

芦屋市屋外広告物条例

芦屋市都市建設部主幹 東 実

1 条例制定に至った背景と経過

芦屋市の景観行政は平成8年の「芦屋市都市景観条例」の策定から始まったといえる。阪神間の各市と比べて相当後発である。芦屋市の景観は主に民間主導で形成されてきた経過がそうした要因の一つといえるかもしれない。しかしながら、平成16年に「景観法」が施行されてから様相が一変することになる。それは、平成18年度に行われた国土交通省による「一般住宅地等における誘導型景観地区策定手法に関する検討調査」である。これは、景観法制定に伴い創設された景観地区制度の策定の在り方について、策定手法についての検討を行うことを目的として、一般住宅地等

を対象として、東は鎌倉市、西は芦屋市を対象に検討された。この調査を基に平成21年全国で初めて全市を芦屋景観地区とした。そのようにした背景は、阪神淡路大震災にある。大きな被害により多くの建物が一気に建替えられた。その中には芦屋市の景観を継承しない物件が相当数あり、このままだと芦屋が芦屋でなくなるかもしれないという危機感から、何とか対策を講じなければならないという考えからである。

新たにできた景観地区の認定制度は、建築確認申請とは全く別に、景観の観点から建築行為をストップできる。このように強い強制力があるため、条例による緩やかな運用を行っている阪神間の自治体ではかえって景観

芦屋市は、「芦屋市屋外広告物条例」を制定した（条例第54号として平成27年12月18日公布、平成28年7月1日施行）。

看板や広告文字の大きさを制限するほか、規制色やアクセント色など細かく色彩規制し、屋上広告物の全面禁止、突出広告を原則禁止とする。全国一厳しいといわれる京都市の屋外広告物条例より踏み込んだ内容も多い。

行政の後退につながるおそれがあるとして、景観法自体の運用を敬遠する自治体が多い。しかしながら景観法の策定に関わったアドバイザー会議の委員から、景観法は自治体が行いたい景観施策に対応できるように構成されており、危機的な芦屋市にとっては、認定制度の活用によりアドバイザー会議の個別指導の実効性を高める必要があるとされた。

改めてこれまでの芦屋市の景観行政の取組概要を時系列に示すと次のとおりになる。

一 芦屋市都市景観条例の制定（平成8年10月1日）

（1）目的

市の景観の形成に関し必要な事項を定め、緑ゆたかな美しいまちづくりの実現を

図るため制定。

(2) 内容

条例の目的を達成するため、市長、市民、事業者及び設計者等の責務に関すること、景観地区、景観軸及び景観点の指定に関すること、景観重要建築物等の届出等に関すること、大規模建築物等の届出等に関すること、景観市民団体の認定等に関すること、表彰及び助成等に関すること及び芦屋市都市景観審議会に関することを規定。

(3) 大規模建築物等の届出制度

市域全域における高さ10m以上の建築物等（主に3階以上のマンション）及び第1種・第2種低層住居専用地域における大規模な住宅、大規模な土木工作物に届出を義務付けし、デザインや敷地内緑化、色彩について指導基準に基づき助言、指導。

(4) 芦屋市都市景観アドバイザー会議

芦屋市都市景観条例の施行に関し、景観地区内における行為の届出や、大規模建築物等の届出のうち、高さが15mを超える建築物等や延べ面積が2000㎡を超える建築物等、景観への影響が大きい建築物等に専門家による助言又は指導を行うために設置。

二 芦屋市景観形成基本計画の策定（平成8年11月）

市の景観形成における基本理念と施策の方向を示すとともに、施策の実現のための指針としての役割を担うものであり、芦屋市都市景観条例の目的を達成するために策定する。

都市景観形成の基本理念、目指すべき都市景観形成の目標、都市景観形成の基本的考え方、都市景観特性及び都市景観類型別の計画として、自然景観計画、市街地景観計画、景観軸形成計画、景観点形成計画、都市景観形成のモデル地区の内容を示し、都市景観形成への取組として、都市景観行政への展開、公共空間における景観整備事業の推進及び市民等の参加による都市景観形成の推進等、景観形成に必要な具体的な施策をまとめている。

