

富山県屋外広告物条例許可基準等の改正について（案）

・改正の趣旨と目的

今回の条例等の改正は、富山県良好な都市景観形成懇談会の「良好な都市景観を形成するための屋外広告物の在り方に関する提言」(平成 18 年 10 月)を踏まえ、立山連峰をはじめとする本県の優れた自然・眺望景観の保全と、良好な沿道景観の形成を目指し、屋外広告物条例許可基準等を見直すものです。

富山県には立山連峰に象徴される世界的にも価値ある自然景観があります。また、その恵みを受けて文化や産業が育まれ、国宝瑞龍寺や重要伝統的建造物群保存地区の山町筋、世界遺産の五箇山合掌造り集落など伝統的な町並みも数多く残されています。これらの景観は「富山らしさ」をつくりだし、県民の心のよりどころとなるだけでなく、富山県を訪れる方々に対して魅力的な観光資源となり、富山県のイメージをつくる源となります。

こうした中、屋外広告は、身近な情報手段として広く親しまれ、経済活動や日常の県民生活に必要なものとして、まちに賑わいを創出し、地域の活性化の役割も担っています。一方で大量かつ乱雑に設置された屋外広告は、美しいまち並みの形成にとって大きな阻害要因となります。現在、道路沿いや高速 IC 出口付近などには、大量の屋外広告物が乱雑に設置され、中には目立ちやすさを追求するあまり、デザイン、色彩が派手になり周辺景観の阻害要因となっているものも存在します。

今後、激化する地域間競争に打ち勝ち、観光振興等を通じた交流人口の拡大を図るためには、美しいまち並み整備や良好な景観の保全・形成が求められています。特に周辺景観への影響が大きい屋外広告物には、以前にも増して、景観との調和・配慮や質の向上が強く要請されるようになっていきます。

<屋外広告物とは>

「常時又は一定の期間継続して屋外で公衆に表示されるもの」であって、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をいいます。

商業広告だけでなく、常時又は一定期間継続して屋外で公衆に表示されるものであれば、その表示する内容にかかわらず屋外広告物となります。



- 1 電柱広告 2 野立広告 3 独立広告（ボールサイン） 4 独立広告（駐車場誘導サイン） 5 車体広告（ラッピング） 6 消火栓付広告
7 独立広告（ゲートサイン） 8 壁面広告（POPサイン） 9 壁面広告 10 独立広告（ボールサイン） 11 大型ビジョン 12 突出広告
13 アドパレールン 14 屋上広告（広告塔） 15 懸垂幕 16 壁面広告 17 貼り紙・貼り札 18 広告旗（のぼり旗） 19 壁面広告
20 置看板（スタンドサイン） 21 置看板（A型看板） 22 突出広告 23 広告旗（バナー）

・改正する条例・規則等

- (1) 富山県屋外広告物条例（昭和 39 年 4 月 1 日条例第 66 号）
- (2) 富山県屋外広告物条例施行規則（昭和 49 年 6 月 1 日規則第 36 号）
- (3) 富山県屋外広告物条例に基づく禁止地域等の指定について（昭和 39 年 6 月 25 日告示第 485 号）

・見直し方針

立山連峰をはじめとする優れた自然・眺望景観の保全と、良好な沿道景観の形成を目指します



規制の地域区分の見直し：地域の景観特性や経済活動に着目し、5つの地域区分に整理し直し、景観の保全が重要な地域では規制を厳しく、経済活動への配慮が必要な市街地等では規制を緩くするなど、地域区分に応じて規制の内容に強弱をつけます。

許可基準全般の見直し：立山連峰等の眺望景観や沿道景観に配慮し、広告物の高さの基準を設けるとともに、面積に総量規制の考え方を導入するなど、高さ、面積、色彩などの面から、基準全般を強化します。
幹線道路沿線においては、経済活動や景観への影響を考慮したうえで、規制を一部緩和します。

条例遵守の実効性の確保：広告主の責任を条例上明確にするとともに、違反者に対する勧告及びこれに従わない場合の公表制度を導入します。

・改正の概要

1．屋外広告物の在り方について

現行条例の「広告物のあり方」の規定、「広告物又は広告物を掲出する物件は、良好な景観若しくは風致を害し、又は公衆に対し危害を及ぼすおそれのないものであること」に、今回の許可基準等の見直しの基本的な考え方となる、本県の優れた自然・眺望景観の保全と、良好な沿道景観の形成を目指すことを明らかにするため、本県の美しい景観の形成に配慮したものであることとする考え方を追加します。

