

**福井県屋外広告物条例・施行規則等
の見直し（案）**

**平成27年7月
福井県土木部都市計画課**

目 次

1. 趣 旨	1
2. 屋外広告物条例について	3
3. 規制見直しの背景	5
4. 規制見直しにより目指す屋外広告物のイメージ	1 4
5. 良好な景観形成に向けた課題	1 7
6. 屋外広告物規制見直しの基本方針	1 9
7. 現行条例の課題と規制内容見直しの方向性	2 0
8. 規制見直しの具体的内容	
(1) 自然・歴史・文化を活かした魅力ある観光地の景観づくり	2 2
・ 史跡・名勝などの区域内における規制	2 2
・ 自然・歴史を活かした観光地周辺の規制	2 4
・ 自然公園内や観光地周辺の道路沿線における規制	2 7
(2) 田園や里地里山における「ふるさと福井」の景観づくり	2 8
・ 観光ルートや幹線道路における規制	2 8
・ 北陸新幹線沿線における規制	3 0
(3) 文化・教養施設にふさわしい周辺景観づくり	3 2
(4) 都市のシンボルとなる景観づくり	3 5
(5) 市街地等における良好な広告景観づくり	3 7
(6) 交差点周辺の良好な景観づくりと交通安全の確保	4 0
(7) 色彩の適正化による良好な景観づくり	4 2
9. 既存広告物の経過措置について	4 4
10. 各施策との連携と推進体制	4 7
◆ 屋外広告物条例規制見直し 添付資料	
添付資料 1 新たに屋外広告物を規制する観光地および道路の候補（自然・歴史）	
添付資料 2 福井県屋外広告物条例・施行規則等 許可基準改正(案)一覧表	
◆ 屋外広告物 参考資料	
参考 1 規制見直しにより期待される効果	
参考 2 規制見直しに対するアンケート調査（意見交換）	
参考 3 屋外広告物規制見直し(案)策定経緯	

1. 趣 旨

(1) はじめに

屋外広告物は、様々な情報を提供し、利便性を高める機能を有していますが、建築物などと同じようにまちなみや自然景観を形成する重要な要素の一つでもあります。

そのため、無秩序に広告物が設置されると良好な景観を阻害したり、落下・倒壊等による事故、道路や信号機の見通しを妨げるなど、安全上の問題が発生するおそれがあるため、福井県屋外広告物条例・施行規則等により設置場所や高さ・大きさ等を制限しています。

福井県には九頭竜川や足羽山・足羽川などに代表される多様で豊かな自然、一乗谷朝倉氏遺跡や熊川宿などの歴史や伝統に培われたまちなみ、人の営みが息づく田園・農村風景など「ふるさと」を感じさせる景観が数多くあり、県民一人ひとりが「ふるさと」に誇りを持ち、これらの景観を守り、育てることが大切です。

また、地域における住居・商店などの何気ない身近な風景を良好に保つことは、そこで暮らす人々の快適な生活や商いの魅力を高めることにもなります。

福井県では、このような景観を「みんなのもの」と考え、県民共有の財産として良好な景観づくりを進め、美しいふるさと福井の景観を次代に継承します。



九頭竜川(勝山市)



足羽川の桜並木(福井市)



白壁の伝統的民家群(越前町)



内浦湾の棚田(高浜町)

(2) 目的

本県では、平成26年7月に舞鶴若狭自動車道「若狭さとうみハイウェイ」が全線開通し、北陸新幹線については、平成27年3月14日の金沢開業や金沢・敦賀間の平成34年度末開業が決定されるなど、福井県を取り巻く高速交通体系が大きく進展します。

また、平成30年には福井しあわせ元気国体・福井しあわせ元気大会が開催されるなど、今後、全国各地からの来県者の増加が期待されます。

こうした中、来県者の方々に福井県が誇る美しい自然や歴史、伝統などふるさと福井の良さを満喫していただけるよう、各地域において良好な景観形成を図り、ふるさと福井の魅力を高めていくことが重要となります。

屋外広告物は、県民にとって必要な情報入手手段のひとつであり、また、設置場所やデザインによっては、まちの個性や魅力を高める重要な要素でもあります。

しかし、県内における広告物の現状は、必要以上の大きさのものが過剰に設置されるなど周辺景観との調和が図られず、ふるさと福井の景観を損なう原因にもなっています。

県では、何よりも県民が「ふるさと」に誇りと愛着を持てるよう、良好な景観づくりを推進するとともに安全で安心なまちづくりを進めるため、福井県屋外広告物条例・施行規則等における許可基準等を見直すものです。



一乗谷朝倉氏遺跡(福井市)



熊川宿(若狭町)

◆ 背景

1) 本県を取り巻く社会情勢

- ・北陸新幹線などの高速交通ネットワークの進展に伴う来県者の増加
- ・福井しあわせ元気国体開催に伴う来県者の増加
- ・国における観光立国の推進 (H25年訪日外国人客数 1,000万人突破)
- ・県内観光客入込数は復調 (H26年福井県観光客入込数 1,132万人)
- ・インターネットの重要性の高まり (携帯電話普及率 94.8%、インターネット利用率 82.8%)
- ・文化、教養施設、都市公園の利用者増加によるニーズの高まり
- ・郊外における大型店舗の増加(福井県商業振興・金融課HP)
- ・人身事故に占める交差点事故の割合が高い(H26年 57.1%、全国ワースト 13位)

2) 景観意識の高まり

- ・全国での景観に関する意識の高まり (H23年 国土交通省 調査)
- ・景観と屋外広告物に関する県民意識の高まり (H26年 福井県 調査「景観に関心がある」82%)
- ・全国の観光動向調査では、「自然風景、名所・旧跡をみる」が高い(H26 日本観光振興協会調査)
- ・本県に訪れる観光客の主な目的は、「歴史・文化、自然景観」が多い(H26 福井県観光客入込数調査)

2. 屋外広告物条例について

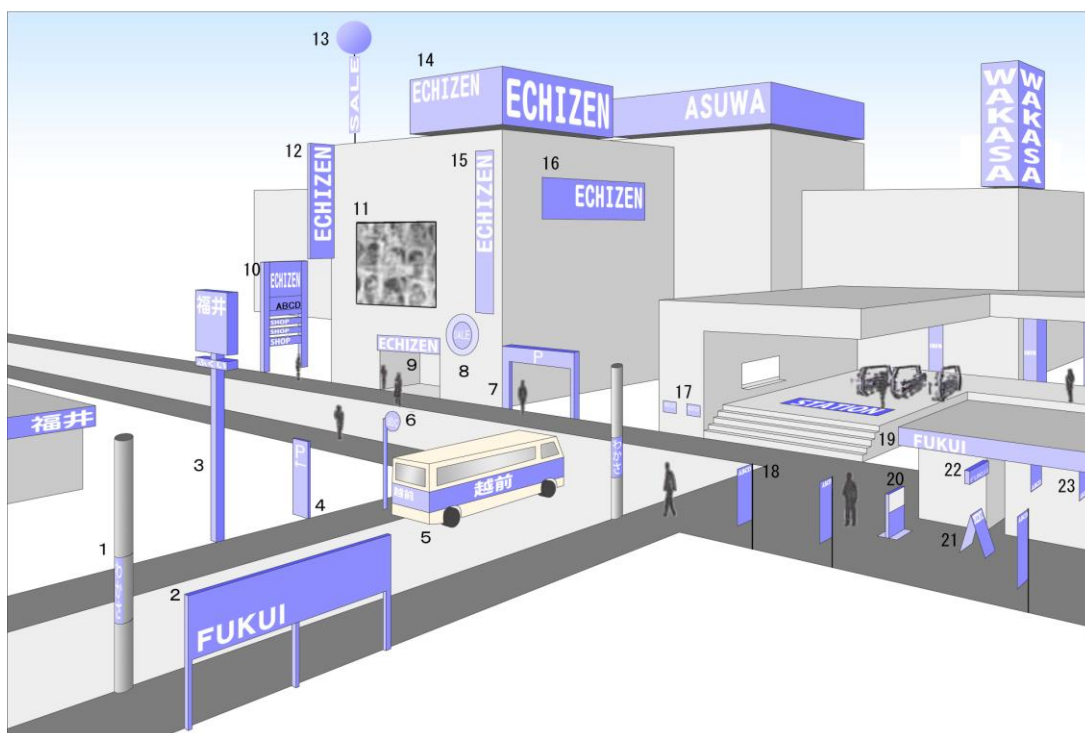
(1) 屋外広告物の役割

屋外広告物は、案内や目印になるなど生活に必要な情報を提供するとともに、商品やサービス等の宣伝など経済活動にも利用されるなど、日常の様々な活動において重要な役割を果たしています。

しかし、背景となる建物やまちなみ、山々などの自然とともに、不特定多数の人の目に入ってしまうもので、屋外広告物は「景観」として見た場合、私有物であると同時に公共物でもあるため、皆が気持ちよく生活できるよう、周囲との調和を心がける必要があります。

《屋外広告物とは》

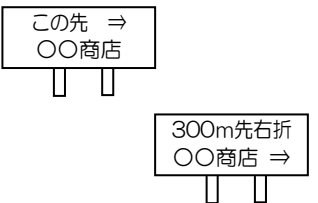
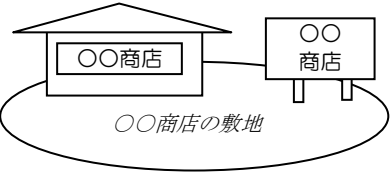
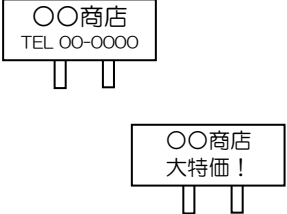
屋外に設置されている広告板、広告塔、のぼりや立看板などで、屋外広告物法において「常時または一定の期間継続して、屋外で、公衆に対して表示されるもの」と定義されています(法第2条第1項)。



- | | | |
|------------------|--------------|-----------------|
| 1 電柱広告 | 9 壁面広告 | 17 貼り紙・貼り札 |
| 2 野立広告 | 10 独立広告板 | 18 広告旗(のぼり旗) |
| 3 独立広告(ポールサイン) | 11 大型ビジョン | 19 壁面広告 |
| 4 独立広告(駐車場誘導サイン) | 12 突出広告 | 20 置看板(スタンドサイン) |
| 5 車体広告(ラッピング) | 13 アドバルーン | 21 置看板(A型看板) |
| 6 消火栓付広告 | 14 屋上広告(広告塔) | 22 突出広告 |
| 7 独立広告(ゲートサイン) | 15 懸垂幕 | 23 広告旗(バナー) |
| 8 壁面広告(POPサイン) | 16 壁面広告 | |

《 機能（目的）による分類 》

屋外広告物条例では、機能や設置される目的によって、屋外広告物を次のように分類します。

類 分	案内広告物	自家用広告物	一般広告物
意義	「次の交差点を左折すると〇〇 商店」など、店舗等へ案内誘導を目的とするもの	自己の店舗等の敷地において、店舗等の名称や営業内容を表示するために設置されるもの	左記以外の屋外広告物
イメージ			

（２） 屋外広告物条例の目的

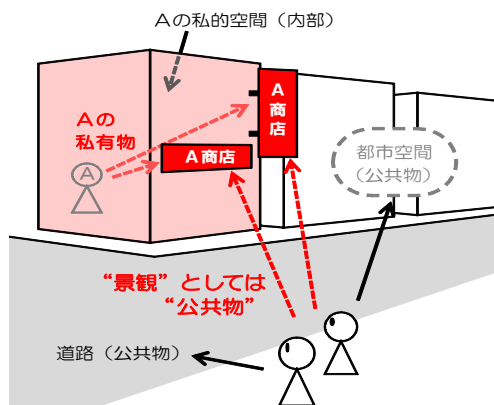
「福井県屋外広告物条例・施行規則等」は、「屋外広告物法」に基づき、屋外広告物の設置を禁止する場所や表示面積・高さなど、様々なルール（設置基準）を定めています。これは、次の二つの目的によるものです。

① 良好な景観の形成・風致の維持

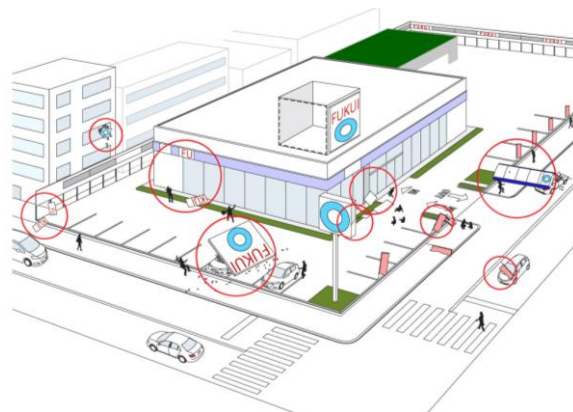
屋外広告物は、建築物などと同じように、景観を構成する重要な要素の一つです。その大きさ、高さ、設置場所等によっては、良好な景観の形成に寄与することもあれば、景観を阻害する要因にもなってしまうものといえます。

② 公衆に対する危害の防止

屋外広告物を何らのルールなしに設置できることとなると、倒壊・落下等の事故が発生し、公衆に対して危害が及ぶことになりかねません。また、道路（交差点）や信号機、道路標識の見通しを妨げると、交通安全上問題となる場合もあります。



景観として見た場合、屋外広告物は「みんなのもの」



屋外広告物の被害は敷地外にも影響

3. 規制見直しの背景

(1) 本県を取り巻く社会情勢

① 高速交通ネットワークの進展

平成26年7月の舞鶴若狭自動車道「若狭さとうみハイウェイ」全線開通により、嶺南地域において嶺北地域からの観光客とともに、関西、中京、北陸に加え、中国・四国、東海地方など、より遠方からの観光客が増加しています。

また、平成27年7月に予定されている京都縦貫自動車道の全線開通により、琵琶湖を囲み、本県と関西圏とを結ぶ大小2つのループが形成され、交通の利便性が向上します。

平成27年3月に北陸新幹線が金沢まで開業し、平成34年度には、敦賀までの延伸が予定されています。新幹線開業により、首都圏、信越など新幹線沿線地域からの観光客の増加が見込まれるとともに、外国人観光客の利用も期待されます。

中部縦貫自動車道については、平成28年度の福井北―大野間の永平寺大野道路開通によって、奥越地域への観光客の増加や県内の周遊性の向上が期待されます。

【福井県から伸びる高速交通ネットワーク】



② 福井しあわせ元気国体の開催

平成30年開催予定の福井しあわせ元気国体・福井しあわせ大会に伴い、来県者の増加が期待されることから、県では主要駅や開会式会場、各競技会場などで来県者のニーズに応じた観光コースの提案や隠れた観光地などを紹介できるコンシェルジュの養成を進めています。

さらに、全国から訪れる多くの来県者を温かくお迎えするため、各市町や地域住民の方々と連携し、美化運動や花いっぱい景観づくり、地域の宝の紹介など、おもてなし活動を推進していきます。

③ 国における観光立国の推進

観光は交流人口を拡大し、地域経済の活性化につながることから、次世代の成長分野として期待されています。また、観光産業は旅行業や宿泊業、飲食業、交通事業といった分野だけでなく、製造業、農林水産業など幅広い分野に関連がある裾野の広い産業であり、旅行消費による生産波及効果や雇用創出効果も期待されます。

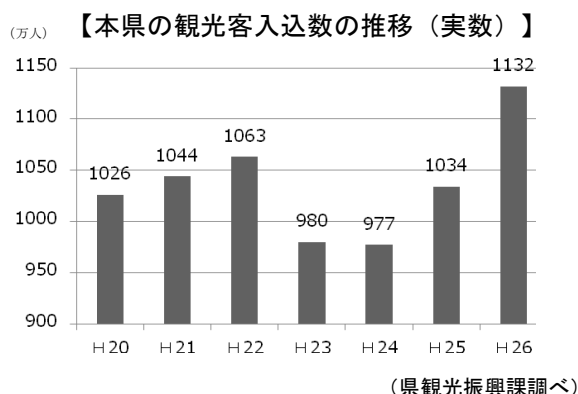
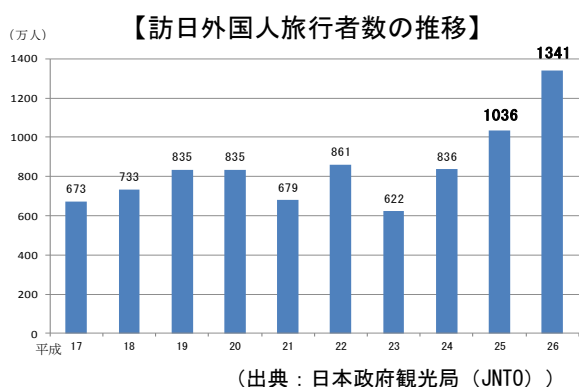
平成25年に訪日外国人客数が初めて1,000万人を突破し、平成26年には1,341万人となりました。

国においては、平成32年の東京オリンピック・パラリンピックの開催に向けて、訪日外国人旅行者数2,000万人を目指すためのアクション・プログラムを策定するなど、訪日外国人旅行者数は、今後、さらに増加することが期待されています。

④ 県内観光客入込数の推移

本県の観光客入込数については、平成25年に3年ぶりに1,000万人を超えて1,034万人（実数）となり、平成26年は平成に入って最多の1,132万人となっています。

平成25年における北陸3県の観光客入込数を比較すると、本県は石川県の約半数、富山県の約6割と、全国各地で魅力ある観光地の創出が進められるなか、さらなる観光誘客が求められています。



【北陸三県の観光客入込数（実数）の推移（単位：万人）】

	H5	H10	H15	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H20とH25の比較
福井県	901	902	922	1,026	1,044	1,063	980	977	1,034	+8 (+0.8%)
石川県	2,228	2,118	2,151	2,077	2,072	2,155	2,099	2,106	2,163	+86 (+4.1%)
富山県	—	—	—	1,748	1,774	1,665	1,561	1,669	1,780	+32 (+1.8%)

(注) 富山県は平成18年まで公表していない。(出典：各県観光統計)

【北陸三県の主な観光関連指標の比較】

区 分	福井県	石川県	富山県
入込数 100 万人以上の観光地数 ※1	1 か所 (東尋坊)	3 か所 (兼六園) (金沢 21 世紀美術館) (金沢城公園)	3 か所 (富岩運河環水公園) (道の駅「氷見」) (海王丸パーク)
地域ブランド力(魅力度ランキング) ※2	45 位	11 位	23 位
外国人宿泊客数 ※3	2.8 万人	31.2 万人	12.6 万人

※1 H25 各県観光統計 ※2 ブランド総合研究所「地域ブランド調査 2014」 ※3 観光庁「H25 宿泊旅行統計」

⑤ 情報入手手段の多様化

カーナビゲーション、スマートフォン・携帯電話、パソコンの普及が一般世帯において急速に広がっており、情報入手手段が多様化しています。

平成 22 年におけるカーナビゲーションの世帯保有率は全国で 51.4% であり、北陸 3 県では 61.9% に上ります。

また、平成 25 年における情報通信機器の世帯保有率を見ると、全国でのパソコン保有率は 81.7%、携帯電話保有率は 94.8% にも上り、携帯電話を使用する人のうち 62.6% はスマートフォンを利用しています。

インターネットの利用率も高くなっており、全国での利用率は 82.8%、福井県における利用率も 82.8% になっており、情報入手手段としてインターネットの重要性が高まっています。(出典：総務省「通信利用動向調査」)

《 情報発信手段の変化 》

インターネット広告の普及やフリーペーパーの活用など企業等における情報発信の手段もまた多様化しており、平成 26 年 2 月株式会社電通が発表した「2013 年日本の広告費」では、屋外広告物を利用した広告費は一時期、全広告費に占める割合で 25% を占めていましたが、現在では 5% になっています。

⑥ 文化・教育の現状

県内の文化・教育の現状を見てみると、芸術・文化、スポーツ活動などを重視して、生活の質を大切にする意識が高まっており、読書や生涯学習など文化活動やスポーツ活動が活発化しています。このため、本県の主な文化・教養施設や都市公園における利用者数が多く、これらの施設へのニーズが高まっています。

【文化・教育・スポーツの現状】

期 間	公立図書館図書貸出し数	福井ライフアカデミー入学者	地域スポーツクラブ会員
平成22年度	5, 214, 237 冊	10, 321 人	11, 377 人
平成23年度	5, 324, 882 冊	10, 500 人	11, 233 人
平成24年度	5, 235, 411 冊	10, 625 人	11, 740 人
平成25年度	4, 972, 023 冊	10, 721 人	11, 634 人

【文化・教育・スポーツ施設の利用推移】

期 間	県立図書館	児童科学館	こども歴史文化館	福井運動公園
平成22年	558,966人	124,000人	29,370人	250,623人
平成23年	534,996人	151,000人	33,117人	305,835人
平成24年	545,330人	146,000人	36,364人	313,075人
平成25年	(注)494,608人	563,000人	51,753人	293,739人
平成26年	473,337人	576,000人	53,259人	130,734人

