

屋外広告物規制について

令和4年3月2日

第2回 山形県景観形成審議会

屋外広告物規制について

1 山形県屋外広告物条例（S36公布）の改正による規制強化

Plan

2 改正条例による良好な景観形成の推進（H10～）

Do

◆ 背景

- ① 景観に対する県民の意識の高まり
- ② 建設省が「屋外広告物標準条例(案)」を改正 [H6]
 - ・ 良好な眺望を維持するための規制
 - ・ 公共広告物に対する規制 等を盛り込む
- ③ 山形県県土景観ガイドプランの発行 [H7.6]
 - ・ 景観を阻害する屋外広告物、看板等の規制・誘導
 - ・ 県土の玄関口（空港・港湾の周辺、高速道路のインターチェンジの周辺、主要国道の県境部）の景観は来訪者の印象を左右し、極めて重要

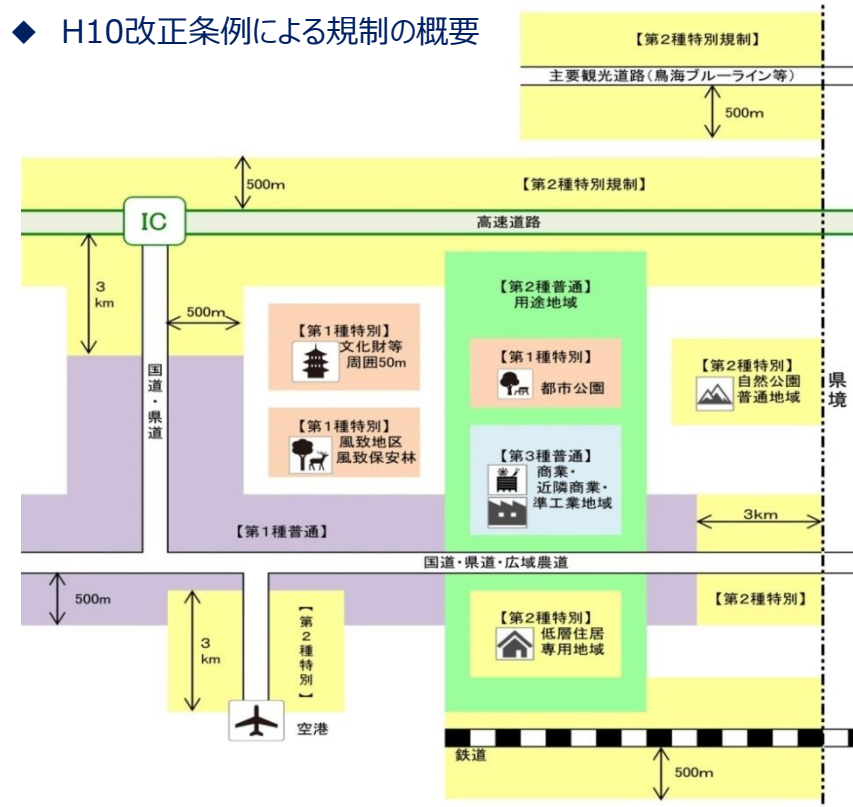


◆ 条例改正の検討（H8～H9）

- ① 調査検討
 - ・ 市町村・県民アンケートの実施
 - ・ 「意見を聞く会」の開催（県内4か所、屋外広告業・商工関係者など）
 - ・ 学識経験者、業界関係者、県からなる検討委員会を7回開催
- ② 調査検討で示された課題
 - ・ より大きく、より目立つもの → 無秩序な屋外広告物景観状態が拡大
 - ・ 郊外の建植広告が乱立し自然景観を阻害
 - ・ 全県を一律の基準で規制
 - ・ 公共広告物の規制がなく、巨大な建植広告や退色した広告が景観を阻害

屋外広告物条例の改正（H10.3公布、H11.1施行）

◆ H10改正条例による規制の概要



		地域別規制区分		
従前	H10改正条例			
禁止地域	特別規制地域 ※原則として広告物を設置できない	第1種	第2種	厳 ↑ ↓ 緩
		第2種		
許可地域	普通規制地域 ※許可を受けなければ広告物を設置できない	第1種	第2種	
		第2種	第3種	
		第3種		

改正条例による規制の特徴

- ・ 規制地域を2段階から5段階に → 禁止地域を可能な限り拡大・許可基準を強化
- ・ 来県者が最初に目にする、鉄道、高速道路、県境、空港付近を特に強化
- ・ 「広告景観モデル地区制度」を導入
- ・ 公共広告を民間と同様に規制

