

第5章

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

(景観法第8条第2項第4号イ)

1. 屋外広告物に関する行為の制限の方針
2. 屋外広告物の表示及び屋外広告物を掲出する物件に関する景観形成基準
3. 良好な屋外広告景観の誘導

1. 屋外広告物に関する行為の制限の方針

(1) 行為の制限

本市は、平成8年(1996年)の中核市移行に伴い、公衆への危害防止、美観風致の維持保全、良好な景観形成のために「熊本市屋外広告物条例」を制定し、屋外広告物行政を展開してきました。

「熊本市屋外広告物条例」において自家用広告のみに限る「禁止地域」と一般広告物の表示も可能な「許可地域」に市域を分類して指定しています。

また、都市計画法による用途地域等に合わせて「禁止地域」を第1種から第3種、「許可地域」を第1種から第3種までに分類し、合計で6地域に分けて制限を定めています。(図5-1)

さらに、良好な景観を形成するために、広告物の種類ごとに詳細な許可基準を設定するとともに、高速自動車道やJR沿線及び熊本港線、国道57号、国道3号熊本北バイパス等の幹線道路沿いや熊本港を禁止地域に指定しています。

屋外広告物は、景観を構成する重要な要素であることから、景観計画区域内において、屋外広告物の表示及び掲出する物件の設置に関して、位置、形態、意匠、色彩、材料等について、周辺の景観と調和が保たれるよう必要な制限を熊本市屋外広告物条例に定めます。

