

高速道路等沿道における 屋外広告物規制の見直しについて

平成28年10月25日
和歌山県都市政策課

第3回 和歌山県 屋外広告物専門委員会

第1回専門委員会 H28.8.30

- ・基準案作成に向けた進め方

①表示内容②規格③デザイン④乱立防止⑤危害防止



第2回専門委員会 H28.10.4

- ・第1回専門委員会を踏まえた事務局基準(素案)



第3回専門委員会

- ・第2回専門委員会を踏まえた事務局基準(案)
- ・ガイドライン(素案)



第4回専門委員会

- ・基準(案)とガイドライン(案)について

論点①

表示を認める施設等の考え方について

【論点①(表示内容)】 第2回専門委員会における議論

委員の主な意見

- 特産品(一般名称)の表示を認めるとしても、民間資本だけでの設置は難しいのではないか。
- 情報発信の場所は高速道路沿道だけでなくSAやPAもある。総合的な情報発信戦略を考えるべき。
- 商品広告をどのように取り扱うのか、方針を明確にすべき。
- 今回、一旦基準を決めるとしても、改正基準の運用状況等を注視しつつ適時・適切な見直しが必要。
- 地域ブランドを作るという観点が必要ではないか。



上記に対する事務局の回答

- 高速道路等の沿道は、本来、広告物の設置が禁止されている地域であるが、高速を降りればその規制が外れるため、高速道路等沿道と一般道沿道における広告物の役割分担を考慮することが必要。
- 地域の特産品等に関する情報は、高速道路利用者にとって有意義な場合もあり得る。
- 高速道路等やSA、PAにおける観光振興上の戦略について、特に明確な定めはないが、県外のSA、PAへの観光パンフ等の設置に取り組む他、県内のSA、PA等においては、施設管理者が利用者のニーズ等を踏まえ、広域的な観点で設置している。

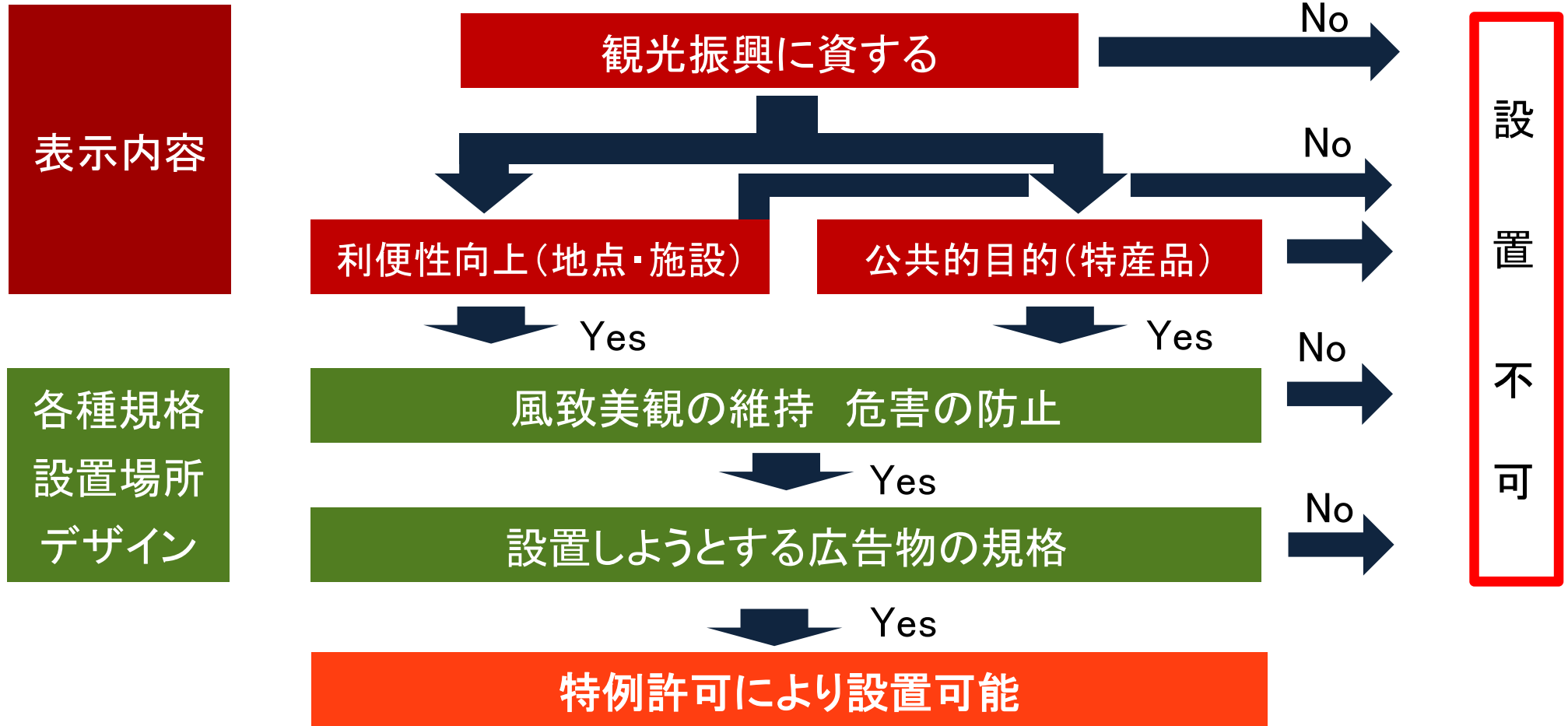
(参考) 高速道路のSA、PAや自動車専用道路の道の駅における観光情報の提供状況

