

# 観光立国の観点から見た 屋外広告物のあり方検討業務

## 報告書

平成19年3月

国土交通省総合政策局

# 目次

1. はじめに.....	1
1 - 1 背景と目的.....	1
1 - 2 本書の構成と作業フロー.....	1
2. 違反屋外広告物の除却等に関する実態把握.....	2
2 - 1 屋外広告物を規制誘導する手法の整理.....	2
(1) 屋外広告物に対する規制誘導手法の傾向.....	2
(2) 屋外広告物法について.....	2
(3) 各種法令による屋外広告物等の規制誘導等.....	8
2 - 2 屋外広告物条例の規制内容に関する実態整理.....	12
(1) 観光地の類型化.....	12
(2) 規制内容.....	14
(3) 規制の運用.....	22
(4) その他特徴的な取り組み.....	23
2 - 3 違反屋外広告物の除却等の実施状況に関する実態把握.....	52
(1) ヒアリング実態調査地域の設定.....	52
(2) 実態調査結果.....	53
3. 違反屋外広告物の除却等に関する現状及び課題の整理.....	88
3 - 1 観光地の類型別の現状.....	88
3 - 2 法令に関する事項.....	89
(1) 屋外広告物条例における禁止地域の指定拡大について.....	89
(2) 自家用広告物の規制強化について.....	90
3 - 3 運用に関する事項.....	91
(1) 違反屋外広告物の除却の徹底について.....	91
(2) 屋外広告物の規制誘導に関わる体制の強化について.....	92
(3) 重点的な取り組みを行う地区の指定など個別地域の取り組み推進について..	93
(4) 広告物の自主的改善に向けたデザイン誘導について.....	94
3 - 4 その他の事項.....	95
(1) 市民、広告主・広告事業者の意識醸成と各主体の連携協力について.....	95
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.....	96
4 - 1 観光地における屋外広告物の規制誘導の進め方.....	96
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.....	98
4 - 3 屋外広告物の規制誘導等推進方策の優良事例.....	99

# 1. はじめに

## 1 - 1 背景と目的

観光立国の実現については、2010年までに訪日外国人旅行者数を1000万人に増加させることを当面の目標として、国を挙げて様々な取り組みが進められている。

観光立国実現には「日本の魅力・地域の魅力の確立」「日本ブランドの海外への発信」と併せて、官民一体となって良好な景観形成や旅行しやすい観光地づくりを推進する等の「観光立国に向けた環境整備」が重要である。

2004年の景観法成立を契機として各地で様々な取り組みが増えつつあるものの、依然として、多くの観光地では違反屋外広告物等が乱立する状況が見受けられる。これは、良好な景観を阻害しているという点だけでなく、訪日外国人をはじめとする観光客の一人歩きを助ける案内標識の視認性を低下させている点からも問題となっている。

そこで、本業務では、観光立国に向けた環境整備を推進するため、特に良好な景観形成の阻害要因及び本来必要な案内標識の視認性確保の阻害要因と考えられる違反屋外広告物に着目し、その除却等の徹底及び適切な屋外広告物のあり方のための基礎資料を作成することを目的とする。

## 1 - 2 本書の構成と作業フロー

本書は、下記項目について検討し、成果を作成した。

- 違反屋外広告物の除却等に関する実態把握
- 違反屋外広告物の除却等に関する現状及び課題の整理
- 観光地等景観上重要な位置付けが想定される地区における違反屋外広告物の除却等推進方策の検討

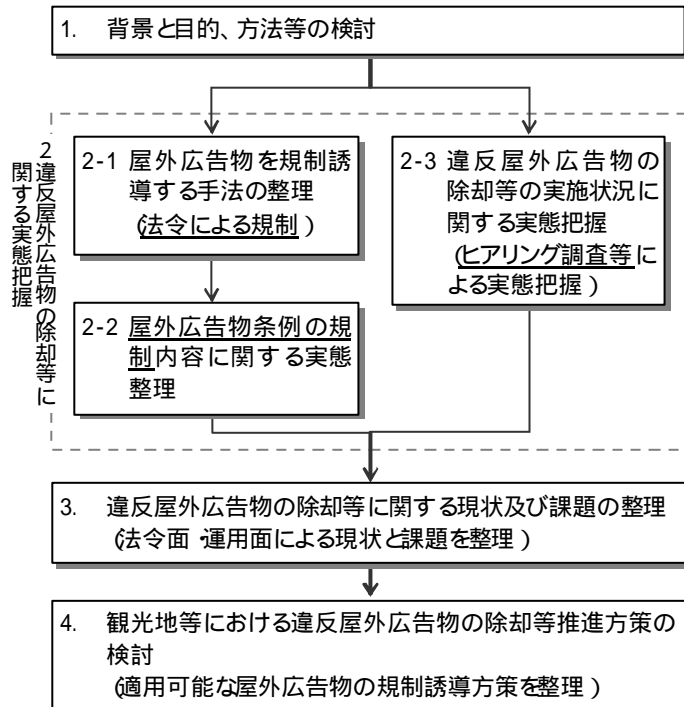


図 1 - 1 作業フロー図

## 2. 違反屋外広告物の除却等に関する実態把握

### 2 - 1 屋外広告物を規制誘導する手法の整理

各地方公共団体が導入可能な屋外広告物を規制誘導するための手法について、現行制度（規制誘導できる地区要件や物件等）を整理した。

#### （1）屋外広告物に対する規制誘導手法の傾向

- ・ 現在、屋外広告物を規制誘導する法律としては、屋外広告物法（昭和 24 年法律第 189 号）がある。本法によって、屋外広告物の表示や掲出物件の設置等に関する基準を規定している。現行の屋外広告物法では、屋外広告物の規制に関する事務は地方公共団体（都道府県、指定都市、中核市、一部の景観行政団体）が主体となり、地域の実情等に即した規制を条例に基づいて行うこととしている。
- ・ 実際の屋外広告物の表示や掲出物件の設置等に関する具体の規制事項・要件は、地方公共団体（都道府県、指定都市、中核市、一部の景観行政団体）毎に制定している。

景観法の成立によって、指定都市や中核市以外の景観行政団体についても、屋外広告物に関する条例を定められることとなった。

#### （2）屋外広告物法について

- ・ 屋外広告物法は、「良好な景観を形成し、若しくは風致の維持し、又は公衆に対する危害を防止するために、屋外広告物の表示及び屋外広告物を掲出する物件の設置並びにこれらの維持並びに屋外広告業について、必要な規制の基準を定めることを目的」としたものである。
- ・ 屋外広告物法は、屋外広告物及び屋外広告業に対し、良好な景観の形成及び風致の維持、公衆に対する危害の防止の 2 つの観点から規制を行うための基準を定めている。屋外広告物に関する規制誘導する法律は、広告物取締法（明治 44 年法律第 70 号）（旧法）が最初で、その後、昭和 24 年に新憲法と地方自治法に基づいて全面的に改定され、現行の屋外広告物法が制定された。
- ・ 旧法では、美観風致の維持、安寧秩序の維持、善良風俗の保持、危害防止の 4 つの観点により規制を行っていた。一方、現行の屋外広告物法では、美観風致の維持（平成 16 年の第 4 次改正後、「良好な景観の形成及び風致の維持」に変更された。）危害防止、の 2 つの観点から規制するとしている。
- ・ また、旧法では、広告物の規制に関する事務を国の事務とし、都道府県知事へ委任し、都道府県知事が規則を定めて規制していた。現行の屋外広告物法では、都道府県が主体の自治改訂事務とし、都道府県の条例に基づいて規制することとしている。



- ・ 現行の屋外広告物法は、以下のとおり現在までに大きく4回改正されている。
  - 第1次改正（昭和27年）：公告を前提とする略式の代執行の規定等が追加された。
  - 第2次改正（昭和38年）：違反はり紙について、行政代執行の手続きなしで速やかに除却（簡易除却）できる規定等が追加された。
  - 第3次改正（昭和48年）：簡易除却措置の対象としてはり札や立看板等が追加された。屋外広告物業者の届出制度が導入された（屋外広告物業の定義付け）。
  - 第4次改正（平成16年）：簡易除却措置の対象が緩和された（のぼり旗等へ拡大する等）。許可対象地域が全国拡大された。景観行政団体（市町村）が屋外広告物条例を策定することが可能となった。屋外広告物業者の登録制が導入された。

#### 屋外広告物の定義

- ・ 屋外広告物法では、営利、非営利を問わず、次の4つの要件全てを満たしているものを屋外広告物として定義している。（法第2条第1項）

表 2-1 屋外広告物の要件

屋外広告物の4つの要件	備考
常時又は一定の期間継続して表示されるもの	定着して表示されていることを示しており、例えばビラやチラシ等は電柱・塀等に貼付された段階で定着したと判断され、屋外広告物としての扱いとなる。また、可動式広告や自動車・電車等の車体広告等も、「一定の期間継続して表示」されることから、屋外広告物扱いになる。
屋外で表示されるもの	建物等の外側から展示物を設ける広告物は屋外広告物の扱いとなる。しかし、建物等の内側から展示を設ける場合は、屋内広告物となり、屋外広告物とはならない。
公衆に表示されるもの	建物の外側からの掲出であっても、中庭のような閉鎖的な空間に掲出している場合は、公衆の表示に該当せず、屋外広告物に該当しない。また、駅、乗船場、空港等の内側は、当該施設の管理者の管理権に基づくことから、屋外広告物に該当しない。
看板、立看板、はり紙、はり札、広告塔、広告板、建物や工作物等に掲出・表示されたものやこれに類するもの	煙突や塀等の工作物、岩石や樹木等について、これらを利用し広告を掲出した段階で、屋外広告物となる。

#### 屋外広告物業者の定義

- ・ 屋外広告物法において、屋外広告物業者とは「屋外広告物の表示又は掲出物件の設置を行う営業」と定義されている。したがって屋外広告物の表示や掲出物件の設置等を業として請け負わない広告代理業や屋外広告物の印刷・製作等、実際に屋外広告物の表示や、掲出物件の設置を行わないものは、該当しない。

## 屋外広告物等の制限について

### 広告物の表示等の禁止

- ・ 条例で定めるところにより、下記について屋外広告物の表示等を禁止することができる。

#### 1) 良好な景観・風致目的のために、広告物の表示や掲出物件の設置を禁止できる地域や場所（法第3条第1項）

- ・ 都市計画法による第1種低層住居専用地域、第2種低層住居専用地域、第1種中高層住居専用地域、第2種中高層住居専用地域、景観地区、風致地区又は伝統的建造物群保存地区
- ・ 文化財保護法の規定により指定された、建造物の周囲や都道府県が定める範囲内にある地域等
- ・ 森林法による保安林として指定された森林のある地域
- ・ 道路、鉄道、軌道、索道又はこれらに接続する地域で、良好な景観又は風致を維持するために必要があるものとして、都道府県が指定した地域
- ・ 公園、緑地、古墳又は墓地
- ・ 都道府県が特に禁止指定する地域や場所

#### 2) 良好な景観・風致目的のために、広告物の表示や掲出物件の設置を禁止することができる物件（法第3条第2項）

- ・ 橋梁
- ・ 街路樹、路傍樹
- ・ 銅像、記念碑
- ・ 景観法により指定された景観重要建造物、景観重要樹木
- ・ 都道府県が特に禁止指定する物件

#### 3) 公衆に対する危害防止のために必要な場合（法第3条第3項）

都道府県は条例で定めるところにより、公衆に対する危害を防止するために必要があると認めるときは、広告物の展示又は掲出物件の設置を禁止することができる。

### 広告物の表示等の制限（法第4条）

- ・ 屋外広告物の表示等の制限については、良好な景観・風致目的のために、都道府県の条例により、広告物の表示や設置に際して、都道府県知事の許可を受けなければならないとすることやその他の必要な制限を設定できるとしている。

### 広告物の表示の方法等の基準（法第5条）

- ・ 良好な景観・風致目的のために、広告物の形状（高さ、幅等）、面積、色彩、意匠その他表示の方法の基準、掲出物件の形状、設置方法、維持方法の基準を定めることができるとしている。

## 景観計画との関係（法第 6 条）

- ・ 景観計画に広告物の表示及び掲出物件の設置に関する行為の制限に関する事項が定められた場合において、景観行政団体における屋外広告物の規定については、景観計画に基づいて規定することとし、指定都市及び中核市以外の景観行政団体である市町村による屋外広告物条例の制定・改廃も可能としている。

## 監督について

### 違反に対する措置

- ・ 違反屋外広告物に対する措置としては、下記のものあげられる。
- 1) 措置命令（法第 7 条第 1 項）
    - ・ 違反した広告物や掲出物件が表示、設置された場合や何らかの理由で違反状態となるに至った場合には、条例の定めるところにより、都道府県知事は、屋外広告物の表示、設置の停止等、必要な措置を命じることができるとしている。（必要な措置とは、除却、改修、移転、修繕、許可の取消、口頭による指導指示等である。）
    - ・ 措置を命ぜられる相手は、「違反した広告物を表示または違反した掲出物件を設置した本人」、「依頼を受けて、又は他人のために広告を表示・掲出した屋外広告物業者」、「業者に広告の表示・掲出を委託した広告主」や「管理者」である。
    - ・ 必要な措置が命令されても、措置に係る義務を履行しない場合には、都道府県知事は、原則として、行政代執行の手続を採ることができる。措置命令の詳細については、都道府県による条例で規定される。
  - 2) 相手方が確認できない場合の略式の代執行手続（法第 7 条第 2 項）
    - ・ 違反した広告物や掲出物件が表示・設置された場合や何らかの理由で違反状態となるに至った場合で、それらの物件を設置した者や管理者等が確認できない場合、都道府県知事は必要な措置を地方公共団体もしくは委託した者に行わせることができる。
    - ・ 相手方を確認できない場合の行政代執行の手続が現実的ではないとの観点から、略式の手続として認められている。ただし、広告板や広告塔等は、ある程度の財産価値を持っているため、条例で定める期限内に必要な措置を講じなかった場合に、地方公共団体もしくは委託した者が除却することを公告しなければならないとしている。
  - 3) 行政代執行の要件の明確化（法第 7 条第 3 項）
    - ・ 違反した広告物や掲出物件を表示・設置した者や管理者等が確認でき、措置を履行しない場合や履行しても十分でない場合、または期限内に履行できない場合に、都道府県知事は必要な措置を地方公共団体もしくは委託した者に行わせることができ（行政代執行）その費用を義務者（違反者）から徴収することができるとしている。

表 2-2 行政代執行の手続

手続	内 容
戒告	定められた期限内に必要な措置を履行しなかった場合、代執行を行うことを文書で通知。
代執行令書による通知	定められた期限内に必要な措置を利用しなかった時に通知する。
特例	非常の場合や危機切迫の場合で、 の手続をとる暇がないとき、を省略できる。
代執行	必要な措置を地方公共団体もしくは委託した者が行う。
物件の引渡し	
費用の納付命令	必要な措置を履行した際に要した費用の納付額と納付期日を文書で知らせる。
強制徴収	納付期日までに費用が納付されない場合、徴収する。

#### 4)簡易除却（法第7条第4項）

- ・ 屋外広告物条例に違反している広告物や掲出物件が、はり紙、はり札等、広告旗、立看板等の簡易な広告物や掲出物件である場合については、それらの物件を設置した者や管理者等が確認できる場合でも、簡易な除却措置を地方公共団体もしくは委託した者に行わせることができるとされている。
- ・ 条例に違反した広告物・掲出物が、はり紙である場合は次の の要件、はり札等、広告旗、立看板等の場合は次の と の両方の要件を満たした時に簡易除却ができる。

##### < 簡易除却の要件 >

次の3つのいずれかの要件が該当する。

- i 都道府県知事の許可を受けるべき広告物・物件であることが明らかにわかるにもかかわらず、許可を受けないで表示・設置されているとき
- ii 条例で定められている適用除外の要件に該当しないと明らかにわかるにもかかわらず、表示・設置されているとき
- iii 条例に明らかに違反して表示・設置されていると認められるとき

管理されずに放置されていることが明らかであること。

##### < 簡易除却の対象物件 >

- ・ はり札等： ペニヤ板やプラスチック版等に紙を貼ったもの、または直接塗装・印刷して、容易に取り外しできる状態で工作物等に取り付けられているはり札やこれに類する広告物。
- ・ 広告旗： 容易に移動、取り外しのできる状態で立てられ、または工作物等に取り付けられている広告旗。のぼり旗。
- ・ 立看板： 容易に取り外しのできる状態で立てられ、または工作物等に取り付けられている立看板やこれに類するもの。

野立看板のように土地に固定された状態で建植されたものの簡易除却は認められていない。

<簡易除却の措置を行える主体>

都道府県知事

知事の命じた者：屋外広告物に関する事務の執行一般について知事の指揮監督を受ける者（通常は所属の職員）。

知事が委任した者：屋外広告物に関する事務の執行一般について知事の指揮監督を受ける以外の者（電気事業者、電気通信事業者、ボランティア等）。

の場合、知事又は知事の命じた職員の監督の下に、除却作業等を第三者（民間清掃業者や民間ボランティア等）へ委託できる。

除却した広告物等の保管、売却又は廃棄

- ・ 除却した広告物等の保管、売却又は廃棄に関する規定は次のとおりである。

1) 除却した広告物等の保管（法第 8 条第 1 項）

- ・ 略式代執行や簡易除却した広告物等は、はり紙を除き保存しなければならない。

2) 保管した広告物の返還のための公示（法第 8 条第 2 項）

- ・ 保管した広告物等を所有者等へ返還するため、公示を行わなければならない。

3) 保管した広告物等の売却等（法第 8 条第 3 項）

- ・ 下記のいずれかを満たす場合、広告物を売却して現金化し保管することができる。

広告物が滅失、破損する恐れがある場合

次の 2 つを満たす場合

(1) 公示日から所定の期間を過ぎても広告物を返還することができないとき。

簡易除却されたはり札等、広告旗、立看板 2 日以上で条例の定める期間

特に貴重な広告物・掲出物件 3 ヶ月以上で条例の定める期間

上記以外の広告物・掲出物件 2 週間以上で条例の定める期間

(2) 広告物等の価格と比べて、不当に高い保管費用または手数料がかかるとき

4) 保管した広告物等の廃棄（法第 8 条第 4 項）

- ・ 売却しようとした広告物について、下記の全ての要件を満たす場合には破棄できる。

広告物・掲出物件の価格が著しく低い場合

買受人がない場合、もしくは、買受人がないことがあきらかである場合

5) 売却費用の支弁（法第 8 条第 5 項）

- ・ 広告物・掲出物件の売却代金は、売却までに要した費用に充てることができる。

6) 除却に要した費用の負担（法第 8 条第 6 項）

- ・ 違反広告物の除却、保管、売却、公示等で要した費用は、広告物等の所有者等に負担させることができる。

7) 保管した広告物等の所有権の帰属（法第 8 条第 7 項）

- ・ 保管した広告物が 6 ヶ月経過しても返還できないときは、その所有権は都道府県に帰属する。

### (3) 各種法令による屋外広告物等の規制誘導等

- ・ 屋外広告物に対する規制誘導については、(1)で述べたとおり、屋外広告物法に基づき都道府県等によって制定された条例で可能である。ここでは屋外広告物法を含む各種法令における屋外広告物の規制誘導の適用可能性を把握するため、以下の各法令を対象に、その概要を取りまとめた。
- ・ さらに、各法令における適用可能な要件に対して、屋外広告物の規制誘導や除却に関連の高い法令を抽出し、屋外広告物等への適用措置及び景観的観点からの規制適用や除却の可否等について整理した。(表 2-3)

#### 対象とした法令

屋外広告物法
景観法
都市計画法
建築基準法
道路法・道路交通法
文化財保護法
自然公園法
都市緑地法
幹線道路の沿道の整備に関する法律
集落地域整備法
観光立国推進基本法(平成19年1月施行、観光基本法の全面改定)
首都圏近郊緑地保全法
その他(密集市街地における防災街区の整備の促進に関する法律、古都における歴史的風土の保存に関する特別措置法、公職選挙法、行政代執行法)

#### 各法令における屋外広告物の規制誘導の概要

美観風致の維持のための屋外広告物の表示や掲出物件の設置については、原則として「屋外広告物法」に基づいた各都道府県の屋外広告物条例にて規制、取り締まることが可能である。平成16年の法改正により、これまで必要な規制誘導等ができなかった人口5,000人未満の町村においても可能となった。

「景観法」では、景観計画に屋外広告物の表示及び屋外広告物を掲出する物件の設置に関する行為の制限に関する事項を定めることができる。なお、景観計画にこれらの事項が定められた場合には、屋外広告物法に基づく屋外広告物条例は、当該景観計画の内容に即して定められることとなる。

「都市計画法」では、地区計画により、工作物の形態意匠等の制限を行うことや風致地区を定め、工作物の建設等について許可にかからしめることができる。

「建築基準法」では、安全性の観点から、防火地域内の看板や広告塔等に関して、建築物の屋上に設けるもの又は高さ三メートルをこえるものに対する不燃化が規定されている。

「道路法」では、道路を占有する広告物に対して規制が可能だが、違反広告物等の除却等の記載はない。一方「道路交通法」では、同法に第2条第1項で規定する道

路(道路法で規定する道路、道路運送法で規定する自動車道等)を対象にしており、道路交通の危険防止等の措置として、屋外広告物を含む物件の規制や除却等を規定している。

「文化財保護法」では、屋外広告物の表示等による現状変更行為や影響を及ぼす行為に対して規制可能である。また、同法における伝統的建造物群保存地区については、市町村条例により必要な措置を規定可能である。

「自然公園法」では、同法に基づいて指定された特別地域や普通地域において、屋外広告物や類似する工作物の規制誘導等が可能である。特別地域は許可なしで表示することが一切できない。普通地域であっても国立公園は環境大臣、国定公園は都道府県知事への届出が必要となる。都道府県立自然公園については、各都道府県で制定する条例によって規制誘導等が可能である。同法は、自然環境の維持・保全といった見地から、指定地域内への建築物、工作物等は整備させないことを基本スタンスとしており、違反に対しても撤去・除却を含む現状復帰を基本としている。

「都市緑地法」では、緑地保全計画等で定めた基準を元に必要な措置等の規定が可能である。

「幹線道路の沿道の整備に関する法律」では、沿道地区計画により、工作物の形態意匠等の制限を行うことができる。

「集落地域整備法」では、集落地区計画により、工作物の形態意匠等の制限等を行うことができる。

「観光立国推進基本法(「観光基本法」の全部改定による)」では、「法制上の措置等(第7条)」として「政府は、観光立国の実現に関する施策を実施するため必要な法制上、財政上又は金融上の措置その他の措置を講じなければならない。」としている。更に「観光地における環境及び良好な景観の保全(第24条)」において、観光地における環境や景観保全を図るために、屋外広告物に関する制限等の必要な施策を講ずるものとするとしている。

この他、「古都における歴史的風土の保存に関する特別措置法」や「首都圏近郊緑地保全法」、「密集市街地における防災街区の整備の促進に関する法律」でも違反屋外広告物の制限等は可能である。また、公職選挙法や行政代執行法等にも、屋外広告物に関する規制誘導等の規定が含まれるが、一般的に規制誘導等として使用される法令ではないと考えられる。

表 2-3 屋外広告物の規制誘導に関連する法令における、対象物の規制及び  
景観的視点による除却の可否(1/2)

法令名	地域・ 範囲等	屋外広告物等に関する適用措置	景観的観 点からの 規制適用	除却の 可否	拠り所とする 条文	備考 (施行令等)
道路法		<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 広告塔、広告物等がかつ政令で定めるものについては、道路管理者による道路占用許可があれば可能。但し、道路交通法による規定の適用を受ける場合には所轄警察署長と協議が必要となる。</li> <li>・ 違反工作物等に対する除却等についての記載はなし。</li> </ul>	×	×	道路法第32条 (道路の占用の許可) 道路法施行令第7条	
道路交通法		<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 政令で定めるものについては、所轄警察署による道路使用の許可があれば可能。</li> <li>・ 道路交通に関する禁止行為とみなされた場合、違反に係る工作物等の除去、移転又は改修等、道路における危険防止、交通の妨害を排除するための措置が可能。</li> </ul>	×		道路交通法第76条(禁止行為) 道路交通法第77条(道路の使用の許可) 道路交通法第81条(違法工作物等に対する措置)	
自然公園法	特別地域	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 広告物(その他これに類する物の掲出、設置、広告に類する工作物等を含む)は、許可なしに表示できない。</li> </ul>			自然公園法第13条	違反した場合、原状回復もしくは、代わるべき必要な措置が前提。
	普通地域	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 広告物等の行為の種類、場所、施行方法及び着手予定日等の届出が必要。</li> <li>・ 国立公園(環境大臣)、国定公園(都道府県知事)が、公園の風景保護が必要と認めるときは、届出をした者に対して行為の禁止、制限等、規制が可能。</li> <li>・ 違反に対しては中止を命じ、原状回復これに代わるべき必要な措置が取れる。</li> </ul>			自然公園法第26条	
	都道府県立自然公園	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 公園の風致を維持するため、上記の特別地域、普通地域等における規定の範囲内において条例で規制が可能。</li> </ul>		(条件に基づく規定が必要)	自然公園法第60条	
建築基準法	防火地域	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 防火地域内の看板や広告塔等に関しては、建築物の屋上に設けるもの又は高さ三メートルをこえるものについて不燃化が必要。</li> </ul>	×	×	建築基準法第66条	
都市計画法	地区計画	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地区整備計画では、建築物等への規定の他、壁面後退区域における工作物の設置の制限が規定可能。</li> <li>・ 建築物等に関しては、建築基準法で規定。</li> </ul>	(良好な居住環境として規定)	(条件に基づく規定が必要)	都市計画法第12条の5	都市計画法施行令の地区計画の区域内における建築等の規制として、「屋外広告物で表示面積が1平方メートル以下であり、かつ、高さが3メートル以下であるものの表示又は掲出のために必要な工作物の建設」には届出が必要。
	風致地区	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 風致地区内については、政令で定める基準に従い、地方公共団体の条例で規制可能。</li> </ul>	(条例の制定が必要)	(条件に基づく規定が必要)	都市計画法第58条	



表 2-3 屋外広告物の規制誘導に関連する法令における、対象物の規制及び  
景観的視点による除却の可否(2/2)

法令名	地域・ 範囲等	屋外広告物等に関する適用措置	景観的観 点からの 規制適用	除却の 可否	抛り所とす る条文	備考(施行令等)
都市緑 地法	緑地保 全地域	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 緑地保全地域では、行為の規制や措置の基準等を緑地保全計画で規定可能。</li> <li>・ 保全が必要と認める場合、緑地保全計画で定める基準に従って、当該行為の禁止、制限、必要な措置が可能。</li> <li>・ 違反者に対して、原状回復もしくは代わるべき必要な措置が可能。</li> </ul>			都市緑地 法第 6 条、 第 8 条、第 9 条	
	特別緑 地保全 地区	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 風致又は景観が優れている、動植物の生息地又は生育地として適正に保全する必要がある場合、都市計画に特別緑地保全地区として規定可能</li> <li>・ 広告物(その他これに類する物の掲出、設置、広告に類する工作物等を含む)は、許可なしに表示できない。</li> <li>・ 規定違反者に対して、原状回復もしくは代わるべき必要な措置が可能。</li> </ul>			都市緑地 法第 12 条、 第 14 条、第 15 条	
	地区計 画等の 区域内 におけ る緑地 保全	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地区計画等緑地保全条例に基づき、区域内における必要な条件等の規制が可能。</li> <li>・ 規定により、原状回復等の命令、立入検査等が可能。</li> </ul>			都市緑地 法第 20 条、 第 22 条	
生産緑地法		<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 農林漁業と調和した都市環境の保全等良好な生活環境の確保に相当の効用のある市街化区域内の農地等に対して、一団のものの区域について、都市計画に生産緑地地区を規定可能。</li> <li>・ 地区内では、広告物(その他これに類する物の掲出、設置、広告に類する工作物等を含む)は、許可なしに表示できない。</li> <li>・ 規定違反者に対して、原状回復もしくは代わるべき必要な措置が可能。</li> </ul>			生産緑地 法第 3 条、 第 8 条、第 9 条	
文化財 保護法	史跡名 勝天然 記念物	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 広告物の掲出を含む、現状変更、保存に影響を及ぼす行為は、許可なしにできない。</li> <li>・ 影響を及ぼした者に対しては、原状回復を命令。また、原状回復に関し必要な措置が可能。</li> </ul>			文化財保 護法第 109 条	
	重要文 化的景 観	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 景観法による景観計画区域等で、市町村が保存のため措置している重要なものを重要文化的景観として選定。</li> </ul>			文化財保 護法第 134 条	
	伝統的 建造物 群保存 地区	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 市町村条例により、必要な現状変更の規制や保存のため必要な措置を規定可能。</li> </ul>	(条例の 制定が必 要)	(条件に基 づく規定が 必要)	文化財保 護法第 142 条	

## 2 - 2 屋外広告物条例の規制内容に関する実態整理

観光地における屋外広告物条例の規制内容について、法令に基づく地域指定の状況及び規制誘導物件の状況、屋外広告物法第7条の措置状況について整理した。整理にあたっては、観光地を特性別に類型化し、類型に基づいて具体的な地域を抽出した。

### (1) 観光地の類型化

観光地の地域特性により、屋外広告物に起因する問題点や課題の内容が異なると考えられる。例えば、自然景観を魅力とする観光地では、野立看板等による景観阻害による地域イメージの低下が考えられる。一方、都市型の観光地では、立看板等による案内標識等の視認性低下が大きな課題になると考えられる。

そこで、本調査では、

- ・自然景観型（自然景観が卓越する地域）
- ・歴史・文化型（歴史的な文化財等が集積する地域）
- ・都市・文化型（都市内に近現代的な観光拠点が集積する地域）
- ・都市・賑わい型（大都市の都心部の繁華街）

の4つの地域に観光地を類型化して整理した。

表 2-4 本調査における観光地の類型

類型	観光地としての特性	屋外広告物に起因する主な課題例	考えられる地域の例
自然景観型	自然公園に指定されている区域や温泉地など、自然の風景等が観光資源の核となる地域。	郊外部に立地しやすい広告物（野立看板等）による自然景観の阻害。	北海道、長野県ほか
歴史・文化型	伝統的建造物群保存地区などに指定された古くからの街並みが観光資源となる地域。	都市内部に多い広告物（屋上広告・袖看板等）による歴史的な景観の阻害。	京都市、金沢市（茶屋街）ほか
都市・文化型	近代の歴史的な建造物の集積や、海辺の観光拠点など近現代的な文化資源が都市内に集積する地域。	屋上広告・袖看板等の都市内部に多い広告物（屋上広告・袖看板等）による景観阻害。立看板等による案内標識の視認性の低下。	横浜市（関内地区）、神戸市（北野地区）、長崎市（山手地区）ほか
都市・賑わい型	大都市の都心部などの繁華街。	立看板等による案内標識の視認性の低下。	東京都（歌舞伎町、秋葉原）大阪府（道頓堀）ほか

屋外広告物に対する規制誘導及び屋外広告物法第7条に基づく措置について、観光地の類型別に地方公共団体を抽出し、措置状況を整理する。なお、抽出する地方公共団体は、屋外広告物条例を有し、自ら規制誘導を行っている都道府県、政令市、中核市を対象とした。

自然景観型については、平野、高原、山岳、海岸などの自然景観の種類に着目して抽出し、歴史・文化型、都市・文化型、都市・賑わい型については、地方公共団体によって景観の種類に比較的差異が少ないと考えられることから、観光地としての規模や景観への取り組み状況等を勘案して抽出した。

表 2-5 対象地方公共団体

類型	地方公共団体	選定の視点
自然景観型	北海道	山岳や平野等の広大な自然を有し、多数の観光拠点が散在している。
	福島県	スキー場・温泉などの高原リゾートが多数集積している。
	長野県	山岳や高原などのリゾート地が多数集積している。
	石川県	能登半島をはじめとする豊かな自然を有し、温泉地が多数集積している。
	岐阜県	世界遺産である白川郷を有し、山岳・温泉等の観光地が集積している。
	宮崎市	古くから海岸にリゾート地が集積している。
	沖縄県	海岸を中心として、全島が観光地を形成している。
歴史・文化型	京都市	日本を代表する歴史的な街並みを有する政令市である。
	金沢市	日本を代表する歴史的な街並みを有する中核市である。
	奈良県	県として、古代の歴史資源が集積し、世界遺産にも登録されている。
	倉敷市	日本を代表する歴史的な中核市で景観地区を有する。
都市・文化型	札幌市	文化資源の集積に加え、イベント等による集客が多い。
	横浜市	文化資源の集積に加え、先進的な都市デザインの実績を有する。
	岐阜市	長良川や城址などの文化資源が都市内に集積している。
	神戸市	文化資源が都市内に多数集積している。
	長崎市	文化資源が都市内に多数集積している。
都市・賑わい型	東京都	大規模な繁華街を有する。
	名古屋市	大規模な繁華街を有する。
	大阪市	大規模な繁華街を有する。

