

令和3年度第4回 金沢市屋外広告物審議会

令和3年12月2日（木）

令和3年度 第4回金沢市屋外広告物審議会

令和3年12月2日（木）15:00
金沢市役所第一本庁舎 7F 全員協議会室

次 第

審議案件

- 1 ラッピングバスガイドラインの改定について
- 2 まちなかにおけるのぼり旗の掲出基準について
- 3 屋内広告物に対する規制強化について

審議案件 1

「金沢市ラッピングバスガイドライン」の 改定について

1 改定の経緯

日程	項目	摘要
R3年5月	本審議会（第1回）	諮問、意見聴取
7月	本審議会（第2回）	改定方針検討 市民・バス利用者意識調査項目検討
7～8月	市民・バス利用者意識調査	
8月	屋外広告物審査会の意見聴取	市民・バス利用者意識調査結果報告 改定素案についての意見聴取
9月	本審議会（第3回）	市民・バス利用者意識調査結果報告 審査会意見聴取結果報告 意見公募案検討 改定素案検討
10～11月	意見公募実施	
12月	本審議会（第4回）	改定案答申
	ガイドライン改定	
R4年1月	運用開始	

2 意見公募の概要

意見募集期間：R3.10.22（金）～11.21（日）

意見受付場所：景観政策課窓口、市政情報コーナー
金沢市公式ホームページ

意見公募資料：「101_ラッピングバス意見公募資料」のとおり

金沢市ラッピングバスガイドラインの改定（案）について

1 背景と目的

金沢市では、路線バスのラッピング広告が景観に与える影響の大きさを考慮し、4年間の試験実験など慎重な検討のうえ、平成25年度に「金沢市ラッピングバスガイドライン」を策定し、本格運用を開始しました。その後も、金沢市屋外広告物審査会（以下、「審査会」）において、これまで30種類を超えるラッピングバスのデザイン審査を行なっており、広告主である事業者の方々にも、景観配慮に対する理解が浸透してきています。

今後、バス事業者の経営安定化等の時代の要請に添えるため、ガイドラインを見直し、景観に配慮した良質なデザインを確保しながら、美しい都市景観の形成と、持続可能な公共交通の実現の両立を目指します。

2 基本方針

- ① デザインの質を担保するため、今後も引き続き「**審査会による丁寧な審査**」を行います。
※ ガイドラインに改めて明記
- ② 多様な活用ニーズを想定した**柔軟な運用が可能**なものとします。

3 改定までのスケジュール

令和3年12月にガイドラインを改定し、令和4年1月からの施行を目指します。

日程	項目	摘要
令和3年5月	屋外広告物審議会①	諮問、意見聴取
7月	屋外広告物審議会②	改定素案検討 市民・バス利用者意識調査項目検討
7～8月	市民・バス利用者意識調査	
8月	屋外広告物審査会の意見聴取	市民・バス利用者意識調査結果報告 改定素案についての意見聴取
9月	屋外広告物審議会③	市民・バス利用者意識調査結果報告 審査会意見聴取結果報告 意見公募案検討
10月	意見公募実施	
11月	屋外広告物審議会④	改定案答申
12月	ガイドライン改定	
令和4年1月	運用開始（予定）	

4 改定項目

- ① 走行台数の上限を撤廃します。
[現行] 市内を走行する路線バスの走行台数の概ね10%程度を上限とする。
→ ラッピング広告の需要拡大を見据えて、走行台数の上限を撤廃します。
- ② 1広告主あたり1台の原則について、審査会による緩和の可能性を明記します。
[現行] ラッピングバスの台数は、1広告主あたり1台を原則とする。
→ 原則は維持しつつ、審査会が認める場合にはこの限りでないことを明記します。
これまでも2台目を認めた事例（県民ふれあい会社の「いしかわ動物園」と「のとじま水族館」）があり、今後の新たな需要を想定した対応です。
- ③ キャラクター・写真の種類制限について、審査会が認める場合に緩和します。
[現行] キャラクター・写真の使用は1種類までとする。
→ 現行の規定を原則としつつ、審査会が認める場合はこの限りでないことを明記し、良質なものについて運用の幅を広げます。
- ④ 複数の広告主によるコラボレーション広告等に対応します。
[現行] 1台に対して複数の広告主がラッピング広告を表示しないこと。
→ 現行の規定を原則としつつ、審査会が認める場合はこの限りでないことを明記し、良質なものについて運用の幅を広げます。
※ 中小企業等が共同でラッピング広告を活用しようとする需要にも対応します。
- ⑤ バス事業者名が表示されるようにします。
[現行] 規定なし。
→ 利用者が路線バスかどうか迷わないよう、現在はバス事業者が自主的に事業者名等を表示していますが、今後、他のバス事業者でもラッピングバスが導入される場合に備え、車体にバス事業者名等を表示するよう規定します。

2 意見公募の概要

金沢市ラッピングバスガイドラインの改定（案）について

1 背景と目的

金沢市では、路線バスのラッピング広告が景観に与える影響の大きさを考慮し、4年間の試験実験など慎重な検討のうえ、平成25年度に「金沢市ラッピングバスガイドライン」を策定し、本格運用を開始しました。その後も、金沢市屋外広告物審査会（以下、「審査会」）において、これまで30種類を超えるラッピングバスのデザイン審査を行なっており、広告主である事業者の方々にも、景観配慮に対する理解が浸透してきています。

今般、バス事業者の経営安定化等の時代の要請に応えるため、ガイドラインを見直し、景観に配慮した良質なデザインを確保しながら、美しい都市景観の形成と、持続可能な公共交通の実現の両立を目指します。

策定から7年が経過し、景観配慮に対する理解が浸透



改定により、**美しい都市景観の形成と、
持続可能な公共交通の実現**の両立を目指す

2 意見公募の概要

2 基本方針

- ① デザインの質を担保するため、今後も引き続き「**審査会による丁寧な審査**」を行います。
※ ガイドラインに改めて明記
- ② 多様な活用ニーズを想定した**柔軟な運用が可能**なものとしします。

基本方針

- ① デザインの質を担保するため、今後も引き続き「**審査会による丁寧な審査**」を行います。
※ ガイドラインに改めて明記
- ② 多様な活用ニーズを想定した**柔軟な運用が可能**なものとしします。

2 意見公募の概要

3 改定までのスケジュール

令和3年12月にガイドラインを改定し、令和4年1月からの施行を目指します。

日程	項目	摘要
令和3年5月	屋外広告物審議会①	諮問、意見聴取
7月	屋外広告物審議会②	改定素案検討 市民・バス利用者意識調査項目検討
7～8月	市民・バス利用者意識調査	
8月	屋外広告物審査会の意見聴取	市民・バス利用者意識調査結果報告 改定素案についての意見聴取
9月	屋外広告物審議会③	市民・バス利用者意識調査結果報告 審査会意見聴取結果報告 意見公募案検討
10月	意見公募実施	
11月	屋外広告物審議会④	改定案答申
12月	ガイドライン改定	
令和4年1月	運用開始（予定）	

令和3年12月改定、令和4年1月運用開始を予定

2 意見公募の概要

4 改定項目

① 走行台数の上限を撤廃します。

[現行] 市内を走行する路線バスの走行台数の概ね10%程度を上限とする。

→ ラッピング広告の需要拡大を見据えて、走行台数の上限を撤廃します。

改定項目①

走行台数の上限を撤廃

ラッピング広告の需要拡大を見据えて、走行台数の上限を撤廃

2 意見公募の概要

② 1広告主あたり1台の原則について、審査会による緩和の可能性を明記します。

[現行] ラッピングバスの台数は、1 広告主あたり 1 台を原則とする。

→ 原則は維持しつつ、審査会が認める場合にはこの限りでないことを明記します。

これまでも 2 台目を認めた事例（県民ふれあい公社の「いしかわ動物園」と「のとじま水族館」）があり、今後の新たな需要を想定した対応です。

改定項目②

1 広告主あたり 1 台の原則について、 審査会による緩和の可能性を明記

原則は維持しつつ、
審査会が認める場合にはこの限りでないことを明記

2 意見公募の概要

③ キャラクター・写真の種類制限について、審査会が認める場合に緩和します。

[現行] キャラクター・写真の使用は1種類までとする。

→ 現行の規定を原則としつつ、審査会が認める場合はこの限りでないことを明記し、良質なものについて運用の幅を広げます。

改定項目③

キャラクター・写真の種類制限について、 審査会が認める場合に緩和

現行の規定を原則としつつ、
審査会が認める場合にはこの限りでないことを明記

2 意見公募の概要

④ 複数の広告主によるコラボレーション広告等に対応します。

[現行] 1台に対して複数の広告主がラッピング広告を表示しないこと。

→ 現行の規定を原則としつつ、審査会が認める場合はこの限りでないことを明記し、良質なものについて運用の幅を広げます。

※ 中小企業等が共同でラッピング広告を活用しようとする需要にも対応します。

改定項目④

複数の広告主によるコラボレーション広告等に対応

現行の規定を原則としつつ、
審査会が認める場合にはこの限りでないことを明記

2 意見公募の概要

⑤ バス事業者名が表示されるようにします。

[現行] 規定なし。

- 利用者が路線バスかどうか迷わないよう、現在はバス事業者が自主的に事業者名等を表示していますが、今後、他のバス事業者でもラッピングバスが導入される場合に備え、車体にバス事業者名等を表示するよう規定します。

改定項目⑤

バス事業者名を表示

他のバス事業者でもラッピングバスが導入される場合に備え、車体にバス事業者名等を表示するよう規定

3 意見公募の結果

意見募集期間：R3.10.22（金）～11.21（日）

意見受付場所：景観政策課窓口、市政情報コーナー
金沢市公式ホームページ

意見公募資料：「101_ラッピングバス意見公募資料」のとおり

→ **6件の意見が提出された**

3 意見公募の結果

意見①

該当箇所	意見の概要
背景と目的	「美しい都市景観の形成」と「持続可能な公共交通の実現」は基本的には別々の問題であり、ラッピング広告での収入増以外の方法で経営支援を行うべき。

本市の考え方

貴重なご意見として承ります。

バスは市民生活に欠かせない移動手段であることから、公共交通の持続可能性確保のため、

コロナで減少したご利用の回復など様々な取組を行っております。

3 意見公募の結果

意見②

該当箇所	意見の概要
改定項目① 走行台数の上限	台数の上限については「撤廃」ではなく、 例えば「20%」のように 上限を具体的な数値で明示してはどうか。

本市の考え方

貴重なご意見として承ります。

本改定を呼び水として、新たなラッピング広告の需要喚起を図ることを目的として、台数上限を「撤廃」としたものです。

3 意見公募の結果

意見③

該当箇所	意見の概要
改定項目①～④	原案は妥当なものであり、利用者減少傾向にあるバス事業者を経済的に支援し、公共交通サービスの長期的維持を支援する効果もある。

本市の考え方

貴重なご意見として承ります。

景観に配慮した良質なデザインを確保しながら、美しい都市景観の形成と、持続可能な公共交通の実現の両立を目指してまいります。

3 意見公募の結果

意見④

該当箇所	意見の概要
改定項目①～⑤	改正内容については良い。 町の気品を高める良質なものとなるよう、 指導・誘導・審査をお願いする。

本市の考え方

貴重なご意見として承ります。

今後も引き続き、屋外広告物審査会による丁寧な審査・指導を行ってまいります。

3 意見公募の結果

意見⑤

該当箇所	意見の概要
改定項目②～⑤	走行台数の上限撤廃以外の改定項目については、柔軟に緩和することに賛成。

本市の考え方

貴重なご意見として承ります。

本改定により、多様な活用ニーズを想定した柔軟な運用が可能なものとしてまいります。

3 意見公募の結果

意見⑥

該当箇所	意見の概要
改定項目⑤ バス事業者名の表示	弱視者や色覚障害者等への配慮のため、バス事業者名の文字サイズの下限や、カラーユニバーサルデザインについて明記することが望ましい。

本市の考え方

貴重なご意見として承ります。

バス事業者名表示の文字サイズや色彩等について配慮するよう明記するとともに、屋外広告物審査会においても、その観点から審査を行い、指導してまいります。

→ **改定案において反映することを検討**

4 ラッピングバスガイドライン改定案

→102_ガイドライン改定案
 →103_ガイドライン改定案 (溶け込み版)

緑色：改定案どおりの変更点
 黄色：公募委員による改定案からの変更点
 青色：審議会委員による改定案からの変更点
 黒色：その他、改定案からの変更点

金沢市ラッピングバスガイドライン

(改定案)