屋外広告物の表示にあたってのルールや手続きについてまとめた「屋外広告物のてびき」を広く市民や事業者にも周知し、良好な景観形成を進めていきます。

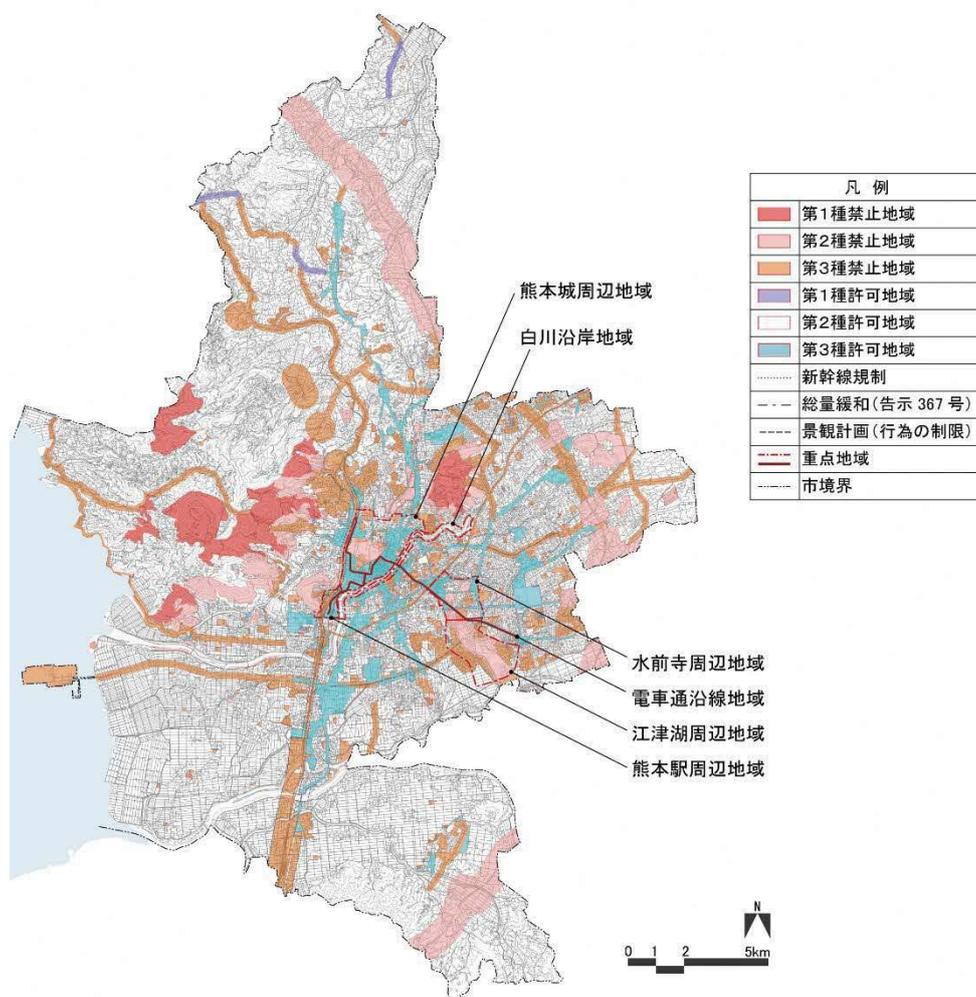


図 5-1 熊本市屋外広告物規制図

(2) 重点地域等での景観形成基準の設定

熊本城周辺地域、水前寺周辺地域、江津湖周辺地域、熊本駅周辺地域等の重点地域や、特定施設届出地区、熊本空港周辺景観形成地区においては、通常の規制基準のほか、景観特性に合わせた景観形成基準を、屋外広告物条例に基づき設けます。

(3) 景観形成基準への適合を求める対象行為の設定

景観に影響の大きい大規模な屋外広告物や、特定施設届出地区、熊本空港周辺景観形成地区に設ける屋外広告物については、景観形成基準への適合を求める対象行為を定め、良好な屋外広告景観を誘導します。

その他、必要に応じて、随時、熊本市屋外広告物条例を見直し、良好な屋外広告による景観形成を目指します。



熊本城周辺：歴史的に重要な場所



熊本駅周辺：陸の玄関口

コラム

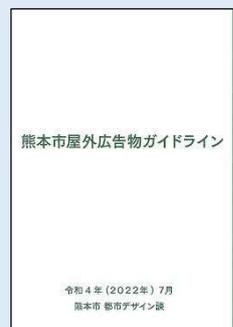
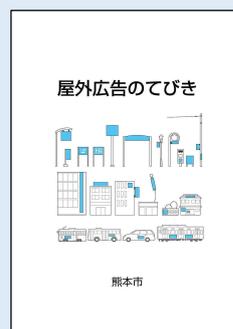
良い景観と屋外広告

本市では、「屋外広告のてびき」と「屋外広告物ガイドライン」を策定しています。

「屋外広告物のてびき」は、本市のまち並みをより良い景観にしていけるために、広告物を表示するにあたってのルールや手続きを、屋外広告物を表示する関係者はもとより、広く市民の皆様にご理解いただくことを目的に作成したものです。

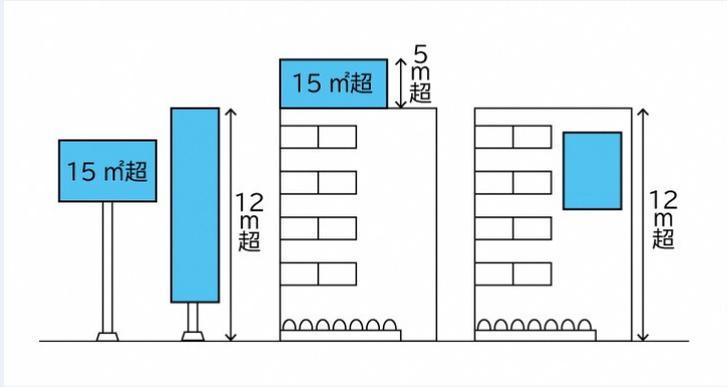
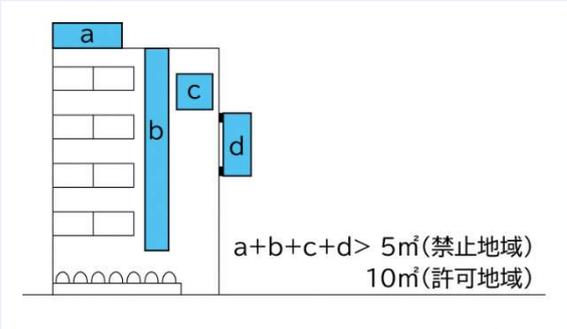
「屋外広告物ガイドライン」は、景観計画の基本方針で示される屋外広告物の考え方を示すものであり、屋外広告物のデザイン、安全確保等に関する方針、地域別の景観形成方針と配慮事項等を示したものです。

