

官公署等の敷地内における
民間屋外広告物掲出ガイドライン
(イメージ)

尼崎市
令和5年〇月

目 次

(内容確定後に記載)

第1 このガイドラインを策定する趣旨等

1 ガイドラインを策定する趣旨

尼崎市屋外広告物条例（以下「条例」という。）では、安全上・景観上の観点から、本市の官公署その他の公共施設（以下「官公署等施設」という。）において、民間事業者の屋外広告物を設置することを原則として禁止している。しかしながら、

- ① 官公署等施設に民間事業者の屋外広告物の設置を認め、官公署施設等及びその周辺の地域をより活性化させていく必要があること
- ② 公共的な活動等を継続していくためには、その財源確保の観点から、民間事業者の屋外広告物を官公署等施設の敷地内に設置することを認め、その広告料収入を確保する必要があること

から、令和5年度に条例の改正を行い、上記①及び②の趣旨に合致する民間事業者の屋外広告物については、例外的に官公署等施設に設置することを可能とした。今後は、当該屋外広告物の活用を図っていくこととなるが、官公署等施設に設置するにふさわしい屋外広告物の設置を誘導するため、このガイドラインを定めるものである。

2 民間事業者の屋外広告物の設置に当たっての基本的な考え方

屋外広告物は、公共の空間において誰もが視認し得るという特徴を有している。そのため、昭和60年に施行の尼崎市都市美形成条例の基本理念等に基づき、市民、事業者、行政が、ともに力を合わせて長年にわたり培ってきた共通の財産である景観に影響を与える可能性がある。本市は、都市の良好な景観の形成を図る責務を負っている立場でもあることを考慮し、官公署等施設への民間事業者の屋外広告物の設置に当たっての基本的な考え方は次のとおりとする。

- (1) 屋外広告物の内容・種類を問わず、民間の模範となるような質の高いものとすべきであり、設置場所や表示内容について周辺の景観と調和させるものとする。
- (2) 屋外広告物を設置する地域のルールや慣習により形成されてきた景観や文化に配慮し、地域の景観に貢献するなど、質の高い景観を演出するための工夫を行うものとする。
- (3) 屋外広告物の設置により、まちのイメージの向上やエリアブランディングにつながるよう努めるものとする。

第2章 民間事業者の屋外広告物の設置を認める場合におけるその広告主及び内容について

1 広告主について

次の各号に掲げる者に係る屋外広告物については、本市の官公署等施設において表示し、又は設置させないものとする。

- (1) 尼崎市暴力団排除条例（平成25年尼崎市条例第13号）第2条第2号から第4号までに規定する者
- (2) 市税の滞納その他の本市に対する債務の不履行がある者
- (3) 民事再生法（平成11年法律第225号）又は会社更生法（平成14年法律第154条）による再生手続又は更生手続中の者
- (4) 国又は地方公共団体により、入札参加停止措置又は入札参加除外措置を受けている者
- (5) 国又は地方公共団体に許可された行政財産の使用許可に関し、自らの責めに帰すべき事由により当該許可について取消し等の処分を受けてから5年が経過しない者
- (6) その他官公署等施設に屋外広告物を表示し、又は設置する者として不適切と認められるもの

2 広告内容について

次の各号に掲げる内容を含む屋外広告物については、本市の官公署等施設において、表示し、又は設置させないものとする。

- (1) 法令等に違反するもの
- (2) 公の秩序又は善良な風俗に反するもの
- (3) 人権侵害となるもの
- (4) 政治活動又は宗教活動の用に供されるもの
- (5) 意見広告（社会問題等についての特定の主義・主張についてのもの）に当たるもの
- (6) 良好な景観又は風致を害するもの
- (7) 公衆に不快の念を起こさせ、又は危害を及ぼすおそれがあるもの
- (8) 青少年の健全な育成の観点から適当でないもの
- (9) 貸金業法（昭和58年法律第32号）第2条第1項に規定する貸金業に係るもの
- (10) 著しく事実に相違する表示をし、又は実際のものよりも著しく優良若しくは有利であると人を誤認させるおそれがあるもの
- (11) その広告に係る事業の内容を本市が推奨しているとの誤解を生じさせるおそれがあるもの
- (12) 他の者を誹謗し、中傷し、又は排斥するもの
- (13) その他電子公共掲示板の設置の趣旨に照らし、電子公共掲示板に表示されるすることが適当でないもの

3 屋外広告物の募集・選定に当たっての留意事項

第1章でも述べたとおり、条例では、官公署等施設への民間事業者の屋外広告物の設置を原則として禁止している。官公署等施設に当該屋外広告物を設置する場合は、真にその必要性があることを十分に確認すること。