(注)図書館リニューアル工事による減

(出典:「福井県観光入込数調査」など)

【参 考】:福井運動公園など主な県営8公園の利用者数 793,576人(平成26年度)

⑦ 郊外における大型店舗の増加

本県では、郊外などにおける大規模小売店舗（大規模小売店舗立地法で定義する店舗面積が1,000㎡以上の小売店舗）の新規出店が毎年見られ、店舗数が増加しています。

【大規模小売店舗の出店推移】

年 度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度
新設届の件数	12件	8件	5件	7件	4件

(出典：福井県商業振興・金融課HP)

⑧ 交通安全に関する現状

本県における交通事故の現状を分析すると、人身事故件数は減少傾向にあるものの、交差点における人身事故は依然として高い割合になっており、平成26年においては全国ワースト13位になっています。

また、平成26年の事故発生原因を分析すると、わき見運転などによる前方不注意が原因となっている事故が多く、交差点周辺における安全性の確保が必要となっています。

本県は自動車の1世帯当たりの保有台数が全国1位であり、また本県への観光客は移動手段として自動車を利用する割合が高くなっています。

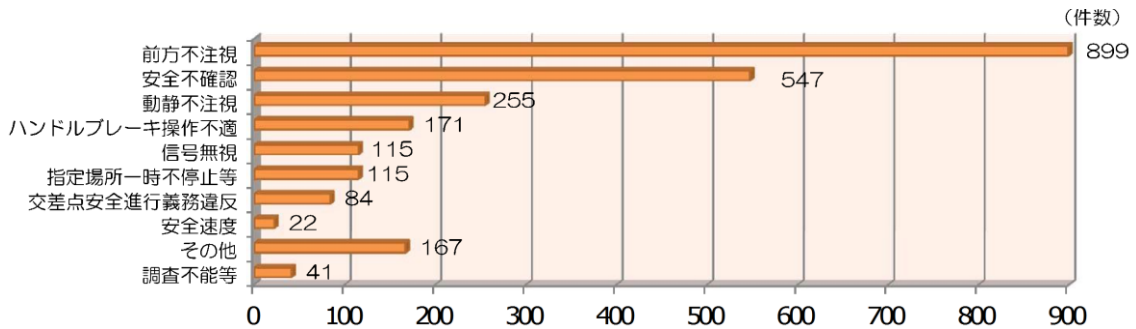
道路沿いや交差点周辺にある屋外広告物が、見通しを悪くしたり、わき見運転などの原因となりうることもあり、特に交通安全の観点からも検討が必要です。

【交差点事故の割合と推移】

期 間	人身事故件数(件)	交差点事故件数(件)	交差点事故の割合	全国ワースト順位
平成22年	3,624	2,119	58.5%	8位
平成23年	3,401	2,001	58.8%	6位
平成24年	3,148	1,852	58.8%	4位
平成25年	2,893	1,699	58.7%	6位
平成26年	2,416	1,379	57.1%	13位

(福井県警察本部調べ)

【H26 交通事故の原因別発生数】



(出典：平成26年交通事故統計)

《景観づくりのポイント》

北陸新幹線の県内延伸や舞鶴若狭自動車道の全線開通など、高速交通体系が大きく進展する一方、観光客入込数は低迷していることから、観光客が本県に求める歴史・文化、自然などを活かした良好な景観を形成することで「ふるさと福井」の魅力を高め、「住んでよし、訪れてもよしの福井県」として、県民と観光客の心をつかむことが必要です。

(2) 県民の景観意識の高まり

① 全国的な景観意識の高まり

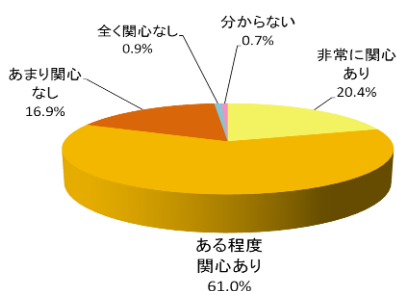
平成23年9月に国土交通省が実施した「景観に関する意識調査」(国民1,168名対象。1,005人から回答)では、「10年前より景観に関する意識が高まった」との回答が75%、「景観形成に関する活動に参加したい」との回答が92.2%、「良好な景観形成には規制・誘導が効果的」との回答が42.7%と最も高く、全国的に景観や屋外広告物に関する意識が高まっています。

② 景観と屋外広告物に関する県民意識

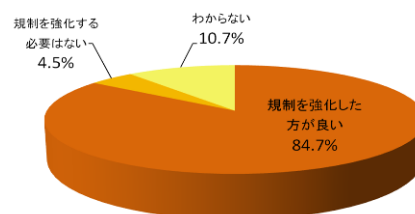
北陸新幹線の県内延伸や舞鶴若狭自動車道の全線開通など来県者の増加が期待されるなかで、今後の魅力ある景観づくりに反映しようと、平成26年3月に本県が実施した「景観と屋外広告物に関するアンケート調査」(県民1,000名対象。579名から回答)では、景観への関心度が高く、屋外広告物の規制を強化した方が良いという意見が80%を超えました。

景観を阻害している要因としては「道路沿いや田畑の広告物」や「店舗等の敷地にある巨大な広告物」と回答された方が多く、規制を強化した方が良い地域については、「交差点周辺」や「自然・田園地域や観光地周辺」、「公園や図書館など公共施設周辺」と回答された方の割合が高くなっています。

【景観への関心度】

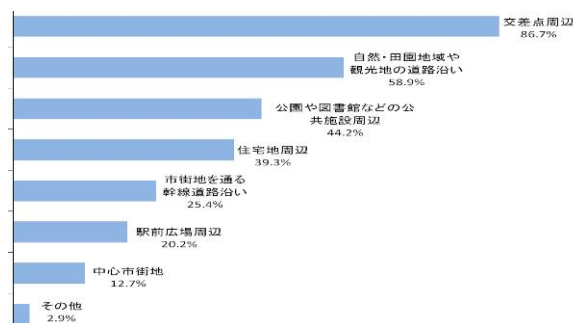


【屋外広告物の規制強化の意向】



【規制した方がよい地域】（複数回答）

安全の確保が必要な交差点周辺	424 人
自然・田園地域や観光地の道路沿い	288 人
公園や図書館などの公共施設周辺	216 人
住宅地周辺	192 人
市街地を通る幹線道路沿い	124 人
駅前広場周辺	99 人
中心市街地	62 人
その他	14 人
無回答	5 人
合計	1,424 人



《景観づくりのポイント》

景観や安全・安心に関する県民意識が高まっているなか、何よりも県民が「ふるさと」に誇りを持てるよう、ふくいの優れた自然、歴史景観や田園、里地里山風景を保全し、良好な景観づくりを推進することが重要です。

(3) 観光客の景観志向の高まり

① 観光の実態と志向

平成26年に公益社団法人日本観光振興協会が実施した「第33回国民の観光に関する動向調査」（12,383名から回答）では、観光の主な目的として「自然・名所などの物見や行楽」が47.7%と高く、希望する旅行先での行動は「自然の風景を見る」43.1%、「名所・旧跡を見る」が30.8%と割合が高く、観光客の多くはその土地ならではの歴史・文化や美しい自然・景観を求めています。

また、移動手段としては、「自家用車」が46.8%、「JR鉄道」が30.6%と割合が高く、自動車や電車からの車窓を楽しむことも観光の目的の一つに繋がっています。

《本県への観光目的》

平成26年福井県観光客入込数調査によると、本県を訪れた観光客の主な目的として「文化・歴史」が26.4%と最も高く、次いで「スポーツ・レクリエーション」が17.3%、「自然」が16.7%と割合が高く、観光客は福井県ならではの歴史・文化、自然や景観を求めています。

また、本県への移動手段(H25)としては、「自家用車」が69.0%、「JR鉄道」が13.7%で、舞鶴若狭自動車道「若狭さとうみハイウェイ」の全線開通や中部縦貫自動車道の整備進展により、車利用の観光客がさらに増加し、観光ルートとなる沿道の良好な景観形成が福井県の魅力を高めるうえで重要となってきます。

③ 景観を活かした観光振興とまちづくり

福井の美しい景観を県内外に発信し、ふるさとに誇りと愛着を持っていただくとともに、県民の財産である景観を守り育てていくことを目的として、県では平成23年4月に「福井ふるさと百景」を選定しています。

百景選定地において、地域が主体となってふるさとの美しい景観を守り育てる活動が増えており、全県的に景観保全・活用の輪が広がりつつあります。

また、福井県が誇る美しい景観を「にっぽんのふるさとの風景」として県内外、そして海外からの観光誘客を図るため、観光ガイドブックへの掲載や百景を活かした観光ツアーが企画されるなど、観光振興の素材として百景の活用が進んでいます。

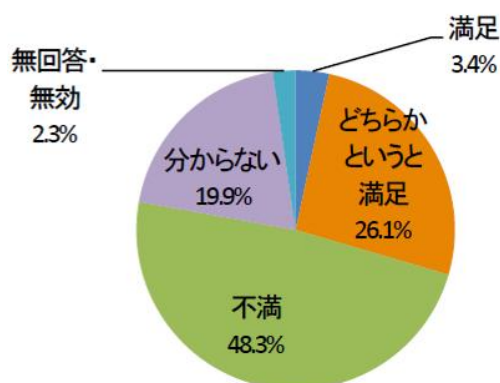
さらに、良好な景観は国民共通の資産として整備・保全を図ることが必要として、平成16年に景観法が制定されて以降、県内の10市町で景観法に基づく景観計画を策定し、地域の個性を活かした景観まちづくりを進めています。

④ 県都福井市の中心市街地の現状

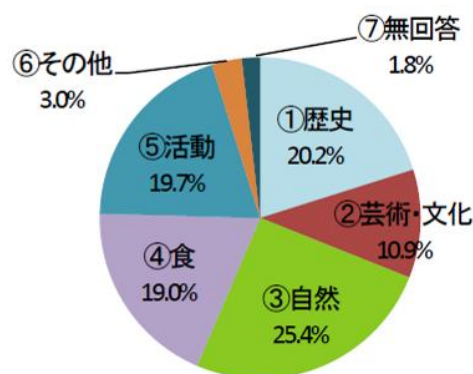
福井駅西口広場やシンボルロード、足羽山・足羽川など福井市の中心市街地は、県都の玄関口として、本県への観光客を迎え入れるための重要な拠点です。

平成24年9月に県が実施したアンケート調査（県内在住の成人男女2,153名から回答）では、福井市中心市街地の景観や今後のあり方について、「現状の景観については不満である」との声が多く、今後は自然豊かな空間や歴史資源の保存・活用を望む声が多いため、県都における良好な景観づくりの必要性が増しています。

【景観に関する評価】



【まちづくりに活かすべきもの】



《景観づくりのポイント》

景観や屋外広告物に関する全国的な意識の高まりや観光の実態と志向から、地域独自の景観を楽しむことが観光の大きな目的になっています。

経済波及効果が大きい観光は、地域活性化のキーポイントであり、地域の景観や歴史・文化を活かし、観光客や来街者の満足度を向上させることが重要となることから、良好な景観づくりは観光振興にとって極めて重要な要素になっています。

(4) 県民が求める屋外広告物の姿

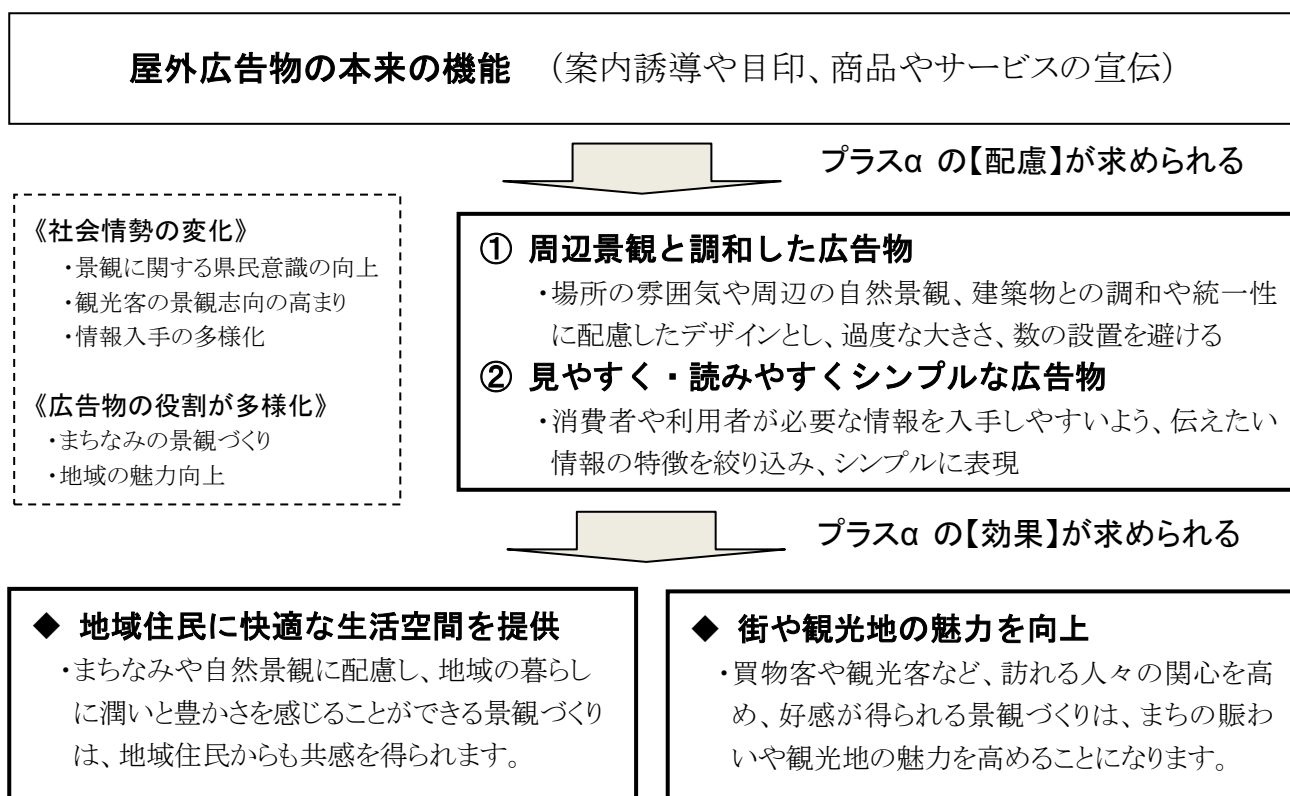
屋外広告物は、自社の商品やサービスの広告宣伝、店舗への案内誘導・所在地の目印としての機能を果たすなど、広告主である企業、お店にとって重要な情報伝達ツールとなっています。また、受け手である消費者や利用者にとっても、屋外広告物が設置される場所やデザインによっては、人々の暮らしに潤いと豊かさを与え、そのまちの個性や魅力を高める重要な要素のひとつとなっています。

一方、看板はまさしく企業、店舗の顔であり、広告主に代わってメッセージを発信するものですが、目立つことだけを重視した過剰な広告物は、地域の景観を阻害するうえ、企業、店舗のイメージにおいても地域住民の方々から好感を得ることは難しく、広告主にとって必ずしも利益につながるとは言えません。

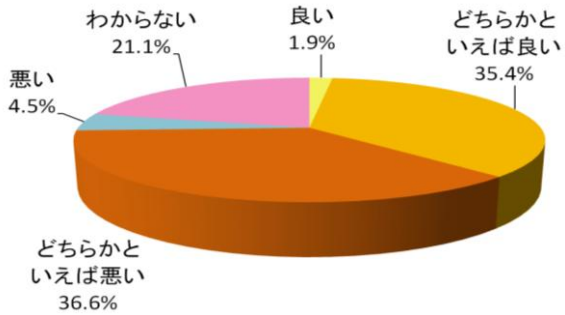
平成26年3月に本県が実施した「景観と屋外広告物に関するアンケート調査」では、県内の屋外広告物に対する印象について、「悪い、どちらかと言えば悪い」という意見が41.1%と最も多くなっています。また、悪い印象を持つ理由として、「まちが雑然として見える」、「信号機・道路標識が見えにくい」、「良好な景観を阻害」「デザインセンスがない」などの意見が多く、県内の屋外広告物は、決して好感を得ているとは言えません。

そのため、屋外広告物を設置する際は、その場所の雰囲気や周辺の自然景観、建築物に合ったデザインや必要最小限の大きさ、高さ、掲出数にするなど、周辺景観との調和に配慮し、地域住民からも受け入れられ、また、観光客などの来県者にも好感を得られるような屋外広告物の設置を目指し、私たちのまちをより魅力的なものに変え、「住んでよし、訪れてよし」と感じる景観づくりを進めることが重要です。

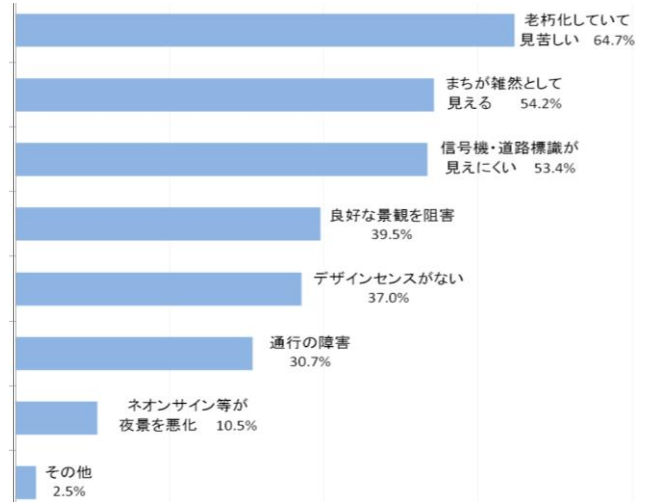
【県民が求める屋外広告物】



【県内の屋外広告物に対する印象】



【印象が悪いとした理由】



歴史ある地域景観と調和し、まちの魅力を向上させています（大野市七間通り）



統一されたシンプルな木製看板が風情ある歴史的景観を創出しています（越前市蔵の辻）



自然景観と調和したシンプルなデザインは品が良く好感が持てます（福井市足羽山）



建物と調和したおしゃれなサインは来客者の関心を高め、店舗やまちの魅力を向上させています（福井市大和田）

4. 規制見直しにより目指す屋外広告物のイメージ

屋外広告物を設置する際は、その場所の雰囲気や周辺の自然景観、建築物に合ったデザインや必要最小限の大きさ、高さ、掲出数にするなど、周辺景観との調和に配慮し、地域住民からも受け入れられ、また、観光客などの来県者にも好感を得られるような屋外広告物の設置を目指します。

今回の規制見直しにより、目指す屋外広告物のイメージを例として下記に示します。

○ 自然・歴史・文化を活かした観光地における広告物のイメージ

【ビフォー】



【アフター】



- ・ 歴史的まちなみなど地域の個性を活かした観光地では、伝統的な建築物や歴史的な周辺景観との調和に配慮し、屋上広告や突出広告、広告板の設置は避け、大きさは最小限にとどめる。
- ・ 伝統的な広告物を参考とした規模、設置位置、デザイン、素材、色彩等とし、下屋上への木製看板や店舗入口に暖簾を設置するなど魅力的な景観を創出。

○ 自然公園内や観光地周辺の道路沿線における広告物のイメージ

【ビフォー】



【アフター】



- ・ 美しい海岸や山並みなどの自然風景を有する道路沿線では、周辺景観との調和を重視し、眺望景観を妨げるような野立看板や屋上広告、突出広告や広告板の設置を避け、大きさは最小限にとどめる。
- ・ 背景となる海、山、空と合うよう、広告物は自然素材やアースカラーの利用などによるシンプルなデザインとし、魅力的な景観を創出。

○ 田園や里地里山における広告物のイメージ

【ビフォー】



【アフター】



- ・福井の原風景である田園や里地里山地域では、美しい山の稜線や広がりある農地の眺望景観を妨げるような野立看板や屋上広告、広告板の設置は避け、壁面広告を利用して大きさは最小限にとどめる。
- ・背景となる田園や山並みと合うよう、広告物はできるだけ自然素材や彩度を抑えた色彩を利用してシンプルなデザインとし、魅力的な景観を創出。

○ 都市の自然景観と調和した広告物のイメージ

【ビフォー】



【アフター】



- ・県民に親しまれ、都市のシンボルとなっている自然景観を有する地域では、まちなみや背景となる桜並木、緑地などの景観に配慮して、屋上広告、突出広告、広告板の設置はできるだけ避け、壁面広告を利用。
- ・彩度の高い色は文字部分などに限定するなどシンプルで建物と一体化したデザインとし、まちなみや自然景観と調和した魅力的な景観を創出。

