

4. 観光地等における違反屋外広告物の除却等推進方策の検討

4-1 観光地における屋外広告物の規制誘導の進め方

3. で整理した課題の解消に向けた取り組みにあたっては、屋外広告物条例の制定・規制の強化及びその運用と、これらの実施に必要な市民・事業者の意識醸成が必要と想定される。このことを踏まえ、観光地等景観上重要な位置付けが必要な地区における屋外広告物の規制誘導の進め方について以下に整理した。

このうち、「屋外広告物に対する市民の意識醸成と参加・協力の推進」は、他のステップと並列に位置付けられる取り組みといえる。

なお、地方公共団体において、景観法に基づく景観計画の策定が進められつつある。景観計画の内容に沿って屋外広告物条例の導入や改定を行うなど、景観計画の策定と並行して、屋外広告物の規制誘導強化を図ることも有効と考えられる。

表 4-1 観光地における屋外広告物の規制誘導の進め方

ステップ	課題	対策の方向性
1 屋外広告物 条例の制定 (条例適用 区域の拡大)	【禁止地域の指定拡大】 ・ 自然景観型の観光地では、観光地内やアクセス道路沿いを中心に自家用広告物が乱立している。当該地域では、規制のない区域があるなど、規制が限定的である。 ・ 当該地域では、エリアが広範囲におよぶため、きめ細かな規制、運用が難しい。	・ 観光地内の重要な地域での屋外広告物条例の制定や禁止地域の拡大を実施する。 ・ 景観行政団体の認定により、独自条例を制定する(中核市未満の市町村)。
2 屋外広告物 条例の運用	【違反広告物の除却の徹底/規制誘導体制の強化】 ・ 積極的に運用する地方公共団体もあるが、人的・予算的制約から、違反屋外広告物の把握や除却に手が廻らないため、運用が十分でない地方公共団体がある。 【重点地区の指定推進】 ・ モデル地区の指定などによる規制強化の取り組みは、特定の地域にとどまっている。 【屋外広告物のデザイン誘導】 ・ 案内上不可欠な広告物が存在し、かつ自家用広告物の設置自体を制限することは困難である。また、色彩やデザインの厳密な基準化も困難である。	・ 屋外広告物審査会で事前審査を徹底し、違反物件の発生を防止する。 ・ 市民ボランティア等を活用し、違反広告物の把握、除却を徹底する。 ・ モデル地区指定など規制適用地域を拡大するなど、制度の積極的活用を図る。 ・ 屋外広告物審査会で事前審査を徹底し、景観への配慮を徹底する。 ・ 事業者の意識向上を図り、事業主の自主的な広告物の改善を働きかける。
3 屋外広告物 条例の規制 誘導強化	【自家用広告物の規制強化】 ・ 自家用広告物は、一定の要件を満たせば禁止地域でも設置が可能であり、屋上看板等の一部禁止規定の導入は先進地域にとどまる。	・ 自家用広告物に対する条例の基準を厳格化する。
全 ステップ と 並 行	【市民や事業者の意識醸成】 ・ 市民や事業者が自主的に屋外広告物の改善に取り組む例は少なく、屋外広告物に対する意識が低い地域が多い。 【市民や事業者との連携・協力】 ・ 地域の屋外広告物の自主撤去等の改善活動や、パトロールや除却へのボランティアの取り組みは、先進的な地域にとどまる。 ・ 行政、事業者間で連携した屋外広告物の改善の取り組みは、一部の地域にとどまる。	・ イベントや景観計画策定等を契機とした屋外広告物条例の認知・理解拡大、広告主、一般市民等の意識醸成を図る。 ・ 市民、事業者の意識向上を図り、市民ボランティアの活用、地元主体の自主的な違反広告物の撤去促進を図る。 ・ 看板を個別に設置するのではなく、景観に配慮した集看板を導入する。

屋外広告物に対する市民の意識醸成と参加・協力の推進

- ・ イベントや景観計画策定等を契機とした屋外広告物条例の認知・理解拡大、広告主、一般市民等の意識醸成。
- ・ 市民、事業者の意識向上を図り、市民ボランティアの活用、地元主体の自主的な違反広告物の撤去促進。
- ・ 看板を個別に設置するのではなく、景観に配慮した集合看板の導入。
- ・ 屋外広告物審査会で事前審査を徹底し、景観への配慮を徹底。
- ・ 事業者の意識向上を図り、事業主の自主的な広告物の改善の働きかけ。

(事例)

- ・ 市民ボランティアの活用（民間への委任）市町村向け簡易除却委任マニュアルの作成（岐阜県）
- ・ 観光地における屋外広告物の自主撤去（石川県、福島県）
- ・ 地元主体による不適格看板の一斉撤去（磐梯山・猪苗代地区）

ステップ1

屋外広告物条例の制定（条例適用区域の拡大）

- ・ 観光地内の重要な地域での屋外広告物条例の制定や禁止地域の拡大。
- ・ 景観行政団体の認定により、独自条例を制定（中核市未満の市町村）。

ステップ2

屋外広告物条例の運用

- ・ 屋外広告物審査会で事前審査を徹底、違反物件の発生を防止。
- ・ 市民ボランティア等を活用し、違反広告物の把握、除却の徹底。
- ・ モデル地区指定など規制適用地域を拡大。制度の積極的活用。
- ・ 屋外広告物審査会で事前審査を徹底、景観への配慮を徹底。
- ・ 事業者の意識向上、事業主の自主的な広告物の改善への働きかけ。

(事例)

- ・ 屋外広告物審査会による指導の徹底（金沢市）
- ・ 現場チェック（京都市）
- ・ パトロールによる違反屋外広告物の把握と徹底した除却（岐阜市）
- ・ 屋外広告物条例に基づく地区指定・地区計画の指定（京都市、他）
- ・ 自主改善への働きかけ-広告物の色彩変更-（京都市、金沢市）

ステップ3

屋外広告物条例の規制誘導強化

- ・ 自家用広告物に対する基準の厳格化。
- (事例)
- ・ 屋外広告物に関する新たな規制の導入、規制強化（京都市）
 - ・ 看板の共同化・集合化への誘導（金沢市、磐梯山・猪苗代地区）

図 4 - 1 観光地における屋外広告物の規制誘導の進め方と参考事例

4 - 2 屋外広告物の規制や誘導等の対策が重要となる箇所・エリア

屋外広告物の規制誘導等を効果的・効率的なものとするためには、観光地としての魅力向上に資すると考えられる箇所やエリアにおいて、重点的に取り組むことが有効と考えられる。具体的には、来訪者が観光施設等に至るまでのルートや観光施設の周辺部、観光地の雰囲気醸し出す面的なまとまり等は、観光地の魅力向上の視点からも重要な箇所・エリアであると思われる。

そこで、規制や誘導等の重点的な対策が有効と考えられる箇所・エリアを以下に整理した。なお、違反屋外広告物の除却等については、広く公平に対応することが望ましい。

表 4 - 2 観光地において重点的な対策が効果的な箇所・エリア

箇所・エリア	概要
面的観光エリア (自然観光地 都市・市街地)	・ 山や川等の自然景観を主とした観光エリアや温泉地、街並みや街道等の歴史的な地区等といった面的なまとまりを持つエリアであり、観光地の魅力保持や創造のため、エリア全体に対する屋外広告物の規制誘導が重要である。
観光施設周辺エリア	・ 建物や史跡等の観光の目的となる施設等のことであり、観光施設の魅力保持や創造のため、これらに隣接するエリアに対する屋外広告物の規制誘導が重要である。
アクセス道路 (高速道路 IC 等からのルート 自然観光地におけるルート)	・ 来訪者が観光施設までたどり着く移動ルート沿いやルートの起点となる高速道路 IC や交差点周辺エリアであり、これら沿道エリアに対する屋外広告物の規制誘導等の方策が重要である。
回遊ネットワーク道路(観光客利用動線)	・ まち歩きや散策等といった主に都市部での観光行動や回遊動線の沿道であり、これら沿道において連続性や統一性を保持・創造するような屋外広告物の規制誘導等が重要である。