## (2) 規制内容

各地方公共団体において、現在実施されている屋外広告物に対する規制誘導の状況を把握するため、各地方公共団体の屋外広告物条例に規定されている制度の活用状況を整理した。

特に、

- ・屋外広告物が禁止されている地域
- ・許可あるいは誘導の規定が定められている地域・地区
- ・禁止あるいは制限を受ける物件

の観点から、以下の4点に着目して整理した。

- |  |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>a) 禁止地域・許可地域の指定状況</li><li>b) 特別に規制の強化や緩和等が行われる地区の指定状況</li><li>c) 禁止物件・制限物件の指定状況</li><li>d) 規格の制限状況</li></ul> |
|--|

### a) 禁止地域・許可地域の指定状況

抽出した地方公共団体の全てにおいて、用地地域等の地域・地区や公共施設及び公共物等の禁止地域等を指定している。その他、金沢市等の地方公共団体において独自に指定した地域を禁止地域としている例も見られた。

表 2 - 6 観光地類型別の禁止地域・許可地域の指定状況 ( 1 / 2 )

地方公共団体	地域・区域等	適用地域の設定状況																許可地域										
		禁止地域																										
		地域・地区						公共施設及び公共物																				
		一種低層住居専用地域	第一種低層住居専用地域	第一種中高層住居専用地域	第二種中高層住居専用地域	景観地区 (景観重要樹木) (景観重要建造物)	風致地区	緑地保全地域	特別緑地保全地区	自然環境保全地域	生産緑地地区	重要文化財	史跡名勝天然記念物	伝統的建造物群保存地区	道路・河川等	保安林等	都市公園	市民農園	自然公園	公共施設	橋梁	街路樹	信号機	電柱・送電線	消火栓等	記念碑等	その他	
北海道	知事が指定する区域																											知事が指定する区域(都市計画区域およびこれに順ずる区域内等)
福島県	知事が指定する区域																										古墳及び墓地 福島県景観条例に基づき、規則で指定された景観形成重点地域 石垣及び擁壁 郵便ポスト、電話ボックス及び路上変電塔	知事が指定する区域又は場所
石川県	知事が指定する地域又は場所																									石垣及び擁壁 郵便ポスト、電話ボックス及び路上変電塔 特に良好な景観又は風致を維持するために必要があると認め て知事が指定する地域又は場所	知事が指定する区域又は場所	
長野県	規則で定める地域																										-良好な景観若しくは風致を維持し、又は公衆に対する危害を 防止するために特に必要がある物件、地域 -公衆電話ボックス	規則で定める地域又は場所で知事が指定する地域(道路等か つこれらから展望できる範囲の地域、良好な景観若しくは風致 を維持し、又は公衆に対する危害を防止するために特に必要 がある地域又は場所。)
岐阜県	知事が指定する地域又は場所																										-駅前広場 -良好な景観又は風致を維持するために特に必要があるとして 知事が指定する地域又は場所	知事が指定する区域又は場所
宮崎市	市長が指定する区域																										都市景観形成地区 沿道修景植栽地区	市長が指定する区域(国定公園、県指定自然公園、沿道修景 植栽地区、都市景観形成地区、道路等、河川、港湾)
沖縄県	知事が指定する区域																										港湾	知事が指定する区域(道路等、河川、港湾) 指定町村(0町4 村)

表 2 - 6 観光地類型別の禁止地域・許可地域の指定状況 ( 2 / 2 )

地方公共団体	適用地域の設定状況																			許可地域									
	地域・区域等	禁止地域											その他																
		第一種低層住居専用地域	第二種低層住居専用地域	第一種中高層住居専用地域	第二種中高層住居専用地域	景観地区 (景観重要樹木) (景観重要建造物)	風致地区	緑地保全地域	特別緑地保全地区	自然環境保全地域	生産緑地地区	重要文化財		史跡名勝天然記念物	伝統的建造物群保存地区	道路・河川等	保安林等	都市公園	市民農園		自然公園	公共施設	橋梁	街路樹	信号機	電柱・送電線	消火栓等	記念碑等	
歴史・文化型	京都市	法令で定める地域																										歴史的意匠建造物、古墳、墓地、火葬場、御所、離宮、陵墓	市長が指定する屋外広告物規制区域内(第1種～第5種区域)
	金沢市	法令で定める区域及び市長が定める地域																										伝統環境保存区域 ごまちなみ保存区域	禁止地域又は場所を除く市内
	奈良県	法令で定める地域及び知事が指定する地域																										歴史的風土保存区域 第一種歴史的風土保存地区及び第二種歴史的風土保存地区	奈良市及び指定町村(6都15町)、その他知事が指定する区域
	倉敷市	法令で定める地域及び知事が指定する地域																											禁止地域又は場所を除く市内
都市・文化型	札幌市	法令で定める地域及び市長が指定する区域																											禁止地域又は場所を除く市内
	横浜市	市長が指定する区域																										古墳墓地火葬場 河川及び海岸付近	禁止地域又は場所を除く市内
	岐阜市	市長が指定する地域又は場所																										駅前広場 良好な景観又は風致を維持するために特に必要があるとして 知事が指定する地域又は場所	禁止地域又は場所以外の本市域内
	神戸市	法令で定める地域及び市長が指定する区域																											禁止地域又は場所を除く市内
	長崎市	法令で定める地域及び市長が指定する区域																											市長が指定する地域(都市計画区域、景観形成区域等)
都市・賑わい型	東京都	法令で定める地域及び市長が指定する区域																											知事が指定する区域(都市計画区域およびこれに順ずる区域内、東京都立自然公園等)
	名古屋市	知事が指定する区域																											市内
	大阪市	法令で定める地域及び市長が指定する区域																											指定なし(市内)

b) 特別に規制の強化・緩和等が行われる地区の指定状況

屋外広告物条例ガイドライン(案)(国土交通省都市・地域整備局公園緑地課 平成16年12月)においては、特別に規制の強化・緩和等が行われる地区として、「広告物活用地区」、「景観保全型広告整備地区」、「広告物協定地区」が挙げられており、それぞれ以下の規定が示されている。

全国的には、表2-8に記載された地区が指定されている。(「平成17年度 屋外広告物の整序化による良好な景観形成推進方策検討調査報告書(国土交通省都市・地域整備局公園緑地課 平成18年3月)」より作成)

その他、屋外広告物条例に基づかない景観施策の実施地域に対して規制を緩和する事例、景観条例に基づいた事例や協定や地区計画に基づいた地区指定等の事例が見られた。

表2-7 屋外広告物条例ガイドライン(案)における地区指定の内容と指定状況

地区	内容	適用例
広告物活用地区	規則で定めるところにより、第5条(禁止物件)、第6条(許可地域等)、第14条(規格の設定)の規定を適用除外できる。	・札幌市すすきの地区 ・旭川市さんろく地区 ・石川県、金沢市片町地区、武蔵が辻地区
景観保全型広告整備地区	第3条(禁止地域等)、第6条(許可地域等)に規定する地域で、基本方針を定め、広告物の表示及び掲出物件の位置、形状、面積、色彩、意匠その他の表示方法に関する事項を定め、適合への努力を定め、届出義務を課すもの。知事は届出に対し、助言、勧告が可能。	・岩手山麓・八幡平周辺地域 ・岐阜県高山市新宮地区 ・平泉周辺地域 ・日光地区 ・那須地区 ・さっぽろ駅南口地区
広告物協定地区	相当規模の一団の土地、又は道路・河川等に隣接する相当区間の土地の所有者等が、一定の区域を定め、区域内の景観を整備するための協定を締結するもの。協定には、広告物又は掲出物件の位置、形状、面積、色彩、意匠その他、有効期間、違反時の措置等を定める。知事は、当該協定を認定し、技術的支援、指導、助言を行う。	・石川県、岐阜市 ・東京都臨海副都心
屋外広告物条例に基づくその他の例	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している事例(北海道)、デザインを中心とした誘導基準を規定している事例(大阪市)が存在する。	・北海道広告景観優良地区 ・大阪市長堀通広告物景観形成地区
屋外広告物条例に基づかない例	各地方公共団体で制定している景観条例に基づく事例、協定や地区計画に基づく事例が存在する。	・札幌市大通地区(景観条例) ・大垣市「屋外広告物許可申請推進モデル地域」(自主協定) ・春日井市「高森台地区計画」(地区計画)

表 2 - 8 特別に規制の強化・緩和等が行われる地区の指定状況

地区名	屋外広告物条例に基づく地区		景観保全型広告整備地区		広告物協定地区		その他		景観条例・計画		条例に基づかない地区		自主協定他	
	地区名	件数	地区名	件数	地区名	件数	地区名	件数	地区名	件数	地区名	件数	地区名	件数
北海道							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	2						
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】門前町屋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			高島町 実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】郡県】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 片岡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	-									
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							
神奈川県			大井町清久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、壁・看板の抑制、色彩の制限を規定									
愛知県											春日井市「高森台地区計画」	4	広告物条例の基準への適合	
岐阜県			高山市新宮町屋外広告物景観モデル地区	1	-						10	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。
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			広告物景観モデル地区	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			広告物景観形成地区	3	-									
長崎県			島原市森岳山景観モデル地区	1	城下町の中心部で、形態、規模、意匠の基準を制定									
札幌市	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	1	【さっぽろ駅南口】 2 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				景観条例3地区 景観計画48地区	51	【大通地区】敷、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			
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				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】広告物による演出の街並み形成			
名古屋市									景観条例	6	【大塚大通】自家用広告以外の禁止、面積、点灯広告の禁止 【名古屋駅】重量規制、自家用広告以外の禁止、蛍光灯・点滅の禁止等			
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			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													【西風新都】 28 広告物の位置による制限を規定	
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	1	-								【北彩都】 21 屋外広告物の種類、面積を制限	
秋田市													【山手台】 1 自家用広告の面積制	
長野市													5	
金沢市	片町地区 武蔵ヶ辻地区	2	-											
豊田市			とみた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	広告物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	広告物景観形成基準により、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				景観条例	2	【都市美形成モデル地区（はりまや橋東、西）】 意匠に関する規定	9		
長崎市									景観条例	3	【関山手・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			



また、13ページで抽出した各地方公共団体の屋外広告物条例においては、表2-9の地区がそれぞれの要件に基づき、地区指定されている。

表 2 - 9 観光地類型別の特別に規制の強化・緩和等が行われる地区の指定要件

	地方公共団体	その他 (知事・市長が指定する区域)
自然景観型	北海道	・ 広告景観優良地域（良好な景観を有している地域） ・ 広告物活用地区（広告物が街並みを形成する上で重要な役割を果たしている地域） ・ 広告景観整備地区（禁止区域内で、環境を保全するために必要と判断された広告掲示を行える地域）
	福島県	・ 広告景観整備地区（特別規制地域等又は普通規制地域等で特に必要な場合区域） ・ 福島県景観条例に基づいて、規則で指定された景観形成重点地域
	石川県	・ 広告物活用地区（活力ある街並みを維持する上で広告物が重要な役割を果たしている区域） ・ 景観保全型広告整備地区（良好な景観を保全するため良好な広告物又は掲出物件の新設、改修等を図ることが特に必要な区域） ・ 広告物協定地区（景観を整備するため、一定の区域に対して市長の認定を受けた広告物及び掲出物件に関する協定を締結した区域）
	長野県	・ 屋外広告物特別規制地域（地域の特性を生かした良好な景観又は風致の維持を図ることが特に必要と市町村長が申し出た地域又は場所）
	岐阜県	・ 屋外広告物景観モデル地区（地域広告物等と地域環境との調和を図り、良好な景観の維持及びその形成を積極的に推進することが特に必要であると認める区域）
	宮崎市	・ 広告景観特例地区（特に風致を維持し、又は地域の良好な景観を形成するために広告物等の表示又は設置に関して特例を設ける必要があると認める区域）
	沖縄県	・ 屋外広告物モデル地区（良好な景観を保全するため良好な広告物又は広告物を掲出する物件の新設、改修等を図ることが特に必要な区域）
歴史・文化型	京都市	・ 屋外広告物等特別規制地区（伝統的建造物群保存地区、高層の建築物が群として構成美を示している地域その他のまとまりのある景観を示している地域で、特別の制限を行う必要があるもの）
	金沢市	・ 広告物活用地区（禁止地域又は場所以外の地域又は場所で、活力ある街並みを維持する上で広告物が重要な役割を果たしている地域又は場所） ・ 景観保全型広告整備地区（良好な景観を保全するため、良好な広告物等の新設、改修等を図ることが特に必要な地域）
	奈良県	・ 景観保全型広告整備地区（良好な景観を保全するため良好な広告物等の新設、改修等を図ることが特に必要な区域）
	倉敷市	・ 屋外広告物モデル地区（都市の良好な景観又は風致を維持するために特に必要と認める地域）
都市・文化型	札幌市	・ 広告物活用地区（活力ある街並みを維持し、又は形成する上で広告物が重要な役割を果たしている区域） ・ 景観保全型広告整備地区（良好な景観を保全し、又は形成するため、広告物等の整備を図ることが特に必要な区域）
	横浜市	-
	岐阜市	・ 広告物協定地区（景観を整備するため、一定の区域に対して市長の認定を受けた広告物及び掲出物件に関する協定を締結した区域）
	神戸市	・ 広告物等活用地区（活力のある町並みを維持する上で広告物等が重要な役割を果たしていると認められる区域） ・ 広告物等景観保全地区（良好な景観を保全し、及び形成するために広告物等を当該区域の特性に応じたものとする必要があると認められる区域）
	長崎市	・ 広告物活用地区（活力ある町並みを維持する上で広告物が重要な役割を果たしている区域） ・ 景観保全型広告整備地区（良好な景観を保全するため、良好な広告物又は掲出物件の新設、改修等を図ることが特に必要な区域）
賑わい型 都市・	東京都	・ 広告誘導地区（良好な景観を形成し、又は風致を維持するために必要であると認める区域）
	名古屋市	・ 広告物活用地区（広告物を積極的に活用する必要があると認める地区）
	大阪市	・ 広告物景観形成地区（地域の特性に応じた良好な景観の保全、活力に満ちた景観の創出又は風格のある街並みの形成を図るため、必要な指導、助言若しくは勧告を行うことが特に必要であると認める区域）

c) 禁止物件の指定状況

禁止物件の指定においては、景観、安全性、治安の観点から3つに大別して区分される。今回抽出した観光地において、景観の観点から禁止物件を指定している地方公共団体は、北海道、福島県、長野県、横浜市、岐阜市、大阪市の6団体にとどまっている。一方、その他の地方公共団体では、安全面や治安面から禁止物件が指定されていた。

表 2-10 観光地類型別の禁止広告物の設定状況

	地方公共団体	禁止広告物の設定状況				
		景観	安全性		治安	
		良好な景観又は風致を害する形状、面積(規模)、色彩、意匠その他表示の方法	著しく破損、老朽化した広告物	倒壊・落下の危険性のある広告物	道路交通の安全を妨げるおそれがある広告物	公衆に対して危害を及ぼすおそれのある広告物
自然景観型	北海道					
	福島県	(蛍光塗料)				
	石川県					
	長野県	(維持を含む)				
	岐阜県					
	宮崎市					
	沖縄県					
歴史・文化型	京都市					
	金沢市					
	奈良県					
	倉敷市					
都市・文化型	札幌市					
	横浜市					
	岐阜市					
	神戸市					
	長崎市					
都市・賑わい型	東京都					
	名古屋市					
	大阪市					

公衆に対して危害を及ぼすおそれのある広告物とは、風俗・金融関係のはり紙等が想定されている。

d) 規格の設定状況

制限物件の指定においては、広告物の種類ごとに定量的な基準が示されている。

表 2-11 規格の設定状況

自治体	地区区分	はり紙	袖看板	壁面広告板	立看板 置看板	野立広告	広告塔	屋上広告物	自動車 鉄道外面	
自然景観型	北海道	禁止区域 (第一・二種)	1面あたり表示面積、表示面積、高さの制限							
		許可区域 (第一～六種)			表示面積の制限	1面あたり表示面積及び表示面積、高さの制限			面積及び高さ制限	
	福島県	知事指定区域	面積と期間の制限	面積と期間の制限 (壁面突出広告板)	面積と期間の制限 (壁面利用広告板)	3m以下、3ヶ月以内			高さ、壁面延長線、使用色彩、3年以内の制限(屋上利用広告塔)	蛍光、発光、反射を伴う塗料の使用禁止
	石川県	許可地域等	面積制限	突出制限、地上からの高さ制限等	面積制限、掲出壁面に対する割合制限	高さ 幅 面積の制限	高さ制限、面積制限、広告物の距離制限	高さ制限、面積制限、広告物の距離制限	一建築物につき1個、高さ制限、建築物の高さに対する割合制限	横幅・縦幅の制限、設置個数の制限
	長野県	禁止地域	1面あたり表示面積、表示面積、高さ制限、色彩制限 反射光、ネオンその他に類するものは禁止							
		許可地域		突出制限、反射光、ネオンその他は禁止	表示面積制限、反射光、ネオンその他は禁止	高さ 表示面積の制限			高さ制限、反射光、ネオンその他は禁止	
		特別規制地域		突出制限	表示面積制限	高さ制限			表示面積、高さ制限	
	岐阜県	許可地域		一壁面につき1個、面積制限、突出制限、設置高さの制限	面積制限、表示面積の合計制限		表示面積、高さの制限、広告物相互距離等		一建築物につき1個、面積制限、高さ制限	
		禁止地域		面積制限、広告物の種類に応じて上記の許可基準を満たすこと。			面積制限、広告物の種類に応じて上記の許可基準を満たすこと。			
	宮崎市	禁止地域/許可地域	0.5m以内	突出制限	表示面積制限	縦2m、横1m以下	高さ 面積制限		高さ 数量制限	禁止地域等 規制地域等において市長の許可を受けて表示可能(乗合自動車)
沖縄県	知事指定区域/その他の区域	1m <sup>2</sup> 、1ヶ月以内	表示面積制限、突出制限	面積制限	縦2m、横1m以下	広告物間隔、高さ、面積の制限		高さ、面積制限	1側面 2m <sup>2</sup> 以内	
歴史・文化型	京都市	屋外広告物規制区域(第一～五種地域)		突出制限		高さ、面積制限	面積制限	高さ、面積制限	建築物との高さの比による制限	車両等の窓への表示禁止
	金沢市	禁止地域(第一～六種)	1m <sup>2</sup> 以下	突出制限	上端位置及び表示面積制限	高さ2m、幅1m以下、面積2m <sup>2</sup> 以下	高さ10m以下、面積30m <sup>2</sup> 以下	高さ2.8m以下	広告物高さ及び地上高の制限	自動車等の広告物は市長の許可を受けて表示出来る
	奈良県	禁止地域/許可地域	自家用広告物5～10m <sup>2</sup> 以下、道標縦30cm、横75cm以下、案内板5m <sup>2</sup> 以下 許可地域は広告物の面積制限のみ							
	倉敷市	許可地域(第一～三種)	1m <sup>2</sup> 、1ヶ月以内	高さ 突出制限	高さ 面積制限	縦2m、横1m以下、1ヶ月以内	高さ、面積制限	高さ、面積制限	高さ、地上高、面積制限	面積制限
都市・文化型	札幌市	許可地域(第一～三種)		面積、突出制限	面積、突出制限	縦3m、横0.9m以下	1面あたり面積及び表示面積制限	地上3m以下、幅0.6m以下	高さ、1面あたり面積、表示面積制限	数量、形状制限
	横浜市	用途地域別に7区分	1m <sup>2</sup> 以内	高さ、面積制限				高さ、面積制限	第一種 第二種低層住居専用地域で禁止	外面の1/10以内または5m <sup>2</sup> 以内
	岐阜市	許可地域/禁止区域(自家広告物)		一壁面につき1個、面積制限、突出制限、設置高さの制限	面積制限、表示面積の合計制限		高さ、面積制限		高さ、面積制限、広告物設置高さの制限	
	神戸市	許可地域(住居系/商工系)	1m <sup>2</sup> 以内	面積、突出制限	面積制限	縦2m、横1m以下	高さ、面積制限		高さ、地上高制限	表面積の2/3以内
	長崎市	許可地域(第一～三種)	1m <sup>2</sup> 以内	突出制限	面積制限	縦2.1m、横0.9m以下	高さ、面積制限	高さ、地上高、面積制限	高さ、面積制限	
都市・賑わい型	東京都	禁止区域	面積制限、突出制限、ネオン禁止							面積制限
		許可区域		地上高、突出制限	地上高、広告物間の離隔制限、面積制限	地上高、突出、位置の制限			地上高、突出制限	
	名古屋市	許可地域(住居系/商工系)	長さ0.8m、面積0.2m <sup>2</sup> 以下、30日以内	面積、突出制限	面積制限	縦1.8m、横0.9m以下	地上高、1基あたり面積制限		高さ制限	
	大阪市	禁止地域	縦1.2m、横0.8m以内	簡易広告物以外禁止			高さ、幅の制限			簡易広告物以外禁止
許可地域		位置の制限	位置の制限	面積、突出制限	高さ制限			建築物との高さの比による制限		

(3) 規制の運用

これまでに述べた規制誘導を担保する方策のひとつとして、屋外広告物法第7条に基づく違反屋外広告物の除却制度が存在する。

代表的な観光地を有する都道府県、政令市、中核市の平成17年度の除却措置状況について、「平成17年度 屋外広告物の整序化による良好な景観形成推進方策検討調査報告書（国土交通省都市・地域整備局公園緑地課 平成18年3月）」から整理したところ、ほぼ簡易除却のみが実施されており、特に大都市での除却実績が多い結果となった。

<主要実績>

- ・ 命令件数は、岐阜県で6件、奈良県で1件であった。
- ・ 長崎県で略式代執行47件（はり紙、はり札）であった。
- ・ 簡易除却はほぼ全ての地方公共団体で実施しており、大都市で除却実績が多い。

表 2-12 観光地の類型別の法第7条の措置状況

地方公共団体	命令件数		略式代執行件数		行政代執行件数		簡易除却件数				
		内訳		内訳		内訳	面積あたり (件/m <sup>2</sup> )	人口あたり (件/人)	内訳		
自然景観型	北海道	0		0		0	25,550	0.3	0.00	はり紙21,684、はり札3,171、立看板695	
	福島県	0									
	石川県	0		0		0	212			はり紙60、はり札111、立看板70	
	長野県	0		0		0	不明	-	-		
	岐阜県	6	立看板2、野立看板1、壁面利用広告1、広告塔2	0		0	0	14,027			はり紙10,766、はり札741、立看板70
	宮崎市	0		0		0	0	2,721	4.6	0.01	はり紙1,228、はり札1,216、立看板269、のぼり旗8
	沖縄県	0		0		不明		26,300	11.6	0.02	はり紙20,757、立看板5,543
歴史・文化型	京都市	0		0		0	598,451	722.9	0.41	立看板11,449	
	金沢市	0		0		0	14,751	0.0	0.00	はり紙8,261、はり札5,891、立看板489、のぼり旗110	
	奈良県	1	屋上広告1					29,443	0.1	0.00	はり紙21,407、はり札3,334、立看板4,003、のぼり旗699
	倉敷市								0.0	0.00	
都市・文化型	札幌市	0		0		0	513,764	458.3	0.27	はり紙427,985、はり札84,346	
	横浜市						231,680	529.7	0.06	はり紙128,579、はり札98,700	
	岐阜市	0		0		0	14,327			はり紙10,666、はり札1,363、立看板999	
	神戸市							-	-		
	長崎市	0		47	金属製はり札32 はり札類似15	0	0	5,693	0.0	0.00	はり紙2,019、はり札2,635、立看板1,039
都市・賑わい型	東京都	0					1,313,217	600.5	0.10	はり紙532,649、はり札752,592、立看板27,976	
	名古屋市	0				0	65,301	200.0	0.03	はり紙56,500、はり札6,742、立看板1,548、のぼり旗511	
	大阪市	0					920,194	4143.0	0.35	はり紙750,638、はり札及び立看板169,556	

( 4 ) その他特徴的な取り組み

1 ) 構造改革特区の事例

平成 16 年度の屋外広告物法の改正につながった取り組みとして、表 2 - 1 3 に記す屋外広告物に関する構造改革特区の取り組みがある。

表 2 - 1 3 構造改革特区の事例

特区認定	日付	都道府県名	申請主体名(地方公共団体名)	特区の名称	区域の範囲	特区の概要
第3回認定(11月分)対象特区	平成15年11月28日 平成16年3月24日(特例追加を伴わない変更)	岐阜県	岐阜県	美しいひだまの景観特区	高山市、多治見市、瑞浪市、土岐市、可児市及び瑞穂市並びに岐阜県可児郡御嵩町の区域の一部(第4回認定で大垣市を追加)	美観風致の維持・公衆に対する危害の防止のため、屋外広告物法第7条で定める要件に従い、市町において違反広告物を簡易除却しているが、要件に当てはまらないため簡易除却ができず、路上に放置されている違反広告物が多く、街の美観を損ねている。当該特区を設定することにより、要件の緩和及び除却物件の拡大を図られ、実効性のある簡易除却が実施されることにより、違反広告物の減少、良好な景観形成並びに住民の意識高揚及び景観形成に向けた活動を促進する。
第3回認定(11月分)対象特区	平成15年11月28日	岐阜県	岐阜市	岐阜市きれいなすつきり簡易除却モデル特区	岐阜市の区域の一部	美観風致の維持・公衆の安全確保のために、屋外広告物法に定める要件に従い違反広告物を簡易除却しているが、要件に当てはまらないため簡易除却ができず、路上に放置されているものが少なからずある。岐阜市内でも特に美観風致の維持・公衆の安全確保が必要な地域の簡易除却対象を拡大することによって、路上に放置されている違反広告物を全て簡易除却することができるようにし、景観を良好に整備するとともに、住民や来訪者に対して岐阜市のモデル的な取り組みを発信する。
第3回認定(11月分)対象特区	平成15年11月28日	奈良県	奈良県	ふるさと「なら」屋外広告物美観風致維持特区	奈良県の区域(奈良市の全域を除く。のうち、第一種低層住居専用地域、第二種低層住居専用地域、第一種中層住居専用地域、第二種中層住居専用地域、風致地区、伝統的建造物群保存地区並びに一般国道、県道及び市町村道の区域)	本県では本年度から、「ふるさとなら」景観づくり事業」として総合的な景観形成への取り組みを推進している。そのなかで景観を阻害する違反広告物対策は緊急の課題と位置付けており、管理されていない広告物の簡易除却の導入により、古都「なら」にふさわしい良好な広告景観の形成を図ることにより、歴史文化自然を生かした地域づくりを推進する。
第3回認定(11月分)対象特区	平成15年11月28日	奈良県	奈良市	奈良市屋外広告物景観維持特区	奈良市の区域の一部	平成14年度より奈良市屋外広告物条例を施行し、古都奈良の屋外広告物景観の保全を推進している。本市は、第1種、第2種低層住居専用地域の多い住宅都市であるとともに、歴史都市として、風致地区、歴史的風土保存地区等、風致景観を保全する区域も多く、簡易違反広告物対策が必要であることから、違反広告物の簡易除却を行うものとする。
第3回認定(11月分)対象特区	平成15年11月28日	岡山県	倉敷市	くらし広告景観特区	倉敷市の区域の一部	本市は、倉敷美観地区など多くの観光資源を抱え毎年たくさんの観光客が訪れている。しかし、近年路上などに無秩序な状態でのぼり旗等の違反広告物が設置され、市民や観光客の通行障害や町並み景観の阻害となっている。現行法の簡易除却措置では、現在の広告媒体の多様化に十分な対応が困難である。しかし、当該特例措置の積極的活用で、対応が可能となり、安全で良好な町並み景観の維持及び文化と観光都市にふさわしい個性豊かなまちづくりの推進を目指す。また関連事業との相乗効果による地域振興や観光振興に資する。
第4回認定対象特区	平成16年3月24日	秋田県	秋田県	美の国あきた景観特区	横手市及び湯沢市並びに秋田県仙北郡角館町の区域の一部	古い街並みを今に残す角館町の重要伝統的建造物群保存地区、緑豊かな風致地区を背景に良好な住環境を有する住居専用地域を中心とした横手市・湯沢市の伝統的・歴史的特性を活かし、違反広告物の簡易除却を推進するために、簡易除却対象物件の拡大及び除却要件の緩和により良好な広告景観を形成する。
第4回認定対象特区	平成16年3月24日	茨城県	茨城県	いばらき美しい景観づくり特区	水戸市及び龍ヶ崎市の区域の一部	本県では県の権限を市町村に移譲し違反広告物の簡易除却を行っているが、屋外広告物法の要件に当てはまらない違反広告物も多く、まちの美観を阻害している。そこで、日本三公園の一つである偕楽園や千波公園などの名所、史跡を有する観光地である水戸市及び大規模ニュータウンの開発等により急速に都市化が進む龍ヶ崎市において、規制の特例を適用し重点的に違反広告物の除却を実施することにより、違反広告物の減少、景観に対する住民意識の高揚を図り、地域の魅力向上させるとともに、県全体の良好な景観形成を促進させる。
第4回認定対象特区	平成16年3月24日	福井県	福井県	ふくい美観風致維持特区	福井市、敦賀市、武生市、大野市及び鯖江市の区域の一部	本県は、越前の豊かな山並みと変化に富んだ若狭の海岸線に代表されるように、昔から「越山若水」と呼ばれ、県土全体にわたって豊かな自然に恵まれているが、大量のぼり旗等の違反広告物が景観を阻害する事例も多く見られている。このため、市町村や住民の取り組みにより簡易に除去できる違反広告物の対象を拡大するとともに、即時に除去できる特例を設けることにより、本県における景観の質の向上を図る。
第4回認定対象特区	平成16年3月24日	静岡県	静岡県	しずおか景観形成促進特区	熱海市及び三島市の区域の一部	近年急増しているプラスチック製や金属製等のぼり旗及び立看板並びにのぼり旗等、現行の屋外広告物法では簡易除却不可能な違反広告物を、簡易除却の対象とすることにより熱海市及び三島市における美観・風致の維持増進及び市民が主体となった景観形成の取り組みを推進する。こうした取組により、地域における景観保全意識の高揚を図り、県下全域における屋外広告物施策の推進につなげていく。
第10回認定対象特区	平成18年3月28日	石川県	金沢市	周辺環境に調和した道路標識金沢特区	金沢市の全域	道路標識については「道路標識、区画線及び道路標示に関する命令」により、全国一律に規定されているが、安全かつ円滑な交通を確保することを前提として、道路標識の表示機能には影響を及ぼさない範囲において、寸法や文字の大きさ等を周辺環境に調和して柔軟に運用することにより、地域の特性に応じた魅力ある都市景観を保全する。これにより、車窓や歩行者などの道路空間から眺めた、金沢らしい豊かな自然、歴史的街並みおよび近代的都市景観や道路空間一帯の魅力ある景観づくりを図り、もって地域の魅力の向上と人々の交流の促進を図る。

1 平成16年以降、屋外広告物関連の特区申請がないのは、平成16年6月の屋外広告物法一部改正により簡易除却の適用範囲拡大や登録制度等が対応可能となったため。また、金沢市を除く9件については、構造改革特別区域計画第8回認定(H17/7/7)において、特例措置の全国展開(法律の一部改正)に伴い、特区の発展的解消としている。

## 2) 新聞に報道された事例

平成元年から平成 18 年 10 月までに新聞で報道された屋外広告物に関する取り組みの事例について収集整理した。屋外広告物の除却、規制強化に関する取り組みが多く取り上げられている。

表 2-14 報道事例 ( 1 / 2 )