平成26年4月1日 策定
 令和4年1月1日 改定

金 沢 市

1 目的・趣旨
 公共交通機関である路線バスは、日常的に公共空間を移動するものであり、いわば移動劇場として、市民や観光客の目に基本色に飛び込んでいく特長を有している。そのため、金沢市観光局に関する条例施行規則第11条(施設別表欄)に規定する移動広告物のうち「路線バスの車体の大部分に印刷したポスターを貼り付ける方法により表示する屋外広告物(以下、「ラッピング広告」という。))について、広告主、バス事業者およびラッピング広告の製作に関わる者は、道路交通の安全確保、公共交通機関の性格に即した情報内容への制限と併せて、金沢市の良好な景観の形成に特に配慮することが求められる。

本ガイドラインは、金沢らしいラッピング広告のあり方を示すものである。

2 適用範囲
 このガイドラインは、原則として金沢市内に事業者が、主に市内を運行する路線バスにラッピング広告を貼り付ける場合、金沢市外を運行する高速バス等には適用しない。

3 ラッピングバスの走行台数
 (1) 市内を走行するラッピングバス台数の上限は設定しない。
 (2) 1台台車あたりのラッピングバス台数は1台を原則とする。ただし、金沢市屋外広告物審議会(以下、「**審査会**」)が、良好な景観又は景観を害するおそれなく、本市の個性ある美しい景観の形成に特に配慮されたものと認める場合は、この限りでない。

4 走行禁止区域
 走行禁止区域は設定しない。

5 ラッピング広告バスの規格
 路線バスとしての認識性を高め、また、金沢らしさを発信するために、図1のとおりラッピング広告バスの統一の規格を定める。ラッピング広告を掲出する場合には、この規格に則りデザインを作成するものとする(図1のとおり)。

(1) 車体のベース色は白とする。
 (2) 広告のベースとなる色は、**住友青(スリーエムジャパン「Sumitomo Graphic Film」)**を標準とし、**資料：JIS S 9002-19 JIS 18053-10 X3**を参考とする。
 (3) 広告の文字は黒とする。
 (4) ラッピング広告の印刷範囲は窓枠からの部分とする。
 (5) 窓枠等については判定から20cm以内の部分を巻き戻すものとする。
 (6) **車体にバス事業者名等を表示し、路線バスであることを明確に示すように表示**を確保する。また、表示に際しては、誰もが認識しやすい工夫(サイズや色等)について配慮する。

【図1】

① 白：ベース色
 ② 黄：ロゴ色
 ③ 赤：ラッピング広告掲出可能範囲

6 広告内容
 企業イメージの向上を目的としたものを原則とする。特に、次の事項については、ラッピング広告によって用いることのないよう留意すること。

- ・人権侵害、差別、名誉毀損に当たるもの
- ・違法行為または倫理的に問題が与えるもの
- ・政治的意見発表や論争をなすもの
- ・有様を目的とするもの
- ・青少年の健全育生の妨げから好ましくないもの
- ・中傷や悪意を煽るもの
- ・身体に、精神的苦痛を招くなど、心理的不安感を生ずるもの
- ・容易に市民の理解が得られないもの

7 道路交通の安全性への配慮

(1) 同様の車両の運転者の認識を阻くようなラッピング広告としないこと。
 ・光、音、反照率等を有する材料は使用しない。
 ・自然光の方向指示標や制動灯と類似したものを使用しない。

(2) 同様の車両の運転者の注意力が分散となるラッピング広告としないこと。
 ・ストーリー性のあるデザインや、視覚要素となつていないものは使用しない。

8 審査会によるデザイン審査
 (1) 金沢らしいラッピング広告を掲出するため、意匠や色彩等について、専門的な観点から審査を行う必要があることから、許可前に先ず、審査会によるデザイン審査を受けること。

(2) デザイン審査の趣旨は、本ガイドラインが示す原則を形式的に満たしているかどうかではなく、金沢らしいラッピング広告として、良好な景観の形成に配慮されているかを審査するものであることから、次の事項を原則とする。

ただし、審査会が、良好な景観又は景観を害するおそれなく、本市の個性ある美しい景観の形成に特に配慮されたものと認める場合は、この限りでない。

- ・キャラクター、写真の活用は1種までとする。
- ・文字は標準漢字、適量とならぬ必要最小限の範囲にとどめる。
- ・ラッピングバス、台に於いて、当地の広告主がラッピング広告を表示しないただし、審査会が、良好な景観又は景観を害するおそれなく、本市の個性ある美しい景観の形成に特に配慮されたものと認める場合は、この限りでない。

4 ラッピングバスガイドライン改定案

改定項目① 走行台数の上限

→ 改定素案どおり、撤廃

改定項目② 1 広告主あたり 1 台の原則

改定項目③ キャラクター・写真の種類制限

改定項目④ 複数の広告主によるコラボレーション広告等

→ 改定素案どおり、原則は維持しつつ、審査会が認める場合に緩和

改定項目⑤ バス事業者名の表示

→ 改定素案どおり、車体にバス事業者名を表示するよう規定
あわせて、文字サイズや色彩等について配慮するよう規定

4 ラッピングバスガイドライン改定案

意見公募に対する提出意見⑥（再掲）

該当箇所	意見の概要
5 ラッピングバスの規格	弱視者や色覚障害者等への配慮のため、バス事業者名の文字サイズの下限や、カラーユニバーサルデザインについて明記することが望ましい。

修正案

バス事業者名等の表示の規定の後に、「また、表示に際しては、誰もが認識しやすい見え方（文字サイズや色彩等）について配慮する。」と追記

4 ラッピングバスガイドライン改定案

本審議会における意見①

該当箇所	意見の概要
5 ラッピングバスの規格	事業者名の表示について、 広告主でなく、バス事業者の責務である旨が わかるようにすべき。

修正案

「車体に事業者名等を表示」を「車体にバス事業者名等を表示」に修正

4 ラッピングバスガイドライン改定案

本審議会における意見②

該当箇所	意見の概要
8 審査会による デザイン審査	ただし書きの緩和規程は末尾に移動し、 原則→例外の順に記載する方がよい。

修正案

ただし書きを同項の末尾に移動

4 ラッピングバスガイドライン改定案

→102_ガイドライン改定案
 →103_ガイドライン改定案 (溶け込み版)

緑色：改定案どおりの変更点
 黄色：公募委員による改定案からの変更点
 青色：審議会委員による改定案からの変更点
 黒色：その他、改定案からの変更点

金沢市ラッピングバスガイドライン

(改定案)

平成26年4月1日 策定
 令和4年1月1日 改定

金 沢 市

1 目的・趣旨

公共交通機関である路線バスは、日常的に公共空間を移動するものであり、いわば移動劇場として、市民や観光客の目に非難が飛び込んでくる特長を有している。そのため、金沢市観光局に関する条例施行規則第11条(区別表示)に規定する移動広告物のうち「路線バスの車体の大部分に印刷したポスターを貼り付ける方法により表示する屋外広告物(以下、「ラッピング広告」という。))について、広告主、バス事業者およびラッピング広告の製作に関わる者は、道路交通の安全確保、公共交通機関の性格に即した情報内容への制限と併せて、金沢市の良好な景観の形成に特に配慮することが求められる。

本ガイドラインは、金沢らしいラッピング広告のあり方を示すものである。

2 適用範囲

本ガイドラインは、原則として金沢市内に事業者が、主に市内を運行する路線バスにラッピング広告を複数結合し適用し、金沢市外を運行する高速バス等には適用しない。

3 ラッピングバスの走行台数

(1) 市内を走行するラッピングバス台数の上限は設定しない。

(2) 1台台車あたりのラッピングバス台数は1台を原則とする。ただし、金沢市屋外広告物審議会(以下、「**審査会**」)が、良好な景観又は景観を害するおそれなく、本市の個性ある美しい景観の形成に特に配慮されたものと認める場合は、この限りでない。

4 走行禁止区域

走行禁止区域は設定しない。

5 ラッピング広告バスの規格

路線バスとしての認識性を高め、また、金沢らしさを発信するために、図1のとおりラッピング広告バスの統一の規格を定める。ラッピング広告を掲出する場合には、この規格に則りデザインを作成するものとする(図1のとおり)。

(1) 車体のベース色は白とする。

(2) 広告のベースとなる色は、**住友青(スリーエムジャパン「Sumitomo Graphic Film」資料：H19-022-19 H180518-10X)**を基準とする。

(3) 広告の文字は黒とする。

(4) 広告の文字は10mm以上12mm以下を標準とする。

(5) **車体にバス事業者名を表示し、路線バスであることを明確に示すように表示**を確保する。また、表示に際しては、誰もが認識しやすい工夫(サイズや色等)について配慮する。

【図1】

6 広告内容

企業イメージの向上を目的としたものを原則とする。特に、次の事項については、ラッピング広告によって用いることのないよう留意すること。

- ・人権侵害、差別、名誉毀損に当たるもの
- ・違法行為または倫理的に問題が与えるもの
- ・政治的意見発表や論争をなすもの
- ・宗教を目的とするもの
- ・青少年の健全育生の妨げから好ましくないような商品・サービスを提供させるもの
- ・身体・行動の制限を招くなど、心理的不安感を生ずるもの
- ・容易に市民の理解が得られないもの

7 道路交通の安全性への配慮

(1) 両面の両側の運転者の視認を阻くようなラッピング広告としないこと。

- ・光、音響、反照効果等を有する材料は使用しない。
- ・自然光の方向指示標や制動灯と類似したものを使用しない

(2) 両面の両側の運転者の注意力が分散となるラッピング広告としないこと。

- ・ストーリー性のあるデザインや、視覚表示となっていないものは使用しない。

8 審査会によるデザイン審査

(1) 金沢らしいラッピング広告を掲出するため、意匠や色彩等について、専門的な観点から審査を行う必要があることから、前記2に掲げられ、審査会によるデザイン審査を受けること。

(2) デザイン審査の趣旨は、本ガイドラインが示す事項を形式的に満たしているかどうかではなく、金沢らしいラッピング広告として、良好な景観の形成に配慮されているかを審査することから、次の事項を原則とする。

- ・ただし、審査会が、良好な景観又は景観を害するおそれなく、本市の個性ある美しい景観の形成に特に配慮されたものと認める場合は、この限りでない。
- ・キャラクター、写真の活用は1種までとする。
- ・文字は標準漢字、適量とならぬ必要最小限の幅にとどめる。
- ・ラッピングバス、台に於いて、当地の広告主がラッピング広告を表示しないただし、審査会が、良好な景観又は景観を害するおそれなく、本市の個性ある美しい景観の形成に特に配慮されたものと認める場合は、この限りでない。

審議案件 2

まちなかにおけるのぼり旗の掲出基準策定について

1 策定の経緯

日程	項目	摘要
令和3年 5月	本審議会（第1回）	
6月	本審議会（第2回）	実証実験
7月	金沢市商店街連盟との意見交換会	
9月	本審議会（第3回）	意見公募（案）
10～11月	意見公募を実施	
12月	本審議会（第4回）	掲出基準案 答申
令和4年 1月～	新たな掲出基準の周知、啓発	
3月	新たな掲出基準の運用開始	

2 意見公募の概要

→201_のぼり旗_意見公募資料

まちなかにおけるのぼり旗の掲出基準の策定（案）について

1 基準策定の趣旨

のぼり旗は、手軽に製作や掲出ができる簡易な広告物として、新規開店やキャンペーンなど一時的な宣伝に利用され、賑わい創出に一定の役割を果たしています。屋外広告物条例や規則には、道路に沿い多数連続的に掲出しない等の規定が既にあるものの、どの程度が多数にあたるかは、店舗や企業の良識に委ねている現状にあります。

そのような中、藩政期以来の都市構造を継承する本市のまちなかにおいて、近年、のぼり旗が恒常的に林立し、景観と安全の両面において支障となる状況が生じてきています。そこで、まちなか区域におけるのぼり旗の節度ある掲出基準を策定し、市民や広告主の理解を得ながら、効果的な周知啓発や是正指導を行っていくこととします。

2 対象区域及び施行日

・のぼり旗の掲出基準策定が特に必要な区域として、藩政期以来の都市構造が残る「まちなか区域」を対象とします。

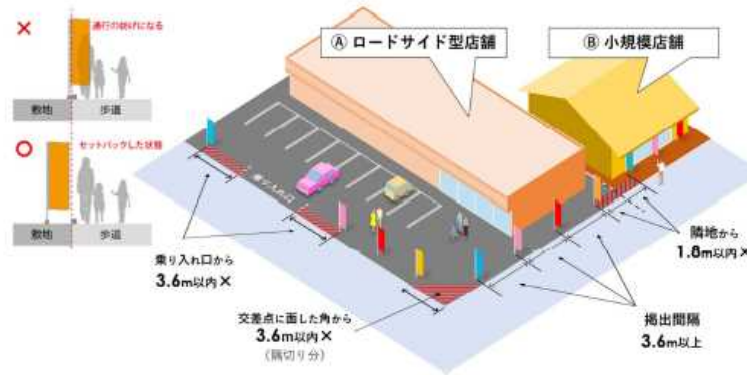
まちなか区域（右図⇒）
金沢市景観計画に定める、
文化的景観区域「旧城下町区域」

