

景観法制定を契機とする自家用広告物のコントロールの変化に関する研究

一景観計画と屋外広告物条例の連動に着目して一

建築・都市アメニティグループ
B08C027 土田 健太郎

景観法 屋外広告物法 屋外広告物条例
自家用広告物 景観計画

1.はじめに

良好な景観に対する関心の高まりを受け、2004年に景観法が制定された。それに応じて屋外広告物法が一部改正された。

屋外広告物は原則として、許可の基準⁽¹⁾を満たし、許可を受けることで表示できる。ただし例外があり、自家用広告物、公共広告、案内板など特定の広告物に限り、適用除外の基準⁽²⁾を満たすことで、許可を受けずに表示することができる。

その中でも、自家用広告物は屋外広告物全体としての割合が高く、その扱いは景観形成に大きな影響を与えている。(写真1、写真2参照)そのため、より良い景観を創造していくために自家用広告物のコントロールの実態を把握することが、景観形成上重要な課題の一つとなっている。¹⁾

以上のことから、本研究では景観法制定を契機とする自家用広告物のコントロールの変化と課題を景観計画との連動の側面から明らかにすることを目的とする。

なお、本稿で述べる自家用広告物とは、事業者等の自己の建物やその敷地内に自己の氏名や名称事業内容を表示するものと定義する。

2.研究の枠組み

2.1 研究対象

景観計画の策定後に既存の屋外広告物条例を改正し、それが適用されている東北、関東、甲信越、北陸地方の政令市・中核市の青森市、仙台市、宇都宮市、新潟市、金沢市以上5都市を対象とする。

2.2 研究方法

研究対象5都市の屋外広告物条例とその施行規則、景



写真1



写真2

景観と調和している広告物 景観を混乱させている広告物
景観計画、自治体ヒアリング以上の調査結果から新・旧制度の概要を把握する。

なお、本稿で述べる新制度とは、景観法制定により改正した屋外広告物法と景観計画に基づき改正した屋外広告物条例による制度であり、旧制度とは、改正前の屋外広告物法に基づく屋外広告物条例による制度である。

3.新・旧制度におけるコントロールの比較

3.1 制度の枠組みの変化

新制度では、景観計画に屋外広告物に関する事項を項目立てて記載する場合、当該景観計画に即して屋外広告物条例を定めることを義務化した変化がある。

3.2 運用上の変化

3.2.1 コントロールの適用地域・適用地区

新・旧制度における、コントロールの適用地域・適用地区の指定方法に変化はない。

ただし、新・旧制度における、コントロールの適用地域・適用地区の指定数には一部の自治体で増加という変化がある。(表1参照)地域指定に関して、青森市と宇都宮市では、許可地域の細分化による指定数の増加という変化がある。地区指定に関して、仙台市、新潟市、宇都宮市、金沢市では、地区指定数の増加という変化がある。

表1 新・旧制度における地域の指定と基準の設定状況

	地域の指定数		特定地区 ^{*3} の指定数						基準				
	許可地域 ^{*1}	禁止地域 ^{*2}	規制強化型地区		規制緩和型地区		協定地区		許可		適用除外		
			条例記載	事例数	条例記載	事例数	条例記載	事例数	数値基準の変化	自家用の単独基準	数値基準の変化		
政令市	仙台市	新制度	3	1	○	3↑	×	0	○	0	—	○	—
		旧制度	3	1	○	2	×	0	○	0	—	○	—
	新潟市	新制度	1	1	×	0	○	0	○	1↑	◎	○	◎
		旧制度	1	1	×	0	○	0	○	0	—	○	—
中核市	青森市	新制度	2↑	1	×	0	×	0	×	0	◎	×	◎
		旧制度	1	1	×	0	×	0	×	0	—	×	—
	宇都宮市	新制度	4↑	1	○	1↑	○	0	×	0	◎	×	—
		旧制度	1	1	×	0	×	0	×	0	—	×	—
	金沢市	新制度	1	6	○	0	○	3↑	○	0	—	○	—
		旧制度	1	6	○	0	○	2	○	0	—	○	—

○:あり ×:なし ◎:変化あり —:変化なし

3.2.2 コントロールの基準

①許可の基準 新・旧制度における、許可の基準の設定方法に変化はない。

ただし、新・旧制度における許可の基準の数値基準は、一部の自治体で強化という変化がある。(表1参照)新潟市、青森市、宇都宮市では、許可の基準の数値基準の強化という変化がある。

②適用除外の基準 新・旧制度における、適用除外の基準の設定方法に変化はない。

ただし、新・旧制度における適用除外の基準の数値基準は、一部の自治体で強化という変化がある。(表1参照)新潟市、青森市では、適用除外の基準の数値基準の強化という変化がある。

3.3 新たな仕組み

新制度では、優れた広告物に対して優遇措置をとる仕組みが登場した。これは、歴史的または伝統的なもの、優れたデザインのもを対象とするものである。なお、具体的な優遇措置には、許可申請の免除や許可期間の延長がある。