No.	日付	タイトル	ページ
1	平成 3 年 2 月 1 日	熊本城の景観に配慮、九州郵政局が郵便局前の看板を撤去 (西日本新聞)	27
2	平成 3 年 12 月 30 日	空港周辺、広告看板を一掃 - 道が 7 月にも地域指定 (北海道新聞)	27
3	平成 9 年 12 月 4 日	安房トンネル開通へ波田が通過点に...「飛騨」の看板に危機感 (信濃毎日新聞)	28
4	平成 10 年 10 月 14 日	看板急増の波田町全域を広告物規制地域に近く県に申し出 (信濃毎日新聞)	29
5	平成 12 年 1 月 5 日	企画 [ にゅーすアタックかごしま ] 違法看板 " いたちごっこ " / 鹿県内、毎年 3 万 2000 枚を撤去 (南日本新聞)	29
6	平成 12 年 6 月 21 日	幹線道の看板規制へ 3 路線、景観保護で県と協議 - - 松阪 / 三重 (毎日新聞地方版)	30
7	平成 13 年 9 月 19 日	朝来町 / 不法看板ストップ作戦 / 合同広告板を設置へ【但馬版】 (神戸新聞)	31
8	平成 15 年 3 月 9 日	猪苗代湖周辺の大形看板を自主撤去 景観保全を目指す - - 志田浜観光組合 / 福島 (毎日新聞地方版)	31
9	平成 15 年 5 月 3 日	J R 会津若松駅 / 城下町の玄関口ふさわしい姿に / 屋上の看板撤去 / J R 会 (河北新報)	32
10	平成 15 年 10 月 4 日	発見すぐ撤去のぼり旗も対象倉敷市、広告景観特区を申請 / 岡山 (朝日新聞)	32
11	平成 15 年 10 月 13 日	くらしと自治魅力ある景観へ 447 地方公共団体、条例制定で国を先取り京都市「国家レベルで」提言保全「まず京都から」 (京都新聞)	33
12	平成 15 年 10 月 31 日	< アクセス地方から > 景観や街並みに配慮したまちづくり開発規制、条例で国に先行知恵絞る 474 地方公共団体 (神戸新聞)	36
13	平成 15 年 11 月 20 日	長崎県 / 観光再生への模索国際都市・シドニーから < 3 > 街歩き - 連載楽しくなる仕掛けづくりを埋もれた歴史資源活用 / ながさき W I D E (西日本新聞)	38
14	平成 16 年 4 月 15 日	「東の玄関」金沢森本 I C、周辺の広告規制を強化自家用以外の禁止を検討へ金沢市、地元と (北國新聞)	39
15	平成 16 年 4 月 24 日	社説 [ 金沢の看板規制 ] 景観保全後手に回るな (北國新聞)	39
16	平成 16 年 11 月 26 日	金沢市、第三者広告物を禁止福増 戸水、金沢森本 I C でも合意大動脈周辺の景観保全 (北國新聞)	40
17	平成 17 年 2 月 24 日	派手な看板許しません都民が『景観ルール』作成屋外広告物条例改正案“異議申し立て”可能に (東京新聞)	41
18	平成 17 年 4 月 12 日	( ニュースぷりずむ ) 違反広告、市民が捨てます県条例改正で前橋市 / 群馬 (朝日新聞)	42
19	平成 17 年 8 月 27 日	住宅地図看板、佐賀市が一斉撤去 「屋外広告物法に違反」 (日本経済新聞地方経済面(九州 B))	42
20	平成 18 年 2 月 1 日	[ 聞く ] 看板広告の罰則強化県まちづくり推進課長・寺田年典さん 56 = 佐賀 (西部読売新聞)	43
21	平成 18 年 2 月 22 日	湯梨浜町：違反広告物 177 枚を強制撤去 (日本海新聞)	44

表 2 - 1 4 報道事例 ( 2 / 2 )

No.	日付	タイトル	ページ
22	平成 18 年 2 月 24 日	中部空港周辺違法屋外看板 350 件実態調査結果を発表 ( 中部読売新聞 )	44
23	平成 18 年 5 月 24 日	札幌市が市民景観アンケート大通公園、9 割が評価 ( 北海道新聞 )	45
24	平成 18 年 6 月 17 日	歴史的建造物、街並み、景観保全に地方公共団体動く 札幌市、釧路市 ( 日本経済新聞地方経済面 ( 北海道 ) )	45
25	平成 18 年 6 月 19 日	景観法、施行 1 年、地方公共団体、独自規制に弾み、条例に法的拘束力 小田原市 ( 日本経済新聞 )	46
26	平成 18 年 6 月 24 日	違反広告物、再び増加警戒を強める規制強化後、撤去数最多宮崎市 / 宮崎県 ( 朝日新聞 )	46
27	平成 18 年 8 月 1 日	景観向上、路上整備から、東京・青山通り付近の住民ら「実験」 ( 日本経済新聞地方経済面 ( 東京 ) )	47
28	平成 18 年 8 月 10 日	元気もっと輝く観光地へ ( 3 5 ) = 安曇野 ( 6 ) 北ア背景に広がる農村風景自慢できる資源保全 ( 信濃毎日新聞 )	48
29	平成 18 年 9 月 6 日	屋外広告物に総量規制良好な都市景観懇談会 / 富山市 ( 北日本新聞 )	49
30	平成 18 年 9 月 9 日	「違反広告物 NO ! 」繁華街を巡回名古屋、チラシなど除去 / 愛知県 ( 朝日新聞 )	49
31	平成 18 年 9 月 16 日	横浜中華街、マンション規制へ、景観保護へ建設禁止協定 ( 日本経済新聞地方経済面 ( 神奈川 ) )	50
32	平成 18 年 10 月 17 日	タイトル 違反屋外広告の罰則強化 依頼主の責任明確に 県、指針策定へ = 富山 ( 東京読売新聞 )	50



各事例の内容を以下に記載する。太字・下線は本調査に関係の高い箇所に本調査にて追加した。

< 事例 1 >

タイトル	熊本城の景観に配慮、九州郵政局が郵便局前の看板を撤去
日付	平成 3 年 2 月 1 日
新聞社	西日本新聞朝刊, 24 面
記事内容	<p>熊本市城東町の九州郵政局は四日、<u>昭和三十四年の現庁舎新築移転時に建てられた看板(縦一・九メートル、横七・二メートル)を三十一年ぶりに撤去する。熊本市一番の繁華街から見える熊本城周辺の景観への配慮が狙い。</u>県や熊本市も歓迎、これを機に、熊本城周辺の坪井川沿いに乱立する看板の追隨を期待している。</p> <p>熊本市は平成元年十月、県の景観条例にならい天草町とともに、他の市町村に先駆けて都市景観条例を制定。しかし天草町は一日から施行に踏み切るが、同市は「遅れ気味」(市都市計画課) 施行に向け審議会(会長 堀内清治熊本大学工学部教授)を何度も開いているが、<u>熊本城周辺は商業地域で広告看板が野放し状態</u>のため、景観との矛盾に頭を痛めている。</p> <p>それでも 最低限の指針を示して、看板の大きさを規制するなどの方法で、ぜひ(看板主に)お願ひに行きたい(同課)と本年度中に条例施行の道筋をつけようと意気込んでいる。坪井川周辺の看板について県(景観整備室)は 郵政局の看板については、官公庁が率先して配慮していただき良かった。その他の看板も景観に合ったより良いデザインをお願いしている」という</p> <p>堀内教授は「審議会では引っ掛かっている問題はなく、十分まとまると思う。ある程度は看板の規制をしなければならないだろう」と話している。</p> <p>また同郵政局の看板の絵を、現在まで二十年間にわたり制作してきた同市の看板業宮本一之さん(65)は「看板がなくなるのは振り返ると寂しい気もするけど、満足感も大きい。熊本の自然という都市の魅力を生かすためにも、本当によかこつと思います」と話していた。</p>

< 事例 2 >

タイトル	空港周辺、広告看板を一掃 - 道が 7 月にも地域指定
日付	平成 3 年 12 月 30 日
新聞社	北海道新聞朝刊, 1 面
記事内容	<p>本道の空の玄関口を広告乱立による景観破壊から守るため、<u>道は二十九日までに、道内九空港とその連絡道路周辺を九二年中にも、道屋外広告物条例に基づく広告設置禁止地域に指定</u>する方針を固めた。各空港の地元市町の意向によって、指定の時期や規制内容などを弾力的に検討するが、道屋外広告物審議会の協議を経て、早ければ七月にも指定したい考え。<u>禁止地域になると、交通標識などを除き、観光名所や特産品などの PR 看板が原則的に一切立てられなくなる。</u></p> <p>対象となるのは、新千歳、旭川、釧路、函館、帯広、稚内、紋別、中標津、女満別の九空港。空港の周辺五百メートルと、一般道路と空港を結ぶ連絡道路の両側各五百メートル以内で、その範囲内にある商店などを除く一切の広告看板の禁止を検討している。<u>指定されれば、既設の看板についても設置者は六年以内に撤去しなければならず、違反者には罰金が適用</u>される。</p>

	<p>道が九〇年九月に実施した空港周辺の調査では、新千歳空港に四十三枚、旭川、釧路両空港に各十五枚、女満別空港に十四枚などと、民間企業や市町村など公共的な団体の看板が林立。道に対して観光客などから、自然景観に目障りだとの苦情も寄せられている。</p> <p>指定に向けた作業は、一月下旬、空港所在地と隣接の計十二市町の都市計画担当者らと協議。連絡道路の規制距離をどの程度にするかなど、地域の実情に応じたきめ細かな検討をする。</p> <p>九〇年四月に改正された同条例では、具体的な空港や鉄道、道路、海、山、河川などについて、屋外広告の設置禁止を知事が指定できる。現在までに指定されたのは、宮島沼(美唄市)と開陽台(根室管内中標津町)、多和平(釧路管内標茶町)、別寒辺牛(同管内厚岸町)と青函トンネルの本道側出入口(渡島管内知内町)の合計五カ所。</p> <p>また<u>空港周辺の広告規制は、富山県が富山空港で日本アルプスの景観保護のためにやっている。</u></p>
--	---

< 事例 3 >

タイトル	安房トンネル開通へ 波田が通過点に... 飛騨」の看板に危機感
日付	平成9年12月4日
新聞社	信濃毎日新聞朝刊,29面
記事内容	<p>&lt; 町外「締め出し検討 町が県条例の適用などで &gt;</p> <p>飛騨大鍾乳洞」日本の三名泉 下呂温泉」。安房トンネルの六日開通をにらみ、長野と岐阜を結ぶ新動脈 国道158号の長野県側に、岐阜県内の観光地などを宣伝する看板広告が目立っている。158号が町内を貫く東筑摩郡波田町は「このままだと波田は観光客の通過点になってしまう」と危機感を強め、<u>県屋外広告物条例の適用などで町内から“よその看板”を締め出せないかと検討</u>に入った。</p> <p>波田町の国道158号沿いには温泉、名所などのほか、ドライブイン、観光施設など飛騨地方のPR看板が相次ぎ設置され、町によると五カ所に達した。「下呂温泉」の看板は高さ五・五メートルもあり、どれも目立つ存在。いずれも松本市方面から安房トンネルへ向かうドライバーの目に入るよう仕向けられている。</p> <p>町内の158号は北アルプス・上高地へ向かう観光客の車で夏場は渋滞するのが常。同トンネル開通で交通量はさらに増えると予想され、車だけ増えて、波田が通過地点となるのでは面白くない」という声が町民から出ている。</p> <p>このため、町は一案として、県屋外広告物条例の特別規制地域指定を検討している。<u>指定されると、自分の所有する土地にだけ看板設置を認める とする規制が可能になる。町外の事業者などが指定前に所有地以外に設置した看板も一定期間内に撤去させることができる。</u></p> <p>町は、所有地以外に設置する場合に届け出を義務づけている南安曇郡安曇村環境保全条例と同様の条例制定も視野に入れ、来年度には結論を出すとしている。</p> <p>町建設課は「(岐阜県側の)看板が予想以上に増えた。もたもたしていたら、もっと大変なことになる」と話している。これに対し、看板を出している岐阜県丹生川村の業者は「地元の意向も分かるが、宣伝は自由にできるものではないのか」と困惑がみだ。</p>

< 事例 4 >

タイトル	看板急増の波田町 全域を広告物規制地域に 近く県に申し出
日付	平成 10 年 10 月 14 日
新聞社	信濃毎日新聞朝刊 4 面
記事内容	<p>東筑摩郡波田町は、<u>町内全域を県条例に基づく屋外広告物特別規制地域」に指定するよう県に求める</u>方針を決めた。昨年十二月の中部縦貫道安房トンネルの開通で、アクセス道になっている国道 158号が通る町内に、岐阜県の企業などの看板広告が増え始めたため。町は近く 県への申し出原案を「まち並みまちづくり協議会」に示す予定で、今年度中の指定を目指している。</p> <p>原案だと、町の許可を得て町内に看板広告を設置できるのは、町内の事業所や営業所の自己用広告物と案内広告物 町内外の観光地や公共的施設の案内 公益上必要なものや祭典、年中行事、催しに関するもの、営利を目的としない広告物 などに限る。「自己用広告物」は表示面積の合計を十五平方メートル以内とし、点滅照明やネオンは使えない、としている。</p> <p>町建設課は、県の指定後、これらの条件を満たしていない <u>既存広告物は 三年以内に撤去してもらおうよう 指導する</u>としている。同課によると、町外業者らの看板広告はトンネル開通後、電柱広告などを除いて同国道沿いに八カ所増え、現在は二十余が並んでいる。</p> <p>特別規制地域は、市町村長の申し出に基づき知事が指定する。県景観室によると、これまでに <u>北佐久郡軽井沢町、小県郡和田村、国道 117号沿線（下水内郡豊田村 県境）北安曇郡白馬村が指定</u>を受けている。</p>

< 事例 5 >

タイトル	企画 「にゅーすアタックがごしま」違法看板「いたちごっこ」/ 鹿県内、毎年 3万 2000枚を撤去
日付	平成 12 年 1 月 5 日
新聞社	南日本新聞夕刊 1 面
記事内容	<p>景観を損ねるほか、交通の妨げになる恐れがあるとして、条例で罰金の対象になっている立看板や張り紙などの屋外広告物。鹿児島県内では、条例に基づき、毎年約三万二千枚が取り除かれているが、取り除いた翌日には同じ場所に立てられるなど一向になくなる気配はない。「いたちごっこ」に歯止めをかけるには、まずどうい街づくりをするかという観点から考える必要があるようだ。</p> <p><u>立看板などは、県内全域は鹿児島県が、鹿児島市内は市が屋外広告物条例で規制している。許可を受けずに設置したものや、公共物、禁止地域に設置したものは知事や市長が撤去を命令し、従わなければ五十万円以下の罰金を科すことができる。こうした条例があるにもかかわらず、鹿児島市では違法看板が後を絶たないようだ。</u>同市内では看板が設置されやすい人目につく場所が観光スポットと一致するため、観光業者からは「観光客を迎える環境ではない」として撤去を求める声は強い。また、風雨によって看板が道路に倒れれば交通事故につながる恐れもあり、県警は昨年十二月初め、市内五十四カ所、約千百九十枚について警告した。しかし 行政が毎月のように取り除いているにもかかわらず、次の日には同じ場所に設置されているのが現状。昨年度一年間で市は約二万枚、県は約一万二千枚を撤去したが、ここ数年、ほぼ同じ数で推移している。</p>

	<p>言い分はあるが</p> <p>県警によると、立看板を設置するほとんどの業者は違法性を認識しているという。それでも、設置する側には立看板に頼らざるを得ない事情があるようだ。</p> <p>鹿児島市内で看板を設置していたある自営業者は「看板業者に勧められて設置したが、看板を見てきたという人も多かった」。また、国道沿いにマンションのモデルルームの看板を立てていた不動産会社は「消費が伸び悩む不況下において、立看板ははずせない宣伝媒体」と話す。張り札を設置している同市内のある団体は、張り札が違法であることを認めた上で、「鹿児島では市民が催し物などについて情報を得られる掲示板が少なすぎる。今ある掲示板では順番待ちが多い」と訴える。</p> <p>宮崎県は少なく</p> <p>全国の地方公共団体が同じような条例で規制している中、看板が目立たない街もある。昨年、屋外広告物対策を探ろうと鹿児島県内の関係団体が集まった協議会で、隣の宮崎県では立看板が少ない」との指摘があった。</p> <p>宮崎県は一九六九（昭和四十四）年、全国初の沿道修景美化条例を独自に制定。南国の観光ムードをつくるため、計画的な街づくりを進めてきた。同県道路維持課は「取り締まりが特に厳しいわけではなく、美化条例を制定していることで県民に街をきれいにしようという意識が強いのではないかと推測する。</p> <p>同ように、街づくり協定で看板広告物の申し合わせを行っている始良郡牧園町の霧島温泉郷丸尾地区も違法看板は少ない。協定づくりの中心になった同温泉郷事業協同組合の大坪和代表は「統一性のある街並みができあがっているのだから、それにあった看板を作らざるを得ないのだろう。それでも、行政が徹底的に取り締り、看板のデザインまで指導する必要性を感じる」と話す。</p> <p>観光客受け入れの立場で広く活動している鹿児島サンロイヤルホテルの古木圭介専務取締役は「毎年、撤去しても結果は同じ。立看板だけの問題ではなく、看板を立てるのがためらわれるぐらいの街づくりをすればいい。街づくりをジグソーパズルに例えれば、行政がどのような街づくりをするのかについてパズルの全体図を示さなければ住民の協力は得られない」と指摘した。</p>
--	--

< 事例 6 >

タイトル	幹線道の看板規制へ 3路線、景観保護で県と協議 - - 松阪 / 三重
日付	平成 12 年 6 月 21 日
新聞社	毎日新聞 地方版 23 面
記事内容	<p>松阪市の野呂昭彦市長は 20 日、市内の幹線道路沿道の景観を守るため、建設中の国道 42 号松阪多気バイパスを含め計 3 路線を、広告看板の設置を規制する県屋外広告物条例の設置禁止区域などに指定するよう、県と協議を進めていることを明らかにした。</p> <p>対象としているのは、同バイパス（射和町 古井町間 8・8 キロ） 県道六軒鎌田線（大塚町 大平尾町間 1・4 キロ） 伊勢自動車道松阪インターと市街地を結ぶ県道松阪第 2 環状線（通称 = アクセス道路 伊勢寺町 川井町間約 4 キロ）。</p> <p>同市では、<b>県との協議で、建設中の 2 路線はすべての屋外広告物が設置できない禁止地域に、既に約 60 の広告看板が立っている第 2 環状線は、一定の広告しか設置できない広告物景</b></p>

	<p><b>観地区に指定するよう求めている。同景観地区では、既存の広告物は撤去まで最長20年の猶予期間が必要。</b></p> <p>野呂市長は 松阪インターを下りると、第2環状線沿道は、前方に伊勢湾が望め、田園地帯が広がるが、沿道の広告看板が気になる。すぐに撤去するのは難しく、今後は「快適で美しい松阪」をつくるため、道路の計画段階から広告看板のあり方について考えたい」と話した。</p>
--	---

< 事例 7 >

タイトル	朝来町 / 不法看板ストップ作戦 / 合同広告板を設置へ【但馬版】
日付	平成 13 年 9 月 19 日
新聞社	神戸新聞朝刊, 24 面
記事内容	<p>町の美観を損ねる不法看板を減らすため、<b>朝来町は、町内各所に独自の合同看板を設置し、屋外広告を集約する計画を進める。</b>乱立する看板を減らし、町のイメージアップを図る考え。町の説明によると、町内をいくつかの地区に分け、各地区に合同看板を設置する。景観に配慮したデザインとし、地図も載せる。現在、屋外に看板を設置している業者に、撤去と合同看板への参加を勧める。広告料は低く抑える予定。旅行パンフレットも作製し、参加した業者の広告を掲載する。</p> <p>屋外の広告看板は、県条例で、営業中の店舗の敷地以外は大きさなどが制限され、地元市町へ届け出も必要だが、無届けや規格外のものが多い。景観上も良くないと、各市町を悩ませているのが実情だ。</p> <p>同町は事業費四百万円を予定している。同町は「ひとつの看板に多くの広告が入ることで、広告主にもメリットがあると思う。他市町にも同様の取り組みを勧めていきたい」としている。</p>

< 事例 8 >

タイトル	猪苗代湖周辺の大型看板を自主撤去 景観保全を目指す - - 志田浜観光組合 / 福島
日付	平成 15 年 3 月 9 日
新聞社	毎日新聞 地方版, 26 面
記事内容	<p>猪苗代湖 志田浜観光組合 (紺野晃史組合長) など志田浜地区の事業者は、<b>景観保全のために大型の広告看板の自主撤去作業に取り組んでいる。</b>周辺の自然と調和しない建築物で自然景観が阻害されているとして、<b>県が同地区を00年3月に景観条例による重点地域に、02年4月には屋外広告物条例による規制地域に指定、05年3月までに撤去することになったため。</b></p> <p>同観光組合が撤去するのは観光PRの広告看板6基で、5日に作業を始め、今月末までに完了する予定。費用は約50万円という。紺野組合長は「志田浜の目印が無くなり、お客様が通り過ぎてしまうのではないかと懸念もある。10年以上前に建てた看板で未練もあるが、景観形成のため、協力していきたい」と話している。</p>

< 事例 9 >

タイトル	JR会津若松駅 / 城下町の玄関口 ふさわしい姿に / 屋上の看板撤去 / JR会
日付	平成 15 年 5 月 3 日
新聞社	河北新報朝刊, 15 面
記事内容	<p>JR会津若松駅 (会津若松市、小関英敏駅長)はこのほど、<u>駅舎の屋上に設置していた広告看板を撤去し</u>、中心市街地の景観改善を図った。同駅では「城下町の玄関口にふさわしい駅舎として親しまれるよう、きれいな駅づくりに引き続き取り組みたい」としている。</p> <p>同駅は 2001 年、市のシンボル「鶴ヶ城にちなんで「城」をイメージした駅舎に改築。屋上には JR 東日本の子会社や、<u>地元の酒造会社など 3 つの看板が設置されていたが、4 月 24 日にすべて撤去した。市景観条例への配慮</u>もあったという</p> <p>看板撤去のほか、同駅では昨年に駅舎内の段差をなくすバリアフリー 工事を実施したり、6 日までは駅舎前にこいのぼりを揚げたりするなど、「きれいな駅づくり」運動に取り組んでいる。</p>

< 事例 10 >

タイトル	発見すく撤去 のぼり旗も対象 倉敷市、広告景観特区を申請 / 岡山
日付	平成 15 年 10 月 4 日
新聞社	朝日新聞 朝刊, 24 面
記事内容	<p>特定の地域に限って規制を緩和する構造改革特区法に基づく第 3 次受け付けで、<u>倉敷市は 3 日、広告景観特区を申請した。法規に違反した屋外広告物を撤去する場合、現行では一定の放置期間が必要だが、特区に認定されるとすぐに可能となるほか、これまで対象外だったのぼり旗も含まれる</u>ようになる。美観地区を含む JR 倉敷駅周辺や、下津井町並み保存地区 鷺羽山を含む児島地区など総面積は 4519 ヘクタールを想定しており、中田武志市長は「美しい倉敷を全国発信し、環境保全や観光振興に役立てたい」としている。認定されれば来春から実施する方針だ。</p> <p>市建設計画課によると、屋外広告物法に基づいて市屋外広告物条例を施行した昨年度だけでも、市民からの苦情や撤去要請は 37 件に上った。違反広告物撤去のため、昨年度から専従職員 2 人を置いたほか、279 万円をかけて業者にも委託。その結果、作業は延べ 136 回にわたり、消費者金融や風俗関係などの違反広告物 2 万 1429 件を撤去した。</p> <p>しかし、<u>現行法 7 条 4 項では違反広告物について、「相当の期間を経過」し、管理されずに放置されていることが明らかでない」と撤去できない</u>。このほか、広告旗の定義が無く撤去対象にならない「張り紙や立看板の定義がベニヤ板・プラスチック板などに張られた紙に限る、などの制約もある。</p> <p>同課によると、違反広告物の撤去までの「相当の期間」は、おおむね 1 週間で運用している。特区に認定されれば、7 条 4 項の制約がなくなるので、発見次第、その場で撤去できる。近年増えているのぼり(広告旗)や、材質が紙以外の張り紙、パンフレットチラシなどを掲示する立看板に類似したラックなども撤去できるようになるという。中田市長は「今まで手が出せなかった広告旗なども対象に含めて、迅速な対応が出来るので伝統的な街並みが維持しやすくなる。認定されれば大変うれしい」と話した。</p>

< 事例 11 >

タイトル	くらしと自治 魅力ある景観へ 447地方公共団体、条例制定で国を先取り 京都市 国家レベルで「提言 保全 まず京都から」
日付	平成 15 年 10 月 13 日
新聞社	京都新聞朝刊,11 面
記事内容	<p>高さや色がばらばらのビルや住宅。クモの巣のように張り巡らされた電線。電信柱やガードレールを覆う派手な看板や張り紙などの屋外広告 - 。効率性や機能性を重視した戦後の都市計画や国土づくりの結果、東京など大都市圏だけでなく地方都市でも雑然とした魅力に乏しい都市景観が広がっている。一方、同じ都市景観でも、情緒ある町家が残る京都市など歴史や伝統がある美しい街並みは観光客の人気の高い。こうした地方公共団体は、優れた景観を観光資源として積極的に活用するため独自の景観条例を制定し、保存地区の開発を規制するなど国の動きを先取りしている。</p> <p>景観条例を制定している地方公共団体は今年三月現在で、二十七都道府県と、全国の約 14%に当たる四百四十七市町村。条例数は複数の制定を含め計五百十六に上る。国土交通省も、従来の都市計画などでは景観の「美しさ」に対する配慮が足りなかったとし、新たな景観基本法の制定などを盛り込んだ「美しい国づくり政策大綱」を七月にまとめた。政策大綱は、(1)建築制限など景観に関する行為規制を行う景観基本法の制定 (2)市町村が看板などの屋外広告を制限できるようにする屋外広告物法の改正 (3)電線類の地中化の推進 - などが柱。</p> <p>違反広告の規制をめぐるのは、屋外広告物法改正に先行する構造改革特区として、岐阜市が「屋外広告物の簡易除却要件の緩和特区」、岡山県倉敷市が「広告景観特区」をそれぞれ提案。十一月にも認定される見通しだ。景観づくりに知恵を絞る地方公共団体の動きを追った。</p> <p><b>【京都市内、看板の色彩抑え】</b></p> <p>「準防火地域」の指定解除の祇園、町家改築可能に</p> <p>本来は赤地に白文字の看板を白地に反転させた「東京三菱銀行」、オレンジと青色の帯を細くして白地を目立たせたコンビニの「ampm」-。全国にチェーン展開する企業の多くが、京都市だけは他の地域とは違って色彩を抑えた看板を掲げる。<b>「けばけばしい色彩でないことなどを定めた市の屋外広告物条例の成果」</b>だ。牛丼チェーンの吉野家は出店に当たり、市の担当者から「看板のオレンジ部分を白にすること」を求められた。「白地に黒で『吉野家』では飲食店に見えない」ことから何度も交渉し、ようやく下部にオレンジの線を入れることが認められた。</p> <p>企業の理解求め</p> <p><b>市は「街全体が観光資源の京都では、看板も景観の一部」と企業の理解を求める。</b>だが看板は店の顔だけに「規制が徹底されておらず、景観保護にどこまで効果があるのか」と不満を漏らす企業もある。古い木造の「町家」が並ぶ落ち着いた景観が人気の祇園。年に一度の初期消火訓練では舞妓さんもはなてんを羽織って出勤。「京都の出火率は木造がほとんどない(ニューヨークの)マンハッタンより低い」と、祇園町南側地区協議会の杉浦貴久造会長(六九)は胸を張る。京都市は二月、同地区三百二十戸を、外から見えない部分に不燃材を使うことなどを条件に都市計画法上の「準防火地域」の指定を解除した。約二万八千の町家は老朽化が進んでいる</p>

が、準防火地域では、火災の延焼を防ぐため外壁をモルタルで不燃化したり、扉をアルミにしなければ新築も建て替えもできなかった。築百年を超え、毎日商売で使う、細かな修繕では済まない。解除により、土塗りの壁や木製の格子窓などが認められ、町家としての新築、改築が可能になった。十九基設置した私設消火栓を二、三年で三十基にするのが目標だ。解除してもらった以上、消防車が着くまでは自分たちで延焼を食い止めたい」と杉浦さんは話す。

#### 著名人ら百人委

こうした「自主努力」に加えて、京都市は本年度から、景観保全を国家レベルで行うよう政府に求める斬新な取り組みもスタートさせた。名付けて「国家戦略としての京都創生の提言」。すでに哲学者の梅原猛氏ら各界の著名人も提言の実現に向けた「百人委員会」発足に立ち上がっている。

同提言は、市の「国家財産としての京都創生懇談会」（座長 梅原氏）が今年六月に取りまとめた。京都創生のための基金創設、電線類の集中的な地中化、京都歴史博物館の設置、観光立国のための戦略拠点整備 - の四本柱から成り、いずれも、京都の景観や歴史文化遺産を「世界の宝」として保存する方策を求めている。

「京都だけでは」背景には、財政状況が厳しい中、「もはや京都の力だけでは京都を守れない」（同提言）との危機感がある。**景観や街並みを守る条例を制定しても、国の法律や制度、財源不足が壁となり、限界**があるためだ。提言をまとめた同懇談会では、「京都は世界に知られた都市で、その歴史景観が国内外からの観光客を呼んでいる。市だけが保存の努力をするのではなく、国家的事業として保全を図るべきだ」などの意見が出された。市は、提言の後押しを受け、来年度政府予算概算要求に、「歴史都市再生法」の制定、鴨東、嵯峨嵐山地区の電線類地中化、歴史的風土の保全のための総合的対策、伝統的建造物群保存地区事業の充実 - などを重点項目として盛り込んだ。国土交通省などが推進する施策にリンクさせ、京都での事業展開を誘導する狙いで、榎本頼兼市長も霞が関を訪れ、各省庁に要請を行った。とはいえ、特定の都市だけを対象にした対策に、中央官庁は「公平性を損なう」と強い抵抗感を示している。事実、特定地域を保全する法律は「明日香村特別措置法」ひとつしかない。

#### 機運を盛り上げ

このため、提言実現のためには国民的機運の盛り上がりが必要だとして、同懇談会のメンバーや歌舞伎俳優の片岡仁左衛門さん、女優の山本富士子さんから京都を愛する著名人十二人が発起人となり、「京都創生百人委員会」の発足に乗り出した。京都の景観保全のPR活動に一役買おうというわけだ。国内だけでなく海外の有識者にも参加を呼びかけ、十月二十四日に発足式を兼ねた「歴史都市・京都創生シンポジウム」を東京で予定している。各界の著名人を「応援団」に、市は国への働き掛けを強める。立命館大教授と京都市議らが昨年、国会議員を対象に行ったアンケートでは、回答者の八割強が京都の歴史景観を国家プロジェクトで保全することに賛成している。提言が受け入れられる下地はある。「中央省庁に『まず京都から』と思ってもらうことが大切。そのためにも全国的な動きに広がるよう、工夫と要請を続けたい」（市総合企画局）。新しい景観保全のかたちづくりに向けて、胎動が始まっている。

【広告景観特区要望の岐阜市】



電柱などのヤミ金融広告絶えず「日に300枚はがす」

JR岐阜駅から南へ約二キロ。大型パチンコ店や町工場などが並ぶ準工業地の一角。電信柱には携帯電話の番号が大きく記されたヤミ金融業者の広告が張られ、ガードレールには別の業者のプラスチック製の看板が針金でくくりつけられている。景気が悪いせいかヤミ金融業者の広告ばかり。一日三百枚以上もはがすことがある」。岐阜市まちづくり事業室の高橋輝男副主査。同僚と二人で市内を巡回し、市民から連絡を受けた現場を中心に、違反広告を撤去する毎日だ。張り紙を霧吹きで湿らせ、カッターナイフで削り落とす。一時間もたないうちに刃はぼろぼろになる。業者も必死だから、はがした翌日に新しい広告が張られていることもあるのが実情だ。業者とのいたちごっこが続く。

岐阜市は美観を損ねる屋外広告をなくすため、一九九五年に禁止地域や罰則などを定めた屋外広告物条例を施行した。しかし、二二年度の屋外広告の撤去数は前年度比70%増の約二万二千件。本年度も既に一万五千件を超え、年間三万件を突破する勢いだ。

