

# 良好な景観形成に向けた取組施策の検討(屋外広告物)

---

## 【取組施策(案)・詳細版】

# 良好な景観形成に向けた取組施策の検討（屋外広告物）

## ■背景と目的

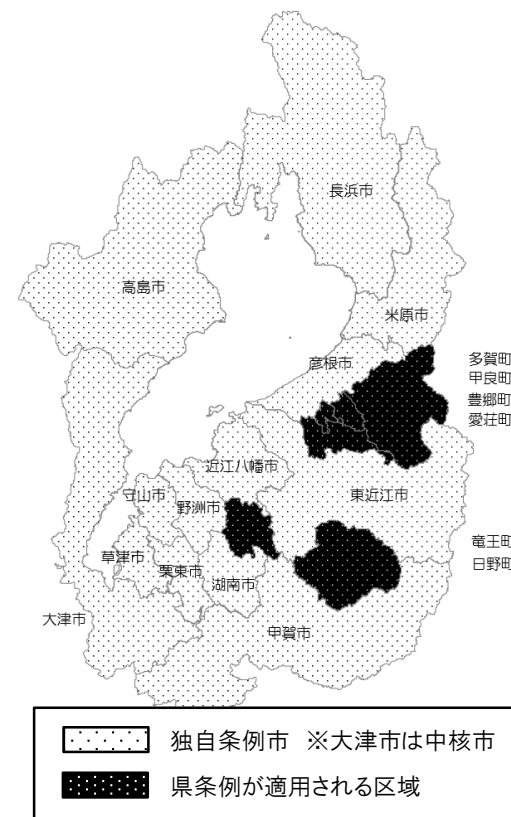
- 滋賀県では、昭和24年（昭和49年全部改正）に、屋外広告物法に基づく「滋賀県屋外広告物条例」を制定し、県内における**屋外広告物の適正化**に取り組んできた。
- 一方で、広告技術の発展や市街化の進展等により既存の広告物の規制・基準等では対応できない部分があること、老朽化した広告物の増加による安全面への懸念が生じていること等、**社会情勢の変化に伴う各種課題**が生じている。
- 景観法制定以降、県内13市は景観行政団体へ移行し、課題の解決に向けた取組を独自に実施しているが、**6町域**については、**引き続き滋賀県が取組を進める**必要があることから、6町域における**良好な景観形成に向けた課題および今後に向けた対応方針**について整理し、**取組施策を取りまとめる**こととする。
- 一体的な湖国の風景づくりを推進するため、取組施策を全県的に展開していくことも視野に入れ、**13市とも議論を進めたい**。

## ■現行規制の問題・課題

- **現行条例制定後、約半世紀が経過**し、市街化や技術の進展等の社会情勢の変化により、**従来の規制では不十分な状況が生じ、湖国ならではの風景が失われつつある**。
- 各町のまちづくり施策との齟齬も生じており、**町から改善要望も出されている**。
- 広告物の老朽化により、**落下・倒壊等の事故が増加**するなど、**安全面での課題が顕在化**している。
- 規制の遵守・運用にあたって、**わかりづらく運用が困難である**など、事業者側と行政側の双方で支障が出ている部分がある。

## ■検討スケジュール（変更となる場合がある）

時期(予定)	実施事項(予定)	内容(予定)
～2020/8	課題・対応方針の整理	
2020/9	意見照会1	
2020/11	取組施策案たたき台の作成	
2020/11～12	意見照会2	
2020/12	取組施策案の作成	
2021/2～3月頃	常任委員会への報告	取組施策案の報告
2021/2～3月頃	都市計画審議会・景観審議会	諮問・答申
2021年度(夏)	パブリックコメント	
2021年度(冬)	条例・規則改正(公布)	必要な条例・規則等の改正
2022年度	改正周知	
2023年頃～	改正施行	



※注：業登録等に係る規定は、大津市を除く県内全域が引き続き県条例の適用区域

# 良好な景観形成に向けた取組施策の検討（屋外広告物）

市街化・郊外化の進展により郊外に大型店舗が増加しているが、これらに対応した基準が十分でなく、景観上の支障が発生している。



郊外市街地の大型商業施設の広告物

モータリゼーションの進展により、市街地を離れた田園地域でも看板設置が増加しているが、基準が十分でなく、景観上の支障が発生している。



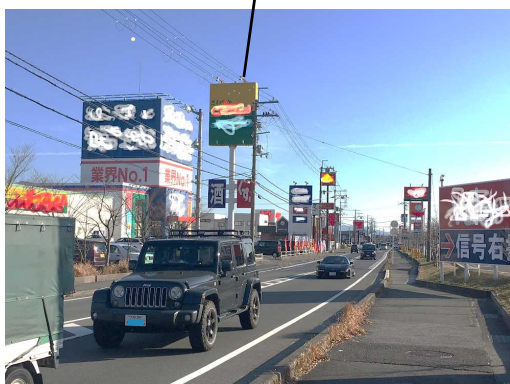
田園風景の中に乱立する広告物

広告技術の進展により、電光掲示板やデジタルサイネージ等が増加しているが、これらに対応する基準が十分でなく、景観上の支障が発生している。



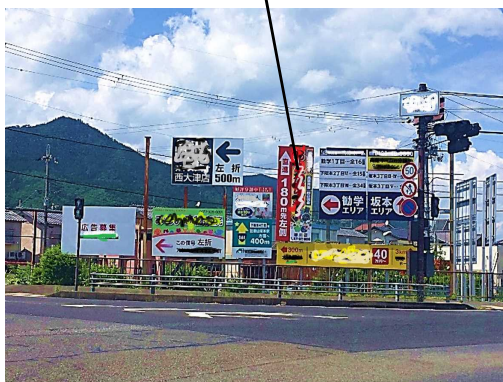
商業施設の巨大な電光掲示板

県民や観光客も多数通行する幹線道路沿道において、ナショナルチェーン店の巨大看板が林立し、滋賀らしい景観が損なわれている。



幹線沿道に林立する巨大な広告物

交差点周辺で自動車交通を想定した案内看板が多数設置されているが、基準が十分でなく、無秩序に乱立し、景観上の支障が発生している。



交差点に乱立する広告物

高度成長期からバブル期に多数設置された看板が一齐に老朽化を迎えており、台風等の災害の激甚化も相まって、看板の落下・倒壊等の事故が発生している。



老朽化や強風等により破損した広告物

# 良好な景観形成に向けた取組施策の検討（屋外広告物）

## ■取組施策（案）

項目	問題・課題	原因	取組施策（案）	適用範囲
①地域区分・基準	田園地域にも市街地と同じような広告物が設置されるなど、地域ごとの景観特性にそぐわない広告物が設置され、景観に悪影響を及ぼしている	規制の地域区分が、地域ごとの景観特性や土地利用に即したものになっておらず、基準とめざすべき景観が合致していない部分がある	地域区分の再編 + 地域に応じた基準設定	6 町域
	量販店等の大規模な広告物が増加し、景観に悪影響を及ぼしている	広告物の規模に関する基準が全体的に緩すぎる（野立・屋上・壁面）	規模基準の強化	6 町域
	店舗前などに設置されている立て看板やのぼり旗などが景観に悪影響を及ぼしている	個別の基準が設定されていないものがある	個別基準の設定	6 町域
	交差点等において、広告物が無秩序に乱立し、景観に悪影響を及ぼしている	高さや面積の基準しかなく、無秩序な乱立を防止する基準がない	乱立防止基準の導入	6 町域
	歴史的な地域に派手な広告物が設置され、景観に悪影響を及ぼしている	色彩や照明など、規模基準以外の基準が十分でなく、質的な規制・誘導ができていない	規模以外の基準の充実 (色彩、照明など)	6 町域
	規制の一部対象外（適用除外）としている広告物の一部が景観に悪影響を及ぼしている	規制の適用除外の条件（基準）が十分でない	適用除外広告物の基準の強化	6 町域
②安全性	広告物の落下・倒壊等の事故が多発している	老朽化した広告物が増加し、加えて自然災害が激甚化している	資格要件変更 + 点検義務化	6 町域
③その他 (条例・規則)	規制の遵守・運用にあたって、わかりづらく運用が困難であるなど、事業者と行政（規制側）の双方で支障が出ている	広告物の形態区分に応じて許可期間上限が異なるなど、不必要に複雑な規制、規制の根拠が薄い規制、負担と効果のバランスを欠いた規制等が存在する	規制の簡素化・再整理、他	6 町域 (一部、大津市を除く 県全域)
④その他 (条例・規則以外)	規制が遵守されたとしても、それだけでは必ずしも良好な景観にならない場合がある	権利制限を伴うため、条例等による強制力のある「規制」は最低限のルールとせざるを得ない	広告景観形成方針の設定 + 良好な景観形成を目指した「誘導・活用」施策の充実	6 町域

※上記の取組施策（案）について制度化および実行を検討する（法規上の検討、数値基準の精査等を行い、今後修正を加える場合がある）

# 地域区分・基準



株式会社 母湖湖。 一歩先を歩いている母湖湖。母湖湖です。

# 地域区分（現行の地域区分）

## ■ 現行地域区分の概要（6町域限定）

※さらに細分すると全部で合計12区分あり

地域区分	対象	対象(都市計画関係)
禁止地域	文化財周辺 都市公園・緑地・その他	一・二低住、田園住、 景観地区、伝建地区 ・風致地区、特別緑地保全地区
許可地域C	鉄道・指定道路等の沿線(近め)	住居系用途地域 ／住居系以外の用途地域
許可地域B	鉄道・指定道路等の沿線(遠め)	住居系用途地域 ／住居系以外の用途地域
許可地域A	その他の地域	住居系用途地域 ／住居系以外の用途地域



(現行規制における地域区分の概念図)



## ■ 現行地域区分の課題

- 6町域では、用途地域指定のない地域も含め、多様な土地利用が存在するが、現行規制では、県土全体の景観規制を主として主要幹線道・鉄道沿線を軸として、地域区分を設定しているため、各地域の土地利用がほとんど配慮されていない。
- 6町域は田園景観が主であるが、現行地域区分では、田園景観を保全する視点が乏しい。

# 地域区分（景観類型と地域区分）

## ■ 地域区分の見直し検討の手順

- 6町域の現況の土地利用を鑑み、地域類型を広告景観形成の方針を設定。
- 地域類型を仮定する規制の基準等を勘案して7種類の規制地域区分へ集約。
- 第1～7種地域以外によりきめ細やかな規制に対応するための特別規制地域を指定する仕組みを構築。

地域類型	場所の例	地域区分（集約）
歴史伝統系市街地	歴史街道、旧宿場町、参道、伝統的建造物群保存地区、文化財（建造物）周辺、その他（伝統的な市街地等）	第1種地域 （歴史伝統系）
風致系地域	風致地区、都市公園、河川、史跡・名勝・天然記念物、景観重要建造物、景観重要樹木、その他	第2種地域 （風致・低層住宅系）
低層住宅系市街地	一・二低・田園住居、その他（地区計画による低層住宅団地等）	第3種地域 （保全型沿道系）
広域的沿線地域	高速道路、鉄道、新幹線沿い	
田園系沿道地域	田園地域の幹線道路沿い	
工業物流系沿道地域	工業系市街地の幹線道路沿い	
街路型沿道地域	駅前通り、主要街路沿い	
道路型沿道地域	市街地内の幹線道路沿い	第4種地域 （活用型沿道系）
集落系地域	農山村集落等	第5種地域 （集落・田園・自然系）
田園系地域	田、畑等	
自然系地域	山林、草原等	
住宅系市街地	一・二中高、一・二住居、準住居、その他（地区計画による住宅団地等）	第6種地域 （一般市街地系）
工業物流系市街地	準工業、工業、工業専用、その他（地区計画による工業団地等）	
商業系市街地	商業、近隣商業、駅周辺、その他（地区計画による商業団地等）	
業務系市街地	官庁街、オフィス街等	
拠点市街地	地区計画等で拠点商業・業務市街地として位置づけられている区域等	第7種地域 （拠点市街地系）
（-）	（個別指定）	特別規制地域

## 地域区分（特別規制地域）

### ■ 特別規制地域

- 地域特性に応じたよりきめ細やかな規制の実現を制度的に担保するために、基本となる第1～7種地域の他に、「**特別規制地域**」を指定できる規定を設ける。
- 「特別規制地域」では、一定の区域において規制強化・規制緩和の両面から、よりその区域に適合した個別の基準等を設定できることとする（第1～7種の基準は適用されない）。

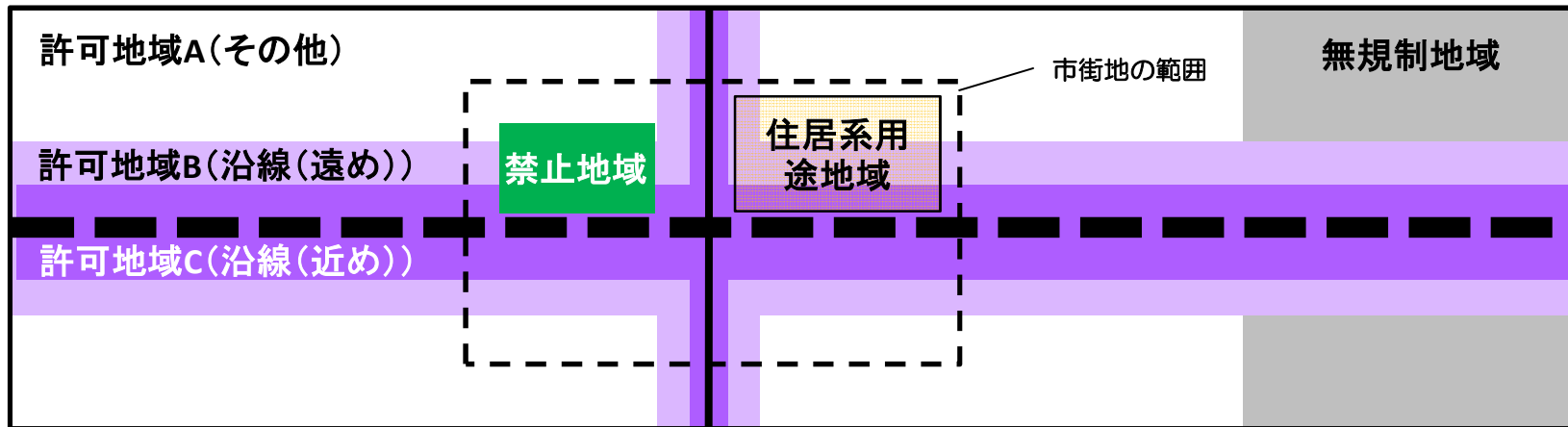
想定例		
1	地域	広告物をよりきめ細やかに決めていきたい意向のある住民が住む一定の区域（地区計画、近隣景観形成協定地区等）
	基準	小規模自家用広告物の適用除外基準を厳格化し、許可基準も厳しいものを設定
2	地域	神社仏閣等の文化財を活かした観光まちづくりを進めたい地域
	基準	歴史的景観の保全・形成と観光商業を両立させるきめ細やかな基準を設定
3	地域	広告物を活用して、にぎわいある地域商業景観を形成する意向のある商店街
	基準	小規模小売店に適した規模としつつ、形態・色彩の自由度を高めた基準を設定

