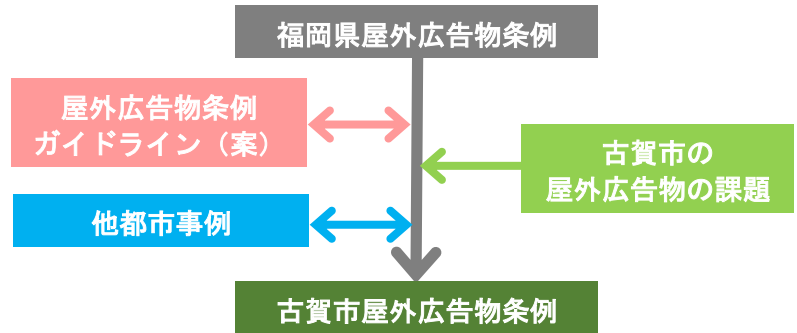


IV. 屋外広告物条例について

1. 屋外広告物条例の策定方針について

(1) 策定方針

- ▶福岡県屋外広告物条例をベースに、県条例そのものの課題（運用面、規制レベル）及び「屋外広告物条例ガイドライン（案）」との比較からみた課題を改善しつつ、古賀市の景観特性と屋外広告物に関する課題に対応した条例へとリニューアルする。これに当り、設定項目や表現については他都市事例を参考とする。



【県条例の主な課題】

- ・運用が徹底されていない。
- ・古賀市の現状に即しておらず、運用しにくい部分がある。（P2 参照。）
（20 戸連担地区。相互間距離の基準。野立て広告とその他の広告の別。広告塔・広告板の別。 等）
- ・「屋外広告物条例ガイドライン（案）」との比較からみた課題への対応。（別紙参照。）

【古賀市の屋外広告物景観の主な課題】

- ・幹線道路を中心に見られる派手な色彩の屋外広告物。
- ・古賀市の都市特性（住環境の整った住みやすいまち）への対応。
→低層住居専用地域の制限強化など、景観ゾーニング、用途地域等との連携が必要。
- ・新規技術への対応。（画像広告物 等）

(2) 調査の基本的考え方

- ▶実効性の高い広告物行政に向けた（魅力の保全、問題点の改善）ゾーニング、規制レベル（申請対象の広告物の大きさ・高さ）等の落とし処を仮設定し、その検証のための効果的・効率的な調査を行った。

＜参考：ゾーニング・申請対象のイメージ＞（P3 参照。）

- ・国道 3 号線沿いは必要最低限の景観・広告物ルールとし、規制（申請）を徹底させる。
- ・住環境重視のまちとして、住居専用地域は落ち着いた景観を保全する。
→「低層住居専用地域」及び郊外部の幹線道路の沿線は規制強化。（「禁止地域」または「許可地域」の段階的規制（規制強化地域の設定）とする。）
- ・広告物の掲出が予測されない公共的空間の景観を、永続的に担保するために禁止地域とする。 等

(3) 調査方法

- ▶県条例よりも規制を強化する予定の地域について、最も広告物景観が乱れていると思われる地区をサンプリングの上詳細調査し、既存不適格の割合を算出。ゾーン設定、申請対象規模設定の妥当性（既存不適格等）を検証する。
- ▶その他、特に気になる広告物の規制のための調査。（広告色彩 等）

参考 1：県条例の主な課題等

①地域的規制

▼禁止地域について

- ・屋外広告物の規制は必要最小限にとどめるという理念が基本になっている。そのため、現行県条例では禁止地域に指定できる範囲も最小限にとどめられている。
- 古賀市では、住環境を維持、住宅地景観を保全するために住専地域、郊外部の幹線道路の沿道景観を守るために幹線道路沿道等の追加が必要。
- 合わせて、広告物の掲出が予測されない公共的空間（公共施設、都市公園、緑地、駅前広場文化財等）の景観保全を永続的に担保するために、禁止地域への追加が必要。

▼許可地域について

- ・現行県条例では、禁止地域を除く古賀市域全域が許可地域に指定されている。
- 商業活動が活発なところや閑静な住宅地、のどかな田園地帯等、市域は様々な利用がなされており、経済活動のレベル、広告物のニーズにも大きな差がある。そのような市域を一律の規制で良いのか？
- 閑静な住環境の保全が求められる地区等では、許可基準内の広告物であっても環境に大きな影響をあたえると想像され、社会的問題となることも予想される。地域の実情に沿った許可基準が求められる。（→「段階的なゾーニング」の必要性。）