一万五千七百五十八件（二年度）の張り紙の90%以上を占めるのがヤミ金融業者の広告。九月からのヤミ金融業対策法の一部施行を見越して八月ごろから急増した。さらに、のぼり旗やプラスチック板に直接塗装した立看板など新たな形の広告も増えている。しかし、屋外広告物法では撤去の対象外のため、不服申し立てが可能で、市は一時保管するなど対応に苦慮している。

岐阜市は構造改革特区で「屋外広告物の簡易除却要件の緩和特区」を提案。のぼり旗なども撤去できるようにするほか、撤去までの期間を短縮するなどの要件緩和を求めている。同まちづくり事業室の山本昌子主任は「観光だけでなく、人が住みたいと思うような心が和む空間づくりを目指したい」と話している。

【両隣と花の「三軒協定」 - 埼玉県戸田市】

【住民ら街の風景を発掘 - 世田谷区 地域交流にも一役】

氷やりをしていて、通り掛かった人から「きれいですね」と声を掛けてもらえるのがうれしい」。埼玉県戸田市の杉本真由美さん（三九）の自宅は塀越しに鉢が並び、ニチニチソウ、ポーチユルカなど季節の花がやわらかな風に揺れる。両隣とともに同市の「三軒協定」に認定された。この協定は、隣接した三軒以上が花や緑で景観に配慮した場合、花の購入費などの半額を市が補助する制度。JR埼京線の開通以来ベッドタウン化が急速に進んでおり、ガーデニングを仲立ちに、希薄になりがちなコミュニティづくりや個性ある景観につなげようとの狙いだ。ガーデニングの人気は高いが「補助をもらうと、きちんとやらなければという気持ちになる」と申請を渋る人も多く、二二年度の導入以来、認定は九カ所だけ。市の担当者は、庭先をきれいに飾った家を見つけては営業をかける。東京都世田谷区は住民の推薦に基づき、二二年に三十六カ所を地域風景資産に認定した。担当者は「行政の目では見つからない風景が発掘できた」という。そのひとつが、区が管理する三百メートル足らずの未舗装の道。特に名所でもない。隣に都立高校のグラウンドがあるが、幹線通りから離れており、ふだんはひっそりとしている。野草をスケッチするのが趣味の西川美枝子さん（五一）は「石畳や花壇できれいにした道は多いが、ここは手付かずに残った自然が魅力」と話す。世田谷区はマンションの急増で街の景観がどんどん変わっている。大好きなこの道を何とか残したいとの思いで推薦した。近所の仲間約十人と「船橋小径（こみち）の会」を設立、ミニコミ誌でPRしたり、野草の観察会を実施した。「じっくり話をするようになっ

	た」と西川さん。区は 五年度にも、第二回の地域風景資産の認定を目指し、推薦の募集を始める考えだ。
--	--

<事例 12>

タイトル	<アクセス 地方から> 景観や街並みに配慮したまちづくり 開発規制、条例で国に先行 知恵絞る474地方公共団体
日付	平成 15 年 10 月 31 日
新聞社	神戸新聞朝刊,6 面
記事内容	<p>景観や街並みに配慮したまちづくり 開発規制、条例で国に先行 知恵絞る474地方公共団体</p> <p>高さや色がばらばらのビル。張り巡らされた電線。電信柱やガードレールを覆う看板や張り紙。効率性を重視した戦後の都市計画は、大都市圏だけでなく、地方都市にも雑然とした都市景観を広げてしまった。景観づくりに知恵を絞る地方公共団体の動きを追った。</p> <p>歴史を感じさせる街並みや景観は人々をひきつける。城下町の風景や白壁の建物群が残る地域など、伝統ある美しい街並みは観光客の人気も高い。景観を守り、活用しようと、独自の条例を制定したり、保存地区の開発を規制するなど、国の動きを先取りした地方公共団体の取り組みが目立つ。景観条例を制定している地方公共団体は、二十七都道府県と、全国の約 14% に当たる四百四十七市町村。条例数は複数の制定を含め計五百十六に上る。</p> <p>国土交通省も、従来の都市計画では景観の「美しさ」に対する配慮が足りなかったとし、新たな景観基本法の制定などを盛り込んだ「美しい国づくり政策大綱」を七月にまとめた。建築制限など景観に関する行為規制を行う景観基本法の制定 <b>市町村が看板などの屋外広告を制限できるようにする屋外広告物法の改正</b> 電線類の地中化の推進 などが政策大綱の柱となる。一方、違反広告の規制では、屋外広告物法改正に先行する構造改革特区として、岐阜市が「屋外広告物の簡易除却要件の緩和特区」、倉敷市が「広告景観特区」をそれぞれ提案。十一月にも認定される見通しだ。</p> <p>兵庫県も仕組み模索 出石町 「伝建制度」指定目指す</p> <p>町家や白壁の武家屋敷が点在し、城下町の風情が色濃い兵庫県出石郡出石町。年に九十万人以上の観光客が訪れる。</p> <p>一九八七年、城下町地区は県の都市景観形成地区に指定され、同町は建築物に基準を設けた。新改築の際、格子窓や土壁を取り入れるように指導。一般的建物の新改築で、県と町が最大五十万円、二十五万円を補助する。とはいえ、和風建築には費用がかかり、効果が薄いとの声も消えない。効果的な景観保全に向け、同町は二〇〇〇年からあらためて景観調査を実施。国の伝統的建造物群保存地区制度（伝建制度）指定を目指す。重要伝建地区に選定されると保存への技術的指導や固定資産税の軽減が図られる。一方で一定の建物保存基準が設けられ、合わない建物は規制対象になる。今は調和がとれているが、世代が交代すると古い街並みが失われるかもしれない。同町建設課は「景観は貴重な観光資源」と話す。</p> <p>龍野市 商家や町家の修理助成</p>

一九九〇年、同じ県の景観形成地区に指定されたのが龍野市。城下町にあたる龍野地区には、十八世紀中ごろから戦前まで約二百年間にわたって培われた多様な武家地、町家が残る。指定を受け同市は景観ガイドラインを策定。九四年から市独自の「町並み整備助成」をスタートさせ、歴史文化遺産の修理保存に乗り出した。ガイドラインは、白壁の土塀が城下町をイメージさせる「武家地ゾーン」と、古い商家や民家、醬(しょう)油(ゆ)蔵などが並ぶ「町家ゾーン」に地区を分け、外壁や屋根の色や高さの基準を設ける。修理への助成は県、市それぞれにあり、同時に受けることも可能。建物の場合、県の助成は上限二百万円(助成率四分の一)で、市は三百万円(二分の一)。これまでの助成実績は県が八十七件、市が二十五件。

一方、**兵庫県は今春、街角の違法な看板を撤去できる屋外広告物条例を改正した。近年、増加するのぼりなども撤去対象とする内容で、今年七月から施行。屋外広告物法では、違反広告物のうち、はり紙やはり札、立看板については、県などの判断で取りはずすことを認めていた。しかし、近年目立つプラスチックやアルミ板に直接印刷した看板やのぼりの撤去はできず、県は国と協議。法の枠外だが、時代を先取りした取り締まりを」と改正を決め、こうした看板も撤去できるようにした。**神戸、姫路市域を除き、二〇〇二年度に県が撤去した違法広告は七十三万件。が、取り締まりは追いつかない状況で、県は「見つけた市民がすぐに撤去できる仕組みを今後考えたい」とする。

岐阜市 違反広告の排除に躍起 業者とのいたちごっこ

JR岐阜駅から南へ約二キロ。パチンコ店や町工場などが並ぶ準工業地。電信柱にヤミ金融業者の広告が張られ、ガードレールにはプラスチック製看板がくくりつけられる。景気が悪いせいなのか、ヤミ金融業者の広告ばかり。一日三百枚以上もはがすことがある」と岐阜市まちづくり事業室の高橋輝男副主査。同僚と二人で巡回し、違反広告を撤去する毎日だ。「はがした翌日に新しい広告が張られることもある」という

岐阜市では一九九五年、屋外広告物条例を施行。二二年度の屋外広告の撤去数は前年度比70%増の約二万二千件。本年度も既に一万五千件を超え、年間三万件を突破する勢いだ。**張り紙の九割を占めるのがヤミ金融業者の広告。のぼり旗やプラスチック板に直接塗装した立看板など新たな形も増える。屋外広告物法では撤去の対象外のため、対応に苦慮する。**

そこで同市が提案したのが**構造改革特区。屋外広告物の簡易除却要件の緩和特区**を提案。撤去の要件緩和を求める。「人が住みたいと思うような心が和む空間づくりを目指したい」とまちづくり事業室の山本昌子主任は話す。

京都市 **看板の色彩極力抑える**「街全体が観光資源」

本来は赤地に白文字の看板を白地に反転させた「東京三菱銀行」、オレンジと青色の帯を細くして白地を目立たせたコンビニの「ampm」。全国展開する企業の多くが、京都市だけでは色彩を抑えた看板を掲げる。「けばけばしい色彩でないこと」とした市の屋外広告物条例の成果だ。

牛井チェーン「告野家」の場合、出店に当たり市から「看板のオレンジ部分を白に」と求められた。白地に黒の「告野家」では、飲食店に見えない」と交渉。ようやく下部にオレンジの線を入れることが認められた。「街全体が観光資源の京都。看板も景観の一部」と市は企業の理解を求めるが、看板は「顔」だけに「規制が徹底されていない。景観保護にどこまで効果があるのか」と不満を漏らす社もある。

	<p>古い木造町家が並ぶ祇園では、京都市が二月、祇園町南側地区の三百二十戸について、外から見えない部分に不燃材を使うことなどを条件に都市計画法上の「準防火地域」の指定を解除した。準防火地域では、延焼を防ぐため外壁をモルタルで不燃化したり、扉をアルミにしなければ、新築も建て替えもできなかった。今回の解除で、土塗りの壁や木製の格子窓などが認められ、町家としての新築、改築が可能となった。同時に地区では、十九基設置した私設消火栓を二、三年で三十基にすることも目標にする。「消防車が着くまでは自分たちで食い止めたい」と同地区協議会の杉浦貴久造会長（69）は話す。</p>
--	--

< 事例 13 >

タイトル	<p>長崎県 / 観光再生への模索 国際都市・シドニーから&lt; 3 &gt; 街歩き - 連載 楽しみな仕掛けづくりを 埋もれた歴史資源活用 / ながさきW DE</p>
日付	平成 15 年 11 月 20 日
新聞社	西日本新聞朝刊 31 面
記事内容	<p>パワーアップ長崎キャンペーン リピーター増加を</p> <p>街を歩いて、独特な歴史や人々の営みを見てほしい。さまざまな魅力的なコースを設定すれば、リピーターや連泊の増加につながる」</p> <p>今月十日、観光関連のハートが完成する二〇〇六年に合わせ、長崎市の観光戦略を策定するワーキングチーム座長の脇田安大ながさき地域政策研究所理事長は「街歩きが楽しくなる仕組み「仕掛けづくり」を柱とする中間提言をした。</p> <p>伊藤一長市長は「来年四月から実行したい」と即答。市や民間団体は提言に沿い、歴史などの観光資源ごとのルート設定、地図やガイドブックの作製などを進めている。街歩きに力を入れるのは、歩&lt;観光&gt;が見直されているのに加え、旅行形態が「団体」から「個人」に転換していることへの対応を迫られたからだ。熟年層に長崎の歴史を紹介している「長崎游学塾」の中井孝道事務局長は「長崎は西洋、中国、日本文化が融合した独自の資源が埋もれている。物見遊山ではない旅を味わえ、市民との交流もできる」と街歩き重視を歓迎する。</p> <p>五輪を契機に整備</p> <p>ニュー・サウス・ウェールズ州政府観光局は二年前、歩&lt;コース&gt;を記した日本語パンフレット「歩いて楽しむ街、シドニー」を作製した。同観光局の寺本洸日本局長は「シドニーは観光施設が中心部に集中していて、歩きやすい街だと紹介したかった」と狙いを語る。さらにシドニーには、歴史的な建物やシドニー湾だけでなく、観光案内板、公衆電話、バス停、ベンチなどの色やデザインを統一するなど中心部全体の景観の美しさがある。二〇〇〇年のオリンピックを街づくりの契機ととらえ、全体的な調和を図ることで街の価値を高めたのが、「街歩きが楽しくなる仕掛け」となった。シドニー湾も国立公園に指定され、環境が守られている。寺本局長は「じっくり歩くことで、案内板が分かりやすかったり、細部まで景観に気を使っていたりして、観光客に「優しい街」だと気づいてもらえる」と言う</p> <p>看板広告の規制も</p> <p>日本では戦後、無秩序な都市計画により、戦災を逃れた伝統的な街並みや景観が破壊されてきた。「街づくりにルールがなく、住民や企業が好き勝手に街をつくった」と県内の観光関係者も</p>

	<p>振り返る。その反省から、県は観光資源としての景観づくりのため、今年四月「美しいまちづくり条例」を施行。住民主体で景観保全などに取り組む地区に重点支援を始めた。今年は島原市森岳地区を重点支援地区に指定し建物の外観修復などを助成。今後は「<u>広告景観モデル地区</u>」にも指定し、<u>街並みに合った看板設置や、調和を乱す看板撤去への助成</u>も始める。</p> <p>シドニーでは、海や歴史的建物の景観だけでなく、観光地の看板広告を規制するなど街並み維持に細心の注意を払っている。観光客が楽しんで歩ける魅力的な長崎の街をいかにつくるか。街全体の景観を常に視野に置きながら、知的好奇心の充足や視覚的な調和などを仕掛けていく重要性を観光先進地・シドニー市から学ぶことができる。</p>
--	---

< 事例 14 >

タイトル	東の玄関「金沢森本IC」周辺の広告規制を強化 自家用以外の禁止を検討へ 金沢市、地元と
日付	平成 16 年 4 月 15 日
新聞社	北國新聞,21 面
記事内容	<p>北陸自動車道金沢森本インターチェンジ (IC) が先月、供用開始となったことを受け、金沢市は IC 周辺地域で屋外広告物の規制を強化する。現在は高さ 8メートル以上の広告が禁止されているが、自家用以外の「第三者広告」の掲示を認めない方向で検討する。IC 周辺地域は広告看板が乱立しやすい上、一度設置された看板は撤去が難しく、市は良好な景観維持へ地元と協議を進める方針である。</p> <p>金沢森本 IC は、金沢の新たな「東の玄関」となる。北陸自動車道を利用して金沢に入る県外客らにとって、IC 周辺の景観は金沢の街の第一印象を決める重要な地域であり、市は住宅地と農地が大半で、目立った屋外広告物がない良好な環境をできる限り保全する必要があると判断した。金沢森本 IC 周辺と、地域を通る国道 304号沿線、金沢東部環状道路沿線も規制対象区域とする見通しである。</p> <p>金沢西が「教訓」</p> <p>市が、こうした取り組みに乗り出す背景には、金沢西 IC 周辺地域の教訓がある。「西の玄関」である金沢西 IC から市中心部に入る西インター大通りにかけては、規制が後手に回ったため多種多様な屋外広告物が乱立。市や地元住民らが景観改善へ地道な活動を続けているが、撤去に苦労しているのが現状だ。金沢森本 IC については、金沢西 IC の轍 (てつ) を踏まないように早めの対応を取ることにした。市は今後、地権者である地元住民との間で地域の景観を守るという共通認識をまず醸成し、土地利用の在り方も含めて考えていく。</p>

< 事例 15 >

タイトル	社説 「金沢の看板規制」景観保全後手に回るな
日付	平成 16 年 4 月 24 日
新聞社	北國新聞,4 面
記事内容	<p>金沢市は、供用を開始したばかりの北陸自動車道金沢森本インターチェンジ (IC) 周辺地域で、屋外広告物の規制を強化する。高速道のインターチェンジは、街の玄関口であるために広告看板が乱立しがちだ。色使いや内容が下品なものも多く、一度設置されると撤去も難しい。美しい</p>

	<p>街づくりのためには、美観を損なう屋外広告を無秩序に増やさない工夫がいる。地権者と周辺住民の理解と協力を得て、早めに規制の網をかけておきたい。</p> <p>北陸自動車道を使う県外客にとって、その地域の第一印象は工周辺の風景で決まる。街のイメージダウンになるような屋外広告をできるかぎり排除し、景観保全に努めたい。<b>反面教師にしたいのは、金沢の「西の玄関口」にあたる金沢西工から市中心部に入る西インター大通りである。規制が遅れたために、どぎつい原色の屋外広告物が乱立している。</b>金沢市や地元が改善へ向けて地道な活動をしているが、現実には思うように撤去が進んでいない。</p> <p>この金沢西工での苦い教訓から、市は金沢の新たな「東の玄関口」となる金沢森本工周辺地域について、早めに屋外広告の規制に乗り出すことにした。現在は高さ八メートル以上の大型広告が禁止されているが、地権者や地元住民との間で話し合いを重ねた結果、自家用以外の「第三者広告」の掲示を認めない方向で決着する見通しという</p> <p>今のところ金沢森本工周辺地域に加えて、同地域を通過する国道304号沿線と金沢東部環状道路沿線を屋外広告の規制対象区域とする案が有力である。</p> <p><b>加賀市内では北陸自動車道片山津工周辺から国道8号にかけての県道沿いに並んでいたソーランドなどの看板が一斉に撤去された。</b>今年二月に、片山津地区を対象に屋外広告物の在り方を検討する協議会が発足し、住民たちが景観維持について話し合っていたところ、業者が自主的に取り外したという</p> <p><b>屋外広告に対する地域の目が厳しくなれば、広告主も好き勝手なことはしにくくなる。景観に対する住民の意識を高め、無秩序な屋外広告の設置を簡単には許さめようにしていくことも大切である。</b></p>
--	---

< 事例 16 >

タイトル	金沢市、第三者広告物を禁止 福増 戸水、金沢森本工でも合意 大動脈周辺の景観保全
日付	平成 16 年 11 月 26 日
新聞社	北國新聞,4 面
記事内容	<p>金沢市は 25 日までに、<b>金沢外環状道路海側幹線の福増 戸水間 (6.2 キロ) の沿線を、自家用以外の屋外広告物の設置禁止区域に指定</b>した。同様に、<b>北陸自動車道金沢森本インターチェンジ (IC) 周辺での禁止区域設定でも地権者と合意</b>。近く市屋外広告物審議会に諮る。交通量の多い幹線沿いは人目につくため看板が乱立しがちであり、<b>地権者や地元住民との連携で規制の網をかけ、美しい街づくりを推進</b>する。</p> <p>市屋外広告物条例に基づく第六種禁止地域となり、福増 戸水間では道路境界から両側百メートルの範囲で、第三者広告を禁止するのをはじめ、ネオンの点滅や電光掲示板も認めない。金沢森本工周辺では、同地域を通過する国道 304 号沿線と金沢東部環状道路今町 月浦間沿線も含めて禁止地域とする方針だ。市によると、<b>金沢の新たな大動脈であるこれらの路線沿線地区は現在、水田や住宅地が中心で良好な景観が保たれているが、条例で禁止地域に指定しなければ原則として屋外広告物の掲示が許されている。</b>市は、かつて金沢西工周辺地区で規制が遅れた結果、美観を損なう広告看板が無秩序に増えてしまい、今も看板撤去など景観回復に苦労している教訓から、<b>新規に開設する幹線については地元住民や地権者の理解を求めながら規制による景観保全を進める</b>ことにした。</p>

	<p>業者登録制へ協議 県と金沢市</p> <p>今年六月の屋外広告物法改正により、<u>屋外広告物業者について、条例で定めれば従来の届け出制より監視が強化される登録制に変更</u>できるようになったため、県と金沢市は今後、登録制導入へ具体的な条例内容の協議に入る方針だ。問題があれば登録取り消しや営業停止の罰則も課すことができ、違反を繰り返す業者の取り締まりに効果を発揮するとみられている。また、<u>同法改正で歩道柵や電柱に縛り付けられたプラスチック製の違法看板も市の権限で撤去できる</u>ようになっており、市は撤去した看板の保管や返還などの取り扱いを盛り込んだ市屋外広告物条例改正案を市議会十二月定例会に提出する予定だ。</p>
--	--

< 事例 17 >

タイトル	派手な看板 許しません 都民が『景観ルール』作成 屋外広告物条例改正案 “異議申し立て” 可能に
日付	平成 17 年 2 月 24 日
新聞社	東京新聞朝刊,29 面
記事内容	<p><u>看板などの屋外広告物の大きさや色の基準を地元住民が決められる東京都条例の改正案</u>が二十三日、都議会に提出された。住民による自主的な都市景観づくりを後押しするのが狙い。都内では高層マンションなど建物を景観の阻害要因とする争いが続発、最近では広告物での景観論争も起きている。<u>条例改正で、住民は派手な広告にも“異議申し立て”が可能</u>になる。</p> <p>提出されたのは、屋外広告物条例改正案。<u>住民が地権者の三分の二以上の合意を得てつくる景観ガイドライン</u>で、<u>広告物の大きさや色などを規定できる</u>としている。</p> <p>都は昨年三月から、住民が具体的な街づくりを行政に提案できる「東京のしゃれた街並みづくり推進条例」で、<u>街並み景観重点地区を既に七カ所指定。重点地区では景観ガイドラインで広告を規制できるが、今回の屋外広告物条例改正案で、重点地区以外でも住民が区市町村に「広告誘導地区」を申請し、都の指定を受ければ、住民の合意で看板広告を規制できる。</u></p> <p>京都市などでは、歴史的な街並みを保つため、行政指導でコンビニエンスストアの看板の色などを変えさせるなどしている。都の担当者は「自分たちの景観を維持したいという住民の思いに応えたい」と話している。</p> <p>寅さんの舞台 街ぐるみ ・ 建物の高さなど自主規制</p> <p>映画「男はつらいよ」に登場する柴又帝釈天（葛飾区）。参道の商店主らは一九八九年から、建物の高さや外観を自主規制し、東京の下町らしい景観を保存してきた。参道の商店会・神明会会長で、街並み景観協議会の石川宏太会長は「原色を使った看板はまちの景観を壊す」と話す。<u>自動販売機やコンビニ看板などの色で、同じ赤なら和の赤にするなど、派手な色はやめる」と検討</u>している。</p> <p>ビルの屋上にある看板広告の撤去を求めているのは、板橋区常盤台の東武東上線ときわ台駅北口の住民だ。<u>柴又と常盤台は「街並み景観重点地区」指定</u>を受けている。</p> <p>「ときわ台まちづくり委員会」（斯波都代子代表）が、駅前マンションの高層部撤去を求め東京地裁で争っているが、昨年十一月には、新たにマンション隣のビル屋上にある大手消費者金融の大きな看板広告の撤去を同社に文書で要望した。文書は「駅前ビル群は五・六階に高さを自主規制し、住民は長年景観を守ってきた」と訴え。斯波代表は「緑豊かで美しい街並みが現在も残</p>

	され、私たちはこの町を誇りにしている」と話す。看板撤去については、広告主の消費者金融会社が「時間をかけて検討したい」と回答した。
--	--

< 事例 18 >

タイトル	(ニュースぶりずむ) 違反広告、市民が捨てます 県条例改正で前橋市 / 群馬
日付	平成 17 年 4 月 12 日
新聞社	朝日新聞 朝刊, 27 面
記事内容	<p>電柱や塀など、街のあちこちに張り紙やのぼり旗などの違反広告物が目立つ。これらの無許可広告物を全面的に規制 撤去するため、昨年暮れ、県の屋外広告物条例が改正され、簡単に撤去できるようになった。前橋市では市民のボランティアらが委託を受けて撤去に乗り出し、効果を上げ始めた。県も、市町村と協力してボランティア制度の拡大を図りたいとしている。(松本健造)</p> <p><b>前橋市の試みはモデルとして注目</b>されている。</p> <p>昨年 10 月の全国健康福祉祭群馬大会「ねんりんピックぐんま」開催を機会に、路上違反広告物除却活動員」制度を発足させた。違反広告物を取り外す権限を市民に委ね、街の美観を市民ぐるみで取り戻す試みだ。</p> <p>市の公募に対し、地域の青少年育成や安全活動などの各種団体や会社、個人など計 17 団体、311 人が活動員として登録した。講習を受け、道具も借り、3 月末までに張り紙や立看板など計 1198 枚を撤去した。同市都市整備課は「活動員の人たちが地元で見ている、随時、除去できるし、張りにくい雰囲気できた」と言う。違反者からの嫌がらせや苦情もないという。</p> <p>ピンクピラなどの無許可の違反広告物はこれまで、道路を管理する各地の県土木事務所が見つければ、当事者に連絡して自主撤去してもらおうのが原則だった。<b>相手が応じない場合、事務所の判断で即時撤去できることもあるが、人手が足りず、大半が野放し状態だった。</b></p> <p>昨年 12 月の<b>改正屋外広告物法の成立を受けて県の条例も改正され、それまで撤去できなかった「のぼり旗」なども含めて即時撤去できる</b>ようになった。また、<b>人口 5 千人未満の町村でも、屋外広告物を出すには許可が必要</b>になった。</p> <p>県条例を担当する県都市計画課は、各土木事務所への説明会など、改正の普及に努めてきた。だが、現場を持つ土木事務所では「撤去しようにも数が多く、人手が足りない」と困惑顔だ。大きなイベント開催時などに、見苦しい違反物を撤去して回るのが実情だ。県都市計画課は「今後は前橋市のように、市町村や地元のボランティアと連携しながら、効果的な除去に取り組みたい」と話した。</p>

< 事例 19 >

タイトル	住宅地図看板、佐賀市が一斉撤去 「屋外広告物法に違反」
日付	平成 17 年 8 月 27 日
新聞社	日本経済新聞 地方経済面 (九州 B), 14 面
記事内容	<p>違法看板は許しません。佐賀市は二十六日、<b>市内道路沿いにある住宅地図看板百二十四枚を一斉撤去</b>した。これらの看板は地元の企業、事業所や商店などから広告費を取って掲載、設置しているものの、屋外広告物法に違反すると判断した。違法看板とはいえ屋外広告物を一挙に撤去するのは同県内でも極めて珍しいケースだ。</p>



	<p>同日は JR佐賀駅南部を中心に撤去作業を実施。同市の調査によると、市内には道路沿いなどに百三十七枚の違法な看板地図があり「市も違法との認識がなかった」(木下敏之市長)というほどありふれた存在。だが、広告看板を設置したのは福岡、熊本など隣県の広告業者で県内の業者はゼロだった。</p> <p>同市は来年にも独自の都市景観条例を策定する予定。「佐賀らしい落ち着いた町並み」を保存するためにも、台座がある残りの看板十三枚については「自治会などと協議して撤去を進めていきたい」(同市建築課)としている。</p>
--	--

< 事例 20 >

タイトル	聞く看板広告の罰則強化 県まちづくり推進課長 寺田年典さん 56= 佐賀
日付	平成 18 年 2 月 1 日
新聞社	西部読売新聞 朝刊,29 面
記事内容	<p>無届けでの設置増える</p> <p>県内の主要交差点で目立つ数々の看板。景観保護や交通安全の確保などの理由から、県は屋外広告物条例を改正し、罰則強化に乗り出す。4月 1日から施行される条例の狙いや、屋外広告の問題点をどうとらえ、景観との調和をどう目指すのかを、寺田課長に尋ねた。</p> <p>県外業者流入、景観が悪化</p> <p>なぜ規制の強化に踏み切ったのですか。</p> <p>元々、交差点に広告物を設置するには屋外広告物条例により県への届け出が必要ですが、10年ほど前から県外から貸看板業者が流入して届け出なく広告物を掲げるようになり、景観が悪化しました。2007年には高校総体も控え、全国からお客さんが来るので、新しく違法な広告物を出さないようにしたかったこともあります。また、ドライバーの視界が狭まる上、注意も散漫になる。台風などで広告物が吹き飛ばすこともあり、交通安全上も問題がありました。</p> <p>現行の条例下ではどのように対応しているのですか。</p> <p>現行では、届け出のない業者に対して30万円以下の罰金を科すことができますが、罰金を払っても広告物を出すという業者もいて、抑止力になっていません。また、ひとつの基礎につき20平方メートル以内の広告物が許可対象ですが、基礎の数を増やして数多く出すという抜け道もあります。強制撤去も財産権の問題があって訴訟を覚悟しなければならず、なかなか踏み切れませんでした。</p> <p>県民満足度調査や業界団体を対象にしたアンケート調査の反応はどうでしたか。</p> <p>昨年 3月に実施された県民満足度調査で広告物についての質問では、県民の74・6%が「徹底的に減らす(21・0%)」「できる範囲で減らす(約53・6%)」を選びました。</p> <p>また、業界団体へのアンケートでは、広告主に多い医師会や歯科医師会、県屋外広告美術協同組合の会員ら334人中、規制路線の交差点やその周辺の広告物設置禁止には97・6%の326人が、罰則の業者名公表制度には93・4%の312人が賛成でした。県民も景観の美しさを求めていると感じています。</p> <p>罰則が厳しすぎるのでは。</p> <p>むしろ甘いくらい。ほとんどの都道府県では、自分の敷地内で自分の商売のために立てる自家用看板まで規制の対象となっています。</p>

	<p>今後の取り組みは。</p> <p>今回は道路という「線」が対象ですが、地区で規制する「面」の規制もあり得ます。県から景観行政団体の認定を受ければ地方公共団体独自で景観条例を制定できるようになりました。県の規制では一律になってしまいがちなので、各市町村が独自に景観保護地区を決めて規制することが望ましいと思います。しかし、広告には宣伝のほかに目的地までの道しるべや目印としての役割や町のにぎやかさを演出する効果もある。やたらに減らせば良いというわけではありません。大事なのは、掲示して良いところと悪いところのメリハリを付けること。規制するだけでなく、<b>石川県などが導入しているような景観に合った広告物を表彰するアイデア</b>もあります。<b>広告主や業者が違法であることを知らないケースも多い</b>ので、広報ももっと積極的に行って、良識ある業者を育てていきたいと思っています。</p> <p><b>無届けの看板設置は、県外からの業者がほとんどだが、最近では対抗するために県内の業者も無届けで看板を出すようになってきている</b>という改正で、モラルを回復させることができるのか、注目したい。</p> <p>《屋外広告物条例の改正》主な改正点は、1 指定する幹線道路などの交差点（県内471か所）での広告掲示の禁止 2 県内で営業できる広告業者を届け出制から登録制へ 3 違反した業者や広告主の氏名公表、登録取り消しなど罰則の強化 の3点。登録がなく広告を掲示した業者や営業停止命令に違反した業者などには、1年以下の懲役または50万円以下の罰金を科すことができる。</p>
--	---

< 事例 21 >

タイトル	湯梨浜町 違反広告物 177 枚を強制撤去
日付	平成 18 年 2 月 22 日
新聞社	日本海新聞「ローカルニュース」
記事内容	鳥取県の屋外広告物条例に違反し、町に無届けで民家倉庫の壁面やフェンス等に設置している看板類 177 枚を強制撤去。県は 2006 年 1 月、これまでの同条例（簡易除却）に、対象物や手続きについて具体的に定義した実施要領を作成、各地方公共団体へ撤去を促進。要領制定後初の強制・大量撤去。町では昨年 10 月に文書や電話で通知、従わなかったため、強制撤去とした。同町建設課は「要領ができたので撤去しやすくなった。違法な看板を撤去することで町の景観も良くなる。」景観まちづくり課は「実施要領で看板撤去の基準が判断しやすくなった。他町村への広がり」を期待したい」としている。

< 事例 22 >

タイトル	中部空港周辺 違法屋外看板 350 件 実態調査結果を発表
日付	平成 18 年 2 月 24 日
新聞社	中部読売新聞 朝刊, 7 面
記事内容	中部国際空港に近い知多半島の道路沿いに景観を損なう違法な屋外広告看板が目立つとして、中部経済同友会の地域開発委員会と名城大学人間学部の水尾衣里助教授（都市計画専攻）の研究室は 23 日、共同で実態調査した結果を発表した。愛知県屋外広告物条例に基づく禁

	<p>止区域で350件の違法看板を確認するなど、景観問題を件数で裏付けた。</p> <p>昨年9月に研究室の学生らが徒歩や乗用車で調査した。対象は、県道西尾知多線や国道247号、知多半島道路など延べ62・3キロ区域。うち59・6キロは、道路から100メートルが禁止区域なのに、診療所や飲食店、商店、娯楽施設などの看板350件が設置されていた。</p> <p>残り2・7キロは、愛知県から権限委譲を受けた地元市町村長の許可を得れば設置できる区域で、40件の看板を確認したが、「そのほとんどは許可を受けていない様子だ」(同友会)という</p> <p>地域開発委員長の山内拓男委員長(中部電力副社長)は、空のゲートウエーに続く道路だけに、官民挙げて景観保全の意識を高めなければいけない。調査結果が、きっかけになれば」と話す。国や県、地元地方公共団体など関係機関に結果を報告し、改善への協力を要請する。</p> <p>これに対し、愛知県の担当者は <b>張り紙や立看板など簡単に取り除くことができるものは早期に対処できるが、大型で財産性がある看板は撤去に個別の手続きが必要となり、解決に時間がかかる。</b>違反解消に努力する」と話している。</p>
--	---