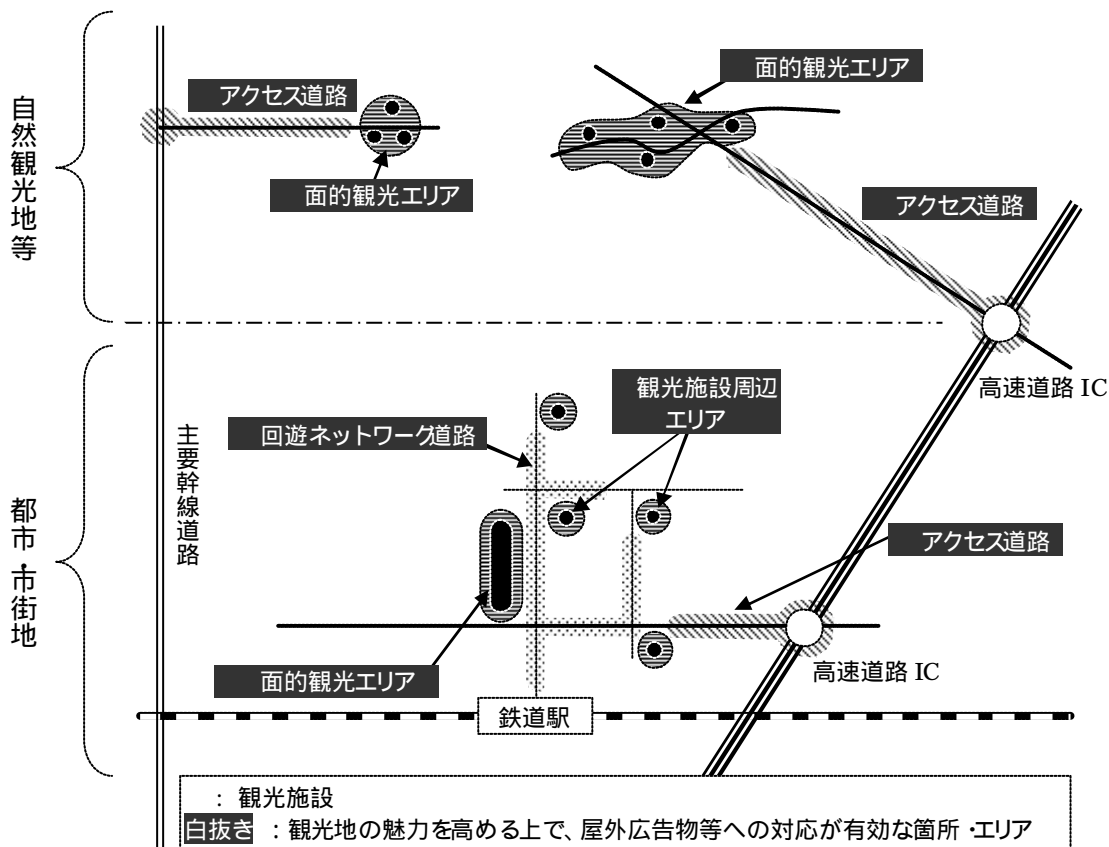


図 4 - 2 重点的な対策が効果的な箇所・エリア

4 - 3 屋外広告物の規制誘導等推進方策の優良事例

本調査において、屋外広告物の規制誘導等に関する法令の内容及び観光地における屋外広告物の実態と課題について把握した。その結果、屋外広告物法及び同法に基づく条例により、屋外広告物の規制や誘導等を図ることが概ね可能である。しかしながら、屋外広告物の規制誘導等に対し、積極的な工夫や対応策を行うことで効果を上げている地方公共団体がある一方で、可能は範囲での対応に留まっている地方公共団体も多いと考えられる。

そこで、多くの地方公共団体に対して観光地における屋外広告物の規制誘導等の取り組みを促すことを目的に、積極的に取り組まれている地方公共団体の対応策の中で、特徴的な事例を優良事例として整理した。

表4 - 3の一覧表は、図4 - 1に示した「観光地における屋外広告物の規制誘導の進め方における適用ステップ」と対応させて整理した。また、紹介している13の優良事例に対し、観光地の類型別区分および対策が効果的な箇所・エリア別区分で、特に有効と考えられる事例に“ ”を付けている。

表 4 - 3 屋外広告物の規制誘導優良事例リスト一覧

“印”：規制誘導効果のより高い観光地特性や対策箇所・エリアを示す。

課題 (表4-1より)	No.	タイトル(対応策)	地方公共 団体 地 域名	観光地特性区分				箇所・エリア別区分				適用 ステップ	
				自然景観型	歴史文化型	都市文化型	都市賑わい型	アクセス道路	面的観光 エリア		回遊ネットワーク 道路		観光施設周辺 エリア
									自然観光地	都市部			
違反広告物の 除却の徹底/ 規制誘導体制 の強化 重点地区の 指定推進 屋外広告物の デザイン誘導	1	屋外広告物審査会による指導の徹底	金沢市									ステップ2	
	2	現場調査に基づく違反広告物への指導の徹底	京都市										
	3	パトロールによる違反屋外広告物の把握と徹底した除却	岐阜市										
	4	屋外広告物条例に基づく地区指定・地区計画の指定	活用実績リスト										
	5	自主改善への働きかけ - 広告物の色彩変更 -	京都市、 金沢市										
自家用広告物の 規制強化	6	条例改正による屋外広告物規制の拡大・強化	京都市									ステップ3	
	7	看板の共同化・集合化の誘導 - 湯桶街道沿いでの共同看板化 -	金沢市										
	8	看板の共同化・集合化の誘導 - 住民協定を用いた看板の集合化 -	福島県										
市民や事業者 の意識醸成 市民や事業者 との連携・協 力	9	簡易除却における市民ボランティア等の活用 ----- 市町村向け簡易除却委任マニュアルの作成	活用実績リスト 岐阜県									市民の意識醸成と参加協力の推進	
	10	観光地における屋外広告物の自主撤去	石川県 福島県										
	11	地元主体による不適格看板の一斉撤去	福島県										
その他 (広告物の掲 示手法)	12	新たな広告手法の導入 - バス停 広告の事例 -	横浜市									/	
	13	新たな広告手法の導入 - バスラ ッピング広告 -	東京都					-	-	-	-		

観光地特性区分、箇所・エリア別区分は、現在導入されている地域の特性と取り組み内容をもとに概略で評価したものであり、空欄の特性地域で適用困難を示すものではない

屋外広告物審査会による指導の徹底

事例地域 : 金沢市

レベル : ステップ2 屋外広告物条例の運用

事例概要

「金沢市屋外広告物審議会」の取り組み

- ・ 金沢市内の許可地域（禁止地域を除く市内全域）で屋外広告物を設置する際には、金沢市屋外広告物条例に基づく許可基準への適合に関する審査を受ける必要がある。
- ・ 金沢市では、許可申請された広告物について、毎週1回と頻りに審査会を開催し、申請された物件に対する審査を行い、許可に必要なデザイン等の修正意見を付している。
- ・ 審査にあたっては、申請者名を伏せて匿名で審査し、特定の業者を利することがないよう配慮している。
- ・ 屋外広告物業界からも、石川県屋外広告物組合の会長が委員として参加し、申請された物件に対して、広告業者の立場を超えた厳しい指摘を行うなど、広告物の質の向上や業界の意識の向上に効果をあげている。