三 南芦屋浜景観地区の指定（平成13年8月1日）

南芦屋浜は兵庫県の「人間サイズのまちづくり」のモデル地区に選定され、兵庫県企業庁により開発が進められている。この南芦屋浜地区に、ウォーターフロントを活かした住宅・文化・海洋性レクリエーションなど、多様な顔を持つまちとして景観に配慮した海に親しまちづくりを目指すために芦屋市都市景観条例に規定する景観地区に指定。

新しいまちとして「国際文化住宅都市」にふさわしい、うるおいとやすらぎのあるまちを創造していくため、①親水性豊かな景観を

つくる、②芦屋らしい景観をつくる、③多様性と調和のある景観をつくる、④時間的変遷に配慮した景観をつくる、の4つを目標としている。

四 芦屋景観地区の決定（平成21年7月1日）

デベロッパー等による開発行為において、景観アドバイザー会議における協議内容が活かされない実態があることや、土地の細分化やマンション化により、美しい住宅景観が失われつつあり、優れた景観の継承とより魅力ある都市景観の創出が求められる中、これまでの取組から、自主条例による指導・助言による行政指導の成果を評価する上で、景観誘導施策の実効性を高めるため、景観法で定める「景観地区制度」を活用する。

これまで芦屋市都市景観条例に基づき実施してきた大規模建築物等の届出制度において、景観誘導の基準としてきた「大規模建築物等指導基準」を「景観地区制度」に移行させるとともに、小規模な建築物でも、けばけばしい色彩などが景観を損ねるケースもあることから、大規模建築物以外の建築行為についても色彩の基準を定める。

五 芦屋市都市景観条例の全部改正（平成21年7月1日）

景観法に基づく景観地区の決定に伴い、①景観地区の決定に関する事項及び景観地区の

認定に係る委任事項、②建築物の認定申請等に関する事項、③工作物の形態意匠の制限及び罰則規定、④景観協議（景観アドバイザー会議）について定めるとともに、条例に基づく景観地区を景観形成地区とするなど関係条文を整備するため条例を改正。

六 芦屋川南特別景観地区の決定（平成22年11月1日）

最も市民に親しまれている場所であるとともに、芦屋市の最も重要な景観を有する地域である芦屋川沿岸地域の個性と風格のある美しい景観を守り、優れた景観の創出を実現するため、芦屋川沿岸のうち南部地域を景観地区に指定する。

七 芦屋川特別景観地区の決定（平成24年4月1日）

既決定の「芦屋川南特別景観地区」に芦屋川沿岸の北部地域を編入し、芦屋川沿岸の全地域を連続性のある一体の景観地区である「芦屋川特別景観地区」に変更する。

八 景観行政団体へ移行（平成26年4月1日）

平成26年2月17日に告示を行い、同年4月1日に景観法に基づく「景観行政団体」へ移行。

九 芦屋市都市景観条例の一部改正（平成26年4月1日）

景観行政団体への移行に伴い、①景観計画の策定に係る事項、②景観重要建造物及び景

観重要樹木の指定に係る事項を定めるほか、景観アドバイザーを都市景観審議会の部会という位置付けから地方自治法に基づく専門委員に変更。

十 芦屋市景観形成基本計画の改定（平成27年1月）

景観計画の策定に伴い、平成8年に策定した景観形成基本計画を改定。市の景観形成における基本理念と施策方向について大きな変更はないため、時点修正程度にとどめる。

十一 芦屋市景観計画の策定（平成27年1月、4月1日から効力発生）

「美しい芦屋をまもる・つくる・そだてる」をキーワードに、全7章で構成。第1章では、現在の芦屋の景観とこれまでの景観行政について記述。第2章では、これまで積み上げてきた敷地ごとの配慮方針を参考に、各地域における景観特性をまとめた。第3章では、重点地区における建築物に適用される基準を規定。主な規定として、景観地区では規定できていない緑化について定める。第4章では、本市の景観行政において不可欠な存在である3種類の専門機関について記述。第5章では、景観重要建造物及び景観重要樹木の指定に係る方針について定める。第6章では、市民にとって特別な存在である芦屋川を景観重要公共施設に位置付け、整備に関する基準を規定。

