鎌倉市屋外広告物条例骨子(案)について

令和3年(2021年)1月

1. 屋外広告物とは 〔屋外広告物法第2条〕

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、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です。



2. 条例制定の背景と趣旨

2-1 本市の現状

良好な景観の形成、風致の維持、危害の防止を目的に制定された屋外広告物法(昭和 24 年法律第 189 号)により、景観行政団体¹となった市町村は、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等の必要な基準について、条例で定めることができます。

本市では、独自条例を制定せず、神奈川県屋外広告物条例を運用²するとともに、平成19年 (2007年)に策定した鎌倉市景観計画³に屋外広告物の定性基準を配慮事項として記載し、本市 の特性にあった屋外広告物の誘導を図ってきました。

2-2 全国的な傾向

(1)屋外広告物の安全管理

近年、多発する震災や台風災害時の屋外広告物の安全管理が全国的な課題となっており、国では「屋外広告物条例ガイドライン⁴」の改正や「屋外広告物の安全点検に関する指針(案)⁵」の策定がありました。

(2)新しいタイプの広告物への対応

LED 照明付き広告物、投影広告物、デジタルサイネージ等の新しいタイプの広告物が普及し始めており、これら屋外広告物を取り巻く実態に合わせた対応が求められています。国では、「投影広告物条例ガイドライン」の策定がありました。

(3)エリアマネジメント広告

近年、民間が主体となった良好な景観形成、地域の魅力向上等を図るためのエリアマネジメント活動**「が広がってきています。国では、エリアマネジメント広告**「の掲出について、「屋外広告物条例ガイドライン」において、屋外広告物条例による広告物の掲出禁止区域であっても、周

¹ 景観行政団体とは、景観法に基づき、良好な景観の保全・形成を図るなど、景観行政を担う自治体のことです。鎌倉市は平成 17 年に景観行政団体になりました。

²本市は平成 11 年(1999 年)に神奈川県から屋外広告物条例の事務委任を受け、許認可事務行っています。

³ 鎌倉市景観計画「鎌倉市全域における屋外広告物の行為制限について」 http://www.city.kamakura.kanagawa.jp/keikan/documents/07 3-kokoku.pdf

⁴ 屋外広告物条例ガイドライン https://www.mlit.go.jp/common/001129901.pdf

⁵屋外広告物の安全点検に関する指針(案)https://www.mlit.go.jp/common/001194384.pdf

囲との景観の調和等を要件として、屋外広告物条例における広告物掲出禁止物件、禁止地域の適用除外とすることが示されました。これに伴い、独自条例の柔軟な運用により、民間活力を活用したエリアマネジメント広告を取り入れる自治体が見受けられるようになるなど、従来の一律的な基準では、実現し得ない、より細やかな基準の設定や運用が求められるようになりました。

※ I エリアマネジメント活動

エリアマネジメント活動とは、特定のエリアを単位に、民間が主体となってまちづくりや地域経営(マネジメント)を積極的に行おうという仕組みです。民間主導のまちづくり、官民協働型のまちづくりへの期待から、大都市の都心部、地方都市の商業地、郊外の住宅地など、全国各地でエリアマネジメントの取組が実践され、良好な景観形成や地域の魅力向上等が図られています。

※Ⅱ エリアマネジメント広告

エリアマネジメント広告とは、財源確保のための公共空間(道路、公園、広場等)に屋外広告物を掲出し、その広告料収入を道路・公園等の整備・維持管理や地域活性化のためのイベント開催など、公共的な取組の費用に充てるものです。



2-3 独自条例制定の理由

本市の現状及び全国的な傾向を踏まえ、次の3つの必要性から「まちの安全・活性化に資する市の独自条例」の制定を目指します。

(1)「SDGs未来都市かまくら」の実現に向けた持続可能な都市景観形成の必要性

持続可能な都市景観形成の実現に当たっては、屋外広告物の規制強化による適正管理だけでなく、民間活力を活用したエリアマネジメント活動に寄与する弾力的な運用が求められるほか、持続的な都市経営を実現するため、まちの魅力と活力を高める包括的な視点でのメリハリある景観誘導が必要です。また、新型コロナウィルスや大河ドラマ(令和4年1月開始予定)の影響や効果を捉え、商店街の活性化や市の財源確保につながる施策の運用が必要です。