- ・施設の出入り口付近において、市町村、公社、観光協会、各種イベント実行委員会、NPO、民間施設(遊園地、物産店、温泉施設)のガイドマップや案内がパンフレットスタンド等に設置されている。
- ・パンフ等の設置については、施設管理者が観光客の意向等を踏まえ判断している。

【論点①(表示内容)】 表示を認める施設等の考え方(フローで整理)

掲出を認める広告物

原則、禁止を維持しつつ、風致美観を損なわず、観光振興に資するものに限定して設置を許容



【論点①(表示内容)】 表示を認める施設等について(再整理)

目的等

1. 目的

高速道路等沿道に周辺景観と調和しつつ、わかりやすく統一感のある案内広告物を設置することにより、

- (1) 本県の観光振興を一層推進し、
- (2) 整備が進められている高速道路等の整備効果の最大化を図るとともに、地域経済の発展につなげる。

2. 条例第6条第6項の禁止地域における特例許可の対象となり得る広告

- (1) 公衆の利便に供することを目的とする広告物
- (2) 道標、案内図板その他公共的目的をもった広告物

表示を認める施設について(再整理)

上記1及び2を踏まえ、今回、新たに表示を認めるものは以下のとおりとする。

- (1) 地点・施設 及び (2) 地域の特産品

I : 公衆の利便に供することを目的とする広告物

観光庁の「観光入込客統計に関する共通基準(平成25年3月改定)」における観光地点等分類表※(次ページ参照)のうち、大分類「観光地点」(行祭事・イベント除く)の小分類毎に備考欄の記載に該当する**地点・施設**に限り掲出を認める。

※上記を用いる理由

観光客の利活用に主眼を置いており、また、公共性、広域性等の本取組の目的に沿わない、個々の商品、一般店舗・飲食店、ホテル・旅館が対象外。

※個別施設等が該当するか否かの判断基準(案)

同表の備考欄の記載事項の他、以下の項目を参酌して該当するか否かを判断する。

- (1) 文化財指定、ジオサイト、自然公園、伝建地区など法令等での位置づけ
- (2) 公的観光情報サイト等への掲載
- (3) 上記、(1)及び(2)で認める地点・施設等との類似性と同等以上の集客性

(参考) 観光入込客統計について(観光庁HP—統計情報—共有基準による観光入込統計サイトから抜粋)

「観光入込客統計」及び「観光入込客統計に関する共通基準」の概要

都道府県の**観光客に関する調査**「観光入込客統計(かんこういりこみきゃくとうけい)」の結果のとりまとめ

1. 観光入込客統計とは

本統計は、平成21年12月に策定した「観光入込客統計に関する共通基準」に基づき都道府県が調査を実施し、整理した「観光入込客統計調査データ共有様式」を観光庁でとりまとめ、全国集計したもの