▼その他

- ・規制地域ではないが、物件的規制の中に商工業地域という区分があり、広告塔、広告板、壁面広告の許可基準が緩和（面積基準除去）されている。
- ※商工業地域…近隣商業、商業、工業、工専の用途地域、並びに用途外の駅、市役所、事務所等が 20 戸以上連担地区とその周囲半径 200m。
- 古賀市にこの連担地区が存在するのか、そもそもこのような大規模な広告物ニーズはないのではないか。

②物件的規制

▼全般について

- ・現行条例に示されている広告物の規格は、県条例の性格上（広範囲を対象として様々な場所を守備範囲とする）かなり大きな規模のものとなっている。特に、商工業地域は面積基準も無い。
- 古賀市の実情（広告物ニーズ）に合わせて、適切な規模の規格（基準）設定が必要。

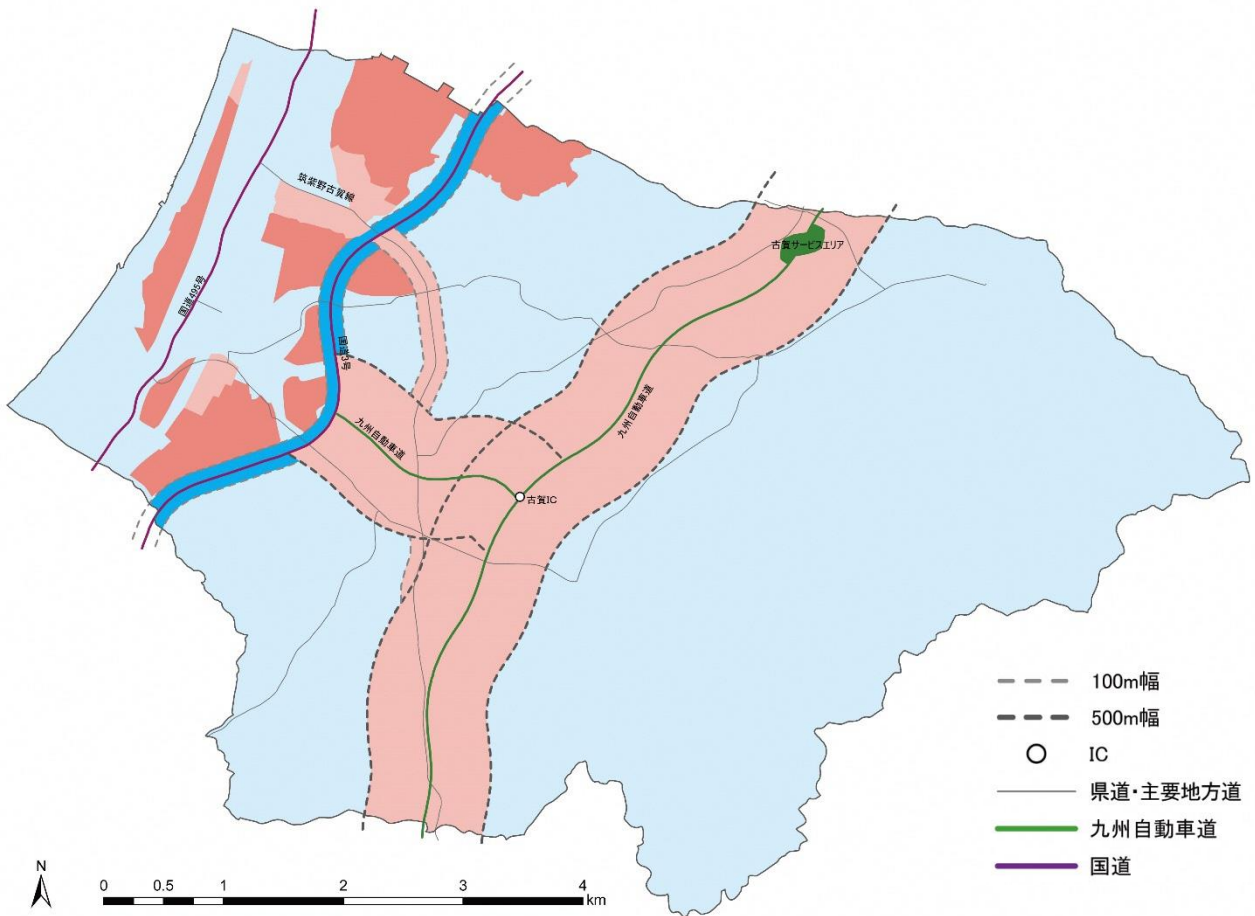
▼個別基準について

- ・同様の目的で掲出される事が多い広告塔と広告板とで、高さの基準が大きく違う。
- ・野立広告（鉄道や主要地方道からの展望を目的とするもの）と、その他の広告塔の分類は難しい。
- ・広告塔、広告板には相互間距離の基準があるが、実際には運用し難い。

▼新技術や流行、時代的特徴に対する基準について

- ・大型店舗等でみられる大量の広告物掲出に対し、掲総量規制によって掲出の全体量をコントロールする仕組み。
- ・のぼり旗、夜間景観での影響が特に大きい映像広告物等。