(2)既存景観施策の法的実効性を担保する市独自条例の制定の必要性

屋外広告物は良好な景観を形成する上で重要な要素の1つであるため、地域の特性に応じた規制・誘導が必要です。特に、若宮大路の屋外広告物規制のように、これまで地域の暗黙のルールや行政指導のみで運用されていたものについては、法的実効性を担保する必要があります。

(3)安全・安心な歩行空間を確保するための屋外広告物の適正管理の必要性

台風や震災に備えた安全・安心な歩行空間を確保するため、路上障害物(屋外広告物等)の適 正管理や未申請・条例の適用除外広告物の安全管理の強化が必要です。

⁶ SDG s とは、2015年に国連サミットで採択された持続可能な開発目標(Sustainable Development Goals)のことで、2030年を期限とする、先進国を含む国際社会全体の17の開発目標とそれを実現するための169のターゲットのことです。鎌倉市は、SDGsの達成に向けた取組を行う地方公共団体として「SDGs 未来都市」に選定され、経済・社会・環境の三側面における新しい価値創出を目指した事業を推進しています。

3. 神奈川県屋外広告物条例(現行法)の仕組み

3-1 許可の基準

許可地域(禁止地域や禁止物件以外)で、広告物の表示等をする場合には、5種類の許可地域 ごとに、大きさや高さなどの許可基準による許可が必要です。

許可基準等の詳細については、「神奈川県屋外広告物条例のあらまし」を参照ください。

http://www.city.kamakura.kanagawa.jp/keikan/documents/aramashi201808.pdf

4. 骨子(案)内容

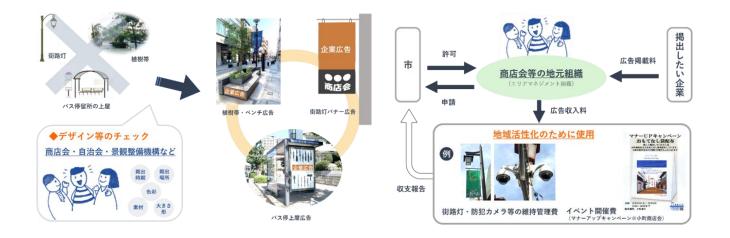
国のガイドラインや神奈川県屋外広告物条例の考え方を基本に、全国的な傾向を見据え、独自条例を制定するための3つの必要性から、4つの課題を整理し、それぞれの方針に対応する検討事項を定め、規制の緩和と強化のメリハリを付けた基準の設定・運用を検討します。



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

商店会・町内会等の地元組織による良好な景観形成のためのエリアマネジメント活動の推進や景観 整備の財源確保のためのエリアマネジメント広告の基準等の設定を検討します。



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

屋上広告物、電光・点滅表示装置(デジタルサイネージ⁷等)、車体ラッピング⁸技術向上を踏まえた車体広告、ネオン・LED 照明を用いた夜間広告物、のぼり旗の乱立・大型化など、今後課題となることが想定されるものに対する独自基準を検討します。また、鎌倉市景観計画において配慮事項としている色彩・素材等に関する遵守規定を市条例に明記し、根拠を明確化します。

検討Ⅲ 地域・スポット課題に対する独自基準の検討

現行法の許可地域をベースに、鎌倉市景観計画の土地利用類型(21 地区)との連動を考慮し、本市の実態に合った許可地域を設定します。

地域のインフォーマル(暗黙)のルールがある場合や、市民等が景観形成に寄与する独自ルールを 作成した場合には、それらを尊重し、許可基準を強化・緩和できることを条例に明記します。

地域の活性化と連動した時限的なイベントや社会実験での素材・色彩制限の緩和や投影広告物、電 光表示装置等の許可基準等の設定を検討します。

検討IV 景観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や景観に配慮した広告物の設置基準の緩和を検討します。 (例:景観に配慮された切り文字等を用いた場合の壁面利用広告物の高さ規制緩和等)

7 デジタルサイネージとは、表示と通信にデジタル技術を活用して平面ディスプレイやプロジェクタなどに よって映像や文字を表示する情報・広告媒体です。近年、屋外・店頭・公共空間・交通機関など、あらゆる 場所で見かけるようになりました。