・令和3年12月に基準策定後、周知期間を経た上で
令和4年3月から施行予定



3 掲出基準の内容

金沢市屋外広告等に関する条例や規則に既にある規定を踏まえ、具体的な数値で示し、禁止・注意事項も改めて明記することで、誰にとってもわかりやすい基準とします。



◆ 基本的な考え方

のぼり旗は、手軽に製作や掲出ができる簡易な広告物であり、一時的な掲出が原則である。掲出する際は、公衆に対する危害を防止するため、**安全面の注意**を怠らないようにし、さらに**良好な景観への配慮**が必要である。そのため、最低限のルールとして、下記の掲出基準を定める。

◆ 安全確保のための基準

① 設置してはいけない場所

道路沿いでは、通行者等の安全のため、次の範囲にのぼり旗を掲出しないこと。

- (1) 車の乗り入れ口から3.6m以内
- (2) 隣地から1.8m以内
- (3) 交差点に面する敷地の角から3.6m以内（隅切りを含める）

敷地内においては、通行者等の視界を妨げないよう、安全な場所に掲出すること。

考え方：道路の通行者や敷地を出入りする車からの視界を確保し、事故防止につなげます。

② 設置や管理に関する注意

- ・強風等によって飛散・傾倒しないようのぼり旗をしっかりと固定させるとともに、**地面に垂直に設置**すること。
- ・屋根や庇の上に設置したり、支柱を長くする等、**高い場所に設置しないこと**。
- ・悪天候時や閉店後は必ず片付けることとし、**放置しないこと**。

考え方：のぼり旗は強風等で容易に飛散、破損する簡易な広告物であるため、設置者には、地盤面にしっかりと固定した垂直設置や、小まめな片付けなど管理の徹底を求めます。

◆ 景観への配慮のための基準

③ 節度ある掲出間隔

のぼり旗を掲出する場合、**3.6m以上の間隔**を空けること。

ただし、掲出本数が3本以下の場合はこの限りではない。

考え方：適度な間隔を空けることで、見通しを確保し、圧迫感や閉塞感の軽減を図ります。
小規模店舗など間隔が十分確保できない場合、3本以下であれば、3.6mを下回る間隔でも、景観と安全に配慮して掲出してよいこととします。

④ 種類（色彩、形状、情報）の整理

のぼり旗の種類（色彩、形状、情報）が増えすぎないように注意するとともに、複数の種類を掲出する場合には、より一層景観に配慮すること。

考え方：のぼり旗は手軽に製作したり、既製品を購入したりしやすい特徴があるため、複数の種類を組み合わせると乱雑にならないよう、より一層景観への配慮を求めます。

◆ その他（関連法令等の規定を改めて記載）

- ・道路（歩道、車道とも）や隣地に旗や支柱をはみ出して掲出しないこと。
- ・のぼり旗の表示面積は2㎡以内とする。
- ・著しく汚染し、たい色し、又は塗料等のはく離した屋外広告物等を表示し、又は掲出してはならない。
- ・著しく破損し、又は老朽化した屋外広告物等を表示し、又は掲出してはならない。

2. 1 のぼり旗掲出基準について 趣旨

◆基準策定の趣旨

のぼり旗は、手軽に製作や掲出ができる**簡易な広告物**として、新規開店やキャンペーンなど**一時的な宣伝に利用**され、**賑わい創出に一定の役割**を果たしています。

屋外広告物条例や規則には、道路に沿い多数連続的に掲出しない等の規定が既にあるものの、どの程度が多数にあたるかは、店舗や企業の良識に委ねている現状にあります。

そのような中、藩政期以来の都市構造を継承する**本市のまちなか**において、近年、のぼり旗が恒常的に林立し、**景観と安全の両面において支障**となる状況が生じてきています。

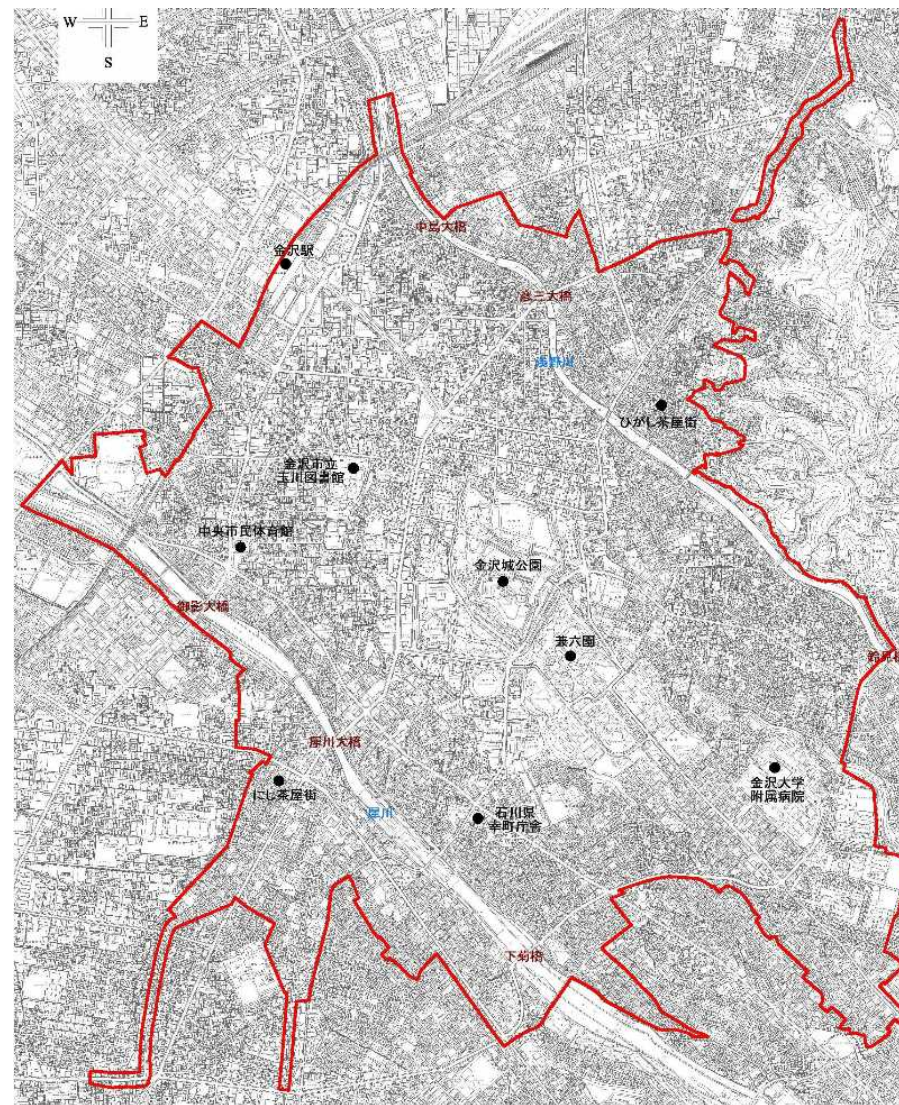
そこで、まちなか区域におけるのぼり旗の節度ある掲出基準を策定し、市民や広告主の理解を得ながら、効果的な周知啓発や是正指導を行っていくこととします。

2. 2 のぼり旗掲出基準について 対象区域

藩政期以来の都市構造が残る

「**まちなか区域**」を対象区域とする。

「まちなか区域」・・・金沢市景観計画に定める、
文化的景観区域「旧城下町区域」

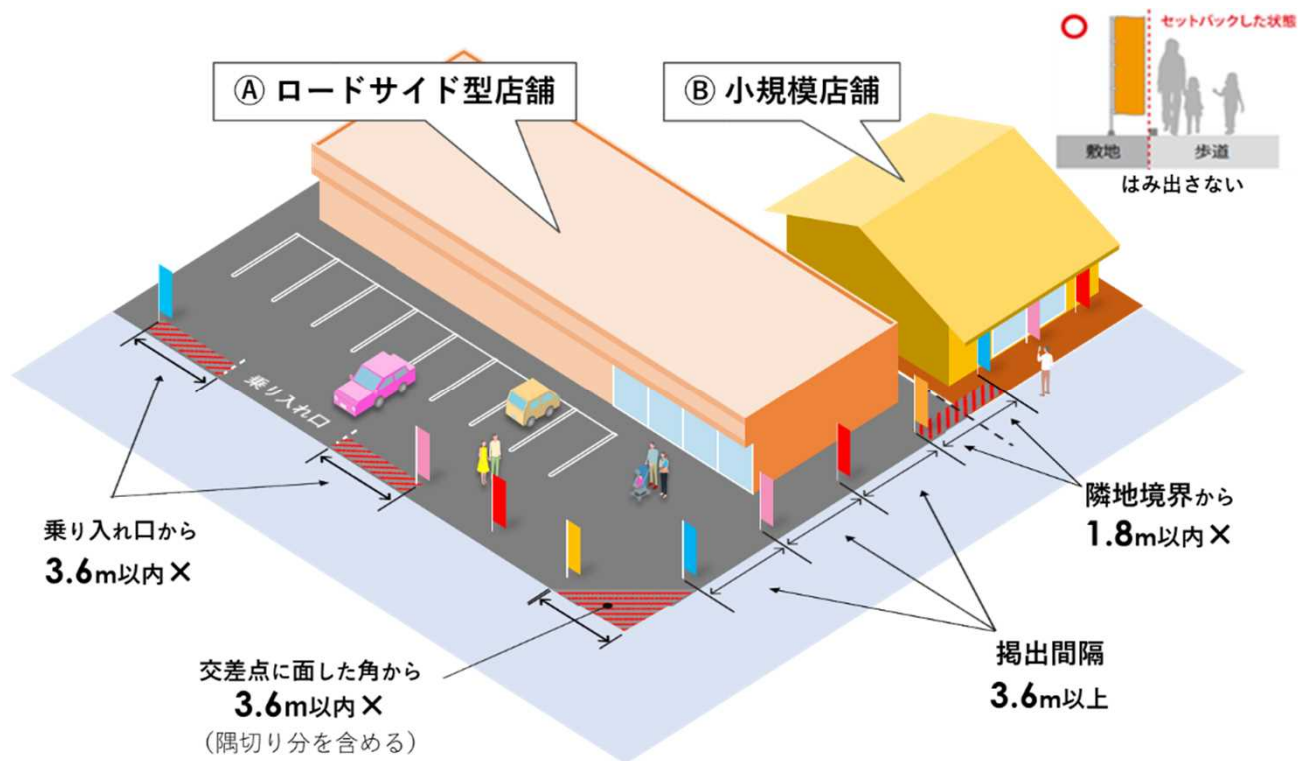


2. 3 のぼり旗掲出基準について 基本的な考え方

◆基本的な考え方

のぼり旗は、手軽に製作や掲出ができる簡易な広告物であり、一時的な掲出が原則。

掲出する際は、公衆に対する危害を防止するため、**安全面の注意**を怠らないことはもちろんのこと、さらに**良好な景観への配慮**が必要。



2. 4 のぼり旗掲出基準について 安全確保のための基準

① 設置してはいけない場所

- 道路沿いでは、通行者等の安全のため、次の範囲にのぼり旗を掲出しないこと。
 - (1) 車の乗り入れ口から3.6 m以内
 - (2) 隣地境界から1.8 m以内
 - (3) 交差点に面する敷地の角から3.6 m以内（隅切り分を含める）
- 敷地内においては、通行者等の視野を妨げないように、安全な場所に掲出すること。

② 設置や管理に関する注意

- 強風等によって飛散・傾倒しないようのぼり旗を**しっかり固定**させるとともに、**地面に垂直に設置**すること。
- 屋根や庇の上に設置したり、支柱を長くする等、**高い場所に設置しない**こと。
- 悪天候時や閉店後は必ず片付けることとし、**放置しない**こと。

2. 5 のぼり旗掲出基準について 景観への配慮のための基準

③ 節度ある掲出間隔

- のぼり旗を掲出する場合、**3.6 m以上の間隔**を空けること。
ただし、掲出本数が**3本以下**の場合はこの限りではない。

④ 種類（色彩、形状、情報）の整理

- のぼり旗の種類（色彩、形状、情報）が増えすぎないように注意するとともに、複数の種類を掲出する場合には、より一層景観に配慮すること。

2. 6 のぼり旗掲出基準について その他、前提条件

- 道路（歩道、車道とも）や隣地に旗や支柱をはみ出して掲出しないこと。
- のぼり旗の表示面積は2 m²以内とする。
- 著しく汚染し、たい色し、又は塗料等のはく離したものを表示し、又は掲出してはならない。
- 著しく破損し、又は老朽化したものを表示し、又は掲出してはならない。