※「特別規制地域」の指定について、県内の市町・市民団体・企業等からの**提案制度**を検討する。

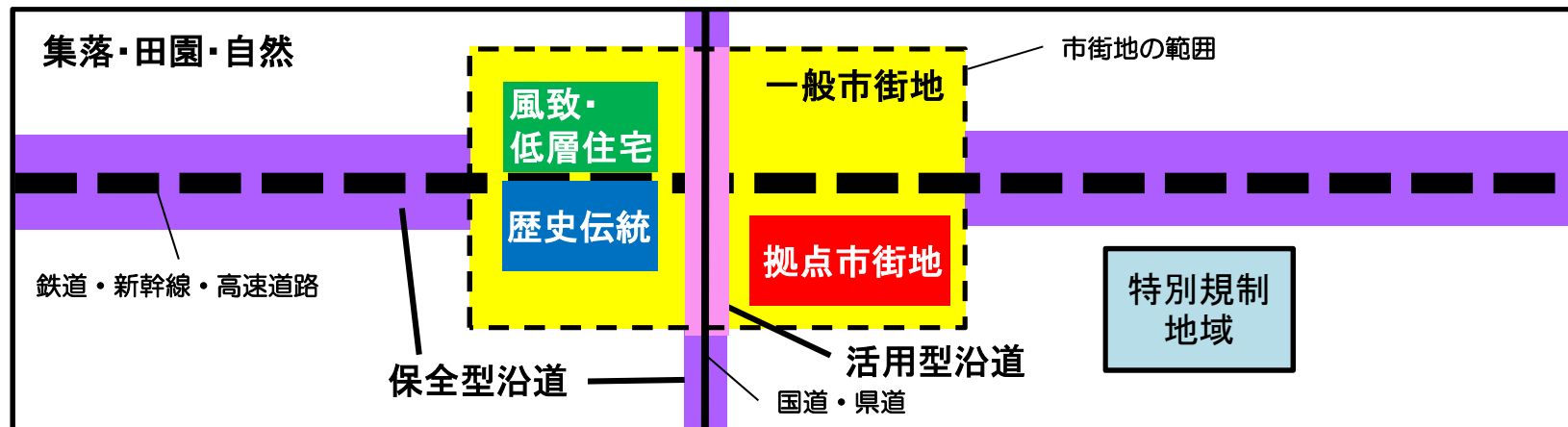


# 地域区分（改正イメージ）

## 【現行】



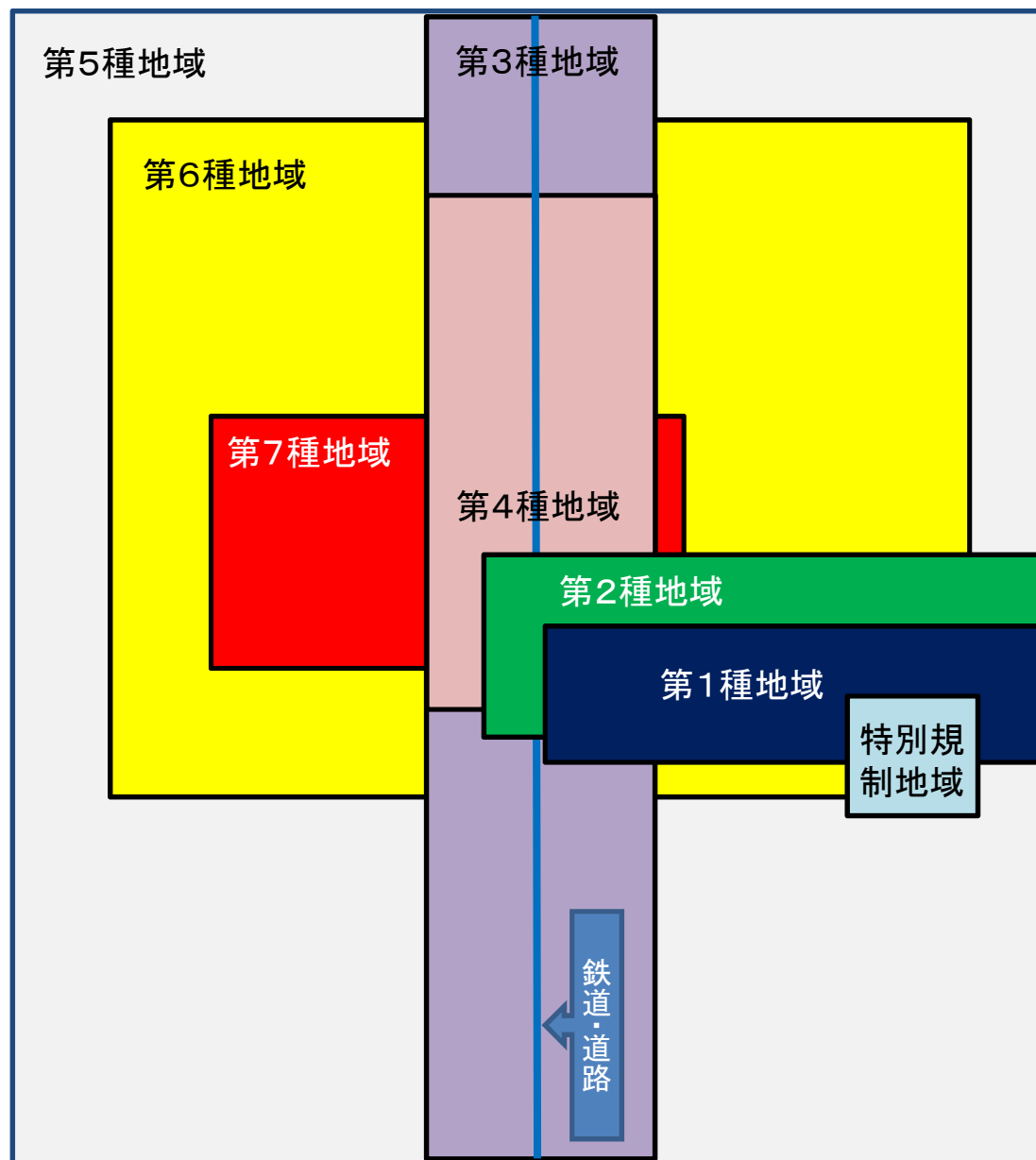
## 【改正案】



# 地域区分（各地域区分の優先順位）

## ■ 優先順位（案）

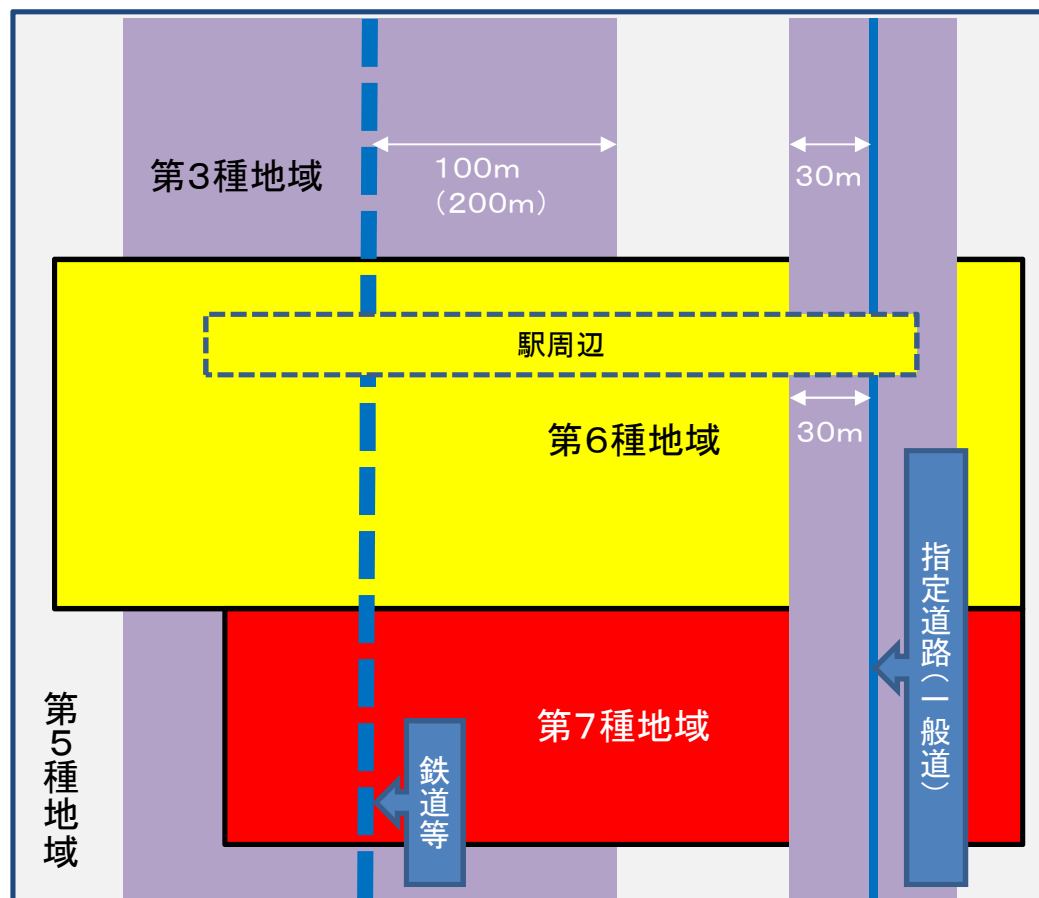
優先順位	地域区分	備考
0	（特別規制地域）	
1	第1種地域 （歴史伝統系）	
2	第2種地域 （風致・低層住宅系）	
3	第4種地域 （活用型沿道系）	※例外あり
4	第3種地域 （保全型沿道系）	
5	第7種地域 （拠点市街地系）	
6	第6種地域 （一般市街地系）	
7	第5種地域 （集落・田園・自然系）	



## 地域区分（各地域区分の優先順位）

### （※例外）

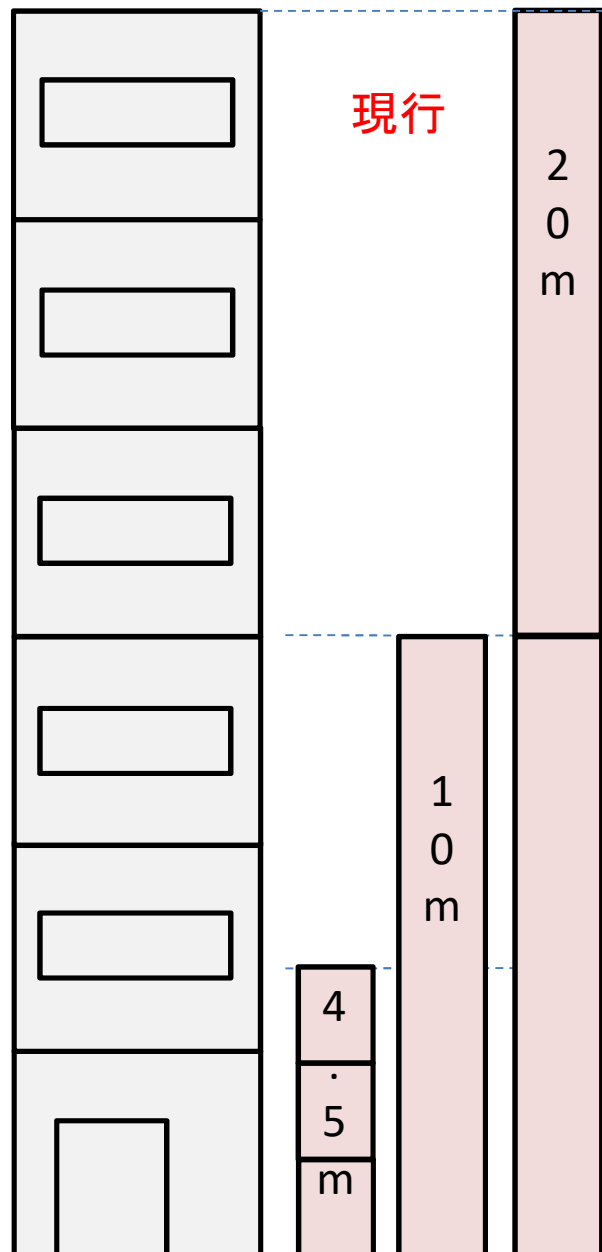
- ◆ 指定道路沿道は、第3種・第4種が、第6種・第7種地域に優先するが、鉄道・高速道路の沿線については、市街地での基準として支障が生じる部分もあるため、第6種・第7種地域が優先する。
- ◆ 駅周辺については、指定道路沿道においても第6種地域が優先する。



# 許可基準：野立広告物の高さ基準の見直し

現行規制では、景観への影響が大きい広告物も設置されてしまうため、規模基準を強化する

現行

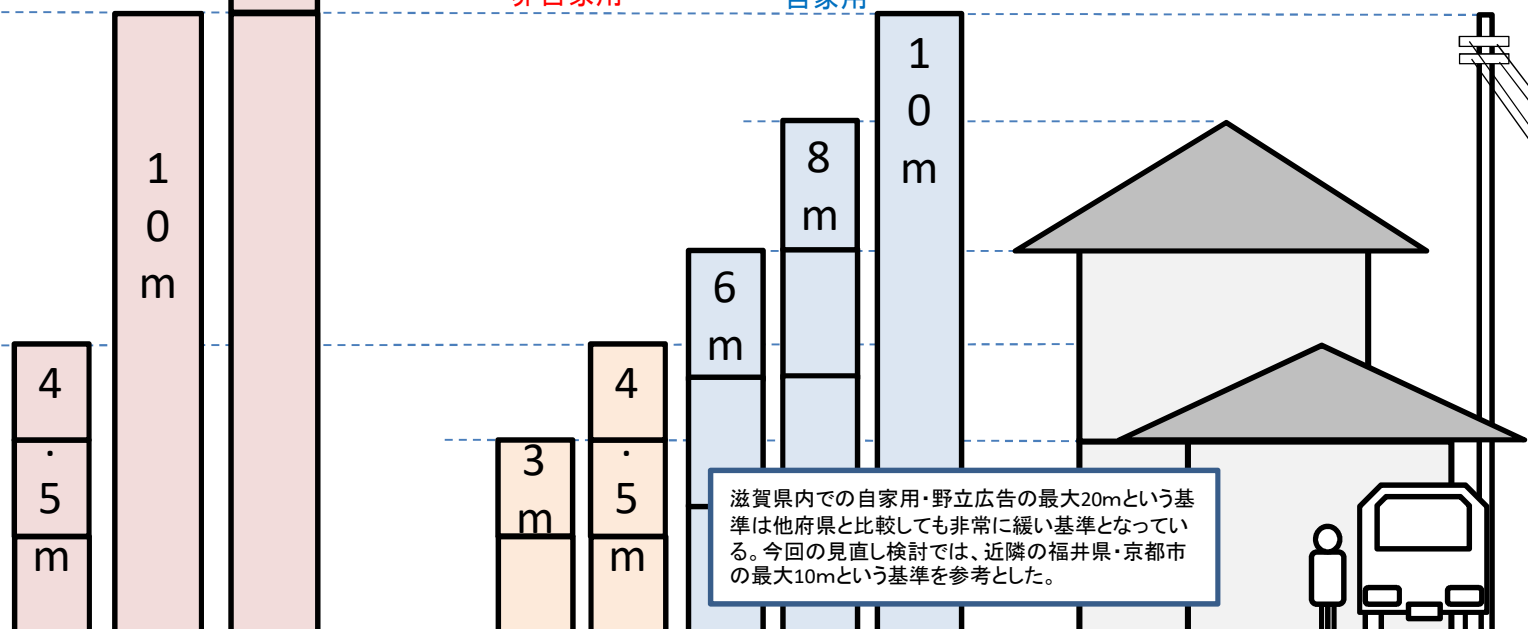


## ●高さ基準を強化

野立広告	現行	改正
自家用	20m 10m	10m 8m 6m
非自家用	20m 10m 4.5m (脚除く) 4.5m (脚含む)	4.5m (地面・路面から) 3m (地面・路面から)

