

第55回 横浜市屋外広告物審議会

次 第

日 時 平成27年 6 月29日（月曜日） 15時から17時まで

会 場 関係機関執務室（横浜市庁舎5階）

審議事項

議案 1 横浜市屋外広告物条例第19条に基づく許可の特例について

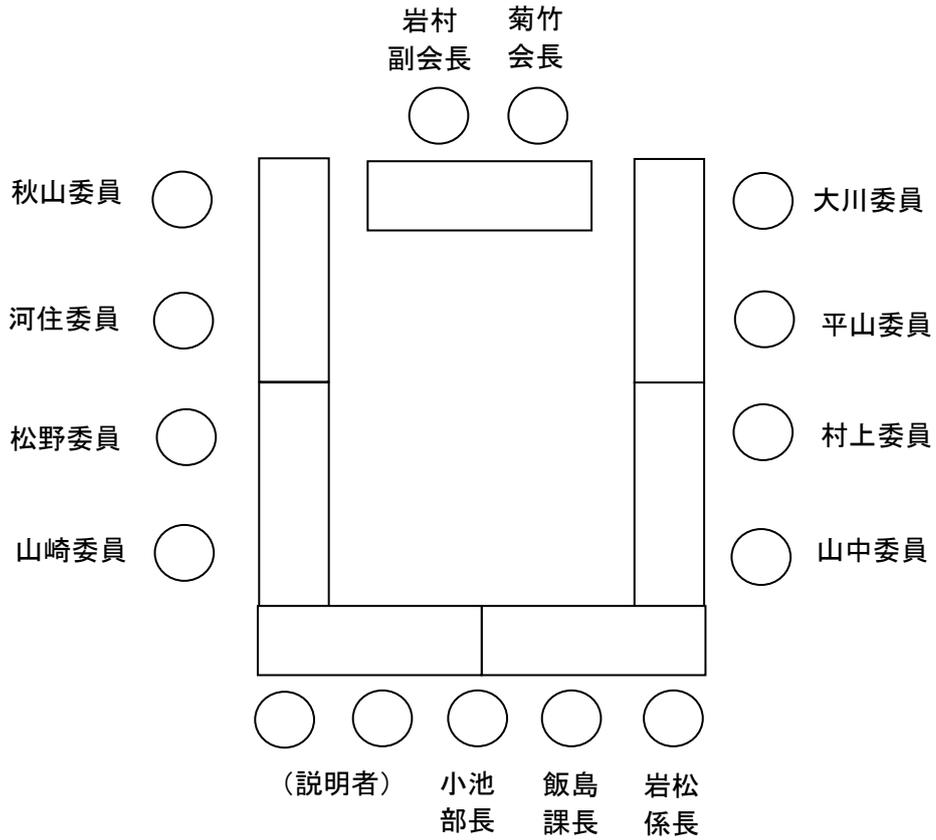
議案 2 横浜サインを推進するための表彰制度（案）について

報告事項

- 1 横浜サインガイドラインの策定状況について
- 2 第2回横浜サインフォーラムの開催結果について
- 3 札幌市の看板落下事故を受けた安全点検依頼の実施について
- 4 禁止地域における展望不可案件について

【第 55 回横浜市屋外広告物審議会座席表】

会場： 横浜市庁舎 5階 関係機関執務室 1



記者席・傍聴席

(出入口)

受付・速記者席

第30期横浜市屋外広告物審議会委員名簿

(委員名は五十音順)

任期 平成26年12月 1日から

平成28年11月30日まで

	氏名	役職名
会長	菊竹 雪	首都大学東京・同大学院教授
副会長	岩村 和夫	東京都市大学名誉教授
委員	秋山 桂子	横浜商工会議所議員
〃	大川 一平	横浜市屋外広告美術協同組合理事
〃	河住 志保	弁護士
〃	平山 正晴	横浜市町内会連合会委員
〃	松野 勲	クリエイティブ・ディレクター
〃	村上 弘一	横浜市商店街総連合会副理事長
〃	山崎 洋子	作家
〃	山中 孝文	神奈川県県土整備局都市部都市整備課長