3. 1 意見公募 結果

1 実施期間 10.22日（金）～11.21（日）

2 頂いたご意見 3件

No	頂いたご意見	本市の考え方
1	掲出基準については、少なくとも 必要なレベルとして良い と思います。「閉店後は片付ける」に加えて 強風波浪注意報 が出た場合も「片付ける」ように促す方がよいと思います。通行人がケガをすれば店舗側も困るはずです。	貴重なご意見として承り、参考にさせていただきます。 (悪天候時と閉店後については基準に記載済)
2	目標としては、のぼり旗は無くすべき広告物だと考えますが、広告業者のこともあり、難しい問題だと思います。 交通安全の観点 からも、のぼり旗は 風で動く ため、何か書かれているのかと 脇見を誘発 しますので、 基本は無くすべき と思います。	のぼり旗は まちの賑わい創出に一定の役割 を果たしていると考えられることから、まずは掲出基準を 広く周知啓発 し、安全面・景観面にご配慮いただけるよう、ご理解とご協力をお願いしてまいります。

3. 2 意見公募 結果

No	頂いたご意見	本市の考え方
3	<p>のぼり旗を複数本並べているのは、大手コンビニやドラッグストアなど全国チェーンの店舗が多く、地域のルールに従わないところが多いと思います。地道な活動になるとと思いますが、理解と協力を求めていくようお願い致します。</p> <p>警察や農協なども掲出することが多いと思いますので、民間にお願いするためにも、公共機関から率先して掲出しないということも大事だと思います。</p>	<p>貴重なご意見として承り、参考にさせていただきます。</p> <p>関係機関と連携しながら良好な景観に努めてまいります。</p>

→ 意見公募の結果、掲出基準は原案のとおり（内容変更なし）

4. 1 周知・啓発・指導について

まちなか区域の「のぼり旗安全パトロール」をR2年12月より実施



今後は新たな掲出基準に基づき、パトロールを実施。
掲出者に対し、個別訪問による周知・啓発・指導を行う。

- ・ 商店街、町会等を通じ、事業者・住民に広く周知を行う。
- ・ 店舗だけでなく本部に対して、基準の周知・啓発を行う。
- ・ 警察や道路管理者等、関係機関と連携した指導。

4. 2 周知・啓発・指導について（周知チラシイメージ）

のぼり旗の 掲出基準が できました。

3本以下の場合、
間隔はほどよく

乗り入れ口から
3.6m以内
×

交差点に
面した角から
3.6m以内
×
(隅切り分を含める)

隣地から
1.8m以内
×

掲出間隔
3.6m以上
離します。

のぼり旗は、手軽に製作や掲出ができる簡易な広告物であり、一時的な掲出が原則です。
掲出する際は、道路など敷地外にはみ出さないよう設置し、公衆に対する危害を防止するため、
安全面の注意を怠らないことはもちろんですが、さらに良好な景観への配慮が必要です。
金沢市では、市民も来街者も心地よいまちを目指すため、のぼり旗の掲出基準を作成しました。

金 沢 市

掲出基準の内容

◆安全確保のための基準

① 設置してはいけない場所

- 道路沿いでは、通行者等の安全のため、次の範囲にのぼり旗を掲出しないこと。
 - 車の乗り入れ口から3.6m以内
 - 交差点に面する敷地の角から3.6m以内（隅切り分を含める）
 - 隣地境界から1.8m以内
- 敷地内においては、通行者等の視界を妨げないよう、安全な場所に掲出すること。

② 設置や管理に関する注意

- 強風等によって飛散・傾倒しないようのぼり旗をしっかりと固定させるとともに、
地面に垂直に設置すること。
- 屋根や庇の上に設置したり、支柱を長くする等、高い場所に設置しないこと。
- 悪天候時や閉店後は必ず片付けることとし、放置しないこと。

◆景観形成のための基準

③ 節度ある掲出間隔

- のぼり旗を掲出する場合、3.6m以上の間隔を空けること。
ただし、掲出本数が3本以下の場合はこの限りではない。

④ 種類（色彩、形状、情報）の整理

- のぼり旗の種類（色彩、形状、情報）が増えすぎないように注意するとともに、
複数の種類を掲出する場合には、より一層景観に配慮すること。

◆掲出の前提となる条件

- 道路（歩道、車道とも）や隣地に旗や支柱を
はみ出して掲出しない。
- のぼり旗の表示面積は2㎡以内とする。
- 著しく破損したり、老朽化したもの、又は、
汚染したり、たい色したものを掲出しない。

（のぼり旗に限らず、すべての屋外広告物に共通）

◆対象区域（旧城下町区域）

【問い合わせ先】
金沢市 都市整備局 景観政策課
〒920-8577 金沢市広坂1丁目1番1号
TEL：076-220-2364 / FAX：076-224-5046
Mail：keikan@city.kanazawa.lg.jp

屋内広告物に対する規制強化について

(屋外広告物等に関する条例の一部改正について)

1 検討の経緯

- 5/21 本審議会（第1回・検討会の設置）
- 6/23 第1回検討会（課題検証等） → 6/28 本審議会（第2回・報告）
- 9/ 2 第2回検討会（方向性） → 9/22 本審議会（第3回報告）
- 11/ 2 第3回検討会（パブリックコメント資料案）
- **12/ 2 本審議会（第4回・パブコメ案）**

【今後】 条例改正の骨子についてのパブコメ実施

屋外広告物審議会・答申

議会上程・規則案意見公募

↓ 3か月程度の周知期間（説明会、HP、リーフレット等）

施行

2 屋内広告物に対する効果的な規制等検討会

区分	氏名	所属役職等	関係審議会等委員（◎は長）
学 識	角 谷 修	金沢美術工芸大学教授	◎広告審査会
	寺 井 剛 敏	金沢美術工芸大学教授	◎広告審議会、 広告審査会
	川 崎 寧 史	金沢工業大学教授	景観審議会、 ◎建物部会
	宮 下 智 裕	金沢工業大学准教授	広告審議会、 広告審査会
関係団体	土 田 佳 弘	県屋外広告業協同組合 常任相談役兼理事	広告審議会、 広告審査会 景観審議会、 建物部会
	中 島 祥 博	金沢市商店街連盟会長	広告審議会
	番 下 紀 美 夫	県建築設計監理協会副会長	金沢都市美実行委員会
弁 護 士	中 出 健 作	弁護士	広告審議会

- ・ 3回の検討会で、規制の対象、方向性、運用に向けた課題を検討
- ・ パブリックコメント資料案（条例改正の骨子案）について了承

3 パブリックコメント資料（案）

金沢市屋外広告物等に関する条例の一部改正の骨子（案）

金沢市屋外広告物等に関する条例の一部改正の骨子（案）について

1 改正の趣旨

本市では、屋外広告物の規制に加えて、窓ガラス等の内側に直接貼るなど屋内から屋外に表示される広告物を特定屋内広告物と定義し、指導の対象としてきました。しかし近年、窓ガラス等に接しないで屋内から屋外に向けて表示する広告物がまちなかに散見され、従来のきめ細かい景観誘導が及ばない例が生じていることから、金沢市屋外広告物等に関する条例の一部改正し、特定屋内広告物の範囲を拡大するとともに、屋外と屋内の広告物を一体的に規制誘導することとし、市民の理解と事業者の協力のもと、金沢らしい良好な景観の形成を一層推進していきます。

範囲拡大と規制内容

特定屋内広告物の範囲		規制内容	
		現行	改正後
まちなか区域	窓等に接するもの	表示割合を制限	屋外と同じ基本要件や基準 +表示割合による規制
	窓等に接しないもの	—	
上記以外の区域	窓等に接するもの	表示割合を制限	表示割合を制限（変更なし）
	窓等に接しないもの	—	—（変更なし）

特定屋内広告物の対象

- 金沢市屋外広告物等に関する条例施行規則（以下「規則」）で規制の対象を明確にします。
【対象：文字、記号、図案、商標や写真を表示するもの又は可変表示装置を使うもので、
窓ガラス等から2m以内にあるもの又は専ら広告物の表示が目的であると考えられるもの】
※ 通常の商品や商品の見本、マネキン等対象外

2 広告主と設置者の責務

屋外の公衆に向けて広告物を表示するときは、広告主や設置者が、本市の美しい景観の形成に配慮し、規定を遵守する必要があることから、その責務を明文化します。

3 規制を強化するエリア

特定屋内広告物に対する規制が特に必要なエリアとして、まちなか区域を指定します。

まちなか区域（右図）

金沢市景観計画に定める、
文化的景観区域「旧城下町区域」

まちなか区域以外は現行の制限（窓等に接するもの表示割合を制限）が引き続き適用されるものとします。



4 屋外広告物と同じ基準による一体的な規制誘導（まちなか区域）

- 指定地域ごとに、一定規模を超える特定屋内広告物を表示する場合は事前に届出
- 窓等から2m以内のものや、専ら屋外に向けた表示が目的であるものが対象



屋外広告物と同じ基準

- 規則において、屋外広告物と同様の基本要件（景観への配慮、意匠、色彩等）を規定し、高さや面積の上限等の基準を、指定地域ごとに規定します。また、面積は、屋外と屋内の広告物を合算して、現行の屋外広告物の基準に適合するものとします。
- 窓を広告物で塞ぐことは圧迫感や閉塞感があるため、開口部あたりの表示割合を規定します。
[開口部あたりの表示割合：1階以下5割まで、2階以上3割まで（現行の表示制限と同じ）]
- 基準等の違反に対する措置命令を規定します。

表示の届出

- 特定屋内広告物を表示又は変更をする場合は、事前に市長に届出をするものとします。
※ 表示面積が一定規模以下のものや、法令等に基づき表示するもの等は届出不要

審査会による審査と緩和

- 金沢市屋外広告物審査会において、規模、形態、意匠等及び安全性について審査します。
- 良好な景観や風致を害するおそれなく、本市の個性ある美しい景観の形成に特に配慮されたものと審査会が認める場合には、基準を緩和できることとします。

5 施行日と経過措置

- 議決後、3か月程度の周知期間を経た上で施行を目指します。
- 施行前から表示されていた広告物について、5年間の経過措置期間を設けることとします。

→301_屋内広告物_パブコメ資料（案）

1 改正の趣旨

本市では、屋外広告物の規制に加えて、窓ガラス等の内側に直接貼るなど屋内から屋外に表示される広告物を特定屋内広告物と定義し、指導の対象としてきました。しかし近年、窓ガラス等に接しないで屋内から屋外に向けて表示する広告物がまちなかに散見され、従来のきめ細かい景観誘導が及ばない例が生じていることから、金沢市屋外広告物等に関する条例を一部改正し、特定屋内広告物の範囲を拡大するとともに、屋外と屋内の広告物を一体的に規制誘導することとし、市民の理解と事業者の協力のもと、金沢らしい良好な景観の形成を一層推進していきます。

屋外広告物法の目的（法第1条）

- ① 良好な景観の形成・風致の維持
 - ② 公衆への危害の防止
- ①の観点では、屋内は屋外と同等の規制が必要である。
- ②の観点では、屋外と屋内には大きな差異がある。

範囲拡大と規制内容

特定屋内広告物の範囲		規制内容	
		現行	改正後
まちなか区域	窓等に接するもの	表示割合を制限	屋外と同じ基本要件や基準 +表示割合による規制
	窓等に接しないもの	—	
上記以外の区域	窓等に接するもの	表示割合を制限	表示割合を制限（変更なし）
	窓等に接しないもの	—	—（変更なし）

規制範囲の拡大

- ・ エリア：まちなか区域（後述）
- ・ 位置：窓等に接するもの + 窓等から離れたもの

規制内容の強化

- ・ 従来の表示割合制限 + 屋外と同じ基準による規制（後述）

特定屋内広告物の対象

- ・ 金沢市屋外広告物等に関する条例施行規則（以下「規則」）で規制の対象を明確にします。

【対象：文字、記号、図案、商標や写真を表示するもの又は可変表示装置を使うもので、
窓ガラス等から2 m以内にあるもの又は専ら広告物の表示が目的であると考えられるもの】

※ 通常の商品や商品の見本、マネキン等対象外

- ・ **屋内を規制するにあたっては、屋外より一層の明確性が必要である。**

理由：個別の法に基づかない規制であること、屋外と比べれば蓄積が少ないこと、
設置や撤去が低コスト・リスク・ハードルであり、可変性が高い性質、等)

- ・ **そのため、対象の範囲や規格をできるだけ具体的に規定する。**

現在念頭においている事例はいずれも窓ガラス等から2 m以内

- ・ 資料ではさらに、広告物として扱わないものを例示しておく。

2 広告主と設置者の責務

屋外の公衆に向けて広告物を表示するときは、広告主や設置者が、本市の美しい景観の形成に配慮し、規定を遵守する必要があることから、その責務を明文化します。

- ・ 景観と経済活動は、トレードオフの関係にあるわけではない。
持続可能な共存共栄を目指し、相互理解を深めていく必要がある。

条文
素案

[広告主の責務]