また、当該民間事業者の募集・選定に当たっては、次の事項に留意すること。

(1) 募集

ア 設置期間の設定

官公署等施設は、市民共有の財産であるという性格上、長期間にわたって特定の民間事業者に独占利用をさせないこと。よって、屋外広告物の規模、設置場所等に応じて適切な設置期間を設定し、他の者が参入し得る機会を確保すること。

イ 適切な設置場所の設定

民間事業者の屋外広告物の設置により、本来の官公署等施設の機能や役割に支障が生じないように、適切な設置場所の設定を行うこと。

ウ 公募

原則として公募とし、価格やデザイン面での競争を促すこと。

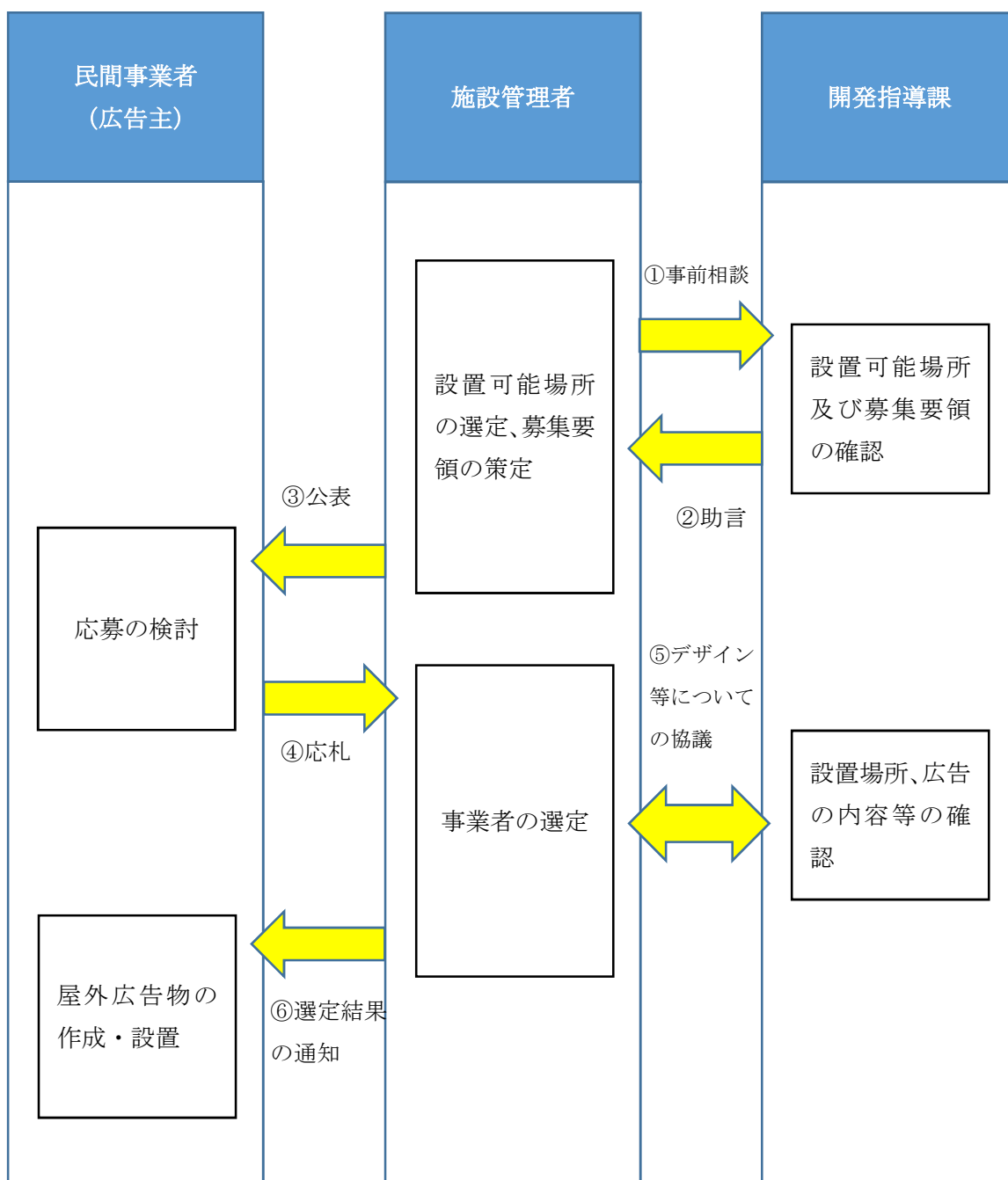
(2) 選定

ア 提案に係る民間事業者が上記1各号に該当するものでないこと、屋外広告物の内容が上記2各号に該当するものでないことを十分に確認すること。

イ このガイドラインを参考に、その内容、設置の方法、数量等が官公署施設等にふさわしいものであるか否かの審査をすること。このほか、周囲の景観に与える影響やにぎわいの創出への寄与度等を総合的に考慮すること。