議案 1 横浜市屋外広告物条例第 19 条に基づく許可の特例について

(1) 路面への広告物設置について

1 経緯

- (1) マンホールに掲示される広告物は、マンホールも路面の一部となるため、条例上は原則として禁止する広告物に該当します。広告物となるマンホールを設置するためには、第 19 条の特例を以って許可することになります。
- (2) 過去には、第 45 回審議会（平成 22 年 10 月開催）、第 46 回審議会（平成 23 年 4 月開催）及び第 53 回審議会（平成 26 年 6 月開催）において、日産スタジアムのある新横浜地区の横浜マリノスのデザインマンホールを許可の特例として認めた事例があります。
- (3) その他、第 53 回審議会（平成 26 年 6 月開催）にて、瀬谷区の相鉄線三ツ境駅から長屋門公園へのルート沿いの雰囲気づくりを強化する「街づくり活動の一環」として長屋門をデザインしたデザインマンホールを認め、審議会後に周囲の色や形状と合わせるため再度デザイン調整して設置しています。
- (4) 前回の第 54 回審議会（平成 27 年 1 月開催）及び第 1 回屋外広告物審議会デザイン審査部会にて、JR 関内駅周辺の横浜 DeNA ベイスターズのマンホール設置について、デザイン調整を行った上で、許可をしています。

2 審議のポイント

- (1) 今回の設置者は、地元のプロ野球チームの横浜 DeNA ベイスターズであり、設置目的は、「横浜スタジアム」の中だけで閉じている賑わいを地域にも開放し、街も一体となってプロ野球チームを盛り上げることで街の活性化に貢献するというものです。
- (2) 関内地区は、景観計画に基づく景観推進地区であり、屋外広告物についても他市域と比較して上乘せ基準があるなど景観面で配慮しているエリアです。
- (3) 今回掲出するデザインは、前回許した JR 関内駅周辺に設置したものと同一デザインであり、周囲の景観を阻害しないものであると考えます。

以上の点から、景観を阻害しないと認められるものであれば、条例第 19 条第 1 項「その他の理由」による「許可の特例」として取り扱うことが適当であると考えます。

〈 参考条文 〉

○横浜市屋外広告物条例

(禁止物件)

第7条 3 道路の路面には、広告物を表示してはならない。

(許可の特例)

第19条 市長は、特に良好な景観の形成に寄与すると認められる広告物等又はその表示若しくは設置が公益上の理由その他の理由によりやむを得ないと特に認める広告物等で景観を阻害しないと認められるものについては、第9条第2項(前条第3項において準用する場合を含む。)の規定にかかわらず、第9条第1項又は前条第1項若しくは第2項の許可をすることができる。

2 市長は、前項の規定により第9条第1項又は前条第1項若しくは第2項の許可をしようとするときは、あらかじめ、第47条第1項に規定する横浜市屋外広告物審議会の意見を聴かなければならない。

議案 1 横浜市屋外広告物条例第 19 条に基づく許可の特例について
(2) 催事に伴う規格外広告物の掲出について

1 経緯

- (1) 昨年度に引き続き、今年の夏休み時期にみなとみらい 21 地区では、キャラクターを地区内の商業施設を中心に様々な場所で掲出する催事を実施します。
- (2) このキャラクターの表示は、屋外広告物に該当します。このため、市条例及び規則の規格が適用されます。このため、今回掲出する広告物の一部が（バルーン型の広告板、避難階段バナー装飾等）が条例規則の規格を超えることや日本丸のある横浜船渠第一号ドックが国指定重要文化財に指定されており、条例上の禁止地域に該当します。このため、本審議会の意見をうかがう案件となります。

2 事務局としての考え方

- (1) この催事は、横浜市と企業とのタイアッププロモーション事業（国内誘客）に選定されており、この事業が横浜の観光地としての魅力を生かし、観光客増、又は横浜観光の需要喚起につながる事業と文化観光局が認定したものです。以上のことから、「公益上の理由その他の理由」に該当すると考えられます。
- (2) キャラクター自体は、子どもから大人まで広く認知されており、キャラクターそのものの展示を中心に短期間の催事が多いことから、「景観を阻害しない」ものと認められます。

以上の点から、景観を阻害しないと認められるものであれば、条例第 19 条第 1 項「その他の理由」による「許可の特例」として取り扱うことが適当であると考えます。

〈 参考条文 〉

○横浜市屋外広告物条例

(広告物等に係る基準等)

第 16 条 次に掲げる広告物等は、その表示又は設置の場所、位置、形状、規模、色彩等について、規則で定める基準に適合しなければならない。

- (1) 建築基準法(昭和 25 年法律第 201 号)第 2 条第 1 号に規定する建築物(以下「建築物」という。)その他の工作物の外面を利用する広告物等
- (2) 建築物から突出する形式の広告物等
- (3) 広告旗
- (4) 立看板等
- (5) 広告塔及び広告板
- (6) 電柱、街灯柱その他の支柱又は消火栓標識若しくはバス停留所の標識を利用する広告物等
- (7) アーチを利用する広告物等
- (8) 電車、自動車又は船舶の外面を利用する広告物等
- (9) アドバルーン
- (10) 前各号に掲げるもののほか、特に市長が定める広告物等