広告主は、本市固有の自然、歴史、文化等と人々の生活、経済活動等との調和により美しい景観が形成されるものであることにかんがみ、適正な制限の下に広告物等の表示又は設置がなされるよう努めなければならない。

[表示者・設置者の責務]

広告物等を表示し、又は設置する者は、この条例及びこれに基づく規則を遵守するよう、自らの責任において広告物等を表示し、又は設置しなければならない。

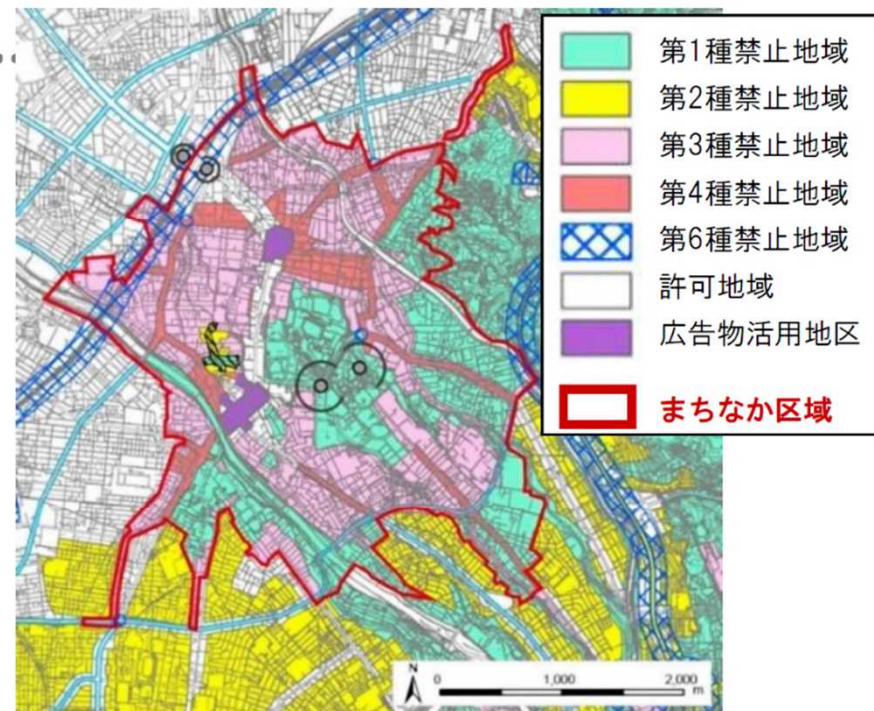
3 規制を強化するエリア

特定屋内広告物に対する規制が特に必要なエリアとして、まちなか区域を指定します。

まちなか区域（右図）

金沢市景観計画に定める、
文化的景観区域「旧城下町区域」

まちなか区域以外は現行の制限（窓等に接するものの表示割合の制限）が引き続き適用されるものとします。



- 藩政期以来の都市構造を今に受け継ぐまちなか区域において、
景観に与える影響が特に大きい。

郊外は今後の法整備を含め整理が必要である。

4 屋外広告物と同じ基準による一体的な規制誘導（まちなか区域）

- 指定地域ごとに、一定規模を超える特定屋内広告物を表示する場合は事前に届出
- 窓等から2m以内のものや、専ら屋外に向けた表示が目的であるものが対象

景観への配慮や高さ、面積など
屋外広告物と同じ基準を適用



表示できる面積は、
屋外と屋内の広告物を合算

採光、換気など窓の機能を阻げたり、圧迫感などを
与えないよう、開口部あたりの割合を制限

屋外と屋内の広告物が一体的に規制誘導されたイメージ図（許可地域の例）

屋外広告物と同じ基準

- 規則において、屋外広告物と同様の基本要件（景観への配慮、意匠、色彩等）を規定し、**高さや面積の上限等の基準を、指定地域ごとに規定**します。また、面積は、**屋外と屋内の広告物を合算**して、現行の屋外広告物の基準に適合するものとします。
- 窓を広告物で塞ぐことは圧迫感や閉塞感があるため、**開口部あたりの表示割合**を規定します。
[開口部あたりの表示割合：1階以下5割まで、2階以上3割まで（現行の表示制限と同じ）]
- 基準等の違反に対する措置命令を規定します。

- **公平性、実効性の観点から、屋内にも屋外と同じ基準※を適用して、景観をコントロールすべきである（※質的基準、量的基準ともに）。**
※面積は屋外と屋内を合算する。
- **窓ガラス等の本来機能に鑑み、表示割合の基準を引き続き残す。**
消防法、建築基準法等関係法令の遵守は前提条件
- **違反に対する措置命令を規定する。**
罰則は設けない。

表示の届出

- ・ 特定屋内広告物を表示又は変更をする場合は、**事前に市長に届出**をするものとします。
- ※ **表示面積が一定規模以下のもの**や、法令等に基づき表示するもの等は**届出不要**

・ **事前協議が基本となるよう、届出制とする。**

申請なしでは、製作や表示された後にしか指導できない。

屋外は**許可制**により安全性、定期点検、管理義務、罰則等を担保しているが、屋内には現時点でそこまで必要ない。

・ **原則として屋外と同様の届出不要基準**を設ける。

審査会による審査と緩和

- 金沢市屋外広告物審査会において、規模、形態、意匠等及び安全性について審査します。
 - 良好な景観や風致を害するおそれがなく、本市の個性ある美しい景観の形成に特に配慮されたものと**審査会が認める場合には、基準を緩和できる**こととします。
-
- 一歩踏み出し、運用してみることに価値がある。
 - **審査会**含めケースバイケースで実績を作っていく。
 - **夜の見え方や照明**は研究が必要で、**事例を蓄積**していく必要がある。
 - 毎週開催している審査会において、屋内の特性（掲出や変更が容易、形や位置のコントロールが難しい）に即応し、屋外と併せ判断する。
 - テナントビルについて、現時点での基準化は難しいが、個別に判断し、良質な事例を蓄積して、発信していく。

5 施行日と経過措置

- 議決後、3 か月程度の周知期間を経た上で施行を目指します。
- 施行前から表示されていた広告物について、5年間の経過措置期間を設けることとします。

経過措置について

- **条例第13条（区域の変更、経過措置5年）**
- 景観計画では設けていないが、容易に改修できない建築とは異なる。
- 既存不適格の掲出を永続的に許容することになれば、既存と新規の公平性を欠き、実効性にもマイナスである。
- 広告は経済活動と結びつき変化に富むもので、不合理とまではいえない。猶予の間に、次の更新を計画してもらおう。

金沢市屋外広告物等に関する条例の一部改正の骨子（案）について

1 改正の趣旨

本市では、屋外広告物の規制に加えて、窓ガラス等の内側に直接貼るなど屋内から屋外に表示される広告物を特定屋内広告物と定義し、指導の対象としてきました。しかし近年、窓ガラス等に接しないで屋内から屋外に向けて表示する広告物がまちなかに散見され、従来のきめ細かい景観誘導が及ばない例が生じていることから、金沢市屋外広告物等に関する条例の一部改正し、特定屋内広告物の範囲を拡大するとともに、屋外と屋内の広告物を一体的に規制誘導することとし、市民の理解と事業者の協力のもと、金沢らしい良好な景観の形成を一層推進していきます。

範囲拡大と規制内容

特定屋内広告物の範囲		規制内容	
		現行	改正後
まちなか区域	窓等に接するもの	表示割合を制限	屋外と同じ基本要件や基準 ＋表示割合による規制
	窓等に接しないもの	—	
上記以外の区域	窓等に接するもの	表示割合を制限	表示割合を制限（変更なし）
	窓等に接しないもの	—	—（変更なし）

特定屋内広告物の対象

- 金沢市屋外広告物等に関する条例施行規則（以下「規則」）で規制の対象を明確にします。
【対象：文字、記号、図案、商標や写真を表示するもの又は可変表示装置を使うもので、窓ガラス等から2m以内にあるもの又は専ら広告物の表示が目的であると考えられるもの】
※ 通常の商品や商品の見本、マネキン等対象外

2 広告主と設置者の責務

屋外の公衆に向けて広告物を表示するときは、広告主や設置者が、本市の美しい景観の形成に配慮し、規定を遵守する必要があることから、その責務を明文化します。

3 規制を強化するエリア

特定屋内広告物に対する規制が特に必要なエリアとして、まちなか区域を指定します。

まちなか区域（右図）

金沢市景観計画に定める、
文化的景観区域「旧城下町区域」

まちなか区域以外は現行の制限（窓等に接するものの表示割合を制限）が引き続き適用されるものとします。



4 屋外広告物と同じ基準による一体的な規制誘導（まちなか区域）

- 指定地域ごとに、一定規模を超える特定屋内広告物を表示する場合は事前に届出
- 窓等から2m以内のものや、専ら屋外に向けた表示が目的であるものが対象



屋外広告物と同じ基準

- 規則において、屋外広告物と同様の基本要件（景観への配慮、意匠、色彩等）を規定し、高さや面積の上限等の基準を、指定地域ごとに規定します。また、面積は、屋外と屋内の広告物を合算して、現行の屋外広告物の基準に適合するものとします。
- 窓を広告物で塞ぐことは圧迫感や閉塞感があるため、開口部あたりの表示割合を規定します。
[開口部あたりの表示割合：1階以下5割まで、2階以上3割まで（現行の表示制限と同じ）]
- 基準等の違反に対する措置命令を規定します。

表示の届出

- 特定屋内広告物を表示又は変更をする場合は、事前に市長に届出をするものとします。
※ 表示面積が一定規模以下のものや、法令等に基づき表示するもの等は届出不要

審査会による審査と緩和

- 金沢市屋外広告物審査会において、規模、形態、意匠等及び安全性について審査します。
- 良好な景観や風致を害するおそれなく、本市の個性ある美しい景観の形成に特に配慮されたものと審査会が認める場合には、基準を緩和できることとします。

5 施行日と経過措置

- 議決後、3か月程度の周知期間を経た上で施行を目指します。
- 施行前から表示されていた広告物について、5年間の経過措置期間を設けることとします。

→301_屋内広告物_パブコメ資料（案）

参考 1. 1 屋外と屋内① 良好な景観の形成・風致の維持

屋外広告物		新・特定屋内広告物
直接的な視認性	昼の見え方 >	反射や映り込みによって 視認性低下する場合あり
照明の有無や強弱に比例	夜の見え方 ≦	・照明によっては屋外と同じ ・“専用装置”は表示面を 大きく見せる場合あり



公平性・実効性の観点から
屋外と同じ基準で誘導

参考 1. 2 屋外と屋内② 公衆に対する危害の防止

屋外広告物		新・特定屋内広告物
飛散、落下、倒壊のおそれ 通行人の生命身体へのリスク (直接的危害 + 間接的危険)	公衆への リスク >	見通し不良、信号や標識の妨害 (間接的危険)
激しい (人為、災害、経年)	劣化 >	緩やか (人為、災害、経年)
必須 →業登録制度、設置資格、罰則	専門性 >	不要 (多様な業態がありうる)
必須 →更新、管理義務、安全点検、 除却義務、罰則	安全性 >	管理者設置義務

↓
許可制、罰則

↓
許可より緩やかな
届出制、違反指導

参考 1. 3 屋外と屋内③ 屋内ならではの特性

屋外広告物		新・特定屋内広告物
屋外広告物法、地方自治法	根拠法 >	地方自治法
〔 窓面を使用する場合は 屋内と同じ 〕	採光 換気 排煙 <	<ul style="list-style-type: none"> ・窓の機能に関係法令が及ぶ ・圧迫感、閉塞感 整理 ② 開口部の割合基準を残す
〔 高コスト、リスク、ハードル 〕	変化度 <	低コスト、リスク、ハードル 簡易粗雑な表示が可能で難コントロール 整理 ④ 経過措置設ける
壁面、屋上、 突出	設置場所 >	壁面、屋上 検討 ② 突出相当緩和

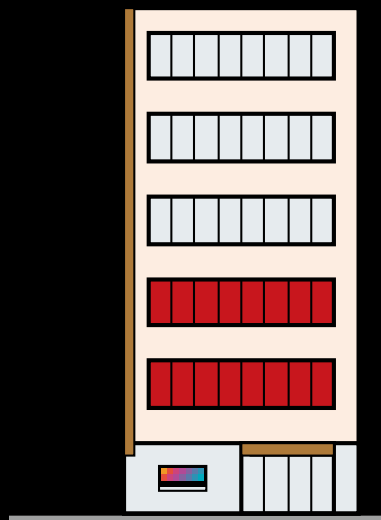
参考 1. 4 屋外と屋内④ 規制比較

屋外広告物		新・特定屋内広告物
許可・変更許可・3年更新 手数料あり 一定の面積以下は許可不要	①申請 >	届出・変更届 手数料不要 一定の面積以下は届出不要
規制区域ごとの基準	②基準 ≦	規制区域ごとの基準 ※屋外と合算 整理 ② 開口部の割合基準を残す
1.5倍まで数値緩和 (さらなる緩和は審議会)	③審査会 ≦	良いと認めれば緩和 検討 ② 突出相当緩和
指導・助言・勧告、氏名公表、 措置命令、立入検査、 許可取消、行政代執行	④違反指導 >	指導・助言・勧告、氏名公表、 措置命令、立入検査
罰金 (措置命令違反、無許可、 除却義務違反、検査拒否)	⑤罰則 >>	なし 整理 ③ 罰則設けない