## 改正案

← 非自家用 → ← 自家用 →

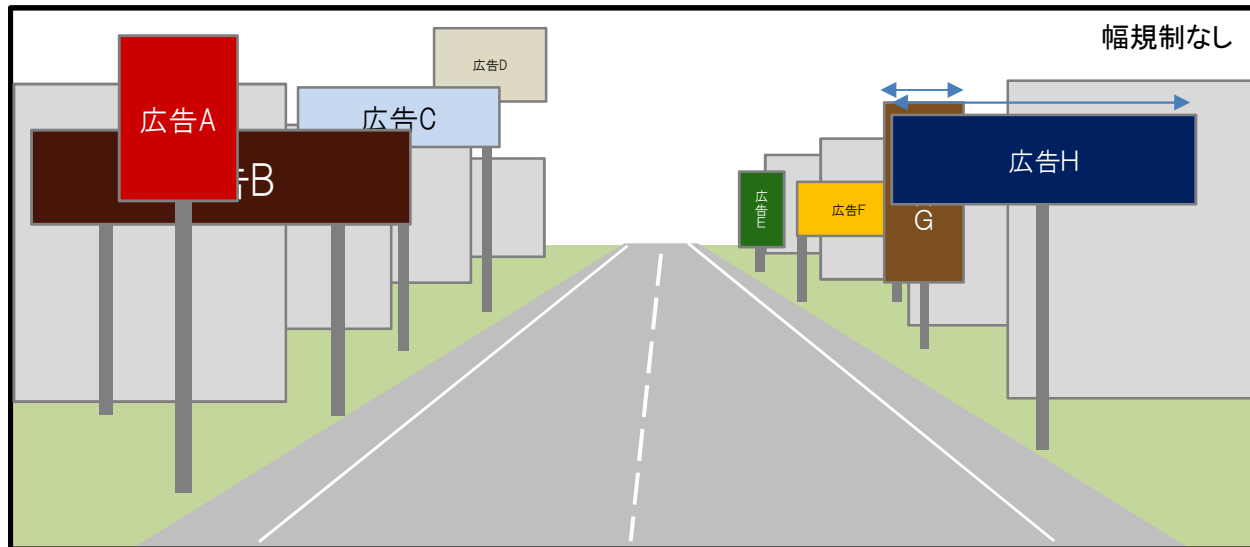


滋賀県内での自家用・野立広告の最大20mという基準は他府県と比較しても非常に緩い基準となっている。今回の見直し検討では、近隣の福井県・京都市の最大10mという基準を参考とした。

# 許可基準：野立広告物への幅規制の導入

現行規制では、高さ規制しかなく、不揃いな広告物が設置されてしまうため、幅規制を導入する

現行

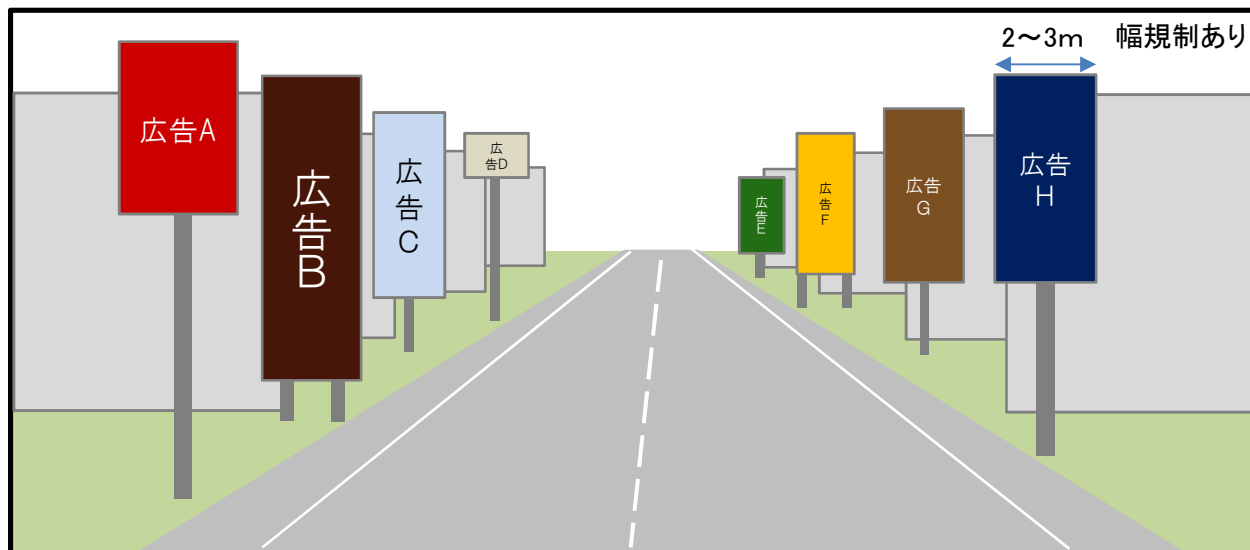


現行規制では、自家用広告物の幅規制はないため、かたちが不揃いな看板が掲出されている

※非自家用広告物の一部のみ幅規制あり



改正案

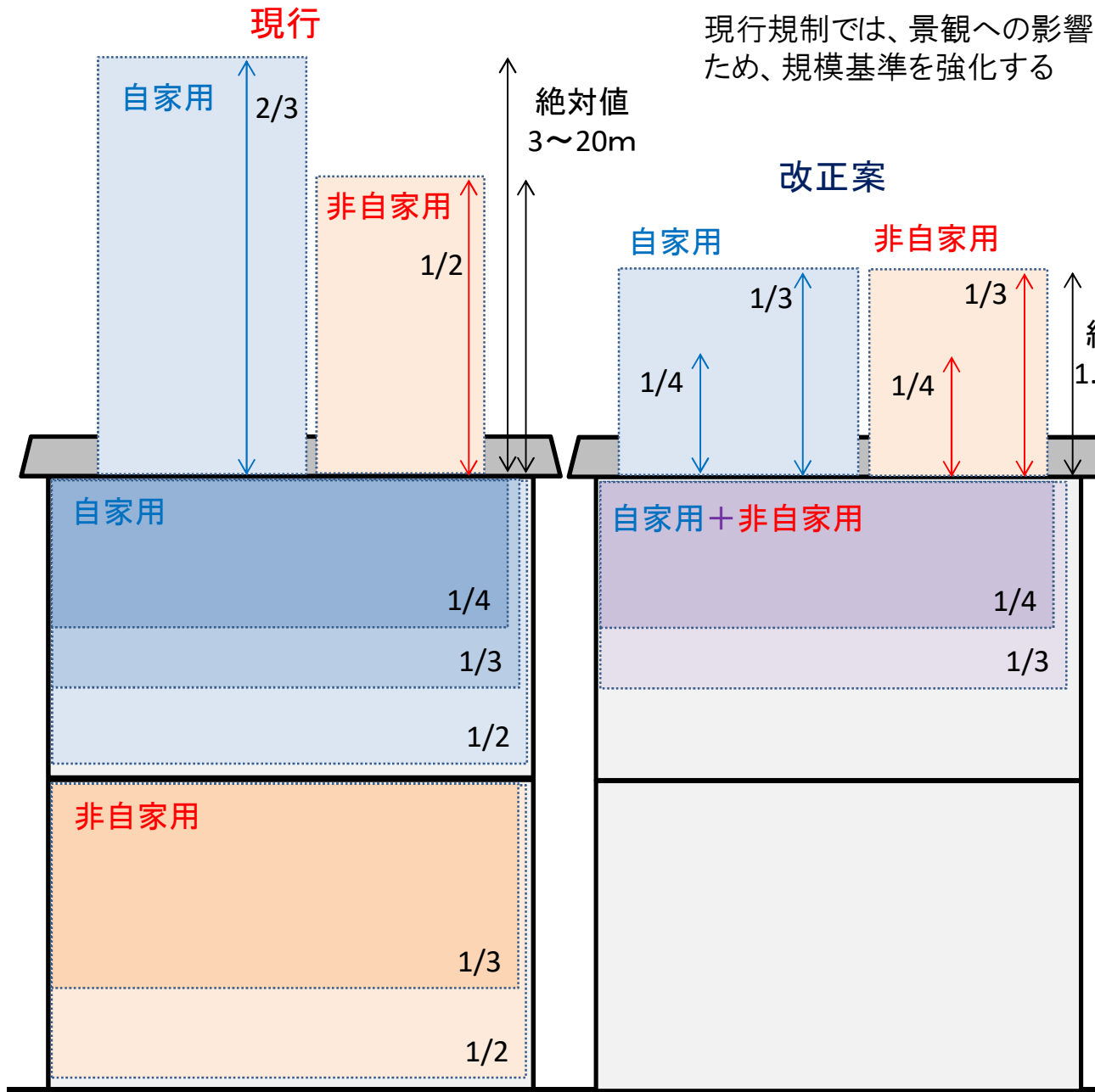


第1~4種地域において、幅規制を導入することで、一定統一感のある連続的な沿道景観形成を図る

※高さの低いものには幅規制は適用しない

# 許可基準：屋上広告物・壁面広告物の高さ・面積基準の見直し

現行規制では、景観への影響が大きい広告物も設置されてしまうため、規模基準を強化する

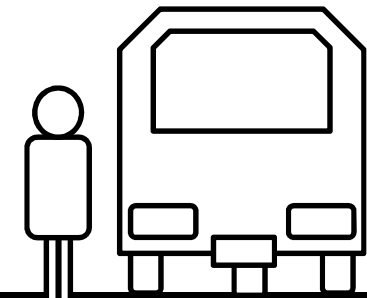


- 屋上広告
  - ・高さ基準を強化
- 壁面広告
  - ・面積(相対値)基準を強化

絶対値  
1.5~5m

屋上広告	現行	改正
自家用	2/3	1/3 1/4
非自家用	1/2	1/3 1/4

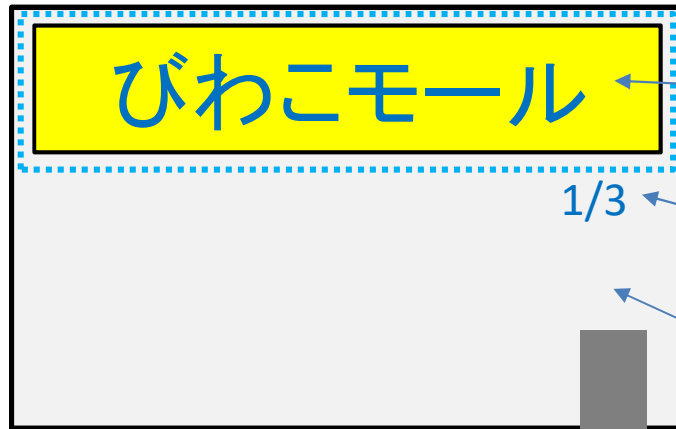
壁面広告	現行	改正
自家用	1/2 1/3 1/4	1/3 1/4 (自家用・非自家用合算)
非自家用	1/2 1/3	



# 許可基準：一表示あたりの面積上限（絶対値）の設定

野立・屋上・壁面広告について、現行規制では相対値基準しかないため、一表示あたりの面積上限（絶対値）を設定する

現行



広告面積  
33m<sup>2</sup>

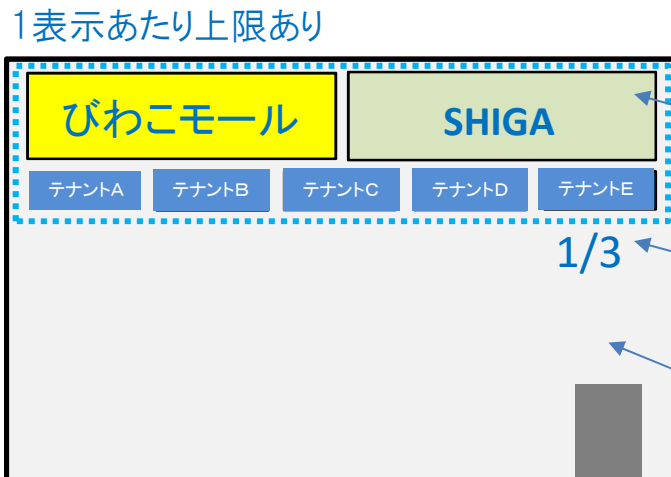
広告面積  
上限33m<sup>2</sup>

壁面面積  
100m<sup>2</sup>

現行規制では、壁面広告物や屋上広告物には、1つあたりの面積制限がないため、壁面が大きければ、大きな広告物の掲出が可能  
(遠景への影響大)



改正案



広告面積  
10m<sup>2</sup>(1表示  
あたり)

広告面積  
上限33m<sup>2</sup>

壁面面積  
100m<sup>2</sup>

1つあたりの面積上限の基準（絶対値）を定めることで、大きな広告物の掲出を防止する  
(分節化の促進・遠景への影響抑制)







# 許可基準：新旧比較（主要項目抜粋）

## 【現行】自家用・野立

※許可地域B-1＝指定道路・鉄道沿線地域  
 ※許可地域B-2,B-3は記載省略

	禁止 (風致・低層住宅)	許可C (沿道直近・住)	許可C (沿道直近・非住)	許可B-1 (沿道・住)	許可B-1 (沿道・非住)	許可A (その他・住)	許可A (その他・非住)
高さ	10m	10m	20m	10m	20m	10m	20m
幅	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし
面積(1表示)	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし
面積(1物件・1方向)	規制なし ※総量15㎡	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし



## 【改正案】自家用・野立

	第1種 (歴史・伝統)	第2種 (風致・低層住宅)	第3種 (保全型沿道)	第4種 (活用型沿道)	第5種 (集落・田園・自然)	第6種 (一般市街地)	第7種 (拠点市街地)
高さ	6m	6m	8m	10m	6m	8m	10m
幅	2m (高さ4.5m超の場合)	2m (高さ4.5m超の場合)	2m (高さ4.5m超の場合)	3m (高さ4.5m超の場合)	規制なし	規制なし	規制なし
面積(1表示)	5㎡ (高さ4.5m以下の場合)	5㎡ (高さ4.5m以下の場合)	10㎡ (高さ4.5m以下の場合)	20㎡ (高さ4.5m以下の場合)	10㎡	20㎡	30㎡
面積(1物件・1方向)	5㎡ (高さ4.5m以下の場合)	5㎡ (高さ4.5m以下の場合)	10㎡ (高さ4.5m以下の場合)	20㎡ (高さ4.5m以下の場合)	10㎡	20㎡	30㎡

# 許可基準：新旧比較（主要項目抜粋）

## 【現行】非自家用・野立

※許可地域B-1＝指定道路・鉄道沿線地域  
 ※許可地域B-2,B-3は記載省略

	禁止 (風致・低層住宅)	許可C (沿道直近・住)	許可C (沿道直近・非住)	許可B-1 (沿道・住)	許可B-1 (沿道・非住)	許可A (その他・住)	許可A (その他・非住)
区分	案内図板等公衆利便広告物に限る	案内図板等公衆利便広告物に限る	案内図板等公衆利便広告物に限る	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし
高さ	4.5m (脚除く)	4.5m (脚除く)	4.5m (脚除く)	10m	10m	10m	20m
幅	規制なし	規制なし	規制なし	2m (高さ4.5m超の場合)	2m (高さ4.5m超の場合)	規制なし	規制なし
面積(1表示)	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし
面積(1物件・1方向)	5㎡ ※共同30㎡	5㎡ ※共同30㎡	5㎡ ※共同30㎡	20㎡ 30㎡	20㎡ 30㎡	規制なし	規制なし



## 【改正案】非自家用・野立

	第1種 (歴史・伝統)	第2種 (風致・低層住宅)	第3種 (保全型沿道)	第4種 (活用型沿道)	第5種 (集落・田園・自然)	第6種 (一般市街地)	第7種 (拠点市街地)
区分	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし
高さ	3m (地面・路面から)	3m (地面・路面から)	4.5m (地面・路面から)	4.5m (地面・路面から)	4.5m (地面・路面から)	4.5m (地面・路面から)	4.5m (地面・路面から)
幅	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし
面積(1表示)	1.5㎡ 3㎡	1.5㎡ 3㎡	2.5㎡ 5㎡	2.5㎡ 5㎡	5㎡	7.5㎡	10㎡
面積(1物件・1方向)	3㎡ ※複数者	3㎡ ※複数者	20㎡ ※複数者	20㎡ ※複数者	10㎡ ※複数者	15㎡ ※複数者	20㎡ ※複数者