◆ 条例改正で不適合となった物件の是正



- ・ 公共広告物：県227件、市町村396件
- ・ 民間広告物：1,551件
- ※ 5年の経過措置期間での是正実績

“20年前に山形に来たときは、列車の窓から見える「ようこそ」「はえぬき」等の看板が目障りであったが、今日は全くなかったとは言えないものの、だいぶ少なくなってよかったとの印象。他県はひどい状態。山形の景観を守るためにここまで頑張ったみなさんの努力に敬意を表したい。”

中村英夫氏（東京都市大学総長・社会資本整備審議会元会長代理） / とうほく街道会議での挨拶（H30.11.9・山形市）

3 現行規制の評価検討（R1）

Check

◆ 背景

現行規制の施行から20年経過し、観光振興、地域活性化等の要請の増大 → 以下の課題、意見等

- (1) 観光振興等公共広告の規制緩和
 - ・ やむを得ない場合に審議会の議を経て認める「特例制度」導入の必要性
- (2) 屋外広告物の総量規制等
 - ・ 主要な交差点等において広告が複数並んで設置され、1枚の巨大な広告に見える場合への対応
- (3) 高速自動車国道等の屋外広告物の規制
 - ・ わかりやすく統一感のある屋外広告物の整備・誘導

◆ 対応

- ① 県民アンケート
- ② 市町村ヒアリング
- ③ 他県の状況調査
- ④ 現行規制の成果の確認

現行規制の評価
とりまとめ

4 規制の在り方検討（R2～）

Action

- (1) 観光振興等公共広告の規制緩和 **【R3終了】**
 - ⇒ 「広告景観モデル地区制度」の活用推進
- (2) 総量規制等の検討 **【R3終了】**
 - ⇒ 「広告景観モデル地区制度」の活用推進
- (3) 高速自動車国道等の規制 **【R4継続】**

- (1) 観光振興等公共広告の規制緩和
- (2) 屋外広告物の総量規制等
- (3) 高速自動車国道等の屋外広告物の規制

1 概要

従前の屋外広告物審議会において、観光振興等に資する公共的な広告物等について、特例を認めるような仕組みが必要ではないかとの意見があり、他県において、特例審査会※で判断しているケースもあるとの意見があったことから検討するもの。

※ 条例にて特例許可基準を定め、審議会にて審査し、設置許可を与えるもの。
(山形県屋外広告物条例には定めがない)

2 課題

- ◆ 緩和することにより、景観の阻害につながる恐れがある
- ◆ 特例基準の設定、判断が難しい

3 ポイント

- ◆ 公共的な広告物は、H10年まで**適応除外**としてフリーで設置可能
- ◆ 当時公共広告物が景観を阻害しているということで、H10年の条例改正時に公共広告物も民間広告物と同様の規制とした
(**適用除外の廃止**)
- ◆ 条例改正で不適合となった公共広告物の是正件数
県 227件 ・ 市町村 396件

◆ 公共広告物の是正事例(一例)

< 改正前 >



< 改正後 (R01.11) >



【 遊佐町 秋田県境付近 (国道7号) [鳥海国定公園内] 】

< 改正前 >



< 改正後 (R01.11) >



【 真室川町秋田県境付近 (国道13号) [県境から道程3km内(用途区域なし)] 】

4 確認事項(1)

◆ 他県における「特例許可基準」の設定状況について

No	自治体名	特例許可	審議会の意見	内容	条例（条項）
1	北海道	○	○	社会活動上必要なものとして特別に認めた	施行規則第1条の4
3	岩手県	○	○	公益上やむを得ないと認められ	第7条の2
5	宮城県	○	○	公益上特にやむを得ないと認めるとき	第5条の2
7	福島県	○	○	特にやむを得ないと認めるとき	第12条
8	茨城県	○		特にやむを得ないと認めるもの	第12条の2
11	埼玉県	○	○	特にやむを得ない理由があると認めるとき	第10条
12	千葉県	○	○	特にやむを得ないと認めるもの	第10条の2
13	東京都	○	○	特にやむを得ないと認めるもの	第30条
15	新潟県	○	○	特にやむを得ないと認めるとき	第14条
16	富山県	○		・公益上特に必要があると認めるとき ・良好な景観の形成に資する場合であつて特にやむを得ないと認めるとき	第12条
19	山梨県	○		特にやむを得ないと認めるとき	第7条の4
25	滋賀県	○	○	特にやむを得ないと認められるとき	第12条第2項
28	兵庫県	○	○	別に定める基準に適合する場合	第11条
33	岡山県	○	○	特にやむを得ないと認めるとき	第10条第3項
35	山口県	○	○	特にやむを得ないと認めるとき	第11条第2項
39	高知県	○	○	・やむを得ないと認めるとき ・良好な景観を形成し、若しくは風致の向上に寄与すると認めるとき	第13条
46	鹿児島県	○	○	特にやむを得ないと認めるとき	第10条
47	沖縄県	○	○	特にやむを得ないと認めるとき	第12条
		18	14		

