활용
		입면 색채와의 조화	- 무채색 간의 조화 - 인접색 혹은 유사색의 조화 - 색상대비에 의한 조화
		효과적인 정보전달매체로서의 활용	국제적 표기요소의 도입
	정보구조의 체계화		- 보행자 시선의 고려 - 도로 중심의 인지체계 확립
	경관이미지 형성인자로서의 활용	가로 장식 요소로서 활용	- 배너의 활용 - 차양의 활용 - 행잉광고물의 활용
		야간경관을 고려한 조명 연출	- 외부조명의 활용 - 내부조명의 활용



# 04

## 4. 송도국제업무지구 옥외광고물 가이드라인

---

### 4.1 개요

#### 4.1.1 옥외광고물의 유형

#### 4.1.2 송도국제업무지구 옥외광고물 가이드라인의 구성

### 4.2 기본 가이드라인

#### 4.2.1 일반규제사항

#### 4.2.2 일반권장사항

### 4.3 조닝별가이드라인

#### 4.3.1 Commercial Zone

#### 4.3.2 Residential Zone

#### 4.3.3 Mixed-Use Zone

#### 4.3.4 Culture Zone



## 4.1 개요

### 4.1.1 옥외광고물의 유형


명확하고 구체적인 가이드라인의 제공을 위하여 송도국제업무지구에서는 차양이용 광고물, 미디어 이용 광고물, 통합 광고물, 돌출 행잉 사인에 대한 유형을 아래와 같이 정의하고 기존의 옥외광고물 유형에 추가한다.

#### 1) 차양이용광고물

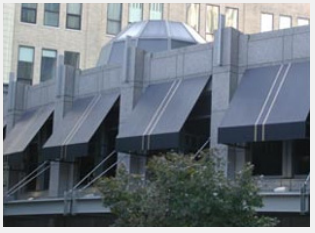

차양은 본래 햇빛을 가려 실내로 유입되는 일조량을 조절하는 역할을 하는 시설이지만, 건물의 외장 및 광고 효과를 위하여 설치되는 경우가 많다. 송도국제업무지구에서는 차양면을 활용하여 광고내용을 표시한 경우 차양을 옥외광고물의 한 유형으로 분류한다.

- **차양의 종류** : 구조특성, 외부형태에 따라 아래와 같이 분류한다.

구조특성에 따른 구분

개폐식 차양	고정식 차양
단면으로 구성되어 있으며, 구조물 내부에 설치된 스프링의 복원력으로 개폐가 가능하도록 설계되어 있음.	철골파이프 등으로 프레임을 구성하여 형태를 만들고 난 다음 원단을 씌우는 형태
	

외부형태에 따른 구분

사각형(Square)	곡면형(Convex)	돔형(Dome)
		

## 2) 미디어이용광고물




송도국제업무지구 중 다양한 활동 특히 상업 목적의 활동이 기대되는 구역에 한하여 미디어 기능을 접목한 광고물을 설치함으로써, 광고내용을 전달할 뿐 아니라 상징적 이미지와 분위기를 형성하는 요소로 활용한다. 그러나 지나치게 상업적으로 남용되어 경관을 해치는 것을 우려하여 아래의 유형만을 미디어이용광고물로 규정한다.

- **미디어이용광고물의 종류** : 미디어 이용 광고물은 크게 미디어사인과 미디어보드로 구분하며, 미디어 보드의 경우 형태에 따라 아래와 같이 분류한다.

미디어사인과 미디어보드의 구분

미디어 사인	미디어 보드
<p>LED이상의 소재를 사용하여 컴퓨터를 통한 제어가 가능하며 표기문안의 교체가 용이하고 동영상 연출이 가능한 광고물로 1층 이하에 가로형 광고물을 대신하여 설치함.</p>	<p>건축물 파사드 전체를 대상으로 설치가 가능한 전광판을 말하며, LED이상의 소재를 사용하여 상업적 광고 및 뉴스와 미디어 아트 구현 등 이벤트 수단으로 활용함.</p>
	

미디어보드의 구분

판형타입 (Panel Type)	굴곡타입 (Round Type)	블라인드 타입 (Blind Type)
<p>LED를 활용한 판형의 디스플레이를 적용한 유형</p>	<p>판형의 디스플레이를 곡면 처리한 유형</p>	<p>유리 커튼월 내부에 설치하여 유리면을 통하여 투시되는 유형</p>
		

### 3) 통합광고물

송도국제업무지구에 설치되는 광고물의 수량을 최소화하고 정돈된 가로환경을 형성하기 위하여 한 건물 당 설치되는 여러 개의 광고물을 하나로 통합한 유형을 통합광고물로 규정한다.

- 통합광고물의 종류 : 광고물의 형태에 따라 아래와 같이 분류한다.

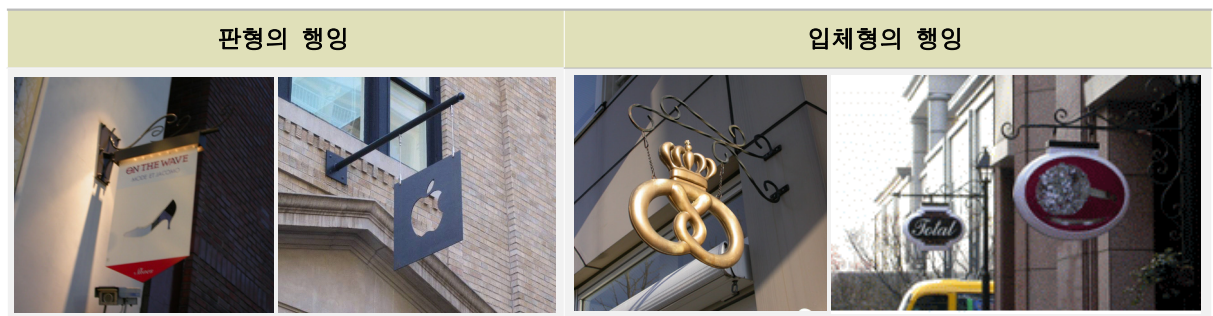
통합광고물의 구분



### 4) 돌출행잉광고물

돌출광고물의 설치로 인한 광고물의 입면 손상을 최소화하고 광고물 형태의 획일화를 지양하기 위하여 입면부에 광고물을 걸 수 있는 돌출프레임을 설치하고 광고물은 프레임 부분에 걸쳐 교체가 용이하도록 한 광고물을 돌출행잉광고물로 구분하여 규정한다.




돌출행잉 광고물의 구분



### 5) 배너 및 현수막

송도국제업무지구에서는 무분별한 현수막의 게시에 의한 경관의 손상을 최소화하기 위하여 현수막의 설치를 제한한다. 단 행사 및 이벤트 기간 시 홍보효과를 위한 배너형의 현수 광고물 및 건물을 이용하여 공연을 알리기 위한 현수 광고물은 허용하며, 이를 상업적 목적으로 활용할 경우 경관과의 조화를 고려하여 심의 후 허가한다.



건물에 직접 게시하는 현수 광고물	건물에 게시하는 배너형 광고물	게시대를 활용한 배너형 광고물
		

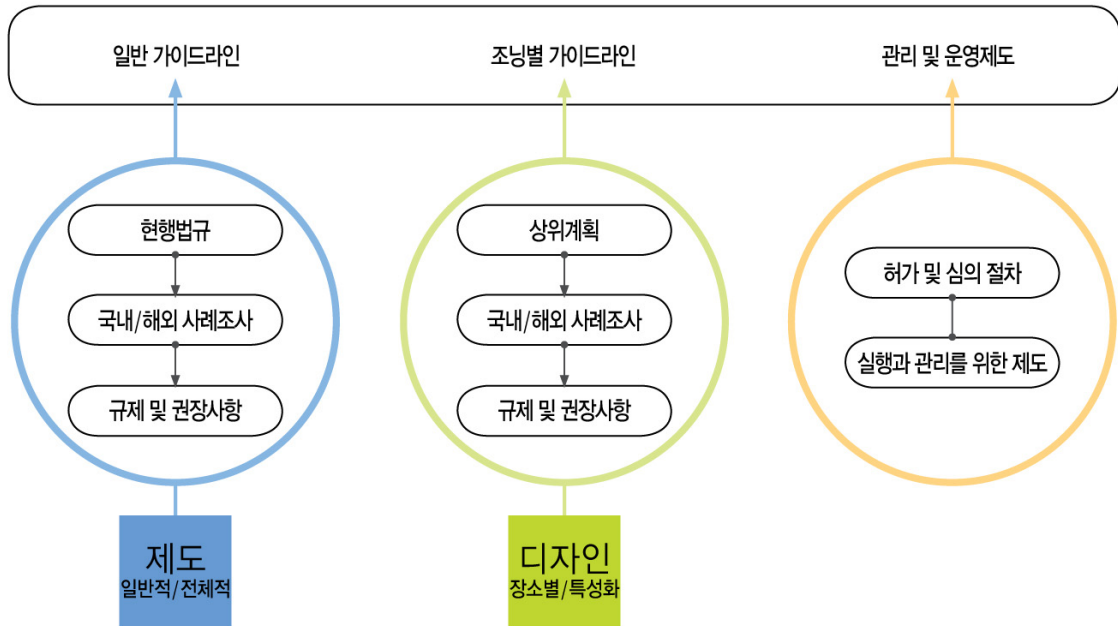
### 5) 송도국제업무지구에서 규정하는 광고물의 유형

송도국제업무지구에서는 기존의 옥외광고물의 분류유형의 일부와 새로이 추가된 유형을 종합하여 아래에 제시하는 유형의 광고물만을 옥외광고물로 규정하고 그에 따른 가이드 라인을 제시한다.

기존유형	가로형 광고물
	돌출 광고물
	지주형 광고물
	공연광고물
	공공시설이용 광고물
	창문이용 광고물
	현수이용 광고물
추가유형	차양이용 광고물
	미디어이용 광고물
	돌출행잉 광고물



### 4.1.2 송도국제업무지구 옥외광고물 가이드라인의 구성



## 4.2 기본 가이드라인

송도국제 업무단지에 설치되는 모든 광고물의 유형은 아래의 규제와 권장사항을 준수해야 한다. 본 규제의 내용에 포함되지 않는 형식의 광고물은 허용되지 않으며, 특정 지구에 한해 조닝별 가이드라인에 의거하여 이외의 광고물을 설치할 수 있다.

현행법과의 차이를 이해하고 혼동을 방지하기 위하여 각 항목에서 변화된 사항을 다음과 같이 표시하여 구분하였다.