# 許可基準：新旧比較（主要項目抜粋）

## 【現行】自家用・屋上

※許可地域B-1＝指定道路・鉄道沿線地域  
 ※許可地域B-2,B-3は記載省略

	禁止 (風致・低層住宅)	許可C (沿道直近・住)	許可C (沿道直近・非住)	許可B-1 (沿道・住)	許可B-1 (沿道・非住)	許可A (その他・住)	許可A (その他・非住)
高さ (設置箇所高からの 相対値)	2/3	2/3	2/3	2/3	2/3	2/3	2/3
高さ (設置箇所高からの 絶対値)	3m	10m	20m	10m	20m	10m	20m
面積(1表示)	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし
面積(1物件・1方向)	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし



## 【改正案】自家用・屋上

	第1種 (歴史・伝統)	第2種 (風致・低層住宅)	第3種 (保全型沿道)	第4種 (活用型沿道)	第5種 (集落・田園・自然)	第6種 (一般市街地)	第7種 (拠点市街地)
高さ (設置箇所高からの 相対値)	1/4	1/4	1/4	1/3	1/4	1/3	1/3
高さ (設置箇所高からの 絶対値)	1.5m	1.5m	2m	3m	2m	3m	5m
面積(1表示)	5㎡	5㎡	10㎡	20㎡	10㎡	20㎡	30㎡
面積(1物件・1方向)	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし

# 許可基準：新旧比較（主要項目抜粋）

## 【現行】非自家用・屋上

※許可地域B-1＝指定道路・鉄道沿線地域  
 ※許可地域B-2,B-3は記載省略

	禁止 (風致・低層住宅)	許可C (沿道直近・住)	許可C (沿道直近・非住)	許可B-1 (沿道・住)	許可B-1 (沿道・非住)	許可A (その他・住)	許可A (その他・非住)
区分	案内図板等公衆利便看板に限る	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし
高さ (設置箇所高からの相対値)	規制なし	1/2	1/2	1/2	1/2	1/2	1/2
高さ (設置箇所高からの絶対値)	4.5m	5m	10m	5m	10m	5m	10m
面積(1表示)	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし
面積(1物件・1方向)	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし



## 【改正案】非自家用・屋上

	第1種 (歴史・伝統)	第2種 (風致・低層住宅)	第3種 (保全型沿道)	第4種 (活用型沿道)	第5種 (集落・田園・自然)	第6種 (一般市街地)	第7種 (拠点市街地)
区分	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし
高さ (設置箇所高からの相対値)	1/4	1/4	1/4	1/3	1/4	1/3	1/3
高さ (設置箇所高からの絶対値)	1.5m	1.5m	2m	3m	2m	3m	5m
面積(1表示)	3㎡	3㎡	5㎡	7.5㎡	5㎡	7.5㎡	10㎡
面積(1物件・1方向)	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし

# 許可基準：新旧比較（主要項目抜粋）

## 【現行】自家用・壁面

※許可地域B-1＝指定道路・鉄道沿線地域  
 ※許可地域B-2,B-3は記載省略

	禁止 (風致・低層住宅)	許可C (沿道直近・住)	許可C (沿道直近・非住)	許可B-1 (沿道・住)	許可B-1 (沿道・非住)	許可A (その他・住)	許可A (その他・非住)
面積(1表示)	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし
面積(1物件・1方向)	1/3	1/3	1/2	1/3	1/2	1/3	1/2



## 【改正案】自家用・壁面

	第1種 (歴史・伝統)	第2種 (風致・低層住宅)	第3種 (保全型沿道)	第4種 (活用型沿道)	第5種 (集落・田園・自然)	第6種 (一般市街地)	第7種 (拠点市街地)
面積(1表示)	7.5㎡	7.5㎡	15㎡	30㎡	15㎡	30㎡	50㎡
面積(1物件・1方向)	1/4 ※非自家用との合算	1/4 ※非自家用との合算	1/4 ※非自家用との合算	1/3 ※非自家用との合算	1/4 ※非自家用との合算	1/3 ※非自家用との合算	1/3 ※非自家用との合算

# 許可基準：新旧比較（主要項目抜粋）

## 【現行】非自家用・壁面

※許可地域B-1＝指定道路・鉄道沿線地域  
 ※許可地域B-2,B-3は記載省略

	禁止 (風致・低層住宅)	許可C (沿道直近・住)	許可C (沿道直近・非住)	許可B-1 (沿道・住)	許可B-1 (沿道・非住)	許可A (その他・住)	許可A (その他・非住)
区分	案内図板等公衆利便看板に限る	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし
面積(1表示)	5㎡	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし
面積(1物件・1方向)	規制なし	1/3	1/2	1/3	1/2	1/3	1/2



## 【改正案】非自家用・壁面

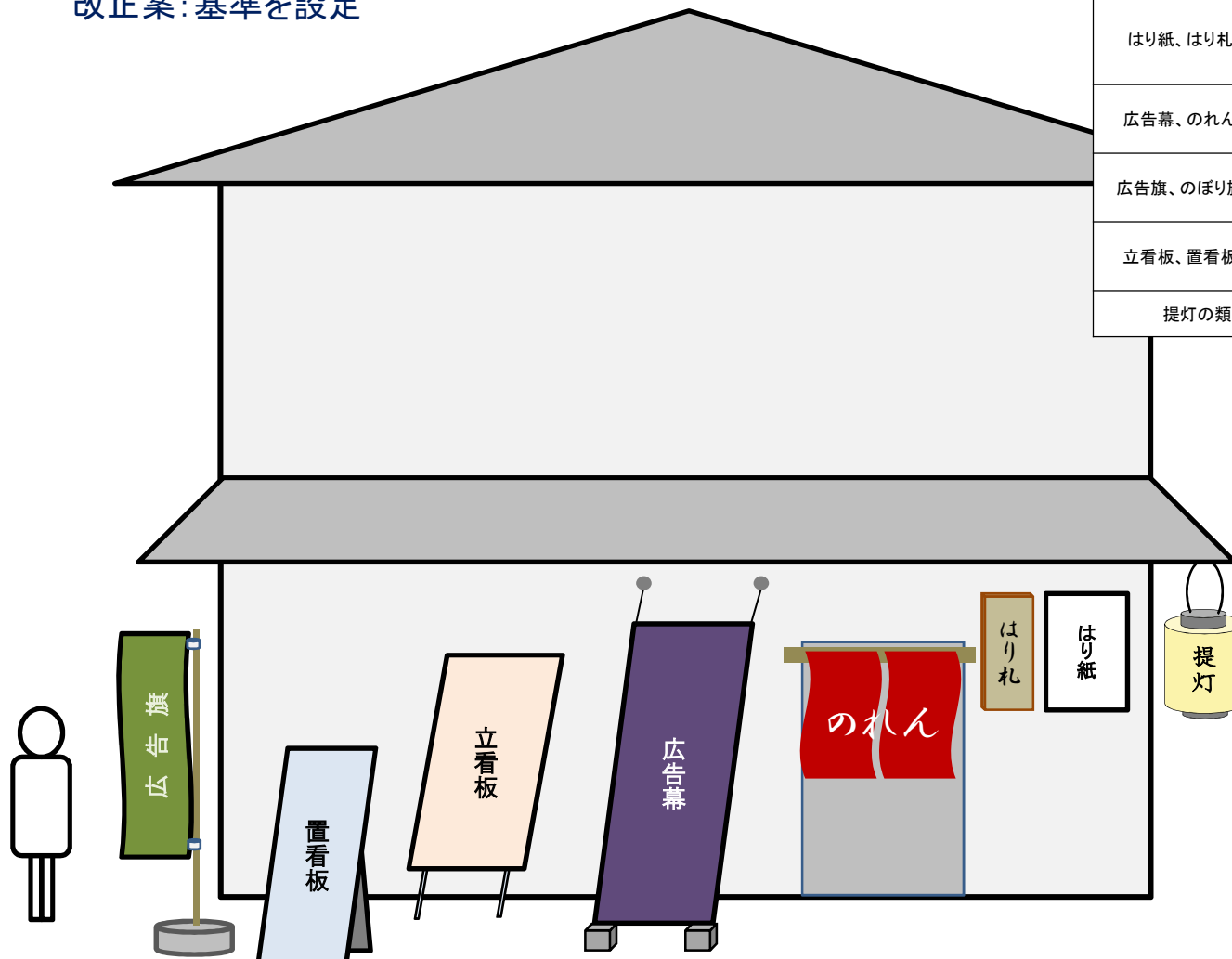
	第1種 (歴史・伝統)	第2種 (風致・低層住宅)	第3種 (保全型沿道)	第4種 (活用型沿道)	第5種 (集落・田園・自然)	第6種 (一般市街地)	第7種 (拠点市街地)
区分	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし
面積(1表示)	5㎡	5㎡	7.5㎡	15㎡	7.5㎡	15㎡	25㎡
面積(1物件・1方向)	1/4 ※自家用との合算	1/4 ※自家用との合算	1/4 ※自家用との合算	1/3 ※自家用との合算	1/4 ※自家用との合算	1/3 ※自家用との合算	1/3 ※自家用との合算

# 許可基準：簡易広告物の基準の新設

現行規制では、個別基準がないため、基準を設定する

現行：基準なし(すべて許可または類似適用)

改正案：基準を設定



区分	基準
はり紙、はり札の類	<ul style="list-style-type: none"> <li>・上端高: 4m以下</li> <li>・面積: 1㎡以下</li> <li>・数量: 半径10m以内に50個以下</li> <li>・近傍に同様のものを多数表示しないこと</li> </ul>
広告幕、のれんの類	<ul style="list-style-type: none"> <li>・上端高: 4m以下</li> <li>・面積: 5㎡以下</li> <li>・数量: 半径10m以内に5個以下</li> </ul>
広告旗、のぼり旗の類	<ul style="list-style-type: none"> <li>・上端高: 4m以下</li> <li>・面積: 3㎡以下</li> <li>・数量: 半径10m以内に5個以下</li> </ul>
立看板、置看板の類	<ul style="list-style-type: none"> <li>・上端高: 3m以下</li> <li>・面積: 3㎡以下</li> <li>・数量: 半径10m以内に5個以下</li> </ul>
提灯の類	<ul style="list-style-type: none"> <li>・面積: 2㎡以下</li> <li>・数量: 半径10m以内に5個以下</li> </ul>

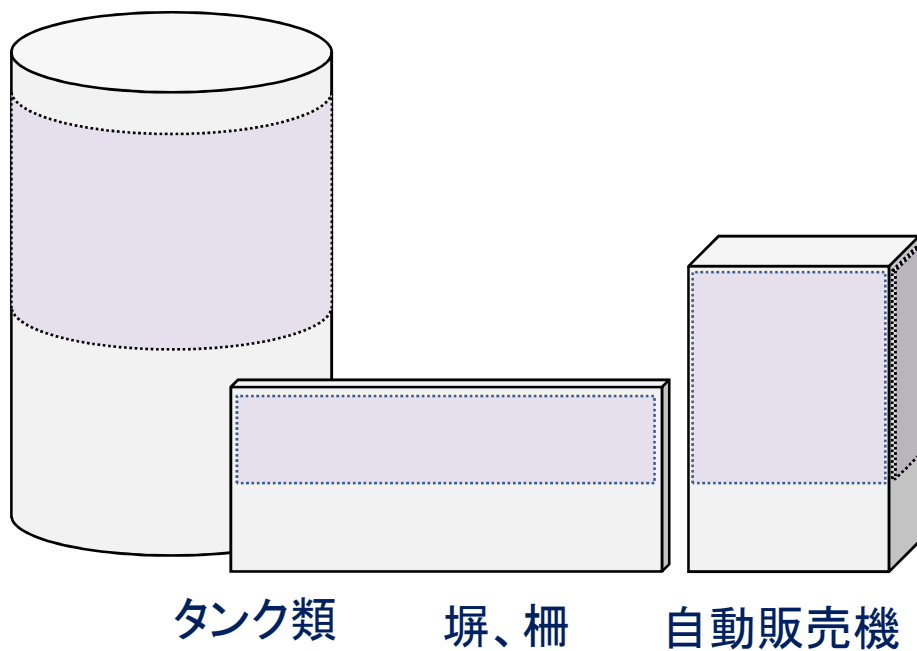
簡易広告物の許可基準に適合しない場合でも、簡易広告物以外(野立や壁面等)の許可基準を類似適用して許可する場合がある

# 許可基準：その他物件利用広告物の基準の新設

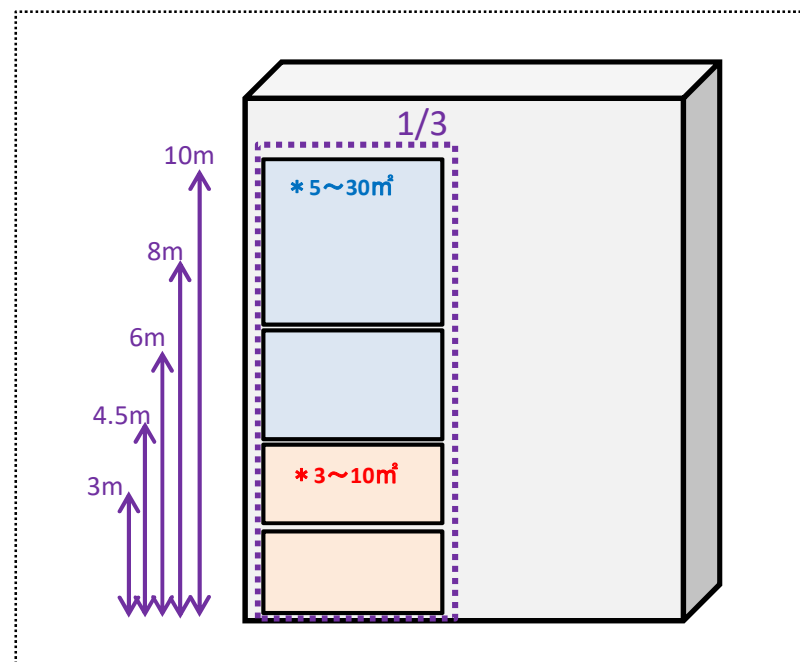
現行規制では、個別基準がないため、基準を設定する

現行：基準なし(類似適用)

改正案：基準を設定



区分	基準
自家用	・ 上端高：4.5～10m以下 ・ 面積（絶対値）：5～30㎡以下 ・ 面積（相対値）：合算1/3以下（例外あり）
非自家用	・ 上端高：3～4.5m以下 ・ 面積（絶対値）：3～10㎡以下 ・ 面積（相対値）：合算1/3以下（例外あり）





