

令和4年度第3回
神戸市屋外広告物審議会
審議資料

(地上広告物の今後のあり方について)

令和5年3月28日

神戸市

広告物等景観保全地区の指定について (郊外インターチェンジ周辺地域)

1. 検討の背景

- ・都市景観は、自然をはじめ建物や道路、街路樹など様々な要素によって構成され、屋外広告物も、こうした都市景観を構成する重要な要素の一つとなっている。
- ・神戸市では、全国に先駆けて昭和 53 年 10 月に「神戸市都市景観条例」を制定し、様々な景観施策を推進してきた。令和 3 年 12 月には、都市景観条例を全面改正するなど社会潮流の変化をとらえながら景観施策に取り組んでおり、神戸市屋外広告物条例も、屋外広告物法及び他の法令の改正、時代の潮流に合わせて関連事項の整理を行う必要がある。

2. 屋外広告物の在り方(郊外部インターチェンジ周辺)

- ・神戸市では、現在、都市ブランドの向上と人口誘因につなげるプロジェクトとして、「リノベーション・神戸」に取り組んでおり、神戸のまちの佇まいや雰囲気的印象付ける「顔」となる重要な空間として主要鉄道駅の駅前空間の再整備を実施している。
- ・一方、車を利用し神戸を訪れる訪問者にとっては、高速道路のインターチェンジ周辺が、市の玄関口として最初に目に触れる場所であり、神戸の印象に大きく影響を及ぼす空間となっている。しかしながら、緑豊かな郊外部インターの一部では、周辺の自然環境に対して大きく派手な色彩の看板や看板の乱立が見受けられる。
- ・令和 4 年度神戸市屋外広告物審議会では、神戸の玄関口として、特に郊外部インター周辺でのふさわしい屋外広告物の在り方について、他都市の動向なども踏まえながら、様々な専門的見地により検討を実施した。

3. 令和 4 年度 神戸市屋外広告物審議会

(1) 委員

氏 名	職 名
会長 角 松 生 史	神戸大学大学院 法学研究科 教授
会長代理 藤 本 英 子	京都市立芸術大学 美術学部 教授
磯 山 哲 男	兵庫県屋外広告美術協同組合 副理事長
勝 沼 直 子	神戸新聞社 論説委員長
木 原 和 子	神戸市ネットモニター
中 村 留 美	神戸法律事務所 弁護士
長 濱 伸 貴	神戸芸術工科大学 芸術工学部 教授
古 澤 チ エ	神戸市ネットモニター

(2) 審議会開催日程

- ・令和 4 年 11 月 18 日 第 1 回 審議会 開催
- ・令和 5 年 1 月 30 日 第 2 回 審議会 開催
- ・令和 5 年 3 月 28 日 第 3 回 審議会 開催

4. 広告物等景観保全地区の指定（神戸市屋外広告物条例第8条）

(1) 基本方針

一 基本構想

高速道路等のインターチェンジ周辺は、駅前空間と並び神戸への訪問者の目に最初に触れる場所であり、神戸のイメージや魅力に影響を及ぼす地域の顔となる重要な空間である。

主要駅の駅前等は、公共空間の再整備に伴い景観面での改善が進む一方、郊外のインターチェンジ周辺の一部には、人の目を引くことのみを目的とした大きく派手な広告が氾濫し景観の調和を著しく阻害している。

また、交差点付近では、これらの看板により信号機や交通標識の視認性を低下させ、交通事故の発生や円滑な移動の妨げとなる恐れがある。

地域の景観に調和するとともに、神戸の玄関口としてふさわしい景観を整序していくため、郊外インターチェンジ周辺地域を広告物等景観保全地区に指定し、規模や位置、色彩の規制・誘導を行い、周辺環境と調和した統一感ある沿道の広告景観形成をめざす。

