

資 料 一 覧

(平成21年8月3日 第2回部会)

大阪市屋外広告物審議会規則 (改正後)	(資料 1)
大阪市屋外広告物審議会検討部会設置要綱	(資料 2)
屋外広告物法	(資料 3)
大阪市屋外広告物条例	(資料 4)
大阪市屋外広告物条例施行規則	(資料 5)
「地域における公共的な取組に要する費用への充当を目的とする広告物の道路占用の取扱いについて」 (平成20年3月25日 国道利第22号) (平成20年3月25日 国道利第24号)	(資料 6)
バナー許可事例等	(資料 7)
電柱広告の許可基準の見直し	(資料 8)
長堀通広告物景観形成地区基本計画	(資料 9)
大川広告物景観形成地区基本計画	(資料 10)
屋外広告物に関するガイドプラン	(資料 11)
大阪市における屋外広告物行政と景観行政の関係について	(資料 12)
横浜市における広告事業の概要	(資料 13)
新しい広告媒体 (LED等)	別 添

※太字は今回新たに追加

大阪市屋外広告物審議会規則

制定 昭和 40 年 11 月 18 日大阪市規則第 113 号

改正 昭和 46 年 6 月 5 日大阪市規則第 62 号

改正 昭和 63 年 4 月 1 日大阪市規則第 79 号

改正 平成 21 年 7 月 31 日大阪市規則第 116 号

(目的)

第 1 条 この規則は、執行機関の附属機関に関する条例（昭和 28 年大阪市条例第 35 号）第 2 条の規定に基づき、大阪市屋外広告物審議会（以下審議会という。）の組織、運営その他必要な事項について定めることを目的とする。

(組織)

第 2 条 審議会は、委員 15 名以内をもって組織する。

2 委員は、学識経験者その他市長が適当と認める者の中から市長が委嘱する。

3 委員の任期は、2 年とする。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(会長)

第 3 条 審議会に会長を置き、委員の互選によりこれを定める。

2 会長は、審議会を代表し、議事その他の会務を総理する。

3 会長に事故があるときは、あらかじめ会長の指名する委員がその職務を代理する。

(専門委員)

第 4 条 専門の事項を調査審議させるため必要があるときは、審議会に専門委員を置くことができる。

2 専門委員は、学識経験者その他市長が適当と認める者のうちから市長が委嘱する。

3 専門委員は、当該専門の事項に関する調査審議が終了したときは、解嘱されるものとする。

(部会)

第 5 条 会長が必要と認めるときは、審議会に部会を置くことができる。

2 部会は、会長が指名する委員及び専門委員で組織する。

3 部会に部会長を置き、当該部会に属する委員のうちから会長が指名する。

(会議)

第 6 条 審議会の会議は、会長が招集する。

2 審議会は、委員の半数以上が出席しなければ、会議を開くことができない。

3 審議会の議事は、出席委員の過半数で決し、可否同数のときは、会長の決するところによる。

(関係者の出席)

第7条 審議会は、必要があると認めるときは、関係者の出席を求め、その意見又は説明を聴くことができる。

(庶務)

第8条 審議会の庶務は、建設局において行う。

(施行の細目)