- (+) : 현행법에서 강화 조치된 사항
- (-) : 현행법에서 완화 조치된 사항
- (\*) : 현행법에서 추가 신설된 사항

### 4.2.1 일반규제사항

- **적용대상** : 송도국제업무지구에 설치되는 모든 광고물 유형  
 옥외광고물등법 시행령 제 5조에 의하여 현재 면적이 5m<sup>2</sup> 미만의 가로형 광고물의 경우 신고 의무가 없으나, 송도국제업무지구 옥외광고물 가이드라인의 경우 5m<sup>2</sup> 미만의 광고물을 포함한 모든 광고물을 신고대상에 포함시키며, 가이드라인을 준수하도록 한다.
- **적용범위** : 송도국제업무지구 전 지역

## 1) 옥외광고물 설치 시 고려해야 하는 기본 사항

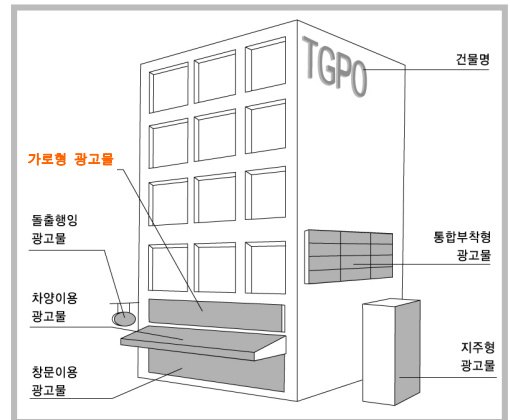
<b>설치금지광고물 (+)</b>	-세로형광고물 -옥상광고물	-돌출형 광고물 -애드벌룬
<b>지정구역설치광고물 (*)</b>	-현수이용 광고물 (배너) -미디어사인	-미디어보드 -돌출형인광고물
<b>심의를 통하여 허가되는 광고물</b>	<b>개별광고물 심의 유형(-)</b> -공연광고물 -배너, 창문이용광고물(조닝별 규제사항에 명시된 지정구역에 한하여 심의, 허가함) -규제사항에서 제시하는 면적을 초과하는 광고물 -송도국제업무지구에 표기되지 않은 개별 광고유형의 심의	
	<b>마스터플랜 심의 유형(*)</b> -시민자율표시제한 완화제도를 신청한 건물의 옥외광고물 계획에 대한 심의 -문화지구에 설치되는 모든 사인계획에 대한 심의 -건물명 사인, 통합형 광고물, 주거단지의 등, 호수 표기 등 공용광고물의 검토 -미디어보드의 설치 검토	
<b>건축설계시 미리 반영</b>	<b>옥외광고물은 건물 및 경관과의 조화를 고려하여 건축설계시 미리반영하여 계획하고 광고물 담당부서와 사전 협의</b>	

## 2) 옥외광고물 설치에 대한 일반적 기준

구분	기준	허용(심의 후)	장려
<b>표기 내용</b>	-문자는 한글, 한자, 외국문자 또는 특수문자 모두 가능하며, 영문병기 의무화(+) -문자·숫자의 세로크기 최대 0.8m를 초과금지 -상호, 상표(로고 및 심볼)로 제한(+)(단, 통합지주형 광고물에 한해 전화번호 표기 가능) -실물사진 이미지 사용금지(+) -학교, 은행, 병원, 약국 등 공공기관 및 공적기능 관련시설의 경우 픽토그램 표시 의무화(산업자원부 기술표준원에서 제작한 공공안내그림표기 국가표준 사용)		-독창적인 디자인사용 장려 -업종성격·상호·브랜드에 어울리는 서체 및 디자인 사용
<b>수량</b>	-업소 당 2개 까지 설치 가능(+) (단, 임시기간 동안 게시되는 광고물은 포함되지 않음) -업소당 광고물의 총 점유면적은 면적총량제 기준 초과금지	-주변 여건을 고려하여 1개 추가 가능	
<b>색(*)</b>	-광고물의 배경색과 표기요소의 색은 입면과 조화를 고려하여 배색(*) -채도 10 이상(한국표준색표집 기준)의 원색을 사용할 경우 심의를 통하여 허용(*) (단, 고유의 심볼, 로고의 경우 전체 표기요소의 5%이내에 한하여 원색 사용가능) -하나의 광고물에 3종류 이하 색채 사용(*) -야광 혹은 형광색은 사용금지	-등록상표의 고유 심볼이나 로고는 기존컬러 사용 허용 -주·야간 색변환 허용 -Point Color는 전체면적의 10% 이내로 사용	-재질 자체의 색 장려
<b>재료</b>	-플렉스 등 유연성 원단은 사용금지(+) -네온관은 사용금지 -건물외부마감재와 조화되는 재료사용		-자연친화적 소재 장려
<b>위치</b>	-건축한계선 밖에 광고물 표시금지(+) -지면이나 건물 기타 공작물 등에 고정		-동일건물 내 광고물간의 위치 조화를 고려한 설치
<b>조명(*)</b>	-형광등 및 네온에 의한 조명금지 -전면발광 금지 및 점멸과 영상금지 -광고물과 주변 환경 휘도비 10:1 이내	-지역별 심의 후 점멸가능 및 제한된 부분 전면발광 허용	-고효율, 저전력 광원사용 장려 -외부조명, 간접조명 등을 이용한 다양한 연출 권장

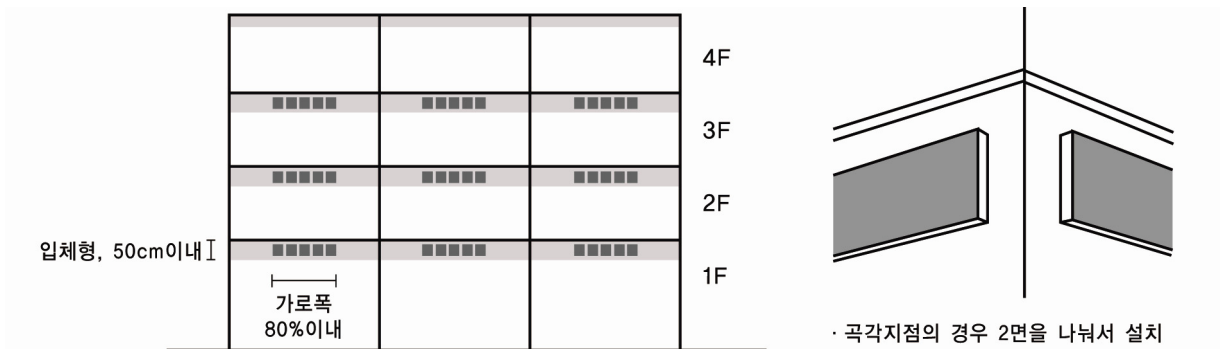
### 3) 개별 광고물의 설치 기준

#### 가. 가로형 광고물의 설치

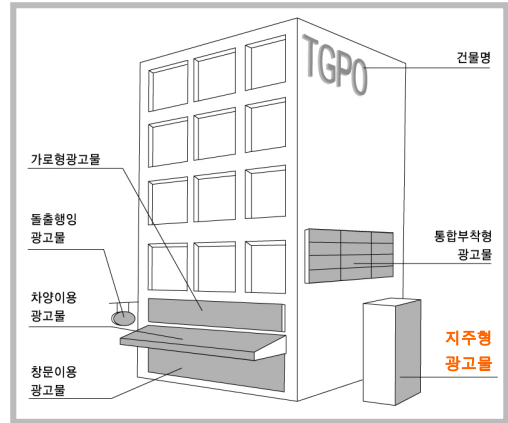


구분	기준	허용(심의 후)	장려
수량	-업소 당 총수량 1개(곡각지점 2개 가능) -곡각지점의 경우 2면을 나눠서 설치	-전후도로에 접한 업소는 1개 추가 설치 가능(-)	
위치	-3층 이하 설치 가능 -점포 정면 상단 설치 -공용공간 (계단실, 공용홀, 주차장, 출입구 등)에 개별업소 광고물 설치금지(★) -인접한 점포 간 광고물의 폭 일치		-동일건물 내 광고물간 위치의 조화를 고려하여 설치
재료(*)	-1층은 일반적 기준을 따름 -2~3층 옆해 부식방지를 위해 도장마감 함		
색(*)	-1층은 일반적 기준을 따름 -2~3층 은색계열(무채색)		
형태	-판류형 설치금지 -곡각지점의 경우 형상과 높이 일치 -접합부분은 미려하게 마감처리 함(+)	-건축물 외관디자인 후 광고물 설치 시 건물외관과 조화되는 광고물 형태 허용	-조형성을 살린 디자인 장려 -개성 있고 다양한 입체·조각 광고물 장려
크기	-세로크기 50cm이하(+) -위아래 창문간 벽폭의 80% 이내 -벽면으로부터의 돌출폭은 0.3m이내		-여백을 고려한 광고물 장려

※기타 항목은 일반적 기준을 따름

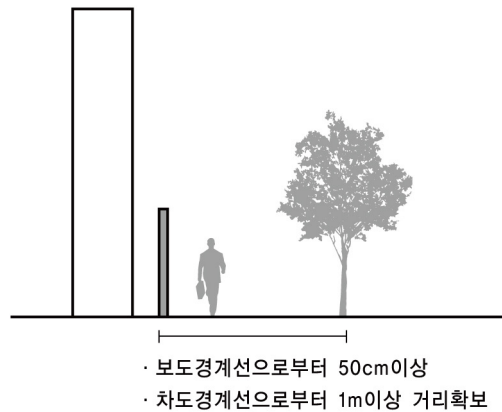
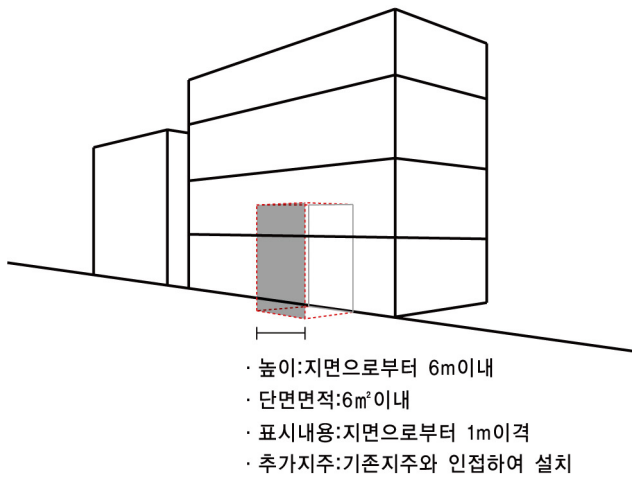