○ 市街地等における広告物のイメージ

【ビフォー】



【アフター】



- ・ 様々な店舗やサービス施設が集積する市街地等においても、周囲の建物や背景となる自然景観との調和を大切に、広告物が過剰な規模・華やかな色彩やデザインとならないよう配慮が必要。
- ・ 壁面広告を活用するとともに、広告板を設置する場合は建物や街路樹の高さを超えないようにして、まちなみとしての統一感を演出。
- ・ 彩度の高い色は文字部分などに限定するなどシンプルで建物と一体化したデザインとし、わかりやすく、誰もが訪れたいくなる魅力的なまちなみ景観を創出。

5. 良好な景観形成に向けた課題

(1) 自然、歴史・文化資産（観光地）の景観形成

福井県には東尋坊、三方五湖、大本山永平寺など優れた自然、歴史・文化を活かした観光地や越前海岸など、美しい風景を有する景勝地が多数存在します。

しかし、「養浩館庭園」や「丸岡城」など史跡・名勝等の観光地周辺において、屋外広告物が観光地からの眺望景観を阻害したり、「気比の松原」など景勝地の美しい風景や寺院などの歴史を感じさせる風景との調和が図られず、その魅力を低下させる原因となっているものも見られます。

また、優れた自然景観を有する国道305号などの国定公園内の道路では、野立看板が乱雑に設置され、自然景観を阻害するなど、県民だけでなく福井の優れた自然、歴史風景を楽しむに來る観光客のイメージダウンにも繋がっています。



(2) ふるさと福井の田園、里地里山の景観保全

福井県には「福井ふるさと百景」として選定されている田園、里地里山の風景など、ふるさと福井の原風景である美しい景観が数多く残されています。

しかし、田園、里地里山を通る国道158号や県道福井加賀線などの幹線道路、観光ルートの沿道に野立看板が乱立するなど、自然景観を阻害する原因となっています。

また、北陸新幹線の県内延伸・開業を見据え、沿線に多数の屋外広告物の設置が想定されることから、新幹線の車窓からの美しい田園や里地里山等の眺望景観を守るため、早期に対策を行う必要があります。



(3) まちなみ景観形成

まちなみ景観や生活環境面においては、国道8号、嶺北縦貫線などの郊外幹線道路沿いにおける大型店舗の増加に伴い、過剰な規模・数の自家用広告物が設置され、周囲の建物や背景となる自然景観との調和が図られておらず、日常生活において県民が快適に感じるまちなみ景観を創出することが求められます。

また、「県立図書館」など文化・教養施設周辺での野立看板の増加により、快適な公共空間としての景観形成が図られていない場所もあります。

都市のシンボルとなる足羽山や足羽川、西山公園などの自然景観については、都市の景観づくりに重要な要素であり、福井県と福井市が策定した「県都デザイン戦略」や市町の「景観計画」に合わせ、魅力ある景観形成を推進していますが、特に屋上広告物が「足羽川の桜並木」や「足羽山の愛宕坂」からの眺望景観の魅力を低下させる一因となっています。



(4) 景観に配慮した広告物のデザイン

現在、「福井県屋外広告物ガイドライン」を活用して誘導を図っているものの、現行条例では屋外広告物のデザインに関する具体的な基準がないため、彩度が高い色を使用した屋外広告物が自然景観やまちなみ景観と調和しない事例が見受けられます。

また、大きさや高さ、色彩が統一されていない屋外広告物が集中することで、必要な情報提供や商品・サービス等の宣伝など本来の機能を果たしていない屋外広告物の増加が指摘されています。

屋外広告物は、主に「伝わりやすいもの」、「デザインが良いもの」、「景観の向上につながるもの」であることが重要となります。

(出典:「屋外広告物の減殺効果」金沢美術工芸大学 寺井准教授)



(5) 交通安全の確保に向けた課題

特に信号交差点周辺には、野立看板が乱立する傾向にあり、信号機等の視認性低下やわき見運転を助長するなど交通安全確保の観点からも課題となっています。



6. 屋外広告物規制見直しの基本方針

本県を取り巻く社会情勢の変化や現状を踏まえ、良好な景観形成に向けた課題に対応するため、福井の優れた自然景観の保全に重点を置き、県内の自然、歴史・文化を活かした観光地の魅力アップとふるさと福井の田園、里地里山などの原風景の保全、快適な生活環境の向上を図るため、下記の5つの柱を基本方針とします。

本県を取り巻く社会情勢

- ・高速交通体系が大きく進展する一方、現状では観光客入込数が低迷していることから、美しい福井の自然景観等を活かした良好な景観形成により、「ふるさと福井」の魅力を高めることは必要
- ・郊外大型店舗の増加等により、まちなみ景観が大きく変化し、交差点では事故率が高いなど、快適なまちなみの景観形成と安全で安心な生活環境の確保が必要

県民の景観意識と観光客の景観志向の高まり

- ・景観や安全・安心に関する県民意識が高まっているなか、県民が「ふるさと」に誇りを持てるよう、良好な景観づくりを推進することが重要
- ・観光客は地域独自の景観を楽しむことが大きな目的であり、経済波及効果が大きい観光は地域活性化のキーポイントであるため、良好な景観づくりは観光振興にとって極めて重要

目指す姿：「住んでよし、訪れてもよしの福井県」

屋外広告物における景観形成の課題解決に向け、新たな規制を導入

《 基本方針 》

1 自然・歴史資産の景観保全

- 自然・歴史・文化を活かした魅力ある観光地の景観づくり
 - ・史跡、名勝等の指定区域内における規制強化
 - ・自然、歴史を活かした観光施設周辺を新たに規制
 - ・自然公園内や観光地周辺の道路沿線における新たな規制

2 田園、里地里山風景の保全

- 田園や里地里山における「ふるさと福井」の景観づくり
 - ・観光ルートや幹線道路沿線における規制強化
 - ・北陸新幹線沿線を新たに規制

3 公共施設の良好な景観形成

- 文化・教養施設にふさわしい周辺景観づくり
 - ・文化、教養施設などの周辺を新たに規制

4 都市の良好なまちなみ景観形成

- 都市のシンボルとなる景観づくり
 - ・足羽山や足羽川周辺などにおける規制強化

5 交通安全の確保

- 交差点周辺の規制導入による交通安全の確保
 - ・信号機交差点周辺を新たに規制

7. 現行条例の課題と規制内容見直しの方向性

(1) 課題と方向性

福井県では、屋外広告物が自然景観やまちなみ景観と調和した良好な景観形成が図られるよう、これまで、県内全域を許可地域とし、そのなかでも良好な景観形成が必要な史跡・名勝等の区域内や高速道路の周辺、主要な幹線道路の田園部、駅前広場などを禁止地域に指定するなど、一定の基準を設け屋外広告物の大きさなどを規制してきました。

しかし、現行条例は地域特性に応じた細かな規制をしていないことと、屋外広告物の設置基準については、他県に比べて緩いため、史跡・名勝などの周辺や美しい景勝地に景観と調和しない屋外広告物が設置されたり、巨大な自家用広告物や過量な一般、案内広告物などの設置が見られます。

今回、「ふるさと福井」の景観の魅力をさらに高めるため、自然・歴史、観光地、田園・里地里山、市街地など地域特性に応じたメリハリのある規制基準に細分化します。

また、巨大な自家用広告物の設置や野立看板の乱立を防止するため、屋外広告物を設置する際の許可基準を見直し、良好な景観形成および交通安全の確保を図ります。

(2) 主な規制見直しの内容

上記の基本方針および現行条例の課題を踏まえ、新たに下記の項目について見直しを行います。

見直し項目	見直しの内容
○地域の景観特性に応じたメリハリのある規制に細分化	<ul style="list-style-type: none"> ○現行条例における規制地域を5つに細分化 ・現在の規制地域を見直し、自然・歴史、観光地、田園・里地里山、市街地など地域の景観特性に応じて規制基準を再設定 ・許可地域においても各種広告物の高さ、面積基準を改正
○良好な景観形成に向け、新たな規制を導入	<ul style="list-style-type: none"> ○観光地周辺の規制を導入 ・福井県を代表する観光地周辺の300m範囲を禁止地域に指定して良好な景観を形成（25箇所）
	<ul style="list-style-type: none"> ○観光ルートにおける規制を導入 ・主要観光地などへの連絡道路等沿いの300m範囲を禁止地域に指定して田園景観を保全（33路線）
	<ul style="list-style-type: none"> ○北陸新幹線沿線の規制を新たに導入 ・新幹線車窓からの田園景観などを保全するため、北陸新幹線の開通前に沿線500m範囲を禁止地域に指定
	<ul style="list-style-type: none"> ○文化、教養施設周辺の規制を導入 ・県が管理する文化・教養施設および大規模な都市公園の周辺 300m範囲を禁止地域に指定し、周辺に広がる田園景観を保全（16箇所）
○都市のシンボルとなる自然景観の保全に向け、新たな規制導入	<ul style="list-style-type: none"> ○足羽川、足羽山、西山公園周辺の規制を導入 ・周辺の一定区域において、眺望できる屋上広告の設置を禁止するなど、眺望景観を保全
○交通安全確保に向け、新たな規制を導入	<ul style="list-style-type: none"> ○信号交差点周辺の規制を導入 ・国道、県道など事故の危険性が高い、信号交差点の周囲30範囲は、自家用広告物以外の設置を禁止（618箇所）

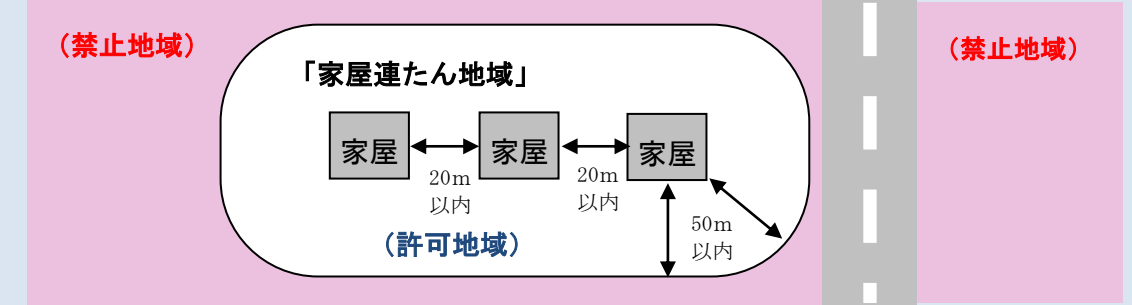
福井県屋外広告物条例 規制見直しの概要

現行制度の概要

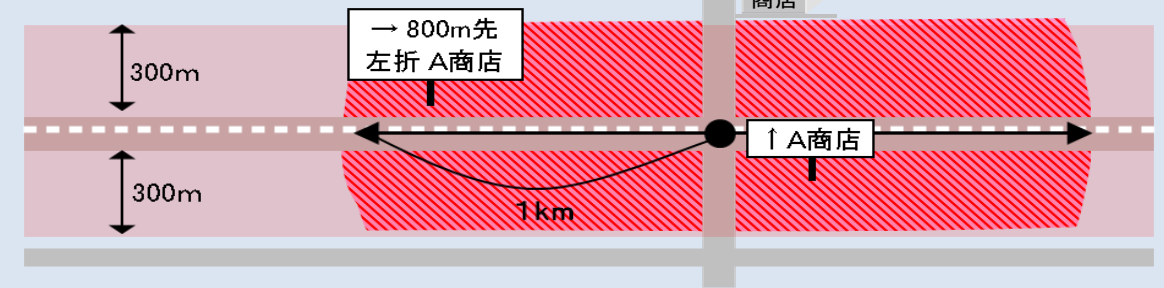
区分	禁止地域（景観の保全が必要な地域）		許可地域（その他の地域）		
具体的地域	① 風致地区内 ② 伝統的建造物群保存地区内 ③ 自然環境保全地域内 ④ 史跡、名勝、文化財の区域内 ⑤ 都市公園の区域内 ⑥ 図書館など公共施設の敷地内 ⑦ 駅前広場の区域内 ⑧ 低層、中高層住居専用地域 ⑨ 高速道路、自専道路の両側500m ⑩ 主要国道、地方道等の両側300m		商業地域、工業地域、準工業地域など禁止地域以外の県内全域		
自家用広告	屋上広告	・高さ15m	(敷地内総量面積) ・30㎡以内	屋上広告	・高さ15m
	広告板	・高さ20m		広告板	・高さ20m ・面積100㎡
案内広告	広告板	・高さ10m ・面積30㎡ ・店舗等から1路線に1km以内で2個まで		広告板	・高さ10m ・面積30㎡
一般広告	× 設置禁止			屋上広告	・高さ15m
				広告板	・高さ10m ・面積30㎡

《 禁止地域における適用除外規定 》

【家屋連たん地域】




【禁止地域 案内広告物設置基準】



規制基準見直しのイメージ

・景観特性を踏まえて現在の規制地域を5つに細分化し、地域区分に応じてメリハリがある屋外広告物規制を実施

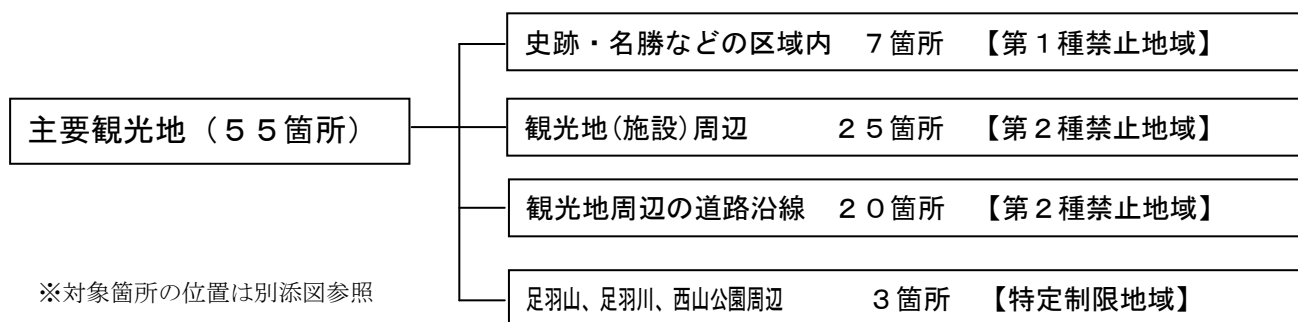
禁止地域			許可地域				
第1種禁止地域	第2種禁止地域	第3種禁止地域	特定制限地域	許可地域			
自然・歴史景観等を最優先に保全	観光地周辺等の魅力ある景観形成	田園や文化・教養施設等の快適な景観形成	市街地における特色ある景観形成	商業地域等における秩序ある景観形成			
							
・風致地区内 （足羽山、足羽川、福井城址） ・史跡、名勝、文化財の区域内 （一乗谷朝倉氏遺跡、三方五湖など） ・伝統的建造物群保存地区内 （熊川宿、小浜西組） ・自然環境保全地域内 ・都市公園の区域内 ・図書館、博物館などの敷地内 ・駅前広場の区域内	・史跡、名勝、文化財の周囲300m （※ 養浩館庭園、丸岡城、吉崎御坊など 県を代表する観光地の周囲） ・国定公園内の道路や観光地周辺の道路の 両側300m （※ 国道305号、国道162号など）	・高速道路、新幹線の両側500m ・観光ルート of 両側300m （※ 国道158号、国道416号など） ・幹線道路の両側300m （※ 国道8号、国道27号など） ・都市公園、図書館などの周囲300m ・低層、中高層住居専用地域	・都市のシンボルとなる自然景観区域範囲 （※ 足羽山・足羽川などの景観保全）	禁止地域と特定制限地域を除く県内全域 （商業地域、工業地域、準工業地域など）			
自家用	○（屋上×、広告板3m）	自家用	○（屋上2m、広告板5m）	自家用	○（屋上5m、広告板8m）	自家用	○（屋上10m、広告板10m）
案内	× 設置禁止	案内	○（面積1㎡、高さ2m、2個）	案内	○（面積3㎡、高さ4m、2個）	案内	○（面積30㎡、高さ10m）
一般	× 設置禁止	一般	× 設置禁止	一般	× 設置禁止	一般	○（屋上5m、広告板8m）
付加①	家屋連たん地域を廃止し、禁止地域における規制を強化			足羽山・足羽川から眺望できる屋上広告は不可			—
付加②	信号交差点の周囲30mに一般および案内広告物を設置禁止						

8. 規制見直しの具体的内容

(1) 自然・歴史・文化を活かした魅力ある観光地の景観づくり

史跡・名勝等の区域内における景観保全および福井を代表する自然・歴史・文化を活かした観光地の魅力を高めるため、観光地周辺や自然公園内の道路沿いの良好な景観形成を図ります。

【対象箇所と規制地域の関係】



◆ 史跡・名勝などの区域内における規制【第1種禁止地域】

優れた自然や歴史的遺産を有する史跡・名勝等における魅力ある景観を保全するため、史跡・名勝、伝統的建造物群保存地区等の区域内における規制基準を見直します。

○ 第1種禁止地域の対象となる主な史跡・名勝等：7箇所

一乗谷朝倉氏遺跡（国特別史跡・名勝）、白山平泉寺旧境内（国史跡）、旧玄成院庭園（国名勝）
 小浜西組（重要伝統的建造物群保存地区）、熊川宿（重要伝統的建造物群保存地区）
 三方五湖（国名勝・美浜町）、三方五湖（国名勝・若狭町）

【一乗谷朝倉氏遺跡の景観】



【小浜西組の景観】



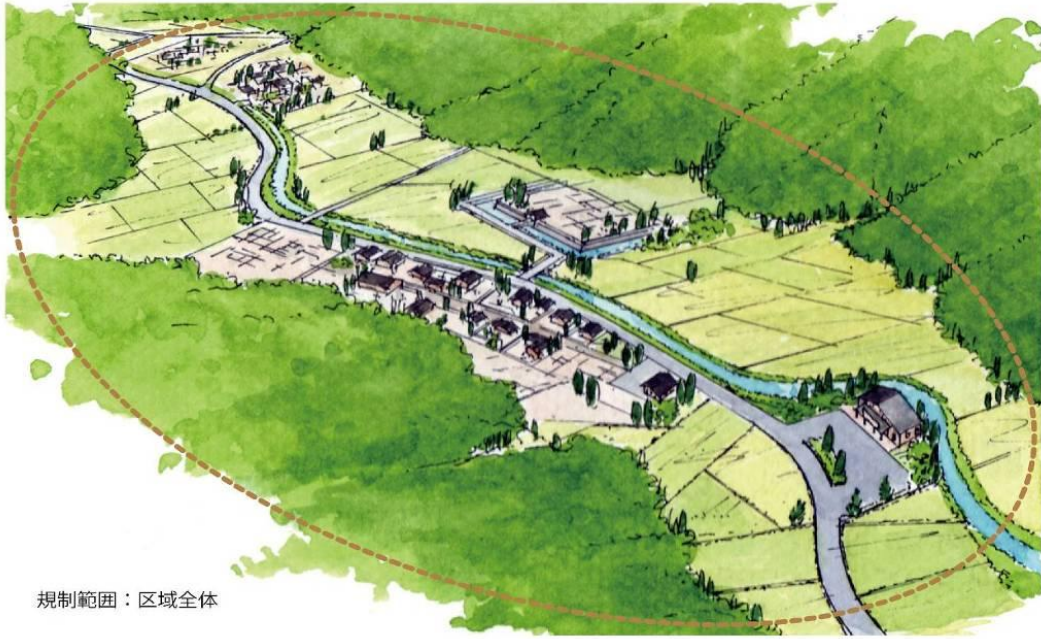
【白山平泉寺旧境内の景観】



【熊川宿の景観】



【史跡・名勝等区域内の規制イメージ】

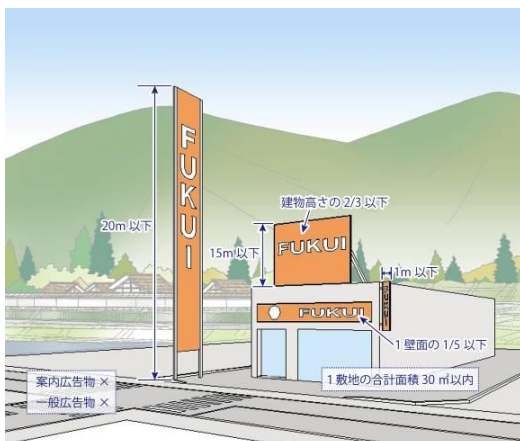


○ 主な規制内容

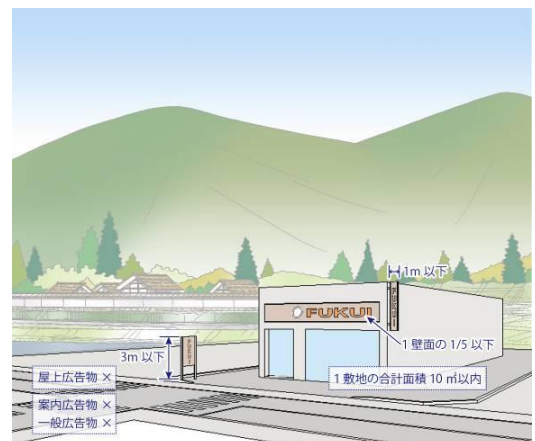
- 【対象範囲】 県内全ての史跡・名勝、伝統的建造物群保存地区等の区域内
- 【見直し内容】
- ・自家用広告物の設置基準（高さ、面積）を改正（下表参照）
 - ・屋上広告物の設置を禁止