表 1 観光地点等分類表

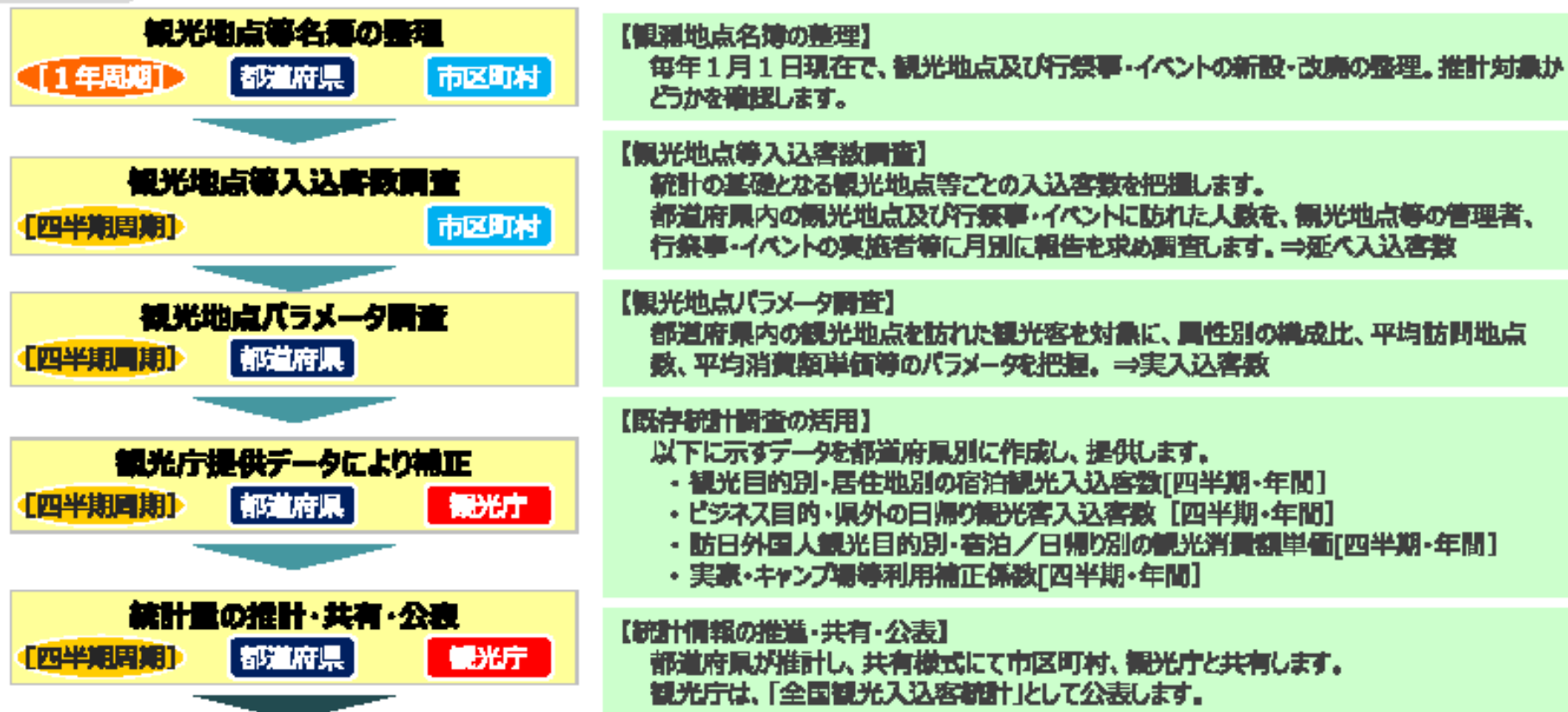
大分類	中分類	小分類	備考
1 観光地点	01 自然	01 山岳	広大な地域を対象とする場合は入込客数のダブルカウントに留意する。
		02 高原	湿原、原野等も含み、観光の対象となっているもの。
		03 湖沼	人造湖含む。
		04 河川	峡谷、滝等を含む。
		05 海岸	海岸、砂丘、岬等をいう。海水浴場は、スポーツ・レクリエーションに分類する。
		06 海中	自然公園法で海中公園に指定されている地区や海中景観の優れた地区等。
		07 島	離島。
		99 その他自然	エコツーリズム(自然環境を対象とし、それらを損なうことなく、それらを体験し学ぶ観光)、グリーンツーリズム(農山漁村地域において自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動)等は、ここに整理。
		02 歴史・文化	01 史跡
	02 城		天守あるいはやぐらを有する城。(復元されたものも含む。城跡は史跡で整理する。)
	03 神社・仏閣		観光利用の対象として扱っているもの。
	04 庭園		一般の方が入場可能な庭園。
	05 歴史的まち並み、旧街道		歴史的に魅力があり、観光利用の対象として扱っているもの。
	06 博物館		博物館等の定めないものも含む。
	07 美術館		ギャラリー、絵画館を含む。
	08 記念・資料館		
	09 動・植物園		サファリパーク、鳥類園を含む。
	10 水族館		
	11 産業観光		産業観光(歴史的・文化的価値のある工場等やその遺構、機械器具、最先端の技術を備えた工場等を対象とした観光で、学びや体験を伴うもの。) 例：ワイナリー、ビール園、酒造見学等。
	12 歴史的建造物		歴史的建造物、デザインの優れた建造物(橋や駅、ビル、タワー、ダム等)。歴史的文化的価値のある建造物そのものが観光利用の対象となっているもの。
	99 その他歴史		
	03 温泉・健康	01 温泉地	温泉法に基づくもの。 「〇〇温泉」と同じ名のつくエリアの宿泊及び日帰りの温泉施設全体を一つの地点として取り扱う。なお湯畑等の観光施設を別地点としても差し支えがまわらないが、重複して入込客数をカウントしないように留意する。
		99 その他温泉・健康	温泉法に基づかない温泉類似施設。スーパー銭湯等については日常利用の多寡に留意する。ヘルスツーリズム(自然豊かな地域を訪れ、そこにある自然、温泉や身体に優しい料理を味わい、心身ともに癒され、健康を回復・増進・保持する新しい観光形態)。
	04 スポーツ・レクリエーション	01 スポーツ・レクリエーション施設	ゴルフ場、テニス場、スケート場、プール、サイクリングコース、ハイキングコース、複合的スポーツリゾート施設等。・自然歩道、自然研究路を含む。 日常利用の多寡に注意する。(例：・ゴルフ練習場は含まない。レジャー的要素がなく日常利用が大半を占める運動用プール等は含まない。河川敷のサイクリングコース等で日常利用者が大半を占めるものは含まない。 スポーツ観戦(野球、サッカー、メジャーゴルフトーナメント大会等)の入込は含まない。
		02 スキー場	
		03 キャンプ場	