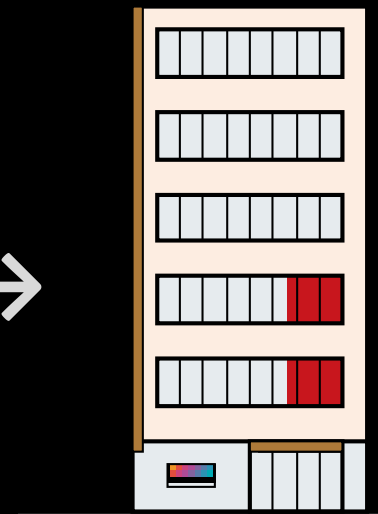
参考 1 補足① 届出不要基準

規制区域		申請不要基準	参考・適合基準（屋外＋特定屋内）
禁止地域	第1種	屋外 3 m ² 、特定屋内 3 m ² 又は計 5 m ²	5 m ²
	第2種	屋外 5 m ² 、特定屋内 5 m ²	10 m ²
	第3種		各壁面の 3 割又は 15 m ²
	第4種		各壁面の 3 割又は 20 m ²
	第6種		各壁面の 3 割(商業 4 割)又は 20 m ²
許可地域		屋外 10 m ² 、特定屋内 10 m ²	各壁面の 3 割(商業 4 割)又は 20 m ²

参考1 補足② 開口部の割合基準



- 窓を塞ぐ行為は、採光、換気、排煙など窓本来の機能を阻害
→消防法等関係法令の遵守徹底
(周知、運用)
- 景観上も圧迫感、閉塞感
- 改正前後の整合性確保
- 市内における整合性確保



開口部あたりの表示割合を引き続き残す。

(1F以下5割／2F以上3割)

ガラス壁の場合、一開口部は1フロアの1面とする。

参考：京都市ほか数都市が同じ割合基準で規制

参考1 補足③ 罰則

曖昧性

- 広告物の曖昧性
(恒常的か一時的か、
広告物か否か)
- 屋内の不確定性 (公衆
への表示か、壁面か)
- 実績は今後蓄積し、
共通理解を醸成

公平性

- 通行人の生命身体に直接
危害が及ぶ屋外には罰則
が必要
- エリアか否か
- 無届との公平性
- 既存との公平性
- 他条例との公平性

実効性

- 表示制限、届出義務、違
反指導等で実効性を確保
する
- 目的達成に向け、
相応の、必要最小限の義
務付け、規制であるべき



罰則は設けない (※違反指導、立入検査で実効性確保)

実績や理解を今後蓄積していく段階にあり、時期尚早

参考1 補足④ 経過措置

設けなければ、既存不適格の掲出を永続的に許容することになり、既存と新規の公平性欠く。実効性にもマイナス。

参考) 景観計画：建築物は容易に改修できないため設けていない。



経過措置期間を設ける（5年間）。

広告は経済活動と結びつき変化に富むもので、不合理とまではいえない。猶予の間に、次期の更新計画を立ててもらう。

参考：条例第13条（区域の変更、経過措置5年）

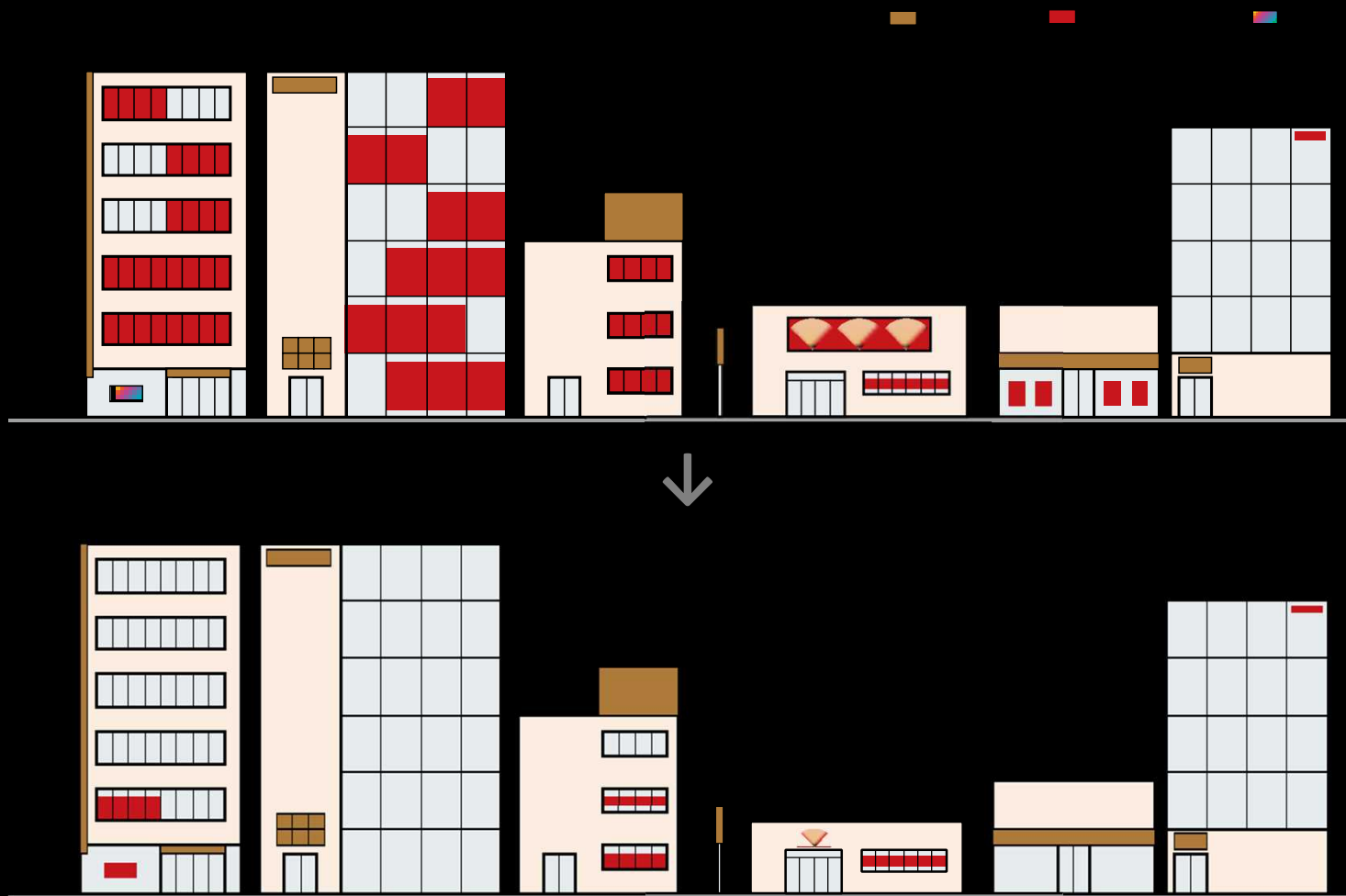
参考 2 目指す誘導イメージ



参考 2. 1 目指す誘導イメージ 第 4 種禁止地域



参考2. 1 誘導イメージ 第4種禁止地域



壁面：屋外+屋内 $\leq 10\text{m}^2$ かつ地上6m以下（ビル名称可）、サインージ禁止、+質的誘導

参考2. 1 誘導イメージ 第4種禁止地域



壁面：屋外+屋内 $\leq 10\text{m}^2$ かつ地上6m以下（ビル名称可）、サインージ禁止、+質的誘導



参考 2. 2 目指す誘導イメージ 許可地域 (商業)

