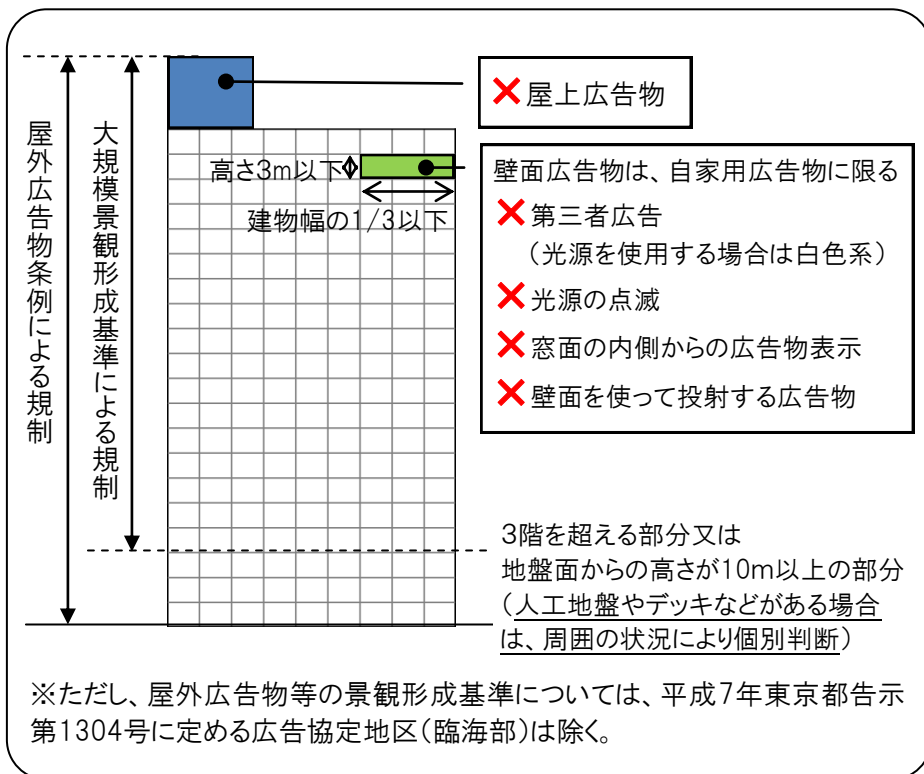


<現 状>

- ・都市開発諸制度等を活用する建築物については、屋外広告物が無秩序に設置されるのを防止する目的で、「大規模建築物等の建築等に係る景観形成基準」により、設置位置、規模等について屋外広告物条例よりも厳しい規制をかけている。
- ・駅前の市街地再開発事業など、個別判断により基準を緩和し、設置を認めた事例がある。

【参考】大規模建築物等の建築等に係る景観形成基準（屋外広告物等）



<課 題>

- ・駅前などの立地では、にぎわい形成を目的として、3階(10m)を超える部分への自家用広告物設置の要望が多い。
- ・景観形成基準を緩和する手段として「特定区域景観形成指針」の策定があるが、広告物の緩和のみを目的とした、指針策定の相談が増えている。

<今後の方向性>

- ・屋外広告物は、情報の提供や活気、にぎわいの演出など、街の表情をつくりだす景観要素の一つであるため、立地特性を踏まえて、
 - ①にぎわい形成への寄与
 - ②良好な景観形成への配慮
 がなされる場合について、壁面に設置する広告物を対象として、基準を緩和できるよう、景観計画の「大規模建築物等の建築等に係る景観形成基準」を変更する。
- ・基準の緩和にあたっては、広告物による景観形成の考え方、広告物の形状、面積、色彩、意匠などに関する統一的な自主基準の設定、管理体制など自主基準の遵守に関する措置などの事項について、事業者に定めさせ、にぎわい形成や良好な景観形成に寄与すると知事が認めた場合を対象とするなど、条件を付与する。