二 広告物等の位置、形状、面積、色彩、意匠その他表示の方法に関する事項

広告物の種類	位置、形状、面積、色彩、意匠その他表示の方法
地上広告物	(1) 広告物の相互間距離は5 m以上とすること。 (2) 信号機及び道路標識からの距離は5 m以上とすること。 (3) 彩度10以上の色数は2色以下とすること。 (4) 広告物が複数掲出される場合は集合化に努めること。 (5) 神戸市景観計画の景観計画区域全域（重点地域及び重点地区を除く。）における「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」に示す景観形成基準及び夜間景観形成基準を満たすこと。

(許可基準)

	(新たな基準)	(参考) 兵庫県
相互間距離	5 m	5 m
信号機等からの距離	(信号機) 5 m (道路標識) 5 m	(信号機) 5 m (踏切) 5 m
色彩	彩度10以上の色数は2色以下	彩度10以上の色数は2色以下

【参考】

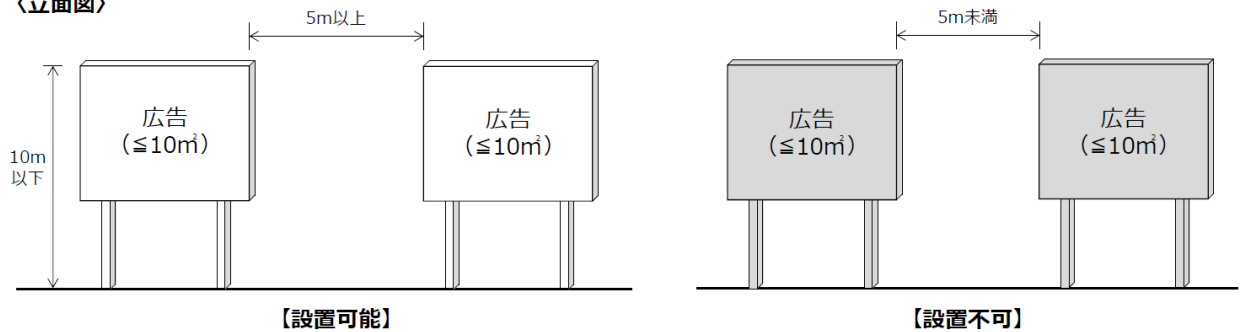
(その他一般基準) 神戸市屋外広告物条例施行規則 別表第1②

	神戸市		(参考) 兵庫県
	住居系地域	商工系地域	
面積 (1面)	10㎡以下	30㎡以下	10㎡以下 ただし、広告塔は2面15㎡以下
高さ	10m以下	15m以下	5m以下 ただし、広告塔は10m以下

※ 住居系地域・・・市街化調整区域、第一種低層住居専用地域、第二種低層住居専用地域、第一種中高層住居専用地域、第二種中高層住居専用地域、第一種住居地域、第二種住居地域

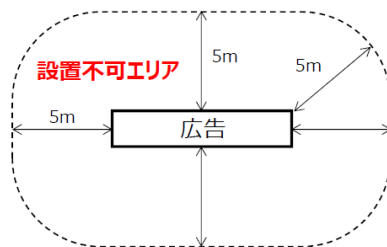
商工系地域・・・準住居地域、近隣商業地域、商業地域、準工業地域、工業地域、工業専用地域

〈立面図〉



〈平面図〉

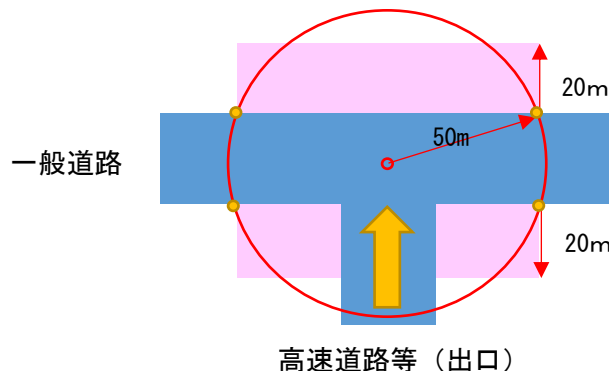
設置可能エリア



(2) 指定範囲

- ・市外から市内に車両が流入する郊外の高速度道路等のインターチェンジ周辺地域
※郊外：人口集中地区 (DID 地区) 以外
- ・高速度道路等の出口と一般道路の合流する地点 (出口道路の中心線と合流道路の中心線が交わる点) を起点におおむね半径 50 m、道路境界線から 20 m の範囲で指定する区域