⁸ 車体ラッピングとは、塗料ではなく、圧着と加熱によって粘着する特殊なフィルムをクルマに貼り付けて車体の表面デザインを変更する技術です。近年、ラッピング技術が向上し、車体全体にフィルムを貼るフルラッピング以外に、部分的にフィルムを貼るパートラッピングなど、車体に応じた様々なラッピングが可能になりました。

⁹ 景観づくり賞とは、鎌倉市都市景観条例の規定に基づいて、都市景観の形成に貢献したと認められ、未来につながる特に優れた活動を行っている者及び団体を表彰し、これを広く紹介することにより、景観づくりへの市民の意識を高めるとともに、景観づくりに関する市民相互の連携を深めるための制度です。

http://www.city.kamakura.kanagawa.jp/keikan/keikanjunbi.html



●現行法 :明確な基準がなく設置可能

課題3・方針3

検討V 安全性担保の強化及び既存不適格広告物の適合化促進の検討

事業者が更新許可を受ける際に提出が義務付けられている点検報告書の点検項目について、国の「屋外広告物の安全点検に関する指針(案)」に従い、現行の5項目から17項目に拡大します。 既存不適格広告物の適合化への指導や違反広告物に対する罰則規定の見直しを検討します。

現行(5項目)		
点検内容	接合部、支持部分等の変形・腐食	
	主要部材の変形・腐食	
	ボルト・ビス等の緩み・劣化	
	表示面の汚染・退色・剥離	
	表示面の破損	

	市条例(案)(17項目※)
基礎部· 上部構造	1 上部構造全体の傾斜、ぐらつき
	2 基礎のクラック、支柱と寝巻きとの隙間、支柱ぐらつき
	3 鉄骨のさび発生、塗装の老朽化
支持部	1 鉄骨接合部(溶接部・プレート)の腐食、変形、隙間
	2 鉄骨接合部(ボルト、ナット、ビス)のゆるみ、欠落
取付部	1 アンカーボルト・取付部プレートの腐食、変形
	2 溶接部の劣化、コーキングの劣化等
급	3 取付対象部(柱・壁・スラブ)・取付部周辺の異常
広告板	1 表示面板・切り文字等の腐食、破損、変形、ビス等の欠落
	2 側板、表示面板押さえの腐食、破損、ねじれ、変形、欠損
	3 広告板底部の腐食、水抜き孔の詰まり
照	1 照明装置の不点灯、不発光
照明装置	2 照明装置の取付部の破損、変形、さび、漏水
	3 周辺機器の劣化、破損
その他	1 付属部材の腐食、破損
	2 避雷針の腐食、破損
	3 その他点検した事項(

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

道路管理者や警察等との連携を強化するとともに、違反屋外広告物除却キャンペーン¹⁰を引続き実施していきます。また、鎌倉市違反屋外広告物除却協力員制度¹¹(要綱)を市条例に明記し、協力員の位置付けを明確化します。違反者に対する過料や氏名公表についても検討します。

課題4・方針4

検討VII 広告付き公共サイン(案内図・掲示板・施設等)の検討

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、禁止物件や禁止地域の適用除外を 検討します。(例: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)



クラウドファンディング等による 広告付き観光・商店街案内板



5. 今後のスケジュール(予定)

◆令和3年(2021年)

1月18日 ~ 2月17日 骨子(案)に関する意見募集

 3月 ~ 6月
 条例(素案)作成

 4月 ~
 実証実験(随時)

7月~8月 条例(素案)に関するパブリックコメント実施

9月~ 11月 条例 (案) 作成

12月 市議会定例会へ条例(案)を提案・制定

◆令和4年(2022年)

 1月 ~ 3月
 周知期間

 4月
 施行

10 違反屋外広告物除却キャンペーンは、除却協力員や関係業界の方々と協力し、2カ月に一度実施している違反屋外広告物の除却活動です。

11 鎌倉市違反屋外広告物除却協力員制度は、要綱に基づき、違反屋外広告物を除却する権限を市民に委嘱し、 市民のみで除却活動ができる制度です。協力員が除却できるものは、神奈川県屋外広告物条例で定める簡易 除却対象物(はり紙、はり札、のぼり旗など)です。