特例許可:規制基準に適合しない広告物でも、やむを得ないもの等については審議会の議を経て認めるとする制度

※東北地方では、**岩手県・宮城県・福島県** において定めている。ただし、**適用事例はなし**

4 確認事項(2)

◆ 具体的な要望等はあるのか？

⇒ 県各総合支庁、市町村担当者へ確認を行ったが具体的な要望なし
(R3.12現在)

◆ (参考)県民等アンケート結果

	設問	対象	現状どおり 規制すべき	緩和を 検討すべき
観光振興	観光立県推進の動きを背景とした観光PRを目的とした屋外広告物の規制の緩和(表示面積、設置場所等)について	県民(82)	48%	35%
		商工産業団体(10)	50%	0%
		観光団体(21)	24%	67%
		広告業者(24)	21%	63%
		市町村(34)	56%	32%

	設問	対象	評価する	評価しない
公共広告	公共広告物も民間広告物と同様の規制を行っていることについて	県民	77%	12%
		商工産業団体	80%	0%
		観光団体	71%	15%
		広告業者	67%	16%
		市町村	85%	3%

- ✓ 景観形成のための規制について、県民等より一定の理解が得られている
- ✓ 現行規制の不備により支障となる具体的事例がない

5 今後の対応

1) 現行では、県内一律の規制緩和を検討する理由がない

⇒ 地域の課題として整理

2) 市町村の主体性を反映した屋外広告物の有効活用

⇒ **「広告景観モデル地区制度」** の活用推進
(既存のスキームで対応が可能であるため)