2 前項に定めるもののほか、次の各号に掲げる区域内の広告物等は、当該各号に掲げる事項又は基準に適合しなければならない。

(1) 景観法第 8 条第 2 項第 4 号イに掲げる事項が定められた同条第 1 項に規定する景観計画(以下「景観計画」という。)の区域 当該景観計画に定められた同号イに掲げる事項

(2) 景観保全型広告物規制地区の区域 第 11 条第 2 項の規定により定められた基準

3 第 1 項の規定にかかわらず、広告物活用地区の区域のうち、第 10 条第 2 項の規定により基準が定められた区域内の第 1 項各号に掲げる広告物等は、当該基準に適合しなければならない。

4 前 2 条の規定は、前 3 項の基準又は事項に適合しない部分を有する広告物等について準用する。

(禁止地域等)

第 6 条 次に掲げる地域又は場所には、広告物等を表示し、又は設置してはならない。

(2) 文化財保護法(昭和 25 年法律第 214 号)第 27 条又は第 78 条第 1 項の規定により指定された建造物の周囲で、別に市長が指定する範囲内にある地域並びに同法第 109 条第 1 項若しくは第 2 項又は第 110 条第 1 項の規定により指定され、又は仮指定された地域及びその周囲並びに指定され、又は仮指定されたものの周囲で、別に市長が指定する範囲内にある地域

(4) 横浜市文化財保護条例(昭和 62 年 12 月横浜市条例第 53 号)第 6 条第 1 項又は第 32 条

第 1 項の規定により指定された建造物の周囲で、別に市長が指定する範囲内にある地域並びに同条例第 40 条第 1 項の規定により指定された地域及びその周囲で、別に市長が指定する範囲内にある地域

(許可の特例)

第 19 条 市長は、特に良好な景観の形成に寄与すると認められる広告物等又はその表示若しくは設置が公益上の理由その他の理由によりやむを得ないと特に認める広告物等で景観を阻害しないと認められるものについては、第 9 条第 2 項(前条第 3 項において準用する場合を含む。)の規定にかかわらず、第 9 条第 1 項又は前条第 1 項若しくは第 2 項の許可をすることができる。

2 市長は、前項の規定により第 9 条第 1 項又は前条第 1 項若しくは第 2 項の許可をしようとするときは、あらかじめ、第 47 条第 1 項に規定する横浜市屋外広告物審議会の意見を聴かなければならない。

議案 1 横浜市屋外広告物条例第 19 条に基づく許可の特例について (3) 仮囲いへの規格外広告物の掲出について

1 経緯

- (1) 現在、横浜駅西口では、東日本旅客鉄道株式会社が「(仮称) 横浜駅西口ビル」の建設工事を実施しています。この工事は 2020 年 3 月まで(約 4 年間)続く予定であり、仮囲いが 60m にわたって設置されています。
- (2) 東日本旅客鉄道株式会社では、市内でも人通りが多い横浜駅西口に設置した仮囲いを、横浜の魅力を発信する地域情報発信ツール(単なる広告媒体ではなくテーマに沿い編集された広告)として活用することを検討しています。
- (4) 仮囲いに掲出する広告物は、条例上、壁面看板の取扱いとなっており、規則に基づく規格では当該壁面の 30%の面積まで掲出が可能です。この仮囲いは、面積が大きいもののこの規格の範囲内では、情報発信力が小さくなります。このため、この 30%を超える面積を使用して情報を掲出したい意向があります。

2 審議のポイント

- (1) 地域の情報発信を提供することに公益性を認めることが出来るか。
- (2) 掲出内容に、一定の質及び内容が単なる商業広告とならないような仕組みが担保されているかどうか。
- (3) 掲出される広告について、景観を阻害せず、横浜駅前にふさわしいデザインとなるような仕組みが担保されているか。

以上の点から、景観を阻害しないと認められるものであれば、条例第 19 条第 1 項「その他の理由」による「許可の特例」として取り扱うことが適当であると考えます。

〈 参考条文 〉

○横浜市屋外広告物条例施行規則

(広告物等に係る基準等)

第 6 条 条例第 16 条第 1 項に規定する規則で定める基準は、次のとおりとする。

(1) 外面を利用する広告物等に係る基準

ア 広告物等を表示し、又は設置する一の外面における当該広告物等の表示面積(映像装置を使用する広告物等にあつては、映像を表示する部分の表示面積に 4 を乗じて得た面積とその他の部分の表示面積との合計。次号ア(イ)から(カ)まで及びイ(ア)並びに第 5 号イ(イ)から(エ)まで及び(オ)c において同じ。)の合計は、当該外面の面積の 10 分の 3 以下とすること。