このてびきとガイドラインを活用することにより、熊本市の良好な屋外広告物景観の形成を促進します。



2. 屋外広告物の表示及び屋外広告物を掲出する物件に関する景観形成基準

(1) 対象行為

行為の種別	対象規模
<p>大規模屋外広告物の表示、設置、変更又は改造</p>	<p>1事業所等につき表示面積の合計が、禁止地域で5㎡又は許可地域で10㎡を超える屋外広告物で、次のいずれかに該当するもの</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 建植広告で高さが12mを超えるもの又は1面の表示面積が15㎡を超えるもの ・ 建築物に付随するもので建築物の軒の高さから5mを超えるもの又は1面の表示面積が15㎡を超えるもの ・ 高さが12mを超える建築物に付随するもの 
<p>特定施設届出地区内及び熊本空港周辺景観形成地区内の屋外広告物の表示、設置、変更又は改造</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 1事業所等につき表示面積の合計が5㎡を超えるもの（禁止地域） ・ 1事業所等につき表示面積の合計が10㎡を超えるもの（許可地域） ・ 自家用広告物等を除く屋外広告物 

(2) - 1 大規模屋外広告物の景観形成基準

(重点地域を含む市全域 (特定施設届出地区、空港周辺地区は含まない))

項目	内容
基本事項	・「 <u>熊本市屋外広告物ガイドライン</u> 」、「 <u>熊本市公共サインガイドライン</u> 」(P153)を参考とし、掲出位置や規模、意匠や色彩に配慮し、地域景観を阻害しないよう努めること。
位置	<ul style="list-style-type: none"> ・遠景の山々や景観資源に対する道路 (又は特別の視点場) からの眺望を損なわないように、道路境界からの後退や高さをおさえるように努めること。 ・まち並みの一員として参加し、周辺のまち並みから突出しないように努めること。 ・建物に附帯する場合は、建物とのバランスをくずさず、建物の前面に突出しない位置となるように努めること。
表示面積	<ul style="list-style-type: none"> ・史跡の周辺等、景観上重要な地点では、屋外広告物の掲出は極力行わないように努めること。 ・可能な限り総量をおさえるように努めること。 ・複数ある場合には、大きさをそろえるか、あるいは集合化に努めること。
意匠	<ul style="list-style-type: none"> ・記号化や図案化によって文字数を減らし、シンプルにまとめるように努めること。 ・建植広告等においては、周囲の良好な自然景観を阻害しないように配慮すること。
色彩	<ul style="list-style-type: none"> ・建物や周辺の色彩との調和を図ること。 ・第3章を参照し、基調色は禁止色を使用せず推奨色を使用するよう努めること。 ・街路樹のある通りに接して掲出する場合は、緑の色彩に調和するよう努めること。 ・配色数は、可能な限り少なくするよう努めること。 ・ネオンサインやデジタルサイネージ等発光を伴うものは、周辺の夜景との調和を図ること。 <p>特に、落ち着いた住宅地等に隣接する場合は、環境をみださないように配慮すること。</p>
材料	・周辺と調和した素材を用いるように努めること。
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・塗料のはげ落ちや、破損等による景観の不調和をきたさないよう、管理・運営面での対策を講じること。 ・不用な看板を放置しないように努めること。

(2) - 2 大規模屋外広告物の景観形成基準 (重点地域)

