

鎌倉市屋外広告物条例骨子（案）に対する市民意見及び回答

意見			回答
課題 1	方針 1	検討Ⅰ 地域の活力・価値創造につながるエリアマネジメント広告の検討	
		●景観整備のための財源確保に係るエリアマネジメント広告の基準等の設定	
		これからの掲示広告の在り方には、地域に還元されるお金の流れも必要になると同時に、デザイン・色・サイズ等のしっかりとしたルールが必須であると感じていました。今回の骨子案には、その部分がしっかり組み込まれており、期待と共に取り組む意欲を向上させていただきました。	エリアマネジメント広告の運用は、地域の活力と景観を両立させるデザイン等の基準設定が重要であると考えています。そのため、広告の掲載内容や意匠の基準等については、条文で運用の方向性を示した上で、ガイドラインを作成します。また、実施主体（商店会等）はガイドラインに沿った自主審査基準を作成することとし、エリアマネジメント広告を表示・掲出する際には、色彩・意匠の専門家を含めた自主審査委員会による審査を経て、市に申請を行うことで、一定の質を担保していきます。
		貴市が検討されている景観整備のための財源確保に係るエリアマネジメント広告の基準等の設定は大変重要であると考えます。	
		自家用広告物については、写真等の使用は抑制したままでも良いと思いますが、エリアマネジメント系の広告については、「まちの主体者がまちづくりのための資金調達を広告事業で行う」という性質もあるため、企業が広告を掲出しやすいレギュレーションにしておく必要があると思います。 広告媒体の価値は、①広告が何人に対して露出されるか（接触者数）、②広告が見やすい位置にあるか（視認性）、③企業が必要とするメッセージを伝えやすいものか（伝達性）などで測られるものです。①②が良くとも、③の部分で媒体価値が低いと判断されるケースもあります。企業の広告表現においては画像等の活用が一般的になっている以上は、これを許容しつつ、全体的なレイアウトや色合いなどで質をコントロールした方が良いと考えています。 例えば、1 ビジュアル1 コピーを原則とし、付加情報のエリアは「全体の30%以内」「写真画像やイラストなどを用いない部分、地色の部分などは彩度で制限」とし、運用としては、広告会社はレギュレーションを意識して作成し、行政と事業主体者による審査会（デザイン有識者参加）で審査し、修正の必要がある場合は、修正内容を細かく広告会社または広告主に提案するなどで対応することを考えます。	
課題 2	方針 2	検討Ⅱ 今後課題となる個別テーマに対する独自基準の検討	
		■検討Ⅱの全体に対して	
		広告・看板を掲示する立場として、看板を作成する意味は、①自施設の周知、②業務内容の周知が主と思います。近隣住民や歩行者などに対して周知することが目的ですから、ある程度は目立たなくてはなりません。やみくもに目立たせるだけではなく、その掲示方法に事業イメージなどと折り合いをつけていきます。創業当初は、周囲に知っていただくことが優先になりがちですし、事業が安定してくれば事業イメージ周知の方に重きを置いていくことになります。事業体の時期によって広告・看板の趣旨も変遷していきます。そのなかで、鎌倉市のご意向に沿うようにしていくと広告物が目立たないものになってしまうことを危惧していました。市に対する要望は以下のとおりです。 ・看板作成前にロゴデザイナーなどへの鎌倉市のイメージ伝達 ・以前実施されていた優秀看板の表彰制度の再開 ・事業開始直後の緩和策 ・初回看板作成後に代替案の提案や作成前でのデザイナーの紹介 ・鎌倉市公認マークなどの導入（特に鎌倉市内所在の事業所に対するお墨付） ・遵守した場合の特典（地図作成支援など） ・照明の活用方法の提案、事例紹介、世界の様々な鎌倉に近いイメージの紹介 ・路上投影広告に加えて道案内やGoogleマップの経路案内とリンクさせた行き先案内、避難経路の表示などへの運用 ・鎌倉らしさは時代・世代・地域によっても異なると思います。 大変と思いますが頑張ってください。	広告物には表示内容（情報）を受け手に伝え、あるいはまちに活力を与える役割がありますが、経済活動の論理等によって無秩序に掲出すると、都市の景観や自然の風致を損うこととなるため、周囲の景観と調和した適正な広告物の表示を誘導するためのルールが必要です。 現在、本市では、屋外広告物の設置基準については、神奈川県屋外広告物条例を運用し、形態・意匠については、鎌倉市景観計画を運用しています。広告物を表示または設置する際には、事前審査を通して、広告物の設置者等の意向（事業イメージ）を考慮しつつ、各地域の景観と調和した意匠となるよう協議しています。市条例制定後も、事前審査による協議は、引き続き、実施していく考えです。 頂いたご要望については、参考にいたします。
		●屋上広告物、自己用外広告物、電光・点滅表示装置基準等の設定	
		デジタルサイネージについて デジタルサイネージの色合いについては、光源色はマンセル値で対応できないという課題があります。 マンセル値に代わるカラーガイド（日中や夜間で輝度の変動に対応できるもの）やカラーガイドに沿って適切に出力できるキャリブレーション技術などが確立されれば良いのですが、残念ながら現時点では難しいところです。さいたま市がデジタルサイネージのガイドラインを作成しています。	デジタルサイネージの設置基準については、先進市（さいたま市等）の事例を参考に、規則、又はガイドラインで定めていきます。