区分		現行基準		新基準（案）	
自家用	屋上広告	高さ15m	敷地内面積 30㎡以内	× 設置禁止	総量面積 10㎡以内
	壁面広告	1壁面の5分の1以下		1壁面の5分の1以下 (屋上の塔屋等には設置不可)	
	広告板	高さ20m		高さ3m	
案内	広告板	× 設置禁止		× 設置禁止	
一般	広告板	× 設置禁止		× 設置禁止	

【現行基準】



【新基準（案）】



◆ 自然・歴史を活かした観光地周辺の規制【第2種禁止地域】

ふくいを代表する自然・歴史を活かした観光地の魅力を高めるため、新たに観光地周辺を禁止地域に指定し、屋外広告物の規制基準を見直します。

【観光地周辺の規制イメージ】



○ 第2種禁止地域の対象となる観光地 : 25箇所 ※ 対象箇所の位置は別添図参照

・眺望景観の魅力向上を図る観光地

〔養浩館庭園、金ヶ崎城跡、吉崎御坊、丸岡城〕

・周辺景観の魅力向上を図る観光地

〔気比の松原、赤レンガ倉庫、萬徳寺、明通寺、越前の里味真野苑、旧森田銀行など〕

【養浩館庭園内からの眺望景観】



【赤レンガ倉庫の周辺景観】



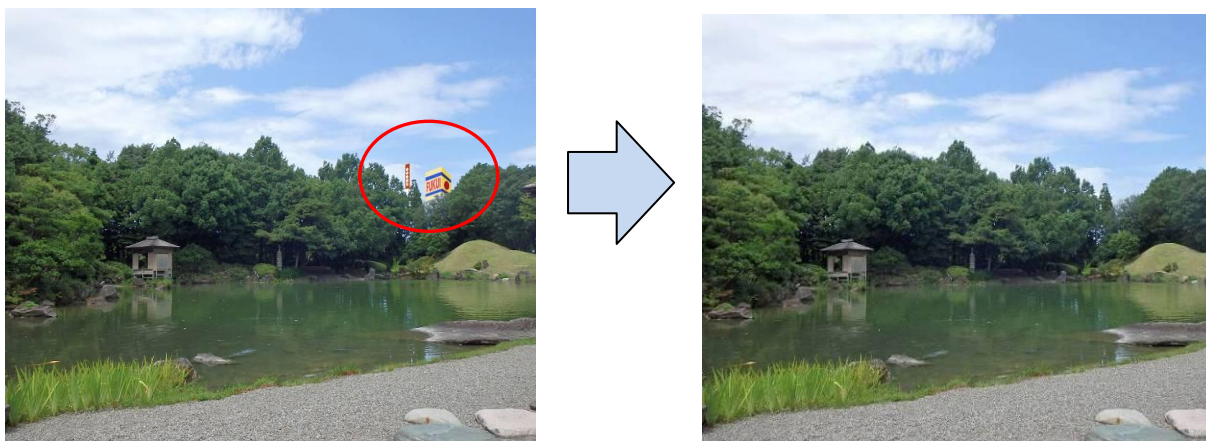
【吉崎御坊からの眺望景観】



【越前の里味真野苑の周辺景観】



【観光地周辺における景観改善イメージ】



○ 主な規制内容

【対象範囲】 観光地（施設）周辺300mの範囲

【見直し内容】 広告物の設置基準（高さ、面積）を改正（下表参照）

- ・ 養浩館庭園周辺、金ヶ崎城跡周辺、吉崎御坊周辺、丸岡城周辺は指定する視点場から眺望できる屋上広告物（屋上の塔屋等の壁面に設置するものを含む）の設置を禁止
- ・ 一般広告物の設置を禁止、また、周辺100m範囲は案内広告の設置も禁止

区分		現行基準	新基準（案）	
自家用	屋上広告	高さ15m	高さ2m（塔型は禁止）	総量面積 20㎡
	壁面広告	1壁面の5分の1以下	1壁面の5分の1以下	
	広告板	高さ20m 面積100㎡	高さ5m	
案内	広告板	高さ10m、面積30㎡	【1枚設置の場合】 高さ2m、面積1㎡（片面） 【集約化して設置の場合】 高さ5m、面積5㎡（片面）	
一般	広告板	高さ10m、面積30㎡	× 設置禁止	

※ 案内広告物の設置は、1事業所当たり2個までに制限されます。

※ 案内広告物を集約化して設置する場合、1枚当たりの面積は1㎡（片面）とします。

【現行基準】



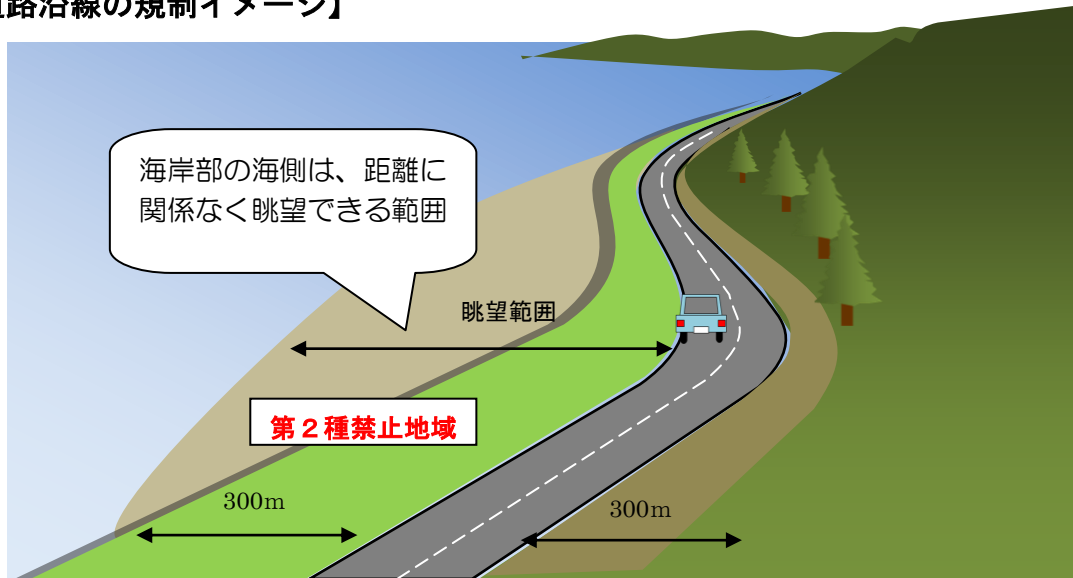
【新基準（案）】



◆ 自然公園内や観光地周辺の道路沿線における規制【第2種禁止地域】

美しい海岸や山岳、渓谷などの優れた自然風景を有する自然公園内の道路や県を代表する景勝地、門前町などの観光地周辺の道路沿いの良好な景観形成を図るため、新たにこれらの道路沿いを禁止地域に指定し、屋外広告物の規制基準を見直します。

【道路沿線の規制イメージ】



○ 第2種禁止地域の対象となる道路： 29路線

※対象箇所の位置は別添図参照

- ・ 自然公園内の道路 23路線

越前加賀海岸国定公園	国道305号、県道三国東尋坊芦原線、細呂木停車場北潟線など
若狭湾国定公園	国道162号、県道佐田竹波敦賀線、舞鶴野原港高浜線など
奥越高原県立自然公園	国道157号、国道158号、県道大野勝山線、県道平泉寺線など

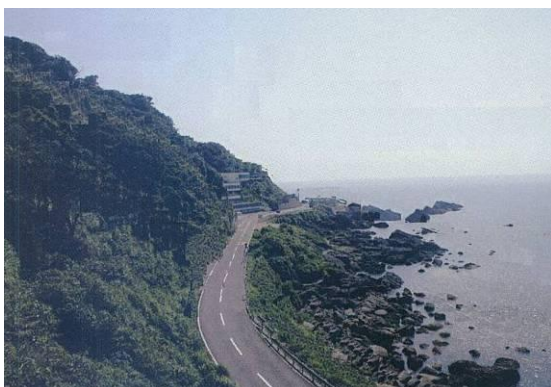
- ・ 自然、歴史景観などを活かした観光地周辺の道路 6路線

例) 国道364号(大本山永平寺周辺)、国道303号(熊川宿周辺)

県道鯖江美山線(一乗谷朝倉氏遺跡の周辺)

福井加賀線、細呂木停車場線(北潟湖の周辺)など

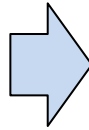
【国道305号と越前海岸】



【国道162号から若狭湾を望む】



【自然公園内における景観改善イメージ】



○ 主な規制内容

【対象範囲】 指定される道路沿線の両側300m範囲
 ただし、商業地域等（用途地域）は除く
 海岸部の海側は、距離に関係なく眺望できる範囲

【見直し内容】

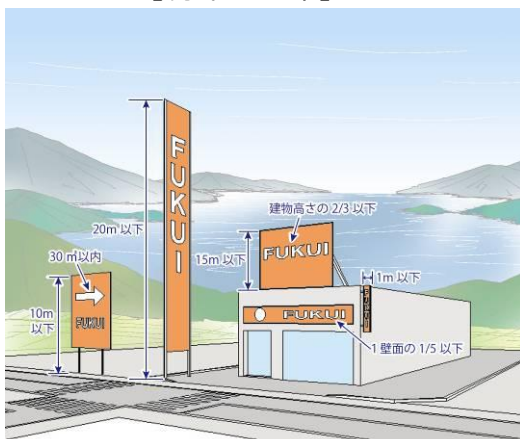
- ・ 広告物の設置基準（高さ、面積）を改正（下表参照）
- ・ 国定公園内は自家用広告物の総量面積を10㎡（※）に制限（自然公園法を準拠）
- ・ 一般広告物の設置を禁止（既に禁止地域にされている道路沿いは、従前より設置禁止）

区分		現行基準	新基準（案）	
自家用	屋上広告	高さ15m	高さ2m（塔型は禁止）	総量面積 20㎡ （※）
	壁面広告	1壁面の5分の1以下	1壁面の5分の1以下	
	広告板	高さ20m 面積100㎡	高さ5m	
案内	広告板	高さ10m、面積30㎡	【1枚設置の場合】 高さ2m、面積1㎡（片面） 【集約化して設置の場合】 高さ5m、面積5㎡（片面）	
一般	広告板	高さ10m、面積30㎡	× 設置禁止	

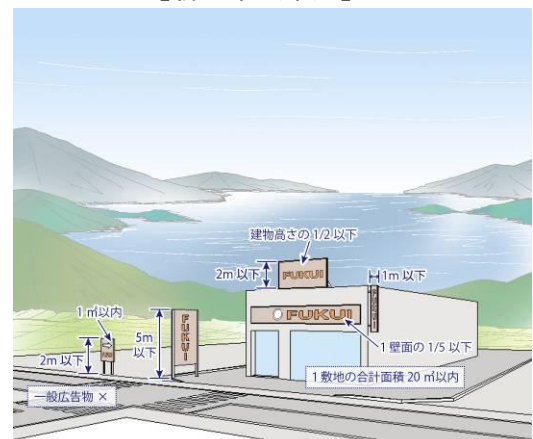
※ 案内広告物の設置は、1事業所当たり2個までに制限されます。

※ 案内広告物を集約化して設置する場合、1枚当たりの面積は1㎡（片面）とします。

【現行基準】



【新基準（案）】



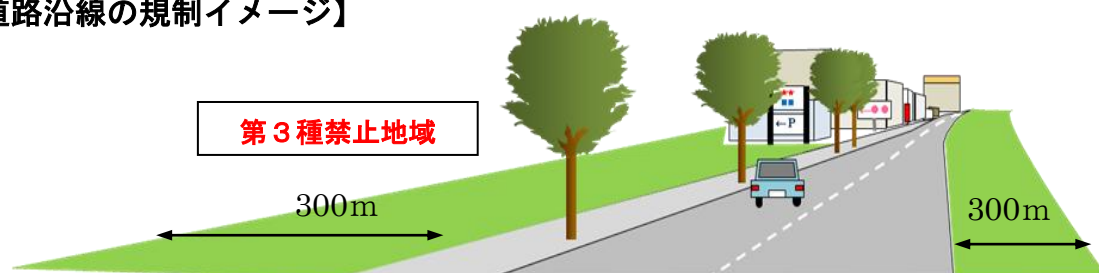
(2) 田園や里地里山における「ふるさと福井」の景観づくり

福井の原風景である田園や里地里山など、ふくいので優れた自然景観を守り、美しいふるさと福井の景観を次代に継承するとともに、来県者に福井の風景を満喫してもらえるよう、北陸新幹線沿線や観光ルート、幹線道路沿いの景観を保全します。

◆ 観光ルートや幹線道路における規制【第3種禁止地域】

主要観光地へアクセス道路や交通量の多い幹線道路沿いの良好な景観形成を図るため、これらの道路を新たに禁止地域に指定し、屋外広告物の規制基準を見直します。

【道路沿線の規制イメージ】



○ 第3種禁止地域の対象となる道路： 33路線

※対象箇所の位置は別添図参照

・ 主な観光ルートや幹線道路

主要観光地等への 連絡道路	国道158号、国道365号、国道416号、国道417号 県道福井加賀線、 県道武生美山線、坂井丘陵フルーツラインなど ※主要観光地：自然・歴史を活かした観光地で入込客数10万人以上を対象
交通量の多い 幹線道路	国道8号、国道27号、県道福井金津線など ※交通量が10,000台/日以上

【国道416号から見る田園】



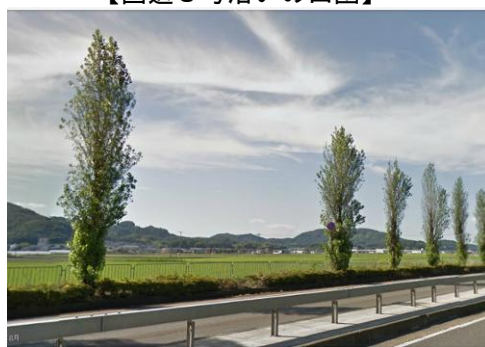
【県道福井金津線の両側に広がる田園】



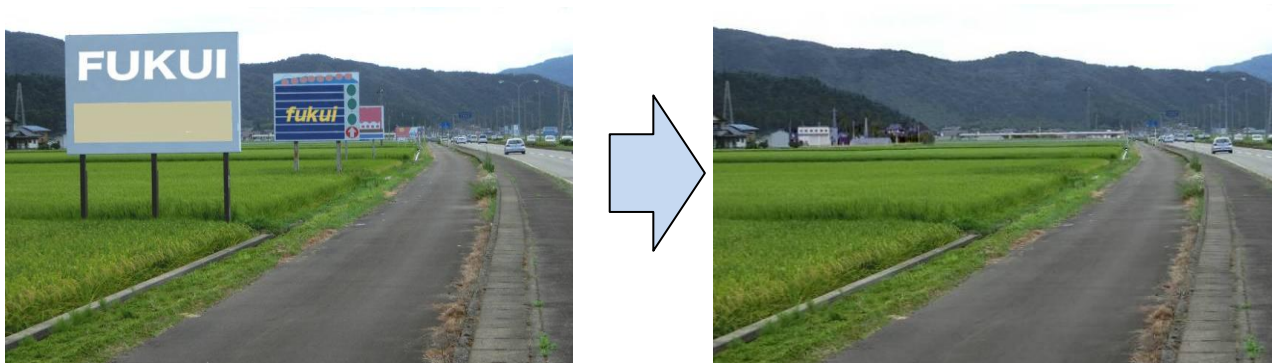
【坂井丘陵フルーツラインの田園】



【国道8号沿いの田園】



【観光ルートにおける景観改善イメージ】



○ 主な規制内容

【対象範囲】 指定される道路沿線の両側300m範囲（高速道路は両側500m範囲）
ただし、商業地域等（用途地域）は除く
海岸部の海側は、距離に関係なく眺望できる範囲

【見直し内容】

- ・ 広告物の設置基準（高さ、面積）を改正（下表参照）
- ・ 一般広告物の設置を禁止（既に禁止地域にされている道路沿いは、従前より設置禁止）

区分		現行基準	新基準（案）	
自家用	屋上広告	高さ15m	高さ4m（塔型は禁止）	総量面積 30㎡
	壁面広告	1壁面の5分の1以下	1壁面の5分の1以下	
	広告板	高さ20m 面積100㎡	高さ8m	
案内	広告板	高さ10m、面積30㎡	【1枚設置の場合】 高さ4m、面積3㎡（片面） 【集約化して設置の場合】 高さ5m、面積10㎡（片面）	
一般	広告板	高さ10m、面積30㎡	× 設置禁止	

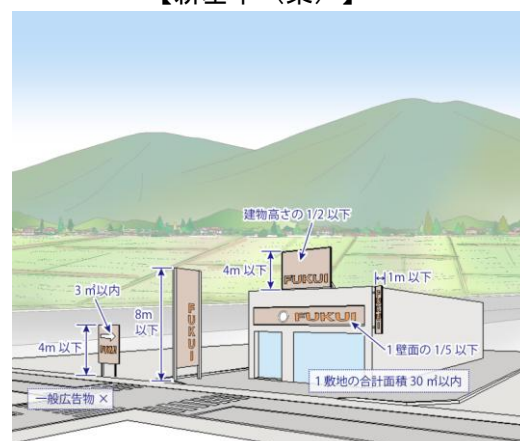
※ 案内広告物の設置は、1事業所当たり2個までに制限されます。

※ 案内広告物を集約化して設置する場合、1枚当たりの面積は2㎡（片面）とします。

【現行基準】



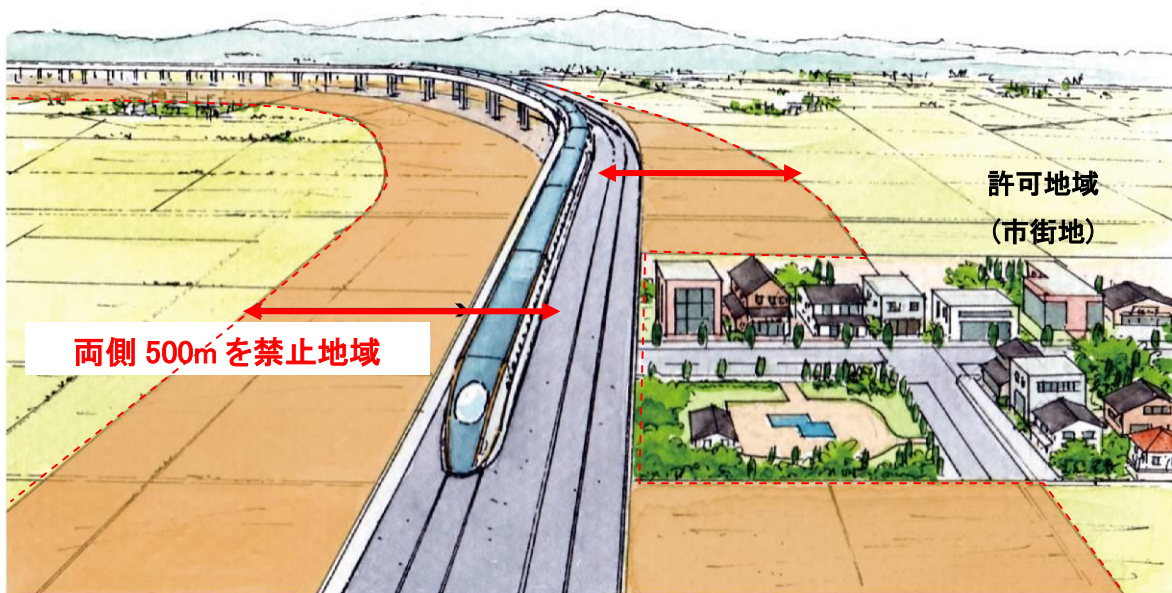
【新基準（案）】



◆ 北陸新幹線沿線における規制 【第3種禁止地域】

新幹線車窓から眺望できる「ふるさと福井」の美しい田園や里地里山景観などを保全するため、開業を見越して屋外広告物が乱立しないよう開業する前に北陸新幹線沿線を新たに禁止地域に指定し、屋外広告物の設置基準を見直します。