2 観光地点	04 スポーツ・レクリエーション	04 釣り場	具体的な箇所を特定できる「釣り場」を地点とする。「自然」の「湖沼」や「河川」と重複しないように留意する。	
		05 海水浴場		
		06 マリーナ・ヨットハーバー		
		07 公園	イベントの開催やピクニック等の目的となる公園を対象とし、施設のない公園や総合運動公園で日常利用者が大半を占めるものは含まない。なお、公園等を会場とする行祭事・イベントへの参加に係る人数は行祭事・イベントに分類する。	
		08 レジャーランド・遊園地	【日本標準産業分類における定義】 各種遊戯施設により娯楽を提供する事業所をいう。 【特定サービス産業実態調査(経済産業省)における定義】 樹木、池等自然の環境を有し、かつ、有料の各種遊戯施設を配置し、客に娯楽を提供する業務を営む事業所(客が直接に硬貨・メダル・カード等を投入するものを除き、3種類以上の遊戯施設を有するもの)をいう。	
		09 テーマパーク	【日本標準産業分類における定義】 文化、歴史、科学等に関する特定のテーマに基づき施設全体の環境づくりを行い、各種遊戯施設により娯楽を提供する事業所をいう。 【特定サービス産業実態調査(経済産業省)における定義】 入場料をとり、特定のテーマのもとに施設全体の環境づくりを行い、テーマに関連するアトラクションを有し、パレードやイベント等のソフトを組み込んで、空間全体を演出して娯楽を提供する事業所をいう。	
		99 その他スポーツ・レクリエーション		
		05 都市型観光 -買物・食等-	01 商業施設	郊外ショッピングセンター、駅前商店街等で日常利用が大半を占めるものは含まない。
			02 地区・商店街	朝市・市場等で日常利用が大半を占めるものは含まない。
	03 食・グルメ		食をテーマとした観光利用の拠点。日常利用の多寡に留意すること。	
	06 その他	99 他に分類されない観光地点	農水産品等の直売所、物産館等はここに含める。	
		99 他に分類されない観光地点	道の駅、パーキングエリア等はここに含める。ただし単なる休憩機能のみの施設は除く。	
	2 行祭事・イベント	01 行祭事・イベント	01 行祭事	見学者、参加者すべてを入込客数に含める。
			02 花見	観光地点としての入込客と、特定の時期に集中するイベントへの入込客は、区分することが望ましい。地点の入込客のうち花見分を区分し、観光地点の入込客数からはこの分を除くこと(日数や他月の平均値利用等の推計でも可)。
			03 初詣	地点の入込客のうち、初詣分を区分。観光地点の入込客数からはこの分を除くこと(日数や他月の平均値利用等の推計でも可)。
			04 花火大会	地点の入込客のうち、花火大会分を区分。観光地点の入込客数からはこの分を除くこと(日数や他月の平均値利用等の推計でも可)。
			05 郷土芸能	
			06 地域風俗	
07 博覧会				
08 コンサート			野外コンサート含む。	
09 スポーツ観戦			参加者も含む。	
10 映画祭			施設としての映画館は含まない。	
11 コンベンション・国際会議				
99 他に分類されない行祭事・イベント	イベント会場イベントごとの観光入込客数を集計しない場合は、ここでまとめて整理。			