(許可の特例)

第 19 条 市長は、特に良好な景観の形成に寄与すると認められる広告物等又はその表示若しくは設置が公益上の理由その他の理由によりやむを得ないと特に認める広告物等で景観を阻害しないと認められるものについては、第 9 条第 2 項(前条第 3 項において準用する場合を含む。)の規定にかかわらず、第 9 条第 1 項又は前条第 1 項若しくは第 2 項の許可をすることができる。

2 市長は、前項の規定により第 9 条第 1 項又は前条第 1 項若しくは第 2 項の許可をしようとするときは、あらかじめ、第 47 条第 1 項に規定する横浜市屋外広告物審議会の意見を聴かなければならない。

議案 2 横浜サインを推進するための表彰制度（案）について

1 表彰制度導入検討の背景

- 横浜市は平成 25 年度から「魅力ある景観をつくる屋外広告物」を「横浜サイン」と呼び、そのような広告物を市内に積極的に広める取組を始めている。
- その背景にある考え方は、屋外広告物を景観を阻害するものとして排除・規制することではなく、魅力ある景観を創るものとして捉えることにある。
- 広告主や屋外広告物事業者が、魅力ある景観を創る屋外広告物を増やしていく動機となる誘導策の一つとして表彰制度を設置する。

2 表彰制度の検討

考え方	メリット	デメリット
新たに表彰制度を設ける (単独表彰方式)	<ul style="list-style-type: none"> ・評価方法や作品の収集、表彰方法、募集時期など含め、広告主や屋外広告物事業者のモチベーションを上げる仕組みを自由に設計可能。 	<ul style="list-style-type: none"> ・新たな表彰制度には、準備期間が必要であるため、実際に実施するまでに時間がかかる。 ・表彰制度の認知が不足すると PR や作品募集などで労力がかかる。
「横浜・人・まち・デザイン賞」に部門を設ける (既存表彰制度に増設)	<ul style="list-style-type: none"> ・既にある表彰制度の知名度を活用。 ・広報や表彰など既存のツールや仕組みを利用可能。 	<ul style="list-style-type: none"> ・現在の人・まち・デザイン賞の選考スケジュールに合わせる必要がある。 ・屋外広告物の表彰の独自性が埋没してしまう恐れがある。

3 表彰制度具体案（単独表彰方式）

- ①目的：魅力ある景観をつくる屋外広告物「横浜サイン」を市内に普及させていくこと
- ②名称：横浜サイン賞
- ③主催者：横浜市
- ④頻度：1 回／2 年
- ⑤対象：3 年以内に設置された屋外広告物
- ⑥応募方法：一般公募
- ⑦選定者：屋外広告物審議会 デザイン審査部会
- ⑧選定方法：書類による一次審査→パネル展で展示し、市民投票→現地視察も含めた二次審査で決定
- ⑨選定基準：デザイン性、隣接する建物等との調和、エリアとの調和、安全性、先進性など
- ⑩受賞数：一次で 10 点程度、二次（最終）で 5 点程度
- ⑪表彰：横浜サインフォーラムと同時開催

4 想定スケジュール

- 4月 概要を記者発表
- 4～5月 募集（2か月間）
- 6～7月 一次審査
- 9月 パネル展
- 10～11月 二次審査
- 12月 受賞作を記者発表
- 3月 サインフォーラムにて表彰式