		非自家用広告物について 神奈川県屋外広告物条例で非自家用広告の掲出ができる場所であっても、鎌倉市の景観計画では多くのエリアが自家用広告のみ掲出可能とし非自家用広告の掲出が不可能となっています。特に、景観に配慮すべき区域で自家用広告のみ掲出可能である場合においても、せめて小規模な非自家用の誘導広告（メイン通りから離れた近隣の店舗への案内等）は認めていただきたいです。 数のコントロールについては、1 店舗あたりの総数での規制（東西南北からの誘導で合計4 個まで）、デジタルサイネージを活用した集約化（1 区域に4 個まで・区域は景観計画に基づく区域区分）、色彩については、表示面で使用する最大面積の色彩等をマンセル値の色相ごとによる彩度により規制（デジタルサイネージの場合はマンセル値での対応ができないため、輝度により規制）などで対応できるものと考えます。	
		●ネオン・LED照明を用いた夜間広告物設置に係る定量基準の設定	
		電飾については、点滅するものは規制対象とのことだが点滅しないものも規制するべき。	照明付き広告物の設置基準については、先進市の事例も参考に、照度の基準を定めていきたいと考えています。
課題 3	方針 3	検討Ⅲ 地域・スポット課題に対する独自基準の検討	
		●実態にあった許可地域の設定、地域特性・まちづくりの方向性に合わせた特定地区指定	
		新条例は、現在適用されている神奈川県屋外広告物条例の5 つの許可地域区分と許可基準を踏襲した規制内容にしていきたいです。	許可基準は、都市計画の用途地域と比較的連動した神奈川県屋外広告物条例の許可地域（自然系許可地域、住居系許可地域、工業系許可地域、沿道系許可地域、商業系許可地域）をベースに許可地域を設定し、各地域に即した許可基準を設定します。 一方で、若宮大路周辺の商業系許可地域では、現在、行政指導や地域の暗黙のルールによって屋上広告物の設置を抑えてもらっているため、市条例では、屋上広告物の設置を抑える内容を地域の基準として設定します。
		●市民等が景観形成に寄与する独自ルールを作成した場合の許可基準の緩和・強化	
		まちづくりと地域力をつくるために、都市景観のルールやアイディアは密接な位置付けであると思います。これからの時代の中で、自分たちの街をいかに「自分ごと」として協力しあい、良い関係をつくっていくかが課題です。今回の案をベースに、実現しながら想いとアクションをリンクさせたいと心から思っています。	地元の協議会等から許可基準の緩和や強化の意向がある場合には、地元と協議を進め、地域のルールを検討していきます。

課題4	方針4	検討Ⅳ 景観等に配慮した優良広告物誘導施策の検討	
		●景観づくり賞を活用した表彰制度の検討	
		優秀看板の表彰制度を再開してほしい。	条例策定と並行して、鎌倉らしい屋外広告物のデザインの蓄積、共有に資する表彰制度を検討していきます。
課題5	方針5	検討Ⅴ 安全性担保の強化及び既存不適格広告物合促進検討	
		●許可時の点検の義務付けと点検資格の見直し、点検報告項目の拡大	
		点検者の資格の厳格化について 点検を有資格者が行う場合の資格について、講習会を受講するだけでその資格を取得できるような講習会修了者を除外していただきたいです。1～2日の講習を受講するのみで点検を行うに値する知識がある人もない人も簡単に資格者となり得、時間をかけて勉強し取得した資格者とは、点検に関する知識レベルに差があるかと思います。	神奈川県屋外広告物条例では、一定の条件の広告物について、有資格者による点検を義務付けています。市条例では、国の「屋外広告物条例ガイドライン」を参考にしながら、検討していきます。
		●不適格広告物の適合理化への指導、違反広告物に対する罰則規定の見直し	
		経過措置について 神奈川県屋外広告物条例で許可を受けている看板が新条例で不適合となる場合、経過措置期間を長めにさせていただきたいです。レンタル看板は、特性上、是正までの期間が短いと掲載中の広告主への負担増につながり地域活性化とは逆方向の影響が懸念されるため、許可更新や意匠変更の1～3年の短いタイミングではなく、安全に掲出物件を使用できる期間（耐用年数20年）を考慮した経過措置期間を設定していただくことを希望します。	経過措置期間は、「減価償却資産の耐用年数等に関する省令」等を参考に期間を設定していきます。
		是正指導の強化について 未申請の違法な屋外広告物に対する是正指導の強化をしていただきたいです。許可申請が適用除外とされている一定規模以下の自家用広告や許可申請がなされていない違法な屋外広告物の安全確保も図るべきと考えます。 特に、未申請の屋外広告物は管理者が不明確なことが多いため、公衆に対する危害防止の観点からも是正指導の強化をお願いします。	違反屋外広告物への対応については、是正指導を強化するとともに、広告物の設置者等が是正命令に従わなかった際の、罰則及び公表の規定を条文に明記し、強化していきます。