2．禁止地域及び許可地域の見直し

(1) 禁止地域の追加

禁止地域に「伝統的建造物群保存地区」を追加します。

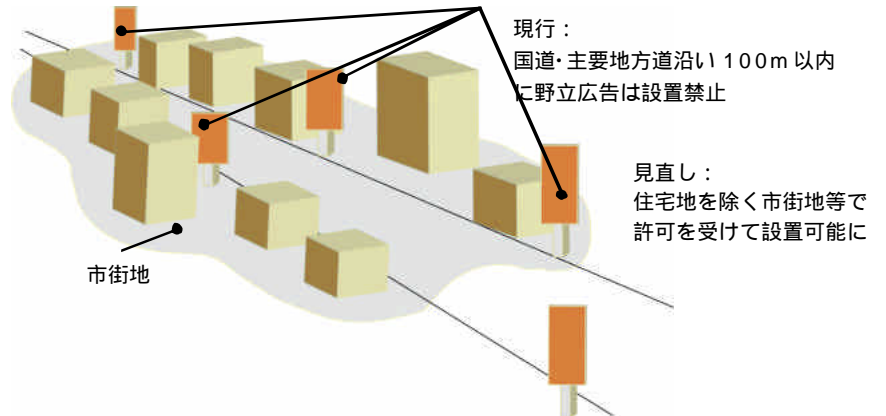
禁止地域に「良好な景観を形成し、又は風致を維持するために特に必要があるものとして知事が指定する地域又は場所」を追加します。

- ・ 富山県景観条例に基づく「景観づくり重点地域」や、「ふるさと眺望点」から眺望できる地域などのうち、知事が指定する地域等を想定（指定地域は今後検討していきます）

(4) 幹線道路沿いの規制緩和

現行規制では、国道・主要地方道・鉄道の両側 100m以内では野立広告の設置は一律認められません。

このため、国道、主要地方道、鉄道沿いであっても、景観と経済活動との調和に配慮すべき地域（レベル5）においては、許可を受けて設置できるよう規制を緩和します。一方で、レベル5以外の地域では現行規制を継続し、野立広告の設置を規制します。



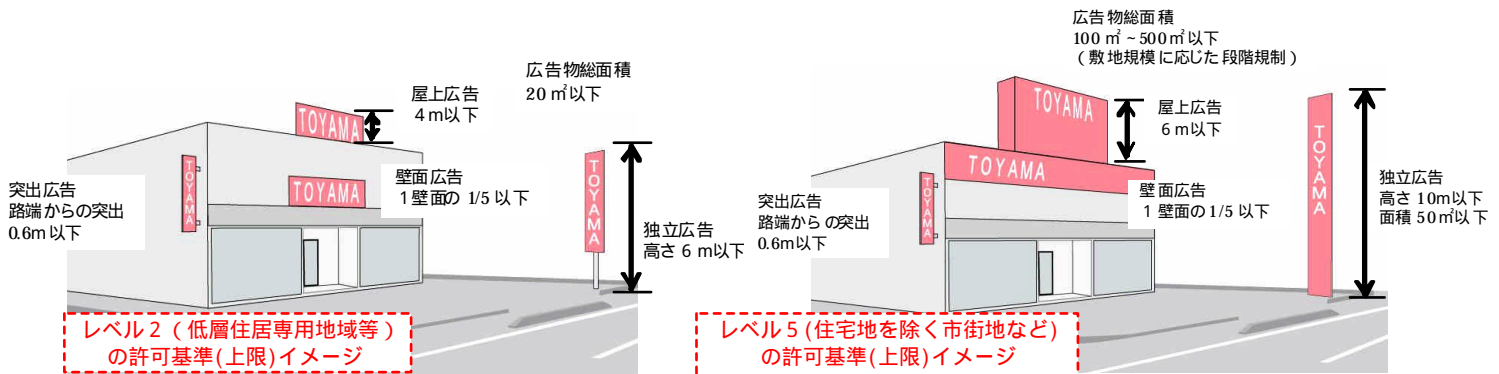
3. 許可基準等の見直し

(1) 許可基準全般の見直し

現行の許可基準は、野立広告の基準に高さの上限が無く、壁面広告・屋上広告には面積基準も無いなど、近年の屋外広告物の大型化等に対応できず、大規模な屋外広告物の出現や、面積・高さの不ぞろいな大型の派手が看板の乱立などを招く一因になっています。