(例)



【参考】

(指定範囲の考え方)

- (1) 合流地点から半径50m
 - ・ドライバーが看板を視認できる範囲（視野角：概ね120度）を考慮して設定
- (2) 道路境界線から20m
 - ・神戸市の地勢や看板の設置状況、他都市の指定状況、また道路法（第44条）の沿道区域の指定基準をもとに設定

(3) 経過措置について（神戸市屋外広告物条例第12条の3のとおり）

【規則改正に伴う既存不適格物件の経過措置の期間】

原則、現在の許可年数終了後、3年を経過するまでの間

(ただし、4年目以降は、改修計画書及び誓約書を求め適正化を担保する。)

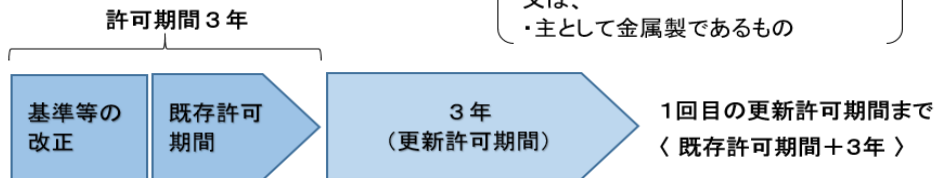
《経過措置のイメージ》

① 一般基準

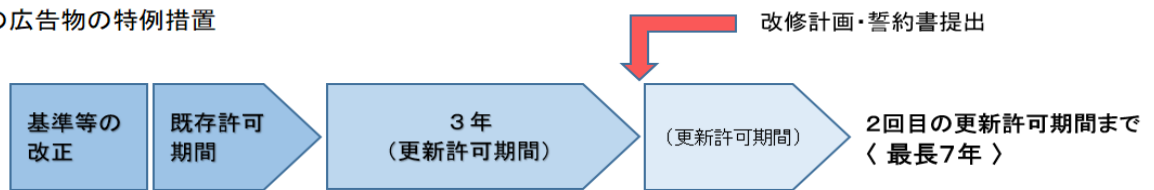


② 地上広告物（野立て看板）に適用される基準

- ・広告物の掲出を目的とする工作物
- 又は、
- ・主として金属製であるもの



③ ②の広告物の特例措置



5. 今後の予定

- 令和5年4月 広告物等景観保全地区案の決定
- 6月～ パブリックコメント（市民意見公募）
- 9月～ 神戸市屋外広告物条例施行規則改正
- 広告物等景観保全地区指定の告示

6. 今後の屋外広告物の在り方について（今後の課題・検討すべき事項）

規制基準全般

- ・規制を厳しくするだけでなく実効性のある基準にするという視点が重要である。
- ・規制の在り方は、短期的な視点、長期的な視点をもって検討しなければならない。
短期的には、少なくとも兵庫県基準に合わせた規制とすることが自然であるが、一方で、長期的な観点としては、集合化により表示面積が小さくなることで広告として成り立つのか、また、デザインの観点からの色彩の在り方や、民間の土地利用と広告業等の活動と、景観行政とどうすればマッチングできるのかという観点から考察していくことが必要である。

彩度・色相要件

- ・景観との調和という点では、彩度よりベースカラーが重要であり、ベースカラーに一定の規制がかけられないか、将来的には検討が必要ではないか。

規制範囲

- ・規制範囲については地形・地勢の観点を考察する必要がある。平坦地が多い都市部であれば視覚的にも規制範囲を広くする必要があるが、神戸のような地形では20mの範囲とするのが現実的である。規制後の状況を踏まえて、数年後に検討することも必要ではないか。

経過措置期間

- ・土地利用や広告板は私有財産である以上、財産的価値が認められるため、一定の経過措置は必要であるが、現在の経過措置期間（現在の許可年数終了後3年間）が適切なものかは今後検証していく必要があるのではないか。