※広告景観モデル地区:山形県屋外広告部条例第17条の2

地域の特性に応じた広告物又は掲出物件について、独自に規制又は誘導を行うことができる制度。

※現在3地域を指定

- ・ 高畠町まほろば通り地区
- ・ 鶴岡市美咲町シンボルロード地区
- ・ 長井市黒獅子の郷地区

- (1) 観光振興等公共広告の規制緩和
- (2) 屋外広告物の総量規制等
- (3) 高速自動車国道等の屋外広告物の規制

1 概要

山形市内において、下記写真のような貸看板が設置された際、性風俗関連広告の表示、また、大規模な看板による景観阻害の2点を懸念する意見があったことから、検討するもの



山形市香澄町の桜町交差点角（H27設置）

2 課題

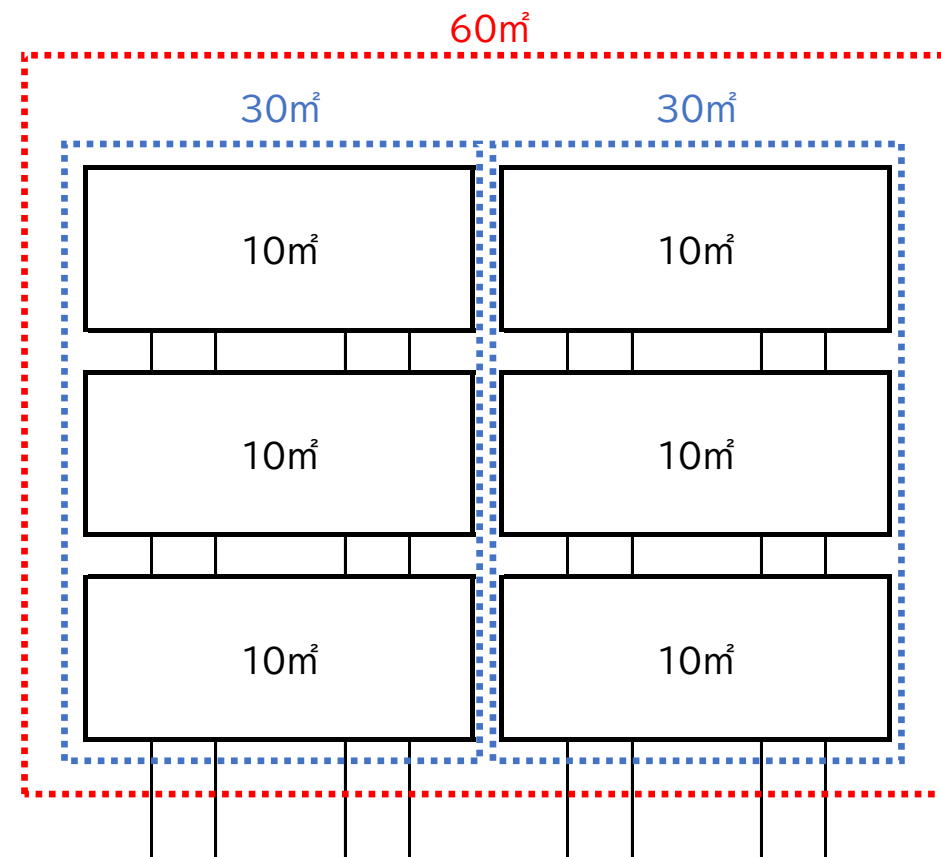
- ◆ 広告の表示内容について、県屋外広告物条例上規制する定めがない
- ◆ 複数の建植広告を連担することで総量の大きな面積の屋外広告を設置できることは、規制の形骸化につながる
- ◆ 主に市街地幹線道路の交差点で、このような広告物が散見される

建植広告板(塔)

	一面の表示面積	高さ
普通3種	30㎡以下	15m以下
普通2種	20㎡以下	10m以下
普通1種	①高さが15m以下で、道路端(舗装端)2mの高さから仰角14度(※)の範囲内 ②「よこ幅」が高さの2分の1以下 ③建植広告板(塔)との距離が50m以上	
(自家広告物)	10㎡以下	8m以下
特別2種	5㎡以下	5m以下
特別1種	3㎡以下	3m以下

(※)「仰角14度」とは、4進むと1上がる勾配です。

表示面積(数枚で1個の広告となっている場合は、その合計面積)