나. 지주형 광고물의 설치

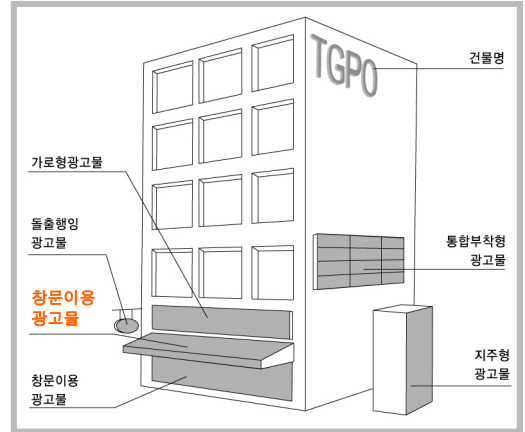


구분	기준	허용(심의 후)	장려
수량	-4층 이상 건물 한하여 건물당 1개 설치가능(+)	-건물 내 상점개수를 고려하여 추가설치 가능(-) -인접건물이 없는 독립건물은 심의를 통하여 추가 가능(-)	
위치	-보도의 경계선으로부터 0.5m 이상 혹은 차도의 경계선으로부터 1m이상의 거리를 확보 -보행자를 위해 건물과 평행하게 설치 -해당건물 부지안에 설치	-건물과 평행하게 설치하지 않을 경우 심의를 통해 허용	-파사드와 조화되는 위치에 설치
형태	-2개 이상의 업소의 광고물이 통합된 통합 지주형 광고물을 설치한 경우 개별 업소의 지주형 광고물을 설치금지(*)		-조형적, 예술적 형태 장려 -건물외관과 조화되는 형태 장려
크기	-광고물 상단까지의 높이는 지면으로부터 6m이내, 단면면적 6m <sup>2</sup> 이내(+)	-경관에 기여하는 바가 월등하다고 인정되는 경우 기준면적의 120% 까지 초과 허용(-)	-주변과 조화되는 크기
표시 내용	-상호, 전화번호 혹은 이를 상징하는 도형에 한하여 표시가능(+) -표시내용은 지면으로부터 1m이상 이격되어 표시(*)	-픽토그램 사용	-각 업소의 개성보다 전체적인 조화 중시

※기타 항목은 일반적 기준을 따름



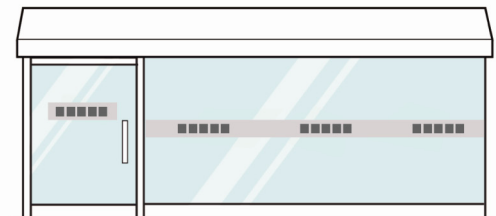
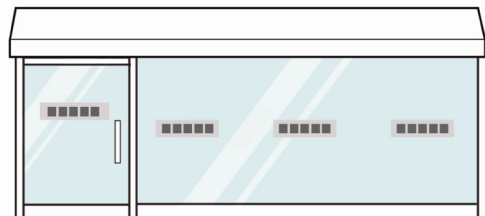
다. 창문이용광고물의 설치



구분	기준	허용(심의 후)	장려
크기	-1층 이하의 출입문과 창문에만 20% 이하의 면적에 표시(+) -업소별 표시면적의 합계 1m <sup>2</sup> 이내 표시(+)	-독창적이고 예술적인 상호와 네가티브 서체·크기의 경우 크기 초과허용(-)	-건물파사드와 조화된 예술적 디자인
표시 내용	-상호, 상표, 전화번호, 상징도안에 한하여 표시가능(+) -영업내용 표시 금지(+) -실물사진 이미지 사용금지(+) -단, 창문으로부터 1m이상 이격되어 있거나 창문 면으로부터 수직인 광고물은 포함하지 않음	-예술적으로 건물파사드와 조화되는 경우 기타 표시내용 허용 (-)	-건물파사드, 쇼윈도와 조화되는 디자인
재질(*)	-접착시트 사용	-금속, 목재 등 다양한 소재	-첨단의 예술적 재질
조명(*)	-전광류 사용금지(네온사인 등)	-예술적이라고 판단되는 경우 제한된 전면발광·점멸 허용	-건물파사드, 쇼윈도와 조화되는 디자인

※기타 항목은 일반적 기준을 따름

- 20%이하의 면적에만 표시가능
- 업소별 표시면적 합계 1m<sup>2</sup> 초과 불가능



### 라. 공공시설이용 광고물의 설치

송도국제업무지구의 경우 '인천광역시경제자유구역청고시 제 2006- 130호'에 의하여 공공시설이용 광고물의 설치를 금지하고, 공공시설물의 관리청(또는 관리자)이 따로 표시를 허용하는 규정을 정하여 위원회에서 인정받는 경우에만 옥외광고물을 표시할 수 있도록 하고 있다. 하지만, 본 가이드라인에서는 공공환경의 활성화를 유도하기 위하여 아래의 기준을 준수하는 경우에 한하여 공공시설물을 이용한 광고물을 일부 허용하되 조례 및 시행령 상의 규정을 더욱 강화하여 적용하였다.

구분	기준	허용(심의 후)	장려
<b>설치 가능 시설 (+)</b>	-가로등주와 통합디자인된 배너형 광고물을 위한 지정계시대(+) -버스승강장, 택시승강장에 통합 디자인된 광고물의 계시대(+) -단, 도로표지, 도로안전표지와 함께 설치금지 -공공을 위한 목적으로만 설치가능	-공공의 목적 외의 광고물이 거리활성화에 기여하는바가 있는 경우 허용(-)	-공공예술성 표현 장려
<b>크기</b>	-계시대의 면적은 공공시설물 면적의 25% 이내에 한함 -가로등주에 설치되는 배너형 광고물의 경우 폭 0.5m, 세로크기 1m 이내로 한정하며, 하단과 지면과의 간격은 2.5m이상 유지(*)		-최소한의 면적을 활용한 디자인 장려
<b>수량</b>	-계시시설 당 각1개로 제한한다.(+)	-행사·축제 시 기둥 중심으로 양쪽 1개씩 2개설치(-)	

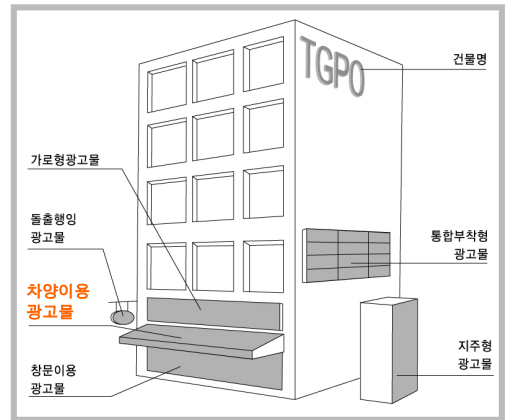
※기타 항목은 일반적 기준을 따름

### 마. 공연광고물의 설치

구분	기준	허용(심의 후)	장려
<b>형식</b>	-벽면이용, 지주이용으로 구분 -지주형의 경우 조명에 있어 전광, 점멸의 방식은 금지	-예술적이라고 판단되는 경우 제한된 전면발광·점멸 허용 (-)	
<b>위치</b>	-벽면이용광고물의 경우 벽면과의 간격 0.3m이내, 하단과 지면 간의 간격은 3m이상을 유지(+) -벽면이용광고물의 경우 창문이나 출입구를 막아서는 안됨 -지주이용광고물의 경우 일반규제 사항의 지주형 광고물 설치기준 준수		
<b>크기</b>	-지주이용광고물의 경우 지면으로부터 높이 5m, 1면의 면적 10m <sup>2</sup> , 합계면적 20m <sup>2</sup> 이내	-벽면을 이용하는 공연광고물의 경우 심의를 통하여 허가 (*)	-최소한의 공간 활용한 정보 전달 장려
<b>수량</b>	-한 공연당 각 1개의 광고물 설치 허용 -한 건물 내에 2개 이상의 광고물을 설치하는 경우 규격을 일치하고 연립하여 설치(*)		

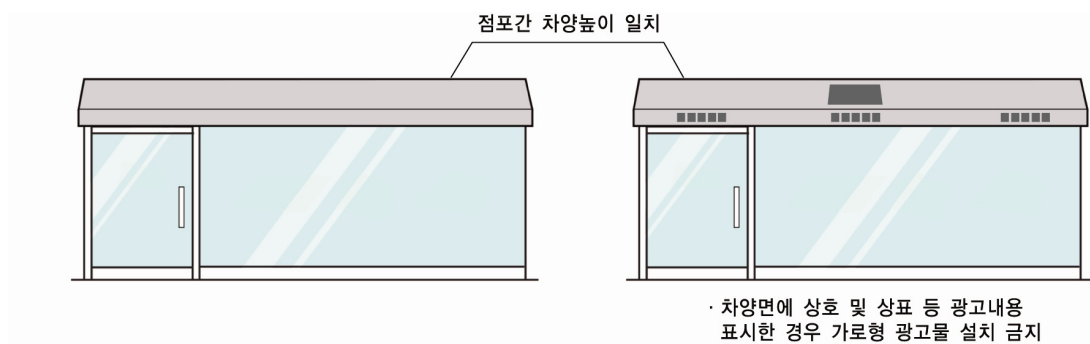
※기타 항목은 일반적 기준을 따름

바. 차양의 설치(\*)



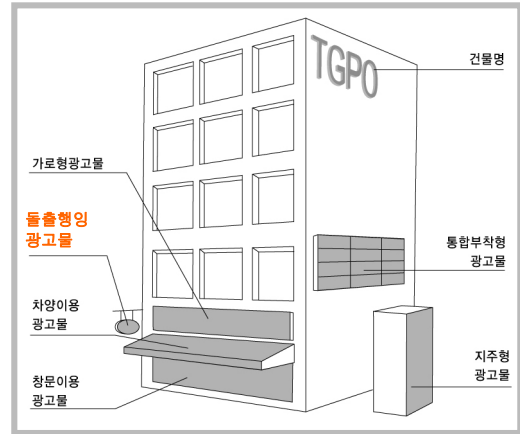
구분	기준	허용(심의 후)	장려
크기	-차양의 너비는 당해업소 창호부의 좌우측 끝 선을 초과금지		
소재	-한 건물 내에 설치되는 차양 소재일치 -비닐 사용 금지		-차양의 소재는 자연섬유(면, 마), 합성섬유(아크릴, 폴리에스테르)로 구성된 원단의 사용 -색상의 지속성이 좋은 원단 사용 장려
색	-차양은 단일색을 원칙으로 함 -고채도의 원색, 형광색 사용 금지		-건물색채와 조화되는 색채사용 -건물 내 차양동일 색채 장려
위치	-지상 1층에 한하여 해당점포의 정면 상단 1층과 2층의 창문간 벽에 접하여 설치 -차양의 하단부 높이는 2.2m이상, 벽면으로부터의 돌출길이 2m이내설치 -인접한 점포 간 차양 높이 일치 -차양의 경사도는 15~30도 이내 유지, 인접한 차양 간 경사도 일치	-표시위치는 차양막의 끝단 수직면에 표시	-건물 내 차양의 표시위치 일치 장려
표시 내용	-차양 면에 그래픽을 표시금지 -차양 면에 상호 및 상표 등 광고 내용을 표시한 경우 가로형광고물을 설치금지 -실물이미지 사용 금지(+) -차양 면에 광고내용을 표기한 경우 면적 총량 산출시 표기내용의 면적만을 포함	-심의 후 심볼, 로고 표시	