< 事例 23 >

タイトル	札幌市が市民景観アンケート大通公園、9割が評価
日付	平成18年5月24日
新聞社	北海道新聞
記事内容	札幌市がこのほど、市の都市景観に関する市民アンケート結果をまとめたところ、市中心部の景観についての質問で、大通公園周辺を「美しいと感じる」「どちらかというと感じる」との回答が合わせて九割近くに達する一方、JR札幌駅北口周辺は二割足らずにとどまっていたことが分かった。大通公園周辺は緑の豊かさや草花の美しさが評価されたが、JR札幌駅周辺は建物と広告物との調和が取れていないなどの指摘が目立った。

< 事例 24 >

タイトル	歴史的建造物、街並み、景観保全に地方公共団体動く 札幌市、釧路市
日付	平成18年6月17日
新聞社	日本経済新聞 地方経済面(北海道),1面
記事内容	<p>札幌市 NPOと連携へ ・ 釧路市 条例に罰則規定</p> <p>道内の地方公共団体が景観保全の取り組みを強化している。札幌市は今年度中に、特定非営利活動法人(NPO法人)や公益法人が歴史的な建造物や樹木を管理できる仕組みを導入。<b>釧路市や網走管内清里町は罰則規定を伴う独自条例づくり</b>に乗り出した。豊かな自然だけでなく、街並み整備にも力を入れることで、低迷気味の道内観光の活性化につなげたい考えだ。</p> <p>各地方公共団体の取り組みは、二〇〇四年に成立し、〇五年六月に全面施行された景観法に基づく。札幌市などの政令指定都市や都道府県は、景観保全に取り組むNPO法人や公益法人を「景観整備機構」に指定できるようになった。指定団体は所有者と協議した上で建造物や樹木を管理したり、地域住民の保全活動に助言できる。</p> <p>札幌市は今年度中に、景観整備機構の指定基準を策定する。一定の資金力や景観保全の実績があることを条件とする。政令指定都市では、昨年五月にまちづくりを手掛ける財団法人を指定した京都市に続き二例目になるという</p>

	<p>札幌市単独では財政難のため市全域の景観保全は難しいと判断、NPO法人などの力を借り業務を効率化する。同市は建築物の高さ制限も実施しており、<b>一連の施策を都市型観光を武器にする札幌の集客増につなげる</b>」(市都市計画部)。</p> <p>一方、<b>清里町や釧路市は景観法に基づく罰則付きの景観条例を制定</b>する。<b>規制地域内の建物の高さやデザインを制限するほか、道路脇の広告看板規制、廃屋の撤去などができるよう検討</b>する。札幌市や旭川市、函館市、上川管内東川町も同様の条例を制定する方針。</p> <p>景観法では条例に違反した場合、一年以下の懲役や五十万円以下の罰金を科すことができる。強制力のある景観条例により、環境にそぐわない開発を防ぎ、調和の取れた街並みづくりを目指す。</p> <p>北海道観光連盟(札幌市)によると、〇五年度の道外からの来道者数は前年度比〇・六%減り、三年連続のマイナスとなった。知床や旭山動物園といった人気スポット以外では、集客策が課題となっている。</p>
--	--

< 事例 25 >

タイトル	景観法、施行1年、地方公共団体、独自規制に弾み、条例に法的拘束力 小田原市
日付	平成18年6月19日
新聞社	日本経済新聞 朝刊,29面
記事内容	<p>真鶴町に隣接する小田原市は、昨年十二月に景観計画を制定した。きっかけはやはり「条例破り」のマンション建設計画だった。</p> <p>小田原城跡公園から四百メートルほどの場所に、緑やオレンジ色の外壁のマンション建設計画が発覚したのは〇三年。周辺住民は「城下町のイメージにふさわしくない」などと反対運動を展開。市も景観に関する条例に基づき、色の変更を要請したが、法的拘束力がないことなどから建設は強行され、昨年一月完成した。</p> <p>同市まちづくり景観課の鶴田洋久課長補佐(48)は「<b>景観計画の施行後だったら、工事中止も命令でできた。法的拘束力のない条例の無力さを実感した</b>」という。同市の景観計画では、この騒動の反省などをもとに、外壁の色の明るさに数値基準も設けている。</p> <p>さらに市では、<b>小田原城周辺の景観保護を目的に、周辺地域での広告看板規制も検討</b>している。城を遮るような看板が目立ち始めたためだ。十月には屋外広告物法に基づく条例も施行する予定だ。</p>

< 事例 26 >

タイトル	違反広告物、再び増加 警戒を強める 規制強化後、撤去数最多 宮崎市 / 宮崎県
日付	平成18年6月24日
新聞社	朝日新聞 朝刊,31面
記事内容	<p>街中にベタベタはられた貸金業者のチラシや、店頭からはみ出た置き看板にのぼり旗……。九州一の景観都市づくりを目指す宮崎市で、ここ数年減り続けていた条例違反の広告物が、<b>再び増え始めた</b>。規制への反発もあり、市は業者との「いたちごっこ」に頭を悩ませている。</p> <p>宮崎市は98年4月に施行した屋外広告物条例で張り紙や立看板などを規制している。<b>04年3月の改正でさらに規制を強化し、のぼり旗など移動が容易な広告物が路上などに放置されてい</b></p>

<p><b>れば、ただちに撤去できるようにした。</b>悪質なケースに対しては「1年以下の懲役、50万円以下の罰金」という罰則もある。</p> <p>23日朝、宮崎市は今年度初の違反広告物の一斉撤去を行った。市職員、国や県などの関係機関、市が委嘱したボランティア「市路上違反広告物追放推進員」ら79人が参加。中心部の商店街など5地区を巡回した。</p> <p>初参加した「四季通り商店街振興会」の敷聡代表(54)は「商店街だけでなく、市全体の景観を良くしたい」とビラはがしなどに汗を流した。</p> <p>3時間弱の作業で撤去した広告物は張り紙494点、立看板63点など計601点。規制を強化した04年度以降の一斉撤去で最多だった。これまで少なかった分譲マンションの展示場案内の立看板が目立ち、減っていた貸金業者の「090金融」などの張り紙も増えたという。</p> <p>02年度に9810件だった年間の撤去数は、03年度4630件、04年度2721件、05年度2291件。大きく減り続けていただけに、市はこの日の結果に危機感を強めている。都市景観課は「分譲マンションの増加や貸金業の活発化など社会的な背景もある。撤去してもまた設置されるといういたちごっこが続いているので、手は緩められない」と話す。</p> <p>今回は<b>張り紙などの撤去に加え、道路にはみ出たのぼり旗や置き看板など328件について、商店主に「道路は公共物です」と書いたハンプレットを渡すなどして、撤去を促す指導も行った。</b>点字ブロックの上に置いていたケースも複数あったという。</p> <p>こうした市の姿勢を、市民はおおむね支持しているようだ。昨年10月に市が市民3千人を対象に実施した「美しいまちづくりに関するアンケート」では、回答した744人の8割が張り紙や立看板などの広告物に不快感を持っていると答えた。特に路上の看板への不快感が高く、規制範囲について、57%が「市民の目につきやすい場所を重点的に」、22%が「全市的に」としている。</p> <p>23日の指導には、「店にとって看板は重要。どこまでが違反なのかよくわからない」と反発する商店主もいた。市は「店頭の置き看板などは道路上と言っても撤去はしづらい。指導を重ねて理解を得ていきたい」と話している。</p>
--

< 事例 27 >

タイトル	景観向上、路上整備から、東京 青山通り付近の住民ら「実験」
日付	平成18年8月1日
新聞社	日本経済新聞 地方経済面(東京),15面
記事内容	<p><b>【置き看板撤去、駐輪対策徹底】</b></p> <p>美しい街並み維持を路上から考えよう。こんな発想から、青山通り(東京都港区)沿いの歩道に多目的広場を設け、街の景観向上につなげようという「実験」が国土交通省の後押しで十月に計画されている。実施するのは青山商店会連合会やNPO法人渋谷 青山景観整備機構など。七月の<b>街並み協定書締結を踏まえ、駐輪対策や路上に放置された広告看板の撤去</b>などを進める。広場は十月二十日から十一日間、地下鉄外苑前駅の出口付近にある歩道約三百平方メートルに設ける。現在は約五十台分の駐輪スペースとなっており、多くの自転車が乱雑に置かれている。期間中は駐輪スペースを撤去、青山通りやその周辺の歴史を振り返るパネルなどを展示する予定だ。近くにヤクルト球団の本拠地、神宮球場があることからプロ野球選手が参加したイベントや、二〇一六年東京五輪の誘致関連イベントなども持ち上がっている。<b>地元商店会や</b></p>

	<p>町会など二十団体は七月、<u>青山一丁目交差点(港区)からJR渋谷駅方向に向かう約二・三キロ</u> <u>を中心とした青山通りの一帯を対象に、歩道上の看板や広告旗の設置を禁止した「青山通り街</u> <u>並み協定書」を締結</u>した。期間中は、協定書の内容を掲示したりチラシで配布するなど普及・啓 発活動も行う。地元町会関係者らによる「看板バスターズ」も結成。青山通りの景観をさまたげて いる歩道上の置き看板の撤去などを地域の店舗に集中的に働きかける。</p> <p>駐輪や置き看板対策が地域の景観向上につながり、青山地区の活性化に不可欠、という考え が実施者側にはある。同機構理事長の井口典夫青山学院大学教授は「歩道上の多目的広場を 通じて、住民やショッピングで訪れる人々に、地域にとって何が大事かを考えてもらえれば」と話 している。</p> <p><b>青山通り街並み協定書</b> 地域の商店街振興組合や町会などによる自主ルール。二十三条か ら成り(1)沿道の建物に消費者金融、ゲームセンターなどの出店禁止(2)二十四時間営業の店 は午前十時と午後十時、店舗の間口の左右二十メートルの範囲について清掃する などを定 めている。沿道の基本カラーは「茶、ベージュ、グレー、白」と規定。ファストフードの店舗看板も、 色調を弱め「沿道の街並みや建物との調和を図ること」とした。<b>建物の用途制限や地域の基本 色、清掃活動に至るまで網羅的に規定した先駆的な試みと評価されている。</b></p>
--	--

< 事例 28 >

タイトル	元気もって輝く観光地へ(35)=安曇野(6)北ア背景に広がる農村風景 自慢できる資源保全
日付	平成18年8月10日
新聞社	信濃毎日新聞朝刊, 18面
記事内容	<p>安曇野市豊科南穂高の県道沿いに、黄色とピンク色を使った広告看板が立つ。大きさは縦約 一・五メートル、横約三メートル。一方、<u>沿線の地権者は「景観形成住民協定」を結び、協定内容</u> <u>に合わない屋外広告物を設置しないよう取り決め</u>ている。大きさは縦〇・四メートル、横一・六メ ートル以内、地の色は紺色など とするため、この看板は協定に反している。土地を所有する事 業者が二月下旬、看板を立てた。地元の地権者会はその後、協定に基づいて撤去するよう求め る文書を事業者に送っているものの、具体的な返事はない。<u>協定に強制力はない</u>ため、地権者 会の会長(70)は「これからも事業者をお願いするしかない。常念岳を望める安曇野の田園風景 をしっかりと守っていきたい」と話す。</p> <p>この地区を含め、安曇野市合併前の旧豊科町の四地区は、県内で最も早く一九九三年に景観 形成住民協定の認定を県から受けた。安曇野市では現在、県内最多の二十四件の協定が結ば れている。<u>これまでおおむね協定は守られており、明確な違反行為は珍しい</u>という</p> <p>通称山ろく線沿いに飲食店などが集中する同市穂高有明の豊里地区も、九四年に協定をつく った。アパート建設で、協定が定める建築物の高さ制限には違反しなかったものの、眺望が悪く なる」との意見が出て、当初計画の三階建てを二階建てに変更してもらったケースもある。協定 者委員会の元会長、勝野利勉さん(77)は「協定のおかげで乱開発を抑えることができている」と 自負する。常念岳をはじめとした北アルプスの通称「前山」を背景に水田が広がる農村風景は、 安曇野が最も自慢できる観光資源のひとつだ。松本地方事務所は、農村風景を象徴する存在に なっている「屋敷林」を保全する施策に二〇〇四年度から取り組む。屋敷林は北アから吹き下ろ す風を防ぐ目的があり、安曇野で特に目立つ。</p>

	<p>高さ八メートルを超す木が五本以上ある家が五戸以上まとまった地区を対象に登録制度を設けた。三月末現在、管内全体で三十三カ所二百六戸が登録。うち安曇野市内は十一カ所六十四戸で、松本市の十九カ所百二十七戸に次いで多い。一戸当たり、昨年度は上限五万円、本年度は三万七千円で枝打ちなどに補助している。だが、来年度は登録とPRIは続けるものの、財政難などを理由に補助は行わない方向だ。○四年度に登録した同市穂高有明の農業赤沼勲さん(74)は今年、補助制度を利用し、秋にケヤキの枝打ちをする予定。落ち葉が多いなど維持は大変。補助を続けてほしい」と話す。安曇野市は、○四年に施行された景観法に基づく「景観条例」の制定に向け、検討も始めた。条例ができれば、建築物などを建てる際、強制力を伴って構造を制限したり植栽を求めたりでき、県内では小布施町が四月に施行した。景観という安曇野の財産を守るために、住民と知恵を出し合っていきたい。市都市建設部は具体化を急ぐ考えだ。</p> <p>〔景観形成住民協定〕</p> <p>1992年制定の県景観条例に盛り込まれている制度。住民が道路沿いや一定の範囲を対象に、建築物の色彩、屋外広告物の大きさなどを協定で独自に定め、県に申請。県は、区域住民のおおむね3分の2以上の同意があることなどを要件に認定する。93年、旧豊科町の4地区を初めて認定した。県企画局によると現在、全県で152件の協定を認定している。安曇野市が24件で最多。2位は須坂市の18件、3位は伊那市の11件。</p>
--	---

< 事例 29 >

タイトル	屋外広告物に総量規制 良好な都市景観懇談会 / 富山市
日付	平成 18 年 9 月 6 日
新聞社	北日本新聞
記事内容	<p>屋外広告物のあり方を考える県良好な都市景観形成懇談会(会長 犬島伸一郎北陸経済研究所理事長)は5日、県民会館で開き、<b>広告の掲示面積を建物の壁面面積の一定割合に抑える総量規制の導入など、許可基準の見直しを検討</b>した。次回10月の会合で、2つのモデル地区を選び、看板の書き換えや除去などの具体策を議論する。</p> <p>掲示面積の上限だけを定めた現在の緩い規制を見直す。<b>野外の看板広告では、これまで無かった高さの規制を検討。高速道路などの幹線道路脇を中心に導入</b>を考える。<b>違反業者の公表なども規制案</b>に加えた。</p> <p>モデル地区は、来県者の第一印象に大きな影響を与え、屋外広告物の改善が景観の向上につながりやすい場所を選ぶ。10月の次回会合で選定後、住民や広告主らでつくる協議会で今後の整備方針を話し合う</p>

< 事例 30 >

タイトル	違反広告物NO! 繁華街を巡回 名古屋、チラシなど除去 / 愛知県
日付	平成 18 年 9 月 9 日
新聞社	朝日新聞 朝刊,23 面
記事内容	<p>街中にはられた貸金業者のチラシや、店頭からはみ出た置き看板にのぼり旗などの違反広告物を追放する活動が8日、名古屋市内であった。同市から「違反広告物追放推進団体」の認定を受けた県広告美術業協同組合のメンバーら約100人が巡回し、撤去などを呼び掛けた。</p>

	<p>同市は、<u>屋外広告物条例で張り紙や立看板などを規制。のぼり旗など移動が容易な広告物が路上などに放置されていれば、ただちに撤去できる。悪質なケースに対しては「50万円以下の罰金」が科せられる。</u></p> <p>この日は、4グループに分かれ、栄地区や伏見地区など市中心部の繁華街を巡り、信号機や電柱に掲示されたチラシをヘラを使ってはがしたり、歩道などに置かれた看板などの移動を店主らに求めたりした。</p>
--	---

< 事例 31 >

タイトル	横浜中華街、マンション規制へ、景観保護へ建設禁止協定
日付	平成 18 年 9 月 16 日
新聞社	日本経済新聞 地方経済面(神奈川),26 面
記事内容	<p>横浜中華街の事業者などで組織する横浜中華街発展会協同組合(発展会、林兼正理事長)は地区内のマンション建設などを禁止する「<u>街づくり協定</u>」を結んだ。中華街独特の景観を保護する目的で、十月から実施する。<u>法的拘束力はないが、協定制で地元の姿勢を明確にし、建築確認審査にあたる横浜市などに協力</u>を求める。協定は、マンションなど集合住宅について、中華街大通りや東門通りなど周囲十二の通りに面した場所への新設・増設を禁止すると明記した。パチンコ店やペットショップなどの新規開業も認めない。<u>中華街独特の景観を損ないかねない看板や映像ビジョンなどの広告関連物の設置も原則禁止</u>する。</p> <p>中華料理店の新規出店の際も、発展会のメンバーなどで構成する「街づくり委員会」への事前届け出が必要とした。その他、露店営業や過度の客引きへの規制も強化する。</p> <p>二〇〇四年の地下鉄みなとみらい線(横浜 元町・中華街)開業以来、中華街を訪れる観光客数は増加傾向にある。一方で、ゴミ放置や大型ビジョン設置など「長年培ってきた景観や風紀が失われかねない」と地元から危惧の声が上がっていた。</p> <p>協定には法的拘束力がなく、業者がマンション建設などを強行した場合には、事実上、止めることができない。ただ建築確認審査する市に地元の総意をはっきりと打ち出すことで、抑止につながると発展会協同組合ではみている。今後は市や警察当局との調整も進める方針だ。</p>

< 事例 32 >

タイトル	違反屋外広告の罰則強化 依頼主の責任明確に 県、指針策定へ = 富山
日付	平成 18 年 10 月 17 日
新聞社	東京読売新聞 朝刊,31 面
記事内容	<p>景観を損なうような屋外広告の乱立を防ごうと、県は、県屋外広告物条例に<u>違反する広告の依頼主に対し、氏名を公表するなどの罰則強化を盛り込む運用指針を策定</u>する。すでに、学識経験者などで構成する「県良好な都市景観形成懇談会」に、「屋外広告物のあり方について」とする具体案を提示して、議論を進めており、同懇談会が 25 日に提言としてまとめ、石井知事に提出する。</p> <p>具体案では、県内の道路沿線などで無秩序に広告看板が乱立し、美しい街なみの形成に配慮されていない屋外広告物も多量に存在する」と問題点を指摘している。このため、違反広告への</p>



<p>対策強化の一環として、<u>依頼主の責任を明確化し、社会的責任を問う仕組みづくりを検討する必要がある</u>」と打ち出した。</p> <p>これまでの対策では、看板設置後に撤去などを求める対症療法が中心となっていたが、<u>今後は広告が景観に与える影響に対し、依頼主の責任を追及する「川上」での規制強化を図る</u>ことになりそうだ。</p> <p>このほか、現在は市町村が撤去している違反広告の張り紙や立看板などに関し、具体案では地域住民の協力を得る体制づくりも検討する必要がある」と指摘している。実際の方策では、<u>対策強化地区を設定したうえで地元住民らに委託し、違法広告の撤去を進めることを検討</u>している。</p> <p>具体的には、規制強化のモデル事業として、「景観づくり重点地区」を県内2か所に指定。地元住民、広告依頼主、設置業者などによる協議会を設置し、地域での連携を進めて、改善計画の策定などを行う</p> <p>県では、県屋外広告物条例の改正に伴い、4月に広告業者の登録制度をスタートさせており、違反などがあれば、業者の登録を取り消すなどの規制強化を打ち出している。25日の同懇談会の提言を受け、<u>県は今後、景観との調和に配慮し、色彩や面積などの基準を統一するなど、屋外広告の許可基準なども見直していく方針</u>。</p>
---

## 2 - 3 違反屋外広告物の除却等の実施状況に関する実態把握

### (1) ヒアリング実態調査地域の設定

観光地の類型ごとに、屋外広告物に起因する課題は異なると考えるため、屋外広告物法第7条の措置状況、構造改革特区の取り組み、新聞報道に取り上げられた取り組みから、特徴的な取り組みを実施している地方公共団体を選定してヒアリングを行った。ヒアリング先とその選定理由は下記のとおり。

表 2 - 1 5 ヒアリング事例の抽出

類型	No.	ヒアリング先	選定理由
自然景観型	1	福島県	<ul style="list-style-type: none"> <li>磐梯・猪苗代湖周辺などの観光地を有する。</li> <li>県の景観形成重点地域に指定されるとともに、磐梯高原広域サイン計画を策定し、屋外広告物の規制誘導を実施していることが新聞報道に取り上げられた。</li> </ul>
	2	岐阜県	<ul style="list-style-type: none"> <li>飛騨高山などの観光地を有する。</li> <li>美しいひだ・みの景観特区を導入し、違反広告物の除却対象を拡大し、屋外広告物法改正につながる取り組みを実施した。</li> <li>簡易除却について、多数の実績を有する。</li> </ul>
	3	石川県	<ul style="list-style-type: none"> <li>能登半島の海岸部など国立公園に指定される風光明媚な観光地を有し、多数の温泉地が存在する。</li> </ul>
歴史・文化型	4	金沢市	<ul style="list-style-type: none"> <li>伝統的建造物群保存地区を有する観光都市である。</li> <li>高速道路のICからのアクセス道路における広告物の規制強化が新聞報道に取り上げられた。</li> <li>モデル地区として、広告物活用地区を指定している。</li> <li>標識の縮小に対する構造改革特区を導入するなど、看板の視認性に関する実験を行うなど、先進的な取り組みを実施している。</li> </ul>
	5	京都市	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本を代表する歴史的な資源を有する観光地である。</li> <li>景観の規制誘導の強化に取り組んでいることが新聞報道にも取り上げられている。</li> <li>屋内広告物の規制を行っている唯一の都市であり、現在、屋外広告物を含めた景観の規制誘導の強化に取り組んでいる。</li> <li>屋外広告物の規制誘導に関する先進事例である。</li> </ul>
都市・文化型	6	横浜市	<ul style="list-style-type: none"> <li>バス停広告の導入、公共掲示板の設置など、先進的な屋外広告物に関する取り組みが存在する。</li> </ul>
	7	岐阜市	<ul style="list-style-type: none"> <li>岐阜市きれい・すっきり簡易除却モデル特区を導入し、違反広告物の除却対象を拡大し、屋外広告物法改正につながる取り組みを実施した。</li> <li>簡易除却について、多数の実績を有する。</li> </ul>
都市・賑わい型	8	東京都	<ul style="list-style-type: none"> <li>全国有数の繁華街を有する。</li> <li>バスラッピング広告を全国に先駆けて実施した。</li> <li>臨海部では、全国で唯一の広告物協定地区が指定されている。</li> </ul>

(2) 実態調査結果

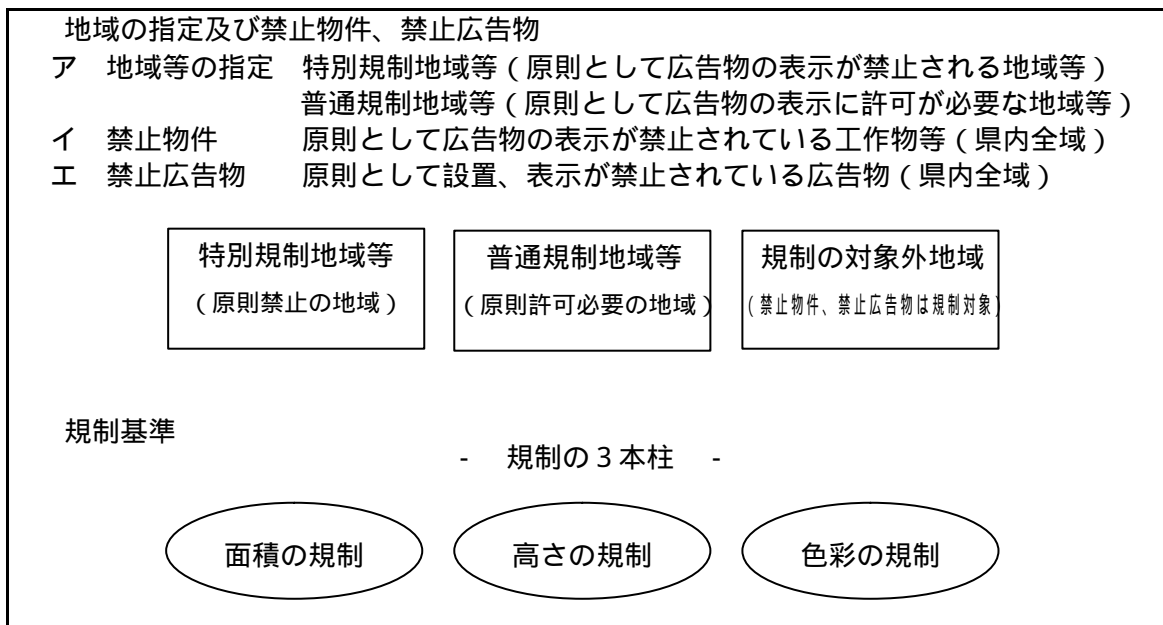
1) 福島県の取り組み

福島県では、福島県屋外広告物条例を昭和36年に制定しており、取り巻く環境や時代背景に応じてこれまでに数回改正してきた。

現在、規制等の指定地域は、特別規制地域（原則禁止の地域）、普通規制地域（許可の必要な地域）、規制の対象外地域（規制等のない白地地域。禁止物件、禁止広告物は対象。）を設定している。県内の都市計画区域については、全て屋外広告物条例による規制地域（特別規制・普通規制）が適用されている。

第一種特別規制地域は、都市計画法に基づく第一種低層住居専用地域と風致地区、自然及び緑地環境保全地域等、都市計画区域外では国立・県立自然公園の特別区域等が指定されている。

個別地域としては、磐梯山・猪苗代湖地域と半田沼（桑折町）の周囲300メートル以内の2地域が指定されている。



出典) 福島県「屋外広告物の手引き」より

図 2-1 福島県屋外広告物条例における規制の概要

表 2 - 1 6 特別規制地区の区分

区 分	具 体 的 地 域
第一種特別規制地域等	第一種低層住居専用地域、風致地区
	重要文化財である建造物、天然記念物等の敷地
	風致保安林、自然及び緑地環境保全地域
	国立・県立自然公園の特別区域（都市計画区域外）
	磐梯山・猪苗代湖周辺景観形成重点地域
第二種特別規制地域等	半田沼（桑折町）の周囲 300m 以内
	第二種低層住居専用地域
	重要文化財である建造物、天然記念物等の周囲 300m 以内
	国立・県立自然公園の特別区域（都市計画区域内）
	都市公園の区域（運動施設を除く）
	高速自動車道路及び道路の両側 500m 以内の区域
	指定道路、鉄道（都市計画区域外）の両側の指定区域
	官公署、学校、公民館、病院等の公用・公共用建造物の敷地
古墳、墓地、神社等の敷地	

道路及び鉄道から展望できない地域及び家屋が連たんする地域は除く。

出典) 福島県「屋外広告物の手引き」より

屋外広告物の許可申請や簡易除却等について、平成 12 年から市町村への権限委譲を実施している。

県は、この権限委譲によって、屋外広告物に対する市町村独自の主体的な指導や取り組みを期待した。しかし、市町村から県主導による説明会等の開催や取り組み支援の要望が寄せられている状況であり、県としての対応が必要となっている。

また、屋外広告物条例改正に伴い、広告業者の登録を平成 18 年 4 月より開始し、現在では 500 以上の業者が登録された。全登録業者のうち、半数以上の約 300 社が東京や東北地方に本社のある県外の広告業者であった。

この他、中核市のいわき市と郡山市では、市独自の屋外広告物条例を制定し、県条例に基づきながら屋外広告物の高さ等について独自の基準規定を設けている。

#### 除却に関する取り組みについて

簡易除却は、県内の市町村が主体となり、民間ボランティアと協力しながら実施している。

法改正により簡易除却の手続きが簡易化されたものの、市町村の人員は限られ、全ての違反物件に対応することは難しく、屋外広告物に対する各地方公共団体の取り組みや対応にはばらつきが見られる。県内 61 市町村の中には、「屋外広告物をほとんど見かけないため、取り組みを行っていない」といった対応のところもある。都市部と山間部、市と町村など、地域による取り組み実態の差は大きい。

また、除却権限を委任している民間ボランティアは一般の県民であることから、簡易除

却となる対象物の判断が難しく、貼り紙等の判断のしやすいものや簡単に剥がせるものに対象が限定されるといった課題がある。

一方で、福島県警察本部ではピンクビラ等の除却と取り締まりを行う条例「県ピンクビラ等の規制に関する条例」を平成17年12月に制定した。これに基づき、福島県警察本部では、警察署長からの委嘱によるボランティアや防犯協会等との連携により、ピンクビラ等の取り締まり強化を推進している。

ピンクビラの場合、除却対象が分かりやすく撤去し易いが、いたちごっこになりやすいといった側面がある。

### 福島県の特徴的な取り組み

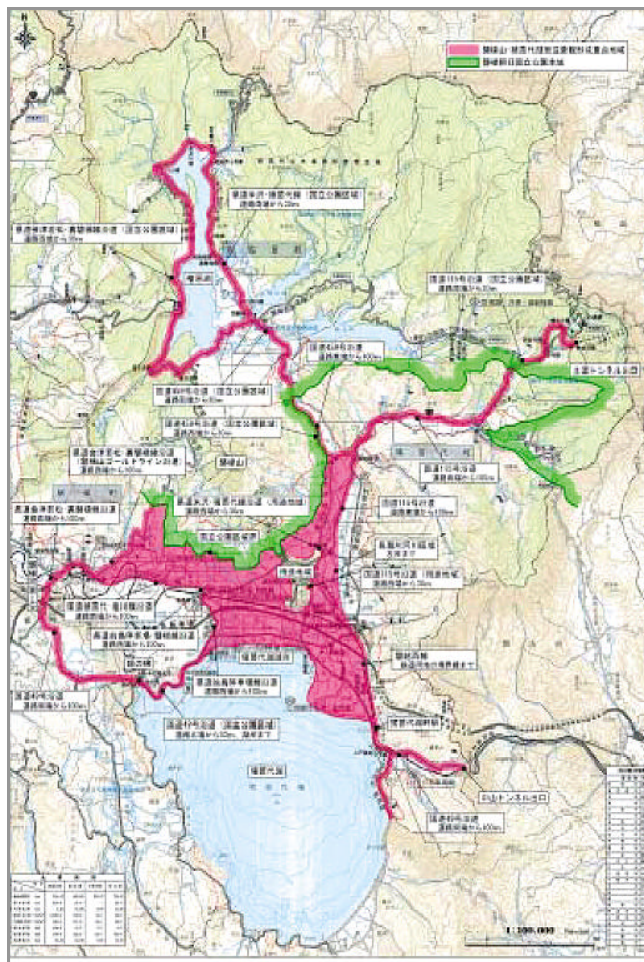
#### a) 磐梯山・猪苗代湖地域における第一種特別規制地域の指定

磐梯山・猪苗代湖地域は、県内有数の観光地で県民にも広く知られていた地域であることから、県では、県土の景観形成を図る重要な地域として「福島県景観条例」(平成10年3月制定)に基づき、平成12年3月にこれら地域を「景観形成重点地域」に指定した。

また、県は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月に景観形成重点地域を屋外広告物条例における「第一種特別規制地域」に指定し、景観条例との連携を図ることとした。

さらに、第一種特別規制地域の指定に伴って、対象地内における不適格看板の撤去を義務付け、平成17年3月31日までの猶予期間として設定した。その後地元観光協会等により、自主撤去が実施された。

磐梯山・猪苗代湖地域は、県民の誰もが認める観光地であること、また地元に対する誇りや帰属意識が高いことから、重点地域や規制地域の指定において地元市町村や事業者等の理解が得られたが、県内の他地域で同様の地域指定を導入するのは困難で、これまで磐梯山・猪苗代湖地域以外で個別地域の指定は行われていない。ただし、現在、景観計画を独自で作成している三春町が白地に対して県条例による特別規制地域への指定を検討している。