(参考) 他都市の屋外広告物に関する表彰事例

項目	京都市	島根県	石川県	浜松市
名称	京都景観賞 屋外広告物部門	しまね景観賞	いしかわ広告景観賞	はままつ広告景観賞
主催者	京都市	島根県	いしかわ広告景観賞実行委員会(石川県、金沢市、 県屋外広告業団体)	はままつ広告景観賞実行委員会
部門	屋外広告物 ※平成 20 年度京都市優良屋外広告物賞を一度 実施	屋外広告物・その他 ※屋外広告物の部門が明確にされたのは平成 25 年度から	屋外広告物 知事賞には公共部門と民間部門を設けるなどして いる	「お店部門」と「看板部門」
頻度	平成 24 年度、25 年度、27 年度(予定)	年 1 回(既に 22 回開催) 平成 5 年度～	年 1 回(既に 27 回開催) 昭和 63 年度～	年 1 回
目的	50 年後、100 年後にも評価される景観の形成を 目指して、伝統文化の継承と新たな創造が調和 する創意工夫にあふれた景観づくりを顕彰す ることにより、市民や事業者等の景観に対する 意識を更に深めるとともに、都市の価値や魅力 といった付加価値を高める景観づくりを促進 すること。	魅力ある島根の景観づくりに貢献しているまちな みや建造物及び活動等を表彰することにより、快 適で文化の薫り高いふるさと島根の景観形成に資 すること。	石川県内の都市景観の向上と屋外広告物に対する 県民の関心を高めること。	創造性豊かで個性が際立つ存在でありながら周辺と調 和し、さらに地域の魅力がアップするような「お店」や 「かんぱん」が顕彰され、増えることで、未来へかがや く浜松になること。
応募方法	一般募集 5～6 月(2 か月)	一般募集 年間通じて	一般募集※過去 3 年以内に設置された物を対象 5～6 月(1 か月)	一般募集 8～9 月(2 か月)
選定方法	建築家や都市計画、デザイナーなど専門家及び 市民公募 11 名で構成。平成 24 年度は 789 件。 平成 25 年度は 1,277 件。	専門家から構成された委員会で 2 段階選抜 全部門で 106 件から 20 件(一次)に絞り、現地 見学を経て、10 件に絞る。	石川県、金沢市及び県屋外広告業団体と三者が事 務局となり、大学の先生、専門家、行政なども交 えた選定会議にて二段階で選抜。 直近の会では 60 点前後の応募があり、二段階選抜 し、一次で 30 点まで絞り、二次選定する。	専門家から構成された委員会で 2 段階選抜 平成 25 年度(応募 150 件、一次 18 件) 平成 26 年度(応募 132 件、一次 18 件)
受賞数	平成 24 年度 50 件。平成 25 年度は 200 件	1 件(※全部門で 10 件)	14 件	平成 25 年度 4 件(大賞 1 件、部門賞 3 件) 平成 26 年度 9 件(大賞 1 件、部門賞 3 件)
授賞式	ホテル等を借りて各年度で実施 リレートークやシンポジウムを同時開催	会議場等を借りて各年度で実施 講演会を合わせて開催	県庁で表彰式	関連施設を借りて表彰式 マスコミなども呼び実施

報告 1 「横浜サイン・ガイドライン」の策定について

<目的>

市では、平成 25 年度から横浜の魅力ある景観をつくる屋外広告物を「横浜サイン」と呼び、市内に積極的に広める取組を進めています。この「横浜サイン」の考え方を実際の看板へ適用させていくため、具体的に何をどのように進めていけば良いのかを記載したガイドラインを策定し頒布します。

<対象者>

広告主、屋外広告業者

<配布先>

屋外広告物の申請者（約 6 千）、商店街、ビルオーナーなど
その他金融機関の窓口、商工会議所など

<配布媒体>

印刷物及び市ホームページ

<構成案>

- はじめに…現状の横浜における屋外広告の位置付けと今後横浜サインがめざすもの
- 横浜サインガイドラインとは
 1. 横浜サインとは
 - 横浜サインの定義
 - これまでの横浜サインに関する取組の紹介
 2. 横浜サインガイドラインの目的と使い方
 - 横浜サインガイドラインの目的
 - 横浜サインガイドラインの活用方法
新規出店、看板の架け替え
- 横浜サインの作り方
 1. 屋外広告物の役割
 - 屋外広告物に求められるもの（公共性、地域性、デザイン、安全性.etc）
 - 屋外広告物の定義、種類、特徴
 2. 横浜サインの作り方
 - 横浜サインの作成手順
 - サインデザインの手法と効果…ありがちな課題を解決する手法について、具体例を用いて紹介
（派手すぎ、大きすぎ、情報量多すぎ、C.I、不調和.etc）
 3. 横浜サインの推進体制…活用できる制度等について紹介
 - まちづくり協定、景観計画、まちづくり協議、まちづくりコーディネーター等の紹介
 - 行政、街、広告制作会社等の相談窓口の紹介
- その他
 1. 維持管理について
 2. 窓面内貼広告について
 3. 光害について

報告 2 第 2 回横浜サインフォーラム 開催概要

日 時：平成 27 年 3 月 1 日（日）13：00～16：40

場 所：ヨコハマ創造都市センター 3F 参加者：約 100 名

テーマ：サインによるまちの活力・賑わいの創出

□基調講演

◎藤本英子氏（京都市立芸術大学美術学部／大学院美術研究科教授）

- ・屋外広告物と景観を考える際には、地域景観イメージというものが重要。
- ・このため、「サインを勝手につukらないこと」と「地域の景観に合ったものをつくる」ことが重要。
- ・屋外広告物を考える際のポイントは 3 つ
 - 1 地域景観イメージに基づく「サイン」がまちの魅力を高めること
 - 2 公共性が高いこと
 - 3 広告の効果がはかりにくいこと
- ・地域景観イメージを構成している要素は、場、人、構造物及び時間性
 - 場（風土、気候、植生及び地形）
 - 人（生活、生業、流行、活動、文化、習慣、法令、宗教）
 - 物（構造物、建築、車両、ストリートファニチャー、サイン）
 - 時間性（歴史性、時代性及び季節性）
- ・これらの要素を総合的に考えて、地域景観イメージに合った屋外広告物を作成することが重要であり、京都は、地域景観イメージを屋外広告物行政に応用し、地域景観イメージをうまく発信している。
- ・横浜の地域景観イメージを共有し、自ら発信していくことも重要。横浜サインもその一つ。