このため、野立広告に高さ基準を設定し、壁面広告には面積基準を設定するなど、許可基準全般を強化します。高さ基準を厳しめに設定する一方で面積基準はやや緩めに設定し、規制レベルごとにメリハリを持たせます。また、許可申請不要となる自家広告物の適用除外の基準を整理します。

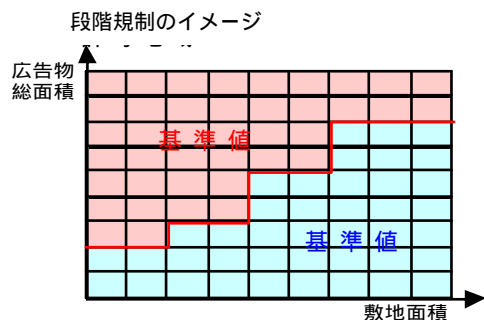
個別の見直し基準（案）については、別紙（改正許可基準案及び表示イメージ）を参照ください。



(2) 総量規制の導入

現行では、許可地域においては、広告物の種類ごとの基準しなかないため、小規模敷地内に大規模又は大量の屋外広告物が表示され、景観を阻害する例が見られます。

このため、敷地面積に応じて屋外広告物の総面積による基準を導入します。



屋外広告物の総面積の規制により沿道景観への影響を低減

(3) 色彩規制の導入

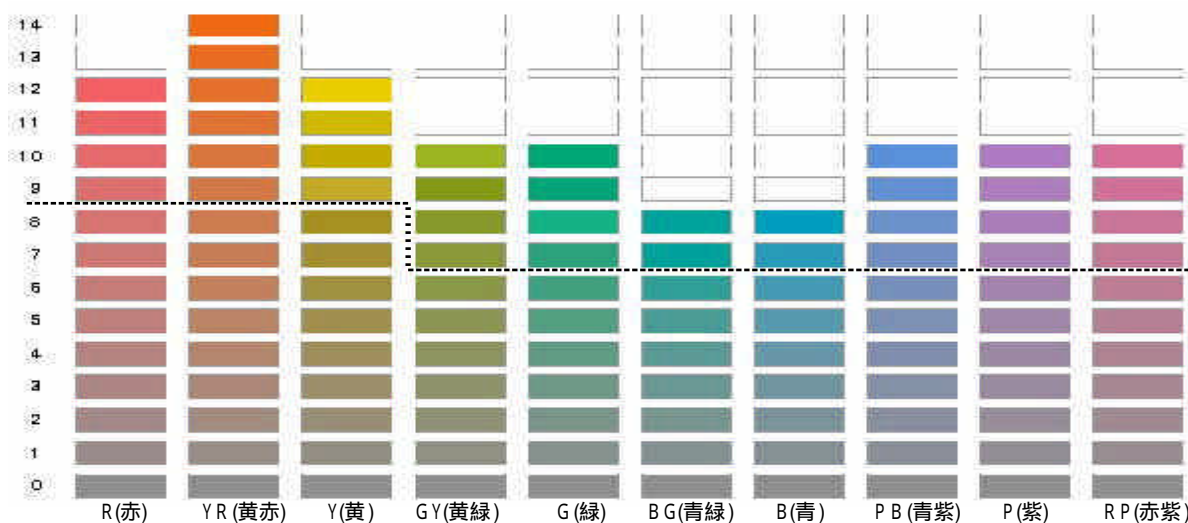
現行では、色彩に関する基準は無く、自然景観等の中にまで、けばけばしい色彩の看板が乱立する事態を招いています。屋外広告物は鮮やかな原色を使用しがちですが、一度設置されると周辺景観に長期間大きな影響を与え続けます。

富山県の豊かな自然の中で花の色などの四季の移ろいを感じられるように、屋外広告物には、花の色を超えるけばけばしい色を大量に使用することを避けるなど、周辺景観に十分配慮する必要があります。