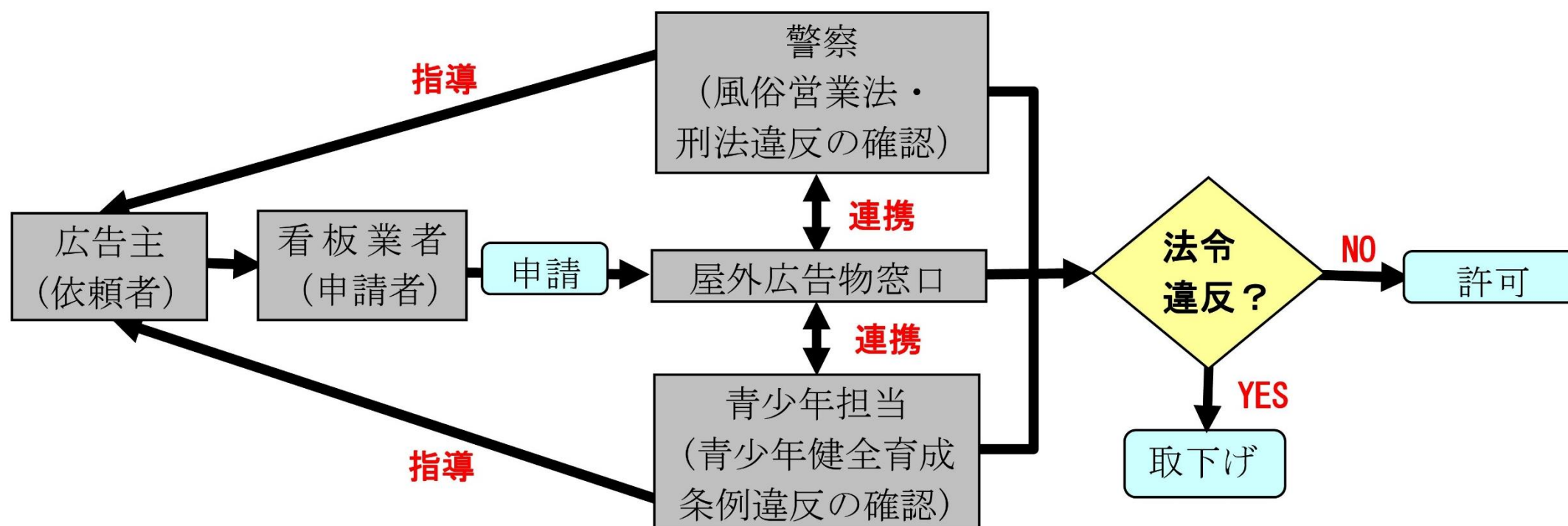
3 ポイント

- ◆性風俗関連広告については、刑法・風俗営業適正化法・山形県青少年健全育成条例により学校などの施設から200mの区域への設置が禁止されている
- ◆第1種普通規制地域は、建植広告間離隔距離が50mと規定されている
- ◆第2種・第3種普通規制地域は、建植広告間離隔距離規制をH10年の条例改正時に廃止（規制にメリハリをつけるため）
- ◆離隔距離規制を復活させるためには、景観阻害だけではなく、安全確保等の別ロジックが必要
（例；交差点では、信号機や歩行者に注意が必要となり、過大な広告物はドライバーの注意力を阻害する要因となる恐れがある）

4 確認事項(1) : 性風俗関連広告関係

◆ 現行のチェック体制等

① 屋外広告物行政・警察・青少年行政 3者連携による事前審査 (違反看板を水際で阻止)



② 違反とならない広告物の対応

- ・ 上記①の対応を行っても、法令違反とならない広告物は許可され掲出される。
- ・ これには、掲出後に青少年育成県民会議のネットワーク等を通じ、**県民運動**で対応。