□基調講演

◎小池政則（横浜市都市整備局地域まちづくり部長）

- ・パネル展やフォーラムなど横浜サインの 1 年間の取組成果と今後の方向性について説明。

□パネルディスカッション

◎藤本英子氏（京都市立芸術大学美術学部／大学院美術研究科教授）

◎高橋芳文氏（広告景観研究所 所長）

◎三浦順治氏（元町まちづくり協議会 議長）

◎杉崎栄介（（公財）横浜市芸術文化振興財団 アーツコミッション・ヨコハマ担当リーダー）

◎江藤洋一氏（国土交通省都市局公園緑地・景観課）

◎高橋芳文氏

- ・屋外広告物に関する景観論争は、用途地域の境目で起きている傾向がある。
- ・ソーシャルメディアが発達してきている現在では、買わせようとする程、顧客に嫌がられる傾向。
- ・買わせようとせずに、おもしろい仕掛けを行い、それをみんなでシェアして消費行動に結びつける。
- ・ソーシャルメディア発達の時代背景の中では、屋外広告物の役割と活用法を考えていかななくてはならない。
- ・広告の景観を高めるためには、情報の量よりも質が大切。

◎三浦順治氏

- ・元町の良い所は、商店街組織と自治会が表裏一体となってまちづくりを実施している。
- ・元町のまちづくり協定についての話
 - 看板・サインは、それぞれの店が個性的ですが、元町らしいものを掲出することになっている。
 - 個性的な看板がありつつ、全体としては調和した、品格をそなえたまちを目指している。
- ・規制は、最小限にし、誘導策を取り入れる方法で景観に調和した広告が増えている。

◎杉崎栄介氏

- ・横浜に集うクリエイターの中からサインに関する実践とか提案を行っている3組のデザイナーを紹介。
 - NDC グラフィックス（横浜トリエンナーレ 2011 周回バスの停留所）
 - NOSIGNER 太刀川英輔氏（Signage for Heritage）
 - 両見英世氏（都市フォントプロジェクト横浜）
- ・使われていない都市の空間（不動産）に、アーティスト、クリエイターや起業家などを誘致し、地域の価値を上げていくこと（芸術不動産）をやっている。
- ・これを横浜サインに読み替えて、新たな産業や新たな仕組みを創り、それで経済を廻していくようなことが出来る可能性があると考えている。

◎江藤洋一氏

- ・札幌の看板落下事故を受け、屋外広告物制度の周知不足が、遠因となっていることを指摘。
- ・広告主、屋外広告業団体及び行政などの関係者が一体となって屋外広告物に取組もうという機運が生まれ始めている。
- ・屋外へ広告物を掲出するという行為は、モラルやマナーの問題である。

その他

- ・モラル、安全性、地域貢献がキーワード。
- ・横浜らしいサインとは、クリエイティビティや安全性などを突き詰めていくこと。
- ・よその街を見て（他の街づくり団体）交流し、互いに学んでいくことは、サインを通じたまちづくりに取り組む上では重要。
- ・地域景観イメージは、やはりそこに住む、活動する方々がどのように考えるのかにかかっている。



報告 3 札幌市の看板落下事故を受けた対応について

1 経緯

- 平成 27 年 2 月 15 日 札幌市で袖看板の部品（地上 15m の高さに設置）が落下し、通りがかった女性に当たり重傷を負う事故が発生（添付資料）。
- 2 月 18 日 国土交通省公園緑地・景観課から各都道府県、指定都市、中核市及び景観行政団体あてに、屋外広告物（設置から 10 年以上経過した看板対象）の許可申請者へ点検実施及び報告を依頼するよう通知。

2 関係局の動きについて

(1) 建築局建築安全課

- 建築基準法第 12 条に基づく定期報告制度（年 1 回）を所管。屋外広告物に関しても不備があれば報告。
 - ・定期管理報告者へ屋外広告物に関する注意喚起を通知。
- 2 月 17 日に国土交通省住宅局から「広告板の調査について」の依頼。対象は容積率 400% 以上の地域で階数 3 階以上の建築物（竣工後おおむね 10 年以上）の外壁に緊結された広告板（壁面看板、袖看板）。