第7章では、今後の良好な景観の維持と形成についてメッセージを記述した。

屋外広告物条例以前の景観行政は以上であるが、ここで特筆すべきことは、景観アドバイザー会議による地域の配慮方針である。景観計画には次のように示している。

配慮方針は、（中略）その地域の歴史や景観の成り立ち、周辺の土地利用、残すべき景観資源などについて提示してきました。（中略）配慮方針の積み重ねをもとに、地域別景観特性において「良好な景観形成の方針」及び「景観形成基準」の考え方を示しています。（中略）事業者は配慮方針に基づき、基準の意味を理解し、地域景観への影響を良好なものとするよう計画する責務を有しています。（中略）配慮方針は、地域の良好な景観形成の方針として、実効性のある景観誘導を行う役目を担います。

過去の同地域の景観特性を参考にし、景観地区に示す基準に合致する計画とすることになる。そうすることにより、定性的な基準が有機的にあぶり出されることになる。

屋外広告物条例に話を戻すと、この景観地区決定の手続における審議会などの議論の中で、景観地区の趣旨に合わせて屋外広告物を規制すべきとの意見が出た。当時兵庫県の屋

外広告条例を事務委任され、交付金を受け施行している芦屋市にとって、年4500万円とはいえ復興による財政難の下では踏み切れない状況にあった。その後の行財政改革の努力の結果、起債額の半減化など一定のめどが立ったことを受け、平成26年独自の屋外広告物条例を策定できる景観行政団体になった。その後、平成27年に景観計画の策定を経て平成28年芦屋市屋外広告物条例を施行する運びとなった。

そもそも芦屋市民は景観に対する見識が高い。普通の赤提灯ですら景観を阻害しているとの苦情が入る。このような市民意識に後押しされる形で新条例を策定する運びとなった。策定に当たっては、有識者（景観、行政法、広告業界）、市民代表で構成された「屋外広告物条例原案策定委員会」を設置し、市内の主だった地域の調査資料を基に委員会での議論した。

周辺景観になじまない広告物を洗い出すとともに、先進都市の規制内容も参考にしながら、住宅都市芦屋にとって不合理なもの整理や新しい考え方も取り入れ、全方向的な良いとこ取りの内容とした。

新たな芦屋市屋外広告物条例では、市内を7つの地域に分類し、地域景観にふさわしい看板規制とすることで統一された芦屋景観が

構築されることになる。芦屋市のイメージを前面に押し出した看板規制の施策が市民ニーズであり、統一された景観を整えることがひいては芦屋市の商工業界にも良い影響を与えると考える。

市内の全ての地域が同じではないのは当然であるが、全てが雑然としていないというイメージは決して悪いことではない。一定の規制を行うことで、景観配慮に対する役割を各々が相当分担うことが全体の底上げになり、そういった価値観を共有できる方が芦屋市に來られることで、時間の経過とともに芦屋の景観がますます良くなるベクトルに作用すると考える。