審査頻度 : 毎週1回月曜日

審査体制

行政担当者 1名（市まちなみ保存課）

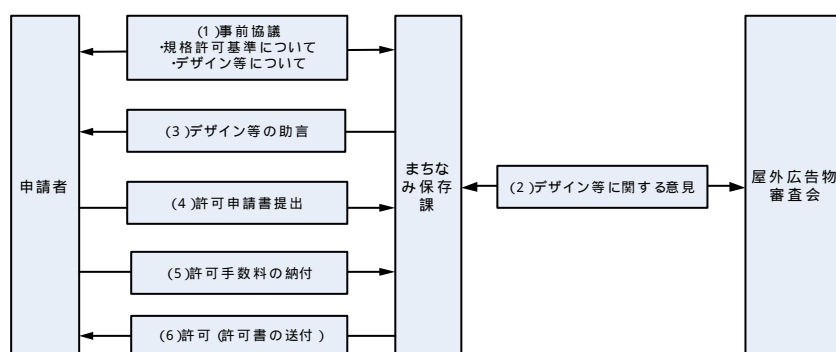
学識経験者 2名（金沢美術工芸大学、金沢学院大学）

建築関係者 2名（市建築指導担当）

屋外広告物業者 2名（石川県広告物組合長ほか）

デザイナー 2名

観光協会役員、随筆家、弁護士、市議会議員 各1名



許可審査手続きフロー図

備考

- ・ 一部には、審査会の指摘に納得しない事業者が依然として存在し、屋外広告物行政の課題となっている。

現場調査に基づく違反広告物への指導の徹底

事例地域 : 京都市

レベル : ステップ2 屋外広告物条例の運用

事例概要

- ・京都市では、違反屋外広告物の改善を図るため、違反広告物の多い繁華街を対象に、現地調査に基づく指導を重点的に実施する3つの区域を屋外広告物モデル地域として指定している。
- ・これまで、平成17年度、平成18年度の2カ年にわたり、許可基準への違反、手続きの違反等を対象に屋外広告物の現地調査を実施した。
- ・市職員が実際に現地を調査し、屋外広告物条例に基づく許可手続きがなされていない広告物、あるいは京都市の屋外広告物の許可基準に違反している広告物を抽出して、掲示業者に対する是正指導を行っている。
- ・過年度の取り組み状況は下表に示すとおり。許可基準違反、手続き違反の合計で441件に達し、うち94件に対して指導を行っている。
- ・悪質な違反者に対しては、告発や行政代執行を視野に入れた姿勢を持って、集中的に違反指導を行うこととしている。



位置図

対象地域：四条地域（四条大橋～四条烏丸）の沿道

河原町地域（三条河原町～四条河原町）の沿道

木屋町地域（三条木屋町～四条木屋町）の沿道

調査実施体制：担当係長2名、職員2名、嘱託職員4名

予算：違反指導：22百万円

平成17年度の取り組み状況（平成18年12月19日現在）

・調査結果

	事業所数	棟数
許可基準違反	347	78
手続き違反	94	47
違反なし	76	64
計	517	189

・指導状況

対象事業所		事業所数（棟数）
内訳	指導	94（47）
	指導中	71（26）
	是正指導完了	22（21）

パトロールによる違反屋外広告物の把握と徹底した除却

事例地域 : 岐阜市

レベル : ステップ2 屋外広告物条例の運用

事例概要

- ・ 岐阜市では、簡易除却パトロールの専任職員として4名を配置。2人一組になり、それぞれ軽トラックで定期的にパトロールを実施している。
- ・ 作業内容は、違反屋外広告物の簡易除却、未申請広告物の申請指導、店舗前の違反掲出看板への撤去指導、チラシ等による周知活動、岐阜市屋外広告物管理システムの基礎データ収集、等を行っている。
- ・ 岐阜市では、屋外広告物法に係る構造改革特区へ申請したという経緯がある。また、特区認定後に実施した違反看板の撤去時において、一部業者から「店舗前の看板は撤去対象にならないのか？」とのクレームを受けたことが発端となり、地域による不公平感を払拭するため、平成16年から定期的なパトロールを開始した。
- ・ 簡易除却について岐阜市は、違反屋外広告物は違反が判明した時点で即除却といった対応をとっている。たとえ、その屋外広告物の持ち主がわかった場合でも、管理者等が近くにいなければ撤去するといった姿勢を保持している。



パトロールによる違反広告物の撤去作業 (左:撤去前、中:撤去中、右:撤去後)

- ・ 違反広告物の除却の推進には、これら徹底的なパトロールや指導の他に、除却した物件を保管する安価な場所の確保と処分費用の確保がある。岐阜市では、年間にかかる除却や処分費用は約100万円であり、また、除却した置看板等は、市の遊休地を活用して保管している。

備考

- ・ 当初、専任職員は2名であったが、(屋外広告物法に係る構造改革特区への申請・許可に伴う)簡易除却の範囲拡大、業者への申請指導の強化等に併せて4名へと増員している。
- ・ 市内の屋外広告物パトロールは、今年度から2巡目に入っている。

屋外広告物条例に基づく地区指定・地区計画の指定

レベル : ステップ2 屋外広告物条例の運用

指定事例

屋外広告物条例に基づく規制の強化・緩和を行う地区の指定や地区計画等による屋外広告物に関する地区の指定をしている都道府県、政令指定都市、中核市は、次のとおりである。

屋外広告物条例に基づく地区指定			
広告物活用地区			
地方公共団体名	地区名	件数	概要
札幌市	すすきの地区	1	市の中心繁華街で、広告物の規格に関する規制を適用除外
旭川市	さんろく地区	1	市の中心繁華街で、壁面広告の面積要件の緩和
金沢市	片町地区、武蔵が辻地区	2	-
景観保全型広告整備地区			
地方公共団体名	地区名	件数	概要
岩手県	岩手山麓・八幡平周辺地域、平泉周辺地域	2	【岩手山麓・八幡平】山岳景観保全、山麓・田園・沿道景観形成の4区分を指定 【平泉】歴史的な街並みの保全、農村景観、沿道景観の形成のため、6区分を指定
宮城県	広告物景観モデル地区	3	【古川市十日町地区】四季を感じさせる街並みとの調和のため、広告物美観維持基準・広告物景観形成基準を制定 【塩釜市北浜沢乙線沿線地区】門前町風の歴史や自然との調和のため、広告物美観維持基準・広告物景観形成基準を制定
山形県	高畠町「まほろば通り広告景観モデル地区」	1	色彩、照明、位置の制限を規定
栃木県	日光地区、那須地区	2	【日光】【那須】県条例の許可地域等を対象に、意匠や英文併記等の基準を制定
群馬県	板倉ニュータウン、片品村内日本ロマンチック街道	2	景観保全地区にふさわしい表示板の設置
千葉県	国道295号景観保全型広告整備地区	1	-
神奈川県	大井町酒匂縦貫道路沿道広告景観形成地区	1	道路の片側50m及び河川との間を対象に、野立看板の抑制、色彩の制限を規定
岐阜県	高山市新宮町屋外広告物景観モデル地区	1	-
三重県	広告物景観地区	5	道路及びその両側100mを広告物沿道景観地区として指定
兵庫県	広告景観モデル地区	12	【南芦屋浜】ウォーターフロントで色彩・デザイン・眺望・位置等の基準を制定 【城崎温泉】温泉地区を5つの地区に区分して基準を制定
高知県	広告景観形成地区	3	
長崎県	島原市森岳広告景観モデル地区	1	城下町の中心部で、形態、規模、意匠の基準を制定
札幌市	さっぽろ駅南口、さっぽろ駅北口	2	【さっぽろ駅南口】原則として自家用に限定し、屋上広告等の数・規模・色彩を制限
仙台市	定禅寺通広告物モデル地区	1	広告物美観維持基準により、広告物の範囲、形態意匠、色彩、総量制限を規定
川崎市	アーバンデザイン地区	4	指導基準に数量、大きさ、共同表示等を規定