観光入込客統計に関する共通基準の概要

- ▶平成21年12月に「観光入込客統計に関する共通基準」を策定。
- ▶平成22年4月からの各都道府県における共通基準に則った調査の実施を推進。

調査プロセス



観光入込客統計（〇〇都道府県）/全国観光入込客統計（観光庁）

- ▶ 観光入込客数 【四半期別・年間】
- ▶ 観光消費額単価 【四半期別・年間】
- ▶ 観光消費額 【四半期別・年間】

【論点①(表示内容)】 表示を認める施設等について

Ⅱ: 公共的目的をもった広告物

地点又は施設(以下「施設等」という。)に該当しないものであって、以下の(1)～(3)の基準のいずれにも該当する広告物は、『公共的目的をもった広告物』としてその掲出を認める。

(1) 表示内容が地域産業資源※の総称であること

※中小企業による地域産業資源を活用した事業活動の促進に関する法律第2条第2項(次ページ)

(2) 地方自治体及び地方自治法第157条に規定する公共的団体(農協、漁協、森林組合、商工会議所、観光協会等)が設置する広告物であること

(3) 地域産業資源に係る地域への案内のため、最寄IC等に関する情報を含めること

【前回案からの見直し事項】

地域産業資源及び設置主体について法令上の位置付けを明確化

【参照条文】

○中小企業による地域産業資源を活用した事業活動の促進に関する法律（平成19年法律第39号）（抄）

（定義）

第2条第2項 この法律において「地域産業資源」とは、次の各号のいずれかに該当するものをいう。

- 一 自然的経済的社会的条件からみて一体である地域（以下単に「地域」という。）の特産物として相当程度認識されている農林水産物又は鉱工業品
- 二 前号に掲げる鉱工業品の生産に係る技術
- 三 文化財、自然の風景地、温泉その他の地域の観光資源として相当程度認識されているもの

（地域産業資源の内容の指定）

第4条第1項 都道府県知事は、基本方針に基づき、地域産業資源であって、当該都道府県において当該地域産業資源を用いて行われる地域産業資源活用事業を促進することにより当該地域産業資源に係る地域の経済の活性化が図られると見込まれるものの内容を定めることができる。

（参考）地域産業資源の内容（総計 331件）

- (1) 農林水産物・・・ミカン、柿、梅、マグロ、タチウオ、紀州材等（計116件）
- (2) 鉱工業品とその製造技術・・・ニット、衣料縫製品、皮革製品、漆器、紀州筆筥、紀州備長炭等（計63件）
- (3) 文化財、自然の風景地、温泉その他の地域の観光資源・・・世界遺産、公園（国立、国定、県立）、温泉、文化財保護法に基づく有形・無形文化財など（計152件）

【論点①(表示内容)】 (参考)対象となり得る地点・施設等

(参考)県観光情報サイト等を基に調べた対象となり得る地点・施設数(独自調査)

観光地点等分類表 における中分類	登録対象となり得る 施設・地点数
自然	67
歴史・文化	154
温泉・健康	20
スポーツ・レクリエーション	65
都市型観光 ー買物・食等ー	42
その他	32
合計	380

(参考)現状の広告(違反広告物)と表示内容基準により掲出可能となる広告物の関係

目的	現状広告物の種類	設置件数	表示可能件数	備考
観光向け	寺社仏閣	2	2	
	遊園地博物館等	10	7	
	ゴルフ場	3	3	
	特産品	7	6	
	宿泊施設	2	0	
	飲食店(観光)	2	0	
	商品広告(観光)	7	2	
日常向け	企業広告	13	0	
	物販店	3	0	
	飲食店(一般)	2	0	
	商品広告(一般)	1	0	
	貸し看板(未利用)	(12)	0	
	その他	1	0	
	合計	53(65)	20	