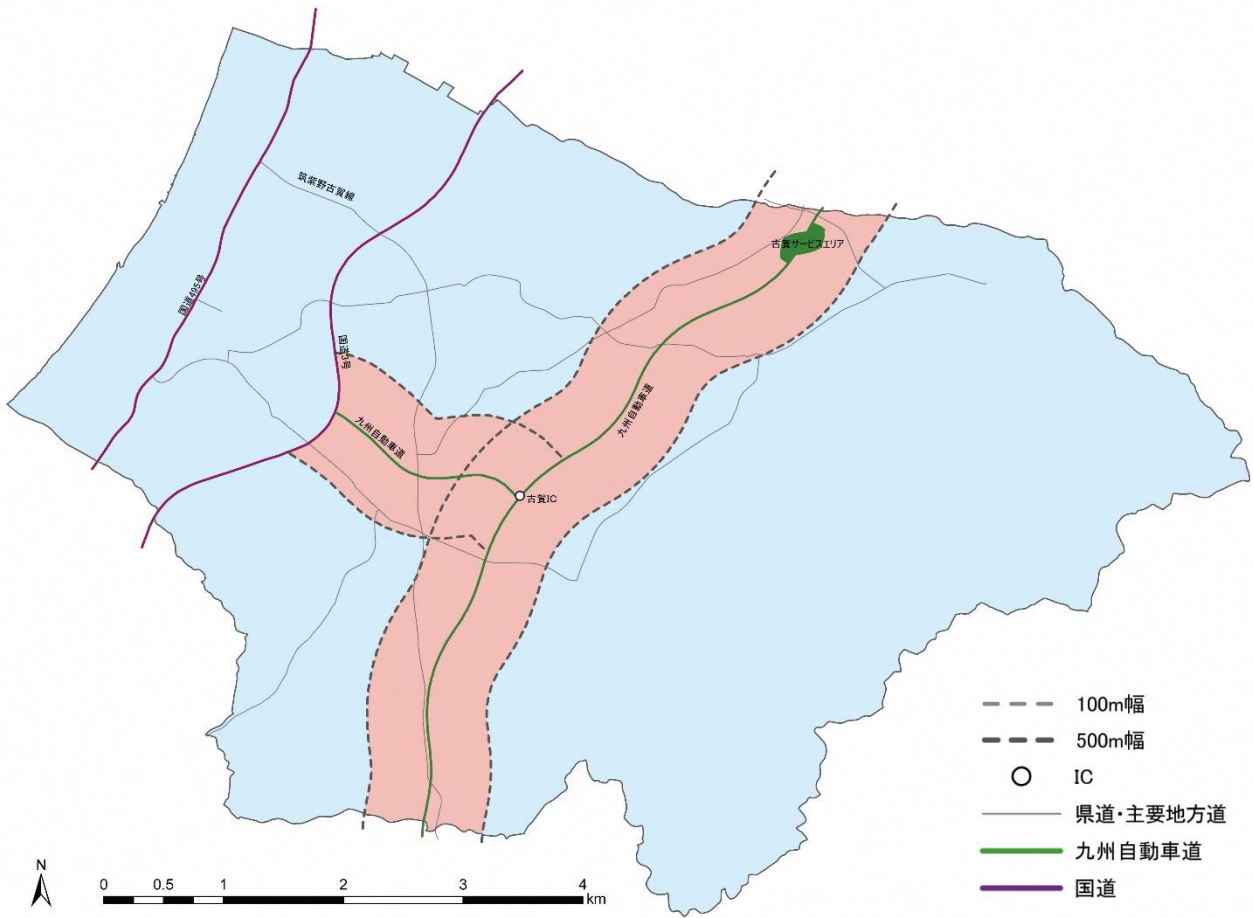
参考2：屋外広告物条例の段階的ゾーニングのイメージ



▲屋外広告物条例の段階的ゾーニングのイメージ

▼屋外広告物条例（ゾーン区分）改正イメージ

強 ↑ 規制 ↓ 弱	類型 (改正案)	広告物景観の 考え方	広告物規制の方針				現行条例との 比較	
			規制概要	一般 広告物	掲出量	掲出 規模		指定地域
	I 禁止地域①	<ul style="list-style-type: none"> 良好な住環境を保全、育成していく地域 自然景観を保全していく地域 特徴的な景観を有する場所 	→必要最小限の広告物のみ掲出を認める	×	最低限	最小限	<ul style="list-style-type: none"> 古墳及び墓地 都市公園 低層住専地域 	現行条例の禁止地域より厳しく
	II 禁止地域②	<ul style="list-style-type: none"> 良好な景観形成を図りつつ、必要な事業活動を認めていく地域 	→一定量の広告物の掲出を認める	×	少	小	<ul style="list-style-type: none"> 高速道路沿線 調整区域及び特定用途制限地域地区内を通過する幹線道路沿線(路線を個別指定) (・中高層住専地域) 	現行条例の禁止地域
	III 許可地域①	<ul style="list-style-type: none"> 事業活動を認めつつ、景観形成を図っていく地域 		○			<ul style="list-style-type: none"> 市域全域 	現行条例の許可地域(※若干厳しく)
	IV 許可地域②	<ul style="list-style-type: none"> 事業活動の活性化を積極的に促しつつ、秩序ある景観を形成していく地域 	→量・規模ともに、かなりの広告物を認める	○	多	大	<ul style="list-style-type: none"> 国道3号沿線 	現行条例の許可地域(商工業地域)