# 許可基準：非自家用野立広告の基準の強化（乱立防止）

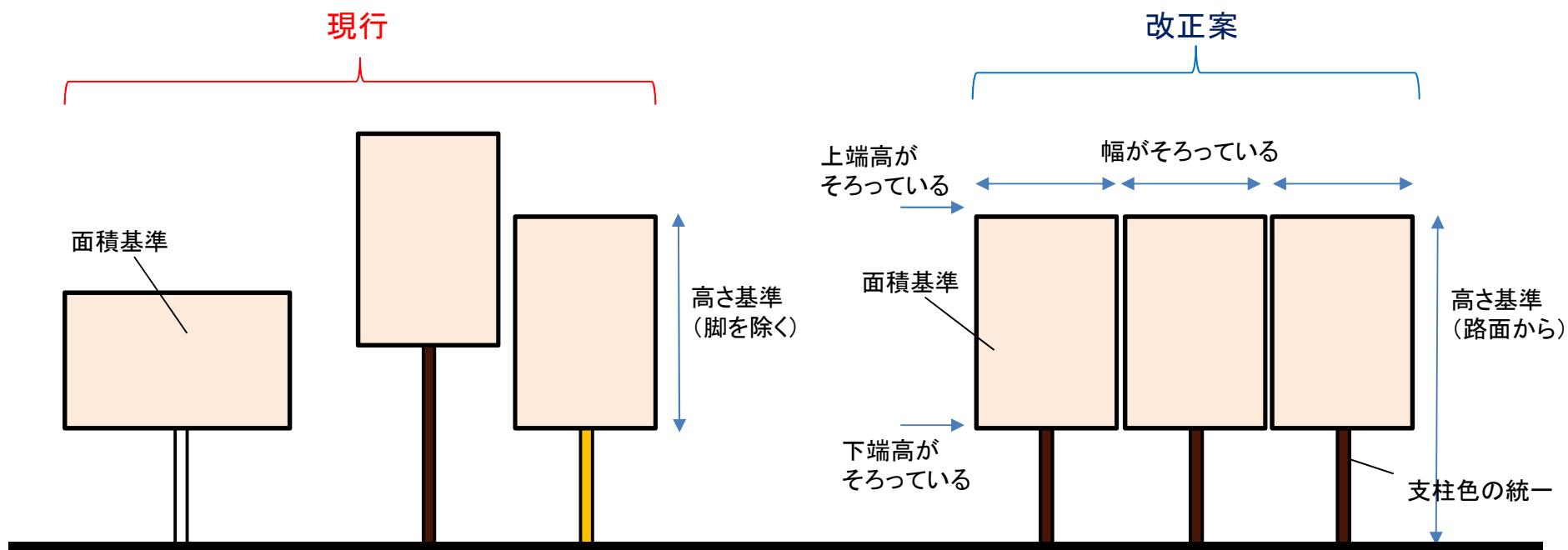
現行規制では、無秩序に乱立した状態で設置されてしまうため、乱立を防止する基準を導入する

現行：高さ基準、面積基準のみ

改正案：高さ基準、面積基準の強化 + 無秩序な乱立を防止する基準

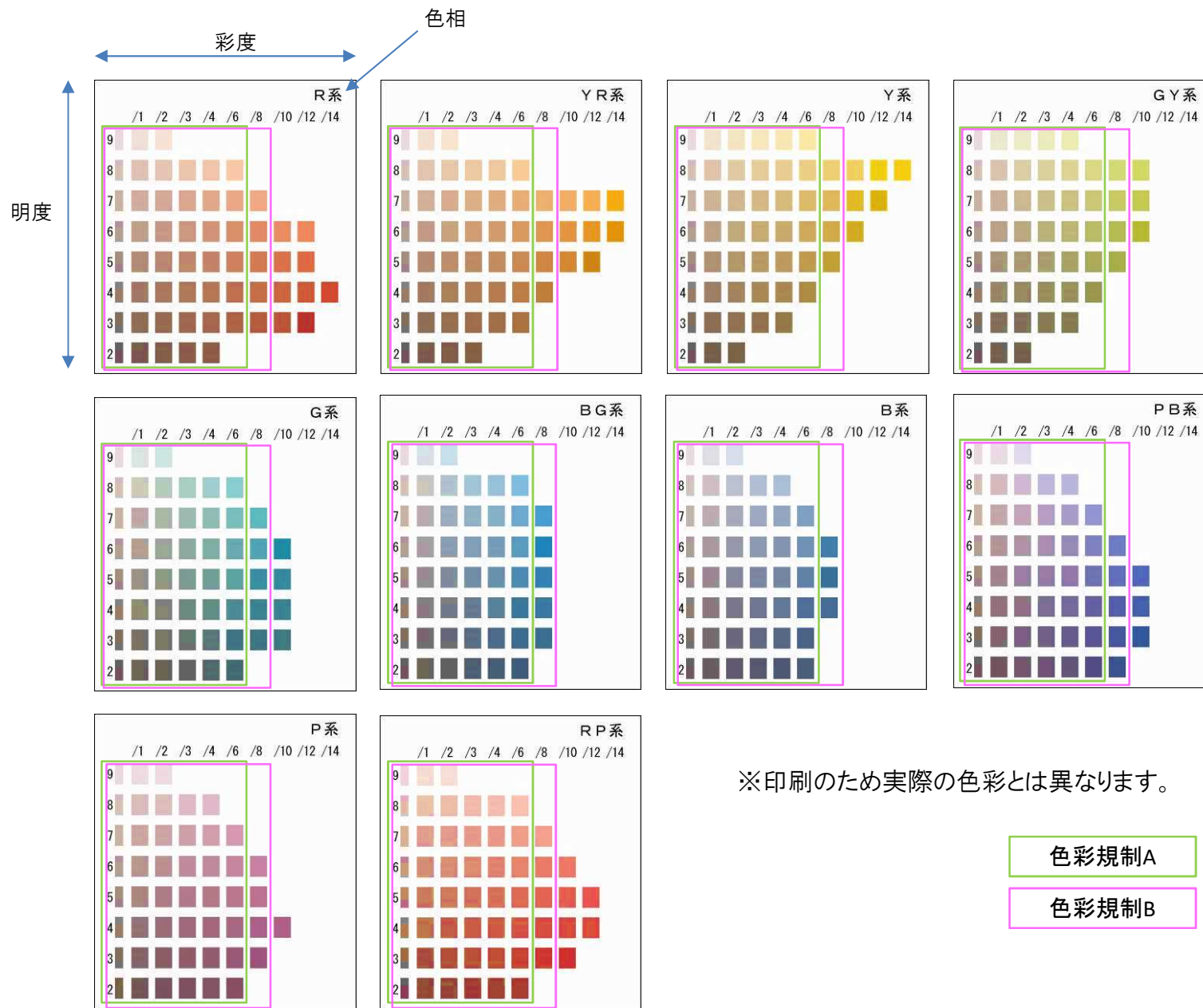
## 無秩序な乱立を防止する基準

- ・支柱色：濃茶色に限る
- ・近傍の他の非自家用野立広告物と形態・位置が揃っていること



# 許可基準：色彩規制の見直し

(マンセル表色系 立体断面)



# 許可基準：色彩規制の見直し

現行規制では、十分な基準がないため、よりきめ細やかな基準を設定する

現行：地色は原色・黒禁止、他

改正案：地域・形態ごとに彩度等による規制を導入

(改正案)

地域区分	性質区分	形態区分	基準
すべて	すべて	すべて	・原則として、地色は原色でなく、かつ、けばけばしい色の組み合わせでないこと

(個別色彩基準)

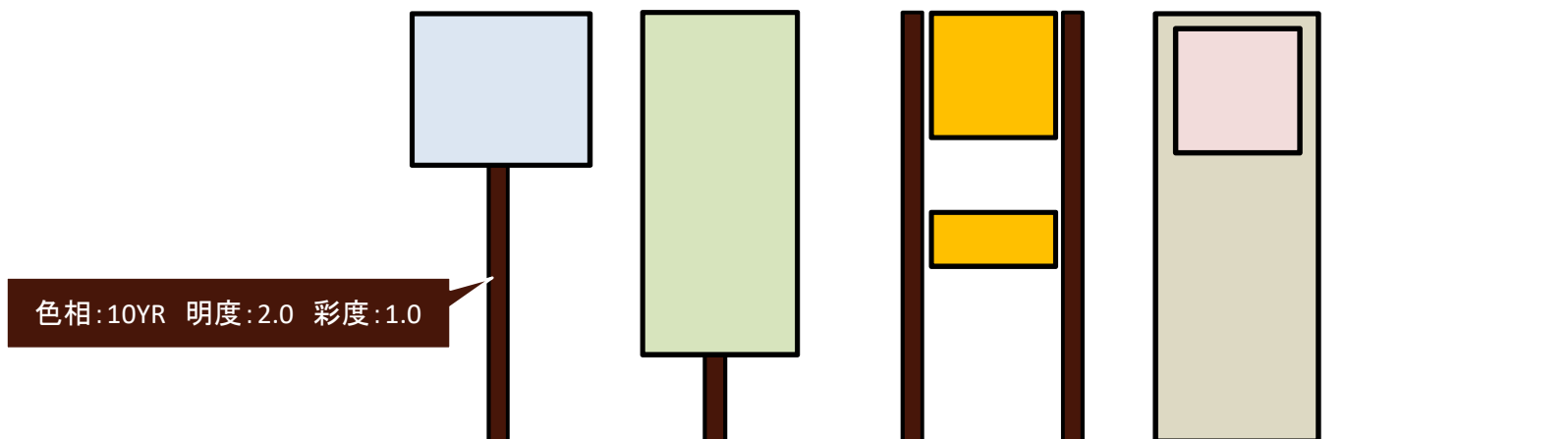
基準種別	主な対象地域・対象広告物	基準
色彩規制A	第1種地域の野立・屋上・壁面広告物、第2、3、5種地域の非自家用野立広告物	・地色(面積の70%以上)は次の基準を満たすものであること(原則) 彩度:6以下 ※例外:石、木材等の自然素材を着色なく使用する場合や、伝統的な素材、塗料等を使用している場合はこの限りでない。
色彩規制B	各地域の屋上広告物、景観重要区域の壁面広告物	・地色(面積の70%以上)は次の基準を満たすものであること(原則)。 彩度:8以下 ※例外:石、木材等の自然素材を着色なく使用する場合や、伝統的な素材、塗料等を使用している場合はこの限りでない。

# 許可基準：野立広告物の支柱色の基準の導入

現行規制では、支柱色に関する基準がないため、支柱色の基準を導入し、統一を図る。

現行：規制なし

改正案：野立広告に限り支柱色の基準を導入（一部地域・区分を除く）



(改正案)

地域区分	性質区分	形態区分	基準
第1～5種地域	自家用	野立	・濃茶色(10YR2.0/1.0)に限る
	非自家用	野立	・濃茶色(10YR2.0/1.0)に限る
第6～7種地域	自家用	野立	(景観重要区域)・濃茶色(10YR2.0/1.0)に限る (景観重要区域以外)・規制なし
	非自家用	野立	・濃茶色(10YR2.0/1.0)に限る

※国交省策定の「景観に配慮した道路附属物等ガイドライン」で指定する推奨4色のうちダークブラウンを採用

※第6～7種地域(景観重要区域以外)の自家用広告には支柱の色規制は設定しない

# 許可基準：電光可変式広告物の規制の見直し

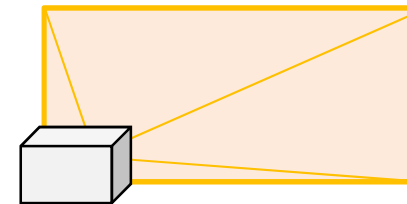
景観への影響が大きいものが設置されるリスクがあるため、通常の広告物よりも厳しい基準を設定する



(デジタルサイネージ)

ール実施中 1月1日～2

(電光掲示板)



(プロジェクションマッピング)

(改正案)

地域区分	性質区分	形態区分	基準
第1～2種地域	すべて	すべて	・設置を許可しない(原則)
第3、5種地域	すべて	すべて	・面積:3㎡以内(原則) ・明るさが周辺環境に調和していること ・表示および点滅の速度は努めて緩やかなものとする ・信号機から30m以上離すこと(原則)
第4、6種地域	すべて	すべて	・面積:5㎡以内(原則) ・明るさが周辺環境に調和していること ・表示および点滅の速度は努めて緩やかなものとする ・信号機から30m以上離すこと(原則)
第7種地域	すべて	すべて	・面積:10㎡以内(原則) ・明るさが周辺環境に調和していること ・表示および点滅の速度は努めて緩やかなものとする ・信号機から30m以上離すこと(原則)

(例外:やむをない場合)  
・表示切り替えの頻度、動きが少ないもの  
・光度・輝度が小さいもの  
・面積が必要最小限のもの

【例】  
・ガソリンスタンドの電光価格表示  
・駐車場の「空」「満」の電光表示  
・高規格なデジタルサイネージ

# 許可基準：広告照明の規制の見直し

現行規制では、広告照明に関する十分な基準がないため、よりきめ細やかな基準を設定する



(光源等の運動・光の明滅・照射方向の運動を伴うもの)

(改正案)

地域区分	性質区分	形態区分	基準
第1種地域	すべて	すべて	<ul style="list-style-type: none"> <li>・明るさが周辺環境に調和し、まぶしいものでないこと</li> <li>・外照灯の光色は電球色(暖色系)であること(原則)</li> <li>・光源等の運動・光の明滅・照射方向の運動を伴うものでないこと(原則)</li> </ul>
第2種地域	すべて	すべて	<ul style="list-style-type: none"> <li>・明るさが周辺環境に調和し、まぶしいものでないこと</li> <li>・光源等の運動・光の明滅・照射方向の運動を伴うものでないこと(原則)</li> </ul>
第3~7種地域	すべて	すべて	<ul style="list-style-type: none"> <li>・明るさが周辺環境に調和し、まぶしいものでないこと</li> <li>・光源等の運動・光の明滅・照射方向の運動を伴うものは信号機から30m以上離すこと(原則)</li> </ul>

第1種地域については、積極的な歴史景観形成(夜間景観形成)を図るために光色の色規制を導入する

※第2種~第7種地域についても、電球色が望ましいが、許可基準とはせず行政指導の範囲に留める。

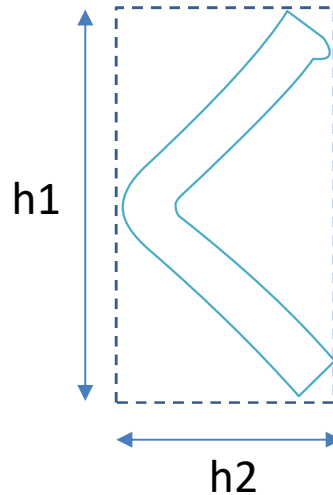
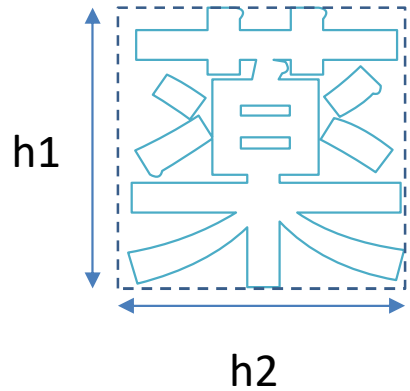
※現行規制の「昼間でも良好な景観または風致を害しないこと」という許可基準はほとんど活用されていないため、廃止する

# 許可基準：文字サイズ規制（絶対値）の導入

景観へのインパクトの大きい、巨大な文字の出現を防止するため、1文字あたりのサイズ規制を導入する。

$$h1 \times h2 \leq 1 \sim 2 \text{m}^2$$

※文字が内接する方形の面積



巨大文字を使用した広告物の例



※例外：文字がデフォルメされたマーク等



※例外：1表示が一定規模以下の場合



## 許可基準：一般基準の見直し

都市・自然に加えて、田園景観への配慮を追加する。

	基準
現行	・都市および自然美を損なわないように表示し、かつ、面積、色彩、形状、意匠等を周囲の環境に調和させること
改正案	・周囲の景観と調和し、都市景観、田園景観、自然景観等を損なわないものであること。