出典)「磐梯高原広域サイン計画」より

図 2-2 磐梯山 猪苗代湖周辺 景観形成重点地域 (赤の箇所)

## b) 磐梯高原広域サイン計画の策定

磐梯高原地域の乱立した屋外広告物問題を解決するため、平成 15 年 4 月、関係行政機関、関係市町村長、民間団体等による「磐梯高原広域サイン計画策定・推進委員会」を設立、この地域の屋外広告物の縮減と案内標識サインの改善等を推進することとした。

推進委員会は、景観重点地域の 6 市町村の関係行政機関、道路管理者の他に、県屋外広告美術共同組合、地元観光協会、スキー場協会等の地元関係者によって組織された。推進委員会では、景観形成重点地域を対象に協議を重ね、11 月にサイン計画を策定した。

その後、平成 16 年 2 月には、磐梯高原広域サイン計画推進連絡会に組織名称が変更され、サインの整備、総合案内板の整備や看板優良景観形成住民協定締結に向けた説明会の実施等を行っている。

## c) 磐梯高原景観づくり推進協議会

サイン計画以外の屋外広告物に関する取り組みとして、景観づくりに関する活動を共同かつ自主的に実施することを目的に、平成 16 年 4 月に発足した非営利団体「磐梯高原景観づくり推進協議会」の取り組みがあげられる。構成員は、景観形成重点地域内の観光協会、商工会、スキー場協会、屋外広告物協同組合、猪苗代町、磐梯町、旧河東町、北塩原村の住民や行政、事業者である。

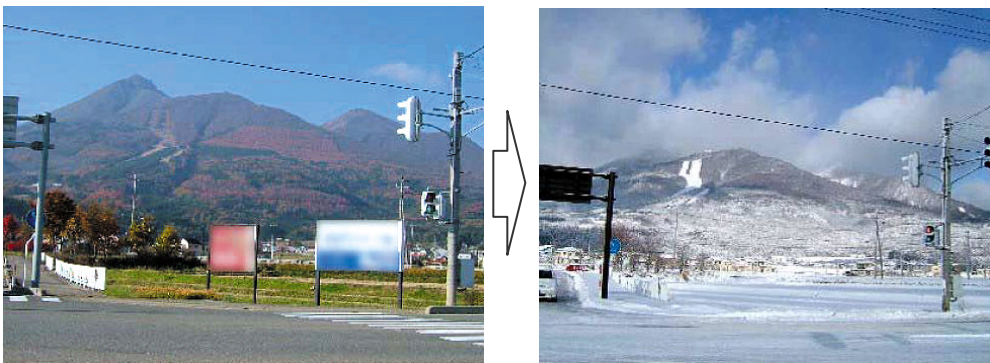
平成 16 年度事業として、不適格看板の一齐撤去を実施した。一齐撤去にあたって、同推進協議会では、地域内の屋外広告物に関する調査結果を基に、屋外広告物の掲出者へ撤去の協力要請や住民への説明会を行った後、大型の屋外広告物を中心に 77 基の一齐撤去を行った。撤去費用等は、屋外広告物の掲出者からの徴収した分と県費・町村費による補助によって賄われた。

## d) 屋外広告物の自主撤去

景観重点地域における屋外広告物への取り組みに呼応する形で、関係者による自主撤去が行われた。

<実績> 建植看板（野立看板）の自主撤去：約 300 基

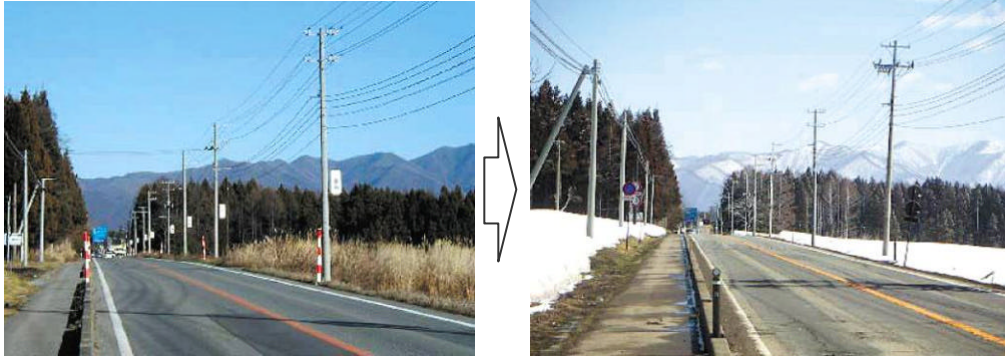
袖看板・巻き看板の撤去：N T T の電柱約 900 枚、東北電力の電柱 724 枚



出典)「磐梯高原広域サイン計画」より

写真 2 - 1 屋外広告の自主撤去の様子（左：撤去前 右：撤去後）





出典)「磐梯高原広域サイン計画」より

写真 2 - 2 電柱巻袖看板撤去(県道7号沿線、左:撤去前 右:撤去後)

### e) 住民協定制度による看板の集合化

福島県では、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となり、自家用広告以外は掲出できなくなる。そこで県では、福島県景観条例に基づく「優良景観形成住民協定」を活用し、既設の屋外広告物の一斉撤去と併せて個別に掲出していた看板の集合化を推進した。

具体的には、自治会、町内会、商工会、ペンション村等を単位とした「優良景観形成住民協定」を締結し協定として個別看板の集合化を位置付けたところに対して、県では、代替広告となる集合看板を屋外広告物条例の「公共目的用広告」として許可することで、特別規制地域内に設置できるようにした。なお、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。

県では、住民協定の促進を図るため、地域内の各所で協定の締結推進に向けた説明会や住民協定セミナーを開催し、地元での周知と理解を図っている。



出典)「磐梯高原広域サイン計画」より

写真 2-3 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）



出典)「広報いなわしろ H16.2.10」より

写真 2-4 優良景観形成住民協定についての広報



#### f) 除却の取り組み効果

磐梯山・猪苗代地域では、第一種特別規制地域指定直前の平成 14 年 3 月に約 2,500 基あった屋外広告物数が、平成 18 年 8 月で 126 件と約 95%削減された。

撤去後、地域外の来訪者からは「きれいになった」との感想がよせられている。しかし、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たとの苦情も寄せられている。

#### g) 広告景観整備地区の指定

福島県の屋外広告物条例では、規制地区の指定等の他に「広告景観整備地区制度」を設けている。この制度は、屋外広告物を地域の良好な景観に調和させることが特に必要な地域を指定し、地域にあった色彩や素材等、独自の基準による自家用広告のコントロールを行うもので、これにより、良好な広告景観の形成を行うことを目標としている。ただし、この自家用広告の独自基準に拘束力はない。

県では、これまでに広告景観整備地区として会津若松市七日町通り地区と猪苗代町中央商店街地区の 2 箇所を指定している。指定については、平成 10 年と 11 年に県から市町村へ照会を行い、平成 11 年に要望の寄せられた 2 地区に対し県が承認した。会津若松市七日町通り地区では、屋外広告物の素材として木や石等の自然素材の使用することや優れた広告物を際立たせるための自動販売機等への目隠し等、沿道の修景整備を実施している。

なお、県では、広告景観整備地区指定の拡充を目指し、平成 17 年度から広告景観整備地区の調査を開始し、追加候補地の選定を進めている。

#### 今後の課題

観光地で有名な会津若松市や喜多方市等では、郊外型大型商業店舗の出店に伴い、広告物が目立つようになってきているが、屋外広告物法や県屋外広告物条例について、県民や広告主等といった一般の方にほとんど知られていないのが現状である。

県としては、これまであまり普及啓発活動をおこなってこなかったが、一般の方への周知、特に店先に掲出している店主等に対して、自家広告規制に違反していることをまずは知らせることが重要と考えている。

## 2) 岐阜県の取り組み

### 屋外広告物行政の取り組みについて

岐阜県では、昭和 39 年制定の屋外広告物条例に基づいた規制誘導を推進しており、また平成 9 年度には「美しいひだ・みの景観づくり」を掲げる等、屋外広告物の規制を中心とした取り組みを行っている。

平成 15 年 11 月には、高山市や多治見市等を対象とした、屋外広告物の簡易除却の対象の拡大と、除却要件の緩和等を主とした「美しいひだ・みの景観特区」を構造改革特別区域として申請し、認定を受けた。なお、平成 16 年 6 月の屋外広告物法一部改正により、本特区で認められた措置が一般化している。

県では、地域に根ざした屋外広告物への取り組みや活動等を考慮し、平成 12 年度より簡易除却等の権限を市町村へ委譲している。

### a) 屋外広告物景観モデル地区の指定

岐阜県では、県の屋外広告物条例に基づいた「屋外広告景観モデル地区」の指定制度を設けている。これは、屋外広告物と地域環境との調和や良好な景観の形成を積極的に推進することが特に必要であると認められる一定の地域を対象とした指定制度である。

本地区では、通常の県条例による許可基準とは異なる独自の許可基準（広告物景観維持基準および広告物景観推進基準）を設定することができ、地域の特性に応じたより厳しい基準の設定も認めている。

現在、屋外広告物景観モデル地区は、平成 10 年に指定した高山市新宮町のみとなっている。高山市新宮町地域では住民意識が高く、地元の総意として市や県への働きかけがあり、モデル地区の指定に至っている。2 番目の屋外広告物景観モデル地区として、平成 18 年度末に可児市広見東地域を指定予定としており、県では、今後、モデル地区制度の活用を推進していくとしている。

### < 参考 >

#### 岐阜県屋外広告物条例第 25 条第 1 項及び第 2 項

##### （屋外広告物景観モデル地区）

第 25 条 知事は、第 5 条又は第 7 条に規定する地域又は場所のうち、当該地域又は場所の特性に応じ、広告物等と地域環境との調和を図り、良好な景観の維持及びその形成を積極的に推進することが特に必要であると認める区域を、屋外広告物景観モデル地区(以下「モデル地区」という。)として指定することができる。

2 前項の規定による指定(以下「モデル地区の指定」という。)は、モデル地区の指定をしようとする区域(以下「指定区域」という。)及び指定区域における広告物等に関する指針(以下「広告物景観指針」という。)を定めてするものとする。

### b) 屋外広告物対策モデル事業の実施

県では、平成 15 年度から屋外広告物対策モデル事業を導入している。本事業は、屋外広告物景観モデル地区のように独自基準を設置するほどではないが、違反屋外広告物の簡易

除却や措置命令等の対策を重点的に推進する意思のある地域に対して、各市町村長の申請により県知事が「美しいひだ・みの屋外広告物重点対策地区」として指定する制度である。

また、良好な広告景観の形成や違反屋外広告物対策に取り組む、あるいは取り組む意欲のある団体に対しては、「美しいひだ・みの広告景観形成団体」として認定を行っている。

重点対策地区については 20 地区（平成 15 年度：高山市や飛騨市等の 10 地区、平成 16 年度：大垣市小学校区等の 10 地区）を指定、広告景観形成団体については 13 団体（平成 15 年度：高山市景観町並保存連合会等 5 団体、平成 16 年度：大垣市安井青少年育成推進協議会等の 8 団体）を認定している。平成 17 年度は重点対策地区に上石津町を指定し、広告景観形成団体には、現在、屋外広告物景観モデル地区の指定を目指している可児市広見東地域の広見まちづくり協議会を認定した。

#### c) 表彰制度

良好な景観形成に対する一般の方への周知・啓発活動を目的に、平成 9 年度から「美しいひだ・みの景観づくり賞」を選定している。平成 16 年度からは良好な広告景観の形成に取り組んだ市町村や地域の団体の活動も対象に表彰している。平成 12 年度からは隔年の開催となっている。

その他、一般の方への周知・啓発活動として、屋外広告物の日（9 月 10 日）の前後一週間に、県下一斉の違反屋外広告物の簡易除却を行っている。

#### d) 屋外広告業者の登録

屋外広告物法改正前の県内業者数は 768 業者であったが、法改正後の登録業者数は 335 業者であった。登録時の特例として、岐阜市（もしくは岐阜県）で業者登録していれば、岐阜県（もしくは岐阜市）では登録免除としている。

#### e) 岐阜県屋外広告物対策アクションプランや対策推進のためのマニュアルの作成

県では、屋外広告物に関する包括的な計画として、平成 18 年 3 月に岐阜県屋外広告物対策アクションプランを策定した。今後、本アクションプランに基づいて、屋外広告物対策を積極的に展開していくこととしている。

#### 屋外広告物対策アクションプランの考え方と具体的な取り組み

- |        |  |
|--------|--|
| 【考え方】  | 実効性のある屋外広告物規制と地域の特性に応じた屋外広告物規制により、地域における良好な景観の形成を促進する。 |
| 【取り組み】 | 1．違反屋外広告物対策の強化<br>2．地域の特性に応じた規制の導入<br>3．関係機関との連携       |

アクションプランの作成だけでなく、「違反屋外広告物対策マニュアル」や「簡易除却委任マニュアル」を作成している。

#### f) 景観計画等による屋外広告物規制の促進

県では、景観と屋外広告物への取り組みについては、各市町村が主体となって行い、市町村毎に地域の特性に応じた屋外広告物の規制や取り組みを推進していくこととしている。

県は市町村に対して、景観行政団体への申請と市町村独自の屋外広告物条例の制定を呼び掛けている。

各務原市では、平成 17 年に景観行政団体の指定を受け、平成 18 年度屋外広告物条例を制定した。また、平成 18 年 6 月に景観行政団体の指定を受けた高山市では、平成 19 年 3 月に屋外広告物条例を制定している。

#### 除却に関する取り組みについて

県内の簡易除却件数は、平成 13 年度の 8,207 件に対し、平成 14 年度には除却対象の拡大等により 37,200 件と、4.5 倍に増加した。

#### a) 民間団体への簡易除却の委任

県では、市町村に対して屋外広告物の簡易除却を積極的に進めるよう要請し、除却の人員等を確保するため、民間への簡易除却の委任等を推薦している。現在、大垣市、可児市、多治見市、各務原市の 4 市で簡易除却を民間団体へ委任している。この 4 市はいずれも広告物や景観に関する地域住民や行政の意識が比較的高い。

- ◇ 大垣市には、中山道や大垣城等といった歴史資産が存在し、違反広告物の簡易除却活動を全市挙げて展開するため、除却活動を行う市民団体を「違反広告物除却協力団体（バスターズ）」として認定、除却権限を委任し、成果を挙げている。
- ◇ 可児市では、高規格道路の I C 新設に伴い、違反広告物に対して地元住民による協議会が設立され、市行政レベルへと違反広告物への取り組みや活動を展開している。
- ◇ 多治見市は、高山市等と共に屋外広告物の簡易除却に関する構造改革特別区域「美しいひだ・みの景観特区」への参加を要望、特区設定に加わる等といった積極的な対応を示している。
- ◇ 各務原市は自然が豊かな地域であり、県内最初の景観行政団体として積極的な取り組みがなされている。現在、愛知県犬山市との県域を超えた広域景観に関する計画を策定中である。

#### b) 岐阜県簡易除却委任マニュアルの作成

民間への簡易除却の委任に関して、「誰に委任して良いのか、そのための手続きの仕方がわからない」といった市町村が多かった。そこで、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、市町村における簡易除却の一層の推進を図ることを

目的として、簡易除却委任マニュアルを作成した。

#### 岐阜県内の特徴的な取り組み

##### a) 屋外広告物法に係る構造改革特区

構造改革特区の認定以前は、屋外広告物法では簡易除却の対象物を「はり紙」「はり札」「立看板」に限定しており、路上への放置が目立っていたのぼり旗や置看板等は対象外であった。そこで県では、平成 14 年 12 月に制定された構造改革特別区域法に基づいて、これらを除却対象とする特別区域の設定を検討した。違反広告物の簡易除却に積極的な市町村から区域設定の要望を受け、高山市、多治見市、瑞浪市、土岐市、可児市、瑞穂市、御嵩町の区域の一部を特区に設定した。平成 15 年 10 月に申請を行い、11 月に認定され、12 月より適用開始した。平成 16 年 1 月に大垣市の区域の一部を追加する変更認定がなされている。

平成 16 年 6 月に屋外広告物法の一部が改正されたため、平成 17 年 1 月から特区での特例措置が一般化された。

##### b) 特区認定後の取り組み状況

特区を設定した高山市や土岐市等では、広報やインターネット、住民説明会等によって特区制度の周知を図った。

##### c) イベントをきっかけとした意識の向上

下呂市では、駅前の沿道には多数の屋外広告物が設置され、景観が悪化した状況にあった。2005 年に全国植樹祭が開催されたことを契機に、景観への関心が高まり、景観条例や屋外広告物の制定への取り組みが動き出した。

#### 岐阜県内の課題

県内の一部の市町村では、重点対策地区等の屋外広告物の規制により、地域特性を踏まえた細かな屋外広告物対策が進んでいる。一方、その他の地域では、地元住民の合意が課題となり、対策が進んでいない。

### 3) 石川県の取り組み

#### 屋外広告物行政の取り組みについて

石川県では、金沢市以外の県下市町村全てが県条例の対象地域である。主要幹線道路を中心に禁止地域に指定し、その他の地域は許可地域としている。禁止区域は第1種、第2種に区分され、第2種は景観マスタープランにある景観重要地域とほぼ同様の地域であり、病院、博物館の周辺区域で厳しい基準を設定している。特に、海岸沿いや能登島の道路から海を見た景観、九十九湾の海側から見た景観に配慮している。

有料道路等の新規に整備した道路ではあまり違反広告物は存在しないが、既存道路に禁止地域を設定する場合には、5年間の猶予を設定し、合意形成のため、住民説明会を実施している。

#### <屋外広告物条例の概要>

禁止地域(1種、2種) 許可地域の指定による制限を行っている。

禁止地域 1種：第一種低層住居専用地域等の用途地域による指定。

2種：景観法、文化財保護法、森林法、自然環境保全法等に基づく地域。県景観条例の景観形成重要地域、ふるさと石川の環境を守り育てる条例の自然環境保全地域等。

高速自動車道、道路、鉄道、自然公園等。道路については、両側100m～500m等の幅を持って指定。

許可地域 鉄道、一般国道、県道等の沿道、公園、山岳、港湾、空港、駅前広場等

広告物活用地区、景観保全型広告整備地区、広告物協定地区の指定はない。

#### a) 組織体制

県土木事務所が除却を実施しており、市町村への委任は実施していない。

#### b) 普及啓発の取り組み

いしかわ広告景観賞を毎年選定しており、広告物業者の励みにつながっているが、一般の人々にはまだまだ浸透していない。

県では、屋外広告物法改正に伴い、講習会を開催している。現在では受講が業者登録の要件となっており、県内300業者が登録されている。広告物規制の案内用の小冊子を作成し、説明時等に業者向けに配布している。

#### c) 景観法による規制誘導

景観マスタープランを策定し、広告物の位置づけも行っているが、あくまで法的拘束力は持たない構想である。各市町村が自主条例等で広告物を規制誘導している事例はない。平成18年8月に加賀市が景観行政団体となったが、広告物行政は当面引き続き県が実施する予定である。

<石川県景観マスタープラン（屋外広告物にかかる概要）>

特に景観上重要な地域に景観形成重要地域（県指定）、景観形成重点地区（市町指定）、白山眺望景観保全地域の指定を想定。

屋外広告物については、これまでの規制を継続する方針。ただし、上記3地域・地区においては、下記を位置づけている。

景観形成重要地域

主要道路沿いの原則禁止区域化、色彩の制限、地域特性に配慮した基準による誘導を行う。

具体的には、能登有料道路・加賀産業道路は、景観形成重要地域として屋外広告物が禁止されており沿道景観の形成を進めている。また、加賀温泉郷では、白山への眺望景観の保全とともに、屋外広告物等のデザイン化や集合化による温泉地景観の創造が位置づけられている。

景観形成重点地区

自家用広告物以外の原則禁止、詳細な景観形成基準による誘導、景観保全型広告整備地区の指定、地域特性に配慮した基準による誘導、地場産業を用いたエコサイン、デザインの統一化・集合化を図る。

具体的には、兼六園周辺、北前船寄港地、温泉地について、屋外広告物の規制誘導等による景観保全、空港、港、駅、公園等の主要な観光施設は屋外広告物の規制誘導が位置づけられている。

除却に関する取り組みについて

道路パトロールの一環として違反広告物の簡易除却を実施している。違反広告物は、特に住宅メーカーが設置する短期間の置き看板が多い。のぼり旗については、明らかに放置されているものに限って除却している。違反広告物掲出者に対する有効な対策がなく、電話等でねばり強く説得している状況である。

石川県内の特徴的な取り組み

温泉地である片山津地区では、観光客の減少を契機に、地元の観光会長が主導して、アクセス道路の屋外広告物の自主撤去を行った実績がある。これは、地区の住民・各種団体代表、屋外広告物業者等で構成される屋外広告物等魅力アップ協議会を設立し、北陸自動車道片山津 IC から国道 8 号までの 8.2km を対象に協議会で議論してきた成果である。

#### 4) 金沢市の取り組み

##### 屋外広告物行政の取り組みについて

金沢市では、複数の条例によって景観の規制誘導を実施しているが、屋外広告物に関しては、基本的に広告物条例によって規制誘導を行っている。

平成 8 年に中核市へ移行し、県から屋外広告物に関する権限が移管されたことに伴い、金沢市では、一般的な屋外広告物条例に高さ規制を付加している。また、禁止展望区域を設定し、屋上広告物の禁止、10 m<sup>2</sup>以下の総量規制を行っている。広告物活用地区では、審査会での審査の下、賑わいに資することを条件に、基準を超過する広告物の設置を認めている。

金沢市では、景観形成における歴史的な蓄積から、市民の景観に対する意識が高く、市条例を導入した際にも広告物業者からの反発もなく、規制に対する合意が得られたと考えている。しかし、禁止区域を新たに設定する場合には、説明会を実施し、経過措置として5年間の猶予を設けているが、合意形成は難航している。協定や地区計画では、条例よりも厳しい制限をかけている事例が存在しており、新たな地区に規制をかける場合には、地区計画等の住民合意を制度に組み込んだ方式が必要と考えられる。

また、西インター大通り、諸江通りでは、沿道景観形成条例に基づく取り組みとして、景観形成協議会を設立し、現地調査を行い、景観の現状を勘案した規制水準の設定を行っている。

##### <金沢市屋外広告物条例の概要>

禁止地域	第1種	伝統的街並み、自然環境
	第2種	住居専用地域、都市公園・緑地、高速道路等
	第3種	伝統環境保存区域、近隣商業地域等（こまちなみ、茶屋街、長町など）
	第4種	商業地、病院、博物館等
	第5種	北陸自動車道に接続する展望可能な地域（100m以内）
	第6種	加賀産業道路、金沢外環道路等に接続する展望可能な地域（100m以内）
		これらの地域では、自家広告物以外、ネオンの点滅、野立広告等が禁止される。
許可地域		近代的で風格のある街並み景観の創出、美観風致の維持を図る地域
広告物活用地区		片町地区、武蔵ヶ辻地区が指定され、審査により、基準を超過する広告物の設置が可能

##### 除却に関する取り組みについて

財団に委託し、JRの線路を境に東西を毎日交互に簡易除却を行っている。除却した広告物は道路公園事務所に保管し、月に2回廃棄している。広告物の除却及び処分費用として、平成18年度当初予算では、640万円を計上している。

違反屋外広告物は減少傾向にあるが、金融関係のビラが多数を占めており、警察に検挙を依頼している。平成16年度には、屋外広告物法違反で業者を現行犯逮捕した実績がある。立看板の8割は住宅メーカーのものであり、簡易除却の対象としている。常習犯に対しては、電話で説得するとともに、道路管理者との合同パトロール等により対応している。商工看板（広告業者が自主的に作成した案内図）については、違反広告物として、基本的に除却している。



## 金沢市独自の取り組みについて

### a) アクセス道路の広告物規制

市の屋外広告物条例の禁止区域（第6種）に指定し、野立広告は禁止している。

### b) 広告物の色彩変更

赤地に白の屋上広告を反転させたボーダフォン社の事例は、企業のコンプライアンス意識が高く、自主的に色彩変更が提案されたものである。このように意識の高い企業は、自主的に色彩変更する可能性があると考えられる。



写真 2-5 ボーダフォン社の事例

日航財団 HP ( <http://www.jal-foundation.or.jp/html/keikan/backnumber/keikan8.htm> )

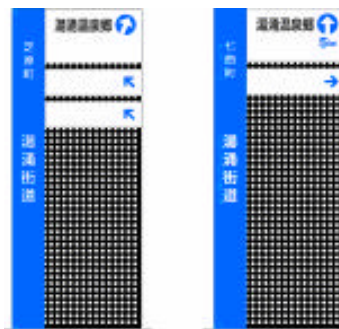
### c) 審査会の実施

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、審査を行っている。申請者を伏せて匿名で審査している。広告物組合の会長も委員として参加しており、広告業者の立場を超えた厳しい指摘がなされており、効果をあげている。しかしながら、一部には納得しない事業者も依然として存在する。

### d) 湯涌街道（温泉）での共同看板化の取り組み

湯涌街道沿道の50町会及び温泉観光協会では、平成13年に湯涌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。こうした取り組み経緯も考慮し、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、平成18年度時点では10基に減少している。

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)「湯涌街と景観整備協議会パンフレット」より

写真 2-6 湯涌街道共同看板の事例

e) 道路標識特区

平成 17 年 3 月 沿道景観形成条例を制定（指定地区はまだなし）

平成 17 年 6 月 第 7 次構造改革特区に提案

平成 18 年 1 月 第 10 回認定申請

平成 18 年 7 月 認定

写真撮影スポットを遮っているとの新聞記事を契機に検討を開始した。案内標識・警戒標識各 1 箇所について、ホームページ上あるいは観光客に対するアンケート、及び学識者・観光関係者・ボランティアガイド・市民によって構成される委員会の検討結果に基づき、標識の大きさを基準の 2/3 に縮小して試行している。景観の阻害だけでなく、通行者、特に高齢者の観点から見た視認性について、金沢工業大学、高齢者ボランティアの協力の下、実証を行っている。



変更前

変更後

出典)「金沢市ホームページ」より

写真 2-7 道路標識の縮小試行事例

## 5) 京都市の取り組み

### 屋外広告物に関する取り組みについて

#### 規制誘導

規制誘導は都市景観課が所管し、違反広告物の除却は風致保全課で所管している。

昭和31年に屋外広告物条例を制定した。市内全域を禁止または許可区域(第1~5種)としている。その他に、幹線道路沿いの規制誘導を図るための沿道型規制地域(第1~3種)、観光地の規制強化を図るための特別規制地区(伝統的建造物群保存地区5箇所、木屋町)が指定されている。特に木屋町では夜間景観への配慮を求めている点に特色がある。

広告物に関する規制誘導は全て屋外広告物条例に基づいて実施しており、景観計画や伝建地区等に合わせて規制する内容を変えた地区指定を行っている。

また、四条、河原町、木屋町の3地区を重点的に違反広告物に対する指導を行う地区に選定し、重点的に違反広告物に対する指導を行っている。

#### <京都市屋外広告物条例の概要>

##### 1. 屋外広告物禁止地域

文化財保護法に基づき指定された建築物の敷地等、森林法、河川水路、池沼、都市公園、国定公園の公園区域、緑地、歴史的風土保存地区内等の樹林地、古墳、墓地、御所・離宮等

##### 2. 屋外広告物規制区域

地域ごとに定める基準への適合、位置や形態、意匠が及ぼす影響を勘案して許可を行う。第1種から規制の強度に応じて第5種まで設定。

- ・第1種地域 樹林地等の緑地、歴史的建造物や閑静な住宅によって良好な景観が形成されている地域
- ・第2種地域 山並み等の背景と調和した優れた街並みが形成されている地域
- ・第3種地域 店舗、事務所等が多数存在する地域で良好な街並みが形成されている地域
- ・第4種地域 工場、事務所、倉庫等が多数存在する地域で良好な街並みを形成する必要がある地域
- ・第5種地域 繁華街及び上記に該当しない地域

##### 3. 沿道型屋外広告物規制地域(屋外広告物規制区域内の沿道のうち、特に基準を定める必要がある地域)

地域ごとに定める基準への適合、位置や形態、意匠が及ぼす影響を勘案して許可を行う。第1種から規制の強度に応じて第3種まで設定。

- ・第1種地区 主に旧市街地北部及び鴨東地域の幹線道路沿い
- ・第2種地区 主に20mの高度地区制限の適用された幹線道路沿い
- ・第3種地区 主に20m超または高度地区制限のない幹線道路沿い

##### 4. 屋外広告物等特別規制地区

地区毎の特色に応じた許可基準を設定(産寧坂、嵯峨鳥居本、上賀茂、石堀小路、祇園新橋、木屋町)。

##### 5. その他

###### ・特定屋内広告物

窓ガラス等の内側に表示されているものについて、5㎡超については届出が必要。また、開口部の面積に対して5/10(1F以下)、3/10(2F以上)以下とすることが要件。

###### ・歴史的意匠屋外広告物

歴史的な意匠をもち、都市景観の維持・向上に寄与するものについては、面積基準等の特例措置がある。

a) 人員体制

景観行政に携わる職員は約 50 名であり、うち屋外広告物行政にかかわる職員は 8 名（さらに嘱託 4 名）であるが、市内全域を管轄するには不足しているため、市民の協力が不可欠である。

普及啓発

a) 広告主向け

自家用広告物であっても、広告物の面積が 2 m<sup>2</sup>を超える場合は許可が必要であるが、全てが申請されているわけではない。この原因は、主に広告主の制度に対する認知が低いことにあると考えられるため、普及啓発のための冊子等を作成しているが、財政的にも配布部数に制約があり、周知が進んでいない。平成 17 年 7 月の屋外広告物業者の登録制度を導入した際には、広告主向けのリーフレットを作成し、商工会議所、商店会、不動産業界への説明を実施した効果もあり、新規の申請件数は増加している。

b) 事業者向け

京都市の基準は詳細な規定のため、看板業者であっても十分に理解されているとは言えない。京都以外の業者ではさらに理解度が下がると思われる。

景観まちづくりコンクールを 4 年に 1 回実施しているが、平成 15 年には広告物部門への応募がないなど、制度がうまく活用されていない。本コンクールへの応募に対するインセンティブがないことが一因と考えられるため、今回の制度改正に伴い、優良広告物は規制を緩和するなどの仕組みを検討中である。

c) 市民向け

市民からは、捨て看板や看板の大きさ、色彩等に関する通報が多く寄せられており、意識は高いと考えられる。

除却に関する取り組みについて

a) ボランティア

除却推進員制度を平成 9 年から導入した。推進員は、既存の補導委員、防犯委員、及び新たに募集した市民ボランティアである「京・輝き隊」の 622 名で構成される。ピンクチラシや張り紙の除却が活動の中心である。広告業者とのトラブルを防ぐため、活動時には警察に事前連絡しておき、迅速な対応が可能なように連携を図っている。また、ボランティアに対する「活動の手引き」を作成し、活動内容を解説している。

なお、市では、ボランティア保険代として、650 万円程度を支出している。

違反はり紙等除却制度（平成 18 年 11 月末日現在）

略称	推進員	京・輝き隊	指導員
名称	京都市路上違反広告物追放推進員	京都市はり紙等違反広告物除却活動員	京都市違反広告物除却指導員
対象者	少年補導委員会等	一般市民	団体
人数	312 名	622 名	2 団体
特徴	全市域に及び少年補導委員会の支部長等で構成される。市から委嘱され、はり紙等の簡易除却を実施するもの。	市民ボランティアによるもの。まちづくり・美化団体、商店街系の団体等の 47 団体で構成される。	国道事務所、京都府青少年有害環境対策推進事業実行委員会で構成され、広告物表示物件所有者等が権限の委任を受けて自ら除却活動を行うもの。

・各制度の活動実績

推進員

	14 年度	15 年度	16 年度	17 年度	18 年 11 月末
実施回数	225	189	577	347	94
延べ参加人数	6,632	2,634	4,090	2,397	1,029
除却枚数	157,893	31,881	20,9518	52,154	4,894