第9条 この規則の施行に関し必要な事項は、会長が定める。

附 則

この規則は、公布の日から施行する。

附 則（昭和46年6月5日大阪市規則第62号）

この規則は、公布の日から施行する。

附 則（昭和63年4月1日大阪市規則第79号）

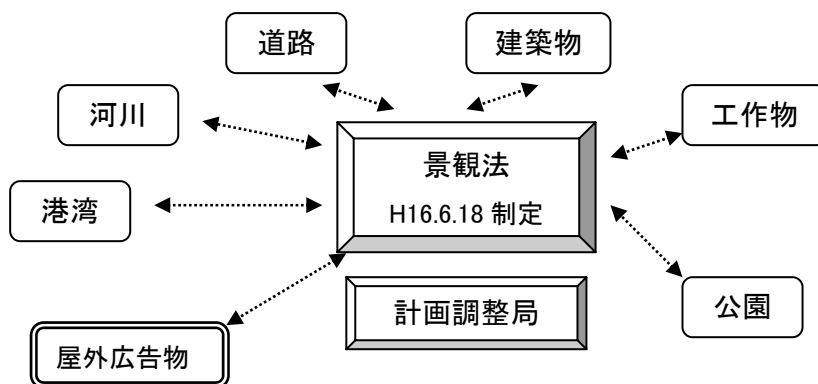
この規則は、公布の日から施行する

附 則（平成21年7月31日大阪市規則第116号）

この規則は、公布の日から施行する

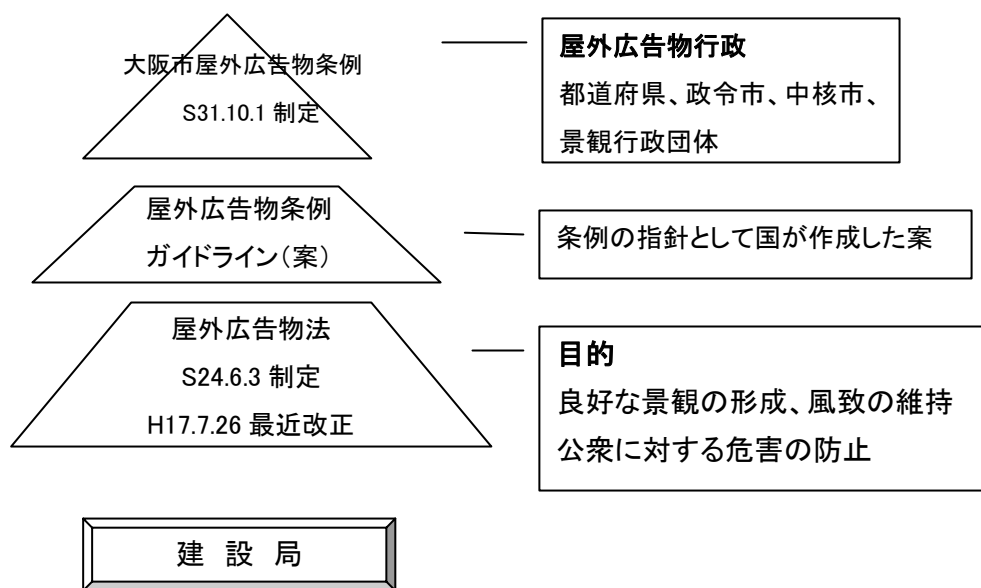
大阪市における屋外広告物行政と景観行政の関係について

1. 景観法の範囲について



※屋外広告物は、景観を構成する要素の一部である。

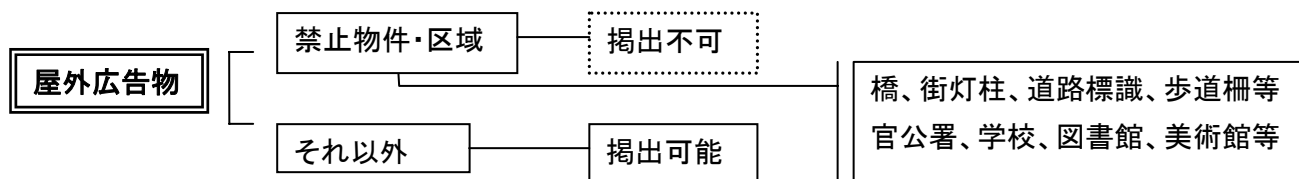
2. 屋外広告物法と条例の関係



屋外広告物とは、次の4つの要件をすべて満たしているもの

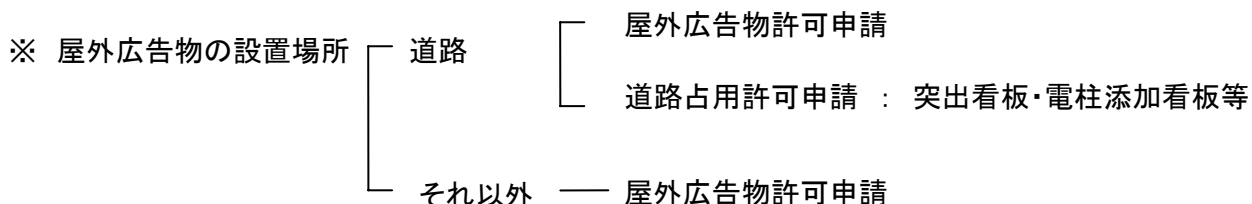
- ① 常時又は一定の期間継続して表示
- ② 屋外で表示
- ③ 公衆に表示
- ④ 看板、立看板、はり紙及びはり札並びに広告塔、広告板、建物その他の工作物等に掲出され、又は表示されたもの並びにこれらに類するもの