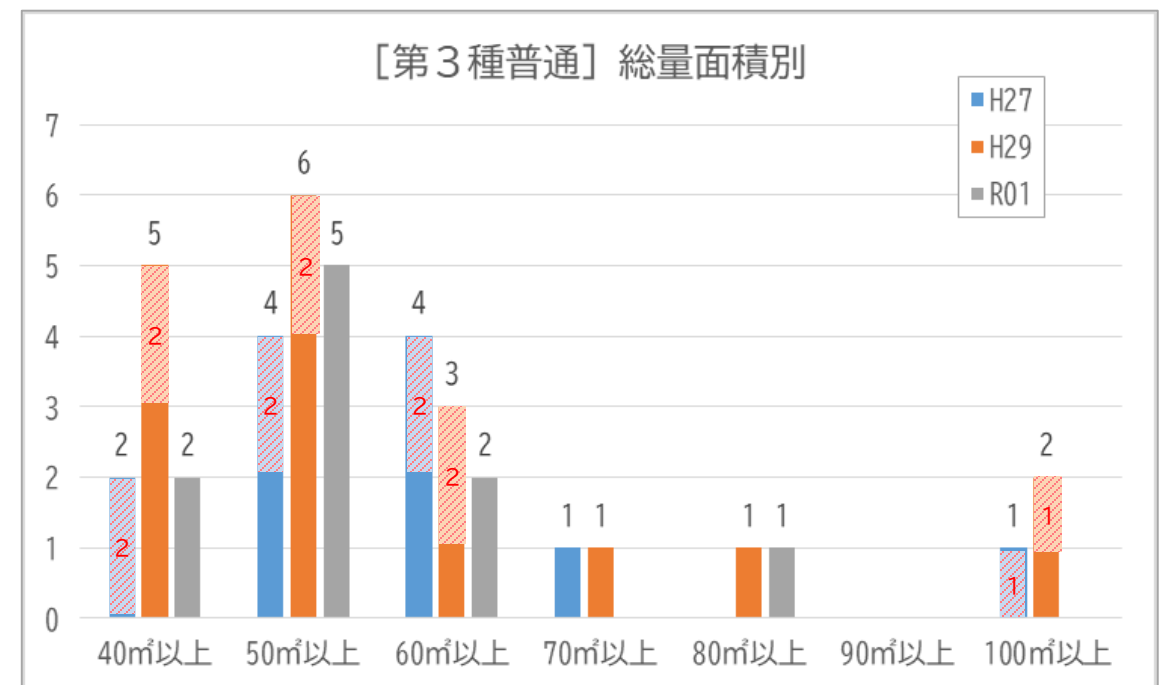
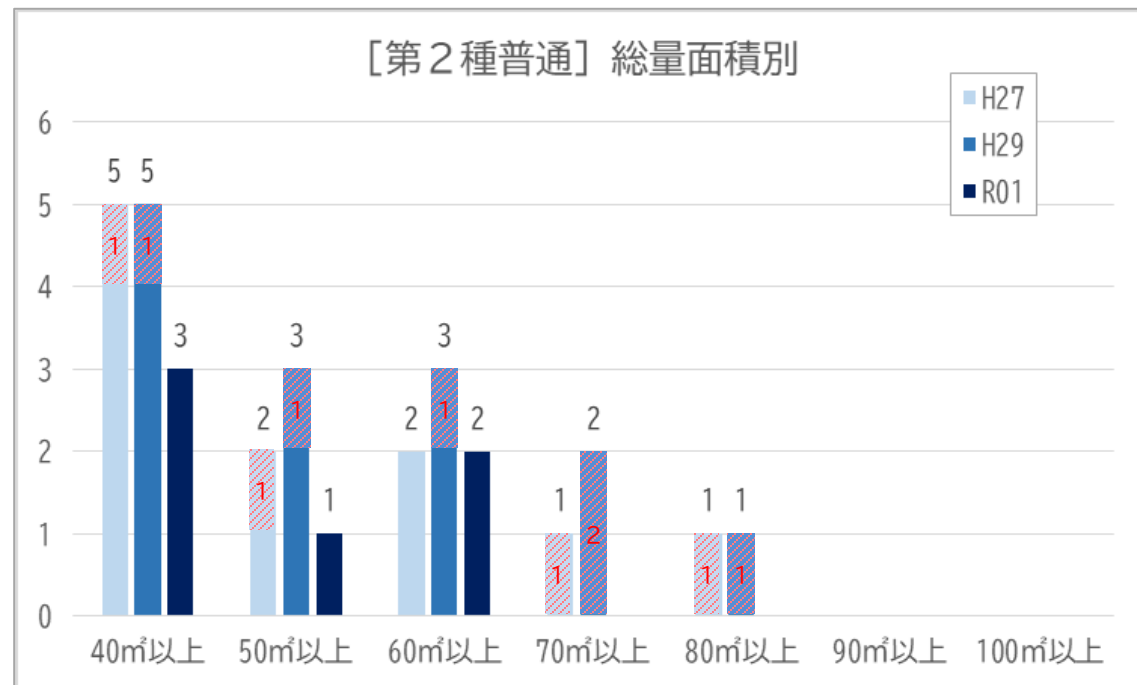
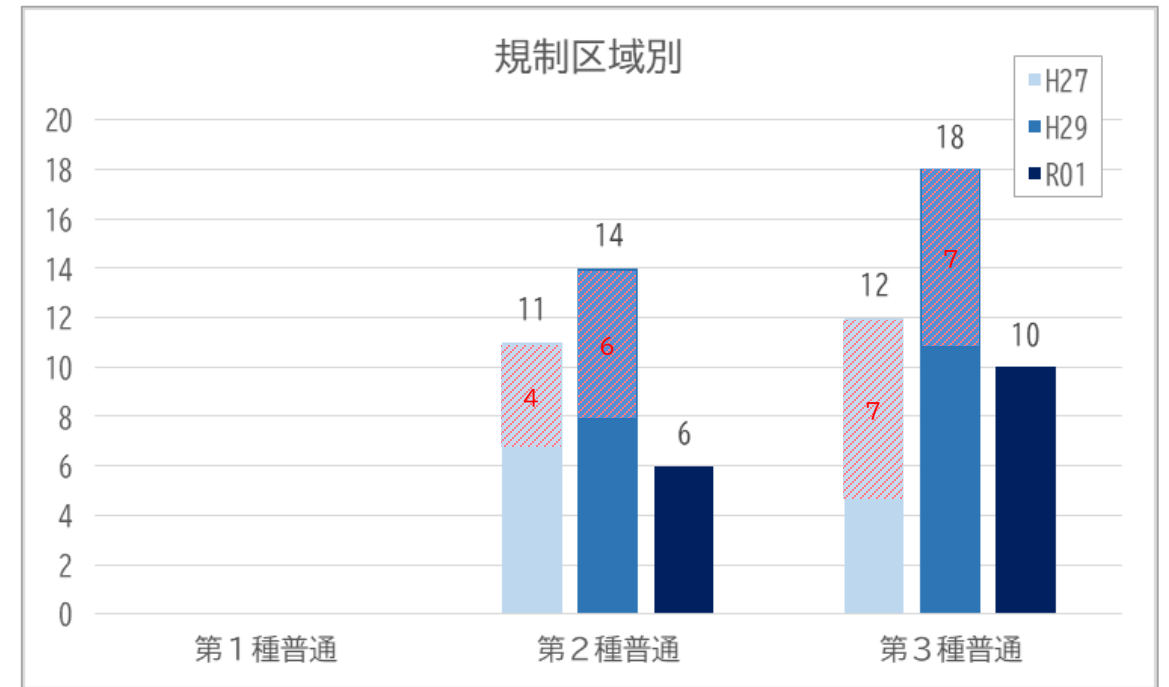
4 確認事項(2)： 総量規制関係