■ 基準策定後の見直しについて

今回の基準策定後、以下の状況等を踏まえて必要が生じた場合には、**適時・適切に基準を見直す**こととする。

- (1) 広告物の掲出状況(改正基準の運用状況)
- (2) 観光客のニーズの変化
- (3) 観光戦略などの公共的目的の変化

論点②

許可基準案について

【論点②(基準)】第2回専門委員会における議論と今後の対応方針

委員の主な意見

- ある程度大きさを規格化して、その中から選択して設置することで、統一感を図るのも一案。
- 文字のサイズやフォントまで規制すると企業デザインとそぐわないケースも多くなる。
- 空き看板対策は、単色を希望。
- 空き看板の期限を設けることについては、業者としては厳しいが、スポンサーによっては交渉だけで半年を要する場合もあり、最低3年は必要。
- 集合化はあくまで誘導でいくべき。



上記に対する事務局の回答

- 視認性、風致美観の観点はもちろんこと、統一感を図る方法として規格、文字サイズやフォントの統一感はある程度必要と考えているため、複数のケースを想定して、シミュレーションを行い、統一感等についても次回計りたい。

今後の対応方針(案)

- ◎ 規格は看板下地のピッチを参考に、90cmモジュールで検討する。
- ◎ 企業ブランド例も取り入れてシミュレーションにより検討する。

【論点②(基準)】 許可基準案の整理

■ 許可基準(案) ※これまでの議論で概ね整理できたもの

基準項目	許可基準
路端からの設置可能範囲	路端から5～30m以内の範囲内に設置すること
道路面からの高さ	道路面からの高さが12mを超えないこと
道路標識からの距離	10m以上離すこと
広告物の高さ	地上7m以下とすること
相互間距離	広告物との相互間距離を80m以上取ること(自家用広告物は除く)
空き看板対策	空き看板は茶色とし、変更届の提出を義務化(1年間猶予)
構造等	骨組は木類を用いず、鉄類には防錆処理を施すこと
掲出可能枚数	走行方向ごとに2枚まで(県内計4枚まで)可能とする
一地点における表示可能施設等数	3施設等までとする
一地点における設置可能枚数	2枚までとする
その他	点滅・回転する表示又は電光掲示する表示は禁止とする
裏面对策等	表示面の裏側が道路より展望できる場合は、原則骨組も含めて茶色・若しくはグレー。(反対車線から望見できる場合に限る) 裏面の表示は認めない。

【論点②(基準)】 許可基準案の検討について

基準項目	基準案	推奨基準案	備考
A:表示面の大きさ	<ul style="list-style-type: none"> ・単独 20㎡以下 かつ、幅11m以下 ・集合 30㎡以下 かつ、幅11m以下 	一定のサイズを規定	3者集合看板のみ、英語併記による面積緩和
B:表示面の形状	長方形(R状の面取りは可)	—	—
C:文字サイズ	<ul style="list-style-type: none"> ・路端から5m～15m未満 和文文字高 50cm以上 ・路端から15m～30m以下 和文文字高 70cm以上 	・表示面の余白率が50%以上となる範囲で、文字は拡大し大きなものとする。	
D:フォント	・角ゴシック	・高速道路等の案内標識で用いるものに準じる。	—
E:表示面のレイアウト等	・表示面を広告、案内、ピクト部分それぞれに定義し、単独及び集合看板における構成割合を規定	・広告、案内、ピクト部分の配置をテンプレート化	—
F:色彩等	<ul style="list-style-type: none"> ・広告部分のベースカラーは、ブラウン若しくはダークブラウン(彩度8以下)とする。 ・文字は白若しくはベース色 ・案内、ピクト部の調和規定 	<ul style="list-style-type: none"> ・広告、案内及びピクト部の全てについて、ベースから—は、ブラウン若しくはダークブラウン。 ・利用できる色は白のみ 	—
共通	一地点の広告、D、E、Fは統一し、他は調和を図るものとする。	一地点の広告は、A～Fそれぞれについて統一する。	

【論点②(基準)】 A:表示面の大きさ・B:形状(案)