屋外広告物条例に基づく地区指定			
景観保全型広告整備地区（つぎ）			
地方公共団体名	地区名	件数	概要
豊田市	とよた 248 北部地区広告景観地区	1	沿道 30m以内について、広告景観指針により規模・数量・位置・禁止広告物等を規定
姫路市	大手前通り地区広告景観モデル地区	1	広告景観形成基準により、色彩の制限、窓面広告・ネオン等の禁止を規定
岡山市	桃太郎大通り屋外広告物モデル地区	1	広告掲出基準により、高さ・集合化等を規定
高知市	花海道広告景観形成地区	1	規模、数を規定
広告物協定地区			
地方公共団体名	地区名	件数	概要
東京都	臨海副都心広告協定地区	1	自家用に限定し、色彩・共同化・規格化・英文併記等を規定
その他			
地方公共団体名	地区名	件数	概要
北海道	広告景観優良地区	2	【白糠町白糠南通り商店街】【伊達市市役所通り商店街】景観に関する施策が実施されている地域を対象に規制を緩和
大阪市	長堀通広告物景観形成地区	1	デザインを中心とした誘導基準を規定

条例に基づかない地区指定			
景観条例 計画			
地方公共団体名	地区名	件数	概要
札幌市	景観条例 3 地区、 景観計画 48 地区	51	【大通地区】数、規模、色彩等を制限 【札幌駅前通北街区地区】デザイン等の基準を制定
川崎市	景観協定	3	【たちばな通り】デザインキーワードの制定 【新百合ヶ丘駅周辺】広告物による演出での街並み形成
名古屋 市	景観条例	6	【久屋大通】自家用広告以外の禁止、面積、点灯広告の禁止 【名古屋駅】総量規制、自家用広告以外の禁止、蛍光灯・点滅の禁止等
高知市	景観条例	2	【鄙市美形成モデル地区（はりまや橋東、西）】 意匠に関する規定
長崎市	景観条例	3	【東山手・南山手】自家用広告物に限定し、色彩、形態、位置の制限を制定 【中島川・寺町】一部区域では原則禁止とし、位置、色彩等の制限を規定
地区計画			
地方公共団体名	地区名	件数	概要
愛知県	春日井市「高森台地区計画」	1	広告物条例の基準への適合
岐阜県		10	-
大阪市	屋外広告ガイドプラン	9	街の特性に応じたデザインの方向性を規定
広島市		28	【西風新都】広告物の位置による制限を規定
旭川市		21	【北彩都】屋外広告物の種類、面積を制限
秋田市		1	【山手台】自家用広告の面積制限
長野市		5	-
高知市		9	-
自主協定他			
地方公共団体名	地区名	件数	概要
岐阜県	大垣市「屋外広告物許可申請推進モデル地域」	13	新たに建設された市道をモデル地域として指定。許可の基準は県条例に準じる。
長野市		1	-

自主改善への働きかけ - 広告物の色彩変更 -

事例地域 : 京都市・金沢市

レベル : ステップ2 屋外広告物条例の運用

事例概要

京都市の事例

- ・ 市が企業に働きかけて屋外広告物の色彩をまちなみに配慮したものに变更させた事例は、昭和 40 年代の京都駅前のコカ・コーラ社の看板の色彩を全国的なイメージカラーである「赤地に白字」から「白地に赤字」に反転させたのが最初である。
- ・ 上記事例の実現以降、広告物の色彩に関して個別に事業者と協議することで、広告物に問題意識を有する事業主においては配慮がなされるようになってきている。
- ・ 近年では、景観に対する意識が高い企業も存在するようになっており、自ら標準色と異なる看板を提案してくる企業も存在する。
- ・ 特に京都は景観に対する規制が厳しいという事業者の認識が形成されていることも自主改善に寄与している。

(色彩を反転させた事例)



全体写真



標準仕様



京都市の例

(下地に白色を増やした事例)



全体写真



標準仕様



京都市の例

出典)京都市都市計画局「京のサイン」より

色彩変更の事例

金沢市の事例

- ・ 金沢市についても、歴史的な街並みが存在するため、行政及び市民、事業者の景観に対する意識が高い。
- ・ ボーダフォン社では、全国展開している赤地に白のシンボルカラーを反転させ、色彩を白地に赤に変更した屋上広告を掲出している。この屋上広告は、ボーダフォン社のコンプライアンス意識の高さから、自主的に色彩変更が提案されたものである。
- ・ このようにコンプライアンス意識の高い企業は、自主的に広告物の色彩を変更し、周辺の景観との調和に配慮する可能性がある。

また、この事例は、金沢市まちなみ広告景観賞を受賞している。このような色彩変更の取り組みを PR し、景観に配慮した屋外広告物への誘導を図っている。



出典) 写真 2 - 5 再掲

ボーダフォン社の事例

条例改正による屋外広告物規制の拡大・強化

事例地域 : 京都市

レベル : ステップ3 屋外広告物条例の規制誘導強化

事例概要

平成8年の自家用広告物、屋内広告物に対する規制の強化

- ・ 自家用広告物の掲出可能面積を5㎡から2㎡へと規制を強化した。当時、産寧坂地区等ではこの規制の強化が歓迎された。一方、他の地区では商業に影響を及ぼすという懸念の声も多くあげられた。このように規制の強化に対する反応には地域差が存在する。
- ・ 当時は、商店会・自治会への個別説明、約1500の届出業者に対する周知文の発送により合意形成を図った。しかし、一般の人々にとっては、この規制強化は自家用広告などにも適用され、自らに影響することがあまり認識されていなかったと思われる。

現在取り組んでいる規制の強化

取り組みの背景

- ・ 景観意識の高まりを背景として、京都市政として「京都創生」をテーマに掲げ、その3つの柱として「景観」・「観光」・「文化」を位置づけ、市長以下、景観に対する取り組みを積極的に推進している。
- ・ 景観に関する「時を超え光り輝く京都の景観づくり審議会」答申、及び市民アンケート結果等を受け、規制の強化に向けた制度改正に取り組んでいる。
- ・ 規制の基準値は市内部で検討した結果であり、全市域に規制をかけないと京都の景観が守れないと市では認識している。

規制強化の内容

- ・ 京都の景観においては、特に周辺三山への眺望が重要なため、スカイラインを乱す屋上広告を全面禁止、可動式照明の全面禁止等の規制強化を予定している。
- ・ また、規制の適用範囲の拡大、特定屋内広告物の許可制の導入を予定している。
- ・ 世界遺産周辺等のより配慮が必要な地区などに対し、きめ細かに規制していくため、現行の屋外広告物に関するモデル地区の指定を9地域から21地域に細分化を予定している。

合意形成

- ・ パブリックコメント、アンケート、説明会の実施、庁舎での計画の閲覧等により市民の意向を把握した上で、合意形成を図っている。
- ・ 事業者の中には、市民から批判されたとしても、広告物は目立つことが重要と考えている業種も存在しており、この規制強化に対する反対の声も一定程度存在する。
- ・ また、マスコミ含め、性急に過ぎるのではないかとの声もあるが、市民や市外の方からは、もっと早くから実施すべきであったとの意見も多い。景観は公共財であるとの認識を市民、事業者双方で共有し、更なる改善を図っていく必要があると認識している。

< 屋外広告物に対する規制誘導計画の見直し概要 >

- ・ 屋外広告物規制区域を 5 種類から 9 種類に、沿道型を 3 種類から 12 種類とし、地域を細分化して規制誘導を図る。
- ・ 屋上屋外広告物を全面禁止。
- ・ 建築物等に定着させた屋外広告物の高さの上限の引き下げ、建築物に対する広告物の高さ割合を規制。
- ・ 広告物 1 個当たりの面積制限を強化。
- ・ 都心部、眺望景観に配慮する必要がある沿道において、道路への突出の禁止等を措置。
- ・ 意匠の制限を強化（点滅式照明を市内全域で禁止、写真・絵画等の表示面積を制限）。
- ・ 特定屋内広告物についても許可制とし、屋外広告物と同じ規制とする。
- ・ 屋外広告物の設置完了検査、維持管理の状況報告を義務付け。
- ・ 優良な広告物に対して、表彰や面積規制の緩和、許可期間の延長、特例許可等の誘導策を導入。
- ・ 既存不適格物件については、1 回のみ許可更新を可能とする。