4 事務フロー

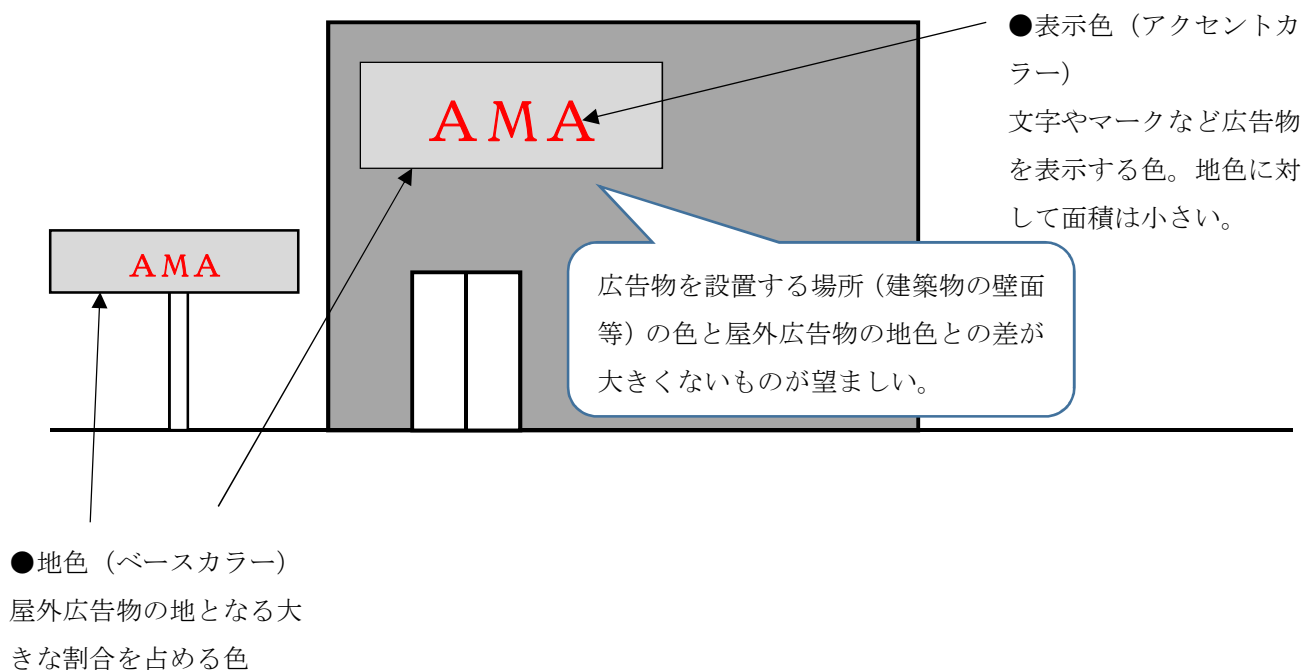
民間事業者の屋外広告物について、官公署等施設に設置を認める場合は、次の手順を経るものとする。



第3章 共通ガイドライン

(1) 色彩

派手な色彩は景観との調和を乱すなど、周りの景観に与える影響も大きくなる。
色彩を抑える、地色に彩度の高い色を使用しない、使用する色の数を少なくするなど、控えめな色彩とすること。

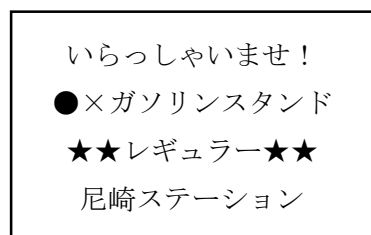


【参考】

条例では、彩度の高い色（マンセル値が10以上の色）については、歴史的建造物の周辺地域、住居系地域等の特に景観への配慮を要する地域においては2色までしか使用することができないこととしている。