# 適用除外広告物の基準の強化

規制(禁止、許可申請等)の適用除外となる広告物が景観に悪影響を及ぼしている場合もあることから、適用除外となる広告物の基準の強化・充実を図る。

## (改正案)

区分	基準項目	適用除外の基準
禁止物件効用 広告物	面積(1表示)	・5㎡以下(道路面にあっては10㎡以下)
	他	・物件の管理者と協議がなされていること
寄贈者名等広 告物	面積(1表示)	・5㎡以下
	面積(1物件・1方向あたり)	・見付面積×1/5以下
	表示内容	・寄贈者・設置管理協力者の氏名、名称、店名、商標、寄贈者・設置管理協力者である旨に限る
	他	・物件の管理者と協議がなされていること
小規模自家用 広告物	面積	・1敷地あたり5㎡以下(第1～2種地域) ・1敷地あたり10㎡以下(第3～7種地域)
	他	・工作物確認申請の対象でないこと(野立広告物・屋上広告物に限る)
管理用広告物	面積(1表示)	・5㎡以下
催事広告物	期間	・催事の期間中および前後7日間
建設工事広 告物	面積(1表示)	・15㎡以下
	他	・周囲の景観と調和し、宣伝の用に供されるものでないもの
公共的掲示板 広告物	面積(1表示)	・5㎡以下

区分	基準項目	適用除外の基準
政治・宗教・ 学術・芸術 広告物	期間	・1年以下
	面積(1表示)	・15㎡以下
報道関係広 告物	期間	・1年以下
	面積(1表示)	・15㎡以下
短期間広 告物	明示事項	・表示期間(始期・終期)、責任者の名称・連絡先を明示すること
簡易広告物	期間	・自己の住所または事業所等が所在する敷地以外で表示する場合は、60日以内であること
	数	・自己の住所または事業所等が所在する敷地以外で表示する場合は、50個以内であること
	明示事項	・自己の住所または事業所等が所在する敷地以外で表示する場合は、表示期間(始期・終期)、責任者の名称・連絡先を明示すること
	他	・許可基準で定める簡易広告物の基準に適合するもの

→詳細は、地域区分図等を参照

# 管理・点検規定



# 管理・点検規定の見直し

日常的な維持管理と定期的な点検を区分した上で、適切に管理・点検が行われるよう、資格要件等を見直しを行う。

項目	現行規制の課題	改正対応	備考
日常的な管理	・一定規模以上の広告物の管理者には専門的な資格を求めているため、広告主が管理者になることができない。	・管理者の要件として、専門的な資格ではなく、県内在住者または県内に事業所を有する者とする。	・広告物を日常的に管理できる者（主に広告主）が管理者になることが望ましい。
定期点検	・条例上、点検義務が明記されていない。（規則に基づく安全点検調書の添付義務により間接的に規定） ・建築士や点検技士等について点検資格に入っていない。	・表示者・管理者に対して、定期的な点検義務等を明記する。 ・広告物の区分に応じて点検時期を設定する。 ・建築物の定期報告との一括検査を可能とするため、1級・2級建築士と特定建築物調査員を追加する。 ・広告物の点検に特化した民間資格である広告物点検技士を追加する。	・資格をさらに絞ることについても検討したが、点検のハードルを上げることによるデメリット（継続許可申請が出てこなくなる等）もあるため、現時点では時期尚早と判断。

## ●定期点検（安全点検調書作成）の資格要件

安全点検調書作成者の 資格要件	工作物確認申請対象 （通行者が多い地域）※2	工作物確認申請対象 （その他の地域）	工作物確認対象外
屋外広告士	○	○	○
点検技能講習修了者	○	○	○
職業訓練指導員（広告美術）	×	○	○
技能検定合格者（広告美術）	×	○	○
職業訓練修了者（広告美術）	×	○	○
屋外広告物講習会修了者	×	○	○
一級・二級建築士 ★追加	×	○	○
特定建築物調査員 ★追加	×	○	○
広告物点検技士 ★追加	×	○	○
（非有資格者（管理者））	×	×	○
（非有資格者）	×	×	×

※一級・二級建築士、特定建築物調査員は、建築基準法に基づく定期報告が可能な資格

※広告物点検技士は、H28年から始まった（一社）日本広告物施工管理協会による民間資格（2日間の講習＋試験による認定を行う）でこれまでに600名程度が資格を取得している

※点検者資格要件として認めている都道府県数 建築士＝30、特定建築物調査員＝6、広告物点検技士＝2  
（47都道府県のうち点検の資格要件を定めているのは40都道府県）

# その他

(条例・規則関係)



## その他（条例・規則関係）の取組項目一覧

不必要に複雑な規制、規制根拠の薄い規制、景観保全上の効果が乏しい規制、負担と効果のバランスを欠いた規制等があるため、規制の簡素化・再整理等を図る。

項目	現行規制・取組に係る課題	改正対応	備考
広告物の区分・定義	形態・性質ごとの定義、許可期間にかかる分類、許可基準にかかる分類が整理されておらず、一部混乱が生じている。	・区分・定義、許可期間、許可基準にかかる分類の再整理を行い、混乱を解消する。	
許可期間上限	許可期間上限は、形態に応じて1月、2月、6月、1年、3年という5種類あるため、運用が煩雑になっている。	・上限を原則3年に統一する。（一部を除く）	
許可基準	他者間での相互間距離規制や敷地内総量規制など県民・事業者の理解を得にくい基準、一般広告物規制など景観保全上の効果が乏しい基準等が存在し、県民等から、基準の妥当性・信頼性に対して疑問が呈されている。	・県民等の理解を得られない基準、景観保全上の項が乏しい基準を変更・廃止する。（相互間距離規制、敷地内総量規制、案内図板・一般広告物の基準）	
許可申請書類	必要な情報が十分網羅されておらず、あるいは逆に必要以上の情報を記載させている部分がある。	・必要項目、不要項目を精査、整理する。（広告主名、景観シミュレーション等）	
適用除外規定（規制対象範囲）	貼紙1枚を表示するにも許可申請が必要であるなど、県民に必要以上の手続規制を課し、負担と効果のバランスを欠いている部分がある。	・規制対象とする範囲を再整理し、適用除外規定の見直しを行う。	
経過措置規定	経過措置期間が3年となっているが、簡易広告物としては長すぎ、普通広告物としては短すぎる。	・簡易広告物：1年 ・非自家用の普通広告物：3年（延長して6年） ・自家用の普通広告物：10年（延長して20年）	
禁止物件規定	許可基準で対応可能なものまで禁止されているものがある。	・許可基準での対応で問題ないものについては、禁止物件から除外する。（公衆便所、タンク等）	
違反に対する措置	違反者に対する措置として、指導・勧告・除却命令等が可能であるが、指導・勧告の段階での実効性を高める手段が不十分。	・命令に係る規定の不備を解消 ・命令とは別に違反シールの貼付や違反者氏名公表を可能とする。	・法規上の検討の上、導入是非を判断する
優良広告物等の認定	県民が、景観上優良な広告物や公共目的の広告物を掲出することについて、インセンティブが働かない。	・優良広告物、公共的広告物を個別に認定する制度を設け、優遇措置を講じる。	

# 広告物の区分と定義の再整理

項目により形態区分が異なるなど、一部混乱が生じていることから、広告物の形態について統一的な区分と定義を再整理する。

## (形態区分)

大分類	小分類	定義
簡易広告物	簡易広告物	はり紙、はり札、広告旗、立看板、置看板、広告幕、提灯、その他これに類するもので、容易に移動または除却できる広告物または掲出物件
普通広告物	野立広告物	土地に建植する等して、表示または設置する広告物または掲出物件、その他これに類するもの
	屋上広告物	建築物の屋上等(上部に突出している壁面部分等を含む)を利用して表示または設置する広告物または掲出物件、その他これに類するもの
	壁面広告物	建築物の壁面等を利用して表示または設置する広告物または掲出物件、その他これに類するもの
	突出広告物	建築物の壁面等から突き出して表示または設置する広告物または掲出物件、その他これに類するもの
	電柱等巻付広告物	電柱、街灯柱等に巻き付けて、表示または設置する広告物または掲出物件、その他これに類するもの
	電柱等袖付広告物	電柱、街灯柱等に袖付けにして、表示または設置する広告物または掲出物件、その他これに類するもの
	その他物件利用広告物	建築物および電柱等以外の工作物その他物件を利用して、表示または設置する広告物または掲出物件、その他これに類するもの
	その他の広告物	上記の広告物として扱うことに支障があるもの

※「その他の広告物」には個別の許可基準を設定しない(一般基準を根拠に許可権者の判断で許可の可否を判断する)

※「その他の広告物」は具体的には、アドバルーン広告物、アーチ型広告物等が想定される。

# 広告物の区分と定義の再整理

項目により性質区分が異なるなど、一部混乱が生じていることから、広告物の性質について統一的な区分と定義を再整理する。

## (性質区分)

大分類	小分類	定義
	自家用広告物	自己の氏名、名称、店名もしくは商標または自己の事業もしくは営業の内容を表示するため自己の住所または事業所、営業所もしくは作業所に、表示するもの、およびその他これに類するもの
非自家用広告物	公共的広告物(※1)	道標、案内・解説板、その他、公共的目的または公衆の利便に供するためのもの、およびその他これに類するもの
	案内図板(※2)	事業所、営業所または作業所等への道程等を案内するため、案内・誘導等に必要な事項のみを表示したもの、およびその他これに類するもの
	一般広告物	上記以外のもの

### ※1 公共的広告物

→協賛企業や設置管理協力者等の広告を併せて表示する場合は、一定の基準内であれば、全体として公共的広告物として扱うことも検討  
(内規により、面積割合・掲載可能な内容を定めることを想定)

### ※2 案内図板

→現行規制では内規的に「案内誘導表示面積40%以上」としている。今回の見直しにあたって数値基準を変更するかどうかは今後検討を行う  
→「案内・誘導等に必要な事項」の具体的項目は別途検討し、内規的に運用することを想定



## 許可期間上限の再整理

許可期間上限は形態により、1月・2月・6月・1年・3年という5種類があるため、一括申請できず運用が煩雑になっていることから、許可期間上限の統一を図る。(一部を除く)

### (許可期間上限)

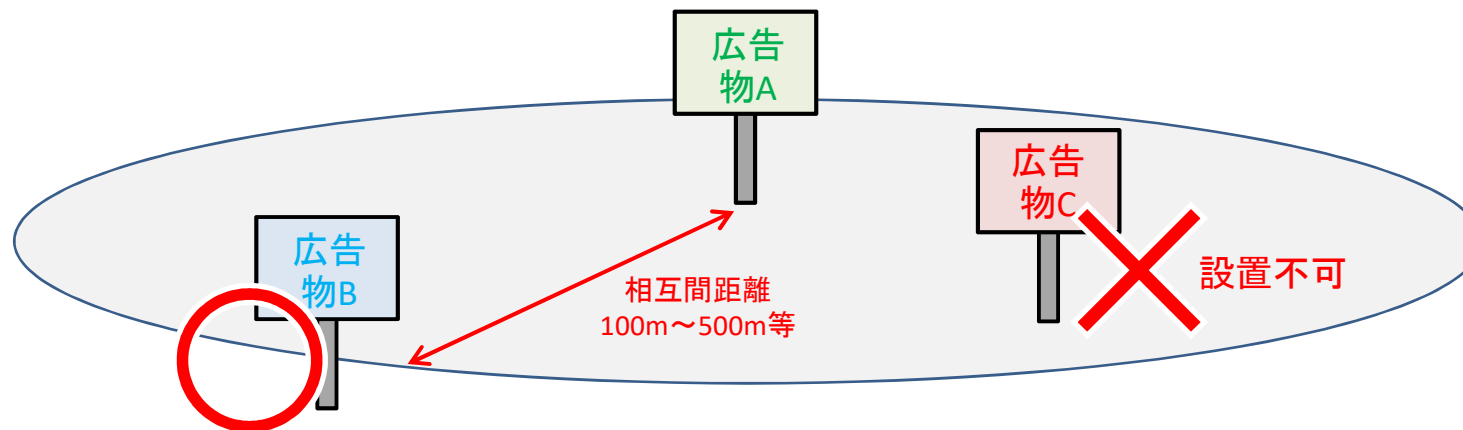
大分類	小分類	許可期間上限	
		自家用広告物	非自家用広告物
簡易広告物	簡易広告物	3年	6月(※1)
普通広告物	野立広告物	3年	
	屋上広告物		
	壁面広告物		
	突出広告物		
	電柱等巻付広告物		
	電柱等袖付広告物		
	その他物件利用広告物		
	その他の広告物		

※1: 非自家用の簡易広告物については、管理上の制約を考慮し、例外的に6月とする

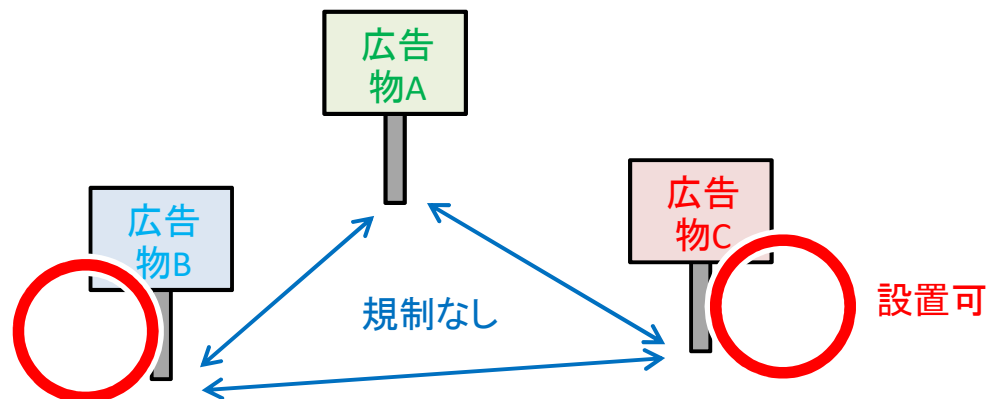
## 許可基準の見直し（相互間距離規制）

早い者勝ちのルールであり、県民・事業者の理解を得にくい規制となっており、また、地域産業振興上の支障にもなっているため、他者間での相互間距離規制を廃止する

現行：広告物間の相互間距離規制あり（禁止地域、許可地域B、許可地域C等）



改正：広告物間の相互間距離規制なし

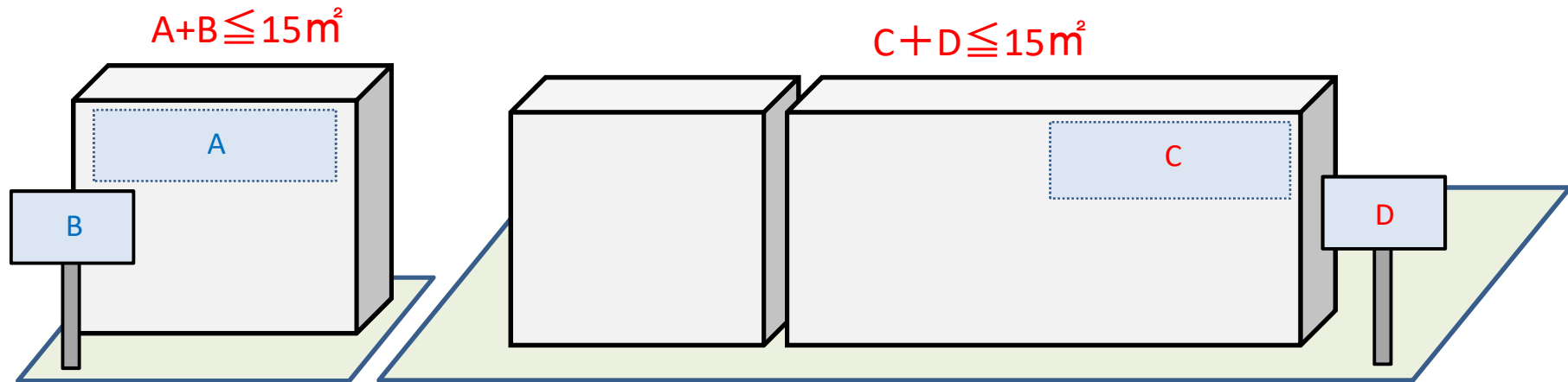


## 許可基準の見直し（総量規制）

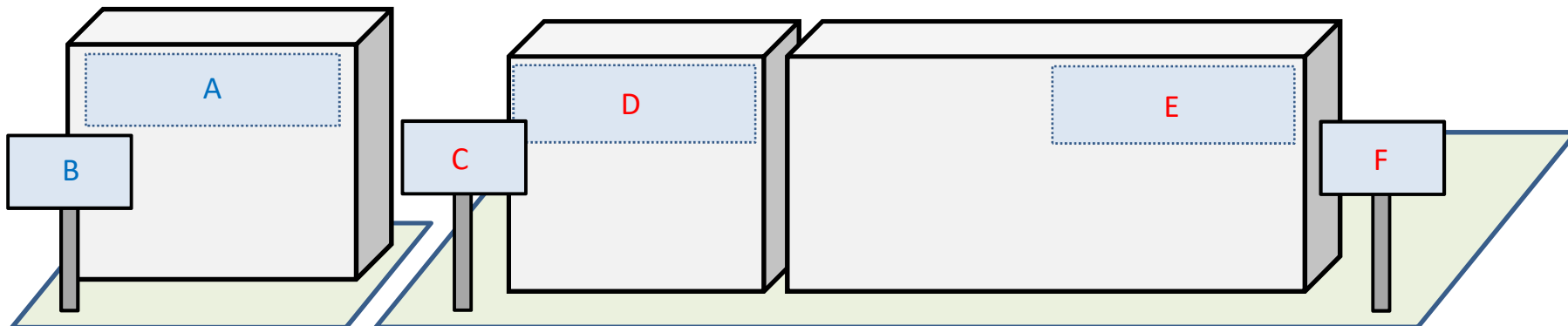
敷地の大小に関わらず一律に規制されてしまい、県民・事業者の理解を得にくいため、敷地単位での総量規制を廃止する。