※기타 항목은 일반적 기준을 따름



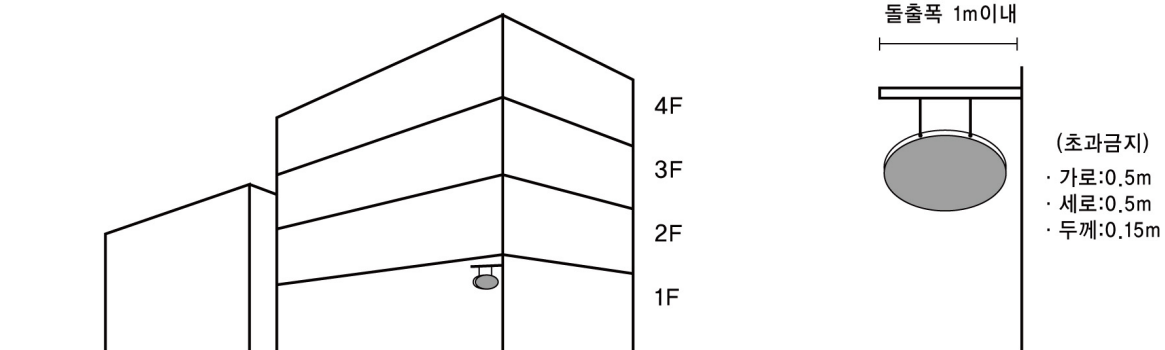
· 차양면에 상호 및 상표 등 광고내용 표시한 경우 가로형 광고물 설치 금지

사. 돌출형인 광고물(지정구역설치광고물)(\*)



구분	기준	허용(심의 후)	장려
수량	-1층 전면상점에 한하여 1개설치 가능		
설치 위치	-해당점포의 정면상단과 2층 창문간 벽에 설치 -업소 출입구의 좌·우측 중 한곳에 설치 -동일건물에 설치되는 광고물의 높이 일치 -안전을 위하여 보행자 도로에만 설치		-건물 파사드와 조화된 예술성 있는 광고물
크기	-가로0.5m, 세로0.5m, 두께0.15m 이내 -벽면으로부터의 돌출폭 1m이내		
형태	-조형성을 강조하기 위해 입체형으로 제작하거나, 광고물 면적의 75%이상을 도안(단순화된 이미지, 로고, 심볼)으로 표현		-업소를 상징하는 형상화로 조형적 디자인 -독창적이고 예술성 있는 디자인
재질(*)	-내부식성의 금속재질	-첨단소재의 금속재	-자연친화적 금속재

※기타 항목은 일반적 기준을 따름

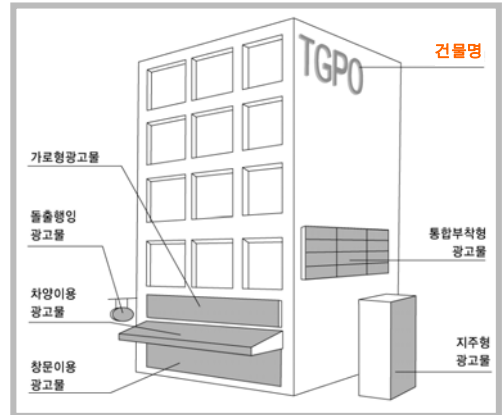




#### 4) 광고물의 설치에 있어 건축주의 의무사항

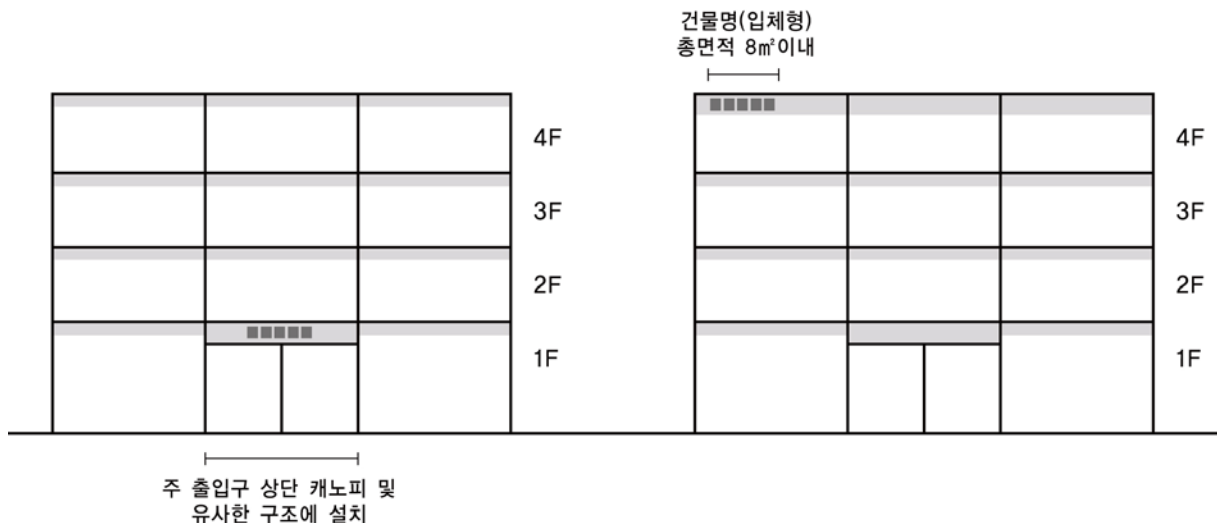
송도국제업무지구의 경우 개별업소의 광고물 설치를 최소화하고 광고물 간의 조화를 유도하기 위하여 점포주 및 거주자가 개별적으로 설치하지 않는 광고유형의 경우 건축주가 책임을 지고 이를 설계에 반영할 것을 의무화한다. 단 경관에 기여하는바가 월등하다고 인정되는 경우 심의위원회의 심의를 통하여 아래 기준사항보다 완화하여 허용 가능하다.

##### 가. 건물명 표기에 관한 가이드라인(\*)



구분	기준	허용(심의 후)	장려
수량	-건물 당 1개 설치가능	-판매시설 및 업무시설의 경우 도로면과 고려하여 심의 후 1개 추가 설치	
설치 위치	-건물의 주 출입구 상단의 캐노피 및 이와 유사한 구조물 상에 설치	-건물의 전면, 측면, 옥상 파라펫을 활용하여 설치할 경우 광고물의 색채와 설치위치를 심의 후 허가 -건물 파사드와 조화되는 예술성 있는 디자인일 경우 기타 설치위치 가능	-건물과 조화되는 예술성 있는 독창적 디자인
크기	-단면면적 8m <sup>2</sup> 이하로 설치	-건물높이, 글자수 등에 의하여 면적 초과가 불가피한 경우 면적초과 허용 -도시경관에 기여하는 경우 심의를 통하여 면적초과 허용	-건물 벽면과 조화된 디자인 장려
형태(*)	-입체형으로 표시	-건물외관과 조화될 경우 세로 표시 가능	-가로표시 권장

※기타 항목은 일반적 기준을 따름



나. 통합 광고물 설치의 의무화(\*)

구분	기준	허용(심의 후)	장려
설치 대상	-점포의 수가 20개(총면적 약 1000m <sup>2</sup> ) 이상 상업 건물 -기타 옥외광고물 설치 못하는 상가	-점포의 수가 20개 이하인 경우 심의를 통하여 허용	
수량	-통합 지주형 광고물과 통합 부착형 광고물 중 1개 설치가능 -업소당 광고물 총수량에 포함		
설치 위치	-통합 지주형 광고물의 경우 일반 규제사항의 지주형 광고물 설치 기준준수 -통합 부착형 광고물의 경우 지면으로부터 1미터 이상 5층 이하의 높이 내 설치 -통합 부착형 광고물의 경우 창문을 막아서는 안됨		-충분한 공간이 확보되며, 유동인구가 많은곳에 설치 -건물 외관과 조화를 고려한 위치
크기	-단면면적 6m <sup>2</sup> 를 초과금지 -통합 부착형 광고물의 경우 돌출폭 0.3m를 초과금지		-건물 규모와 조화되는 크기
표시 내용	-층별로 순차적으로 표시 -상호, 전화번호 혹은 이를 상징하는 도형에 한하여 표시가능		-각 업소의 개성보다 전체적인 조화 중시
형태	-연립형 광고물은 개별간판의 교체가 용이하도록 제작 -곡각지점 'ㄱ'자 형태로 설치가능		-건물파사드와 조화되는 조형적, 예술적 요소로 활용 장려

※기타 항목은 일반적 기준을 따름

다. 아파트 및 주상복합 건물에서의 브랜드 표기에 관한 가이드라인(\*)

구분	기준	허용(심의 후)	장려
설치 위치	-단지 내 주요 진입부 및 외부 주요 조망점에서 조망되는 지점 -별도구조물에 의한 상부층 표기금지		-건축물과 조화되는 조형적, 예술적 요소로 활용 장려
수량	-단지당 4개소 이하(건설사명 금지)	-필요시 심의를 통하여 추가 설치 여부 결정	
크기	-높이 3m×폭은 설치벽면의 1/2이내		
형태	-단순도색 등 평면표기 불허		-부조식 등 입체표기 권장
조명	-해당지구내 DCP상 조도 및 휘도 기준이내		

※기타 항목은 일반적 기준을 따름

라. 아파트 및 주상복합 건물에서의 동, 호수 표기에 관한 가이드라인(\*)

구분	기준	허용(심의 후)	장려
설치 위치	-10층 내외 -1동의 측벽당 1개소 이내		
크기	-1개층 층고의 2/3이내 폭은 세로:가로 비율 1:3이내 -면적 8m <sup>2</sup> 이내		-건물 규모와 조화되는 크기
형태	-부조식으로 설치		
조명	-간접조명 방식으로 적용		

※기타 항목은 일반적 기준을 따름

### 4.2.2 일반권장사항

#### 경관과의 조화를 위한 권장사항

- 건물 입면 색채와의 조화를 고려하여 광고물의 색채 선정 시 다음을 고려한다.
  - A. 가급적 배경색과 표기요소 간 무채색을 배색하여 조화시킬 것을 권장한다.
  - B. 유채색을 적용할 경우 지정된 건축입면색채에 대한 인접 혹은 유사색을 배색한다.
  - C. 표기요소를 강조하기 위하여 포인트 칼라를 적용할 경우 지정된 건축입면색채와의 조화를 고려하여 배색한다.