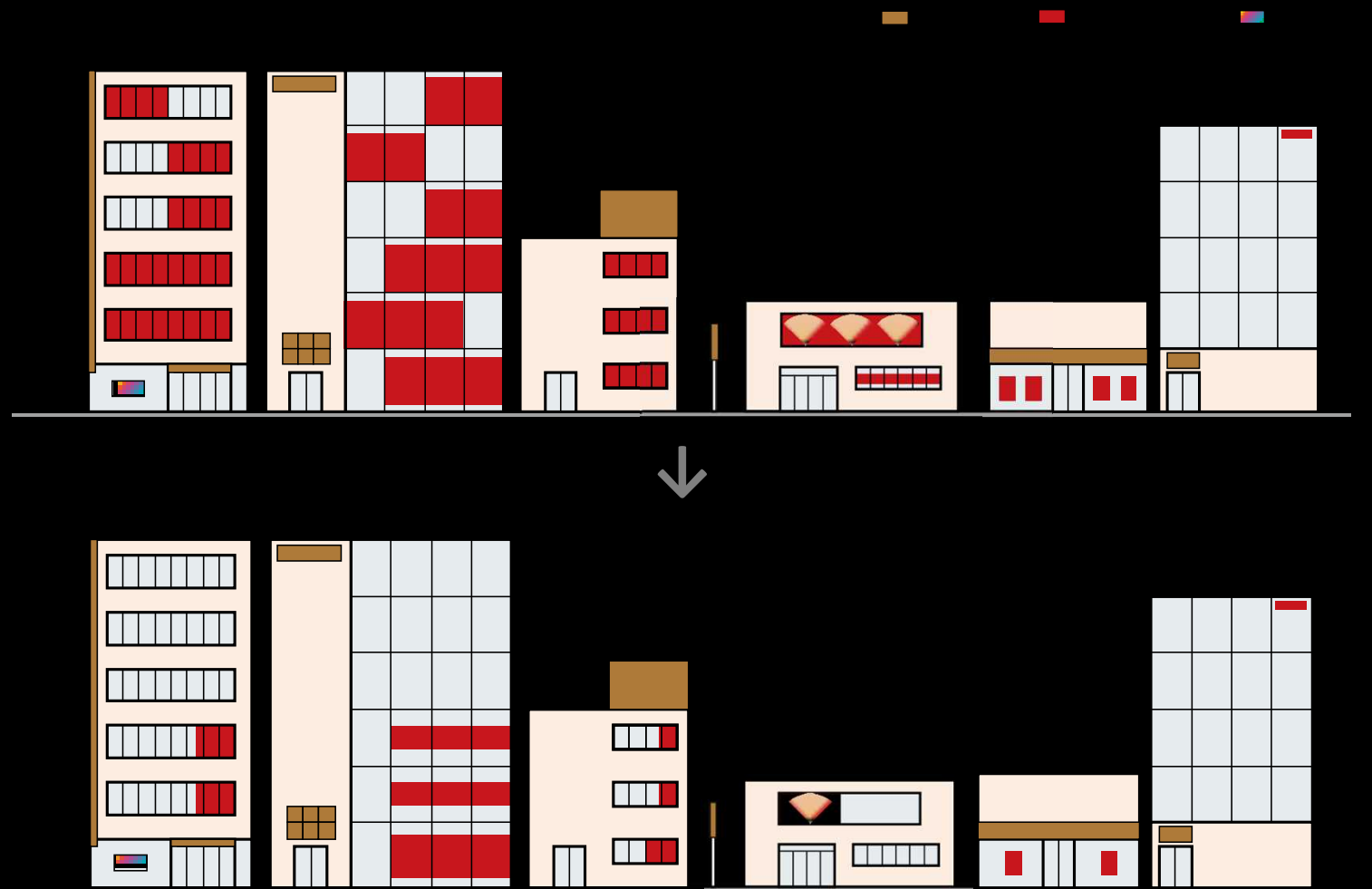


参考2. 2 誘導イメージ 許可地域（商業）



壁面：地上12m以下（ビル名称可、サインージ4m以下・5㎡以内）、+質的誘導

参考2. 2 誘導イメージ 許可地域（商業）+ 開口部5割/3割の表示割合



壁面：地上12m以下（ビル名称可、サインージ4m以下・5㎡以内）、+質的誘導

+1F以下5割/2F以上3割

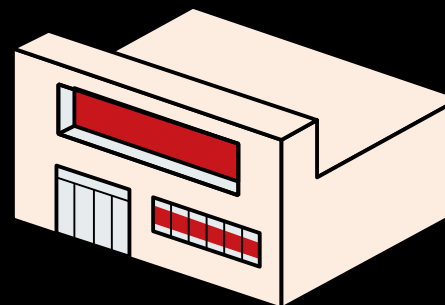


第4種禁止地域

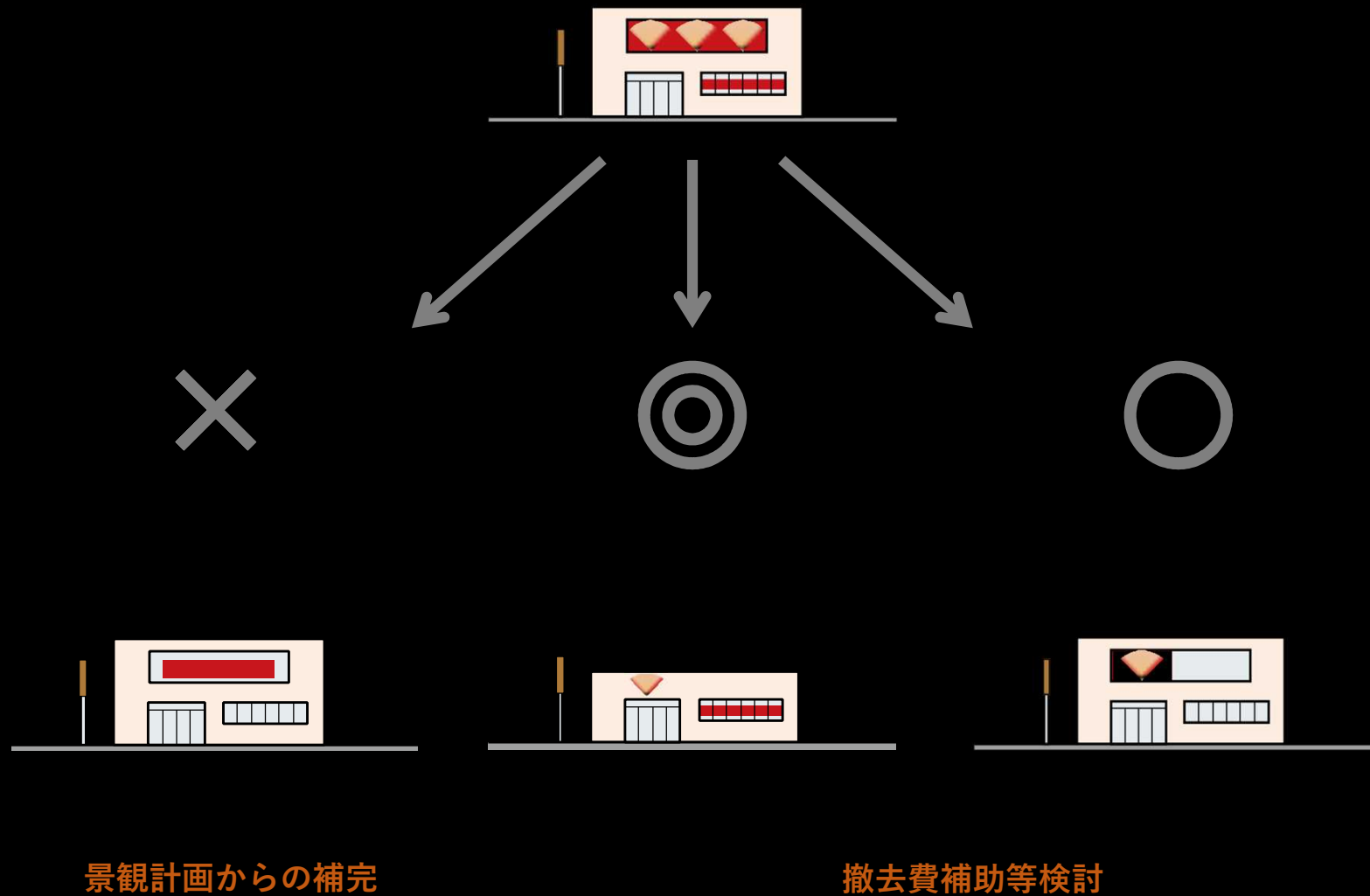
参考 2. 3 目指す誘導イメージ “専用装置型”



許可地域



参考2.3 誘導イメージ “専用装置型”



参考3. 検討事項

① 対象の線引き明確化

→ガラス面から2mまでを基準の対象とする。

② テナントビルの突出相当緩和

→実績を蓄積し、今後基準化を目指す。

参考3. 1 対象の線引き明確化

前回：屋内は、屋外より一層の明確性が求められるため、
規則で規格を規定… [文字、記号、図案、商標や写真を
表示するもの、可変表示装置を利用するもの]

課題

- ・ 店内奥の壁に表示する店名等の扱いが不明確
- ・ 漠然とした基準は無効のおそれ（政策法務相談より）

→ 規格に加え、対象外を明確にすることで、対象をより明確にする。



参考3. 1 対象の線引き明確化

ガラス面等から2mより離れたものを対象外とする。
ただし、ガラス面等と当該広告物の間の空間に、人の立入りや利用がなく、その空間が専ら広告物の表示を目的とするものと考えられる場合には、この限りでない。

- 2. 0m：ガラス面と広告物の間に、人が行き交える一定の距離があり、屋外のみに表示していると一概に言えない距離
- 専ら広告物の表示：人の立入りや利用がない空間、建築構造的に室になっていない空間、これらに類するもの

考え方：

- 屋内が、広告以外の目的が存在する空間か、を判断基準とする。基準より奥は、屋外への表示が目的であると一概には言えない。
- ただし、専ら広告物の表示が目的であると考えられるものについては、2m超離れていても対象とする。

参考：流山市広告物条例施行規則第21条：窓ガラスから2m以内が対象

参考3. 1 対象の線引き明確化

ガラス面等から2mより離れたものを対象外とする。
ただし、ガラス面等と当該広告物の間の空間に、人の立入り
や利用がなく、その空間が専ら広告物の表示を目的とする
ものと考えられる場合には、この限りでない。



大手町 0.5m

昭和町 0.7m

元車 1.0m

武蔵町 1.5m

- 既設は2.0m以内に収まる（新設は景観計画から指導）
- まちなか区域で、1Fの窓から2mを広告のみに割く余裕は、通常ない
- まちなか区域で、2Fの窓から2m後退すると、地上面から通常は見えにくい

→ この考え方で線引きの明確化を図る。

参考3. 2 テナントビルの突出相当緩和



参考3. 2 テナントビルの突出相当緩和

検討会での意見

広告物の位置を
オーナーがオーガ
ナイズしなければ、
テナントが各々
勝手に出すので、
整然と並ぶこと
はない。

副) 突出は秩序あり

市内に何百もある
わけでない。オーナーの
理解を得ながら、ビルの
どの部分にどの程度
掲出できるか道筋を
作った方が、**結果的に**
良質なコントロールに
なるのではないか。

各々が勝手な
位置に出さないよう、
広告の場所を
あらかじめ想定して
設計してもらう
のが良い。

実例：SUN FIRST

テナントが
何階にあるか
ということも
広告物が
表している。

副) 突出の効果

デザインは
個別審査でよいが、
全体の表示面積や
位置をコントロール
できれば高さ6mから
緩和するなどの誘導
方法があるのでは。

建築時に全テナントが
決まっているとは
限らない。決定後、
内部審査申請書を
建築指導課に出す際、
景観政策課と連携して
協力してもらう
のが良い。

参考3. 2 テナントビルの突出相当緩和

課題

- “屋外と同等の基準”を壁面のみで考えると、高さ、面積、ともに規制が厳しい。
- 屋外における突出を屋内において考慮しないことが、突出への誘導につながることは望ましくない。

→ 屋内において景観上良質な突出相当緩和ができれば、安全上もよい。

(突出広告の特性)

- 1～3種禁止地域： 出幅1m以内、地上2.5m～軒高
- 4～6種禁止、許可地域：出幅1.5m以内、地上2.5m～31m
- 1棟につき原則1縦列、形状の自由度が低い
- 面積の上限なし
正面でなく通りから見える
- 設置資格要件あり（建築士、屋外広告士、業登録等）

参考3. 2テナントビルの突出相当緩和



実例1

サイジョーエステートビル
(第4種禁止地域)

ガラスカーテンウォール
2~6Fの開口部ほぼ全面から
広告を掲出



参考3. 2 テナントビルの突出相当緩和

実例1
サイジョーエステートビル
(第4種禁止地域)

①壁面の基準適用



現状：屋外 3m^2 + 屋内 34m^2
= 37m^2 (壁面積 88m^2 の42%)
→ 今後：高さ・地上6m以下、
壁面使用面積・屋外と屋内計
 10m^2 以内に規制
+ 定性的な基準

※突出可能分



突出：ビル高まで × 出幅 1.5m
屋外壁面 3m^2 + 突出 23m^2 = 26m^2
(※この方向の面積：
壁面 88m^2 の3割 = 26m^2 まで)

②突出相当緩和



幅 1m
屋内 $3\text{m}^2 \times 5 = 15\text{m}^2$
屋外 3m^2 との合計 18m^2
景観上：○整然としている
安全上：◎突出より優れる

参考3. 2 テナントビルの突出相当緩和

審査会により緩和を認める条件の想定

規則：「良好な景観や風致を害するおそれがなく、本市の個性ある美しい景観の形成に特に配慮されたものと審査会が認める場合」

前提) 良好な景観への配慮 (明るさ、色彩、色数、デザイン等)

- ① 1つの建物に複数の入居者
- ② 壁面の高さ基準を超える建物
- ③ 面積や上端は突出の設置可能分まで
(側面に限る・正面不可、他に突出なし、1ビル2面まで)
- ④ 各階のサイズや位置が統一され整然としている
- ⑤ オーナーによる申請又は全テナントの合意

参考3. 2 テナントビルの突出相当緩和



実例2

SUN FIRST (許可地域)
4F以上を計画的に屋内とし
整然とした広告物を掲出



参考3. 2 テナントビルの突出相当緩和

実例2
SUN FIRST (許可地域)

①壁面の基準適用



現状：屋外 $7\text{m}^2 \times 3$ + 屋内 $7\text{m}^2 \times 5$
= 56m^2 (当壁面 756m^2 の7%)
→ 今後：高さ地上12m以下、
壁面使用面積：屋外と屋内計
当該壁面 756m^2 の2割 = 151m^2 まで
+ 定性的な基準

※突出可能分



突出：ビル高まで × 出幅1.5m
= 36m^2
屋外 $7\text{m}^2 \times 3$ + 突出 36m^2 = 57m^2

②突出相当緩和

① (再掲)
突出との比較により
改めて評価

景観上：○面積控えめ
○整然としている
※突出より自由な形状
※突出より自由な位置
安全上：◎突出より優れる

参考3. 2 テナントビルの突出相当緩和

懸念

- 突出に比べ、形や位置のコントロールが難しい、守られにくい（表示や変更が容易である、突出より自由度が高い）
- 1フロアに複数入居の場合の不揃い、高さ制限の上下階の不揃い
- 小出し、後出しへの対応、オーナーの交代への対応など
- 都心軸では不整合（景観保全型整備地区・通り方向に壁面高さ6m）

案 審査等で実例を蓄積し、今後の基準化を目指す

- 審査会含めケースバイケースで実績をつくっていく（再掲）
- 理想のケースや良質な事例を、HPやガイドライン等で発信

参考写真

必ずしも屋外に向けていると思われない例



2 m以上奥にある店舗名 (タテマチ)