【北陸新幹線沿線の規制イメージ】



○ 第3種禁止地域の対象となる範囲：北陸新幹線の沿線 約30km区間

※新幹線延長約74kmのうち、市街地（約11km）とトンネル区間（約33km）を除く

※市街地とは都市計画法第8条に規定する第一種住居地域、第二種住居地域、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

【福井市を流れる九頭竜川】



【福井市に広がる田園】



【鯖江市に広がる田園】



【越前市の日野山】



(3) 文化・教養施設にふさわしい周辺景観づくり

文化・教養施設は、読書、生涯学習などの文化活動やスポーツ活動を楽しむ憩いの場であり、利用する方々に快適な公共空間を提供するため、周辺の田園風景などの良好な景観形成を図ります。

◆ 文化・教養施設周辺における規制 【第3種禁止地域】

図書館や都市公園など文化・教養施設利用者に快適な公共空間を提供するため、新たに施設周辺を禁止地域に指定し、屋外広告物の規制基準を見直します。

【文化・教養施設周辺の規制イメージ】



○ 第3種禁止地域の対象となる文化・教養施設周辺 16箇所

- ・ 県管理の文化・教養施設 9施設
- ・ 大規模な都市公園（10ha以上） 7施設

文化・教養施設	県立図書館、県立武道館、県立児童科学館 こども歴史文化館 若狭歴史博物館、県立大学福井キャンパス 一乗谷朝倉氏遺跡資料館、ハーモニーホールふくい、ふくい健康の森
都市公園	丹南総合公園、奥越ふれあい公園、トリムパークかなづ 福井都市緑化植物園、福井市総合運動公園、敦賀市総合運動公園 福井市東山公園

※施設周辺が田園などの自然や住宅地に囲まれているなど、快適な環境を有する施設を対象

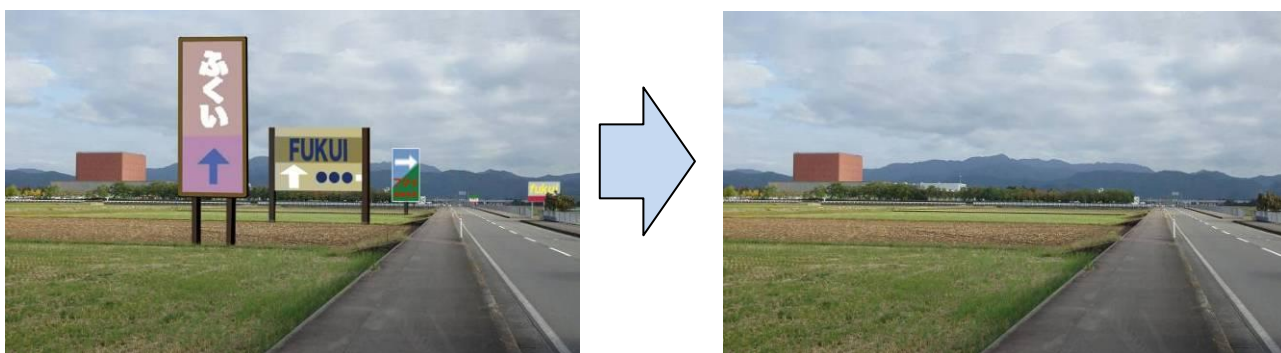
【福井県立図書館の周辺に広がる田園】



【丹南総合公園の周辺に広がる田園】



【文化・教養施設周辺における景観改善イメージ】



○ 主な規制内容

【対象範囲】 施設周辺300mの範囲

【見直し内容】

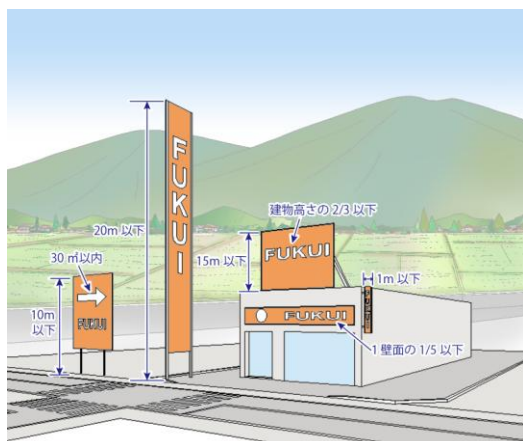
- ・ 広告物の設置基準（高さ、面積）を改正（下表参照）
- ・ 一般広告物の設置を禁止、また、周辺100m範囲は案内広告の設置も禁止

区分		現行基準	新基準（案）	
自家用	屋上広告	高さ15m	高さ4m（塔型は禁止）	総量面積 30㎡
	壁面広告	1壁面の5分の1以下	1壁面の5分の1以下	
	広告板	高さ20m 面積100㎡	高さ8m	
案内	広告板	高さ10m、面積30㎡	【1枚設置の場合】 高さ4m、面積3㎡（片面） 【集約化して設置の場合】 高さ5m、面積10㎡（片面）	
一般	広告板	高さ10m、面積30㎡	× 設置禁止	

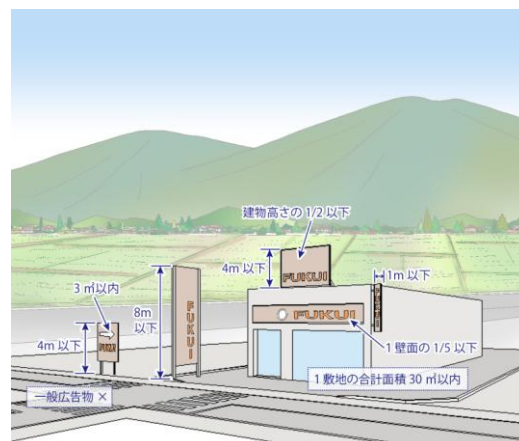
※ 案内広告物の設置は、1事業所当たり2個までに制限されます。

※ 案内広告物を集約化して設置する場合、1枚当たりの面積は2㎡（片面）とします。

【現行基準】



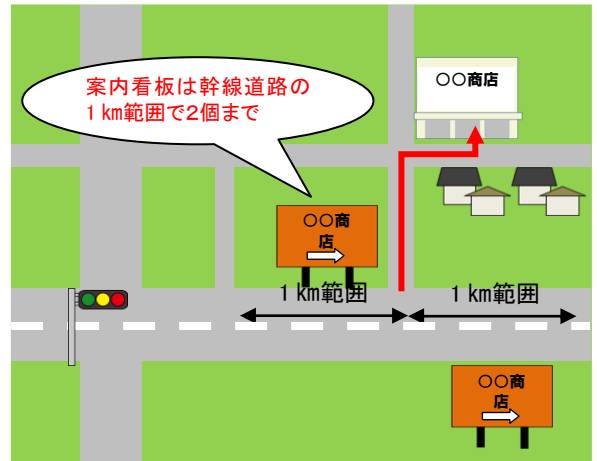
【新基準（案）】



《案内看板の設置できる個数、範囲を制限》

現在、禁止地域において案内広告物を設置できる個数を制限していますが、1事業所等が複数の道路に設置することが可能であり、多数の案内広告物が道路沿いに設置され、景観を阻害している状況が見受けられることから、規制内容を見直します。

【新基準（案）イメージ】



○ 規制見直し内容

1) 対象地域

2種禁止地域および3種禁止地域に指定される道路

2) 見直し内容

1事業所等が設置できる案内広告物の個数を制限（下表参照）

項目	現行基準	新基準（案）
個数	1事業所等ごとに、1路線につき2個以下	1事業所等ごとに2個以下
範囲	案内誘導しようとする事業所等への最寄りの交差点から1km以内	案内誘導しようとする事業所等への最寄りの交差点から1km以内

※ただし、一般国道および県道と高速道路ICの出入口となる交差点から100m以内の範囲は設置禁止

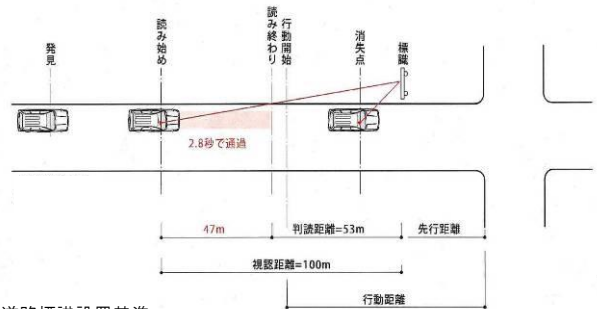
※最寄りの交差点とは、第2種禁止地域および第3種禁止地域に指定される道路との交差点

<参考> 効果的な屋外広告物の情報量について

ドライバー向けの屋外広告物については、道路交通の観点からも安全で読みやすいものとする工夫が必要です。

時速60kmで走行している場合、100m手前から見えたとしても、わずか2.8秒で読み切らなければなりません。

したがって、表示は必要最小限の内容とし、シンボルマークなどを効果的に用いて、認識率と記憶性を向上させる工夫が重要です。



道路標識設置基準
(道路標識設置基準・日本道路協会)

自家用運転者も歩行者も、1か所に目が留まっている時間は0.2秒～0.3秒であり、0.3秒で読み取れる文字数はおよそ15文字であることがわかっています。

このことから、効果的な屋外広告物の情報量は原則として、文字数を15文字までに抑えることが望ましいと考えられます。

このことを踏まえ、案内広告物の表示面積について、宮崎市では1㎡以内に、山梨県では2㎡以内に制限しています。（参考文献：「屋外広告のテキスト」佐藤 優、中牟田 麻弥）

(4) 都市のシンボルとなる景観づくり

県民に親しまれ、都市のシンボルとなっている自然景観を活かした魅力あるまちづくりを推進するため、美しい眺望景観の創出など良好な景観形成を図ります。

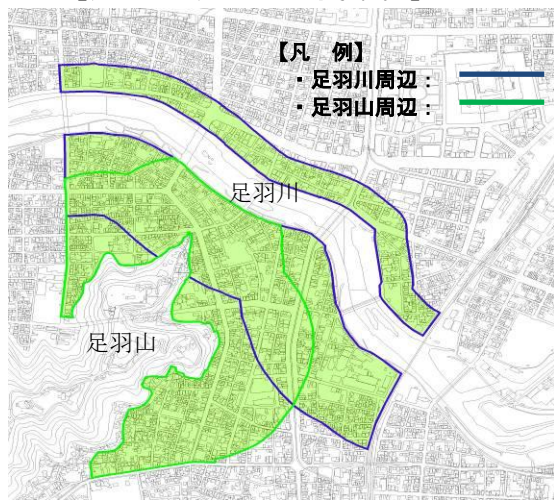
◆足羽山、足羽川周辺などにおける規制【特定制限地域】

都市のシンボルとなっている足羽山や足羽川、西山公園からの良好な眺望景観を確保するため、周辺を新たに特定制限地域に指定し、屋外広告物の規制基準を見直します。

○ 特定制限地域の対象となる範囲

- ・ 足羽山、足羽川、西山公園周辺における下記の範囲

【足羽川・足羽山の対象範囲】



【西山公園の対象範囲】



【足羽川左岸の桜並木①】



【足羽川左岸の桜並木②】



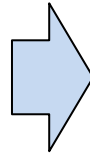
【足羽山愛宕坂展望台からの眺望景観】



【西山公園の眺望景観】



【足羽川周辺における景観改善イメージ】



- 主な規制内容： 広告物の設置基準（高さ、面積）を改正（下表参照）
- ・ 足羽川右岸から左岸の桜並木を越えて眺望できる屋上広告物の設置を禁止
 - ・ 足羽山の愛宕坂展望台および愛宕坂から眺望できる屋上広告物の設置を禁止
 - ・ 西山公園内から眺望できる屋上広告物の設置を禁止
- ※ 屋上広告物には屋上の塔屋等の壁面に設置される広告物を含む

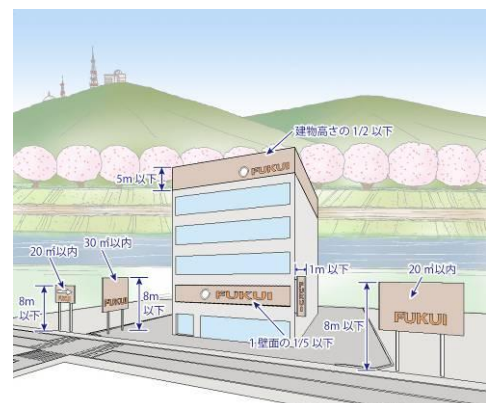
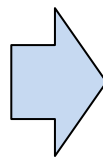
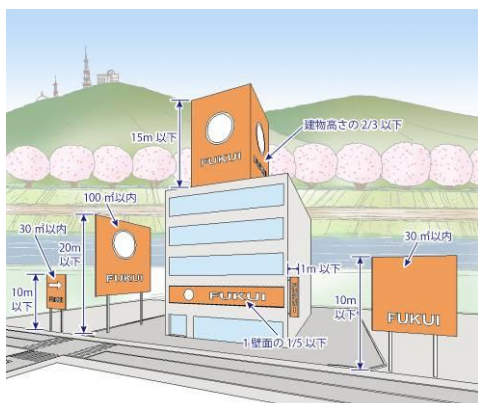
区 分		現 行 基 準	新 基 準（案）
自家用	屋上広告	高さ15m	高さ5m（塔型は禁止）
	壁面広告	1壁面の5分の1以下	1壁面の5分の1以下
	広告板	高さ20m 面積100㎡	高さ8m、面積30㎡
案 内	広告板	高さ10m、面積30㎡	【1枚設置の場合】 高さ8m、面積20㎡ 【複数設置の場合】 高さ8m、面積20㎡
一 般	屋上広告	高さ15m	高さ5m
	壁面広告	1壁面の5分の1以下	1壁面の5分の1以下
	広告板	高さ10m 面積30㎡	高さ8m、面積20㎡

【足羽川周辺における規制イメージ】



【現 行 基 準】

【新 基 準（案）】



(5) 市街地等における良好な広告景観づくり 【許可地域】

本県の屋上広告や広告板などの高さ・面積の基準は他県に比べて緩く、巨大な自家用広告物が設置可能となっています。特に市街地の沿道に出店する大規模店舗などの巨大な屋外広告物が周囲の建物や自然景観などと調和が図られていない傾向が見られます。

商業地域等においても、県民が快適に感じることのできる魅力あるまちなみ景観を創出するため、屋外広告物の規制基準を見直します。

○ 屋外広告物の現状



国道8号の状況（福井市大和田）
・巨大な広告板や屋上広告が乱立して景観を阻害



県道福井金津線の状況（坂井市春江町）
・高い広告板が乱立して景観を阻害

○ 許可地域の対象となる範囲

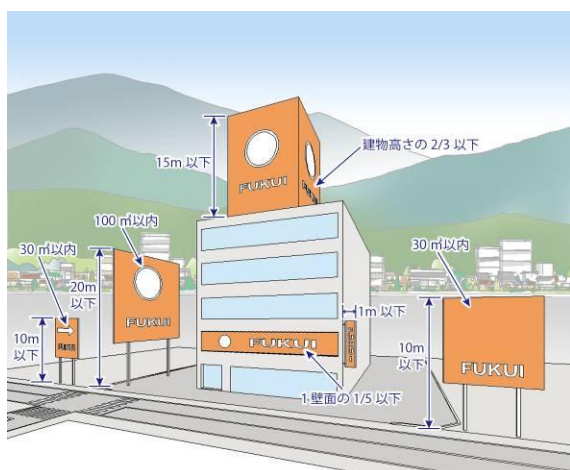
- ・ 禁止地域と特定制限地域を除く県内全域
(主に都市計画法上の商業地域、近隣商業地域、準工業地域など)

○ 規制見直し内容

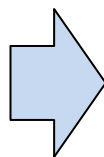
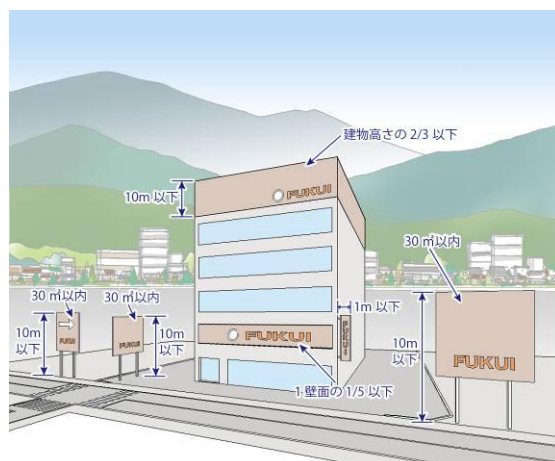
- ・ 広告物の許可基準（高さ、面積）を改正（下表参照）

区 域		現 行 基 準	新 基 準 (案)
自家用	屋上広告	高さ15m	高さ10m（塔型は禁止）
	壁面広告	1壁面の5分の1以下	1壁面の5分の1以下
	広告板	高さ20m、面積100㎡	高さ10m、面積30㎡
案 内	広告板	高さ10m、面積30㎡	高さ10m、面積30㎡
一 般	屋上広告	高さ15m	高さ10m
	壁面広告	1壁面の5分の1以下	1壁面の5分の1以下
	広告板	高さ10m、面積30㎡	高さ10m、面積30㎡

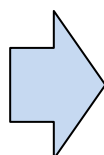
【現行基準】



【新基準（案）】



【市街地等における景観改善イメージ】



＜参 考＞ 景観に配慮している大型店の事例

市街地の沿道では自動車向けの様々なサービス施設が数多く立地するという特徴から、それぞれの施設が強い印象を与えようとし、大きさと数と派手さで競う屋外広告物が立ち並び雑然としたまちなみになりがちですが、最近では色彩やデザインをシンプルなものとして、周辺景観にも配慮して屋外広告物を設置する店舗も増えています。（※はふるさと福井景観広告賞受賞）

【イオンタウン金沢示野】



【パチンコ APOLLO 金沢長田店】



【紳士服はるやま敦賀店 ※】



【平野純薬株本社（福井市）※】



《塔型屋上広告物の設置禁止》

屋上広告物は、比較的規模が大きくまちなみや自然景観に与える影響が大きいものであり、特に屋上から突出する塔型のものは、設置される建物との調和だけでなく、山の稜線やまちなみのスカイラインなどを乱すことになるため、許可地域を含め全ての屋上広告物について塔型のものを設置禁止にし、設置する場合は横長のものになるよう規制内容を見直します。

○ 規制見直し内容

1) 対象地域

禁止地域、特定制限地域および許可地域

※ 第1種禁止地域は屋上広告物自体が設置禁止

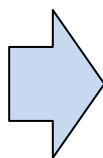
2) 見直し内容

自家用広告物および一般広告物における屋上広告物を設置する場合、高さの基準を満たすことに加え、その形状は「**主たる面について縦の長さを横の長さで除した数値が1以下（横長）**」となること

※ 案内広告物は屋上広告物の設置禁止



＜参 考＞ 塔型屋上広告物の改善事例



【坂川建設株式会社（福井市）】

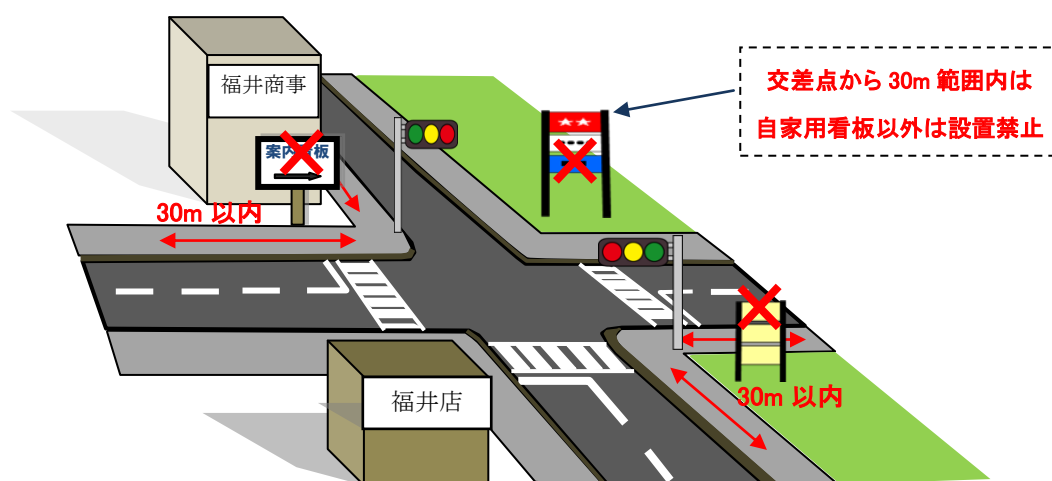
県民に親しまれ、国内外から高い評価を得ている「養浩館庭園」からの眺望景観を損なわないように、塔型屋上広告物を自主的に撤去した取組みが高く評価され、「ふるさと福井景観広告賞 景観改善部門」を受賞しています。