現行：禁止地域の自家用広告物は1敷地につき合計 $15\text{m}^2$ 以内（敷地内総量規制）

※非自家用広告物（公衆利便広告物）には総量規制は設定されていない



改正：敷地内総量規制なし



## 許可基準の見直し（案内図板・一般広告物の基準）

現行規制では、一般広告物が禁止されている地域等で、一般広告物が表示できないことによる支障が生じており、一方で、一般広告的（単なる宣伝文句等）なものが案内図板と抱き合わせで表示されるなどしている。実態も考慮しながら規制の明確化を図るため、案内図板と一般広告物の区分を明確化（p40参照）した上で、それぞれについて適切な基準を定める。

現行：一般広告物＝禁止、案内図板＝案内誘導表示（40％）以外の記載事項に制限なし（一部地域）



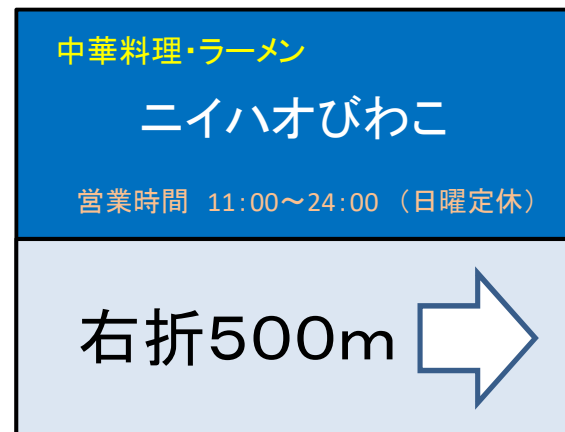
・一般広告物が表示できないことによる県民生活上の支障も生じている

・実態として、一般広告的な内容（キャッチコピーやメニュー詳細等、単なる宣伝の内容）が案内図板と抱き合わせで表示されている

改正案：一般広告物・案内図板＝それぞれに適切な基準を設定（一部地域）



※一般広告物には案内図板よりも厳しい面積基準等を設定（案内図板の半分の面積基準とする）



※案内・誘導に必要な事項のみ表示可能とし、案内図板としての位置づけを明確化（p40参照）

※案内先からの距離に関する基準を設定（1km,5km,10kmなど）

# 許可申請書類の見直し

必要な情報が十分網羅されていない部分、逆に必要以上の情報を記載させている部分があるため、申請書類の再整理を行う。

## 【現行の申請書類】

- ◆許可申請書(申請者、管理者、施工者)
- ◆設置場所を示す地図
- ◆色彩・意匠を明らかにした図面
- ◆形状、寸法、材料、構造を明らかにした仕様書および図面
- ◆土地・建築物との関係を明らかにした配置図
- ◆周囲の状況がわかるカラー写真
- ◆安全点検調書(継続許可時)
- ◆資格証明書(資格が必要な場合)



## 【追加検討事項】

- ・広告主、地番、敷地管理者等の情報
- ・景観配慮上の工夫の記載、自己評価チェックシート
- ・一定規模以上の広告物に係る景観シミュレーション画像の添付

など

(例)景観シミュレーション画像



【添付を求める規模基準の考え方】

(自家用)野立広告物の1表示あたりの絶対値基準×4を超える場合  
 (非自家用)野立広告物の1表示あたりの絶対値基準×6を超える場合  
 ※知事が不要と判断した場合は、添付は不要とする

地域区分	自家用	非自家用
第1種地域	1敷地合計:20㎡超	1敷地合計:18㎡超
第2種地域	1敷地合計:20㎡超	1敷地合計:18㎡超
第3種地域	1敷地合計:40㎡超	1敷地合計:30㎡超
第4種地域	1敷地合計:80㎡超	1敷地合計:30㎡超
第5種地域	1敷地合計:40㎡超	1敷地合計:30㎡超
第6種地域	1敷地合計:80㎡超	1敷地合計:45㎡超
第7種地域	1敷地合計:120㎡超	1敷地合計:60㎡超

# 適用除外規定（規制対象範囲）の再整理

規制が一律に適用されてしまうことにより、県民の社会生活上、および行政の事務効率上、支障が生じている部分があることから、適用除外規定について見直しを行う。

※赤字＝基準導入  
 ※橙字＝禁止物件解禁  
 ※青字＝追加

## 現行

	許可申請必要		許可申請不要	
	基準適合必要	基準適合不要	基準適合必要	基準適合不要
禁止物件への表示不可	その他の全ての広告物	—	【C】 小規模自家用／管理用／政党	【E】 移動／慣例／催事／建設工事 ／公共的掲示板／短期間
禁止物件への表示可	—	【D】 ・公共団体(通知制) ・公共目的(届出制)	【B】 寄贈者名等	【A】 法令規定／選挙関係／非常緊急



## 改正案

	許可申請必要		許可申請不要	
	基準適合必要	基準適合不要	基準適合必要	基準適合不要
禁止物件への表示不可	その他の全ての広告物	—	【C】 小規模自家用／政治／宗教・ 学術・芸術／報道関係／簡易 ／催事／建設工事／公共的掲 示板／短期間	—
禁止物件への表示可	—	【D】 ・公共団体(通知制) ・認定公共的(認定) ・認定優良(認定)	【B】 禁止物件効用／管理用／寄贈 者名等	【A】 法令規定／選挙関係／非常緊 急／移動／慣例

## ※屋外広告業の規制に係る適用除外規定(大津市を除く県全域に適用)

項目	現行規制の課題	改正対応
屋外広告業の登録義務	規制の趣旨を鑑みると、必ずしも屋外広告業の登録が必要ではないような業態もあるが、適用除外規定が明確でない。	下記の者について、業登録義務規定の適用除外とすることを明確化する。 ・選挙関係広告物、法令規定広告物のみを施工する事業者 ・国・地方公共団体 ・その他、やむを得ないと認められる者

# 適用除外規定（規制対象範囲）の再整理

	分類	定義	備考
【A】	法令規定広告物	法令の規定により表示する広告物またはその掲出物件	基準なし
	選挙関係広告物	公職選挙法(昭和25年法律第100号)による選挙運動のために使用するポスター、立札等またはその掲出物件	基準なし
	非常緊急広告物	非常災害その他緊急の必要がある場合に表示する広告物またはその掲出物件	基準なし
	移動広告物	人、動物または車両、船舶等移動するものに表示する広告物	基準なし
	慣例広告物	冠婚葬祭、祭礼等、慣例上表示する広告物	基準なし
【B】	禁止物件効用広告物	禁止物件(電柱、道路面含む)に掲出される広告物で、当該禁止物件の設置目的および管理上の必要性に照らして特に必要、または当該禁止物件の効用を増進するために特に必要であると知事が認めるもので、 <b>規則で定める基準に適合するもの</b>	基準あり
	管理用広告物	自己の管理する土地または物件に管理上の必要に基づき表示する広告物またはその掲出物件で、 <b>規則で定める基準に適合するもの</b>	基準あり
	寄贈者名等広告物	寄贈または協賛により設置または管理される公益上必要な施設または物件に、寄贈者名または協賛者名等を表示するもので、 <b>規則で定める基準に適合するもの</b>	基準あり
【C】	小規模自家用広告物	自己の氏名、名称、店名もしくは商標または自己の事業もしくは営業の内容を表示するため自己の住所または事業所、営業所もしくは作業場に表示する広告物またはその掲出物件で、 <b>規則で定める基準に適合するもの</b>	基準あり
	催事広告物	講演会、講習会、展覧会、音楽会その他の催物のため、その会場の敷地内に表示する広告物またはその掲出物件で、 <b>規則で定める基準に適合するもの</b>	基準あり
	建設工事広告物	建設工事について表示される広告物もしくはその掲出物件で当該工事期間中に表示されるものまたは工事現場の板塀その他これに類する仮囲いに表示される広告物で、 <b>規則で定める基準に適合するもの</b>	基準あり
	公共的掲示板広告物	地方公共団体、商店街振興組、自治会・町内会、まちづくり協議会、都市再生推進法人、まちづくり会社、特定非営利活動法人、公益社団法人、その他これに類する団体が設置する公共的掲示板および当該掲示板内に表示する広告物で、 <b>規則で定める基準に適合するもの</b>	基準あり
	政治・宗教・学術・芸術広告物	団体(営利を目的とするものを除く。)又は個人が政治活動、学術研究活動、芸術活動、宗教活動その他これに類する活動(営利を目的とするものを除く。)として表示するもので、 <b>規則で定める基準に適合するもの</b>	基準あり
	報道関係広告物	放送局、通信社、新聞社その他これに類する団体又は個人が、報道目的で表示するもので、 <b>規則で定める基準に適合するもの</b>	基準あり
	簡易広告物	表示期間が14日以内の広告物またはその掲出物件で、 <b>規則で定める基準に適合するもの</b>	基準あり
	簡易広告物	容易に移動または取り外すことができるはり紙、はり札、広告旗、立看板等で、 <b>規則で定める基準に適合するもの</b>	基準あり

※適用除外規定において、面積等は独立に扱う（例：簡易広告物と小規模自家用広告物は相互に面積に含めない）

## 適用除外規定（規制対象範囲）の再整理

	分類	定義	備考
【D】	公共団体広告物	国または地方公共団体が表示する広告物またはその掲出物件	通知制
	認定公共的広告物	公益上特に必要な広告物、または公共的な取組みの財源確保のために必要な広告物であつて、良好な景観形成に資する広告物として知事が認定した広告物	内規としての運用基準を策定
	認定優良広告物	特に良好な景観形成に資するものとして、景観審議会の意見を聴いて、知事が認定した広告物	内規としての運用基準を策定



## 経過措置規定の見直し

経過措置期間が3年となっているが、簡易広告物としては長すぎ、普通広告物としては短すぎるため、区分に応じた経過措置期間を設定する。

### (条例・規則等の改正によらず地域区分が変更となる場合の経過措置)

大分類	経過措置
簡易広告物	・改正施行の日から1年間
普通広告物 (自家用)	・改正施行の日から10年間(やむを得ないと認められる場合は、最大20年間まで延長可) ※改造・意匠変更時に是正できる部分にあつてはその時点まで
普通広告物 (非自家用)	・改正施行の日から3年間(やむを得ないと認められる場合は、最大6年間まで延長可) ※改造・意匠変更時に是正できる部分にあつてはその時点まで

### (今回の見直しにおける条例・規則改正にかかる経過措置)

大分類	経過措置
簡易広告物	・改正施行の日から1年間
普通広告物 (自家用)	・改正施行の日から10年間(やむを得ないと認められる場合は、最大20年間まで延長可) ※改造・意匠変更時に是正できる部分にあつてはその時点まで
普通広告物 (非自家用)	・改正施行の日から3年間(やむを得ないと認められる場合は、最大6年間まで延長可) ※改造・意匠変更時に是正できる部分にあつてはその時点まで

## 禁止物件規定の再整理

許可基準で対応可能なものまで禁止されているもの、禁止の範囲が曖昧なものがあるため、再整理を行う。

項目	現行規制の課題	改正対応	備考
公衆便所	禁止する理由が乏しい	削除（許可制で対応できるため）	
タンク類	禁止する理由が乏しい	削除（許可制で対応できるため）	
電柱・街灯柱	禁止する理由が乏しい	道路上（道交法）および道路区域内（道路法）のものに限定（沿道景観の保全が目的のため）	
道路面	定義が曖昧なものが存在	道路交通法上の道路であることを明確化	

禁止物件(改正案)
橋りょう、隧道、高架構造物および分離帯
街路樹および路傍樹
彫像および記念碑
景観法(平成16年法律第110号)第19条第1項の規定により指定された景観重要建造物および同法第28条第1項の規定により指定された景観重要樹木
公用または公共用の石垣、擁壁の類
郵便差出箱、信書便差出箱、公衆電話所
信号機、道路標識および交通安全施設、駒止めの類ならびに里程標の類
消火栓、防火水槽およびその防護さく、火災報知機ならびに火の見やぐら
送電用鉄塔、送受信塔および照明塔
道路交通法に基づく道路の路面
道路交通法に基づく道路上または道路法に基づく道路区域内に設置された電柱、街灯柱その他電柱の類(※簡易広告物のみ禁止)

## 違反に対する措置の再整理

違反に対する措置として、指導・勧告・除却命令等が可能であるが、命令規定に不十分な点があり、かつ指導・勧告の段階での実効性を高める手段が不十分であるため、これらの改善を図る。

### (違反措置)

項目	現行規制の課題	改正対応	備考
除却命令・措置命令	第4条～第6条違反にかかる命令は、除却命令しか出せず、措置命令は出せないため、運用が難しい。	除却命令を措置命令に統合し、どの違反に対しても措置命令が出せるようにする。	
違反表示(違反シール貼付)	違反表示(違反シール貼付)に関する条例上の規定がない。	勧告後(措置命令前)や表示者を確知できないときに違反表示を行うことができることを明記する。	県内市町は命令後の違反表示を規定している。 併せて貼付のために敷地に立ち入る権限を追加。
違反者等氏名公表	違反者氏名公表に関する条例上の規定がない。	処分(措置命令、業の営業停止命令、業の登録取消し)後に、違反者氏名公表を行うことができることを明記する。	「業違反」は公表することの公益性が高いが、「物違反」について公表することの公益性をどのように整理するか検討が必要。

※法規上の検討を行い、制度化の可否も含めて今後検討を進める



#### ◀違反表示例

※違反是正アクションプラン時使用例(H20～H24)

# 優良な広告物等に対する認定制度の導入

県民が、景観上優良な広告物や公共目的の広告物を掲出することについて、インセンティブが働かないため、個別の認定制度を設けるとともに、認定を受けた広告物に対する優遇措置を講じる。