◆ 総量規制の対象候補となる案件の洗い出し

実態調査

(平成27年度～令和元年度[2か年ごと])

- ・ 交差点部で1敷地内で設置されている
1方向の総量面積40㎡以上の建植広告物状況



※H27,H29の網掛け:山形市内に設置されている屋外広告物の個数 (H31.4山形市の中核市移行に伴い業務移管)

4 確認事項(3) : 総量規制関係

◆ 他県における「一敷地等の総量規制」の設定状況について

	自治体名	一敷地	内容（商業地もしくは最も緩い規制）	相互距離	条文
8	茨城県	△	・ 広告物相互間の距離50メートル以上	50m	施行規則第3条
9	栃木県	○	・ 前面道路(事業所等の敷地が接する公道をいう。以下同じ。)につき1基 ・ 1基につき縦に5件まで。ただし、それらの表示面積の合計は、40㎡以内	-	施行規則第2条
10	群馬県	○	・ 敷地内に表示し、又は設置する広告物等の総表示面積 200㎡以下	-	施行規則第20条
16	富山県	○	・ 住所等1箇所当たりの表示面積の合計 30㎡以下	-	施行規則第9条
18	福井県	○	・ 住所地等内の一の敷地における表示面積の合計が30㎡以内	-	施行規則第9条
29	奈良県	○	※許可基準は各市町村で設定（設定している市町村有）		
32	島根県	△	広告物相互間の距離100メートル以上。ただし、隣接する複数の広告物の相互間の距離が20センチメートル以内かつ当該各広告物の表示面積の合計が30平方メートル以内であって、当該各広告物の表示面の地表からの高さの上端及び下端の位置が一致する場合にあっては、この限りでない。	100m	施行規則第4条
39	高知県	△	・ 広告物相互間の距離30メートル以上	30m	施行規則第7条
41	佐賀県	△	・ 広告物相互間の距離50メートル以上	50m	施行規則第3条
47	沖縄県	△	・ 広告物相互間の距離50メートル以上	50m	施行規則第3条

[一敷地欄] ○ : 一敷地の総量規制基準あり 5

△ : 広告物相互間距離基準あり 5

4 確認事項(4) : 総量規制関係

◆交差点部における安全確保が必要となる規制範囲を県警と協議

⇒ 県警では屋外広告が原因となる交差点付近の事故を把握していない

◆ 課題と捉えている事案はあるのか？

⇒ 県各総合支庁、市町村担当者へ確認を行ったが事案なし
(R3.12現在)

[性風俗関連広告関係]

- ✓ チェック体制を整えており、現在課題と捉えている事案がない

※ただし、一部規制がかからない地域、広告物が存在する

[総量規制関係]

- ✓ 対象とする案件は少なく、市町村で課題と捉えている事案がない
- ✓ 交通安全上の影響が確認できない

5 今後の対応

- 1) 現行では、県内一律の規制強化を検討する理由がない

⇒ 地域の課題として整理

- 2) 市町村の主体性を反映した屋外広告物の有効活用

⇒ **「広告景観モデル地区制度」** の活用推進

※県屋外広告物条例によらず、市町村によるきめ細かい独自の規制(高さ・面積・意匠等の基準)
・誘導が可能となる

- (1) 観光振興等公共広告の規制緩和
- (2) 屋外広告物の総量規制等
- (3) 高速自動車国道等の屋外広告物の規制

1 現 状

県外からの来訪者が最初に目にする景観を意識し、第2種特別規制地域として制限

次の全線及び両側500メートル以内の展望できる範囲(H10年条例改正)

- ① 鉄道
- ② 高速自動車国道、自動車専用道路、観光道路
- ③ 県境、空港、インターチェンジから3km以内の一般国道及び県道