3 国の動き

- 国、県及び政令指定市の一部自治体及び（一社）日本屋外広告業団体連合会と合同で「屋外広告物適正化推進委員会」（平成 25 年度設置）で安全性確保の方法等について検討中。
 - ・「屋外広告物適正化委員会」及び「一般社団法人日本屋外広告業団体連合会」にて安全管理ガイドブック（別添資料）を策定中。
 - ・その他、安全対策として、安全点検の資格制度、点検基準などを国や業界団体で検討中。

4 今後の対応策

- 現在の申請者へ継続通知の際に安全点検の注意喚起文書を同封して送付（添付資料）
- 点検の強化：自主点検表を現行の内容（添付資料）より詳細化（添付資料）
- 安全点検ガイドブックによる所有者、広告主への注意喚起

広告板落下事故の概要

発生日時：平成27年2月15日 13時55分ごろ

発生場所：北海道札幌市中央区北三条西2丁目飲食店ビル

被害者：重症1名

事故概要：ビルの外壁に緊結された看板の一部が落下し、当該建物に接する歩道を通行していた歩行者の頭部に当たった。

落下した看板は縦約30cm、横約150cm、奥行約30cmの金属製で、約15mの高さに設置されていた。

原因：看板を外壁に緊結する部分が腐食したことにより強度が低下し、事故当時吹いていた強風の影響により落下した可能性が考えられる。





神奈川県

KANAGAWA

広告物の落下事故は あなたの会社やお店の 信用も落とします!

広告



平成27年2月、北海道札幌市内で屋外広告物の一部が落下し、歩行者を直撃して意識不明の重症を負わせる事故が発生しました。屋外広告物は、雨や風、強い日差しにさらされています。表面はきれいでも、内部が劣化し、落下や倒壊の危険が高まっているかもしれません。定期的に点検を行い、安全管理に努めましょう!

安全管理って
何をすればいいの?

危険の兆候をチェック! 早期発見が事故を防ぎます



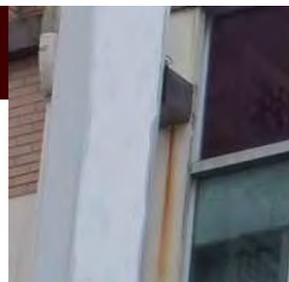
サビ

鉄骨やボルト
のサビは
破損の第一歩



汚れ

サビ汁が
たれていたら、
内部が腐食している
かも?!



ズレ・欠落

盤面のズレや
取付具の欠落は
落下の前触れ



照明不点灯

漏電の場合は
火災の危険も



サビが出てるけど、
どう対処したら・・・

見つけたら専門家に相談! 早期対応が費用を抑えます

早めに処置すれば、サビを落とし保護材を塗布すれば済むものも、放っておくと取替えや大規模補修により多額の費用がかかり、事故が発生した場合は賠償責任を問われることもあります。



ポール看板の倒壊



袖看板の底部脱落



今は大丈夫だけど、
定期点検って忘れそう

継続申請時に総合点検! スケジュール化で持続可能に

看板は会社やお店の「顔」です。いつでもきれいであるために、保守点検のスケジュール化が有効です。屋外広告物継続許可申請のタイミングでしっかりと安全点検を行いましょう! 定期的なメンテナンスで、あなたの看板は美しく長持ち!