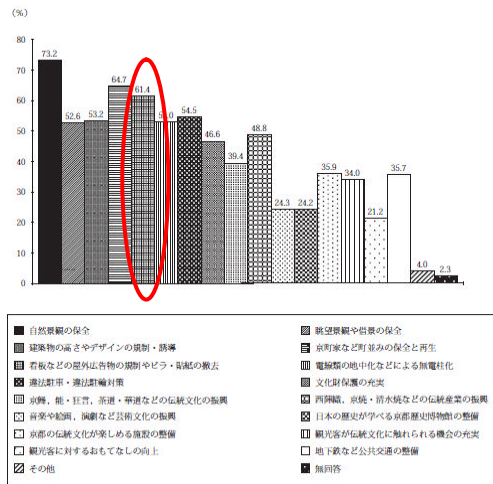
備考

市民アンケート結果

- ・ 京都市が平成 17 年 8 月に 20 歳以上の京都市民 3,000 人を対象に調査した結果（有効回答数 1,503）
- ・ 屋外広告物に関しては、下記の調査結果が得られている。

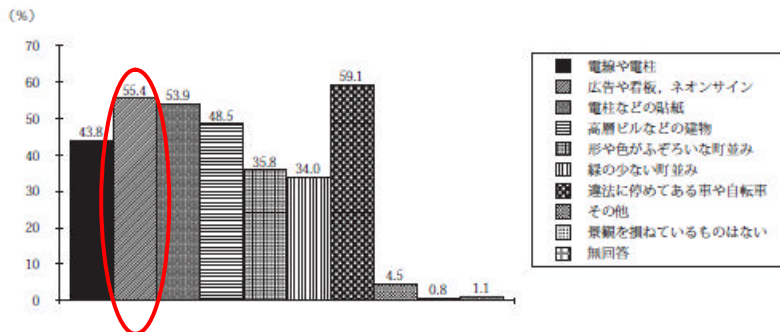
Q：京都創生を実現するために力を入れるべき施策

A：看板などの屋外広告物の規制やビラ・貼紙の撤去：61.4%



Q：景観を損ねている要因について

A：広告や看板、ネオンサイン：55.4%



出典：平成 17 年度第 1 回市政総合アンケート報告書

看板の共同化・集合化の誘導

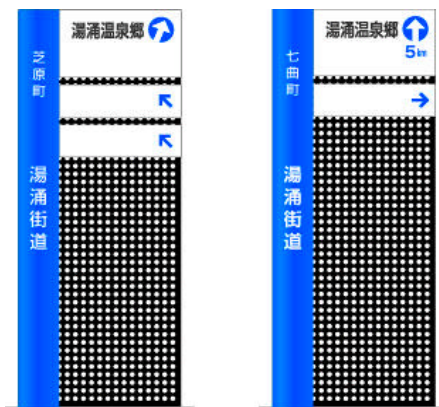
- 湯桶街道沿いでの共同看板化 -

事例地域 : 金沢市(湯桶街道)

レベル : ステップ3 屋外広告物条例の規制誘導強化

事例概要

- 湯桶街道沿道の50町会及び温泉観光協会では、平成13年に湯桶街道景観整備協議会を立ちあげ、街づくりの一貫として、沿道の美化活動や花いっぱい活動を実施してきた。こうした経緯もあり、市は、沿道を屋外広告物条例の第6種禁止地域に指定し、規制の代替措置として公共サイン(集合看板)の設置を開始した。看板に表示している施設からは、看板の維持管理費相当額として、年間3万円を徴収している。この額は自ら看板を設置する場合よりも安価とのことから、掲示希望が高い。当初、沿道に立地する温泉旅館や病院、ゴルフ場の野立看板が40基存在していたが、現在では10基に減少している。
- このサインは、用地買収によって市が設置場所を確保してきたが、適地が少なくなり、更なる設置が困難となっている。道路占用が可能となれば、この取り組みが一層推進可能となるが、収益を得ていることなどを理由に管理者である県の許可が得られない状況にある。



出典) 写真2 - 6 再掲

看板の共同化・集合化の誘導

- 住民協定を用いた看板の集合化 -

事例地域 : 福島県(磐梯山猪苗代地区)

レベル : ステップ3 屋外広告物条例の規制誘導強化

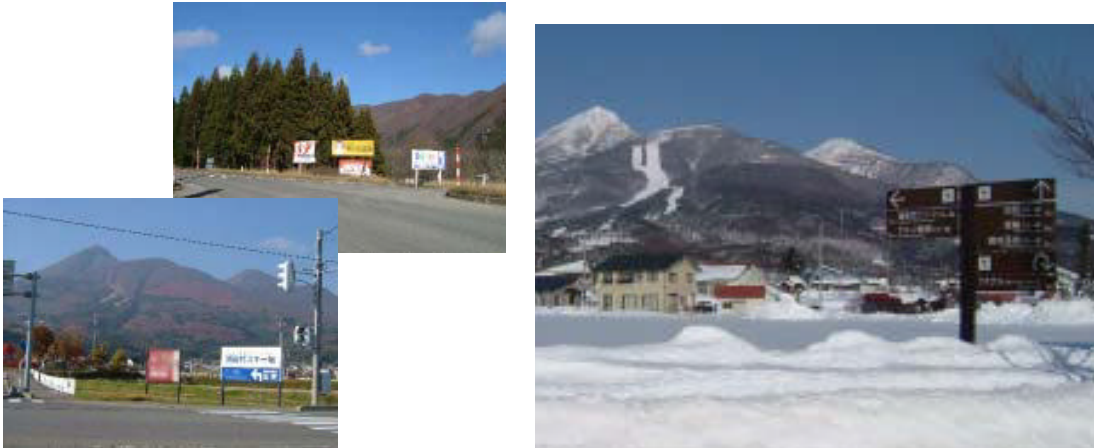
事例概要

- ・ 福島県では、屋外広告物条例の特別規制地域(第一種・二種)に指定された場合、屋外広告物は原則禁止であり、自家用広告以外の広告を設置できなくなる。そこで、磐梯山・猪苗代地区では、重点地域として同地区を指定している景観条例の「優良景観形成住民協定」を活用し、既設の屋外広告物の一定撤去と並行して、個別に掲出していた看板の集合化(集合看板)を推進した。
- ・ 具体的には、自治会、町内会、商工会、ペンション村等を1単位として「優良景観形成住民協定」を締結、協定内容に個別看板の集合化を位置付けたところに対し、県は代替広告となる集合看板を屋外広告物条例による「公共目的用広告」として設置を許可し、規制地域に設置可能とする。
- ・ 集合看板は、景観に考慮した統一デザインとし、広告内容も地域の情報に限定している。
- ・ これら住民協定を促進するため、地域内の各所で締結に向けた説明会や住民協定セミナーを開催し地元に対する周知と理解の促進を図った。



出典)「磐梯高原広域サイン計画」より

優良景観形成住民協定締結へ向けた説明会(左 磐梯町、右 猪苗代スキー場・天鏡台温泉地区)



出典) 写真 2 - 3 再掲

協定に基づく集合看板の整備例 (スキー場) 左 整備前 (個別に掲出) 右 集合看板整備後

広報いなわしろ 16.2.10

優良景観形成住民協定

志田浜観光組合と磐梯エリアスキー場協会が、それぞれ自主的に締結した景観形成住民協定が、県の景観条例に基づく優良景観形成住民協定に認定されました。

志田浜観光組合の「猪苗代湖と磐梯山が美しく見える志田浜づくり協定」は、自己用広告物の規制や砂浜の緑化などにより地域の景観を守り育てる事業を展開し、磐梯エリアスキー場協会の「四季の磐梯山が美しく見えるスキー場景観づくり協定」は、磐梯山周辺の11スキー場の共同案内看板を設置し、自然景観に調和した景観形成を推進するとのことです。