地域	内容
基本事項	<ul style="list-style-type: none"> ・「<u>熊本市屋外広告物ガイドライン</u>」、「<u>熊本市公共サインガイドライン</u>」(P153)を参考とし、掲出位置や規模、意匠や色彩に配慮し、地域景観を阻害しないよう努めること。 ・第3章を参照し、基調色は禁止色を使用せず推奨色を使用するよう努めること。

<p>熊本城 周辺地域 (P30)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・煙突状の屋上広告は、掲出しないこと。 ・建築物本体と一体的なデザインとし、建築物のデザインや規模との調和に配慮すること。 ■熊本城特別地区 <ul style="list-style-type: none"> ・屋上広告は、掲出しないこと。 ・屋外広告物の基調色は、高彩度とならないように努めること。 ・屋外広告物の照明は、熊本城の夜間景観に配慮して、過度な明るさ及び派手な色彩とならないように努めること。 ■京町台地地区 <ul style="list-style-type: none"> ・屋上広告の高さは、海拔 63mを超えないこと。 ■一般地区 <ul style="list-style-type: none"> ・屋上広告の高さは、海拔 55mを超えないこと。 ・花畑広場（シンボルプロムナード）、電車通り、桜井通りから熊本城天守閣への良好な眺望をさえぎる屋外広告物の掲出はしないように努めること。
<p>水前寺 周辺地域 (P42)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・古今伝授の間の視点場から水前寺成趣園東側周辺の眺望範囲に位置する建築物等には、屋上広告の掲出はしないこと。ただし、視点場から見えないものは除く。 ・園内から眺望できる建築物等には、屋外広告物の掲出はしないこと。ただし、園内から見えないもの及び自家用のビル名称サイン等は除く。
<p>江津湖 周辺地域 (P45)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・公園内から眺望できる建築物等には、屋上広告の掲出はしないこと。ただし、公園内から見えないもの及び自家用のビル名称サイン等は除く。
<p>熊本駅 周辺地域 (P53)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・東西の駅前広場及び電車通りの境界から 100m以内には、屋上広告（自家用広告物を除く。）の掲出はしないこと。 ・東西の駅前広場に面して、立て看板、のぼり旗の掲出はしないこと。ただし、短期的なイベント開催時は除く。 ・屋上広告は、建築物との一体化を図り、全体として外形線に凹凸が少ないものとするように努めること。 ・街路樹よりも高い位置に壁面広告等を掲出する場合は、その形状や表示面積は建築物との調和に努めること。 ・東西の駅前広場及び街路樹のある通りに面して掲出する場合は、樹木との調和を意識し、基調色は高彩度とならないように努めること。
<p>電車通 沿線地域 (P58)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・屋上広告は、建築物の一体化を図り、全体として外形線に凹凸が少ないものとなるように努めること。 ・屋外広告物の基調色は、建築物と同色又は調和した色彩となるように努めること。
<p>白川 沿岸地域 (P60)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・大甲橋から上流を眺望する場合に、兩岸の樹木より高い位置に見える屋外広告物の掲出はしないこと。ただし、自家用の壁面広告、突出広告は除く。 ・川に向けての掲出を避けるように努めること。

(3) 特定施設届出地区の屋外広告物の景観形成基準

項目	内容
基本事項	・「熊本市屋外広告物ガイドライン」、「熊本市公共サインガイドライン」(P153)を参考とし、掲出位置や規模、意匠や色彩に配慮し、地域景観を阻害しないよう努めること。
位置	・建植広告は、建築物と調和を保つと同時に、沿道において統一性のある位置とするように努めること。
外観	・屋外広告は、可能な限り総量をおさえ、複数ある場合には大きさをそろえるか、集合化するよう努めるとともに、沿道で統一性が取れたものにするように努めること。
色彩	・配色数は可能な限り少なくするよう努め、建築物や周辺の色彩との調和に配慮すること。
緑化	・建植広告その他の工作物の根元周辺は、修景緑化に努めること。
その他	・まち並みをすっきりとさせるために、のぼり、ぼんぼり等については、できるだけ掲出ししないよう努めること。

