

平成29年8月23日（水）
第16回草津市景観審議会
資料5

《報告案件》

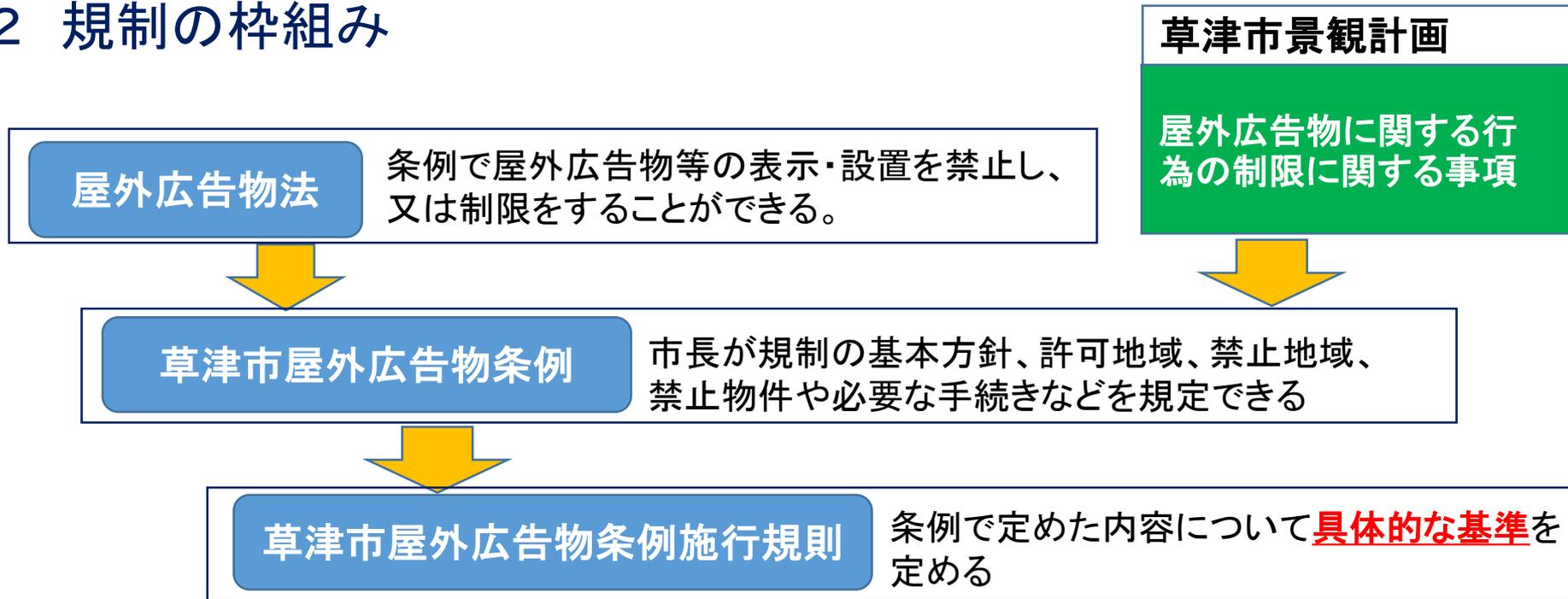
草津市屋外広告物条例施行規則の改正 について

屋外広告物の概要・規制の枠組み

1 屋外広告物とは・・・

- ① 常時又は一定の期間継続して
- ② 屋外で
- ③ 公衆に表示されるものであって
- ④ 看板、立看板、はり紙及びはり札並びに広告塔、広告板、建物その他の工作物等に掲出され、又は表示されたもの並びにこれらに類するもの

2 規制の枠組み



草津市における屋外広告物の規制経過

規制経過

昭和24年 屋外広告物条例 制定

昭和36年 滋賀県屋外広告物条例 制定

昭和46年 滋賀県屋外広告物条例 全部改正

平成16年 地方分権一括法および屋外広告物法 一部改正 [△]

県が条例で定めた場合、屋外広告物の事務を景観行政団体の市町村で処理することができることが明記された。また違反に対する措置の追加がなされた。

平成19年 滋賀県からの委任により草津市屋外広告物規制の指導を開始

平成23年 景観行政団体へ移行

草津市景観計画の策定と並行して屋外広告物の基準について検討

平成24年 草津市景観計画 施行

平成25年 草津市屋外広告物条例 制定

条例化する際に、従前の【滋賀県屋外広告物条例】を参考に、景観計画に基づき草津市独自の基準を追加

県条例が県下一律規制で、草津市の景観特性にそぐわない部分があること、昭和46年大改正の規制であることから、現況に対応できない項目が生じてきた。

草津市屋外広告物条例について

1 条例の特徴

県条例の内容を基本として…

- ①規制エリアの変更(幹線道路沿いにおける非自家用野立広告物)
- ②広告規制型景観形成地区(モデル地区)(まちなかに琵琶湖岸同等のルールを設定)
- ③推奨基準適用地区(モデル地区ルールを市内に波及)