出典) 写真 2 - 4 再掲

優良景観形成住民協定についての広報

備考

- ・ 重点地域内の一部住民、特に住民協定を締結しなかったペンション経営者等からは、道沿いに広告が出せなくて困っているといった苦情が寄せられた。

簡易除却における市民ボランティア等の活用

活用事例

市民ボランティア等の活用によって違反屋外広告物等の簡易除却を推進している都道府県、政令指定都市、中核市は、次のとおりである。

	地方公共団体名	制度の名称	参加ボランティアの属性
1	岩手県	違反広告物簡易除却推進員制度	地元企業、町内会、自主グループ
2	秋田県		国、市町村、企業、組合、NPO 法人等
3	山形県	山形県簡易広告物監視員制度	講習会を受講した県・市職員
4	茨城県	茨城県まちの違反広告物追放推進制度	地域住民、企業等の登録ボランティア団体
5	栃木県	栃木県住民参加型違反広告物除却推進制度	認定された10名以上の団体(自治会、NPO法人、住民)
6	石川県	片山津魅力アップ協議会	地元住民、行政、学識者
7	福井県		少年警察賛助員 等
8	大阪府		行政、警察、電気通信事業者、鉄道事業者等
9	兵庫県	市民ボランティア	
10	奈良県		住民グループ(1町)
11	香川県	県民参加による違反広告物除却活動支援制度	3人以上のサポーター 希望団体
12	福岡県	違反広告物除却推進員設置要綱	
13	長崎県	違反広告物除却推進運動	佐世保市、大村市の自治会員
14	熊本県		3名以上の講習会を受講した団体
15	札幌市	地区違反広告物撤去推進委員会	町内会
16	仙台市	仙台市違反広告物除却活動員制度	活動員3名以上の団体
17	千葉市	千葉市屋外広告物適正化推進実施要綱	市内在住・在勤で講習会の修了者 (自治会役員中心に150名)
18	川崎市	路上違反広告物除却推進協力員	
19	名古屋市	町美運動推進委員会 違反広告物追放推進員	地域住民、商店会、事業者、行政、警察、道路管理者
20	京都市	電柱等違反広告物対策会議	国交省、警察、NTT、電力、市、地元自治会、京阪電気軌道、伏見少年歩道委員会、伏見防犯推進委員協議会等
21	大阪市	大阪市路上違反簡易広告物撤去活動員制度	2名以上の市内在住・在勤の団体
22	神戸市	神戸市はり紙、はり札、立看板除却要綱	市長と協定を結んだ地域団体等(204団体)
23	広島市	広島市路上違反広告物除却推進員制度	2名以上の市内在住・在勤の団体 (清掃業者への委託も実施)
24	北九州市	北九州市路上違反広告物除却協力団体(員)	10名以上の市内在住・在勤の団体
25	福岡市	路上違反広告物追放登録員制度	
26	川越市	川越市違反広告物簡易除却推進員	2名以上の市内在住・在勤・在学の団体
27	横須賀市	広告景観推進協力員制度	講習を受講した市民
28	相模原市	相模原市路上違反広告物追放推進員制度	市内在住・在勤の登録者
29	新潟市	環境浄化クリーン作戦	市、警察、NTT、PTA、東北電力
30	長野市		少年育成委員
31	豊田市	豊田市違反広告物追放活動制度	3名以上の市内在住・在勤・在学の団体(自治会が多数、一部法人と任意団体)

	地方公共 団体名	制度の名称	参加ボランティアの属性
32	豊橋市	豊橋市はり紙等違反広告物除却活動員制度	少年愛護センター 補導員
33	岡崎市	岡崎市違反広告物追放推進員制度	講習を受講した3名以上の市内在住・在勤・在学の団体
34	堺市	堺市路上違反簡易広告物除却活動員制度	市民ボランティア団体等
35	奈良市		2名以上の市内在住・在勤・在学の団体（21 団体 117 名）
36	姫路市	姫路市路上簡易広告物除却活動員制度	認定された法人又は地域団体
37	岡山市	違法屋外広告物の合同パトロール	市、国土交通省、警察、料飲旅館組合防犯協議会、商店会
38	高松市	高松市違反広告物簡易除却活動員制度	認定された2名以上の活動団体
39	長崎市		長崎市保険環境自治連合会
40	熊本市	熊本市違反屋外広告物簡易除却協力員制度	3名以上の市内の団体
41	大分市		青少年補導員、防犯協会
42	宮崎市		市、国土交通省、県、警察、九州電力、NTT、広告美術協同組合、ほか

その他の市民ボランティア活用事例

岐阜市では、市内自治会連合会（50 団体）に一人ずつ「屋外広告物啓発協力員」を配置し、電話や所定の報告書等による違反屋外広告物の通報協力を依頼している。協力員から違反屋外広告物の通報があった場合には専任職員が現地に急行し、簡易除却可能な物件であれば即、撤去し、店舗前の違反看板等については店主等の所有者を確認、撤去指導等の注意を行っている。

市町村向け簡易除却委任マニュアルの作成

事例地域： 岐阜県

概要

- ・ 岐阜県では、市町村主体による屋外広告物の簡易除却を積極的に進めており、簡易除却の人員確保となる民間団体への簡易除却の委任等を推薦している。
- ・ 一方で、市町村から「誰に委任して良いのかわからない。委任するための手続き等の仕方や様式がわからない。」といった委任に関する問い合わせが多く寄せられたことから、平成18年3月、屋外広告物の簡易除却を民間へ委任するための標準的な手続きを紹介した「岐阜県簡易除却委任マニュアル」を作成し、市町村による簡易除却の民間委任を進めやすいようにした。

「岐阜県簡易除却委任マニュアル」の目次

はじめに

第1.簡易除却協力団体の認定等

- 1 簡易除却協力団体の認定
- 2 簡易除却協力団体の管理

第2.権限の委任等

- 1 権限の委任
- 2 委任の範囲
- 3 委任の終了
- 4 身分証明書の交付等
- 5 講習の実施

第3.除却活動の実施

- 1 保険への加入
- 2 簡易除却の企画及び連絡
- 3 簡易除却推進員に遵守させるべき事項
- 4 実施結果の報告等

第4.モデル要綱

<参考> 他県等の事例

観光地における屋外広告物の自主撤去

事例地域 : 石川県(片山津地区)、福島県(磐梯山猪苗代地区)

レベル : 屋外広告物に対する市民の意識醸成と参加・協力の推進

事例概要

- ・ 石川県を代表する温泉地である片山津地区では、協議会の設立を境に、アクセス道路の屋外広告物の自主撤去が行われた実績がある。
- ・ 観光客の減少を契機とした温泉街の魅力アップを目的に、地元の観光会長の主導となって、住民・各種団体代表、屋外広告物業者等で「屋外広告物等魅力アップ協議会(片山津地区)」を設立、温泉地の玄関口である北陸自動車道片山津 IC から国道 8 号を経て温泉街に至る 8.2km を対象に屋外広告物についての議論を重ねたところ、この協議会を通じて、沿道の屋外広告物の自主的な撤去が進むといった効果が現れた。

屋外広告物等魅力アップ協議会(片山津地区)設立目的

観光イメージを損なう屋外広告物の乱立で、片山津温泉への主要幹線道路沿いは、自然や街の風景を著しく損なっている状況である。そのような中、柴山潟などの景勝地をはじめ、地域の自然や文化を生かした景観形成の推進が求められている。

このため、本協議会では、屋外広告物に関する法令の特性を踏まえながら、街づくり各種団体が一体となって、規制手法と有効性の検討及び協議を図り、活力ある住みよい街づくりを進めることを目的とする。