(6) 交差点周辺の良好な景観づくりと交通安全の確保

屋外広告物条例の目的の1つは「公衆に対する危害の防止」であり、県民の日常生活およびこれから増加が期待される観光客の安全・安心を確保していくことも重要です。

現行条例では交差点の周辺に関する規制が特になく、交差点周辺に屋外広告物が乱立し、信号機や道路標識の視認性を阻害したり、わき見運転などの原因となる危険性が生じている事例が見られるため、交差点周辺における規制を見直し、良好な景観形成と交通安全の確保を図ります。

【信号交差点周辺の規制イメージ】



○ 規制対象となる交差点

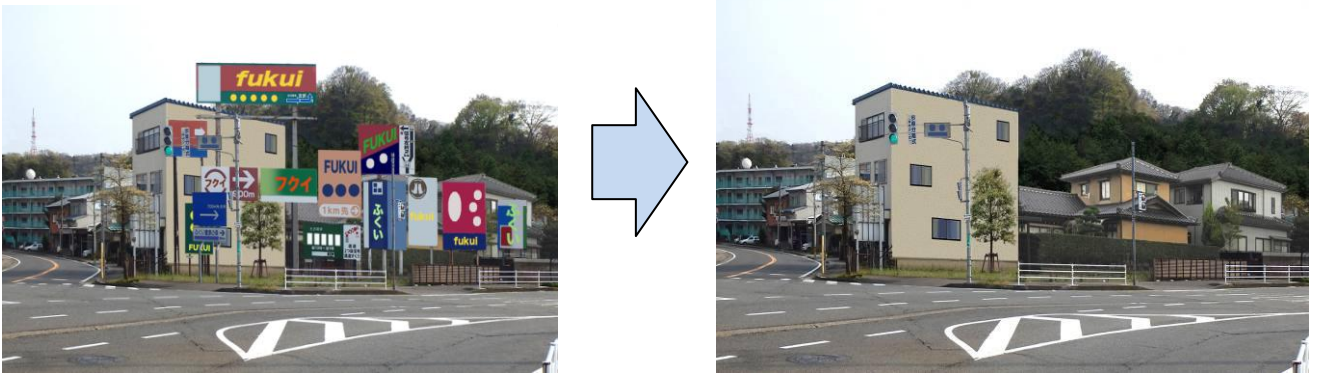
・道路規模や交通量、事故発生の状況等から特に事故の危険性が高い交差点など、次に示す交差点のうち、信号機がある交差点を規制対象とします。

- ① 国道と国道が交差する交差点
- ② 国道と県道が交差する交差点
- ③ 国道と市町道が交差する交差点
- ④ 県道と県道が交差する交差点
- ⑤ 県道と市町道が交差する交差点で次のいずれかに該当するもの
 - ・県が事故危険交差点として選定している交差点
 - ・路面電車が通過する道路にある交差点

【信号交差点周辺の屋外広告物】

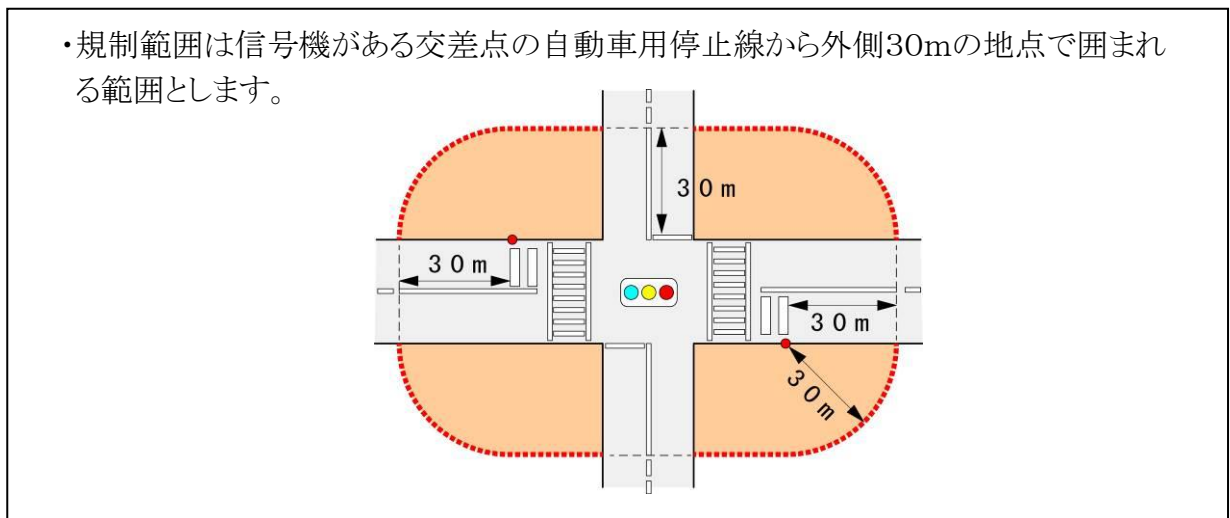


【信号機交差点周辺の改善イメージ】



○ 主な規制見直し内容

規制対象となる交差点の周囲30mの範囲に、一般広告物および案内広告物の設置を禁止します（建築物の壁面に設置されるものも含まれます）。



<参考①> 道路交通法の規定

交差点での交通安全を確保するため、道路交通法第53条では、自動車の運転者が交差点で左折や右折をしようとするときは、交差点の手前30mの地点から方向指示器による合図をしなければならないと規定されています。

わき見、よそ見運転などにより、いったん合図を出した後に交差点付近で車線変更など当初の合図と異なった行為をすることは極めて危険であるため、交差点の周辺では運転に集中できる環境づくりを図ることも重要です。

<参考②> 「交通の方法に関する教則」の規定

屋外広告物は多くの道路沿いに設置される傾向にありますが、公共空間においてもっとも守らなければならないことは「安全」であり、歩行者の通行や自動車交通に対して、最大限に配慮することが必要です。

この点について、国家公安委員会が定める「交通の方法に関する教則」においても、信号や標識・標示がよく見えないと非常に危険であるため、信号機の近くに信号と似た色のネオンサインを設けたり、標識の近くに広告看板を設けたりしてはいけないと規定しています。

(7) 色彩の適正化による良好な景観づくり

現行条例では屋外広告物のデザインに関する具体的な基準がないため、彩度が高い色を使用した屋外広告物が自然景観やまちなみ景観と調和しない事例も見受けられます。

また、統一感がなく様々な色彩の屋外広告物が集中すると、景観上の問題だけでなく、情報提供やイメージ発信など広告物の本来の機能が果たせなくなることにつながります。

屋外広告物のデザインにおいて、色が果たす役割は重要であるため、新たに色彩に関する規制を導入し、良好な景観づくりを進めます。

○ 高彩度の色を使用している広告物の例



【高彩度の色を使用した野立看板】



【高彩度の色を使用した自家用広告物】

○ 主な規制見直し内容

- ・ 全ての屋外広告物について、色彩に関する基準を設定

※ 広告物の色彩やデザインは地域の特性と密接に関連し、まちづくりに与える影響が大きい
ため、景観行政の主体である市町の景観計画とも連携

現行基準	特に景観に配慮すべき地域では広告物等の色彩、意匠等が景観と調和するものであること	
改正基準	共通基準	上乘せ基準
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 都市景観や自然景観に調和し、周囲の景観を阻害しない意匠や色彩にすること ・ 地色に高彩度色（マンセル値による彩度12以上のもの）を使用しないこと ・ 蛍光および発光塗料を使用しないこと ・ 高さ、表示面積、設置数、使用色を必要最小限にすること 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 屋外広告物を設置しようとする場所が市町の策定する景観計画において、特定景観計画区域に指定されている場合は、景観形成基準を順守すること（※ 共通基準より厳しい部分に限る）

【色彩を抑えて景観に配慮している店舗の事例】



【イオンタウン金沢示野】（再掲）

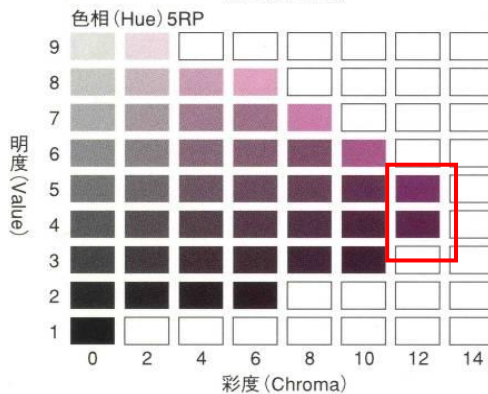
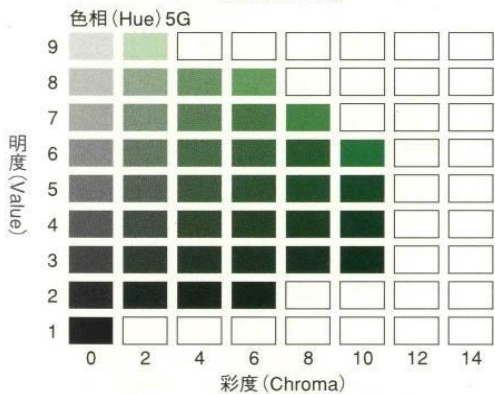
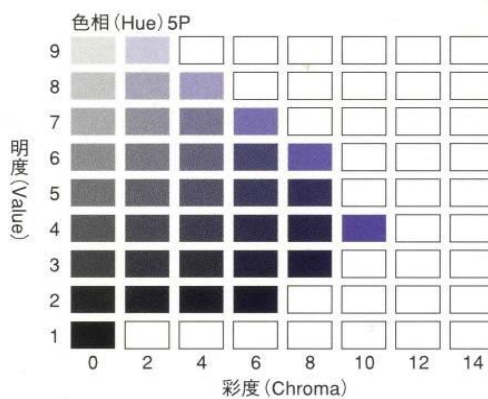
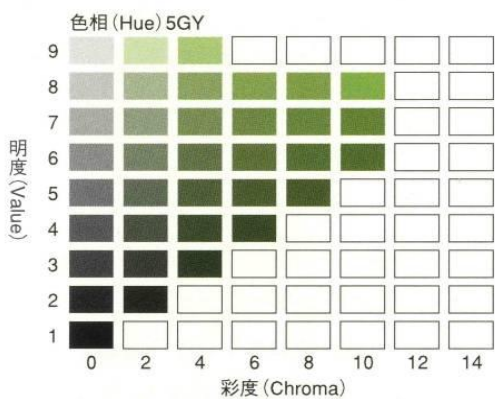
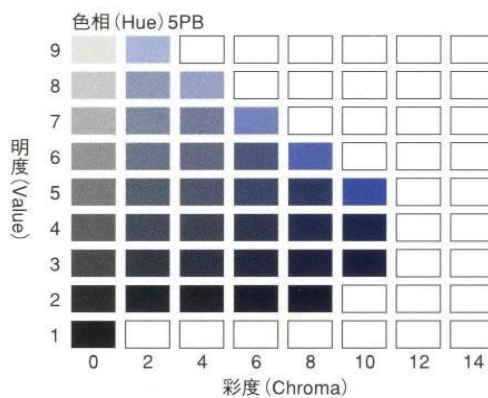
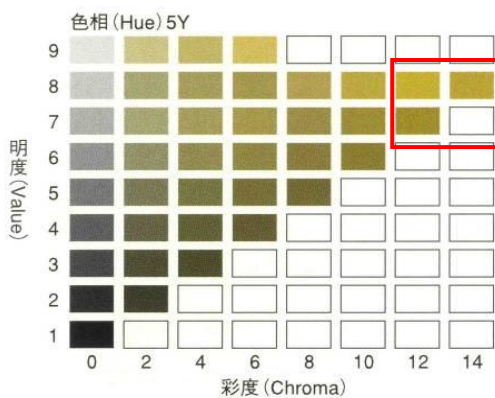
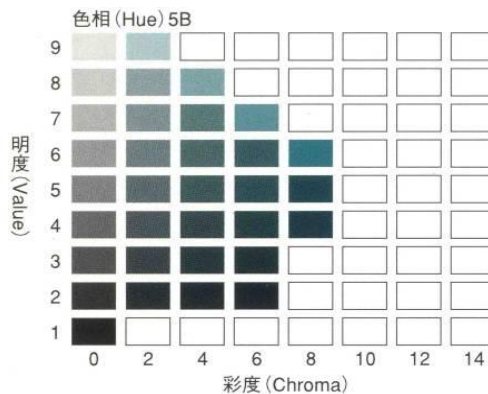
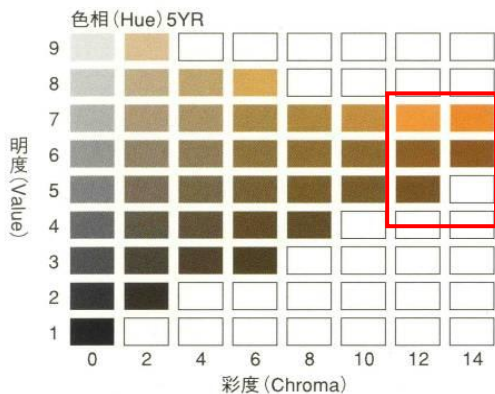


【パチンコ APOLLO 金沢長田店】（再掲）

【色彩規制（共通基準）】：地色に彩度12以上の色彩を使用しない

— : 規制対象色彩

出典：JIS標準色票



9. 既存広告物の経過措置について

今回の見直しによって、現在は許可を受けて適法に設置されている広告物のうち、改正後の条例・施行規則等が施行されると、結果として新たな設置基準に適合しない広告物（既存不適格広告物）が出てきます。こうしたものについて、基本的には一定の期間を経過した後に新しい基準を適用します。

具体的には、地域特性に応じた景観形成の重要性や規制見直しによる社会的な影響を考慮して、下記のとおりとします。

（1）既存不適格広告物の取り扱い

○ 経過措置期間が設定されている屋外広告物

- ・改正条例の施行日から経過措置期間が終了するまでに、新しい基準に適合するよう改善または除却を求めます。
- ・経過措置期間においては、改正前の条例基準により更新許可を受けることができます。
- ・改正条例の施行後、変更（改造）を行う際は、経過措置期間に関わらず、新しい基準に適合するよう改善または除却を求めます。

○ 経過措置期間が設定されていない屋外広告物（許可地域）

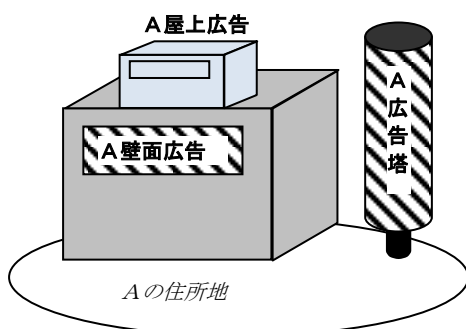
- ・改正条例の施行後、変更（改造）を行う際は、新しい基準に適合するよう改善または除却を求めます。

○ 禁止地域の総量規制（第1種禁止地域を除く）

- ・改正条例の施行前に許可を受け、適法に設置されている事業所等の自家用広告物については、新しい基準は適用しません。
- ・ただし、屋上広告、広告板などの自家用広告物の単体については、上記「経過措置期間が設定されている屋外広告物」と同じ取り扱いとします。
- ・改正条例の施行後、変更（改造）、増設を行う際は、新しい基準、または現在の総量面積を超えない範囲で許可を受けることができます。

○ 屋外広告物の色彩基準

- ・改正条例の施行後、変更（改造）を行う際は、新しい基準に適合するよう改善または除却を求めます。



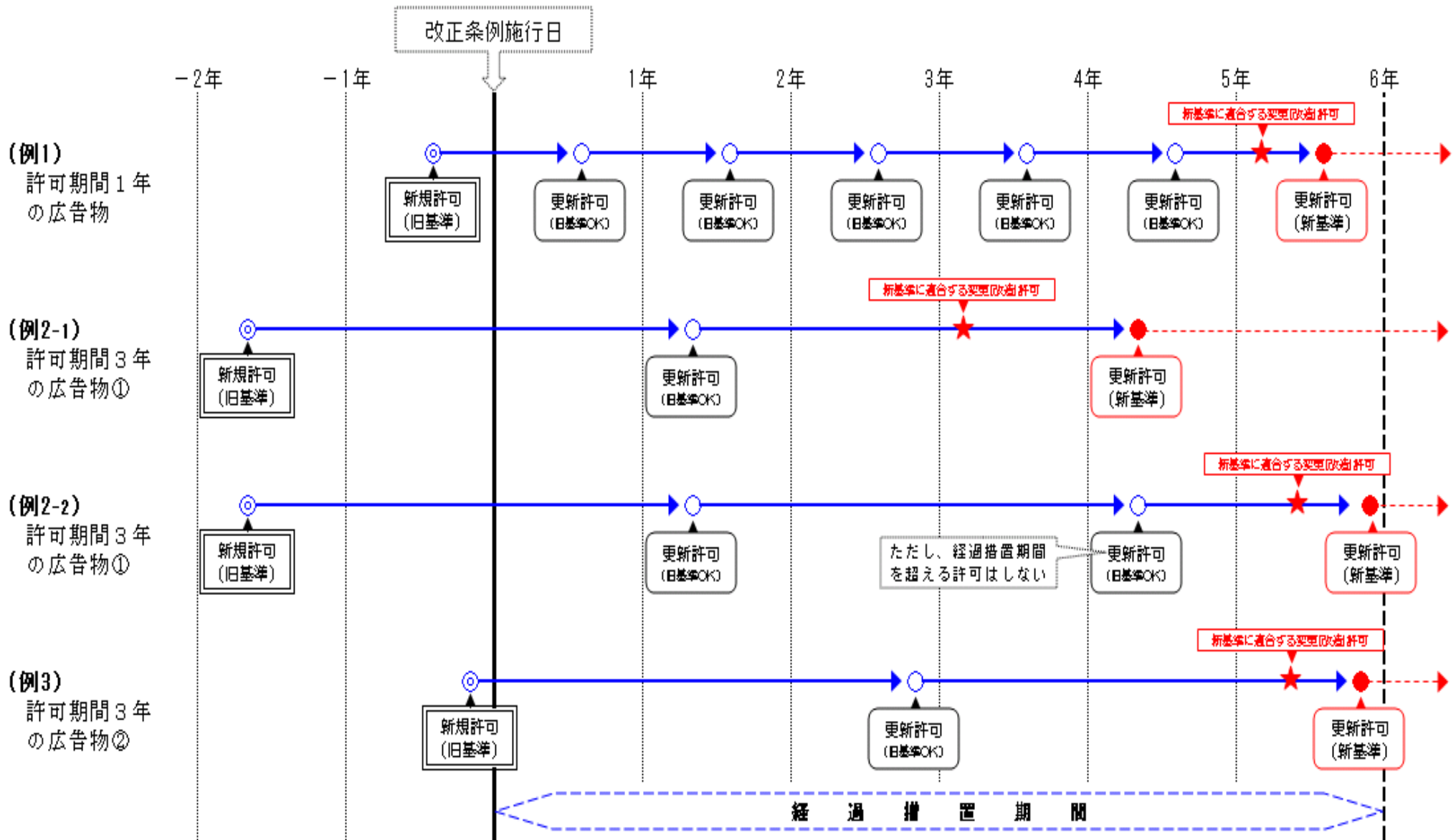
A屋上広告 → 6年以内に新基準適合
A壁面広告 → 現基準適合（改正なし）
A広告塔 → 6年以内に新基準適合
Aの住所地の広告物の総量面積 → 新基準適用除外
（A屋上広告＋A壁面広告＋A広告塔の合計面積）
変更（改造）、増設の際 → 新基準または現在の総量
面積を超えない

(2) 地域別における既存広告物の取り扱い（経過措置）

規制地域		経過措置の内容
第1種禁止地域	自然・歴史景観等を最優先に保全すべき地域 ・風致地区内 ・史跡、名勝、文化財の区域内 ・伝統的建造物群保存地区内	・施行日から6年以内に新基準に適合
第2種禁止地域	観光地周辺等の魅力ある景観形成を図る地域 ・史跡、名勝、文化財の 周囲300m ・国定公園内の道路や観光地 周辺の道路の両側300m	・施行から6年以内に新基準に適合 ・ただし、総量規制の新基準は適用除外
第3種禁止地域	田園や文化・教養施設等の快適な景観形成を図る地域 ・高速道路、新幹線の 両側500m ・観光ルートの両側300m ・幹線道路の両側300m ・都市公園、図書館などの 周囲300m	・施行から6年以内に新基準に適合 ・ただし、総量規制の新基準は適用除外
特定制限地域	都市においてシンボルとなる景観を保全すべき地域 ・足羽山、足羽川、西山公園の 指定範囲	・施行から6年以内に新基準に適合
許可地域	経済活動に配慮しながら秩序ある景観形成を図る地域	・広告物の変更や改造を行う際に新基準に適合 ・ただし、塔型の屋上広告物は施行から6年以内に新基準に適合
信号交差点周辺	交通安全の確保を最優先に 図る場所	・施行から6年以内に新基準に適合 ※許可地域であっても6年以内に新基準に適合
広告物の色彩	全地域	・広告物の変更や改造を行う際に新基準に適合