2 条例内容・設計の解説

一 用語の定義

広告主、広告物等管理者に加え、広告物等が表示される土地や建築物を管理する者として「施設管理者」を新たに定義する。

二 責務

それぞれの立場において果たすべき責務を明記する。

(1) 市の責務

啓発や必要な施策を実施し、良好な景観の形成において先導的な役割を果たす。

(2) 広告主等の責務

条例を遵守し、良好な景観形成に寄与するよう努め、市が実施する施策に協力する。

(3) 市民の責務

市が実施する施策に協力する。

三 適用除外

次に掲げる広告物は、条例の適用を一部除外する。

(1) 規制内容の適用が除外され許可が不要なもの

① 法令の規定によるもの（道路標識、建築基準法による確認済の看板等）

② 公共広告物

③ 公職選挙法による選挙ポスター等

④ 非常災害のため必要な応急措置によるもの

⑤ 公益上必要な施設における寄贈者名等のうち小規模なもの

(2) 規制内容は適用されるが許可が不要なもの

① 自家用広告物及び管理用広告物のうち小規模なもの

② 冠婚葬祭等による一時的なもの

③ 講演会や音楽会等によるもので一時的かつ小規模なもの

④ 自動車に表示する事業者名や店名等

⑤ 人、動物等に表示するもの

⑥ 地方公共団体が設置する公共掲示板に

表示するもの

⑦ 政治活動、宗教活動、労働運動等、営

利を目的としない活動のために表示する

広告物のうち小規模なもの

四 義務

主に広告物を掲出する立場において、それぞれ果たすべき義務を明記する。

(1) 管理義務

広告主又は広告物等管理者に係る、管理状況に関する市への報告や、一定規模以上の広告物について有資格者による管理など、広告物を安全に維持管理する義務

(2) 調整義務

広告主、広告物等管理者、施設管理者がそれぞれの立場において、全ての広告物が適正に掲出されるよう、相互に調整する義務

(3) 除却義務

広告主又は広告物等管理者に係る、許可期間を過ぎたものや不要な広告物について、広告を掲出するための骨組み等も含め、速やかに除却する義務

五 広告物等規制地域

これまで、第1種禁止地域、第2種禁止地域、第3種禁止地域、許可地域の4種類に区分されていたが、「芦屋市景観計画」に基づき、規制エリアを細分化し、地域の特性に応じた規制とする。また、阪神高速道路の路面高さ

から15メートルの範囲において設定されていた第3種禁止地域は廃止する。

(1) 芦屋川特別地域

芦屋川沿岸一帯

(2) 南芦屋浜特別地域

南芦屋浜全体

(3) 沿道沿岸特別地域

宮川沿岸及び宮川線沿道一帯(国道2号以南は除く)、山手幹線沿道一帯、鳴尾御影線沿道一帯

(4) 広告物誘導特別地域

国道2号沿道一帯、国道43号沿道一帯、JR芦屋駅前周辺

(5) 山麓地域

市街化調整区域(現行の第1種禁止地域)

(6) 住宅地域

前記を除く1・2低層及び1・2中高層住居専用地域(現行の第2種禁止地域)

(7) 複合地域

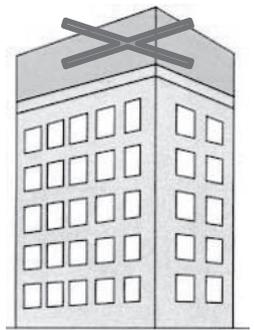
前記を除く1・2住居及び近商・商業地域等(現行の許可地域)

さらに、(1)～(4)の特別地域は、本市の景観形成において特に重要な地域であるため、許可を要する広告物の規模を引き下げる。

六 規制内容

(1) 屋上広告等の禁止

屋上広告などに代表される、建築物の高



さを超えて設ける広告物は、市域全域において設置を禁止する。
屋上に設置

する広告は、遠方からの見え方を考慮して、大きな文字や派手なデザインになる場合が多く、建築物の高さに含まれないため、スカイラインを乱す原因になる。

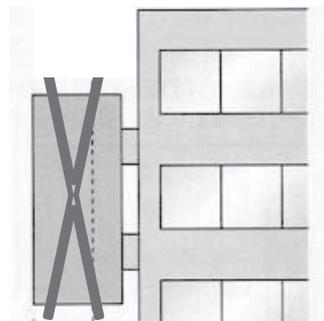
住宅都市として、比較的規模の小さい建築物が多い本市においては、全面的な禁止が望ましいと考える。