このため、特に景観への配慮が求められる地域や物件に限って、原色などの高彩度色の使用割合についての色彩規制を導入します。

規制対象色

R、YR、Y は彩度 8（その他の色相は彩度 6）を超える色を面積の 3 分の 1 を超えて使用しない。



規制対象地域及び物件

景観への配慮が求められるレベル 1 の地域の屋外広告物

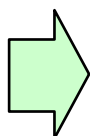
景観への配慮が求められるレベル 2 の地域の屋上広告

特に景観への影響が大きい全ての野立広告（自己の事業所等敷地内の独立広告を除く）

景観条例に基づく事前届出が必要な大規模な広告物（レベル 5 の地域を除く）



鮮やかな赤を地色に大量使用



赤の彩度を落とし地色を使用

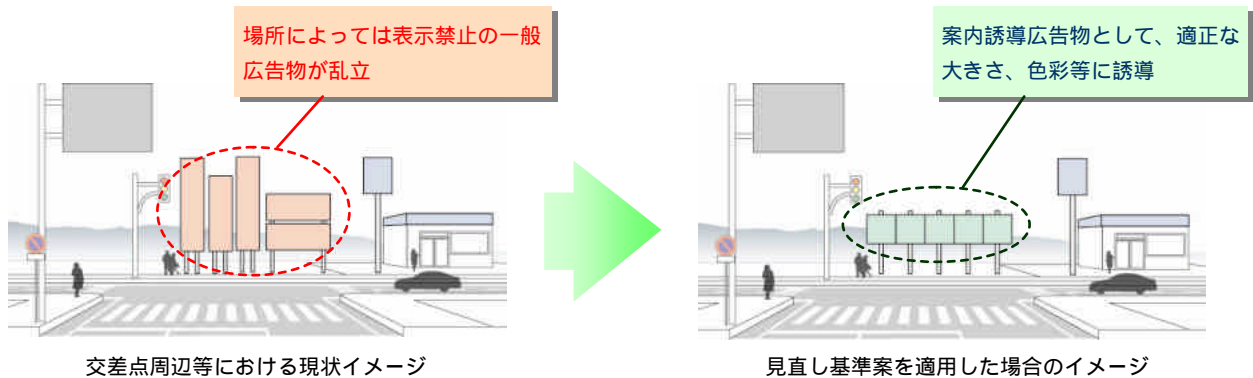


鮮やかな色を文字の色に使用

規制対象地域や物件では、原色などの高彩度色を広告物の地色に使用することはできません。ただし、面積の 3 分の 1 までは規制されないため、「文字の色」や「アクセント」等には、自由な色使いが可能です。また、景観のアクセントとなる小さな看板(1 ~ 2 m²)についても規制対象外とします。

(4) 案内誘導目的の広告物の許可基準の見直し

野立広告の設置が許可されない地域や、違反広告物が集中しがちな交差点周辺等において必要最低限の案内誘導情報が表示する「案内誘導広告物」の許可基準を緩和するとともに、色彩基準を追加します。



(5) 特例許可の見直し

許可基準に適合しない場合であっても、景観に十分に配慮された優れたデザインの広告物については、景観審議会の議を経たうえで、特例許可を可能とするための規定を整備します。

4. 広告物活用地区制度の導入

現行の条例では、特別の規制を行う地区として、景観保全型広告整備地区と広告物協定地区の2つが規定されており、広告物を活用するための地区制度は規定されていません。

このため、広告物の表示を規制する制度だけではなく、積極的に地域の賑わい創出等に活用するため、広告物を上手に活用する制度である広告物活用地区制度（許可地域等で活力ある街並を維持する上で広告物が重要な役割を果たしていると考えられる地区を指定し、通常の規制基準より緩和した基準を設定する制度）の導入を検討します。

5. 違反屋外広告物への対策強化

(1) 広告主責任の明確化

現行規制では、屋外広告物の設置を屋外広告業者に依頼し利益を受ける「広告主」の責任が曖昧であるため、新たに広告主の責務等について追加します。

屋外広告事業者等に広告の掲出を委託した広告主は、その委託に係る広告物等の表示若しくは設置又は管理が適正に行われるために必要な措置を講ずるよう努めなければならないこととします。