京・輝き隊（平成 18 年 11 月末日現在）

実施回数（回）	延べ参加人数（人）	はり紙（枚）	はり札（枚）	立看板（枚）	広告旗（本）	合計
68	406	1,060	99	1,181	22	2,362

指導員

	はり紙・はり札（枚）	立看板（枚）	広告旗（枚）
平成 17 年度	284	16	4
平成 18 年度 11 月末	224	-	-

b) 業者委託

1 業者に委託して、トラック隊（2 名 1 組）、バイク隊（2 名 1 組）の各 1 組が活動している。トラック隊は市内全域を週 2～3 回、市バス路線を巡回し、違反広告物の簡易除却を実施している。バイク隊は毎日午前中に市内を巡回し、ビラや張り紙の簡易除却、通報された広告物の除却等を実施している。

立看板の掲出については、不動産開発の減少や簡易除却対象の拡大等によって減少傾向にある。市では、これらの除却のための両者委託に年間 900 万円程度を要しているが、概ね市内の巡回・除却への対応はできていると考えている。

#### 業者委託による除却実績

	種別	14年度	15年度	16年度	17年度	18年11月末
定例撤去	はり紙等(枚)	60,462	85,391	67,255	27,533	18,365
	立看板(枚)	9,921	17,784	11,269	2,338	860
雇用対策撤去	総数(枚)	333,913	280,174	310,229	-	-

平成16年までの時限事業

#### c) 違反広告物対策会議

昭和59年2月に京都市が事務局となり、企業者で構成される年2回の対策会議の開催、一斉除却等のイベントを実施している。平成18年度は、40名の参加により、JR西大路駅周辺で街頭での啓発活動、違反広告物の除却活動を実施した。

#### <構成メンバー>

- ・ 京都国道事務所
- ・ 京都府警
- ・ NTT西日本
- ・ 関西電力
- ・ 京都市(交通局、建設局、都市計画局(事務局))

#### d) その他の主体による除却活動

国道事務所も春・秋の年2回、国道上の違反広告物の除却を実施している。

#### 京都市独自の取り組み

##### a) 色彩の誘導

昭和40年代に京都駅前のコカ・コーラの看板の色彩を協議によって反転させたのが最初の事例である。以降、広告物の色彩に関して個別に協議することで、広告物に問題意識を有する企業では配慮がなされている。近年では、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。

##### b) 自家用広告物、屋内広告物に対する規制

平成8年に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際には、産寧坂地区等では歓迎されたが、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ある。

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、本規制が自分にも影響するとはあまり認識されていなかったと思われる。

c) 屋外広告物モデル地域での違反広告物への指導

平成 17 年度、平成 18 年度において、屋外広告物調査を実施し、許可基準への違反、手続きの違反等について現地調査を実施し、手続き違反については是正指導を行っている。

< モデル地区の取り組み概要 >

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

平成 17 年度の取り組み状況

・ 調査結果

違反している屋外広告物を掲示している事業所及び建物の棟数

	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

違反事業所及び建物に対する指導状況

対象事業所		事業所数	棟数
指導		94	47
内 訳	指導中	71	26
	是正指導完了	22	21

d) 新たな規制誘導

景観意識の高まりを背景に、京都市全体として「京都創生」を市政のテーマに掲げ、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の結果、屋上広告物が景観を乱しているという回答が 55%に達したこと等を受け、規制の強化に向けた制度改正に取り組んでいる。

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、袖看板の高さに対する規制強化等を予定している。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認識している。また、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。

合意形成はパブリックコメント、全国インターネットアンケート、説明会、庁舎での計画の閲覧等により実施している。事業者の中には、市民からの批判があっても、目立つことが重要と考えている業種も存在するなど、反対の声も一定数存在する。また、マスコミを含め、性急に過ぎるのではないかとの声もあるが、市民、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。市では、景観は公共財であるとの認識を市民、事業者双方に理解してもらい、街に愛着をもってよくし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。



## 6) 横浜市の取り組み

### 屋外広告物に関する取り組みについて

街づくり協議等の景観の視点からの規制誘導、重点地区の指定は都市整備局都市デザイン室で所管している。重点地区の違反広告物の簡易除却については、資源循環局で所管しており、人出の多い繁華街等を重点地区に指定している。環境創造局では、屋外広告物条例を所管しており、重点地区以外の違反広告物の簡易除却を行っている。なお、道路上の占用物件については、道路局で所管している。

#### < 横浜市屋外広告物条例の概要 >

禁止地域：国道の沿道両側 500m、高速道路の沿道両側 50m、鉄道の両側 500m（商業地域内は可）、河川区域、金沢区の海岸の一部、文化財保護法に指定された建造物の敷地と敷地から 50m以内の地域、古墳・墓地、火葬場・葬祭場  
許可地域：市内全域

### 除却に関する取り組みについて

外部業者に委託して実施しており、重点地区以外では、年間 250～260 日（土日を除くほぼ毎日）巡回と除却を行っている。4 業者で 4 つのエリアを巡回し、週に 1、2 回は各区を巡回している。委託料は年間約 6 千万円程度となっている。委託内容は簡易除却に限定している。なお、重点地区では週 3、4 回の巡回を実施している。

また、平成 9 年には、高速道路の沿線の看板を一斉除却した実績がある。

基本的には市で違反広告物の簡易除却を行っているが、以前は市内 18 区中 14 区で路上違反広告物除却員制度に基づき、市民（町内会等）に除却を委託していた。近年では、広告業者とのトラブル等もあり、市民を危険にさらさないため、市民への委託は減少傾向にあり、現在では、一部の区での委託にとどまる。

ピーク時の平成 11 年度には約 40 万枚の除却を実施したが、平成 17 年度は約 14 万 6000 件にとどまった。その要因として、景気の悪化による屋外広告物の需要の減少、屋外広告物法改正に伴う違反事業者の告示や除却対象の拡大による金属製の立看板等も除却可能になったに、事業者には抑制効果が働いたことなどが考えられる。

#### < 除却箇所 >

美化推進重点地区：20 箇所（都心部 2 箇所、その他駅前等拠点 18 箇所）  
重点地区：82 箇所（主要駅前等）

## 横浜市に特徴的な取り組み

### a) 公共掲示板

違反屋外広告物の氾濫への対策として、昭和 30 年代からはじめた取り組みである。町内会の掲示板等に掲出できない営利目的の広告の掲出を対象として、10 日間に限って掲出を認めるものである。実際には、事業者でなく、市民の利用がほとんどである。

繁華街を中心に市内 150 箇所に設置しており、郊外のニュータウン部などは需要に比して設置数が少なく、市民からの設置要望が多い。広告物の掲載、撤去については、掲出者の自主管理に任せている。



写真 2 - 8 公共掲示板の例

### b) 事業者向けの啓発

市広告物美術協同組合を通じた法令の講習などが中心である。屋外広告物審議会の委員は同組合からも選定されている。

### c) 市民の普及啓発

屋外広告物の日のイベントにおけるパネル展示による広報を中心に実施している。

### d) バス停広告

公共施設の新たな整備手法として市長の発案で取り組んでいる。

平成 15 年の規制緩和に伴い、広告料収入を上家の整備・維持管理費に充てるというルールの下、上家の新設整備と一体的に行われる広告板の設置を認め、路上広告の柔軟化を行った。

交通局では、設置場所の確保や申請書類の審査を行い、都市デザイン室では内部基準に基づいて広告物のデザインを審査し、環境創造局で屋外広告物の許可を行っている。

今後の市としての課題として、大きく次の 2 点が挙げられる。ひとつは、他の屋外広告物と同様の審査手続に統一するか否かの検討が必要であること、もうひとつには、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の場所が限られ

ており、設置場所の確保が困難なため、当初計画した設置数に達しない恐れがあることである。

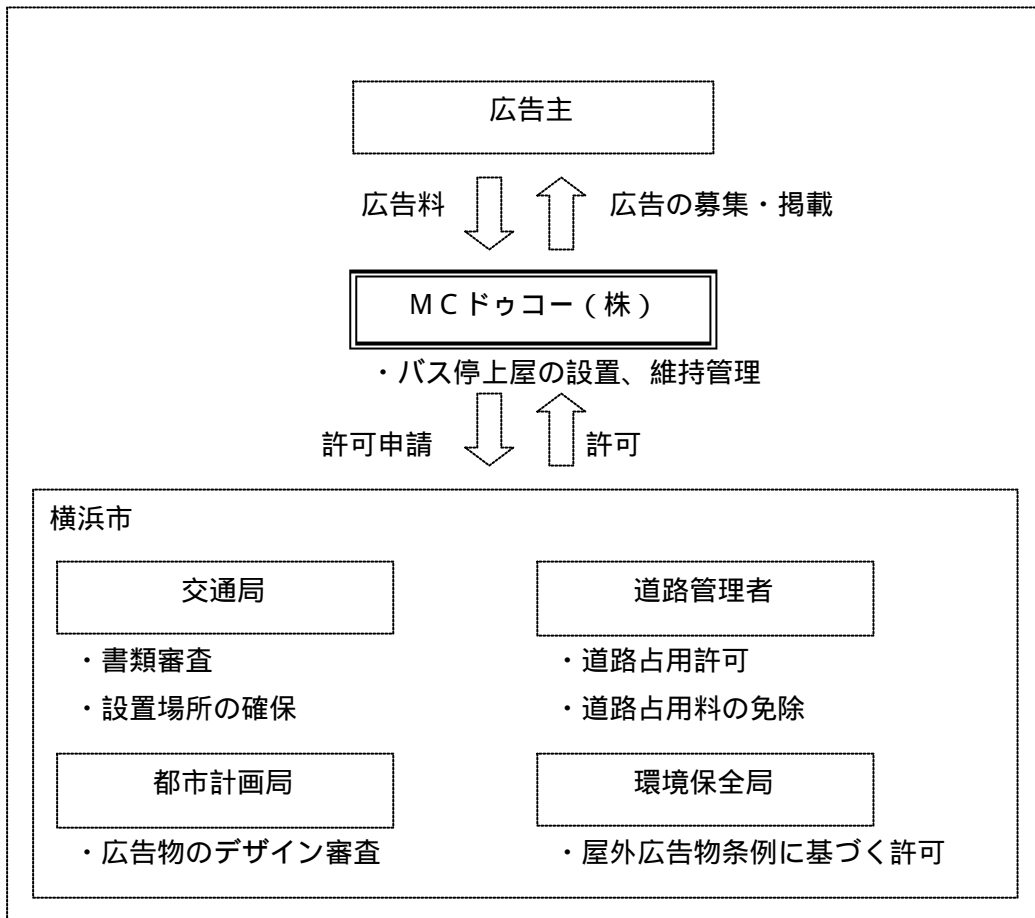


図 2-3 バス停広告のスキーム

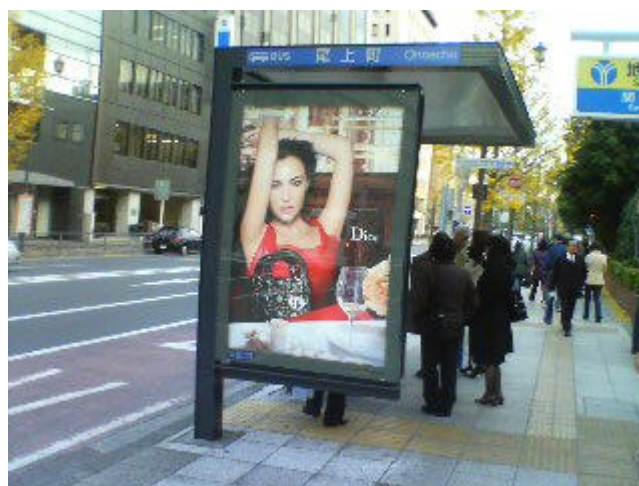


写真 2-9 バス停広告の例

## 今後の課題

広告物行政が多部局にわたり、部局間の施策のすり合わせが困難な状況にある。

悪質な事業者は依然として、確信犯的に違反広告物の掲出を行っており、いたちごっこ  
の状態にある。なお、違反広告物は金融関係、不動産関係が中心である。市の体制として、  
年間の許可件数が 6～7000 件、数万単位の物件数にもかかわらず、担当は 3 人のため、是  
正指導に手が回らないのが実態であり、除却は事業者に依存している。

市では、未申請業者、事業者調査を年 1 回実施し、申請を依頼する取り組みを行ってい  
るが、書面による通知のため、申請に至るのは 3、4 割にとどまる。条例を理解していない  
事業者が依然として多い。

予算に関しては、過去の違反広告物の氾濫の経緯もあり、違反広告物の除却に関しては、  
経常経費的な扱いとして確保されている。

なお、屋外広告物法の改正に伴う業者の登録制度は未だ実施していない。

平成 18 年 4 月の景観条例の施行もあり、今後、市として、景観施策と屋外広告物行政を  
どうすり合わせていくのが課題である。

## 7) 岐阜市の取り組み

### 屋外広告物行政の取り組みについて

岐阜市では、平成 8 年の中核市移行後、広告物が適正に出されるよう屋外広告物法に基づく岐阜市屋外広告物条例を制定し、まちづくり景観室を中心に屋外広告物の許可申請や簡易除却等といった屋外広告物の規制や誘導等を行っている。

これまで未申請の屋外広告物への取り締まりを継続してきた結果、屋外広告物の許可申請件数、許可手数料とも年々伸びている。

#### a) 屋外広告物に関する啓発活動

市民に馴染みの薄い屋外広告物法や岐阜市屋外広告物条例の啓発を行うために、9月1日～10日(屋外広告物の日)の屋外広告美化旬間に、違反広告物の指導、制度のPR等、街頭啓発を実施、岐阜市まちづくり景観室、土木管理室、土木事務所、県警察、県広告美術業協同組合や地元の屋外広告物啓発協力員等との協力により、商店街等の違反広告物のパトロール等を行っている。

このほか、屋外広告物規制概略図や申請手続の流れをわかりやすく説明した「屋外広告物のルール」を作成、申請指導や啓発に活用している。



図 2-4 「広報ぎふ」平成 18 年 9 月 1 日号より

#### b) 岐阜市屋外広告物審議会の設置・運営

市内の広告物に関する重要事項を調査・審議するための組織として、岐阜市屋外広告物審議会を設置している。委員は、学識経験者、行政関係者、岐阜市広告美術協同組合の代表者、市民団体の代表者、一般公募市民により構成されている。

除却に関する取り組みについて

a) 屋外広告物法に係る構造改革特区

岐阜市は、平成 15 年 11 月に岐阜市内の美観風致の維持が必要な地区等を対象とした屋外広告物の簡易除却の対象拡大と要件緩和等に関する構造改革特区「岐阜市きれい・すっきり簡易除却モデル特区」を申請、認定された。

特区申請時、対象範囲は市域の 6 割程度と制限があったため、風致地区、中心市街地や閑静な第一種・第二種住宅地域、幹線道路沿い都市公園等を中心に屋外広告物の規制区域を指定した。平成 16 年 6 月の屋外広告物法一部改正により、特区の措置が一般化された。

b) 屋外広告物パトロール

現在、岐阜市では簡易除却の専任職員 4 名を配置している。2 人一組となり、それぞれ軽トラックで定期的にパトロールを行い、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やチラシ等による周知活動を行っている。パトロールの結果、得られた広告物に関する基礎データは、データベース化して管理している。当初、専任職員は 2 名であったが、簡易除却の範囲の拡大、業者への申請指導の強化等に合わせ 4 名へと増員された。

この定期的なパトロールは、屋外広告物に関する特区認定の当初に実施した違反看板の撤去の際に、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から、地域による不公平感を払拭するために平成 16 年から開始した。平成 18 年度で市内全域の路線を一巡し、2 巡目に入っている。

c) 簡易除却の実績と傾向

管理されていない放置看板を中心に除却を行っている。岐阜市の傾向として、マンション等の住宅販売、金融、結婚サービス屋等の立看板やのぼり旗が多く見受けられる。

岐阜市では、平成 15 年 11 月の「岐阜市きれい・すっきり簡易除却モデル特区」認定後から約 2 ヶ月間を市民への広報・PR 期間とし、広報誌への掲載や違反業者への文書による通知や指導を行い十分周知を図ったのち、特区として要件拡大した簡易除却を開始した。

PR 期間後の平成 16 年 2 月から 12 月までの屋外広告物簡易除却数で、これまで除却できなかった除却対象は、はり札タイプが 442 件、置看板が 639 件、のぼり旗が 41 件であった。

岐阜市では、屋外広告物を掲出した相手分かる場合でも、近くに管理者がいなければ、違反が判明した時点で対象物件として即時除却を実施している。



写真 2-10 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)



#### d) 除却物件の処分

置看板（ブロック等で足もとを固定した版面がプラスチック等の素材による看板）については除却後の処分方法が課題である。岐阜市で特区認定以前は簡易除却が困難で除却してもしばらく保管していた。特区認定後は、競売等の措置をとらず、産業廃棄物として処分している。

岐阜市では、違反広告物の除却推進体制として、徹底的なパトロールや指導を行うとともに、安価な保管場所の処分費用を確保している。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一時的に保管している。

#### 岐阜市内の特徴的な取り組み

##### a) 市民協力者の活用

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お願いしている。

協力員から通報があった場合、専任職員が現地に急行し、簡易除却可能な物件なら即時除却し、また、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。

ただし、自家用広告に対しては除却にまで至っていない。

##### b) 屋外広告物実態調査及び申請指導

市内に氾濫する屋外広告物の実態を把握するために、職員による日常パトロール等での調査と外部委託による調査を継続して実施している。これら収集したデータに基づいて、未申請（無許可）広告物の掲出者に対し、申請指導を実施し、適正化に努めている。



写真 2 - 1 1 市による屋外広告物の適正化要請に対処した事例(表示面積の縮小)



写真 2 - 1 2 市による屋外広告物の適正化要請に対処した事例(違反広告物の撤去)

### c) その他

岐阜市では、中心市街地活性化の中で「まちなかの回遊性」を掲げており、観光資源である長良川・金華山を中心に、1) 道の整備、2) 案内サインの整備を推進中であり、合わせて屋外広告物対策を実施することで景観の向上につながっている。

金融関連等の屋外広告物については、最近見なくなっており、取り組みの効果が現れていると思われる。また、隣県の愛知県における屋外広告物の撤去強化の影響等もあり、自家用広告の扱いについても県に相談が寄せられるようになってきている。

### 今後の課題

#### a) 地元意識

岐阜市ではパトロール等の効果が年々上がっているものの、地元の意識向上には至っていないと思われる。屋外広告物に関する啓発活動も行っているが、看板掲出に関するトラブルは依然として発生している。景観計画と並行して屋外広告物への対応についても規定することを予定しており、平成 20 年の景観条例改定で市民による活動、屋外広告物への取り組みが進むことを期待している。

#### b) 屋外広告物の色彩等

岐阜市の今後の課題としては、事業所の自家用広告、野立看板、ロードサイド店の大型の屋外広告物等に対する適正な広告物のサイズや色彩の指導が挙げられる。

現在は、パンフレット等で協力を要請しているにとどまっており、平成 18 年度時点で、広告独自のガイドラインを作成中であるが、地域毎のデザインをどう規定するかが課題である。



## 8) 東京都の取り組み

### 屋外広告物行政の取り組みについて

都では、屋外広告物の許可申請や簡易除却等の日常的な取り組み等を市区町村へ委譲しており、市区町村それぞれ独自の対応や取り組みを実践している。都による取り組みは以下のとおりである。

#### a) 屋外広告物条例による規制等

都屋外広告物条例では、都市計画区域の第一種住居専用地域、第二種住居専用地域等を屋外広告物禁止区域、橋梁、高速道路、高架鉄道、国道・都道等を禁止区域として指定している。

#### b) 違反広告物簡易除却キャンペーン

都では、違反屋外広告物対策の一環として、毎年10月に「共同除却キャンペーン」を開催し、屋外広告物への規制の存在や規制内容の周知と違反屋外広告物に対する都民意識の向上を図っている。

キャンペーンでは、道路管理者、警察の他、貸金業協同組合や不動産業界等の団体、自治会等の協力のもと、道路上の違反広告物対策について協議し、キャンペーンに参加する区や市と連携して違反屋外広告物の共同除却を行っている。

参加する区や市では広報誌への掲載等によるPRを行い、除却キャンペーンへの協力と参加を呼びかけている。

10月は違反屋外広告物取り締まり月間

副道路管理課道路監察係 (☎5722-9426)、目黒警察署 (☎3710-0110)、碑文谷警察署 (☎3794-0110)

道路などの公共物に、立て看板・はり紙・はり札を設置することは法律や条例で禁じられています。このような違反屋外広告は、まちの景観を著しく損なうだけでなく、歩行者や車の通行に支障を来し、大変危険です。区は、17年から違反屋外広告物除去協力員制度を制定し、区民や事業者と連携して、除去に取り組んでいます。取り締まり月間中は、警察などの関係機関の協力を得て、さらに取り組みを強化していきます。まちを住みよくしていくため、公共物などに違反屋外広告物を張っている人を見掛けたら、区や警察署へ通報するなど皆さんの協力をお願いします。

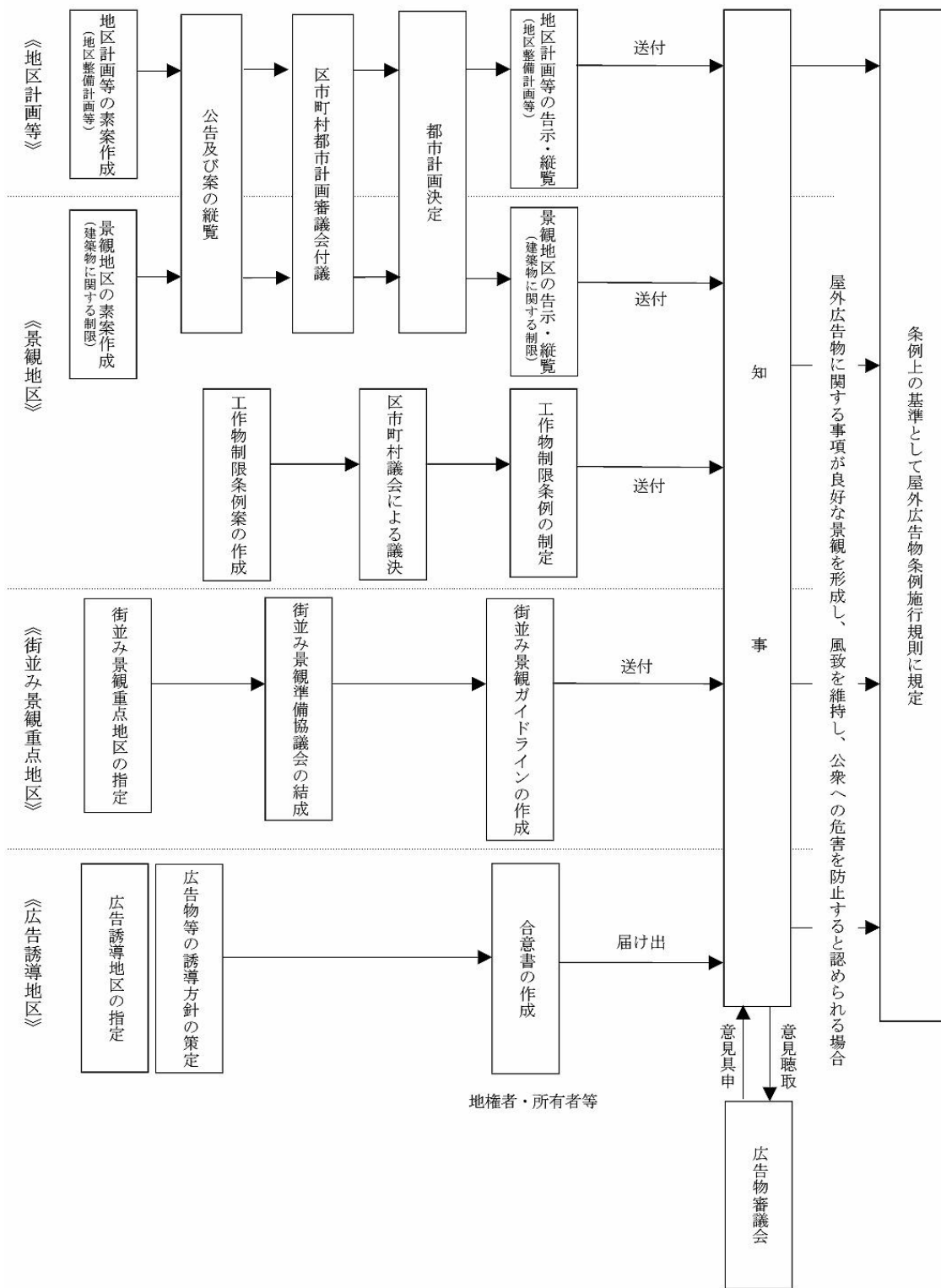
日時	日程	テーマ	講師 (敬称略)
10/5 (木) 午後1時15分	10/5 (木)	家族のこれまでも今	城西国際大学客員教授 原ひろ子
10/12 (木) 午後1時15分	10/12 (木)	女が映画を作るとき	映画監督 浜野佐知
10/19 (木) 午後1時15分	10/19 (木)	結婚、むずかしいですか？	日本青年館結婚相談所長 板本洋子
10/26 (木) 午後1時15分	10/26 (木)	社会の中の家族	城西国際大学客員

出典)「めぐろ区報 9/25」より  
写真 2-13 違反屋外広告物取り締まり月間の告知

#### c) 広告誘導地区の導入

都では、平成16年度の法改正時に屋外広告物条例独自の施策として、広告誘導地区の指定制度を導入した。広告誘導地区は、一定の区域を設定し地権者の3分の2の合意によって屋外広告物を誘導できる地区である。しかしながら、現在までに具体的な地区選定に至っていない。

都では、「広告誘導地区」の他に、都市計画法に基づく「地区計画等」や「景観計画」、東京のしゃれた街並みづくり推進条例に基づく「街並み景観重点地区」の活用を屋外広告物の規制誘導方策の柱と位置付けており、地域の景観特性に合わせた屋外広告物の規制誘導を進めている。



出典) 東京都「屋外広告物のしおり」より

図 2-5 特定の地域において、屋外広告物への基準を設けるための具体的な手続の流れ

#### d) イベント開催に合わせた共同除却の実施

2007年2月の東京マラソン開催時に、コース沿いの簡易除却を区や道路関係者等との共同で実施した。

#### e) 業者を管轄する許可権限者からの指導

違反屋外広告物について、道路管理者から注意してもなかなか改善されない場合、違反業者に対して許可権限を持つ部課に指導協力を依頼し、取り締まりを行っている。不動産関連による違反屋外広告では、建設局の不動産課へ連絡、不動産課からも違反広告物に対する指導を行っている。

### 除却に関する取り組みについて

現在、簡易除却に関する取り組みについては、区や市が独自の取り組みを展開している。「区部と市部による簡易除却概数表」によると、平成16年度から簡易除却数に減少が見られる。

屋外広告物法改正による除却対象の拡大の他、区や市単位で実施している民間ボランティアによる簡易除却、共同簡易除却キャンペーン等、違反広告物の除却が徹底されてきたことが要因のひとつとして考えられる。

民間ボランティアを都内で最初に活用したのは世田谷区であるが、2006年現在、練馬区、杉並区、葛飾区等でボランティアを活用した簡易除却を実施している。

### 東京都の特徴的な取り組み

#### a) 景観法に基づく屋外広告物対策

都では、景観条例を改正し、新たに策定した景観計画と合わせて、平成19年4月に施行予定である。

東京都では、平成18年度時点で都が唯一の景観行政団体である。景観計画の方針のひとつとして、他の建物等と一体となって良い景観づくりを推進していくことを掲げ、屋外広告物の規制誘導も景観計画として連動して推進していくことになる。

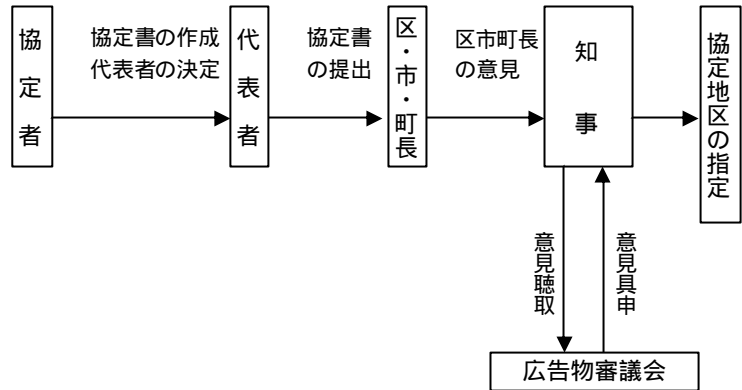
都の景観計画の制定以降は、屋外広告物単独の規制誘導方策の実施はあまりないのではないかとと思われる。

b) 広告協定地区について

都屋外広告物条例に基づく広告協定地区は、臨海副都心の1箇所のみである。

臨海副都心では、地権者の大手企業数社が発案し、東京都港湾局がまとめ役となって、まちづくりのコンセプトに合うように協定を締結した。地区内で掲出される屋外広告物については、委員会を開催し審査することとしている。新しくできたまちであり、地権者数も少なかったことが、広告協定地区の指定を可能にしたと考えられる。同様のことを既成市街地で試みた場合、協定に加わらない地権者や事業主が多く、地区の指定は困難であると思われる。

その他にも都内で、屋外広告物の誘導に関する活動（青山通り246号等）が行われているが、屋外広告物条例や景観条例等に寄らない自主ルールであり、拘束力を持たない。



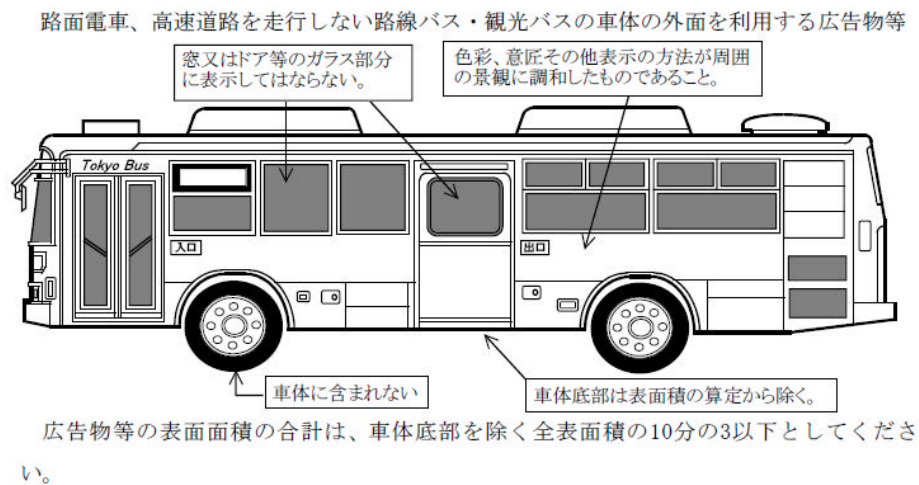
出典) 東京都「屋外広告物のしおり」より

図 2-6 広告協定地区指定の手続  
（「屋外広告物のしおり」より）

c) バスラッピング広告

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して導入した。屋外広告物との関連や違反屋外広告物への効果は少ないと思われる。

また、都の広告審議会で「屋外広告物について、片方で規制をかけておきながら、片方で緩和しており、ちぐはぐである」等と委員から指摘も受けており、賛否両論は今でもある。なお、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。



出典) 東京都「屋外広告物のしおり」より

図 2-7 車体利用広告の掲載内容（一部）

## 東京都の課題

### a) 工事用養生シートへの広告

最近、工事中の養生シートへの広告掲載に関する問い合わせが多いが、認めないと回答している。しかし、違法に掲出された例もあり、課題となっている。仮に広告の掲載を認めた場合、工事中の物件だけでなく広告効果を狙って多様な建物への適用ができると拡大解釈される恐れがあり、影響が大きい。

なお、工事用の仮囲いについて、条例では敷地内は屋外広告物の規格での掲載、道路上は商業性のないイラストや絵画等以外、掲載を認めていない。

### b) その他

窓の内側に掲出する広告である屋内広告物は、現行の屋外広告物法や都の条例では対処できない点が課題である。屋内広告物は、行政が条例等によって規制できる範疇かが不透明で、裁判になった時に負ける恐れが懸念されることから、現状では、景観の観点から誘導していくことが次善策ではないかと思われる。