- ・ 福島県を代表する観光地として有名な磐梯山・猪苗代湖地域では、県によって景観条例と屋外広告物条例との連携した地域指定を行い、合わせて屋外広告物の撤去を義務化し、関係者への自主撤去を促した。
- ・ 福島県では、磐梯山・猪苗代湖地域を県土の景観形成を図る重要な地域として、平成 12 年 3 月、景観条例による「景観形成重点地域」に指定。更に屋外広告物についても一層の保全的な措置が必要との認識から平成 14 年 4 月、同地域を屋外広告物条例に基づく「第一種特別規制地域」に指定した。特別規制地域への指定に合わせて、平成 17 年 3 月までに建植看板(野立看板)や電柱の袖看板等の条例で不適格となる看板を撤去するよう義務づけた。
- ・ 規制地域の指定および屋外広告物の撤去の義務化決定と、更に地域の景観保全に協力

していきたいとの意向から、地元観光協会等が中心となって屋外広告物の自主撤去を実施、更に、屋外広告物撤去の取り組みの影響から、電柱等に掲出されていた袖看板・巻き看板等の自主撤去も行われた。

建植看板（野立看板）の自主撤去：約300基

袖看板・巻き看板の撤去：NTT約900枚、東北電力724枚。



屋外広告の自主撤去の様子（左 撤去前 右 撤去後）



電柱巻袖看板撤去（県道7号沿線、左 撤去前 右 撤去後）

出典)「磐梯高原広域サイン計画」より

備考

- ・ 「景観形成重点地域」の6市町村（北塩原村、河東町、磐梯町、猪苗代町、会津若松市、郡山市）によって、平成15年4月「磐梯高原広域サイン計画策定・推進協議会」が発足。また、指定地域における屋外広告物や案内サイン等の課題を解決するため、行政・民間団体等との共同で「磐梯高原広域サイン計画策定・推進委員会/幹事会」を設立し、屋外広告物や案内サインに関する計画「磐梯高原広域サイン計画」を策定している。



磐梯高原広域サイン計画策定 推進委員会の様子

出典)「磐梯高原広域サイン計画」より

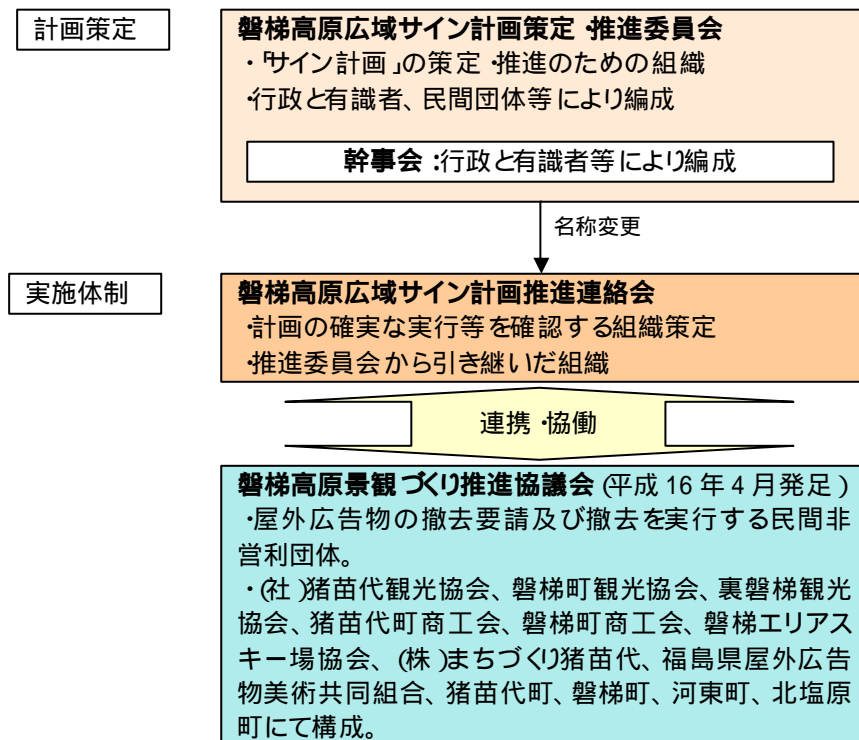
地元主体による不適格看板の一斉撤去

事例地域 : 福島県(磐梯山猪苗代地区)

レベル : 屋外広告物に対する市民の意識醸成と参加・協力の推進

事例概要

- 福島県の「景観形成重点地域」に指定された磐梯山・猪苗代地区内の 1)観光協会、2)商工会、3)スキー場協会、4)屋外広告物協同組合、5)猪苗代町、磐梯町、河東町、北塩原村の住民や事業者等によって、景観づくりに関する活動を共同で自主的に実施することを目的とした非営利団体「磐梯高原景観づくり推進協議会」を発足。初年度(平成16年度)の事業として、不適格看板(サイン)の一斉撤去を実施した。
- 同推進協議会では、まず、重点地域内の広告物に関して調査し資料を作成、この資料を基にして屋外広告物の掲出者へ撤去の協力要請や住民への説明会を約2ヶ月(10~12月)の間で実施したのち、大型の屋外広告物(建植看板=野立看板)を中心に77基の一斉撤去を行った。



屋外広告物に対する計画策定と撤去等の実施体制



屋外広告物の一斉撤去の様子 (国道49号、猪苗代町)
 (上 撤去前 右上 撤去作業 右下 撤去後)



出典)「磐梯高原広域サイン計画(平成18年5月)」より



屋外広告物の一斉撤去の様子 (剣道7号、猪苗代町)
 (上 撤去前 右上 撤去作業 右下 撤去後)



出典)「磐梯高原広域サイン計画(平成18年5月)」より

備考

撤去費用等は、掲出者からの徴収と県費・町村による補助によって賄われた。

新たな広告手法の導入 - バス停広告の事例 -

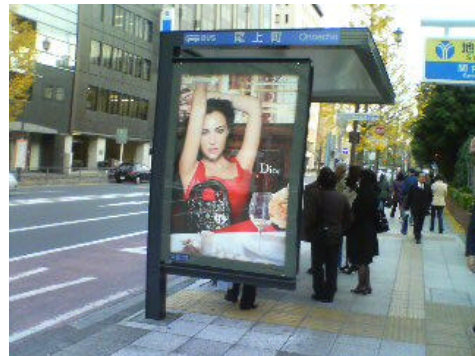
事例地域 : 横浜市

レベル : その他 (広告物の掲載手法)

事例概要

取り組み経緯

- ・ 市の財政改革の一環として、導入された民間財源を活用した公共施設の新たな整備手法である。
- ・ 市長の発案で検討がなされていたところ、平成15年に道路占用基準が緩和され、広告付きバス停上屋の設置が可能となったことから、本手法の導入が実現した。



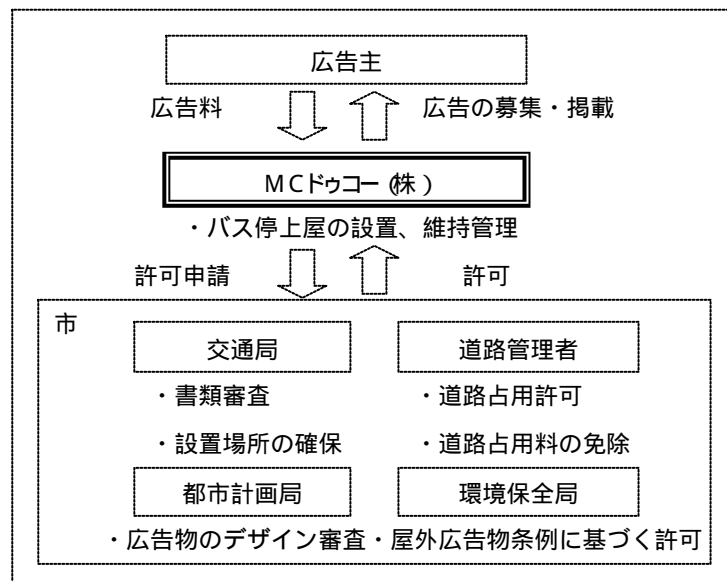
バス停広告の例

取り組みのスキーム

- ・ 本スキームを活用した事業展開を行っているのは、フランス系企業 MC ドゥコー (株) である。左記企業はバス停に掲示する広告料収入を財源とし、道路占用料の免除を受けて、バス停上屋の整備・維持管理を行う。