課題6	方針6	検討Ⅵ 禁止地域・禁止物件への表示及び路上障害物（屋外広告物等）の取り締まり強化の検討	
		■検討Ⅵの全体について	
		すべてに賛成です。違反広告物除却協力員として、屋外広告物パトロールにて違反広告物を発見したとき行政指導により撤去するよう要請しているが、翌日には再び違反状態になっている。開店早々のお店の場合は規制を理解していないがゆえの違反なので啓発・指導が有効である。しかし、いわゆる常習の確信犯の場合は何回指摘しても意に介さない。こうした人（法人）に対しては罰則で対処するしかない。ただし、段階的（指導・勧告・指示・命令等）を踏んでいくのがよい。店名の公表のほか、経済的な負担（過料）を強いることを検討するべき。	路上障害物（屋外広告物等）への対応については、道路管理者とともに是正指導を強化し、広告物の設置者等が是正命令に従わなかった際の、罰則及び公表の規定を条文に明記し、強化していきます。
		●道水路管理課、観光課、商工課、警察との連携強化、除却キャンペーンの実施	
		パトロール時刻の見直しが必要である。午前11時頃に開店するお店が多い。早朝にパトロールをしても無駄である。	違反屋外広告物除却キャンペーン等の見回り時間については、効果を発揮するため、条例制定と並行して、検討していきます。
		●違反した広告物等の保管・売却手続き規定の整備	
		簡易除却の対象に公共物（電柱等）への「貼り札」を追加してはどうか。現行法では、貼り紙は簡易除却できるが貼り札は不可と理解している。	屋外広告物法第7条第4項の規定により、神奈川県屋外広告物条例に違反している貼り紙、貼り札等（容易に取り外すことができる状態で工作物等に取り付けられている貼り札その他これらに類する広告物）は、簡易除却の対象です。しかし、ただし書きにより、貼り紙以外は、「管理されずに放置されていることが明らかであるもの」でなければ簡易除却できないこととなっています。市条例でも、法に基づき規定します。
課題7	方針7	検討Ⅶ 広告付き公共サイン（案内図・掲示板・施設等）の活用検討	
		●地域の魅力向上・活性化に資する広告付き公共サインについて、禁止物件・禁止地域そ適用除外（車両広告、観光案内板、バス停上屋、橋梁、道路占用許可基準の緩和等）	
		持続可能な都市経営を支えるため、広告付き公共サイン（案内図、掲示板、施設等）を整備後も、維持管理補修費用を捻出するため広告を活用することは有効な手段であると考えます。公共サインの設置後に年月の経過とともに老朽化し、修繕費用等が捻出できないため放置されているものもしばしば見受けられます。 埼玉県越谷市で、公共施設の敷地や道路上が禁止地域となっているため、公益還元型広告事業を実施するにあたり、禁止地域の規制を緩和しています。	埼玉県越谷市等の先進市の実例を研究します。
全体		その他	
		屋外広告物のデザインについて ヨーロッパの都市景観と比較すると、日本の都市景観は「がっかり」です。その要因のひとつに屋外広告物の多さがあると思います。明らかに景観を害するものもありますが、これらの屋外広告物の全ては、その店を営む人、利用する人にとっては必要なもので、人々が社会的な営みをする上で必要なものであると考えます。また、審美的、デザイン的にも街に賑わいを与えている要素とみることもでき、どんなものであれ、これらを規制することには、個人的にはあまり賛成ではありません。	屋外広告物法第1条では、同法の目的について「良好な景観を形成し、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、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」としています。 本市でも、屋外広告物法の主旨に基づき、取り組んでいます。
		政治活動用ポスターについて 市内のあちこちで目にする政治活動用ポスターは、誰にとっても必要がなく、むしろない方が人々の社会的営みにとってメリットがある屋外広告物であると思います。国会議員や県会議員、市議会議員がポスターを貼ることをやめ、街頭演説等で政策を市民に訴えることや市民集会等で市民の声を聴くことに力を注ぐようになることは、人々の社会的な営みにとってメリットのあることだと思います。政治活動用のポスターは、1つ1つの大きさはあまり大きくはありませんが、たくさんあることで、景観を静かに悪くしていると思います。市内から政治活動用ポスターがなくなれば、市の景観は少しすっきりすると思います。鎌倉から全国に先駆けて屋外広告物条例により、政治活動用のポスターを禁止することができると素晴らしいと思います。	政治活動用ポスターの扱いについては、屋外広告物法第29条（適用上の注意）において、「この法律及びこの法律の規定に基づく条例の適用に当たっては、国民の政治活動の自由その他国民の基本的人権を不当に侵害しないように留意しなければならない。」と規定されています。 広告物の規制に当たっては、法29条の規定に基づき、国民の政治活動の自由を不当に侵害しないよう十分に配慮する必要があるため、政治活動用ポスターは、市条例の規制の対象から除外することが適当であると考えています。