※ 塔型の屋上広告物は、山の稜線やまちなみのスカイラインを乱す傾向が強いため、許可地域であっても経過措置期間内での改善が必要です。

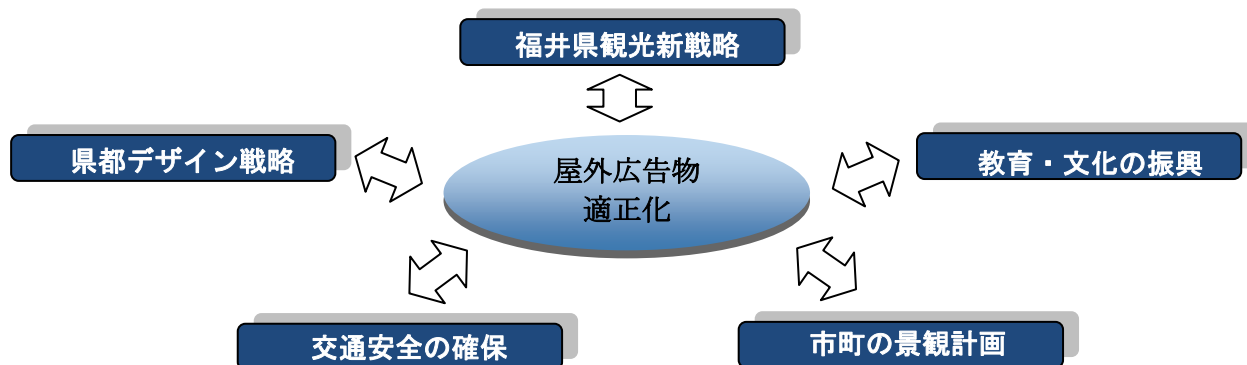
既存広告物の経過措置期間（6年間）における許可・更新のイメージ



10. 各施策との連携と推進体制

(1) 各施策・計画との連携

屋外広告物の規制見直しによる良好な景観形成や安全・安心の確保は、今後の観光戦略や県都デザイン戦略、交通安全や教育・文化の振興、市町の景観まちづくりなど多様な分野と密接に関わることから、各分野における施策や計画と連携し、県として総合的かつ効果的な施策の推進を図ります。



○ 主な計画における屋外広告物規制の位置づけ

福井県観光新戦略（平成27年3月策定）

○ 計画期間

- ・平成27年度から平成31年度

○ 主な戦略

- ・恐竜王国 福井を活かした観光誘客
- ・一乗谷朝倉氏遺跡の世界文化遺産登録
- ・永平寺、西山公園、敦賀金ヶ崎などを「100万人観光地」を目指して整備
- ・北陸新幹線、舞鶴若狭自動車道、中部縦貫自動車道を活用した広域観光の推進
- ・感動を呼ぶおもてなし環境の整備

（豊かな自然、歴史・文化を活かした観光地の魅力ある景観を創出

田園、里地里山などふるさと福井の原風景を保全するため、建物や屋外広告物に関するルールを策定

県都デザイン戦略（平成25年3月策定）

○ 計画期間

- ・短期：平成30年（福井国体開催） ・中期：平成34年（北陸新幹線敦賀開業）

○ 主な戦略（短期）

- ・足羽山、足羽川の眺望景観保全と創出を目的に建物や屋外広告物に関するルールを策定
- ・養浩館庭園、浜町、愛宕坂周辺など歴史的な界隈において、景観誘導や無電柱化、夜間景観の形成等に関するルールを策定

(2) 屋外広告物の景観改善に向けた推進体制

福井県屋外広告物適正化推進会議を開催し、今後も情報共有を図りながら県、市町、民間事業者・団体が連携し、説明会、講習会の開催や「ふるさと福井景観広告賞」の表彰などの普及・啓発活動を行い、屋外広告物の適正化および景観改善を推進します。

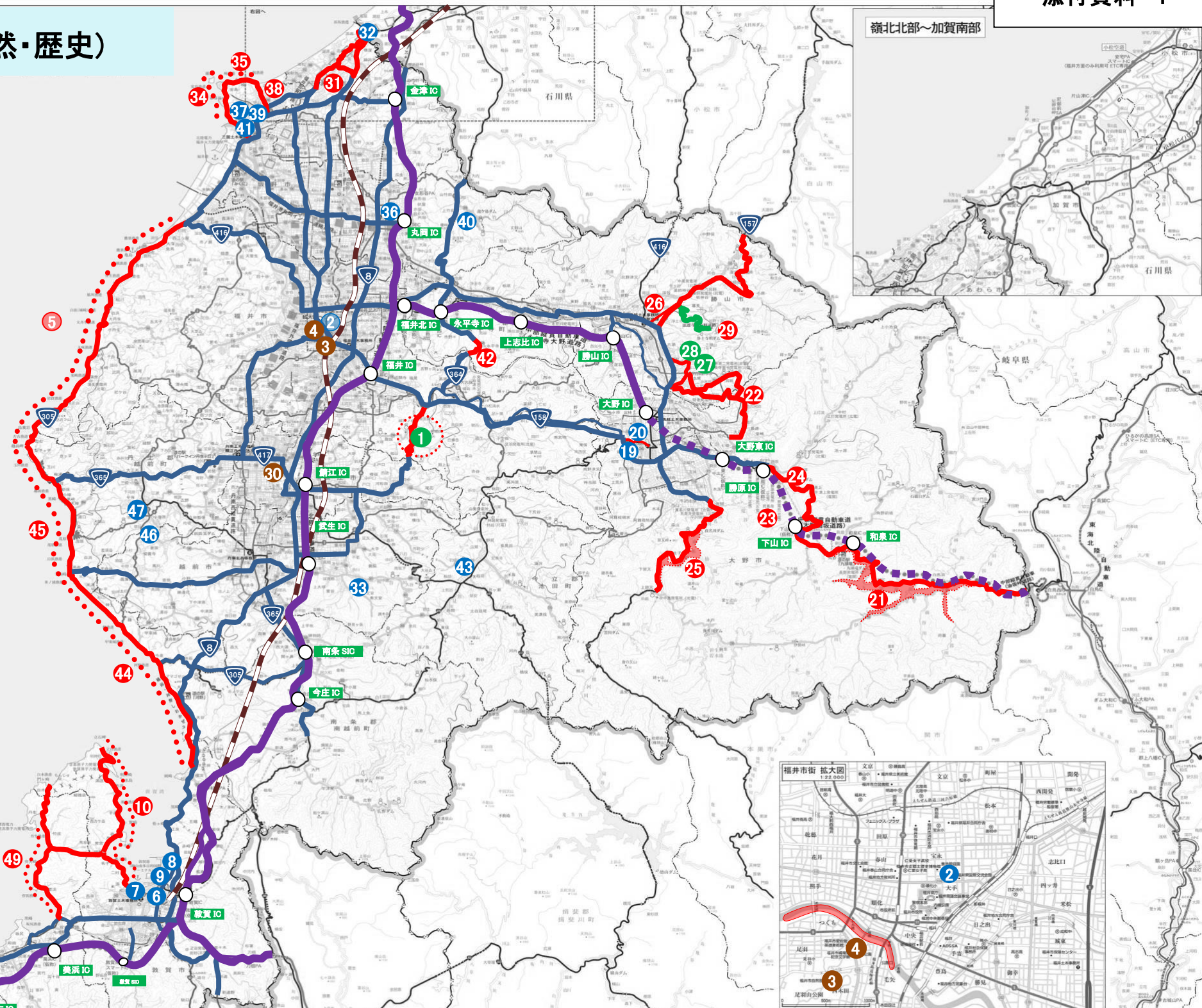
屋外広告物条例規制見直し

添付資料

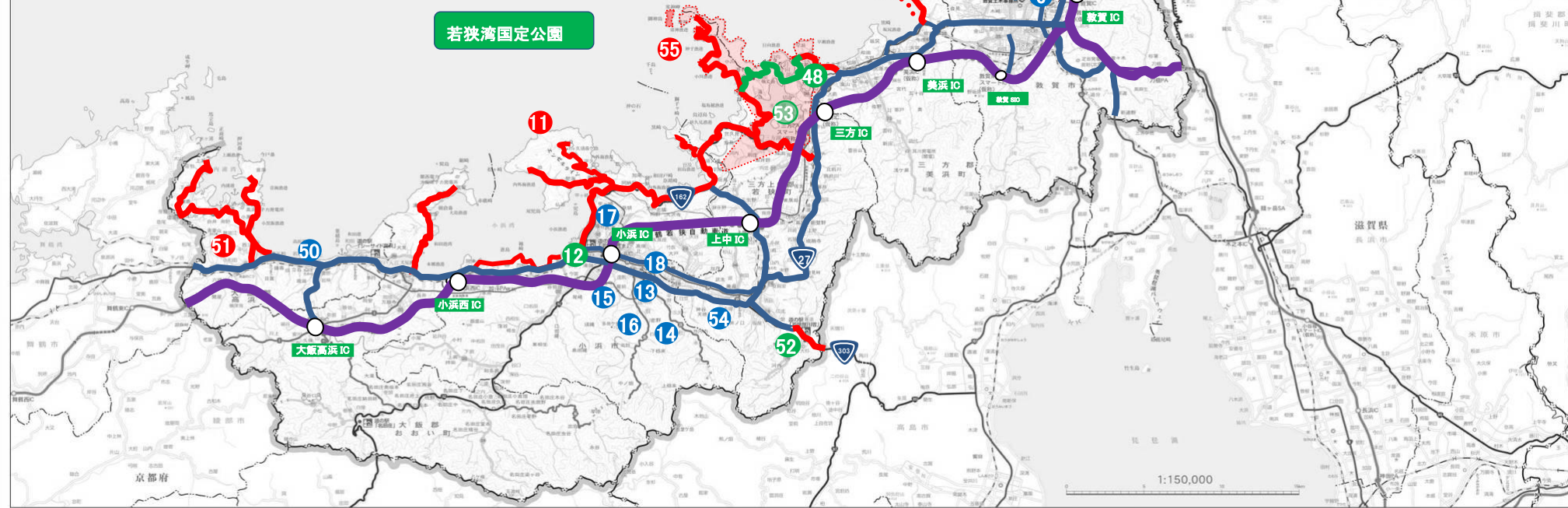
新たに屋外広告物を規制する観光地および道路(自然・歴史)

市町名	番号	観光地名	市町名	番号	観光地名		
福井市	1	一乗谷朝倉氏遺跡	あわら市	31	北湯湖畔		
	2	養浩館庭園		32	吉崎御坊跡		
	3	足羽山の桜		33	越前の里味真野苑		
	4	足羽川の桜		34	東尋坊		
	5	越前海岸		35	雄島、越前松島、荒磯遊歩		
敦賀市	6	気比神宮	坂井市	36	丸岡城		
	7	気比の松原		37	瀧谷寺(湊町三国)		
	8	金ヶ崎宮、金ヶ崎城跡		38	丸岡藩砲台跡		
	9	赤レンガ倉庫		39	旧森田銀行本店(湊町三国)		
	10	西浦海岸		40	坪川家住宅		
小浜市	11	若狭蘇洞門	永平寺町	41	旧岸名家(湊町三国)		
	12	三丁町(小浜西組)		42	大本山永平寺		
	13	萬徳寺		43	堀口家住宅		
	14	明通寺		44	越前海岸		
	15	妙楽寺		45	越前海岸		
	16	神宮寺		46	相木家住宅		
	17	羽賀寺		47	越前陶芸村		
	18	若狭国分寺跡		48	三方五湖		
	大野市	19		越前大野城	美浜町	49	水晶浜
		20		大野まちなか観光		50	城山公園(明鏡洞)
21		九頭竜湖	51	青葉山			
22		六呂師高原	52	熊川宿			
23		荒島岳	53	三方五湖			
24		九頭竜峡	54	若狭瓜割名水公園			
25		真名峡・真名姫湖	55	常神半島			
勝山市		26	恐竜博物館				
		27	白山平泉寺旧境内				
		28	旧玄成院庭園				
	29	スキージャム勝山					
鯖江市	30	西山公園					

越前加賀海岸 国定公園



若狭湾国定公園



- 凡例
- 自然公園内または観光地周辺道路【第2種禁止地域】
 - 観光ルート、幹線道路【第3種禁止地域】
 - 北陸新幹線【第3種禁止地域】
 - 高速道路・自動車専用道路【第3種禁止地域】
 - 有料道路(2区間)【第2種禁止地域】
- ※商業地域等(用途地域)は除く
 ※大野市内の規制は、大野市屋外広告物条例で検討中

この地図の作成にあたっては、国土院の提供したデータに基づき、関係機関の提供したデータ(データ提供)及び関係機関のWebページ掲載内容を利用した。(後掲参照) 資料提供: 国土院

※ ゴシックは基準の見直し箇所

福井県屋外広告物条例・施行規則等 許可基準改正(案) 一覧表

共通基準		<ul style="list-style-type: none"> ・広告物等の位置、形状、大きさ、材料、色彩、意匠等が周囲の景観と調和する ・広告物等の裏面、側面、脚部等の広告物を表示しない部分についても塗装その他の装飾がなされたもの ・地色にマンセル値による彩度12以上のものを使用しない ・蛍光、発光または反射を伴う塗料等を使用しない ・電飾設備を有するものにあつては昼間においても美観を損なわない ・容易に腐朽し、または破損しない材料を使用したもの ・風雨、地震、衝撃等により容易に破損し、倒壊し、または落下するおそれのないもの ・景観法第8条第2項第1号に規定する景観計画区域において、色彩は同法第8条第2項第4号に基づき定められた事項に適合 								
地域区分	第1種禁止地域		第2種禁止地域		第3種禁止地域		特定制限地域		許可地域	
数値基準	個別基準		総量規制		個別基準		総量規制		個別基準	
自家用 広告物	屋上広告	× 設置禁止	1敷地 10㎡以下	・建物の高さの2分の1以下、かつ2m以下	1敷地 20㎡以下 (国定公園内) 1敷地 10㎡以下	・建物の高さの2分の1以下、かつ4m以下	1敷地 30㎡以下	・建物の高さの2分の1以下、かつ5m以下	・建物の高さの3分の2以下、かつ10m以下	
	壁面広告	・1壁面の5分の1以下 (屋上の塔屋等には設置不可)		・1壁面の5分の1以下		・1壁面の5分の1以下		・1壁面の5分の1以下	・1壁面の5分の1以下	
	広告板・ 広告塔	・高さ3m以下		・高さ5m以下		・高さ8m以下		・高さ8m以下、面積30㎡以下	・高さ10m以下、面積30㎡以下	
	突出広告	・道路敷地への突出し1m以下 ・壁面の上端から突出しない		・道路敷地への突出し1m以下 ・壁面の上端から突出しない		・道路敷地への突出し1m以下 ・壁面の上端から突出しない		・道路敷地への突出し1m以下 ・壁面の上端から突出しない	・道路敷地への突出し1m以下 ・壁面の上端から突出しない	
	はり札 のぼり 立看板	・高さ3m以下 ・表示面は縦2m以下、横1m以下 ・相互間距離は高さの2倍以上		・高さ3m以下 ・表示面は縦2m以下、横1m以下 ・相互間距離は高さの2倍以上		・高さ3m以下 ・表示面は縦2m以下、横1m以下 ・相互間距離は高さの2倍以上		・高さ3m以下 ・表示面は縦2m以下、横1m以下 ・相互間距離は高さの2倍以上	・高さ3m以下 ・表示面は縦2m以下、横1m以下 ・相互間距離は高さの2倍以上	
案内 広告物	広告板・ 広告塔	× 設置禁止	1事業所 1km以内 2個まで	【1枚設置の場合】 ・高さ2m以下、面積1㎡以下 【集約化して設置の場合】 ・高さ5m以下、面積5㎡以下	1事業所 1km以内 2個まで	【1枚設置の場合】 ・高さ4m以下、面積3㎡以下 【集約化して設置の場合】 ・高さ5m以下、面積10㎡以下	1事業所 1km以内 2個まで	・高さ8m以下、面積20㎡以下	・高さ10m以下、面積30㎡以下	
	電柱広告 (突出型)	× 設置禁止		・表示面は縦1.2m以下、横0.6m以下 ・電柱1本につき1個		・表示面は縦1.2m以下、横0.6m以下 ・電柱1本につき1個		・表示面は縦1.2m以下、横0.6m以下 ・電柱1本につき1個		
	電柱広告 (巻付型)	× 設置禁止		・地面から下端までの高さ1m以上 ・表示面は横1m以下 ・電柱1本につき1個		・地面から下端までの高さ1m以上 ・表示面は横1m以下 ・電柱1本につき1個		・地面から下端までの高さ1m以上 ・表示面は横1m以下 ・電柱1本につき1個		
	立看板	× 設置禁止		・高さ3m以下 ・表示面は縦2m以下、横1m以下 ・相互間距離は高さの2倍以上		・高さ3m以下 ・表示面は縦2m以下、横1m以下 ・相互間距離は高さの2倍以上		・高さ3m以下 ・表示面は縦2m以下、横1m以下 ・相互間距離は高さの2倍以上		
	壁面広告	× 設置禁止		× 設置禁止		× 設置禁止		・1壁面の5分の1以下 (屋上の塔屋等には設置不可)	・1壁面の5分の1以下	
一般 広告物	屋上広告	× 設置禁止	× 設置禁止	× 設置禁止	× 設置禁止	× 設置禁止	× 設置禁止	・建物の高さの2分の1以下、かつ5m以下	・建物の高さの3分の2以下、かつ10m以下	
	壁面広告	× 設置禁止	× 設置禁止	× 設置禁止	× 設置禁止	× 設置禁止	× 設置禁止	・1壁面の5分の1以下 (屋上の塔屋等には設置不可)	・1壁面の5分の1以下	
	広告板・ 広告塔	× 設置禁止	× 設置禁止	× 設置禁止	× 設置禁止	× 設置禁止	× 設置禁止	・高さ8m以下、面積20㎡以下	・高さ10m以下、面積30㎡以下	
	突出広告	× 設置禁止	× 設置禁止	× 設置禁止	× 設置禁止	× 設置禁止	× 設置禁止	・道路敷地への突出し1m以下 ・壁面の上端から突出しない ・1壁面につき3個以下	・道路敷地への突出し1m以下 ・壁面の上端から突出しない ・1壁面につき3個以下	
	広告幕	× 設置禁止	× 設置禁止	× 設置禁止	× 設置禁止	× 設置禁止	× 設置禁止	・面積30㎡以下 ・道路上空を横断する場合は縦1m以下	・面積30㎡以下 ・道路上空を横断する場合は縦1m以下	
	電柱広告 (突出型)	× 設置禁止	× 設置禁止	× 設置禁止	× 設置禁止	× 設置禁止	× 設置禁止	・表示面は縦1.2m以下、横0.6m以下 ・電柱1本につき1個	・表示面は縦1.2m以下、横0.6m以下 ・電柱1本につき1個	
	電柱広告 (巻付型)	× 設置禁止	× 設置禁止	× 設置禁止	× 設置禁止	× 設置禁止	× 設置禁止	・地面から下端までの高さ1m以上 ・表示面は横1m以下 ・電柱1本につき1個	・地面から下端までの高さ1m以上 ・表示面は横1m以下 ・電柱1本につき1個	
	はり札 のぼり 立看板	× 設置禁止	× 設置禁止	× 設置禁止	× 設置禁止	× 設置禁止	× 設置禁止	・高さ3m以下 ・表示面は縦2m以下、横1m以下 ・相互間距離は高さの2倍以上	・高さ3m以下 ・表示面は縦2m以下、横1m以下 ・相互間距離は高さの2倍以上	
付加基準	—		信号交差点の周囲30mは一般広告物および案内広告物を設置禁止(商業地域等でも適用除外としない)						—	
	—		・主要観光地25箇所の周辺100mは案内広告物を設置禁止 ・養浩館庭園、金ヶ崎城跡、吉崎御坊、丸岡城の周辺300mは眺望できる屋上広告物(屋上の塔屋等の壁面に設置するものを含む)を設置禁止 ・塔型形状の屋上広告は設置禁止	・文化・教養施設16箇所の周辺100mは案内広告物を設置禁止 ・塔型形状の屋上広告は設置禁止	・足羽川右岸から左岸の桜並木を超えて眺望できる屋上広告を設置禁止 ・足羽山の愛宕坂および愛宕坂展望台から眺望できる屋上広告を設置禁止 ・西山公園内から眺望できる屋上広告は設置禁止 ・塔型形状の屋上広告は設置禁止 ※ 屋上広告物には屋上の塔屋等の壁面に設置される広告物を含む	—		・塔型形状の屋上広告は設置禁止		
商業地域等	禁止地域から除外しない		禁止地域から除外しない(道路沿線は禁止地域から除外)		禁止地域から除外		特定制限地域に指定した区域が優先		—	
留意事項	・他の禁止地域と重複する場合は、第1種禁止地域を優先 ・三方五湖の区域のみ 第1種禁止地域と第2種禁止地域が重複する場合は、第2種禁止地域を適用		・第1種禁止地域と第2種禁止地域が重複する場合は、第1種禁止地域を優先 ・三方五湖の区域のみ 第1種禁止地域と第2種禁止地域が重複する場合は、第2種禁止地域を適用 ・第2種禁止地域と第3種禁止地域が重複する場合は、第2種禁止地域を優先		・第1種禁止地域と第3種禁止地域が重複する場合は、第1種禁止地域を優先 ・第2種禁止地域と第3種禁止地域が重複する場合は、第2種禁止地域を優先		—		—	