## (認定広告物)

項目	現行規制の課題	改正対応	備考
認定公共的広告物 (知事(町長)認定)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・許可申請等の適用除外となる公共的広告物について、主体が限定的で支障が生じている</li> <li>・一方で、一回届出をすれば継続の手続がなく安全上の懸念がある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・公益上特に必要かつ良好な景観形成に資する広告物(※1)およびエリアマネジメント広告物について、知事が認定する制度(※2)を創設する。</li> <li>・禁止物件・許可申請・許可基準等の適用除外とする</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・6町の手数料条例上での減免対象とすることが望ましい。</li> <li>・認定した広告物の概要は、町のHP等で公表するとともに景観審議会に報告する。</li> </ul>
認定優良広告物制度 (景観審議会審議事項)	<ul style="list-style-type: none"> <li>優良な広告物を出す者に対する優遇措置が特になく、良い広告を出そうというインセンティブが働かない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・景観審議会の意見を聞いて知事が優良広告物を認定する制度を創設する</li> <li>・禁止物件・許可申請・許可基準の適用除外とする</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・県内では、東近江市、彦根市、甲賀市等に制度あり。</li> <li>・6町の手数料条例上での減免対象にすることが望ましい。</li> <li>・指定した広告物の概要は、町のHP等で公表する。</li> </ul>

### ※認定公共的広告物

→協賛企業や設置管理協力者等の広告を併せて表示する場合は、一定の基準内であれば、全体として公共的広告物として扱うことも検討(認定の運用基準について別途検討し、県から6町へ標準案として提供する)

# その他

(条例・規則以外)



## その他（条例・規則以外）の取組項目一覧

最低限のルールである「規制」が遵守されたとしても、それだけでは必ずしも良好な景観にならない場合があるため、より積極的に良好な景観形成を図るため、景観計画で広告景観形成方針を示すとともに、「誘導・活用」施策の充実を図る。

項目	問題・課題	対応	備考
広告景観形成方針 (滋賀県景観計画)	広告景観の景観形成方針(めざすべき広告景観)が明確でない。	・景観計画に屋外広告物行政基本方針を定めた上で、地域類型ごとに、広告景観形成方針を定め、地域ごとのめざすべき広告景観を明確にする。	
「誘導・活用」施策	「規制」の他に、より積極的に良好な景観形成を図り、魅力的な地域づくりを推進するための「誘導・活用」の取組みが十分でない。	「誘導・活用」施策の充実を図る  (例) ・運用基準の策定 ・推奨基準・ガイドラインの策定 ・表彰制度の創設	

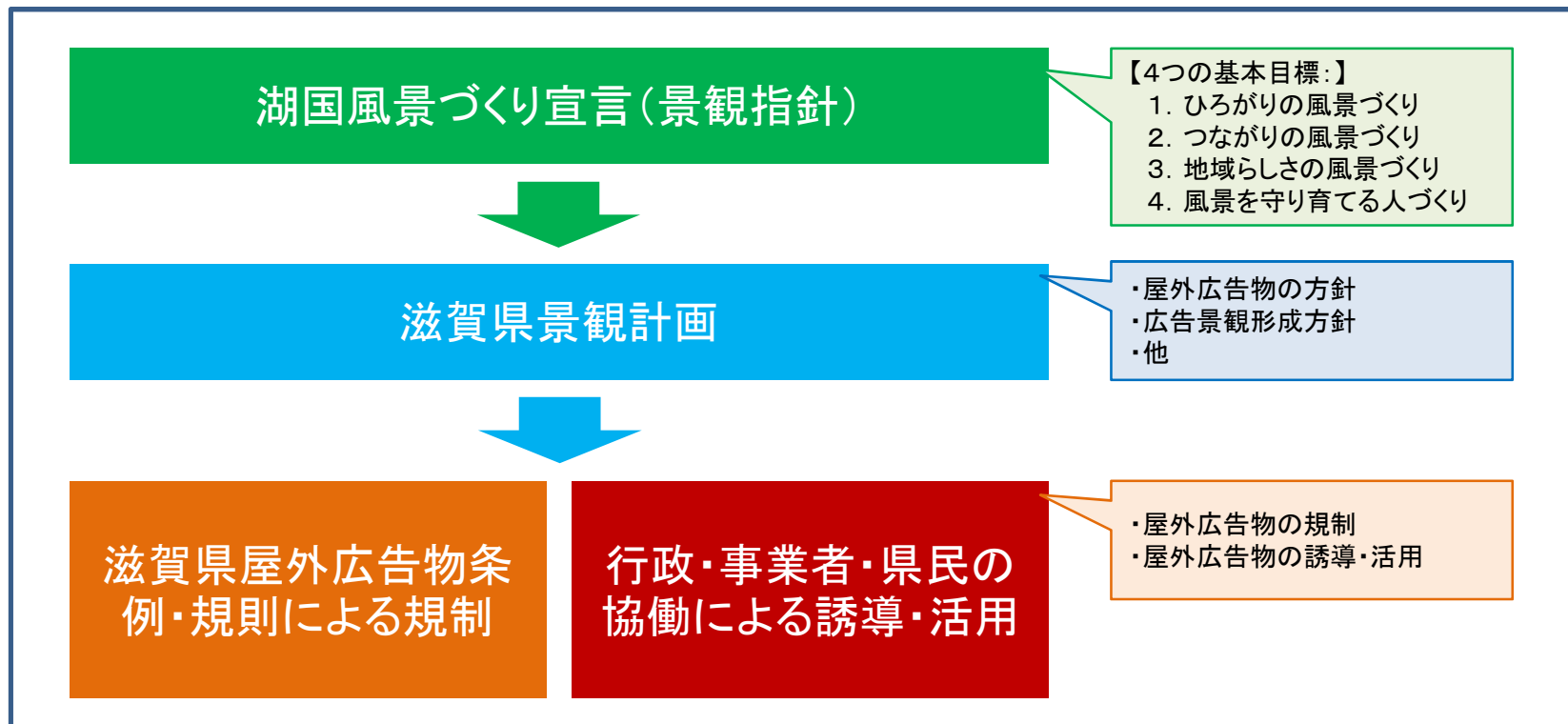
# 景観計画（広告）の見直し

現行の滋賀県景観計画においては、屋外広告物に係る方針等が十分に定められていない。



## 景観計画において、屋外広告物に係る方針等を定める

- ①景観行政と屋外広告物行政の一体性を高める
- ②景観指針・景観計画に即して屋外広告物行政を推進する



### 【屋外広告物行政に関する基本方針】

屋外広告物は、県民生活の利便に資するものであると同時に、地域の活力ある社会・経済・文化活動を反映し、にぎわいある街並みを形成する景観の重要な構成要素である。一方で、地域の歴史や文化から乖離していたり、無秩序に設置される場合には、景観に対して悪影響を与え、外部不経済が生じやすいことも事実である。

このことから、屋外広告物については、最低限守るべき基準について、屋外広告物法に基づく条例により「規制」を行うとともに、行政、県民、事業者等が景観に対する意識を共有し、協働して、より積極的に良好な景観形成を図り、地域の魅力向上に繋げるため、屋外広告物の「誘導・活用」に関する取組みを行うことが重要である。これら屋外広告物の規制・誘導・活用の取組みは、景観施策の一部として位置づけ、湖国風景づくり宣言および本計画で掲げる「ひろがりの風景づくり」、「つながりの風景づくり」、「地域らしさの風景づくり」、「風景を守り育てる人づくり」という4つの基本目標に即したものとするとともに、屋外広告物に固有の特性や地域のまちづくりの方針にも配慮しながら検討を行うものとする。

なお、これらの取組みについては、少なくとも10年に一度は、景観保全・安全性に関する効果、土地利用の状況やまちづくり方針等との整合性等にかかる検証を行い、必要に応じて見直しを行うこととする。加えて、個々の課題等が生じている場合は、迅速に必要な見直しを行うこととする。



# 景観計画（広告）の見直し

## 【地域類型別の広告景観形成方針】

湖国風景づくり宣言および本計画で掲げる「ひろがりの風景」、「つながりの風景」、「地域らしさの風景」の視点を具体化するため、地域ごとの歴史文化や土地利用、景観の状況、広告物の設置状況等に応じて、県内を下記のとおり16種類の地域類型に分類し、それぞれについて広告景観形成の方針を示す。それぞれの地域特性を的確に捉え、必要な規制および誘導・活用に向けた施策を推進するものとする。

系統	地域類型	地域の例	広告景観形成の方針
自然農村系統	風致系地域	河川、湖沼、山林等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 広告物の規模等を厳しく抑え、目立つ広告物の表示を抑制する。</li> <li>・ 風致の維持を意識した広告景観を形成する。</li> <li>・ 眺望景観にも配慮する。</li> <li>・ 観光地としてのブランディングにも資する広告景観を形成する。</li> </ul>
	自然系地域	山地、樹林地等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 広告物の規模等を厳しく抑え、目立つ広告物の表示を抑制する。</li> <li>・ 自然的な環境と調和した広告景観を形成する。</li> </ul>
	田園系地域	田、畑、里山等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 広告物の規模等を厳しく抑え、目立つ広告物の表示を抑制する。</li> <li>・ 農地、田園と調和した広告景観を形成する。</li> </ul>
	集落系地域	農村、山村、漁村等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 広告物の規模等を厳しく抑え、目立つ広告物の表示を抑制する。</li> <li>・ 伝統的な集落景観や周辺の農地等と調和した広告景観を形成する。</li> </ul>
沿道沿線系統	広域的沿線地域	高速道路、鉄道等の沿道沿線等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 広告物の規模等を抑え、目立つ広告物の表示を抑制する。</li> <li>・ 主要な交通軸・景観軸にふさわしい良好な眺望を意識した広告景観を形成する。</li> <li>・ 駅周辺やIC周辺等は情報拠点としての機能に配慮する。</li> </ul>
	自然田園系沿道地域	自然系地域や田園地域を通る幹線沿道等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 広告物の規模等を抑え、目立つ広告物の表示を抑制する。</li> <li>・ 自然景観や田園景観と調和した広告景観を形成する。</li> <li>・ 主要な交通軸・景観軸にふさわしい連続的で統一された広告景観を形成する。</li> </ul>
	市街地内街路型沿道地域	駅前通り、主要街路	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 広告物の規模等を抑え、目立つ広告物の表示を抑制する。</li> <li>・ 街路樹や沿道建築との調和に配慮し、主要な景観軸に相応しいシンボリックで風格のある広告景観を形成する。</li> <li>・ 歩いて楽しい街並み景観の形成を図る。</li> </ul>
	市街地内道路型沿道地域	市街地内を通る幹線沿道等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 広告物を活用し、沿道型商業市街地の賑わいと風格のある広告景観を形成する。</li> <li>・ 主要な交通軸・景観軸にふさわしい連続的で統一された広告景観を形成する。</li> </ul>
	工業物流系沿道地域	工業系・物流系市街地を通る幹線沿道等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 過度に目立つ広告物の表示を抑制する。</li> <li>・ 産業景観として均整のとれた風格ある広告景観を形成する。</li> <li>・ 主要な交通軸・景観軸にふさわしい連続的で統一された広告景観、後背地の農地・山林等と調和した広告景観を形成する。</li> </ul>

# 景観計画（広告）の見直し

## 【広告景観形成方針】（続き）

系統	地域類型	地域の例	広告景観形成の方針
市街地系統	歴史伝統市街地	歴史街道、旧宿場町、参道、文化財周辺等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 広告物の規模等を厳しく抑え、目立つ広告物の表示を抑制する。</li> <li>・ 歴史的・伝統的景観と調和した広告景観を形成する。</li> <li>・ 文化財や観光価値の向上等に配慮する。</li> <li>・ 歩いて楽しい街並み景観の形成を図る。</li> <li>・ 観光地としてのブランディングにも資する広告景観を形成する。</li> </ul>
	低層住宅系市街地	低層住宅地等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 広告物の規模等を厳しく抑え、目立つ広告物の表示を抑制する。</li> <li>・ 住宅地としての良好な住環境の保全に配慮した広告景観を形成する。</li> </ul>
	住宅系市街地	住宅系市街地等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 過度に目立つ広告物の表示を抑制する。</li> <li>・ 住宅と小規模な商業店舗等が混在する市街地の風格ある広告景観を形成する。</li> <li>・ 住宅地としての良好な住環境の保全に配慮する。</li> <li>・ 地域商業振興に配慮する。</li> </ul>
	商業系市街地	商業系市街地等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 広告物を活用し、商業店舗、事務所等が混在する密度の高い市街地の賑わいと風格のある広告景観を形成する。</li> <li>・ 地域商業振興に配慮する。</li> <li>・ 歩いて楽しい街並み景観の形成を図る。</li> </ul>
	業務系市街地	業務系市街地（官庁街、オフィス街）等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 過度に目立つ広告物の表示を抑制する。</li> <li>・ まちの政治・産業の中心地として格式の高い広告景観を形成する。</li> </ul>
	工業物流系市街地	工業・物流系市街地等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 過度に目立つ広告物の表示を抑制する。</li> <li>・ 産業景観として均整のとれた広告景観を形成する。</li> <li>・ 田園・自然系地域と隣接する場合は、それらとの調和に配慮する。</li> </ul>
	拠点的市街地	拠点的な性格を有する市街地等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 広告物を活用し、まちの拠点的市街地としての賑わいと活力のあるシンボリックな広告景観を形成する。</li> </ul>

### 【風景を守り育てる人づくり】に係る取組方針

湖国風景づくり宣言および本計画で掲げる「風景を守り育てる人づくり」の観点から、良好な広告景観を守り育てる人づくりに資する取組みを推進するものとする。具体的には、事業者、県民等の意識醸成を図るとともに、行政、事業者、県民が協働して良好な広告景観を保全・形成する仕組みを構築する。

（施策例）

- ・意識醸成を図るためのセミナー等を実施する。
- ・広告物に関係する業界団体等との連携を強化する。
- ・自治会やNPO等、市民団体・住民組織による取組みを支援する。
- ・近隣景観形成協定等の制度を広告景観形成に活用する。
- ・県民等からの施策提案制度を設ける。
- ・良好な広告景観に関する表彰や情報発信を行う。

### 【屋外広告物の表示およ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（景観法第8条第2項）】

屋外広告物の表示およ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の具体については、湖国風景づくり宣言（景観指針）および本計画に即して、滋賀県屋外広告物条例および滋賀県屋外広告物条例施行規則により定める。

## 条例・規則等の見直し以外の取組み

条例・規則で定める「規制」の他に、より積極的に良好な景観形成を図り、魅力的な地域づくりを推進するための「誘導・活用」の取組みを検討する。

### ■ 運用基準の策定（条例・規則を補完する内規を設定）

掲載項目例	備考
広告物の区分にかかる運用基準	・性質区分の運用 ・形態区分の運用
屋外広告物の定義に係る運用基準	・案内・誘導に必要な事項等の判断
適用除外にかかる運用基準	・知事が特に認めるもの等
「認定公共的広告物」の認定にかかる運用基準	・公共性の審査・認定基準 ・景観上の審査・認定基準
「認定優良広告物」の審議会への諮問にかかる運用基準	・諮問対象の選定基準(表示者申告、許可権者推薦)等
「原則」としている基準にかかる運用基準	・例外として扱う対象、範囲、条件等
既存不適格物件(経過措置対象)にかかる運用基準	・既存不定格物件の台帳管理等

### ■ 推奨基準・広告景観ガイドラインの策定

単に許可基準を守るだけでなく、それ以上に良好な広告景観に誘導していくための取組みとして推奨基準やガイドラインの策定を検討する。(県で作成し、6町での許可事務において、行政指導に活用していただく)

### ■ 表彰制度、その他の取組み

優良な広告物を表彰するなどして、「滋賀らしい」広告景観の発信と、広告表示者へのインセンティブを与えるなどの取組みを検討する。