ポルテ



百番街Rinto



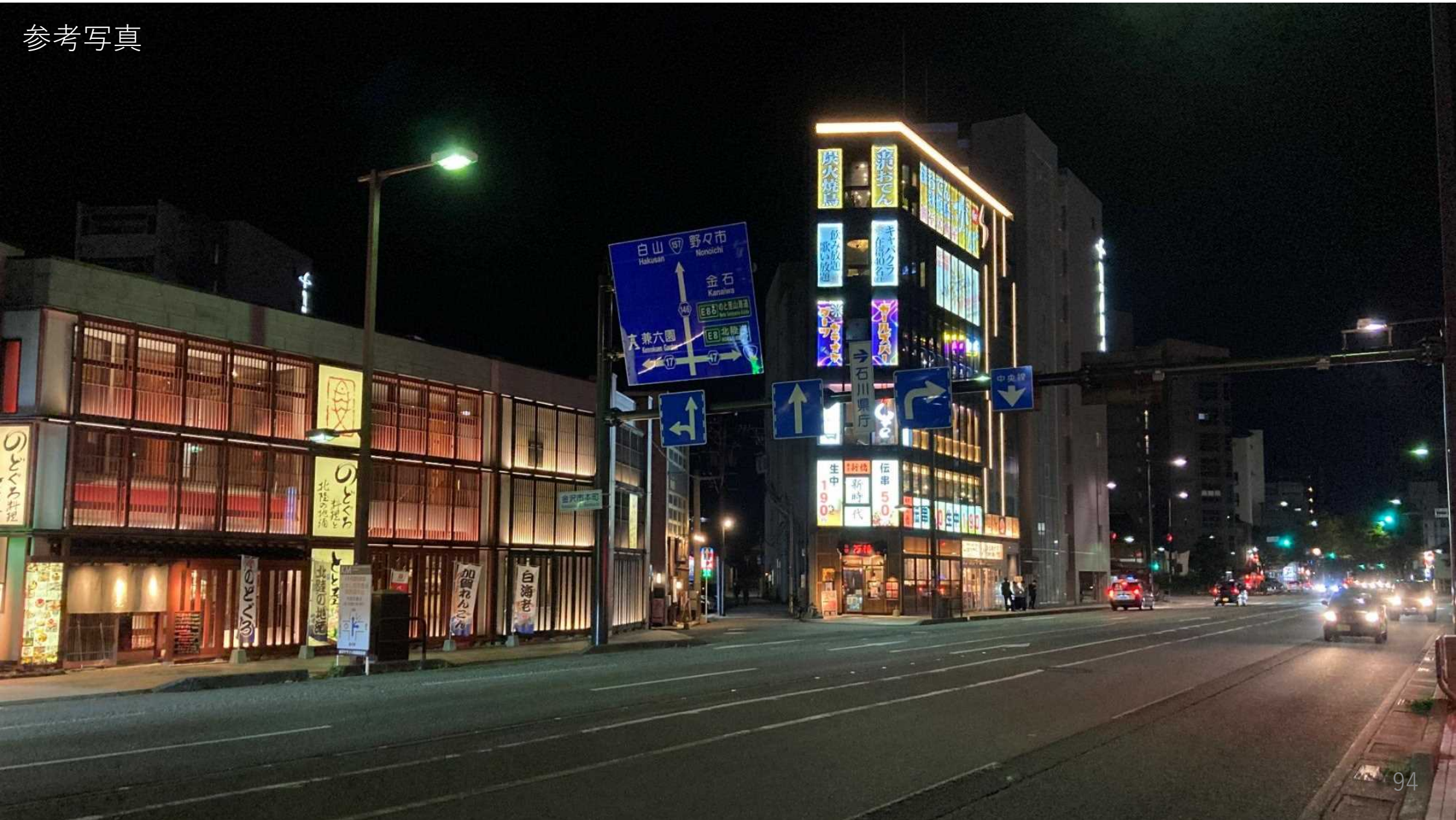




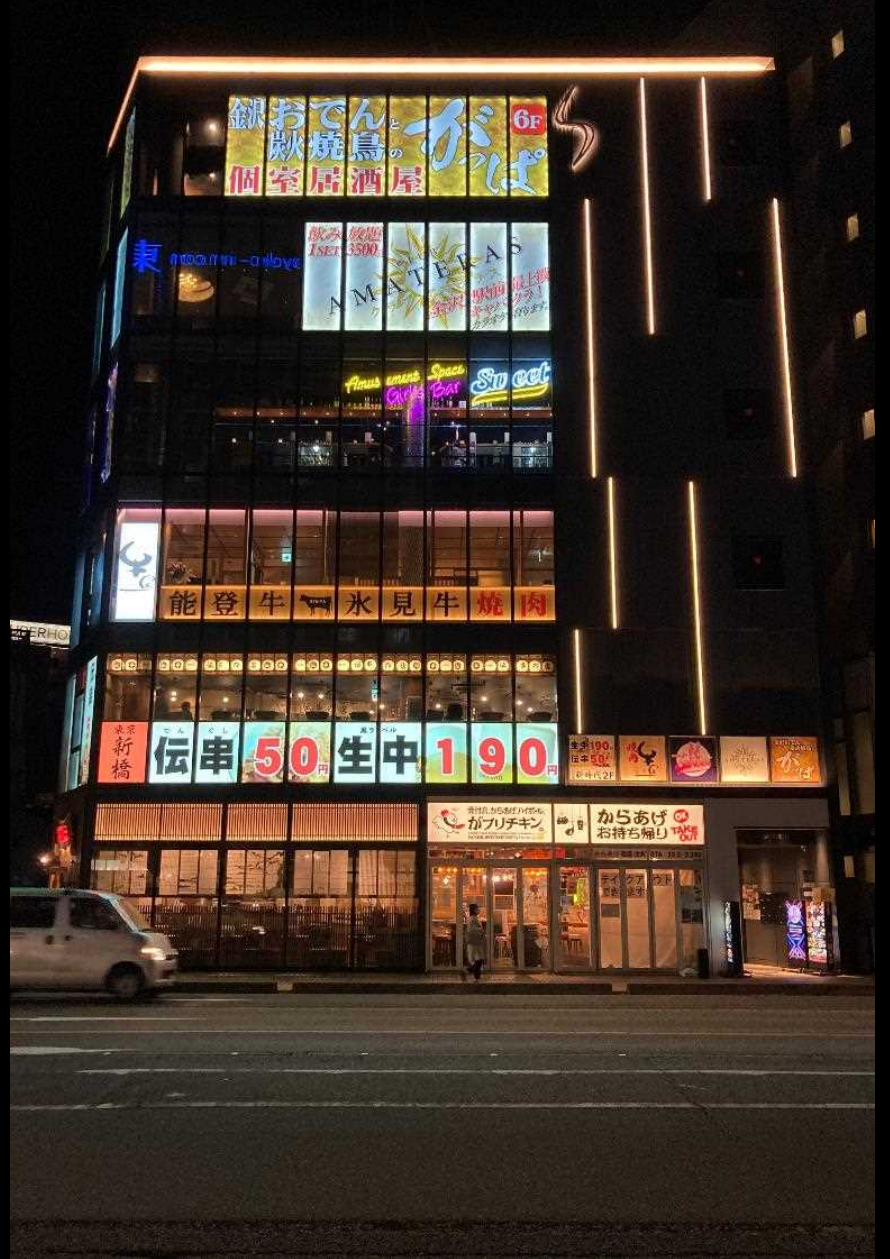




参考写真



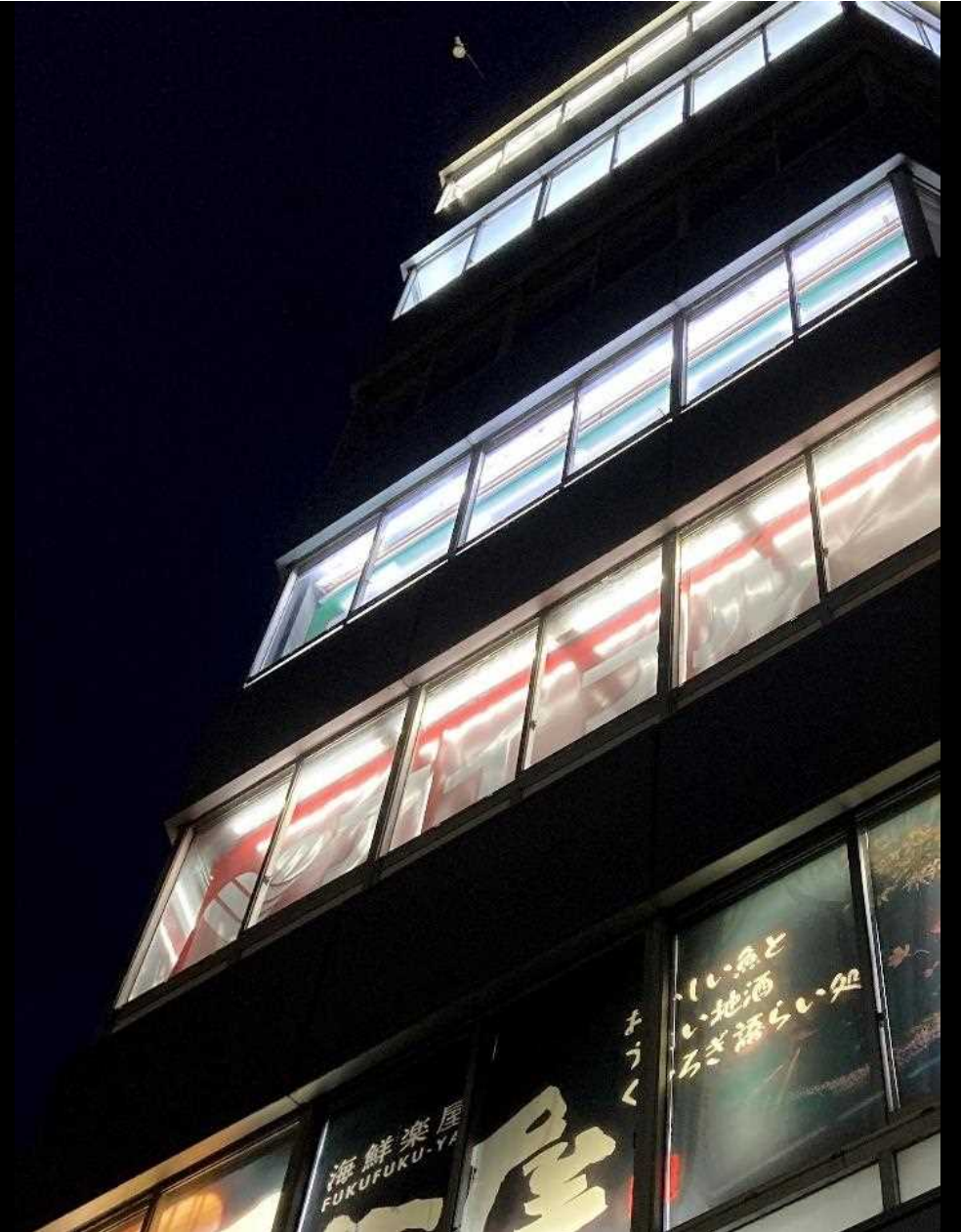
参考写真



参考写真



参考写真



参考写真



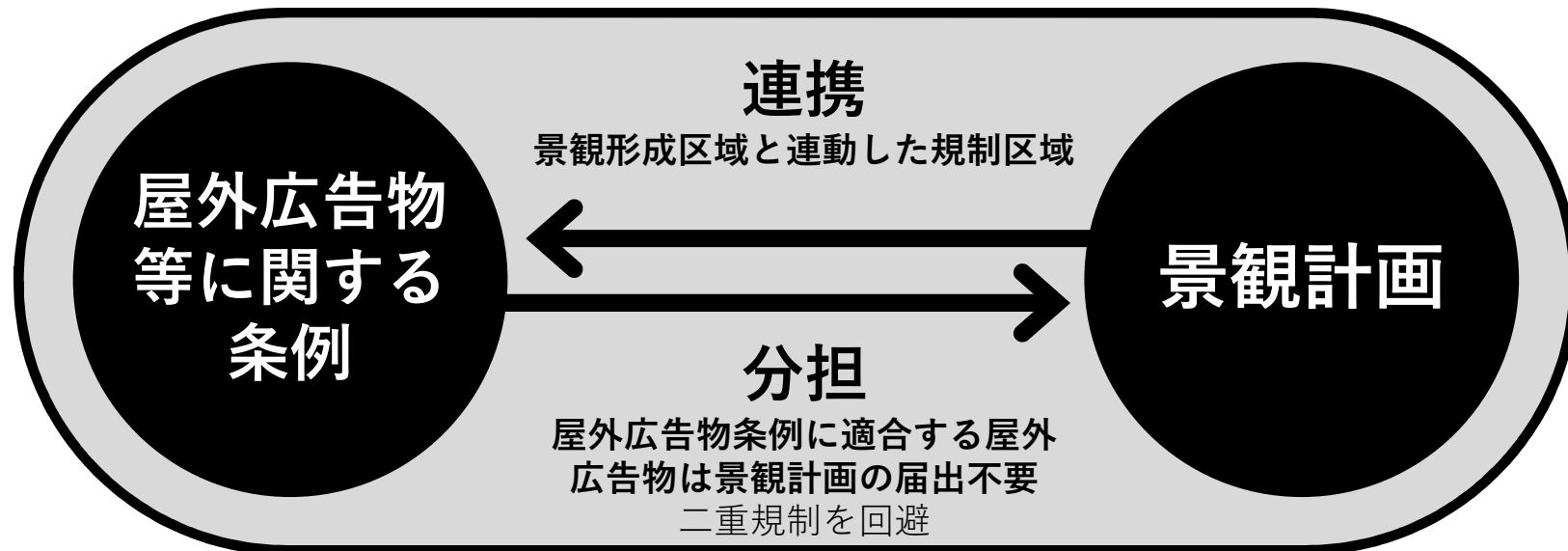
参考写真



補足 景観計画との両輪関係①

屋外広告物法第6条：

「（屋外広告物）条例は景観計画に即して定める」



→ 今後は屋内もこの関係に組み込む

補足 景観計画との両輪関係②

いわゆる“専用装置型”への実効性