(2) 壁面突出広告の原則禁止

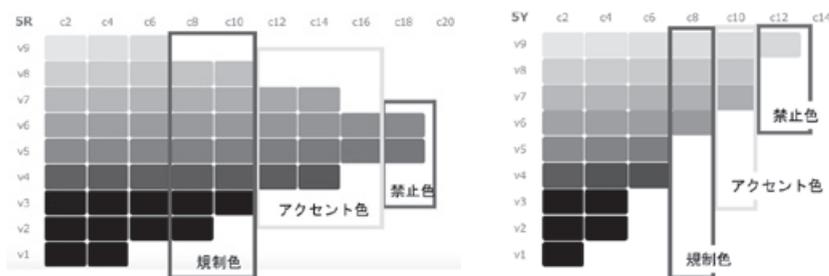
建築物の側面に設置される壁面突出広告は、地面からの高さが低く、かつ片面1m程度の小規模なものを除いて、市域全域において設置を禁止する。

壁面突出広告は、道路沿いに設置されることが多く、通りとしての景観を害する一因となる。また、建築物が竣工した後に、

建築物の軀



【色彩規制図】



禁止色：使用禁止 アクセント色：表示面の1/30以下 規制色：表示面の1/3以下

(6) 色彩に係る規制強化

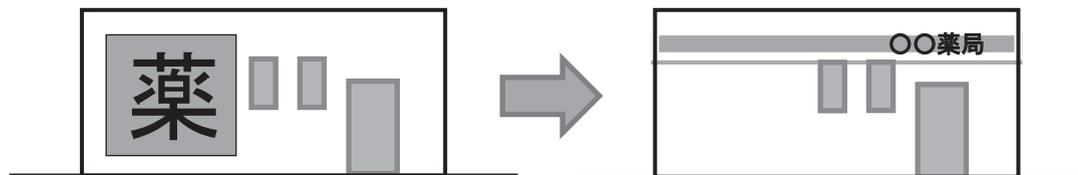
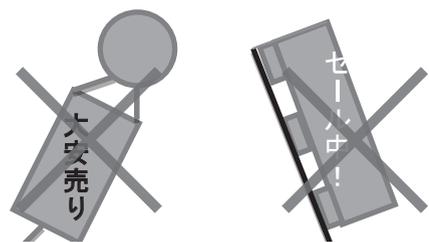
現在、本市では、建築物の色彩について厳しく規制しており、派手な色の使用を禁止している。しかし、広告物の色彩に係る現行規制は、ある程度派手な色遣いも許容しているため、これを大幅に見直す。

具体的には、全面的に使用を禁止する「禁止色」、ポイント的な使用に留める「アクセ

(7) 文字の大きさの制限

文字が大きくなり過ぎると、全体のデザインを損なうだけでなく、見る者に圧迫感を与えることがある。1文字当たりの大きさを1m以下に抑えることによって、適正なデザインの広告物を誘導

岸における規制案は色彩規制図のとおりとなる。



する。

(8) その他の広告物の禁止

アドバルーンによる広告は本市の景観にそぐわないため、禁止する。また、通りの景観を乱す一因となるのぼり旗についても、一部の地域を除いて禁止とする。

さらに、LEDを使用するものやネオンサイン等についても、原則禁止とする。

七 基準緩和

床面積が1万㎡を超える大規模店舗等に掲出する広告物については、前記の内容による規制をそのまま適用すると不合理な結果になる可能性があるため、合理性が認められるものについては、一定の範囲内において基準を緩和する。

また、それ以外の広告物についても、デザイン性の高いものや周囲の景観の向上に寄与すると認められるものについては、芦屋市景観アドバイザーの意見を聴いたうえで、基準を緩和する。

八 許可の更新に係る負担軽減

一般的に、屋外広告物の許可においては、適正な維持管理を図るため、定められた期間ごとに更新を行うこととしている。現行の兵庫県条例における許可期間は最長2年となっているが、有資格者によって適正に管理されている広告物については、許可期間を3年に

延長できるようにする。

さらに、許可時には別途手数料が必要となるが、これを新規又は変更に係る広告物のみに限定し、更新だけで特に変更がない広告物については、更新時に手数料を徴収しない措置を検討する。