4. 景観計画における自家用広告物の記載

景観計画は、必須項目と選択項目から構成されるが、5都市において、必須項目上は自家用広告物に関する記載はない。

景観計画の構成 【必須項目】
①景観計画の区域
②景観計画区域における良好な景観の形成に関する方針
③良好な景観の形成のための行為の制限に関する事項
④景観重要建造物又は景観重要樹木の指定の方針
【選択項目】
⑤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に関する行為の制限に関する事項
⑥景観重要公共施設の整備に関する事項等
⑦景観農業振興地域整備計画の策定に関する基本的事項

図1 景観計画の構成

ただし、選択項目の⑤「屋外広告物に関する事項」では、自家用広告物に関する記載はある。表2に選択項目⑤における自家用広告物等の記載状況を示す。5都市において、自家用広告物の方針を記載している都市はない。また、5都市において、自家用広告物の基準を記載している都市は、仙台市、宇都宮市、金沢市の3つである。仙台市は、景観形成重点地区(以下重点地区)において定めている。基準は、細分地区ごとの定性的な基準である。宇都宮市は、重点地区において定めている。基準は、地区全体の基準と細分地区ごとの基準があり、いずれも定量的な基準である。金沢市は、景観計画区域と重点地区において定めている。基準は、景観計画区域全体と重点地区全体の基準があり、いずれも定量的な基準である。

表2 選択項目⑤における自家用広告物等の記載状況

	⑤屋外広告物に関する事項(選択項目)							
	景観計画区域 ^{※4}				景観形成重点地区 ^{※5}			
	区域全体		細分区域		地区全体		細分地区	
方針	基準	方針	基準	方針	基準	方針	基準	
仙台市	×	○定性	×	×	×	×	×	●定性
新潟市	○	×	×	×	×	×	×	×
青森市	○	○定性	×	×	×	×	×	×
宇都宮市	○	×	×	×	×	●定量	×	●定量
金沢市	○	●定量	×	×	×	●定量	×	×

×: 記載無し ○: 屋外広告物一般の記載 ●: 自家用広告物に関する記載

5. 考察

5.1 新制度適用による自家用広告物のコントロールの変化

景観法制定により景観計画を策定し、その中で自家用広告物のコントロールの基準を記載している。そして、景観計画の内容に即して屋外広告物条例を改正し、コントロール基準が変化している。

屋外広告物一般の適用地域は、旧屋外広告物条例に基づく一律の区域から景観計画に記載している景観形成の区域との連動による細分した区域に変化している。それにより、許可の基準が細分化している。

また、景観計画策定を契機として、地区指定による規制緩和や優良な屋外広告物に対して優遇措置をとる自治体がいくつか見られた。規制のみのコントロールに規制緩和を含めたコントロールへ転換している。

5.2 新制度適用による自家用広告物のコントロールの課題

青森市、新潟市以外は、適用除外の基準に変化はなかった。適用除外となる広告物の数が多いことで、新制度のコントロールを十分に活かすことができない。適用除外の基準を強化する方向で見直すことが課題と言える。

6. まとめ

本研究は、旧制度で例外を除き大部分の都市で行われていた一律的で基準の緩い自家用広告物のコントロールが、景観法制定を契機として地域・地区特性に応じたきめ細かで厳格なコントロールへと変化したことを先進5事例から実証的に明らかにしたものである。その変化とは、景観法制定を契機として、景観計画に地域・地区の特性に応じた自家用広告物のコントロールの基準を記載し、それを反映させた屋外広告物条例によって法的根拠をもたせることにより、よりの確な自家用広告物のコントロール方策を獲得したという変化である。そして、この変化の解明は、これまで課題となっていた自家用広告物の景観対策に有益な示唆を与えるものである。

今後の課題は、適用除外の基準を強化する方向で見直し、コントロールの範囲を広げることである。

【補注】

- 許可の基準: 許可が必要な広告物に対して適用される基準
- 適用除外の基準: 自家用広告物、公共広告、案内板など特定の屋外広告物に対して適用される基準である。適用除外の基準を満たすことで、指定地域・地区に関わらず、許可を受けずに表示・掲出が可能となる。
- ※1許可地域: 屋外広告物を表示する際は、原則として許可が必要な地域(屋外広告物法第4条)
- ※2禁止地域: 原則として屋外広告物を表示することができない地域(屋外広告物法第3条第1項)
- ※3特設地区: 許可地域の中さらに地区を指定し、独自の基準を設けることができる地区
- ※4景観計画区域: 景観計画において定められた景観計画の対象となる区域(景観法第8条第1項)
- ※5景観形成重点地区: 景観計画において定められた、景観形成重点地区に取り組み地区

【引用・参考文献】

- 村上洋司: 「屋外広告物の現状と条例規定に関する研究 - 神奈川県の場合」、日本都市計画学会 都市計画論文集、No.31、1996年
- 野中勝利: 「景観形成重点地区の取組による屋外広告物行政の取り組み - 地方分権下の屋外広告物行政に関する研究 その2-」、日本建築学会計画系論文集、第74巻、第638号、871-879、2009年4月
- 野中勝利: 「景観計画からみた市町村における屋外広告物行政の移行」、日本都市計画学会都市計画論文集、No.43-3、2008年10月