### 3. 違反屋外広告物の除却等に関する現状及び課題の整理

#### 3 - 1 観光地の類型別の現状

観光地の類型別の屋外広告物の現状について、ヒアリング結果等から整理すると、下記の傾向があると考えられる。

- ・ 「自然景観型」においては、条例による規制がない地域や規制の緩い地域が多く存在し、特にアクセス道路や観光地内の幹線道路沿いに多くの野立看板が立地している現状にある。自然景観型が存在する山間部等においては、野立看板による観光客の案内誘導の必要性も存在し、一概にその存在を否定できない側面もある。
- ・ これ以外の類型では、特に都市の内部においてビラやはり紙等が多数掲出され、除却といたちごっこ状態になっているとともに、違反広告物が多く、全てを把握することが困難な状況にある。うち、「歴史・文化型」の都市では、除却や規制誘導等の対策が比較的進展している。

このように、観光地の屋外広告物の現状は、大きく二つの傾向に集約される。また、これらの状況に対する改善方策は、条例による規制の範囲の拡大、基準の強化、除却等の更なる運用の強化、市民や事業者と連携した除却や改善の取り組みなどが想定され、改善方策には共通するものが多いと考えられる。

さらに、自家用広告物への規制が困難であること、違反広告物の防止や自主的な除却、デザインの向上等の対策を実施するためには、市民や事業者の更なる意識醸成が必要であることなど、多くの課題も観光地の特性によらず、共通する。

したがって、屋外広告物に関する現状と課題、対応策は観光地の類型にかかわらず共通する傾向が高いと考えられる。よって、本章では、一般的な屋外広告物の除却等に関する現状と課題を次節以降に整理する。

表 3-1 観光地特性別の現状

特性区分	現状
自然景観型	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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。条例規制対象外（白地）等もある。</li> <li>・ 観光地へのアクセス道路を中心に、野立看板が多く立地する。</li> <li>・ 温泉地や果樹園等の一般的な観光地では、面積や高さ等の条件を満たせば広告物が設置できる許可地域が大半である。</li> </ul>
歴史・文化型	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ビラやはり紙が多いが、住民意識が高く、ボランティア活動等による違反広告物の除却の取り組み事例が存在する。</li> <li>・ 事業者が自主的にデザインに配慮する例が存在する。</li> </ul>
都市・文化型	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 都市部では、自家用広告を含め数多くの屋外広告物があり、規制誘導等に関する運用が十分に実施できていない。</li> <li>・ 観光拠点の雰囲気にとくわぬ広告等の規制や禁止等の指定は多いが、歴史・文化型ほどの規制誘導等の措置はなされていない。</li> </ul>
都市・賑わい型	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ビラやはり紙等の違反広告物が多いが、除却等の対応が間に合っていない。</li> <li>・ 繁華街では、屋外広告物をひとつの賑わい資源とする傾向もあるため、他の地区と一律に規制誘導等の措置を行うことは難しい。</li> </ul>

### 3 - 2 法令に関する事項

屋外広告物条例は、都道府県、政令市、中核市、景観法に基づく景観行政団体に制定可能である。現行法令上、禁止・許可地域内では、違反物件に対して除却等の強制力のある措置が可能である。一方、これらの地域でも自家用広告物は規制の適用外となっている例が多い。これら法令上の課題について、ヒアリング結果を元に整理した。

#### (1) 屋外広告物条例における禁止地域の指定拡大について

- ・ 自然景観型の観光地内や観光地へのアクセス道路を中心に、屋外広告物が乱立する状況が多数見られる。一方、これらの中には、案内情報として不可欠なものも存在する。
- ・ 観光地の中でも商業地（繁華街）や、山間部等の都市部以外の地域は、屋外広告物条例の禁止地域に指定されていないケースが多く、地域によっては、屋外広告物条例の規制対象外（白地）となっているケースも見られる。
- ・ 許可地域内は、面積や高さなどの条件を満たせば広告物の設置が可能であり、広告物が乱立する要因になっていると考えられる。
- ・ 自然景観型の観光地では、きめ細かな規制を導入、運用していくことが課題と考えられる。なお、福島県の例では、重要な観光資源（猪苗代湖周辺）の周辺を禁止地域に指定しており、特に重要な観光地周辺については、禁止地域に指定していくことも必要と考えられる。

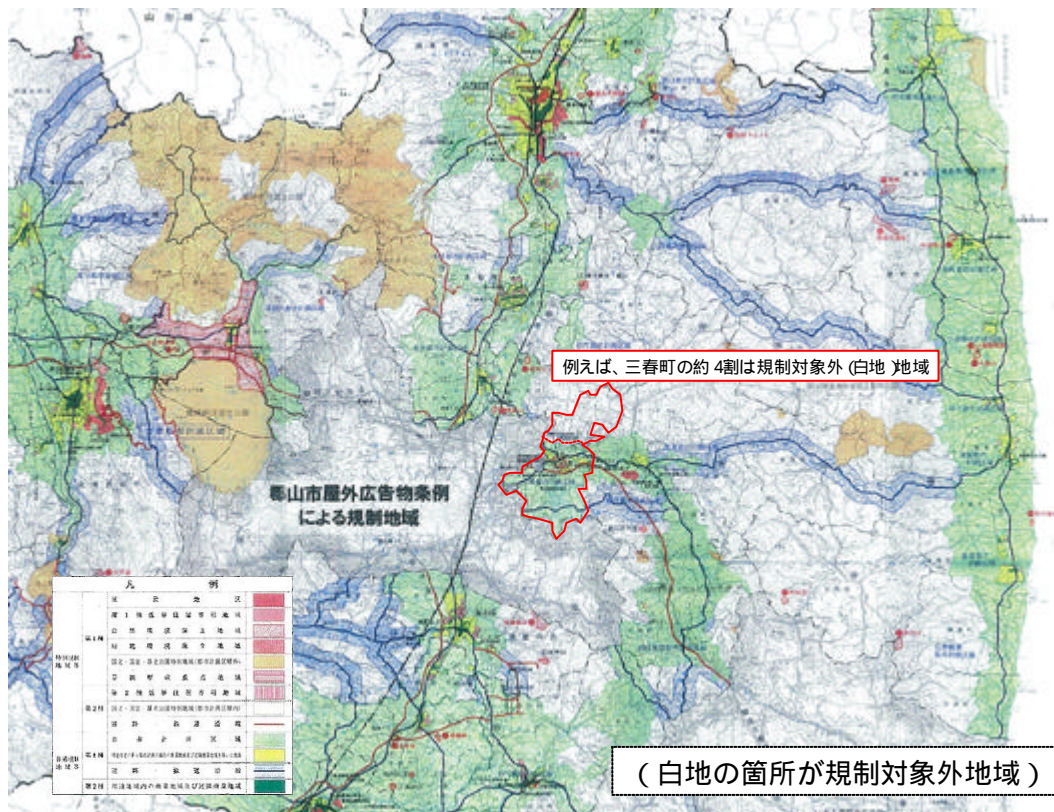


図 3 - 1 「福島県屋外広告物条例」に基づく規制地域概況図（部分）



## (2) 自家用広告物の規制強化について

- ・ 自家用広告は、面積等の条件を満たせば、禁止地域であっても設置可能な場合が大半であり、景観阻害要因になっている場合が多い。
- ・ 自家用広告は、事業者の事業活動に不可欠なものも多く、完全に禁止することは難しい。
- ・ 京都市のように、屋上広告物を全面的に禁止する例も出てきており、今後、規制強化の社会的合意が得られる可能性が高い。また、禁止が困難な地域にあっても、掲載可能なサイズ、高さ等の規制を強化するなど自家用広告物に対する規制強化を如何に導入して行くかが課題と考えられる。

### < 「金沢市屋外広告物条例」における自家用広告の適用除外 >

次に掲げる広告物等については、第4条(禁止地域)及び第7条(許可地域)の規定は、適用しない。

- (1) 自己の氏名、名称、店名若しくは商標又は自己の事業若しくは営業の内容を表示するため、自己の住所又は事業所、営業所若しくは作業場に表示し、又は設置する広告物等で、規則で定める基準に適合するもの
- (2) 前号に掲げるもののほか、自己の管理する土地又は物件に管理上の必要に基づき表示し、又は設置する広告物等で、規則で定める基準に適合するもの
- (3) 工事現場の板塀その他これに類する板囲いに表示される広告物で、規則で定める基準に適合するもの
- (4) 冠婚葬祭、祭礼等のため、一時的に表示し、又は設置する広告物等
- (5) 講演会、展覧会、音楽会等のため、その会場の敷地内に表示し、又は設置する広告物等
- (6) 電車又は自動車に表示される広告物で、規則で定める基準に適合するもの
- (7) 他の地方公共団体の屋外広告物に関する条例の規定に従って自動車に表示される広告物
- (8) 人、動物、車両(電車又は自動車を除く)、船舶等に表示される広告物
- (9) 地方公共団体が設置する公共の掲示板に表示する広告物
- (10) 国、地方公共団体又は市長が指定する公共的団体が公共的目的をもって表示し、又は設置する広告物等で、市長が指定するもの

## 条例の適用が除外される広告物があります。

### ■禁止地域、禁止物件であっても、許可不要で掲出できるもの

- 公職選挙法、道路交通法、道路法、建築基準法、その他の法令に基づいて表示するもの
- 天災地変等緊急やむを得ない場合に表示するもの
- 国等が公共的目的を持って一定の基準内で表示するもの

### ■禁止地域であっても、許可不要で掲出できるもの

- 自家広告物<sup>※1</sup>で敷地内の全ての広告物の合計面積が10m<sup>2</sup>以下のもの
- 管理上の必要により自己の管理する土地等に表示するもので、表示面積が2m<sup>2</sup>以下のもの
- 道標、案内図板等で、表示面積が2m<sup>2</sup>以下のもの
- 冠婚葬祭、祭礼等のため、臨時に表示し、又は設置するもの
- 講演会、音楽会等のために、その会場の敷地内に表示し、又は設置するもの

※1 自家広告物…自己の氏名、名称、店名等に関する内容で、自己の住所、事業所、営業所等に表示されている広告物

### ■禁止物件であっても、掲出できるもの

- 送受信塔、煙突、ガスタンク等に表示する自家広告物<sup>※1</sup>で、表示面積が10m<sup>2</sup>以下のもの

図 3-2 「金沢市屋外広告物条例」及び「岐阜市屋外広告物条例」における自家用広告の適用除外



### 3 - 3 運用に関する事項

屋外広告物条例の運用においては、法第4条の措置（除却、行政代執行等）が挙げられる。これらに関する課題について、ヒアリング結果を元に整理した。

#### (1) 違反屋外広告物の除却の徹底について

- ・違反屋外広告物が乱立するにもかかわらず、簡易除却が進んでいない地方公共団体が  
多い。一方、岐阜市など先進的な地方公共団体では、積極的な取り組みが見られ、成  
果も出ている。簡易除却が進まない地方公共団体においては、予算や組織体制上の制  
約から、除却に必要な費用や人員を確保できていないことが課題と考えられる。
- ・簡易除却対象外の違反広告物については、行政代執行の適用が可能であるが、適用さ  
れたケースは殆ど見られない。この要因として、予算や組織体制上の制約から、全て  
の違反広告物を網羅的に把握できないため、全ての違反物件に対し、公平に措置する  
ことが困難であることが課題と考えられる。
- ・簡易除却に関しては、積極的な地方公共団体の取り組みを拡大していくことが必要で  
ある。特に、部分的な除却は、広告主等に不公平感を与え、逆効果になる場合もある  
ため、民間委託やボランティアの活用により、徹底的に実施することにより、不公平  
感が解消すると共に、広告主や市民等の意識の醸成にも大きく寄与するものと考えら  
れる。また、簡易除却が徹底されることにより、行政代執行等の適用についても理解  
が進むものと期待される。

表 3-2 平成 17 年度広告物の除却件数（はり紙、はり札、立看板を除く）

	のぼり旗	野立広告	屋上広告	壁面広告	突出広告	看板	広告塔
命令	千葉県	1	1				
	岐阜県		1				
略式代執行	広島県	1					
	長野市	3					
行政代執行	川越市						15
	堺市	757	18				
簡易除却	宮城県	4	1				
	秋田県	153					
	茨城県	1					
	岐阜県	16					
	埼玉県	76					
	千葉県	131					440
	富山県	8					
	石川県	40					
	愛知県	224					
	岐阜県	61					38
	三重県	37					
	奈良県	699					
	大阪府	20,583					
	和歌山県	10					
	兵庫県	3,496					
	香川県	799					
	福岡県	23					
	名古屋市	511					
	広島市	2,734					
	秋田市	2					
	金沢市	110					
	豊田市	27					
	豊橋市	4					
	岡崎市	20					
	岐阜市	29					422
	堺市	418					
	高槻市	235					
	奈良市	550					
	和歌山市	91					
	姫路市	91					
	岡山市	227					
	福山市	25					
	高松市	27					
	高知市	16					
	熊本市	9					213
	宮崎市	8					
鹿児島市	17						

資料：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）

(2) 屋外広告物の規制誘導に関わる体制の強化について

- ・ 禁止区域等に設定されている場合であっても、屋外広告物が違法に設置されている例が多数存在する。
- ・ 屋外広告物の規制誘導は、少人数かつ少ない予算で実施されている場合が多い中、パトロールの効率化を図る通報員やボランティアを活用した除去などにより、効率化を図っている地方公共団体がある。
- ・ 小規模な市町村では、人員や予算のみならず屋外広告物の規制誘導に関するノウハウを十分に持たない地方公共団体も多い。
- ・ 積極的にボランティアなどを活用している地方公共団体の取り組みを他の地方公共団体に拡大していくことが課題である。また、優良事例の情報提供や各種マニュアル、基準の策定支援など、国や県行政による支援も有効であると考えられる。

表 3-3 地方公共団体（都道府県、政令指定都市、中核市）における  
屋外広告物行政の担当者数

	担当係人数（人）	うち屋外広告物専任者数（人）
合計	1,355.4	201.0
平均	14.3	2.1

地方公共団体数は 95 地方公共団体。（都道府県(47)、政令指定都市(13)、中核市(35)）

資料：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）

( 3 ) 重点的な取り組みを行う地区の指定など個別地域の取り組み推進について

- ・ 条例による禁止地域の指定拡大や規制の強化を行う地区の指定には、合意形成上の困難が伴うため、これらを活用して規制誘導を行っているのは、限られた地方公共団体にとどまっている。
- ・ 金沢市の例では、集合看板の設置による個別看板の除却に観光事業者以外の広告主の協力も得られており、エリア全体として景観向上を図ることが可能と考えられる。
- ・ したがって、温泉観光地等、ある程度、観光事業者間に組織的な基盤がある地域では、広告物条例に基づく規制強化・緩和等を行う地区や都市計画法に基づく地区計画の適用等の地域限定的なルールの構築や、きめ細かな規制誘導方策や集合看板の設置等といった地域独自の取り組みの導入が現実的な対応策と考えられる。

#### (4) 広告物の自主的改善に向けたデザイン誘導について

- ・ 広告物は、事業者の事業活動に不可欠なものも多く、完全に禁止することは難しい。特に自らの名称等を表示する自家用広告物は規制の対象外となっている例がほとんどであり、強制力をもった規制誘導ができない。
- ・ 自家用広告物以外であっても、案内機能を有する広告物については、その必要性が高いと考えられる。
- ・ 京都市のように全面禁止可能な地域は、限定的であると考えられる。一方で、これらの広告物が景観阻害要因になっている場合が多く見られることは事実であり、色調などデザイン誘導を強化していく必要性が高い。
- ・ 色調などのデザインは周辺状況や主観による影響が大きく、厳密な基準による誘導は困難である。
- ・ したがって、広報による意識の醸成、事業者との協議に基づくデザイン指導など、金沢市における色調変更の事例にあるように広告主や広告設置業者の自主的な改善を働きかけ、同意を得ていくことが今後の課題となる。
- ・ 同じく、金沢市では、広告物の設置許可を与える際、広告物事業者も委員として参画する審査会においてデザインの質の向上を図っている。この取り組みも広告物の質的向上に有効であると考えられる。



写真 3-1 幹線道路沿いに乱立する派手な広告物



出典)京都市都市計画局「京のサイン」

出典)写真2-5再掲

写真 3-2 広告主の理解により、屋外広告物の色調を変更した例

### 3 - 4 その他の事項

法令とその運用以外の課題として、関係者の意識醸成が挙げられる。関係者として、市民、広告主、広告事業者が想定されるが、これらの主体の屋外広告物に対する意識醸成は、法令及びその運用全般に関係し、取り組みを推進する上で必要不可欠なものと考えられる。そこで、意識醸成に関する課題について、ヒアリング結果を元に整理した。

#### (1) 市民、広告主・広告事業者の意識醸成と各主体の連携協力について

- ・ 広告主や広告事業者の意識が低く、景観を阻害する屋外広告物が多数設置されている地域は数多く存在し、先進的な地域を除き、市民自ら屋外広告物の改善に取り組むには至っていないのが現状と考えられる。
- ・ 法令による規制強化や運営強化などを円滑に実施するには、施策に対する市民理解が不可欠であり、条例に基づいて規制の強化・緩和等を行う地区や地区計画の指定、集合看板などの手法は、地域住民の積極的な意識がなければ、実質的に適用していくことは困難であるため、一部の地域でしか活用されていない。また、広告物の自主的な色彩変更などの景観への配慮には、広告主、広告事業者の意識の向上が求められる。
- ・ 逆に市民等の意識が高ければ、京都市のように自家用広告物も含めた屋上広告物の全面禁止も可能であると考えられ、市民や広告主・広告事業者の意識醸成は、屋外広告物行政における最も重要な課題のひとつである。
- ・ 意識醸成を図るきっかけとして、岐阜県のような全国植樹祭を契機とした違反屋外広告物除却の進展と条例化の機運の向上の例もあり、広報活動のみならず、イベントの実施など様々な手法で意識の醸成を図ることが有効である。
- ・ なお、屋外広告物条例を厳格に運用している地方公共団体とそうでない地方公共団体に格差があるが、これは、岐阜県や京都市の事例に見られるように、首長や議会など政策キーマンの意識の影響も大きい。屋外広告物の規制・運用強化の効果と影響の検証など、これら政策キーマンの意思決定に資する調査研究・情報提供も必要であると考えられる。



出典)「磐梯高原広域サイン計画」より

写真 3 - 3 自然景観への配慮が感じられない屋外広告物

## 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)	<b>【禁止地域の指定拡大】</b> ・ 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	<b>【違反広告物の除却の徹底/規制誘導体制の強化】</b> ・ 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。 <b>【重点地区の指定推進】</b> ・ 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。 <b>【屋外広告物のデザイン誘導】</b> ・ 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	<b>【自家用広告物の規制強化】</b> ・ 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	<b>【市民や事業者の意識醸成】</b> ・ 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。 <b>【市民や事業者との連携・協力】</b> ・ 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。

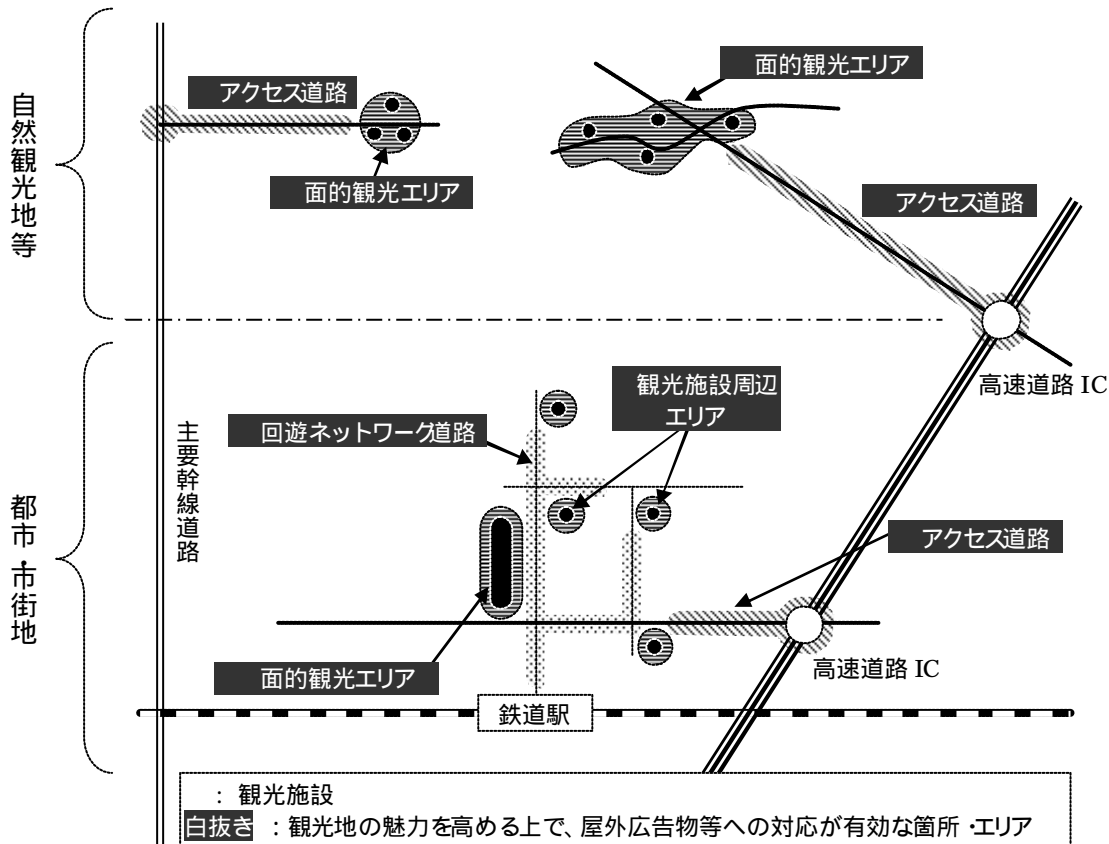


図 4 - 2 重点的な対策が効果的な箇所・エリア



#### 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）

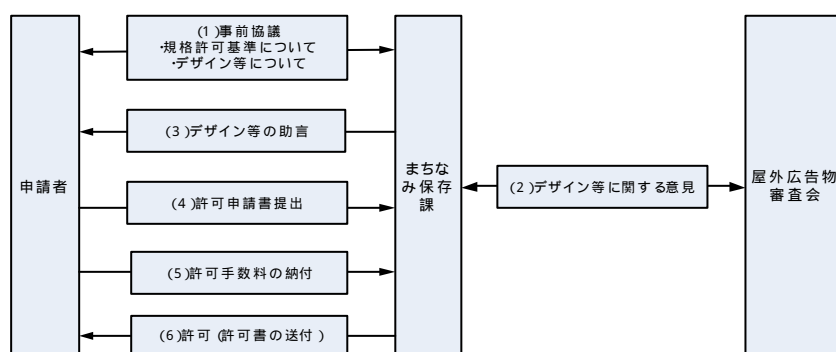
学識経験者 2名（金沢美術工芸大学、金沢学院大学）

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。

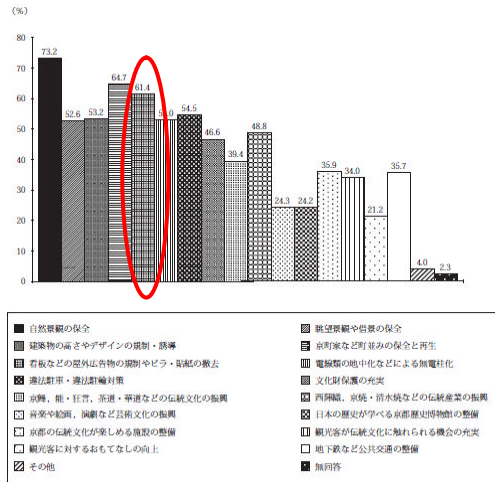
備考

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。

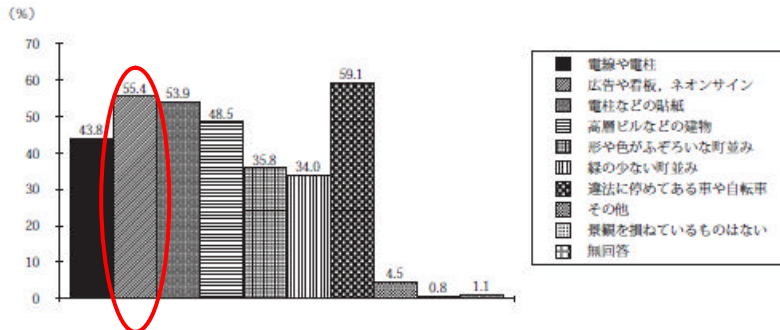
Q：京都創生を実現するために力を入れるべき施策

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

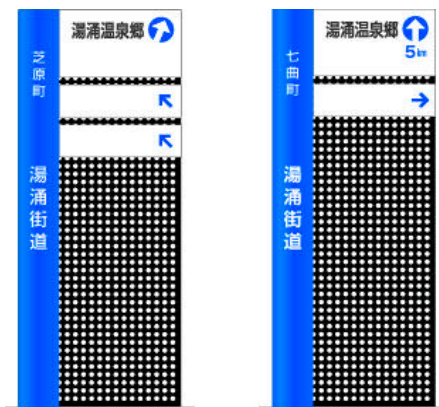
### - 湯桶街道沿いでの共同看板化 -

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

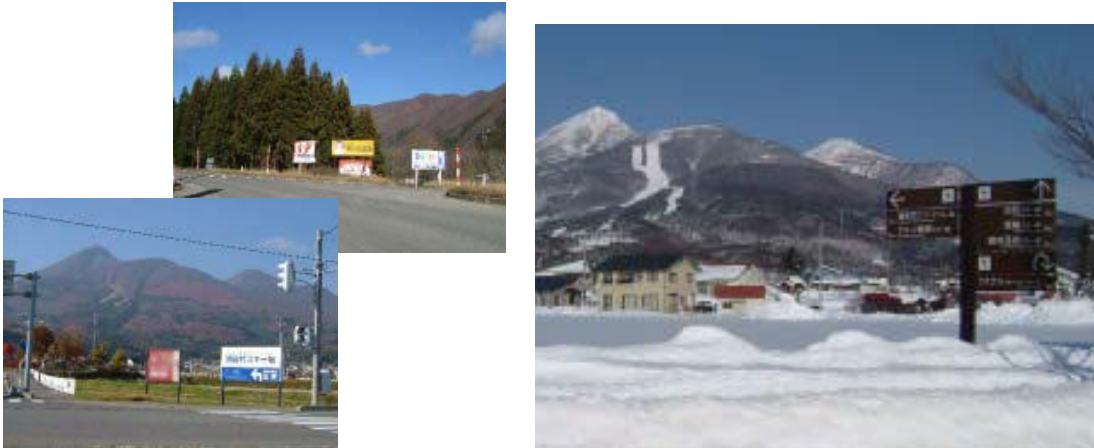
- ・ 福島県では、屋外広告物条例の特別規制地域(第一種・二種)に指定された場合、屋外広告物は原則禁止であり、自家用広告以外の広告を設置できなくなる。そこで、磐梯山・猪苗代地区では、重点地域として同地区を指定している景観条例の「優良景観形成住民協定」を活用し、既設の屋外広告物の一定撤去と並行して、個別に掲出していた看板の集合化(集合看板)を推進した。
- ・ 具体的には、自治会、町内会、商工会、ペンション村等を1単位として「優良景観形成住民協定」を締結、協定内容に個別看板の集合化を位置付けたところに対し、県は代替広告となる集合看板を屋外広告物条例による「公共目的用広告」として設置を許可し、規制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

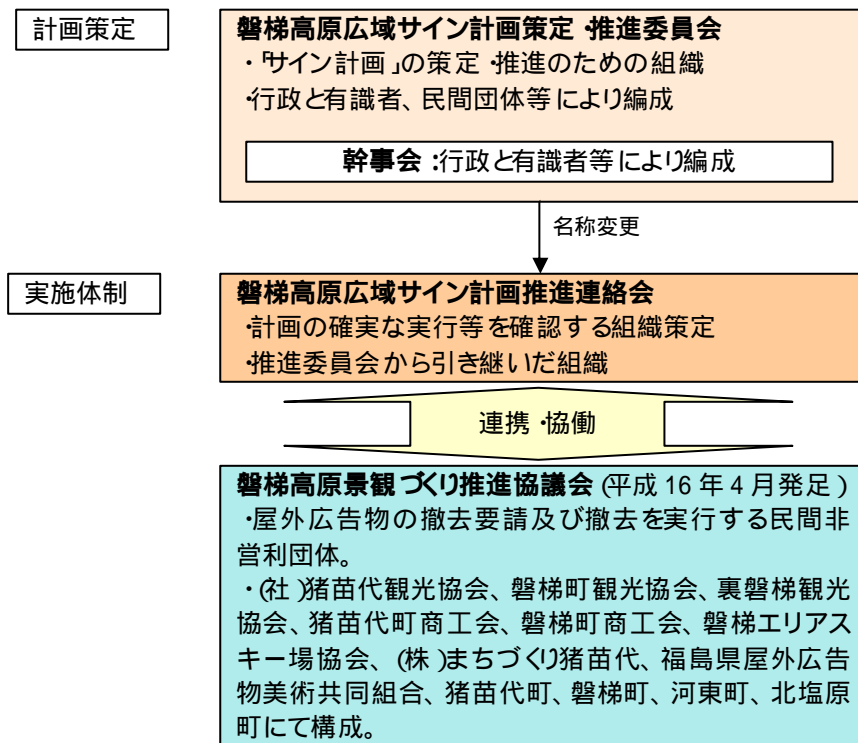
## 地元主体による不適格看板の一斉撤去

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 -

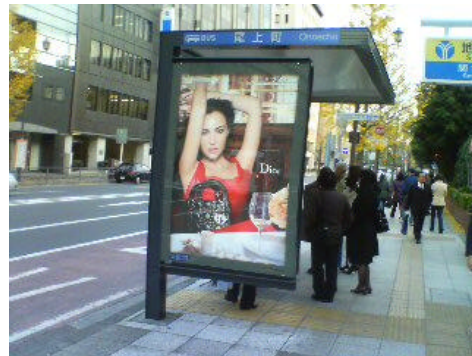
事例地域 : 横浜市

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。



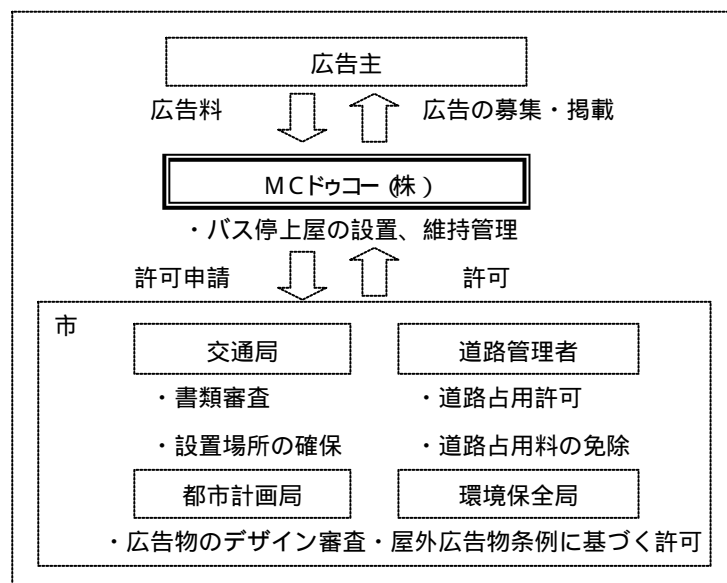
バス停広告の例

#### 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。

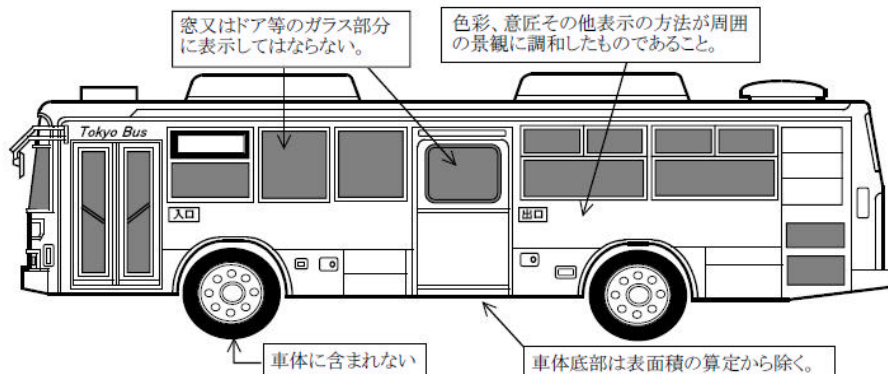
### 課題

- ・ 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 <sup>1</sup>	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 <sup>2</sup> ) 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