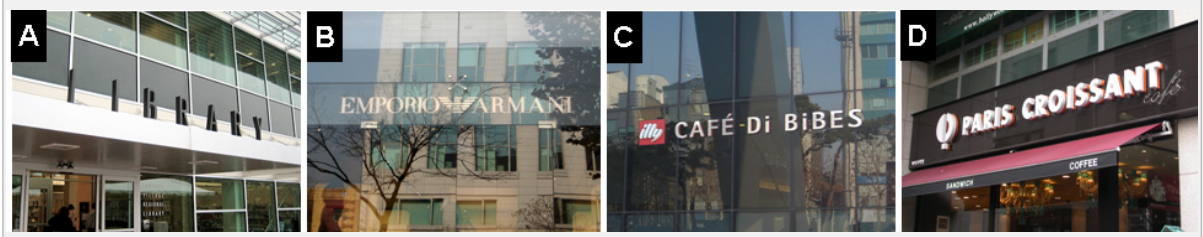


- 야간경관과의 조화를 고려하여 광고물의 조명은 아래의 유형을 권장한다.
  - A. 광고물의 후면에 빛을 비추어 반사된 빛이 광고물을 간접적으로 조명하도록 한다.
  - B. 광고물의 표기내용을 음각으로 오려내어 내부에 광원을 적용한다.
  - C. 입체형 광고물에 LED와 같이 발광체를 넣어 표기내용만을 강조한다.
  - D. 스포트라이트(spotlight)와 같은 국부조명을 활용하여 광고물을 직접 비추도록 한다.  
(단, 어떠한 조명방식이라도 표기요소와 주변환경과 광고물 간의 휘도비는 최대 1:10을 초과할 수 없다.)



#### 건축물과의 조화를 위한 권장사항

- 커튼월과의 조화를 고려하여 전면이 유리인 경우 아래 유형의 광고물 설치를 권장한다.
  - A. 입면에 캐노피 혹은 유사한 구조물을 활용하여 입체형 채널 사인을 부착한다.
  - B. 커튼월 내부의 벽면 혹은 구조물을 활용하여 유리면 안쪽으로 입체형 채널 사인 혹은 스카시 사인을 부착한다.
  - C. 유리면에 직접 아크릴 스카시, 접착시트 혹은 입체형 채널문자를 부착한다.
  - D. 1층 이하에 한하여 유리와 유사한 재질의 플레이트 설치 후 입체형 채널 사인 혹은 아크릴 스카시 사인을 부착한다.



- 건물 입면의 주재료가 석재인 경우 조화를 고려하여 아래 유형의 광고물 설치를 권장한다.
  - A. 석재면에 아크릴 스카시 혹은 금속의 채널 사인을 부착한다.
  - B. 석재와 조화를 이루는 질감과 색상을 고려하여 플레이트를 설치 후 아크릴스카시 혹은 입체형 채널 사인을 부착한다.



- 건물 입면의 주재료가 금속재인 경우 조화를 고려하여 아래에 제시하는 유형을 권장한다.
  - A. 금속면에 아크릴 스카시 혹은 입체형 채널 사인을 직접 부착한다.
  - B. 금속면에 표기내용을 음각으로 오려내고 후면에 아크릴 혹은 조명을 넣어 표기요소를 강조한다.



#### 인접한 광고물과의 조화를 위한 권장사항

- 인접한 광고물의 표기요소와의 조화를 고려하여 다음사항을 권장한다.
  - A. 좌우 인접한 광고물 간 표기내용의 높이와 위치를 통일한다.
  - B. 상하 인접한 광고물 간 정렬방식을 좌측끝 맞춤, 우측끝 맞춤, 중앙맞춤 중 한 가지 방식으로 통일한다.
  - C. 표기요소의 순서와 배치를 통일한다.



- 한 건물 단 2개 이상의 돌출광고물이 설치될 경우 통합 돌출형 광고물을 설치할 것을 권장한다.



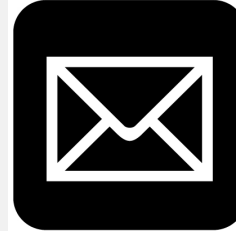
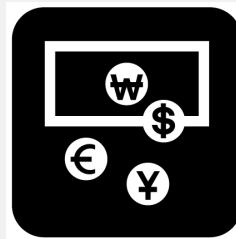


효과적인 정보전달을 위한 권장사항

- 국제지구의 특성을 반영하여 공공시설 및 문화 시설을 상징하는 픽토그램을 별도로 제작하여 활용 할 것을 권장한다.

(공공시설 : 은행, 우체국, 학교, 병원 등, 문화시설 : 박물관, 수족관, 극장, 공원 등)

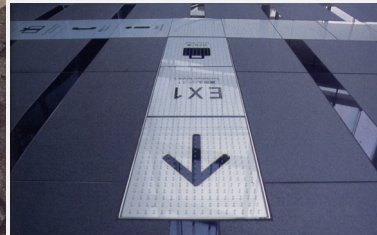
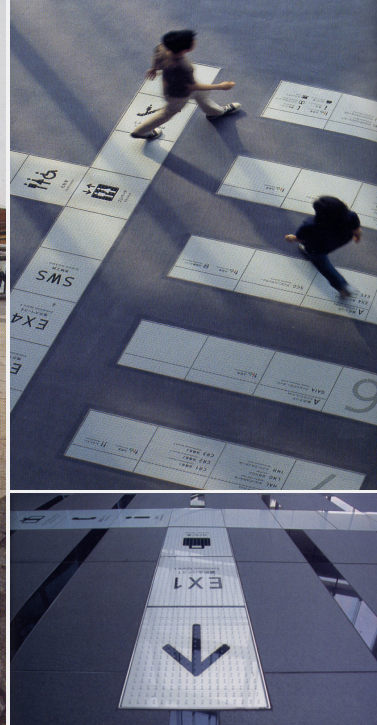
- A. 픽토그램의 내용과 분류는 2006년 산업자원부 기술표준원에서 제작한 공공안내그림표지 국가표준(KS A 0901)을 참고한다.
- B. 공공안내그림표지의 내용을 준수하되 픽토그램의 내부형태는 시설 및 가로의 성격을 고려하여 의미 상의 혼동을 주지 않는 범위 내에서 변형이 가능하다.



- 방문자의 인지도도 형성을 돕기 위하여 정보구조를 다음과 같이 체계화 한다.
  - A. 간선도로 상의 도로표지와 함께 도로명 중심의 안내사인을 설치한다.
  - B. 주요가로의 진입부 및 가각부에 해당 블럭의 정보와 위치를 안내하는 안내도 혹은 키오스크를 설치한다.
  - C. 건물 전면에 통합 지주형 광고물을 설치하여 건물 입주자에 대한 정보를 제공하고, 개별 점포 및 사무실의 광고물에는 연락처 및 주소를 표기하지 않는다.
- 예) 인천광역시 \*\*구 \*\*동 \*\*길(A) \*\*빌딩(B) 111호 사무실명(C)



- 대형 건물 및 공적 기능 공간에 한하여 바닥면을 활용한 방향유도사인의 설치를 권장한다.
- A. 대형 컨벤션 센터 및 공원과 같이 공공정보와 시설물이 밀집된 곳에 설치를 권장한다.
- B. 보행자의 통행량 및 동선을 고려하여 설치한다.



### 4.3 조닝별 가이드라인

송도국제 업무단지조닝별 특성을 고려하여 각 구역에 적합한 별도의 조닝별 규제와 권장사항을 적용한다. 해당 조닝에 포함되는 광고물의 경우 일반사항에 추가 혹은 보완한 아래의 조닝별 가이드라인을 준수하여야 하며, 조닝별 가이드라인에 명시되지 않은 모든 광고물의 유형과 사항은 일반 규제사항과 권장사항을 따르는 것을 기본 원칙으로 한다.

#### 조닝별 특성에 따른 세부항목의 적용

가로 및 용도의 성격에 따라 송도국제업무단지는 옥외광고물 계획 방향 상 제한이 필요한 구역과 완화가 필요한 지역으로 구분되며, 따라서 각 조닝별 가로와 용도의 상황을 고려하여 제한과 완화의 수위를 분류한 결과 아래와 같이 적용이 가능할 것으로 예상된다.

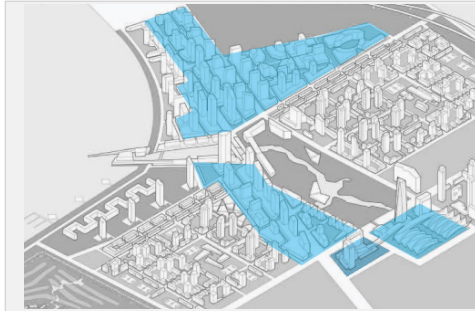
조닝의 구분	옥외광고물의 규제 수위	일반사항	가로별 특성화 방안		
			Park Ave.	Park Row	View Corridor
Commercial Zone	규제 강화 구역	규제사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 무채색 배색의 권장</li> <li>- 광고물 간의 통합성 및 연속성 강화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 무채색 배색의 권장</li> <li>- 광고물 간의 통합성 및 연속성 강화</li> <li>- 아케이드 및 차양에서의 광고물 설치 제한</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 필로티 내의 아케이드에서의 광고물 설치 제한</li> <li>- 돌출형인광고물의 설치 허용</li> </ul>
		권장사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 미디어 보드 설치 위치의 제한</li> </ul>		
Residential Zone	규제 강화 구역	규제사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 옥외광고물 설치의 금지</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 자연소재를 활용한 광고물의 제작 권장</li> </ul>	
		권장사항	-		
Mixed use Zone	완화 구역	규제 및 완화사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 공공시설물을 이용한 배너의 설치 허용</li> <li>- 자연소재를 활용한 광고물의 제작 권장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 돌출형인광고물의 설치 허용</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 가로형 광고물의 설치 제한 완화(3층까지 허용)</li> <li>- 창문이용광고물의 제한 완화</li> <li>- 미디어이용 광고물의 설치 허용</li> </ul>
		권장사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 차양의 활용 권장</li> </ul>		
Culture Zone	규제 강화 구역	규제사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 공공안내 및 문화시설 픽토그램의 적용</li> <li>- 공공시설물을 이용한 배너의 설치 허용</li> </ul>		
		권장사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 공원 내 사인물의 통합 디자인 권장</li> </ul>		