屋外広告物 参考資料

参考1. 規制見直しにより期待される効果

地域独自の景観を楽しむことが観光の大きな目的になっていることから、全国各地で良好な景観形成が進められており、その結果として個店やまちの魅力が高まり、地価上昇や観光交流人口の増加など効果を生んでいます。

福井県観光新戦略における施策として、屋外広告物の規制を見直し、県内各地で観光地などを中心として良好な景観を形成することにより、「ふるさと福井」の魅力を高め、観光客や来街者の満足度を向上させることで、観光客入込数や観光消費額の向上につながります。

事例1：京都「ローソン八坂神社前店」

コンビニエンスストア業界のローソンは、地域との関わりや景観に対して積極的な取り組みを行っています。

その中でも、京都市の八坂神社前店は、京都ならではの歴史的景観を守るための規制が実施されるなか、独自のデザインによる店舗づくりをしています。



(平成20年度 京都市優良屋外広告物賞 最優秀賞)

立地条件、話題性などにより、全国のローソン全店舗のなかで第2位の売り上げを誇ると言われており、地域と積極的につながる企業姿勢が高く評価されています。

まちの魅力向上につながる屋外広告物が増えることで、地域全体の魅力が高まり、来街者が増えることで、地域経済の振興にもつながります。

【その他の事例】



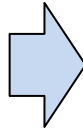
【ローソン御池笹屋町店（京都市）】



【ローソンみなとみらい（横浜市）】

事例2：松山市ロープウェイ街

松山市ロープウェイ街では、地域の特性に応じた個性的なデザインを目指し、沿道の屋外広告物の統一化などまちなみ修景に取り組みました。



ビフォー（取組前）

アフター（取組後）

歩道幅員を拡大する道路空間の再配分とともに景観改善を進めた結果、整備前に比べ歩行者交通量が約3.5倍に増加しました。

（平成15年：約2,000人 → 平成19年：約7,100人）

また、平成19年地価公示では、商業地としては全国でもトップクラスの地価上昇率12.6%を示し、地価にも良い影響を生んでいます（全国平均：2.3%、地方都市平均：△2.8%）。

地点No	H18地価 (円)	H19地価 (円)	変動価格 (円)	変動割合 (%)
A	800,000	813,000	+13,000	+1.6
B	185,000	189,000	+4,000	+2.2
C	212,000	220,000	+8,000	+3.8
D	238,000	268,000	+30,000	+12.6

「地価」は標準地1㎡当たりの価格

ロープウェイ街

出典：「平成18・19年地価公示」(国土交通省土地鑑定委員会)

事例3：伊勢市おはらい町

伊勢市おはらい町では、平成元年に「伊勢市まちなみ保存条例」を制定し、地域特有の歴史的なまちなみをさらに発展させるよう、屋外広告物の改善や伝統的家屋の再現・維持、無電柱化や道路舗装の美装化を実施し、美しいまちなみを形成しました。

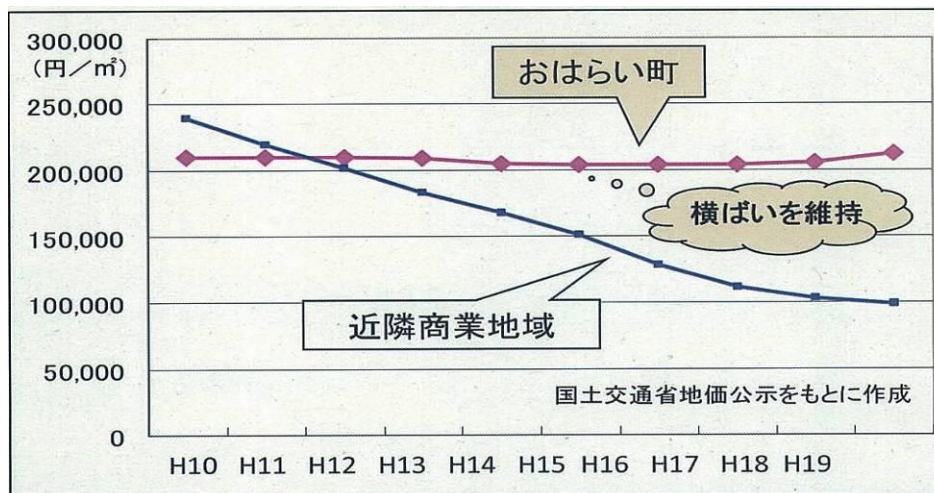


ビフォー（取組前）

アフター（取組後）

取組前と取組後では印象が大きく違います。景観改善の結果、観光客数は平成4年から平成18年にかけて約10倍に増加しました（平成4年：35万人 → 平成18年：356万人）。

また、近隣商業地域の地価が下落している中、おはらい町の地価は横ばいを維持しており、地価にも良い影響を生んでいます。



参考2. 規制見直しに対するアンケート調査（意見交換）

（1）広告主団体へのアンケート調査結果

○ 調査期間：平成26年11月から平成27年1月

○ 調査団体：10団体（1,557名）

福井商工会議所、福井県医師会

福井県中小企業団体中央会、福井県商工会連合会

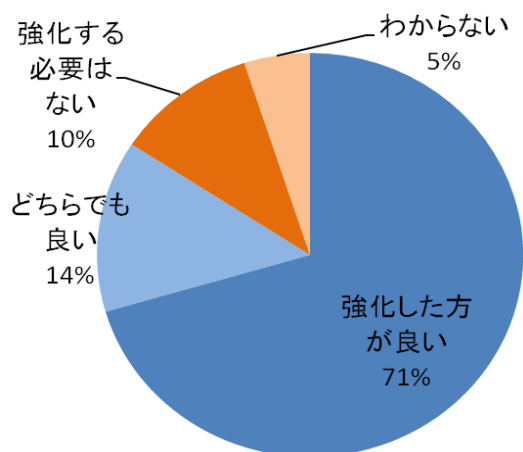
小浜商工会議所、敦賀商工会議所

武生商工会議所、鯖江商工会議所

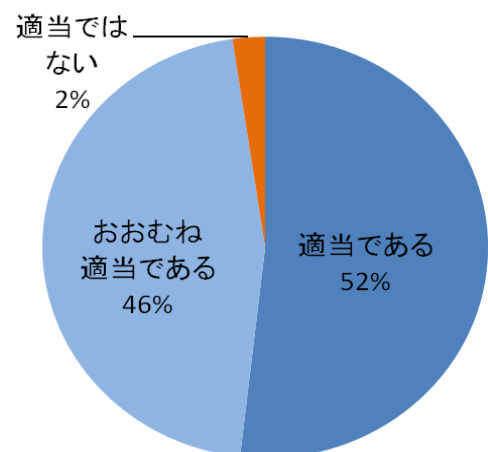
勝山商工会議所、JA福井県中央会

○ 回答数：642名（回答率41.2%）

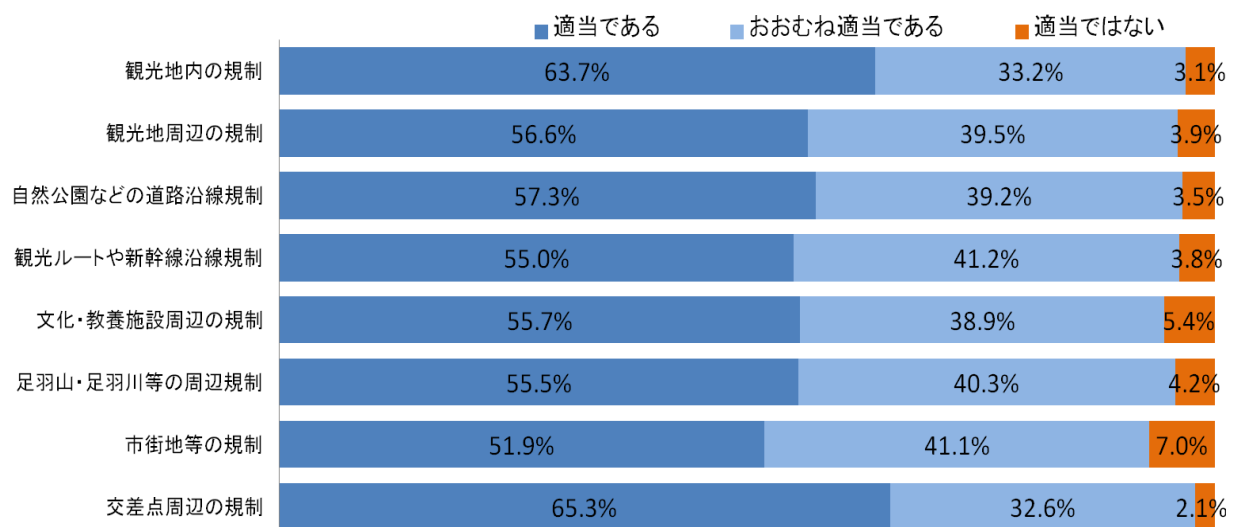
【屋外広告物の規制を強化する必要性】



【屋外広告物規制見直しの方向性】



【具体的な規制見直し内容の妥当性】



【既存不適格広告物に関する意見（８８件）】

○ 補助制度の創設要望（３３件）

- ・ 条例改正により撤去や改修が必要となる広告物については補助制度が必要
- ・ 自家用の屋上広告や広告板は大型のものが多いため、改修に対して十分な補助が必要

○ 早期是正の要望（２９件）

- ・ 福井国体までなどできるだけ早く改修や撤去を進めて、景観を改善すべき
- ・ 野立看板について早期に改善すべき。特に交差点周辺は優先して改善して欲しい

○ ６年以内の是正に賛同（２１件）

- ・ 経過措置期間の６年以内に新基準に適合するよう改修や撤去をすべき

○ 是正措置の緩和要望（５件）

- ・ 自家用広告物については厳密な期間を設けず、変更や改善をする際に新基準に適合させれば良いと思う

【屋外広告物規制の見直しに賛同する意見（１００件）】

- ・ 良好な景観づくりを推進し、福井県を全国にPRするためには屋外広告物規制の見直しが必要
- ・ 交通安全確保の観点から、交差点周辺の屋外広告物はしっかり規制すべき
- ・ 屋外広告物の色彩も景観に関する重要な要素なので、色彩の規制も考えるべき
- ・ カーナビやインターネットが普及しており、屋外広告物に頼りすぎないまちづくりを進めるべき

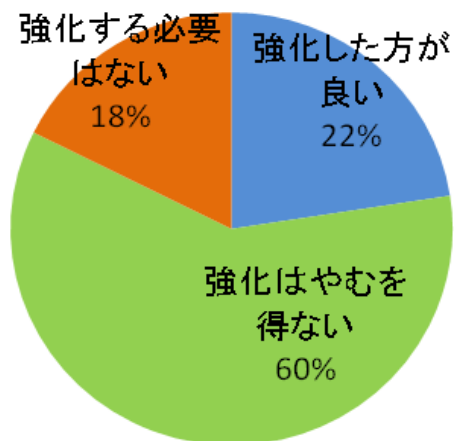
【屋外広告物規制の見直しに慎重な意見（１３件）】

- ・ 中心市街地や郊外の市街地ではにぎわい創出や経済活動の観点から規制を強化すべきではない
- ・ 屋外広告物は道案内や目印の役割を果たすため、必要なものは設置を認めるべきである
- ・ 屋外広告物の規制強化により経済活動に影響がでる恐れがある
- ・ 店舗の存在を認識されるためにはできるだけ大きな広告物を設置することが必要

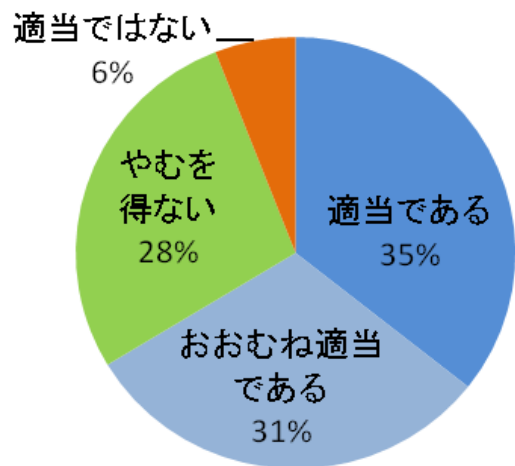
(2) 屋外広告業者へのアンケート調査結果

- 調査期間 : 平成27年1月28日から平成27年2月20日
- 調査団体 : 屋外広告業 登録業者 459社 (県内216社、県外243社)
- 回答数 : 102名 (県内66社、県外36社、回答率 22.2%)

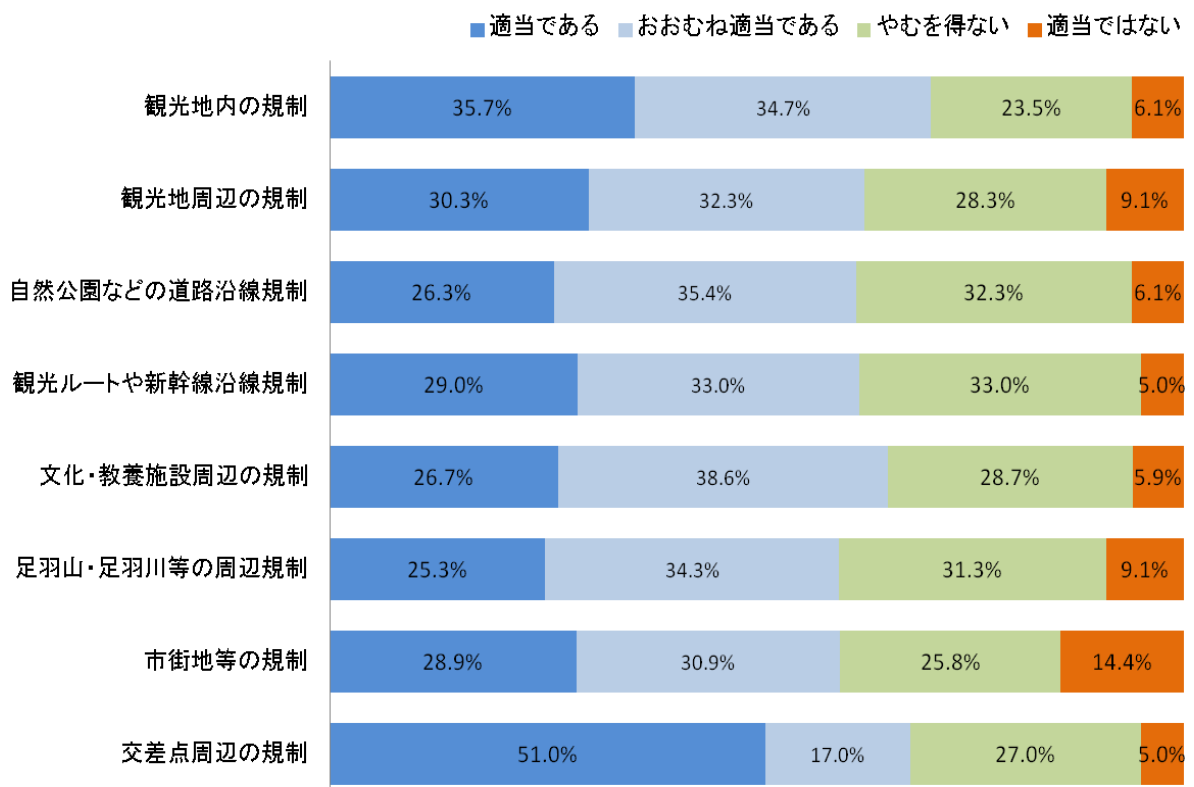
【屋外広告物の規制を強化する必要性】



【屋外広告物規制見直しの方向性】



【具体的な規制見直し内容の妥当性】



【既存不適格広告物に関する意見（25件）】

○ 補助制度の創設要望（9件）

- ・ 条例改正により撤去や改修が必要となる広告物については補助制度が必要
- ・ 自家用の屋上広告や広告板は大型のものが多いため、改修に対して十分な補助が必要

○ 早期是正の要望（5件）

- ・ 福井国体までなどできるだけ早く改修や撤去を進めて、景観を改善すべき
- ・ 野立看板について早期に改善すべき。特に交差点周辺は優先して改善して欲しい

○ 6年以内の是正に賛同（7件）

- ・ 経過措置期間の6年以内に新基準に適合するよう改修や撤去をすべき

○ 是正措置の緩和要望（4件）

- ・ 厳密な期間を設けず、変更や改善をする際に新基準に適合させれば良いと思う
- ・ 特に自家用広告物は営業上必要であるため、厳密な期限を決めないで欲しい

【屋外広告物規制の見直しに賛同する意見（10件）】

- ・ 目立てば良いと考えている看板が多すぎる。規制強化とともにデザイン誘導も必要
- ・ 地域、場所に応じた規制を検討し、広告物の高さや大きさを統一すべき
- ・ 京都市を参考にして、広告物の色彩や照明広告の規制も考えるべき
- ・ 勝山市には補助金制度があり改善が進んでいる、交差点周辺は安全性確保から早期に規制すべき

【屋外広告物規制の見直しに慎重な意見（9件）】

- ・ 自家用広告物の規制強化は経済活動への支障が懸念される
- ・ 屋外広告物だけでなく、景観に影響がある建築物や電柱など他の要素も含めて検討すべき
- ・ 屋外広告物は道案内や目印の役割を果たすため、必要なものは設置を認めるべきである
- ・ 交差点周辺規制をはじめとする野立看板の規制強化は野立看板業者にとって厳しい内容である

参考3. 屋外広告物規制見直し（案）策定経緯

日時等	名称	内容
平成26年3月5日～ 平成26年3月20日	景観と屋外広告物に関する県民アンケート調査	福井県民1,000名を対象に実施
平成26年4月13日	福井県屋外広告美術協同組合との意見交換（理事会）	屋外広告物規制の見直し方針について意見交換
平成26年5月29日	第1回 福井県屋外広告物審議会	屋外広告物規制の見直し方針を審議
平成26年9月12日	福井県屋外広告美術協同組合との意見交換（理事会）	屋外広告物規制の見直しに関する課題と対応案について意見交換
平成26年9月24日	ふくい屋外広告景観フォーラム2014	屋外広告物のあり方についてワークショップ等を実施
平成26年10月10日	第2回 福井県屋外広告物審議会	屋外広告物規制の見直しに関する課題と対応案について審議
平成26年10月28日	第3回 福井県屋外広告物審議会	屋外広告物規制の見直し手続きを審議
平成26年11月6日～ 平成27年1月30日	広告主団体へのアンケート調査	商工会議所や県医師会など10団体1,557名を対象に実施
平成26年11月21日	J A福井県中央会との意見交換	18名参加
平成26年11月27日	福井商工会議所との意見交換	34名参加
平成26年12月8日	福井県中小企業団体中央会との意見交換	8名
平成26年12月15日	福井県商工会連合会との意見交換	20名参加
平成26年12月16日	小浜商工会議所との意見交換	23名参加
平成27年1月16日	鯖江商工会議所との意見交換	32名参加
平成27年1月19日	勝山商工会議所との意見交換	23名参加
平成27年1月20日	武生商工会議所との意見交換	33名参加
平成27年1月28日	福井県屋外広告美術協同組合との意見交換（理事会）	屋外広告物規制見直しの数値基準案について意見交換
平成27年1月28日～ 平成27年2月20日	屋外広告業者へのアンケート調査	屋外広告業登録業者459社を対象に実施
平成27年2月13日	屋外広告業登録業者459社を対象とした説明会	42名参加
平成27年2月17日	第4回 福井県屋外広告物審議会	屋外広告物規制見直しの数値基準案について審議
平成27年2月22日	福井県屋外広告美術協同組合との意見交換（総会）	屋外広告物規制見直しの数値基準案について意見交換
平成27年3月24日	第5回 福井県屋外広告物審議会	屋外広告物規制見直し案の策定について審議