広告物の審査

- ・ 本スキームには市の3部局が関与している。バス事業者である交通局は、バス停上屋の設置場所の確保やバス停設置に関する申請書類の審査を行う。バス停上屋に掲載される広告物のデザインについては、都市計画局 (都市デザイン室) が、内部基準に基づいて審査及び指導を行う。屋外広告物行政を所管する環境創造局は、屋外広告物条例に基づく許可手続きを行っている。



バス停広告のスキーム図

- ・ バス停広告の掲載には、デザイン審査が存在するため、掲載を希望するのは一定水準以上のデザインの広告に限られているのが実態であり、ファッション関係等の著名な企業の広告が多くを占める。

今後の課題

- ・ 現在、バス停広告については、通常の屋外広告物とは別の体制で審査を行っているが、今後、通常の屋外広告物と同一の手続きで審査を実施していくかは検討課題である。
- ・ バリアフリー法の基準に対応しつつ、本方式のバス停を設置できる広幅員の歩道は限られており、設置場所の確保が困難なため、設置数に限りがあることも課題のひとつとなっている。

新たな広告手法の導入 - バスラッピング広告 -

事例地域 : 東京都

レベル : その他 (広告物の掲載手法)

事例概要

導入の経緯

- ・ バスラッピング広告は、公共交通における収入源のひとつとするために 2004 年 4 月に都条例を改正し、車体利用広告の面積制限を大幅に緩和することで、都営バスに導入された。

広告物の審査

- ・ バスラッピング広告の掲載デザインは、各バス業者で審査し、掲載している。

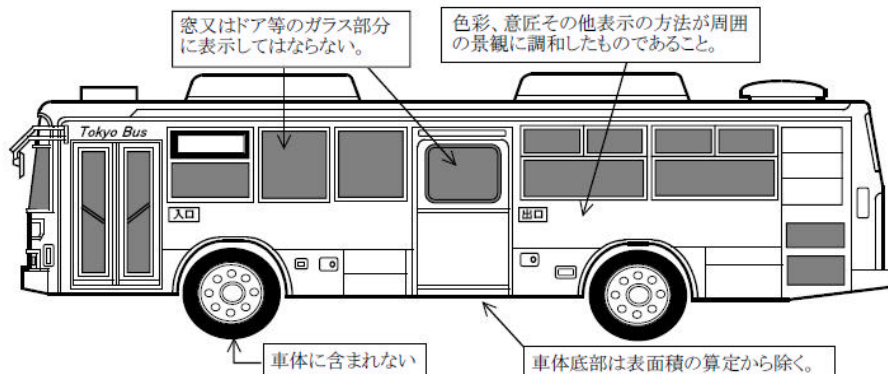
課題

- ・ 東京都の広告審議会において、屋外広告物を規制している一方で、バスラッピング広告を導入するという規制の緩和を行っていることの矛盾を指摘されている。このように賛否両論を抱えている施策となっている。

今後の活用方策

- ・ 副次的な効果として、屋外広告物の規制を強化する際の事業者に対する広告の代替手段として活用することも考えられる。

イ 路面電車、高速道路を走行しない路線バス・観光バスの車体の外面を利用する広告物等



広告物等の表面面積の合計は、車体底部を除く全表面積の10分の3以下としてください。

い。

出典) 東京都「屋外広告物のしおり」より

車体利用広告の掲載内容 (一部)

表 4-4 課題と解決に向けての参考事例

平成 17 年度屋外広告物規制等現況調査報告書(平成 18 年 3 月/国土交通省都市地域整備局
公園緑地課)の自由記述に挙げられた課題と解決に向けての参考事例

	違反屋外広告物の課題 ¹	解決に向けての参考事例等
法令上の課題	・建物の窓の内側から表示した広告物には規制が及ばない。	屋外広告物等に関する条例により窓ガラス等内側表示による広告物を「特定屋内広告物」として規制。(京都市)
	・道路上の不法占用広告物に対する簡易除却制度が必要。	屋外広告物条例改正による規制強化(路上等に放置されている移動が容易な広告物(のぼり旗等)の撤去等)(宮崎市 他) 沿道商店主への撤去を促すパンフレット、啓発チラシ等の配布(仙台市、大阪市、等)
	・県条例は県内を一律に規制するため、地域の特性に応じた規制が可能となるような制度が必要。(条例制定権限のない市町村において、県条例よりも強い規制をかけることが困難)	住民による看板広告の規制(住民が地権者2/3の合意で区市町村に「広告誘導地区」を申請、都の指定で実施)(東京都) 広告関連物の設置規制を目的とした「街づくり協定」の締結。(法的拘束力はなく、地方公共団体への協力仰ぐ)(横浜市) 県の条例による屋外広告物重点対策地区やモデル地区の指定(岐阜県、長崎県、等)
	・広告物の設置を行うものが届出、登録の対象となっているが、元請に責任を持たせる必要がある。 ・広告主に対する罰則、費用請求制度が必要。 ・除却した物件の保管が負担となっている。	改正屋外広告物法による広告業者の登録制導入 違反業者や広告主の氏名公表、登録取り消し等、業者及び依頼主の責任明確化(佐賀県、富山県、等)
運用上の課題	・広告主等の依頼者の法令に対する認知度が低く、業者も説明を行っていない。 ・法令の認知度が低い。	屋外広告物についての講習会の実施(宮城県、岡山県、等) 地元住民、広告依頼主、設置業者等による協議会の設置・開催(岐阜県、加賀市、等) 沿道商店主への撤去を促すパンフレット、啓発チラシ等の配布(仙台市、大阪市、等) 優良な屋外広告物への表彰制度、コンクール等の実施(岐阜県、京都市、札幌市等) 違反広告物に関する委嘱ボランティアによる巡回指導(宮崎県、等)
	・色彩の制限が困難。	景観計画重点区域等の指定地域における色彩規制(京都市、金沢市、小田原市等) 景観色70色を設定した大規模建築物ガイドラインを策定。ガイドライン作成に関わった塗装工業会の有志等の協力により一般住宅への適用拡大。(札幌市) 「青山通り街並み協定書」による沿道基本カラー「茶、ベージュ、グレー、白」の指定(東京都)
	・避難場所案内付き広告の掲出等、掲出者にとっては社会貢献と考えているものが混乱を招く場合がある。	無許可の住宅地図看板の一斉撤去を実施(佐賀市)
	・繰り返し出し入れされる広告物や強固に固定された広告物の簡易除却が困難。	悪質な違反者等に対する懲役、罰金等の罰則強化(改正屋外広告物法) 屋外広告物条例による規制地域の指定、業者への撤去要請(磐梯高原・猪苗代地区) 景観形成地区において調和を乱す看板撤去に対し助成(長崎県、等) 違反物件に対し文書等で注意・取締りを実施。従わなかった業者については刑事告発等により撤去。(横浜市)
	・簡易除却の条件である「容易に」、「管理されずに」が不明確。	路上放置の違反広告物全てを簡易除却できる特区を申請(岐阜市、倉敷市等 ²) 景観法に基づく罰則付きの景観条例を制定(道路脇の広告看板規制・撤去。検討中)(札幌市)
		-

1: 「違反広告物の課題」については、平成 17 年度屋外広告物規制等現況調査報告書「自由記述回答」(公園緑地課)より要約

2 H16 年度の屋外広告物法一部改正により、特区以外の地域でも導入が可能