2 許可の基準と見直しについて

条例

禁止広告物(第3条)
禁止物件(第4条)
禁止地域(第5条)

許可(第6条)

広告規制型景観形成地区
推奨基準適用地区(第7条)

許可の申請(第10条)
許可の期間、条件(第11条)
許可の基準(第12条)

代執行、違反に対する措置
(第19条～第27条)

手数料、罰則、**審議会への諮問**
(第28条～第34条)

許可基準の
見直しを行うもの

規則

**許可の基準
(第9条)**

改
正

条例第29条
意見を聴く

条例第29条に基づき、景観審議会に意見を聴き、改正するもの

屋外広告物規制の目的

- ・ 良好な景観の形成又は風致の維持



- ・ 公衆に対する危害の防止



屋上看板の支柱部のサビ



老朽化した屋上看板



倒壊したポール看板の根本



外壁との取付部の腐食

屋外広告物指導の現状と課題

現状

法改正により市町村で屋外広告物行政を行うことができ、きめ細やかに広告物の指導を行えるようになったこと。

事業者への周知啓発による広告業者の自助努力

許可基準や手続きを遵守する環境が整ってきている。
しかしながら、以下の4点が現状の課題として挙げられる。

課題

1: 未申請自家用広告物への指導。

2: 違反業者への指導。

3: 広告物の維持管理の啓発。(看板落下事故を受けて国からの指導がある。)

4: 違反指導を行うため、また遵法業者へ適確な指導を行うため、**許可基準の不明確な部分や現状にすぐわない箇所は、極力早期に見直す。**

解決策

1、2は県および市の対応
3は市および業界団体との啓発により解決を図る

草津市屋外広告物条例第29条第3項により景観審議会の意見聴取が必要

屋外広告物条例施行規則改正 前回議事説明について

1 広告物の下地の明確化と色彩規制の整理

現状と課題

- ①下地色をマンセル値にて規制している区域がある
- ②現状、「下地等」についての定義が法令にない
- ③ガイドラインにて、主要な下地と定義し、「面積の半分を占める部分」と運用にて判断

右の図のような場合に、全ての色が規制対象色であっても、下地がないとして規制が適用されない恐れ



対応 ⇒「下地等」を定義し、色彩規制を整理する

下地等＝表示面のうち、文字、記号、図形(※1)、イラストまたは写真(※2)(以下「文字等」という。)を除く部分



... 下地以外の部分
... 下地

※下地に該当するものの例
広告物の地色
文字等の背景色 など

景観審議会での意見

- ①景観を守る趣旨での相互間距離規制であれば、規制を廃止する必要があるのか。
- ②対象となる500m～1,000mの区間で、見える広告物がないのであれば、基準を適用しないのではなく、区域自体を見直すべきではないか。
- ③山側に乱立する懸念はないのか。そもそも見えるのか。
- ④個別的な話を理由に規制を議論せず、具体的な事例をもってしっかりと説明をすべき。

2 広告物相互間距離規制の見直し

現状と課題

相互間距離規制とは・・・

非自家用の野立広告物の乱立を防ぐため、区域に応じて広告物相互間を一定の距離で離す規制で主要幹線道路、JR、高速道路、新幹線からの距離に応じて距離基準を設けている

- ①同一広告主相互間距離
⇒同一の広告主間、相互間距離を取るもの
- ②広告物相互間距離
⇒広告物自体の相互間距離をとるもの

➡ 新幹線、高速道路から一定区間の距離規制が、当初の規制の趣旨を越えて適用されている

対応 ⇒**高速道路、新幹線から一定区間の距離規制を廃止する**

東海道新幹線および名神・新名神高速道路から500mを超え1,000m以下の範囲内において、広告物相互間距離の規制を適用しないこととします。

理由

規制の当初の趣旨が、「高速道路、新幹線から見た広告物の乱立を防ぐ」ものであるが、現状、防音壁等により当該範囲で見えるものがないため

第15回審議会での意見とそれに対する市の考え方

Q1. 実際のところ、対象となる500m離れたところに、広告物はあるのか。あるとしたら、見えるのか。規制をなくすことは、景観を守るという考えに反する懸念はあるものの、500m～1,000mの基準のように、非現実的な基準を設定しておくのもおかしい。

対象となるところに広告物はあるものの、新幹線や高速道路に対してではなく、たまたまその距離内にある、幹線道路沿いなどにある場合が多く、当然、そういった広告物は新幹線や高速道路からは見えません。

Q2. 500m～1,000mの間に別扱いの基準を設定していることがおかしい。規制を廃止する方法として、「500m～1,000mの規制のうち、300mの距離規制を適用しない」のではなく、500m～1,000mという範囲設定自体を見直すべきではないか。

500m～1,000mの基準設定方法が、

①許可地域による規制

②相互間距離による規制(上乘せ) の2層構造になっており、

②について当該地域の位置づけを残しながら「適用しない」のではなく当該地域を廃止する方向で見直します。

景観計画、屋外広告物条例施行規則の改正スケジュール