3. 屋外広告物の掲出について



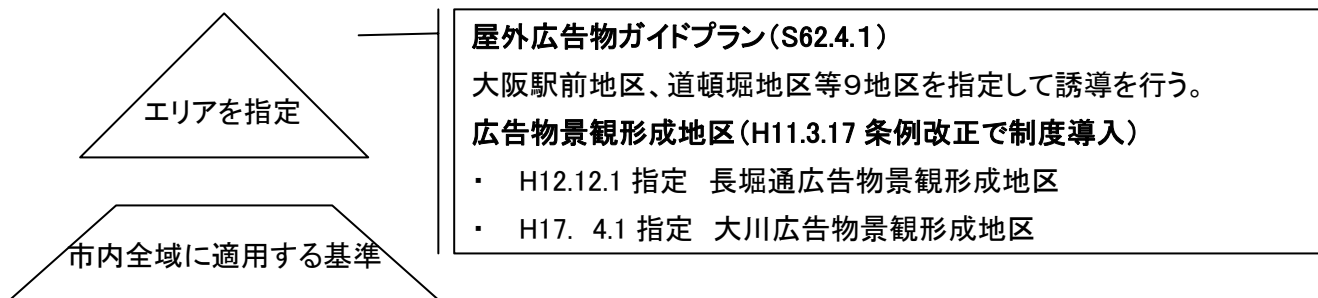
○ 屋外に広告物を掲出する場合は、市長の許可を受けなければならない。(条例第2条)

一般広告物	屋上塔、屋上板、地上塔、地上板、壁面板、突出看板 電柱及びこれに類するものを利用する広告物 車体またはバス等の車体を利用する広告物
簡易広告物	はり紙、はり札、広告旗、立看板等、アドバルーン、広告幕



4. 本市の施策

○ 条例、規則で市内全域の基準を設けながら、特に景観に配慮すべき地区を定めて別途基本計画を策定。



4. 最近の動向

平成16年景観法の制定にともなう屋外広告物法の改正

- ① 景観行政団体による屋外広告物条例制定を可能にした
- ② 許可対象区域・禁止物件の拡大
 - ・景観重要建造物及び景観重要樹木を禁止物件に追加
- ③ 規制の実効性の確保
 - ・簡易除却制度の対象拡大による規制の実効性の確保
- ④ 屋外広告業の登録制の導入

大阪市屋外広告物条例の改正
②④ H18. 9.21 改正
③ H19. 3.16 改正

屋外広告物行政 (建設局 路政担当)	景観行政 (計画調整局 都市デザイン担当)
屋外広告物法 《昭和 24 年制定》 ・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、屋外広告物の表示及び掲出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。(1 条) ・景観計画に、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に関する行為の制限に関する事項が定められた場合は、屋外広告物条例は当該景観計画に即して定めるものとする。(6 条)	景観法 《平成 16 年制定》 ・良好な景観の形成を促進するため、景観計画の策定その他の施策を総合的に図る。(1 条) ・景観行政団体(大阪市)は、景観計画を定めることができる。(8 条) ・景観計画には、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に関する行為の制限に関する事項について、必要であれば定めることができる。 (8 条 2 項 5 号イ) ・景観行政団体の長(大阪市長)は、景観重要建造物・樹木を指定することができる。(19 条・28 条)
屋外広告物条例 《昭和 31 年制定》 ・屋外広告物法に規定する屋外広告物の表示及び掲出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を行う。 (1 条) ・景観法の規定により指定された景観重要構造物・樹木のうち、市長が指定するものは広告物の禁止物件とする。(4 条 2 項 6 号) 今後、指定されれば禁止物件として扱う。 ・市長は、広告物景観形成地区を指定することができる。(6 条の 2 1 項) ⇒ 2 地区を指定 (長堀通、大川) 今後、屋外広告物に関する事項が盛り込まれることになれば、条例の改正等で整合性を図る必要がある。	都市景観条例 《平成 10 年制定、18 年改正》 ・景観法の施行について必要な事項その他良好な都市景観の形成に係る基本的な事項を定める。(1 条) ・市長は、景観重要構造物・樹木を指定した時は、直ちにその旨を公示するものとする。(16 条 2 項) ※現在、指定されたものはない。 ・市長は、景観計画を補完するため、特に必要と認める地域を景観形成地域として指定し、地域ごとの特性に応じた景観形成方針を定める。(6 条 1 項、2 項) ※現在、屋外広告物に関する事項は記載されていない。 大阪市景観計画 《平成 18 年策定》 ○景観法に基づいて、景観行政団体が良好な景観の形成を図るため、①対象区域、②良好な景観の形成に関する方針、③行為の制限に関する事項、④景観重要構造物・樹木の指定方針などを定める計画 ※大阪市全域を景観計画の区域としている。 ※現在、屋外広告物に関する事項は記載されていない。
屋外広告物に関するガイドプラン (基準) ・9 地区を指定 (大阪駅前、本町通、上町台地、西淀川、道頓堀、難波高島屋前、堺筋、平野、此花) 屋外広告物の申請は、景観担当と協議済みであることを確認してから、受理している。	建築美観誘導制度 (要領) ・実施路線は、国道 2 号線、なにわ筋、四ツ橋筋、御堂筋、土佐堀通、堺筋(市内中心部)沿いの建築物 御堂筋まちなみ誘導制度 (要綱) ・実施路線は、土佐堀通～中央大通までの御堂筋沿いの建築物 ※これらは、屋外広告物の設置も対象となっており、屋外広告物条例より厳しい広告物の誘導基準を設けている。