### 4.3.1 Commercial zone : 업무지구

#### Commercial zone 공통사항

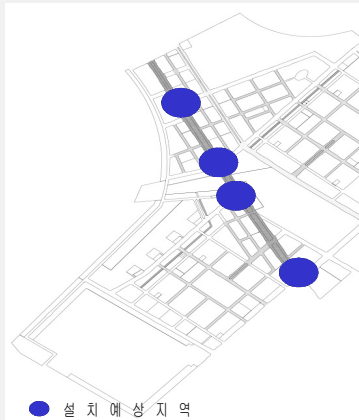


#### 옥외광고물 계획의 기본방향

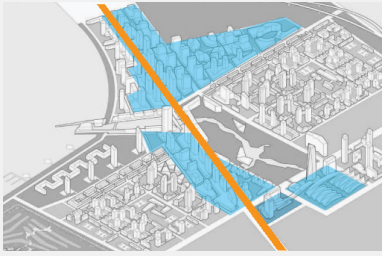
- 건축물 고유의 디자인과 상징성의 보존
- 광고물 표기의 국제화
- Park Ave, Park Row, View Corridor의 특성화

<b>규제 사항</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 가로형 광고물의 설치 제한</li> <li>- 판형 광고물의 설치를 금지한다.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 창문이용 광고물의 제한</li> <li>- 창문을 이용한 광고물 중 스티커, 천, 종이, 비닐 등을 이용한 광고물은 부착할 수 없으며, 단, 1층에 한하여 유리면에 안전띠를 표시하거나 업체의 로고, 심벌, 회사명을 무채색으로 부착할 수 있다.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 조명의 제한</li> <li>- 외부조명을 활용하여 광고물면을 비추는 직접조명 방식을 금지한다.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 미디어보드의 설치</li> <li>- 지정된 구역에 한하여 건물 당 1개의 미디어보드를 설치할 수 있다.</li> <li>- 판형타입 및 굴곡타입의 미디어보드의 크기는 설치되는 건물 입면적의 10%를 초과할 수 없다.</li> <li>- 판형타입 및 굴곡타입의 미디어보드의 경우 3층 이상의 높이에 한하여 설치한다.</li> <li>- 블라인드형 미디어보드 설치 시 내외부 투시율이 높은 파사드 면을 활용한다.</li> <li>- 상업광고는 시간 당 표출비율 40%를 넘지 않아야 한다.</li> <li>- 설치위치 및 기타 세부사항은 심의를 통하여 결정한다.</li> </ul>

<b>권장 사항</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 건물 및 경관과의 조화를 고려하여 미디어보드 설치 시 다음을 권장한다.</li> </ul>
	<b>A.</b> 미디어보드는 건축설계 시 미리 반영하여 통합디자인 한다.
	<b>B.</b> 보행자의 통행량이 많고 밀집되는 지하철역 주변부에 설치하되, 지하철역을 중심으로 반경 30m이내에 설치하도록 한다.
	<b>C.</b> 경관과의 조화를 고려하여 시간 당 표출비율 중 50%는 미디어아트를 상영한다.
<b>D.</b> 공원에 인접하여 설치될 경우 주변 환경과 미디어보드 간 휘도비는 최대 1:5를 초과할 수 없다.	



Park Ave.



적용 범위

- Park Ave. 인접한 건축물에 설치되는 모든 광고물

가로 특성화 방향

- 랜드마크 건축물과 커튼월 빌딩의 입면 보호
- 건축물과의 통합화 지향

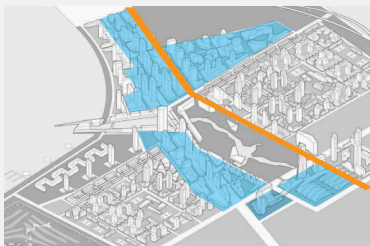
특화 사항

- 광고물의 색채 사용 제한
  - Park Ave.상의 건축물의 상징성의 보존 및 국제업무지구로서의 정온한 환경 형성을 위하여 광고물의 배경 및 표기요소의 배색은 무채색 간의 조화를 원칙으로 한다. (단, 고유의 로고 및 심벌에 한하여 유채색 사용을 허용한다.)
- 광고물 간의 통합성 및 연속성의 강화
  - 가로의 연속성 보존을 위하여 1층 전면상점에 설치되는 가로형 간판의 경우 표기내용의 크기와 설치 위치를 통일시킨다.
  - 동일 건물에 설치되는 차양은 크기, 높이, 설치위치, 형태, 재료 색채를 일치시키도록 한다.

권장 유형



Park Row



적용 범위

- Park Row에 인접한 건축물에 설치되는 모든 광고물

가로 특성화 방향

- 랜드마크 건축물과 커튼월 빌딩의 입면 보호
- 가로의 시각적 연속성 보존

특화 사항

- 광고물의 색채 사용 제한
  - Park Row.상의 건축물의 상징성의 보존 및 국제업무지구로서의 정온한 환경 형성을 위하여 광고물의 배경 및 표기요소의 배색은 무채색 간의 조화를 원칙으로 한다. (단, 고유의 로고 및 심벌에 한하여 유채색 사용을 허용한다.)
- 광고물 간의 통합성 및 연속성의 강화
  - 가로의 연속성 보존을 위하여 1층 전면상점에 설치되는 가로형 간판의 경우 표기내용의 크기와 설치 위치를 통일시킨다.
  - 동일 건물에 설치되는 차양은 크기, 높이, 설치위치, 형태, 재료 색채를 일치시키도록 한다.

- 아케이드에서의 광고물의 설치의 제한
  - 아케이드 하부에 동일규격, 동일소재의 광고물을 지정위치에 설치한다.
  - 광고물의 크기는 가로 1m, 세로 0.5m, 두께 0.15m를 초과할 수 없다.
  - 지면으로부터 광고물 하단까지의 높이 3m이상을 유지하도록 한다.
  - 점포 당 1개에 한하며, 아케이드에 광고물을 설치한 업소는 가로형 광고물을 설치할 수 없다.



**View Corridor**

**적용 범위**

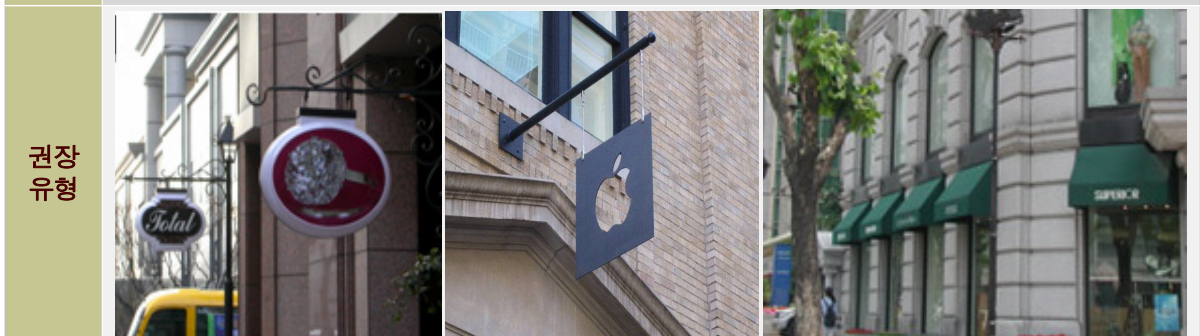
- View Corridor에 인접한 건축물에 설치되는 모든 광고물

**가로 특성화 방향**

- 보행자 중심의 경관 이미지 보존
- 해안을 향한 경관의 활성화

- 필로티 내 아케이드에서의 광고물 설치의 제한
  - 아케이드 하부에 동일규격, 동일소재의 광고물을 지정위치에 설치한다.
  - 광고물의 크기는 가로 1m, 세로 0.5m, 두께 0.15m를 초과할 수 없다.
  - 지면으로부터 광고물 하단까지의 높이 3m이상을 유지하도록 한다.
  - 점포 당 1개에 한하며, 아케이드에 광고물을 설치한 업소는 가로형 광고물을 설치할 수 없다.

- 특화 사항**
- 소가로의 경관 활성화를 위한 돌출 행잉(Hanging)광고물의 설치 허용
    - 1층의 전면상점에 한하여 돌출 행잉광고물의 설치를 허용한다.
    - 돌출 행잉광고물을 설치할 경우 가로형 광고물은 설치할 수 없다.
    - 해당 점포의 정면 상단과 2층 창문 간 벽에 설치하며, 동일 건물에 설치되는 광고물은 높이를 일치시킨다.
    - 광고물의 크기는 가로 0.5m, 세로 0.5m, 두께 0.15m를 초과할 수 없으며, 벽면으로부터의 돌출폭은 1m이내에 한한다.
    - 조형성을 강조하기 위하여 입체형으로 제작하거나, 광고물 면적의 75% 이상을 도안(단순화된 이미지, 로고, 심볼)로 표현한다.



### 4.3.2 Residential zone : 주거지구

#### Residential zone 공통사항



#### 옥외광고물 계획의 기본방향

- 차량 뿐 아니라 보행자의 진입을 고려한 사인 계획
- 주거환경 보존을 위한 상업광고 설치의 최소화
- 주거공간 및 근린공원의 보호

#### 규제 사항

##### ▪ 조명의 제한

- 외부조명을 활용하여 광고물면을 비추는 직접조명 방식을 금지한다.
- 빛이 점멸하는 방식의 조명을 금지한다.

##### ▪ 창문이용 광고물의 제한

- 창문을 이용한 광고물 중 스티커, 천, 종이, 비닐 등을 이용한 광고물은 부착할 수 없으며, 단, 1층에 한하여 유리면에 안전띠를 표시하거나 업체의 로고, 심벌, 회사명을 무채색으로 부착할 수 있다.