九 罰則

(1) 50万円以下の罰金

違反広告物に対する除却等の命令に違反した者

(2) 30万円以下の罰金

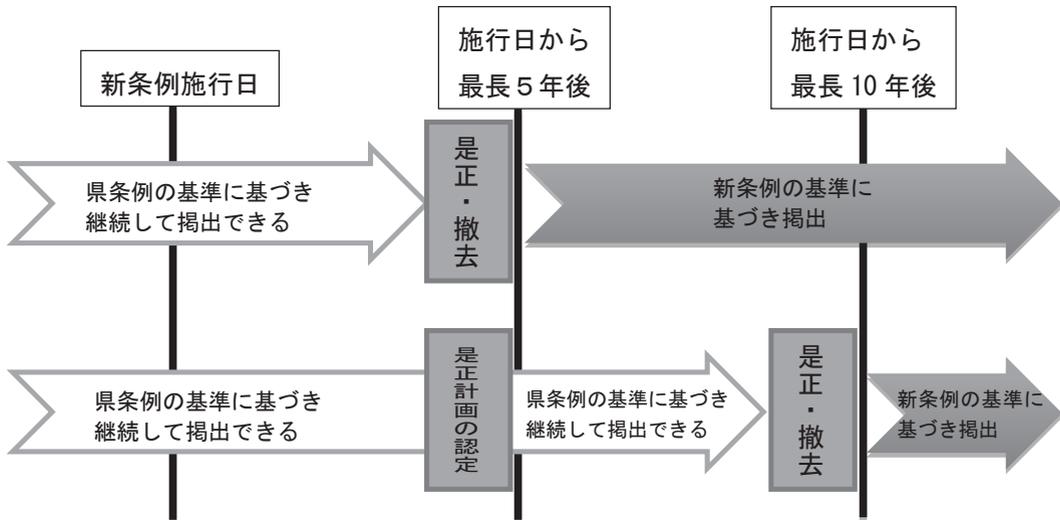
必要な許可や変更の許可を取得せず広告物を表示又は設置した者、基準に適合しない広告物を表示又は設置した者等

(3) 20万円以下の罰金

必要な報告をしない者、虚偽の報告をした者、立入検査を拒んだ者等

十 既存の広告物に係る経過措置

新条例の施行時に適法に掲出されていた既存の屋外広告物のうち、新条例の規定に適合しなくなった広告物については、新条例施行後3年間（堅固なものについては5年間）に限り、現行の兵庫県条例による基準を適用し、引き続き掲出することができるようにする。また、その期間内に適正な是正計画書が提出されたものについては、さらに2年間（堅固なものについては5年間）延長できることとする。