▲参考：現状のゾーニング

2. 屋外広告物条例構成（案）

屋外広告物条例の策定に向けて、他都市事例を整理した上で、古賀市に必要な条例項目を整理した。各項目を以下に示す。

項目	選定理由
第一条 目的	県条例を踏襲
第二条 責務	県条例を踏襲
第三条 適用上の注意	県条例を踏襲
第四条 禁止地域等及び禁止物件 ①禁止地域 ②禁止物件	県条例を踏襲 →禁止展望広告物および許可展望広告物については、要検討
第五条 許可地域等	県条例を踏襲
第六条 広告物活用地区	宗像市、福津市を参考
第七条 景観保全型広告整備地区	宗像市、福津市を参考
第八条 広告物景観協定地区	宗像市、福津市を参考
第九条 禁止広告物等	県条例を踏襲
第十条 適用除外 ①禁止地域、禁止物件、許可地域 ②禁止地域、許可地域 ③禁止物件	県条例を踏襲
第十一条 経過措置	県条例を踏襲
第十三条 許可の条件、期間および更新	県条例を踏襲
第十四条 変更の許可等	県条例を踏襲
第十五条 許可の表示	県条例を踏襲
第十六条 管理義務	県条例を踏襲
第十七条 除却義務	県条例を踏襲
第十八条 屋外広告物管理者の設置	県条例を踏襲
第十九条 管理者等の届出	県条例を踏襲
第二十条 措置命令 ①保管した場合の公示事項 ②保管した場合の公示の方法 ③価額の評価の方法 ④売却する場合の手続き ⑤公示の日から売却可能となるまでの期間 ⑥返還する場合の手続き ⑦立入検査 ⑧処分、手続等の効力の承継	県条例を踏襲
第二十一条 意見の聴取等	宗像市、福津市を参考
第二十二条 雑則 ①告示 ②手数料 ③委任	他都市を参考
第二十三条 罰則	他都市を参考
第二十四条 附則 ①施行期日 ②経過措置	県条例を踏襲