##### ▪ 근린 상가에서의 통합 광고물 설치의 의무화

- 입점 점포수가 20개를 초과하는 상가건물의 경우 총면적 1000m<sup>2</sup> (점포 수 30여개) 초과 시마다 동일한 규격의 통합 광고물을 1개 추가 설치할 수 있다.  
(1개의 점포면적 평균 35m<sup>2</sup>≈11평 기준으로 산정함)

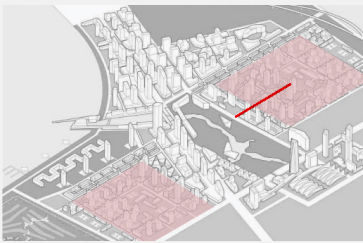


#### 권장 사항

- 근린 상가의 통합 광고물 설치 시 불필요한 표기요소를 방지하기 위하여 세부업종에 관한 픽토그램을 제작하여 활용할 것을 권장한다.



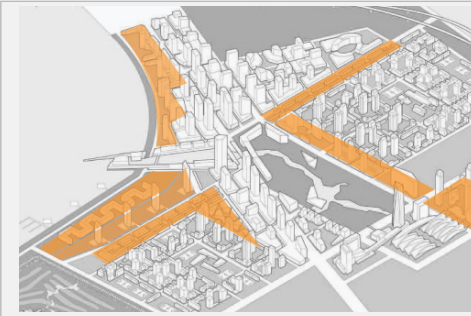


Residential zone 가로별 특화 사항

<p><b>Park Path North</b></p> 	<p><b>적용 범위</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Park Path 북측에 인접한 건축물에 설치되는 모든 광고물</li> </ul> <p><b>가로 특성화 방향</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 인접한 공원의 녹지 경관과의 조화</li> <li>- 주민들의 휴식활동 침해의 최소화</li> </ul>
<p><b>특화 사항</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 녹지경관 보존을 위한 광고물의 설치 제한</li> <li>- 모든 광고물의 설치를 금지한다.</li> </ul>
<p><b>Park Path South</b></p> 	<p><b>적용 범위</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Park Path 남측에 인접한 건축물에 설치되는 모든 광고물</li> </ul> <p><b>가로 특성화 방향</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 인접한 공원의 녹지 경관과의 조화</li> <li>- 주민들의 휴식활동 침해의 최소화</li> </ul>
<p><b>특화 사항</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 공원의 녹지와의 조화를 고려한 광고물 디자인의 유도</li> <li>- 유리, 금속, 나무와 같은 환경 친화적인 자연소재를 활용하되 재료가 지닌 고유의 특성을 살려 제작한다.</li> <li>- 광고물의 크기를 최소화하여 건물 입면 상 시각적으로 두드러지지 않도록 한다.</li> <li>- 인공적인 채색을 지양하고, 유채색을 적용할 경우 건축입면색채에 대한 인접 혹은 유사색을 배색 한다.</li> </ul>
<p><b>권장 유형</b></p>	

### 4.3.3 Mixed-use zone : 복합지구

Mixes-use zone 공통사항



#### 옥외광고물 계획의 기본방향

- 변화하고 활기찬 경관을 위한 다양한 광고물 디자인의 유도
- 다양한 용도의 상업시설을 통한 도시 활동의 활성화
- Canal st., Corniche, Kasbah의 특성화

#### 규제 사항

##### ▪ 건물을 활용한 배너의 설치 허용

- 상권의 활성화를 위하여 임시기간 동안 건축입면상의 지정 게시대를 활용한 지정규격의 배너의 설치를 허용한다.
- 게시되는 배너의 개수는 건물 당 4개 이내, 한 게시시설 당 1개만 설치가능하다.
- 지정 게시대는 2층 창문의 하단과 3층 창문의 상단 사이에 설치하여야 하며, 동일 건물에 설치되는 배너의 크기와 높이를 일치시킨다.
- 벽면과 수직하게 설치하며, 창문을 막아서는 안된다.
- 표기내용은 상호, 로고, 심볼에 한한다.
- 배너의 크기는 폭 0.6m, 길이 2m를 초과할 수 없으며, 벽면으로부터의 돌출폭은 1m이내에 한한다.

##### ▪ 익스테리어 요소로서의 광고물의 활용

- Brand identity Zone형성을 위하여 1개의 업소가 건물 전체의 익스테리어 계획에 광고물을 활용할 경우 심의를 통하여 자율적인 디자인을 허용한다.

#### 권장 사항

- 보행자 친화적인 경관형성과 보행 레벨에서의 다양한 활동을 유도하기 위하여 아래와 같이 차양의 설치를 권장한다.

A. 가로형 광고물과의 조화를 고려하여 개폐식 차양을 창호부에 접하여 설치한다.

B. 고정식 차양에 업소명 및 광고내용을 표기하여 광고물로 활용한다.

C. 차양의 크기, 설치위치, 재료 등의 세부사항은 일반규제사항을 준수한다.



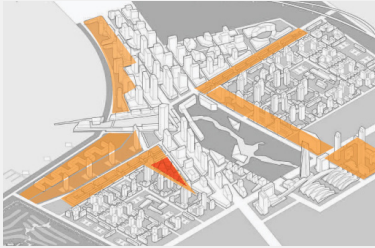
Mixes-use zone 가로별 특화사항

<p><b>Corniche South</b></p> 	<p><b>적용 범위</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Corniche 남측에 인접한 건축물에 설치되는 모든 광고물</li> </ul> <p><b>가로 특성화 방향</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 수변공간의 이미지 특화요소로의 활용</li> <li>- 해안 및 근린공원 등 자연요소와의 조화</li> </ul>
<p><b>특화 사항</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>해안경관 특화를 위하여 공공시설물을 활용한 배너 설치의 허용</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 공공시설물을 이용한 지정계시대를 활용하여 배너를 설치할 수 있다.</li> <li>- 표기내용은 행사나 이벤트를 알리는 문구와 로고, 심볼에 한하며, 상업적인 목적을 위하여 게시할 수 없다.</li> <li>- 배너의 크기는 폭 0.5m, 길이 1m를 초과할 수 없으며, 배너의 하단과 지면과의 간격은 2.5m 이상을 유지하도록 한다.</li> </ul> </li> <li>▪ <b>공원의 녹지와의 조화를 고려한 광고물 디자인의 유도</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 유리, 금속, 나무와 같은 환경 친화적인 자연소재를 활용하되 재료가 지닌 고유의 특성을 살려 제작한다.</li> <li>- 광고물의 크기를 최소화하여 건물 입면 상 시각적으로 두드러지지 않도록 한다.</li> <li>- 인공적인 채색을 지양하고, 유채색을 적용할 경우 건축입면색채에 대한 인접 혹은 유사색을 배색 한다.</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>권장 유형</b></p>	
<p><b>Canal street</b></p> 	<p><b>적용 범위</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Canal street에 인접한 건축물에 설치되는 모든 광고물</li> </ul> <p><b>가로 특성화 방향</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 수변공간의 이미지 특화요소로의 활용</li> <li>- 저층부 사인물의 다양한 연출 유도</li> </ul>
<p><b>특화 사항</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>보행 친화적 이미지 형성을 위한 돌출 행잉(Hanging)광고물의 설치 허용</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 1층의 전면상점에 한하여 돌출 행잉 광고물을 추가로 1개 설치할 수 있다.</li> <li>- 해당 점포의 정면 상단과 2층 창문 간 벽에 설치하며, 동일 건물에 설치되는 광고물은 높이를 일치시킨다.</li> <li>- 광고물의 크기는 가로 0.5m, 세로 0.5m, 두께 0.15m를 초과할 수 없으며, 벽면으로부터의 돌출폭은 1m이내에 한한다.</li> <li>- 조형성을 강조하기 위하여 입체형으로 제작하거나, 광고물 면적의 75% 이상을 도안(단순화된 이미지, 로고, 심볼)로 표현한다.</li> </ul> </li> </ul>

권장  
유형



Kasbah 내부가로



적용 범위

- Kasbah 구역 상의 가로에 인접하여 설치되는 모든 광고물

가로 특성화 방향

- 상업경관 활성화 요소로의 활용
- 다양한 디자인 유형의 광고물의 활성화

특화  
사항

▪ 가로형 광고물 설치

- 가로형 광고물의 설치를 3층까지 가능하다.
- 2층 이상의 경우 입체형 문자, 도형(로고 및 심볼)에 한한다.

▪ 창문이용 광고물 설치의 완화

- 1층부 전면상점의 경우 내부 인테리어 요소 및 윈도우 디스플레이와의 조화를 고려하여 통합디자인된 창문이용광고물의 경우 표시면적을 쇼윈도 전면 면적의 30%까지 허용한다.
- 유리면에 부착하는 창문이용광고물의 경우 문자 및 숫자의 경우 표시면적의 10% 이상을 초과할 수 없다.
- 단, 표시면적의 10%이상을 초과하여 문자 혹은 숫자를 장식요소로 활용하는 경우 조형성을 고려하여 심의 후 허가한다.
- 조형성을 강조하기 위하여 설치 면적의 75% 이상을 도안(단순화된 이미지, 로고, 심볼)으로 표현한다.

▪ 상업경관 활성화를 위한 미디어사인의 설치 허용

- 1층 전면상점의 경우 가로형 광고물을 대신한 미디어 사인을 설치할 수 있다.
- 미디어 사인의 크기와 설치위치 등은 일반규제사항의 가로형 광고물의 설치 사항을 준수한다.
- 문자가 이동하면서 연속적으로 표출되는 광고는 금지한다.
- 표출되는 내용은 상호와 로고, 심볼 및 동영상에 한한다.
- 동영상이 표출되는 경우 LED 12.5m/m Pixel Pitch이상의 사양을 적용한다.