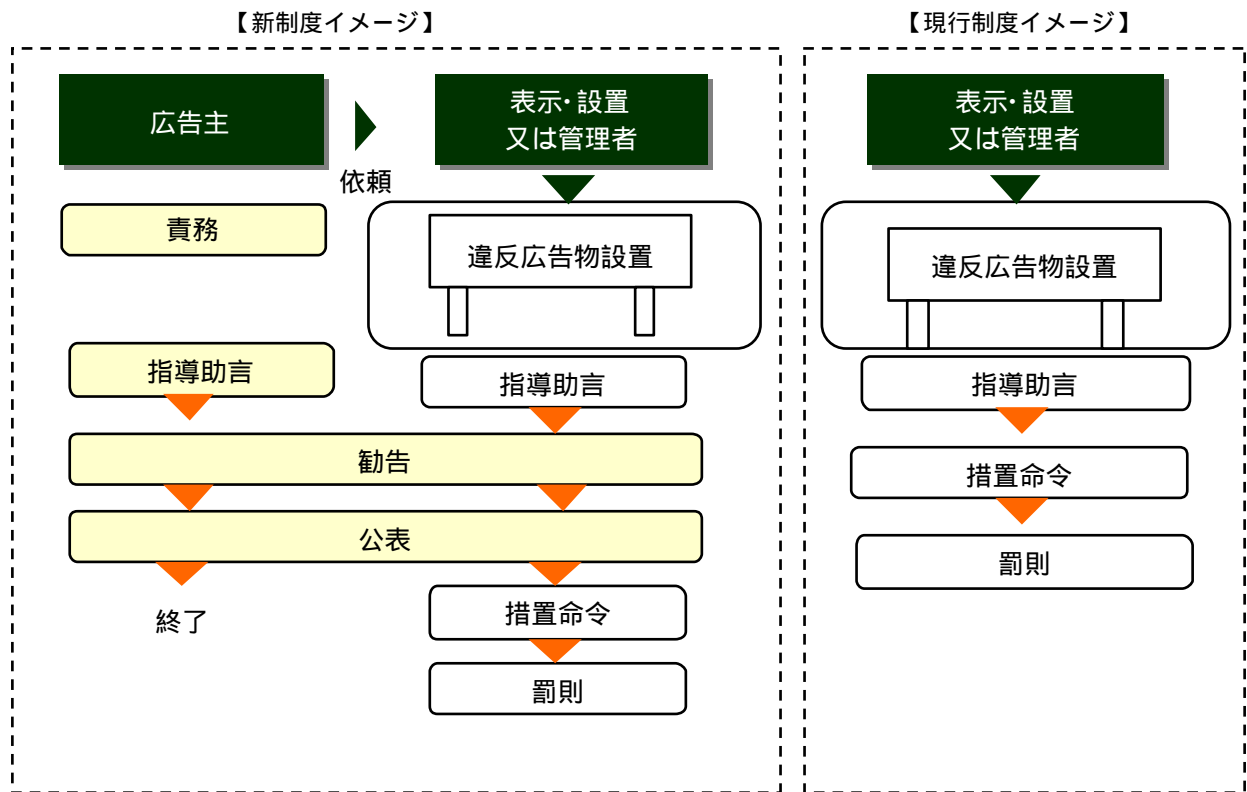
また、広告主に対し、必要な指導及び助言をすることができることとします。

(2) 勧告及び違反者等の氏名公表

現行規制では、違反に対しては措置命令や罰則の規程がありますが、新たに、違反広告物の表示・設置者又は管理者や広告主の氏名を含む違反事実を公表できることとする規定を追加整備します。

違反行為者や広告主に対し、必要な措置を講ずる等の勧告をすることができることとし、違反行為者

及び広告主がこれに従わないときは、勧告の内容、勧告を受けた者の氏名等を公表することができるものとします。また、その場合は意見を述べる機会を与えることとします。



経過措置

今回の見直しによって、現在は適法に設置されている広告物のうち、改正条例が施行されると、結果として違反状態になるものが出てきます。こうしたものについては、一定の期間を経過した後に新しい基準を適用します。

既存不適格の発生原因	経過措置
禁止地域の指定によるもの (地域)	禁止地域になった日から3年間 (許可を受けていたものにあつては、当該許可期間)
許可基準の見直しによるもの	施行から10年