(2) デザイン

ロゴやシンボルマーク、ピクトサインを用いるなど、要点を絞った効果的できりとしたデザインとすること。



悪い例



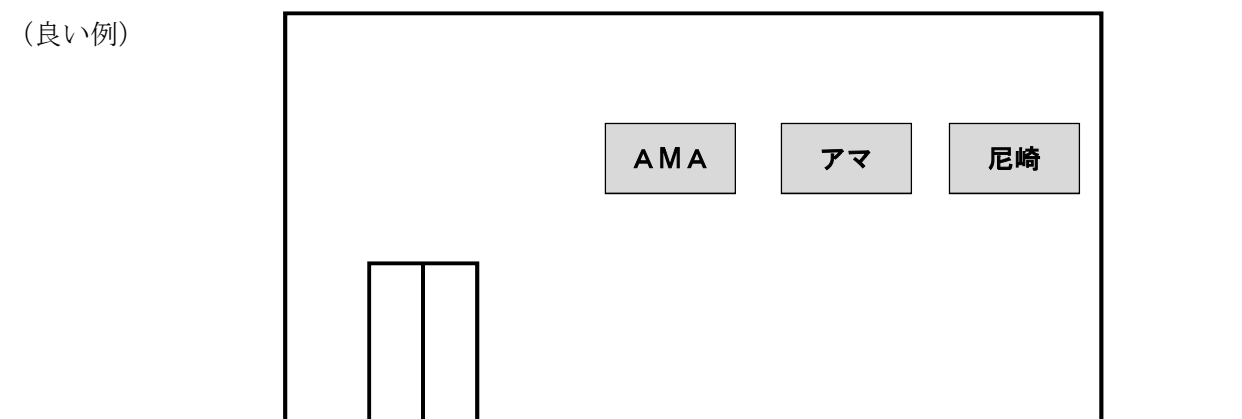
良い例

第4章 屋外広告物の種類別ガイドライン

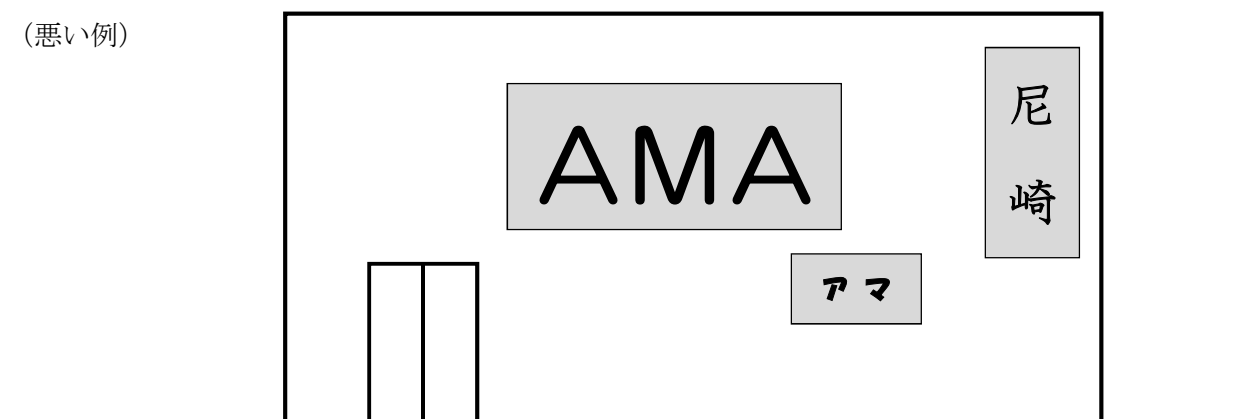
1 壁面を利用するもの

- (1) 文字のサイズを抑え、表示内容は最小限のものとすること。また、十分な余白を持たせ、すっきりとシンプルなデザインにすること。一つの建物に複数の屋外広告物を設置する場合は、位置、大きさ等を揃えること。

(良い例)