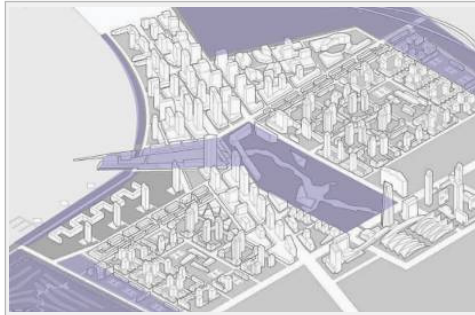
권장  
유형





### 4.3.4 Culture zone : 문화지구

#### Culture zone 공통사항



#### 옥외광고물 계획의 기본방향

- 중앙공원의 자연요소와의 조화
- 문화지구로서의 공공적 이미지 보존
- 문화 및 휴식 환경의 보호를 위한 상업광고의 최소화

<b>규제 사항</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 문화지구의 편의성 제고를 위한 픽토그램의 적용             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 문화시설, 교통, 길안내 표지 등 문화지구 내의 공공 안내 사인의 표기 시 픽토그램 표시를 의무화 한다.</li> <li>- 픽토그램의 내용과 분류는 2006년 산업자원부 기술표준원에서 제작한 공공안내그림표지 국가표준(KS A 0901)을 참고한다.</li> <li>- 공공안내그림표지 적용 시 픽토그램의 내부형태는 시설 및 가로의 성격을 고려하여 의미 상의 혼동을 주지 않는 범위 내에서 변형이 가능하다.</li> </ul> </li> <li>▪ 문화 이벤트 활성화를 위하여 공공시설물을 활용한 배너의 설치 허용             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 공공시설물을 이용한 지정계시대를 활용하여 배너를 설치할 수 있다.</li> <li>- 표기내용은 행사나 이벤트를 알리는 문구와 로고, 심볼에 한하며, 상업적인 목적을 위하여 게시할 수 없다.</li> <li>- 배너의 크기는 폭 0.5m, 길이 1m를 초과할 수 없으며, 배너의 하단과 지면과의 간격은 2.5m 이상을 유지하도록 한다.</li> </ul> </li> </ul>
<b>권장 사항</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 공원 내의 이미지를 고려하여 공원 내에 설치되는 모든 광고물은 통합 디자인 할 것을 권장한다.             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 공원의 각 공간별 상징테마를 적용하여 장소성을 부여한다.</li> <li>- 자연과의 조화를 고려하여 개별 광고물의 설치는 가급적 지양하며, 동일 시설 내의 광고물은 통일된 디자인을 지향한다.</li> <li>- 공원 내에 설치되는 모든 광고물 및 공공사인은 공원 내의 경관과의 조화를 고려하여 심의 후 허가한다.</li> </ul> </li> </ul>
<b>권장 유형</b>	





# 05

## 5. 옥외광고물 가이드라인 운영방안

---

5.1 옥외광고물 설치의 승인

5.2 옥외광고물 심의위원회의 운영

5.3 시민자율표시제한·완화제도

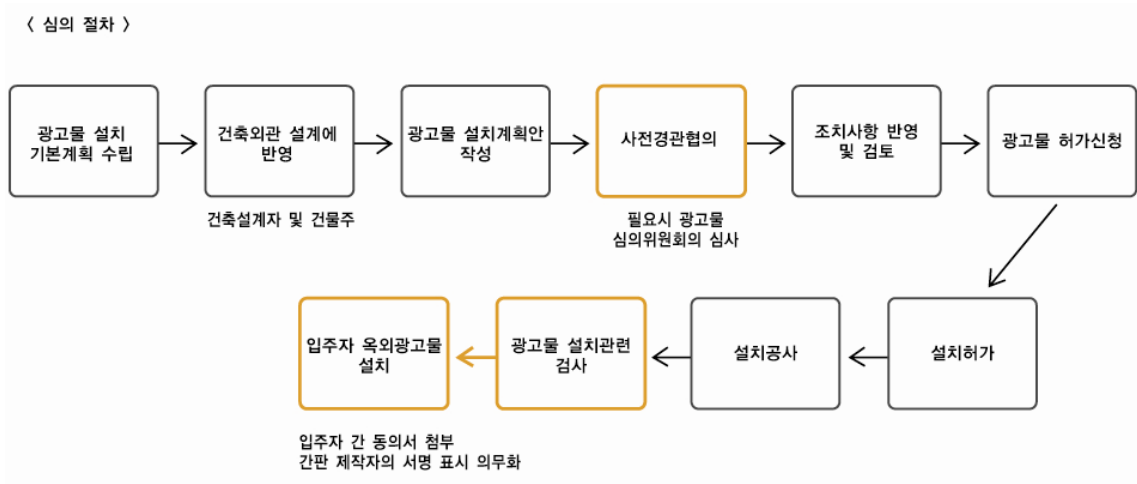
5.4 옥외광고물 제작자에 대한 인센티브제도



## 5. 옥외광고물 가이드라인 운영방안

### 5.1 옥외광고물 설치의 승인

건축설계단계부터 건축물 외관계획에 옥외광고물 가이드라인을 준수한 광고물 설치에 대한 기본계획을 반영하고 이를 심의를 통하여 승인 후 광고물을 설치하도록 한다.



### 5.2 광고물 심의위원회의 운영

심의의 전문성을 강화하기 위하여 광고물의 완화, 규제 사안은 광고물 위원회에서 담당하고 마스터 플랜 및 건축 심의 시 사인계획의 심의는 특별심의위원회가 담당한다.

광고물 심의 위원회의 구성(예)

위원회 구성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 옥외광고, 교통, 환경, 도시 및 건축 등의 업무를 담당하는 공무원 2~3인</li> <li>- 국어, 옥외광고, 교통, 환경, 도시, 건축, 디자인 등 옥외광고물 관련분야 전문가 3~4인</li> <li>- 기타 광고물 등에 대하여 학식과 경험이 풍부한 자</li> <li>- 위원회는 총 5~9인으로 구성</li> <li>- 위원회는 3인~5인으로 구성된 소위원회 운영 가능</li> <li>- 주민협의회 대표 1인</li> </ul>
심의 사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 송도국제업무지구에 표기되지 않은 개별 광고유형의 심의</li> <li>- 가이드라인에 명시된 개별심의 사항의 심의</li> </ul>
제출 서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 건물 및 부지의 소유 및 임대관계를 증명하는 서류</li> <li>- 건물 전체의 원색 도안(광고물이 표시된 입면도), 광고물의 개별 원색 도안</li> <li>- 건축물 및 주변 사진</li> <li>- 송도국제업무지구 상의 해당 조닝 부분 표시</li> <li>- 해당 조닝의 규제사항 및 권장사항의 명시</li> </ul>

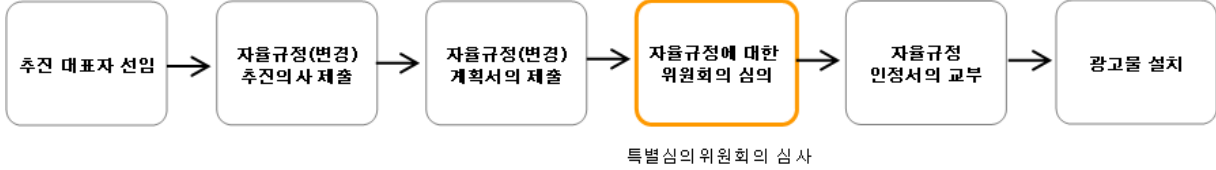
<b>위원회의 구성</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 옥외광고, 교통, 환경, 도시 및 건축 등의 업무를 담당하는 공무원 2인</li> <li>- 도시, 건축, 디자인, 교통, 옥외광고 전문가 각 1인</li> <li>- 도시, 건축, 디자인 관련 학계인사 각 1인</li> <li>- 위원회는 총 10인으로 구성</li> </ul>
<b>심의 사항</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 시민자율표시제한 완화제도를 신청한 건물의 옥외광고물 계획에 대한 심의</li> <li>- 문화지구에 설치되는 모든 사인계획에 대한 심의</li> <li>- 건물명 사인, 통합형 광고물, 주거단지의 등, 호수 표기 등 공용광고물의 검토</li> <li>- 미디어보드의 설치 검토</li> <li>- 옥외광고물 시범사업 구간에 설치되는 모든 광고물의 심의</li> </ul>
<b>제출 서류</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 건물 및 부지의 소유 및 임대관계를 증명하는 서류</li> <li>- 인접 대지의 건물과의 관계를 알 수 있는 배치, 입면도</li> <li>- 건물 전체의 원색 도안(광고물이 표시된 입면도)</li> <li>- 건축물 및 주변 사진</li> <li>- 송도국제업무지구 상의 해당 조닝 부분 표시</li> <li>- 해당 조닝의 규제사항 및 권장사항의 명시</li> </ul>

### 5.3 시민자율표시제한·완화제도

건축 심의시 시민자율표시제한·완화제도를 신청한 건물은 별도의 심의과정을 거쳐 도시경관에 크게 기여한다고 판단될 경우 송도지구 옥외광고물 가이드라인의 제한사항을 완화할 수 있도록 한다.

<b>요건</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 자율적인 제한, 완화규정에 대한 위원회의 심의를 통과해야 함.</li> <li>- 건물주와 업소주 전원의 합의가 이루어져야 함.</li> <li>- 디자인 전문업체와 제작업체의 분리 참여 의무화</li> <li>- 표시하고자 하는 모든 광고물의 규정을 포함할 것</li> </ul>
<b>대상광고물</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 가로형 광고물</li> <li>- 공연광고물</li> <li>- 돌출광고물</li> <li>- 지주이용광고물</li> <li>- 창문이용광고물</li> <li>- 현수막</li> <li>- 미디어이용광고물</li> <li>- 차양이용광고물</li> </ul>
<b>제출 계획안의 구성</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 광고물의 배치규정 : 표시장소, 위치, 수량, 면적 등의 규정</li> <li>- 광고물의 디자인 규정 : 색채, 도안, 재료, 형태, 조명, 문자 또는 숫자 표시비율 등 세부사항</li> <li>- 가상의 적용예시</li> <li>- 사후관리에 대한 의무 규정</li> </ul>

< 자율규정 인정 절차 >



특별심의위원회의 심사

### 5.4 옥외광고물 제작자에 대한 인센티브 제도

송도국제업무지구의 건물주 및 입주자 뿐 아니라 제작자의 능동적 참여를 유도하기 위하여 옥외광고물 가이드라인을 준수하며, 양질의 옥외광고물을 제작하는 업체와 해당광고물에 대하여 ‘송도 아름다운 광고물’을 선정하여 시상하고 이를 적극 홍보한다.

송도 아름다운 광고물 선정

<b>선정 방식</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 심의 위원회에 의하여 매년 아름다운광고물 후보를 선정</li> <li>- 시민들의 자발적 참여에 의하여 최종 수상작 선정</li> </ul>
<b>선정 요건</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 송도 옥외광고물 가이드라인을 준수한 광고물</li> <li>- 해당조닝의 특성화 및 미관상 기여도가 우수한 광고물</li> <li>- 최소한의 제작비에 의하여 제작된 광고물 및 추후 교체에 대한 아이디어가 돋보이는 광고물의 경우 가산점 부여</li> </ul>
<b>인센티브</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 송도 아름다운 광고물에 3점 혹은 3회 이상 선정된 업체의 경우 이를 표창하고 홍보를 지원한다.</li> <li>- 선정된 업체의 제작자는 전문성을 인정하여 일반심의 위원회의 위원으로 위촉할 수 있다.</li> <li>- 단, 가이드라인 위반 적발될 시 모든 권한을 환원하며, 가이드라인 3회 위반이 적발될 시 송도국제업무 지구에서의 영업활동을 제한한다.</li> </ul>