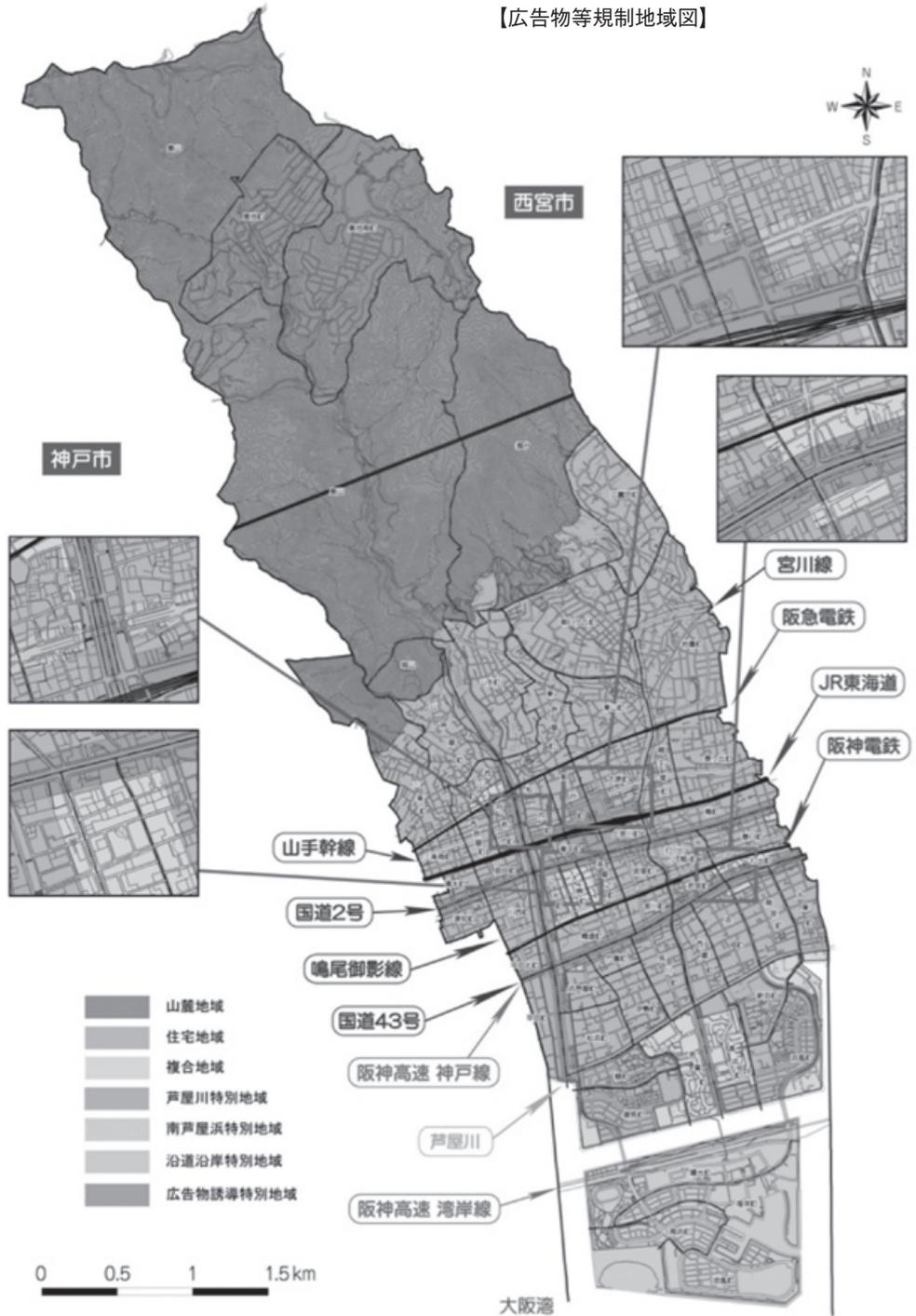
十一 地域による規制

次頁の図は、市内を7つの地域に分け、その地域の景観特性に合った屋外広告物の在り方を示している。全体としては、屋上広告物の全面禁止、突出広告の原則禁止。色彩規制は、①禁止色、②アクセント色、③規制色の3段階規制、壁面利用の規制基準を占用部分とする、建物所有者に調整義務を設ける、を柱に数値規制を強化した内容とともに、禁止区域での置き看板の許容や経過措置期間を十分取るとともに助成制度を設けるなどの配慮を併せ行っている。

3 課題と今後の展望

建築設計においても、規制が全くない自由な状態では設計しにくいと聞く。一定の規制の元でやっとその範囲での工夫が生まれてくる。芦屋市の屋外広告物も大きさや色使いの規制の中で、どのような主張ができるかという工夫が、上質で洗練された看板につながれどという思いがこの条例にはある。また、正直者がバカを見るということがあってはならない。どれだけ公正な運用ができるかでの条例の真価が問われる。多くの芦屋市民がこの条例に期待しており、「さすが芦屋一味違う。」「芦屋だからできたことだ。」ということになってほしい。条例施行後10年で経過措

【広告物等規制地域図】



置は終了する。その時点でこの条例の成果が出る。
 景観に力を入れているこの阪神間で、芦屋市でのこの取組がいくらかの参考になり、阪神間がともに発展できればと切に願う。

良いものは連鎖反応で良いものを次々と生み出す。見劣りするものは後発ではできにくい。芦屋市の景観行政は、建物とともに広告物も、時が経つ程に良くなっていく仕組みになっていると思う。屋外広告物条例が景観施

策の最終メニューであるが、一定の成果ができた時点で更なる高み目指して歩んでいくことになるだろう。
 それが芦屋市であり、芦屋市民であると思