横浜市における広告事業の概要

1. 広告事業とは？

広報印刷物のみならず、ホームページ、公共施設(建物、車体)等、横浜市のあらゆる資産を広告媒体として有効活用し、民間の各種事業者の広告を掲出して、広告料収入を得る事業のこと。

2. 導入した背景

- ・従来から「広報よこはま」等の広報誌に広告を掲出てきたが、平成 15 年度からは、厳しい財政状況の中、財源確保の必要性から、他の広報印刷物についても積極的に広告を掲載し始めた。
- ・また、平成 16 年 4 月からは、専任の組織（広告事業推進担当）において、広報印刷物だけではなく、公共施設などにも積極的に広告を掲載することに取り組んでいる。

3. 事業の目的

- ①横浜市の保有する資産の有効活用
- ②事業者に安価に広告媒体を提供することによる地域経済の活性化
- ③市税収入が年々減少する中で財政を維持するための新たな財源の確保

4. 事業の具体的な運用手法

- ・専任部署である広告事業推進担当が、庁内外の窓口となり市役所の印刷物やホームページバナー、庁舎壁面等を広告媒体として商品化し、企業からのタイアップ等の提案も一元的に受付けている。
- ・現金収入だけではなく、企業と協働で事業を行ったり、企業からの提供物品を市民サービスに活用するなどといった費用軽減策にも力を入れている。

【広告事業イメージ図】

<イメージ>



5. 広告媒体

媒体名	広告の種類（例）
印刷物	パンフレット・封筒・給与明細・保険証カバー
WEB ページ	バナー広告
庁舎内	広告付き玄関マット・エレベーター内広告・階段壁面広告 庁舎内マルチビジョン広告・窓口用記載台広告・広告付き鉢植え ウォーターサーバーの設置
庁舎外	庁舎の壁面広告・庁舎の駐車場内への立看板設置
道路施設	道路照明灯のフラッグ広告・地下道の壁面広告
その他 公的施設	自転車駐輪場の壁面広告・駅前広場等のスクリーン（動画）広告 消防署の壁面広告・防火水槽敷地の立看板・移動トイレ車側面広告
ネーミング ライツ	動物園・球技場・科学館
行事イベント	成人の日を祝う集いの協賛 市立小学校体育大会の協賛

○ **太字**は次ページに写真あり。

○ 網掛けの部分は屋外広告物条例の許可が必要



広告付き玄関マット



階段壁面広告



庁舎内マルチビジョン広告



庁舎壁面広告



道路照明灯のフラッグ広告



地下道の壁面広告



駅前広場の
スクリーン広告



防火水槽敷地の立看板



移動トイレ車側面広告

6. 広告料の使途

＊広告媒体の制作費、維持管理費

＊広告媒体を製作した局区が推進する各種事業の財源

7. 事業の効果

	平成 16 年度決算	平成 17 年度決算	平成 18 年度予算
広告料収入	7,100 万円	9,300 万円	1 億 3,660 万円
ネーミングライツ		4 億 7,000 万円	4 億 7,000 万円
費用節減効果	2,228 万円	5,500 万円	4,600 万円

(平成 19 年 3 月時点のデータ)

8. 住民の反応・評価

アンケート調査なども行っているが、概ね「財政状況が厳しいのだから、少しは役人も汗をかけ」というのが意見の大半。「節度や品位を保ちながら実施すべし」との声も合わせると、8割超の意見が賛成である。

9. 課題・問題点等

- ・広告事業はお客様ありきであり、「選ぶ側」から「選ばれる側」になっていることを職員に意識させること
- ・「品位がない」「官が管理するスペースぐらい、広告のないすっきりとしたものにしたい」といった反対派の市民感情への配慮