指導体制

- ・行政は毅然と無許可物件に対して是正措置をとるためには執行力を高めていかねばならない。現行法令（屋外広告物法・神戸市屋外広告物条例）では措置命令・罰則等が規定されている。基準の制定に併せて指導体制の見直しができるればエンフォースメントの力（執行力）を高めていけるのではないか。

社会実験

- ・まちの風景を修景しながら、商業的にみせる広告の在り方を検討するためには、社会実験を行い、あわせて、行政からの助成の在り方を検討する必要があるのではないか。モデル地区の指定や助成制度の在り方は引き続き検討する必要がある。

7. その他 同一壁面における同一表示内容の広告物について

(1) 趣旨

- ・屋外広告物は、一定の観念、イメージ等を伝達することを目的に屋外で公衆に表示されるものであり、商業広告や案内サイン、誘導サインのほか、企業名や施設（ビル）名、ロゴ、また（表示する者の事業等に関係しない）絵画や写真の表示なども屋外広告物である。
- ・同一広告の連続により景観が乱されることを防止するために同一壁面において同一内容の広告物の掲出を禁止している。
- ・一方で、平成 22 年 4 月に、壁面が大きい建築物に対して、店名表示など複数表示が必要なものやロゴ等を左右対称に表示することで均整の取れたデザインとなるものなど、景観形成等の観点から特に規制が必要と言えないものに対してまで、過度の規制とならないよう基準の緩和を図っている。

(2) 壁面広告物の規格基準（神戸市屋外広告物条例施行規則 別表第 1）

(1) 広告物の表示面積は、次のアからウまでに掲げる基準によること。

- ア 広告物の表示面積（同一の壁面に複数の壁面広告物がある場合にあっては、これらの広告物の表示面積の合計）は、広告物を取り付ける壁面の面積の 3 分の 1 を超えないこと。
- イ 住居系地域にあっては、広告物の表示面積は、1 個につき 30 m²を超えないこと。
- ウ 商工系地域にあっては、広告物の表示面積は、1 個につき 70 m²を超えないこと。

(2) 同一の壁面に同一の表示内容の広告物を複数掲出しないこと。ただし、それぞれの広告物間の距離が 30m 以上ある場合には、この限りでない。

(3) 広告物は、その取り付ける壁面からはみ出さないこと。

【他都市の状況】

(県内)

	同一壁面の設置基準
兵庫県	意匠が同一のものにあっては、1 壁面に 1 枚（基）とすること。
明石市	意匠が同一のものにあっては、1 壁面に数量が 2 枚（基）とすること。
西宮市	意匠が同一のものにあっては、1 壁面に 1 枚限りであること。
尼崎市	意匠が同一のものにあっては、1 壁面に 1 枚（基）とすること。
姫路市	意匠が同一のものにあっては、1 壁面又は 1 屋根面につき数量が 1 であること。 <u>ただし、広告物等の相互間の距離が 30m 以上である場合又は建築物の出入口付近に表示するもので、建築物全体における広告物表示の調和に配慮しており、かつ、当該建築物への円滑な誘導のために必要な最小限と認められるものである場合にあっては、この限りでない。</u>
芦屋市	意匠が同一のものにあっては、1 壁面に 1 枚（基）とすること。

(政令指定都市) 同一壁面同一広告物の掲出制限の規定がある自治体

	同一壁面の設置基準
札幌市	同一壁面に同一表示内容の壁面広告物を2個以上設置しないこと。
千葉市	(景観条例-中央公園プロムナード都市景観デザイン推進地区の基準) 一壁面について、同一内容のものは1箇所とする。
大阪市	(景観条例-重点届出区域の基準) 1つの広告物に対し、情報量は最小限とする。 } 同一情報を複数表示しないよう誘導 広告物は集約して設置する。
岡山市	意匠及び広告文が同一のものは、1壁面に1個であること。

同一壁面における同一表示内容のイメージ (現行基準)