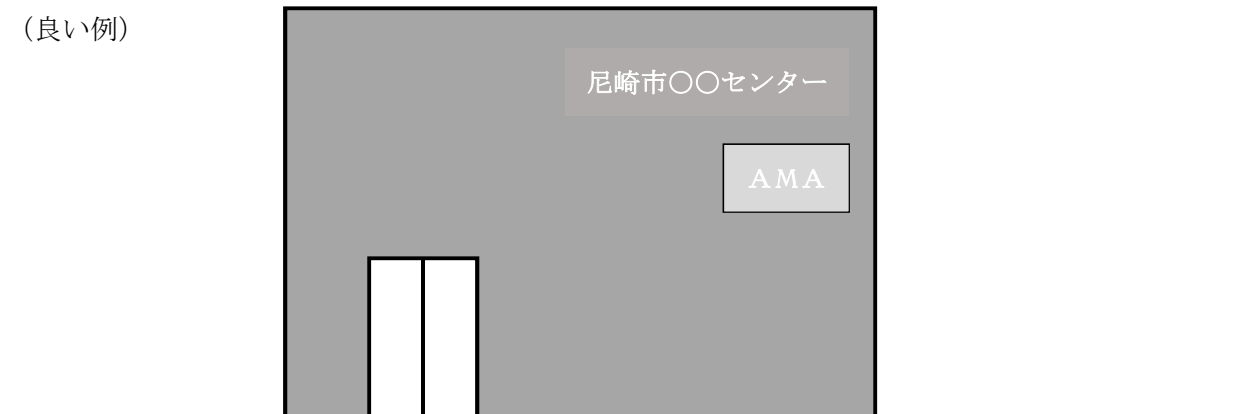


(悪い例)

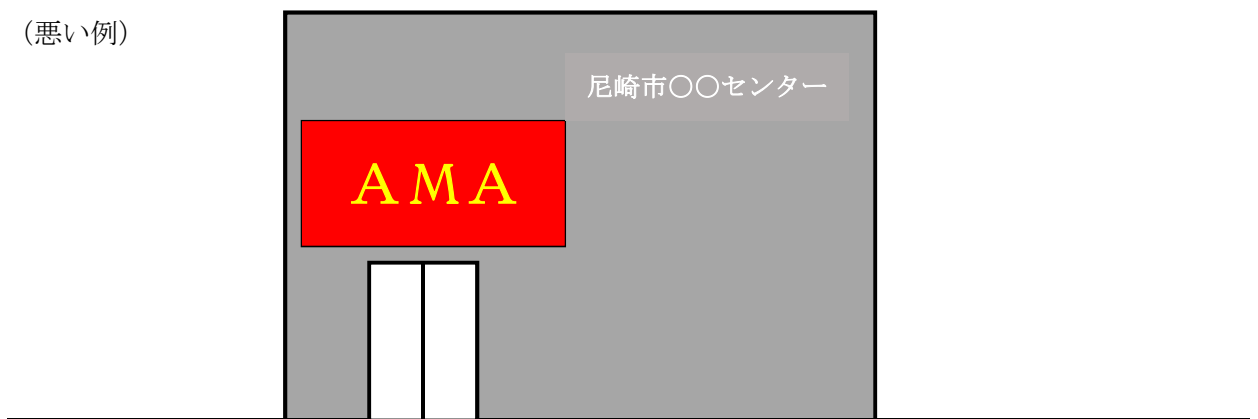


- (2) 視覚的に建物と一体化するよう地色と同系色に努め、建物と広告物とのトータルデザインや一体感に十分配慮すること。

(良い例)

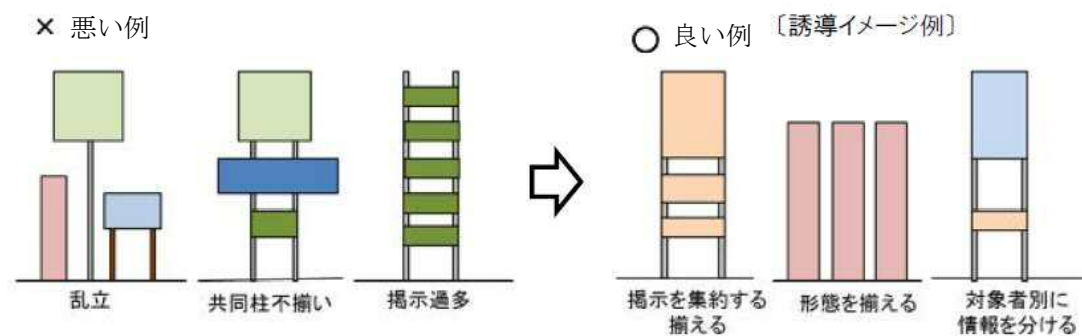


(悪い例)



2 建植広告物

- (1) 景観に配慮するため、設置数を減らすこと。やむを得ず、複数表示する場合はできるだけ集約し、表示形態を揃え、見やすい屋外広告物とすること。



- (2) 建物のデザインと調和し、まちなみとして統一感のある屋外広告物とすること。



3 その他の屋外広告物

- (1) 懸垂幕を掲げる場合は、できる限りビルの窓をまたがないようにすること。また、建物の品格を損なわないよう、デザインや表示内容にも配慮すること。



- (2) バナー広告については、その表示内容により、街並みに溶け込ませることもできるし、にぎわいを生むこともできる。それぞれの空間や設置の意図に応じたデザインとすること。



色をモノトーンに抑えることにより、周囲と調和したバナー広告



デザイン性を高め、まちのにぎわいを与えるバナー広告