(4) 熊本空港周辺景観形成地区の屋外広告物の景観形成基準

項目	内容
基本事項	・「熊本市屋外広告物ガイドライン」、「熊本市公共サインガイドライン」(P153)を参考とし、掲出位置や規模、意匠や色彩に配慮し、地域景観を阻害しないよう努めること。 ・色調、形状、規模、意匠が周辺の景観に調和するよう努めること。
位置	・同一敷地内で同一目的の屋外広告物を掲出する場合は、効果性をふまえ、設置数、表示面積をできるだけ少なくするとともに、掲出位置についても景観の調和に配慮すること。
色彩	・掲出位置、形状、規模、意匠及びベースとなる色調等について、隣接する相互において統一に努め、屋外広告物による景観の創出により、その地域において統一感ある個性の確立を目指すよう努めること。 ・ネオンサイン等照明広告については、光害の防止に努めるとともに、昼間の景観にも配慮すること。 ・蛍光塗料は使用しないよう努めること。
外観	・屋上広告については、屋上あるいは塔屋等の水平投影面からはみ出さないものとし、さらに壁面との一体性を持たせることにより、屋外広告物の支持物が見えない構造とする。また、色彩については、建築物の色調と調和するよう努めること。 ・壁面広告は、取付壁面からはみ出さないようにし、下地の色は壁面と合わせるよう努めること。 ・突出広告の上端は、建築物の高さを超えないものとするとともに、道路に出ないものとする。また、同一壁面において複数必要な場合は設置位置を統一するとともに、形状、意匠、色調等の統一に努めること。
材料	・しっかりした材質のものを使用し、よごれ、たい色、破損等により周辺の景観との調和をみださないよう努めること。
その他	・窓面利用広告、テント広告、広告幕、のぼり、ぼんぼり等については、できるだけ掲出ししないよう努めること。 ・広告塔は、その高さ、形状、表示面積等について、隣接する相互において統一を図り、景観との調和に努めること。

3. 良好な屋外広告景観の誘導

令和4年度（2022年度）に策定した「熊本市屋外広告物ガイドライン」を活用し、事業者等が屋外広告物を検討する際には、屋外広告物ガイドラインを参照することで、設置する地域の景観に配慮するとともに、デザインや安全面の向上に努めることとします。

また、本市のイメージを印象づける場所や歴史的に重要な場所、地域拠点等において、地域住民等が屋外広告物に関するルールを策定する際には、専門家による支援を行い、地域住民とともに良好な屋外広告物のある地域の景観形成を進めます。

コラム

市民が良くないと感じる屋外広告物

令和4年度（2022年度）の市民アンケート調査結果によれば、良くないと感じる屋外広告物のある場所として、「電車通沿線地域」、「熊本城周辺地域」が多くのことから指摘されており、良くないと感じる屋外広告物の種類は、「屋上広告」が最も多くなっています。

■表 4人以上の回答者から指摘された、良くないと感じる屋外広告物

屋外広告物のある場所	屋外広告物の種類	良くないと感じた内容	回答数
電車通沿線地域	屋上広告	街並みと調和がとれていない	11
		色が派手で目立つ	6
		量が多く落ち着かない	4
	突出広告	看板が大きすぎる	4
		街並みと調和がとれていない	7
		量が多く落ち着かない	4
熊本城周辺地域	立看板	管理が行き届いておらず汚い	4
		色が派手で目立つ	6
		街並みと調和がとれていない	5
その他（重点地域以外）	電光広告	光が気になる	7

また、その他の自由回答では「人の顔が大きく表示された広告物」が不快な広告として評価されています。信頼感や親近感を伝える意図であっても、受け手にとっては公共空間に知らない人の顔が大きく掲載されることに違和感を持つかもしれません。



※この広告はイメージであり、実在するものではありません。