専門家に
見てもらいたいな



屋外広告業登録業者をご活用ください

神奈川県と横浜市・川崎市・相模原市・横須賀市では、屋外広告業者の登録制度を導入し、不良業者の排除と優良業者の育成を推進しています。

安全管理に関するご相談やメンテナンスは、登録業者に頼みましょう！

県の登録業者は神奈川県ウェブサイト「かながわの屋外広告物」で確認できます。

<http://www.pref.kanagawa.jp/cnt/f692/#gyousya>

屋外広告業組合（一般社団法人）神奈川県広告美術協会

<http://www.shinkobi.or.jp/>

屋外広告物に関する事は
どこに聞けばいいの？



屋外広告物の許可申請窓口にお問い合わせください

神奈川県屋外広告物条例が適用される区域

表示等の場所	許可窓口	所在地	電話
三浦市	横須賀土木事務所	横須賀市公郷町1の56の5	(046)853-8800(代)
伊勢原市 大磯町 二宮町	平塚土木事務所	平塚市西八幡1の3の1	(0463)22-2711(代)
寒川町	藤沢土木事務所	藤沢市鶴沼石上2の7の1	(0466)26-2111(代)
座間市	厚木土木事務所東部センター	綾瀬市寺尾本町1の11の3	(0467)79-2865
大井町 松田町	県西土木事務所	足柄上郡開成町吉田島2489の2	(0465)83-5111(代)
箱根町	県西土木事務所小田原土木センター	小田原市東町5の2の58	(0465)34-4141(代)
鎌倉市	鎌倉市 都市景観課	鎌倉市御成町18の10	(0467)23-3000(代)
逗子市	逗子市 まちづくり課	逗子市逗子5の2の16	(046)873-1111(代)
厚木市	厚木市 都市計画課	厚木市中町3の17の17	(046)225-2400
海老名市	海老名市 都市計画課	海老名市勝瀬175の1	(046)235-9391
南足柄市	南足柄市 都市計画課	南足柄市関本440	(0465)73-8026
綾瀬市	綾瀬市 都市政策課	綾瀬市早川550	(0467)77-1111(代)
葉山町	葉山町 都市計画課	三浦郡葉山町堀内2135	(046)876-1111(代)
中井町	中井町 まち整備課	足柄上郡中井町比奈窪56	(0465)81-3901
山北町	山北町 都市整備課	足柄上郡山北町山北1301の4	(0465)75-3647
開成町	開成町 街づくり推進課	足柄上郡開成町延沢773	(0465)83-2331(代)
真鶴町	真鶴町 まちづくり課	足柄下郡真鶴町岩244の1	(0465)68-1131(代)
湯河原町	湯河原町 都市計画課	足柄下郡湯河原町中央2の2の1	(0465)63-2111(代)
愛川町	愛川町 都市施設課	愛甲郡愛川町角田251の1	(046)285-2111(代)
清川村	清川村 まちづくり課	愛甲郡清川村煤ヶ谷2216	(046)288-3862

それぞれの市の屋外広告物条例が適用される区域

表示等の場所	許可窓口	所在地	電話
横浜市	横浜市 景観調整課	横浜市中区港町1の1	(045)671-2648
川崎市	川崎市 路政課	川崎市川崎区駅前本町12の1 川崎駅前ターミナル17階	(044)200-2814
相模原市	相模原市 街づくり支援課	相模原市中央区中央2の11の15	(042)769-9252
横須賀市	横須賀市 市街地整備景観課	横須賀市小川町11	(046)822-8127
平塚市	平塚市 まちづくり政策課	平塚市浅間町9の1	(0463)21-8781
藤沢市	藤沢市 街なみ景観課	藤沢市朝日町1の1	(0466)25-1111(代)
小田原市	小田原市 都市計画課	小田原市荻窪300	(0465)33-1593
茅ヶ崎市	茅ヶ崎市 景観みどり課	茅ヶ崎市茅ヶ崎1の1の1	(0467)82-1111(代)
秦野市	秦野市 建築指導課	秦野市桜町1の3の2	(0463)83-0883
大和市	大和市 街づくり推進課	大和市下鶴間1の1の1	(046)260-5483

定期点検で
安心だね



©神奈川県
かながなぞく

神奈川県

県土整備局都市部都市整備課景観まちづくりグループ
横浜市中区日本大通1 電話(045)210-6209(直通)

平成27年4月1日現在

屋外広告物自主点検状況表

		整理番号	— —	
物件	広告物の種類 (該当するものに○)	屋上看板・壁面看板・袖看板・広告板 車体利用広告・その他()		
	広告物の設置場所	区		
自主点検	点検実施者	〒 住所 会社名 氏名 (電話番号)		
	点検日	年 月 日		
	点検項目	不良箇所 (該当するものに○)	左記の説明	
	(1) 取付(支持)部分の変形・腐食	有・少々有・無		
	(2) 主要部分の変形・腐食	有・少々有・無		
	(3) ボルト・ビスなどの発錆	有・少々有・無		
	(4) 表面の汚染・褐色・剥離	有・少々有・無		
(5) 表示面の破損	有・少々有・無			
上記の不良箇所の安全性	問題あり ・ 問題なし			
補修	補修実施者	〒 住所 会社名 氏名 (電話番号)		
	補修日	年 月 日		
	補修の内容			

※ 物件、自主点検の欄は必ずご記入ください。

※ 補修の欄は、補修を行った場合のみご記入ください。

※ 安全性に問題がある場合、危険性を伴う場合は補修・補強をしてください。

報告4 禁止地域における展望不可案件一覧(平成27年1月23日から平成27年5月31日まで)

番号	区名	町名	道路、鉄道又は軌道の名称		看板種別	その他
No1	保土ヶ谷区	星川	国道1号	(横浜新道)	広告板	
No2	保土ヶ谷区	狩場町	国道16号	(横浜横須賀道路)	広告板	バス停上屋
No3	青葉区	市が尾	高速自動車国道東海自動車道	(東名高速道路)	広告板	