1. 単独の場合の表示面の大きさ・形状

【基準】 20m²以下、幅11m以下、長方形(ただし、R状の面取りは可)

【推奨基準】 原則、以下のいずれかの高さとし、設置される場所の状況等から、やむを得ない場合にあっては、高さとの比率が以下のいずれかであること

(表示面の高さとの関係)	表示面の高さ	表示面の幅	表示面の面積	備考
	1. 8m	10. 8m	19. 44m ²	
	2. 7m	7. 2m	19. 44m ²	
	3. 6m	5. 4m	19. 44m ²	

2. 集合の場合の表示面の大きさ・形状

【基準】 30m²以下、幅11m以下、長方形(ただし、R状の面取りは可)

【推奨基準】 2以上の異なる広告内容を表示する場合にあっては、以下のいずれかの高さとし、設置される場所の状況等から、やむを得ない場合にあっては、表示面の面積の合計が30m²以下であること

(表示面の高さとの関係)	表示面の高さ	表示面の幅	表示面の面積	備考
	2. 7m	10. 8m	29. 16m ²	
	3. 6m	8. 1m	29. 16m ²	
	4. 5m	6. 3m	28. 35m ²	
	5. 4m	5. 4m	29. 16m ²	

【論点②(基準)】 A:表示面の大きさ・B形状(案)

3. 表示内容を、英字により併記する場合の表示面の面積緩和

【基準】

- ・単独看板は、面積緩和なし
- ・3施設等の集合看板は、2の面積基準の1.5倍以下とすることができる。

【考え方】

- ・特例許可である以上、景観調和等の観点から、原則、面積緩和は行わない。
- ・一方で、集合化が景観調和につながることから、3者以上の集合看板に限って面積緩和を行う。

(参考) 和歌山県景観条例施行規則における表示面積の緩和

別表第3 2許可地域等における表示面積及び高さ等の許可基準

(第2種及び第3種地域における独立広告物(野立て看板含む)における規定)

- ・彩度が8を超える色彩を使用する面積が表示面積の3分の1以下である場合は、1面当たりの表示面積及びその合計は、面積基準の1.5倍以下とする。

(参考) 観光施設整備補助金

市町村等が個性あふれる観光地づくりを目指し、魅力ある観光立県和歌山を創造するための事業を実施する場合に、県が当該市町村等に対し経費の一部を補助

(屋外広告物の場合)

- ・看板の制作費、設置費が補助対象 補助率1/2 ただし、維持管理に要する経費は対象外
- ・表示内容の英字による併記が補助要件

【論点②(基準)】 C:文字の大きさとD:字体(案)

1. 文字の大きさ

【基準】

- ・走行車中からの視認性を考慮し、以下とする。

看板の路端からの距離	和文文字高	英文文字高	備考
5m～15m未満	50cm以上	和文文字高の55%以上	
15m～30m未満	70cm以上	和文文字高の55%以上	

【推奨基準】

- ・表示面の余白率が50%以上となる範囲で、文字は拡大し、極力大きなものとする。

2. 字体等

【基準】

- ・視認性に優れた角ゴシックとする。

【推奨基準】

- ・高速道路等の案内標識で用いるフォントに準じる。

参考)和文「ヒイラギ」、英文「ビアログ」、数字「フルティガー」など

【論点②(基準)】 E:表示面の構成等

【基準】

1. 表示面の表示内容ごとの呼び方

- ・地点、施設及び特産品を表示する部分は広告部分
- ・広告部分に関して、最寄りの高速道路等の出口等を示す部分は案内部分
- ・広告部分に関して、補完する内容(ロゴ等)を表示する部分はピクト部分
- ・案内部分とピクト部分を合わせた部分は案内部分等

2-1. 表示面の表示内容ごとの構成割合【単独】

- ・広告部分の全表示面積に占める割合は、3/5以下とする。
- ・案内部分等の全表示面の面積に占める割合は、2/5以上とする。
- ・案内部分の全表示面の面積に占める割合は、1/5以上とする。
- ・ピクト部分の全表示面の面積に占める割合は、1/5以下とする。

(参考)



広告部分
・3/5以下

ピクト部分
・1/5以下

案内部分
・1/5以上



【論点②(基準)】 E:表示面の構成等

【基準】

2-2. 表示面の表示内容ごとの構成割合【集合】

- ・広告部分の合計の全表示面積に占める割合は、**3/4以下**とする。
- ・案内部分等の合計の全表示面の面積に占める割合は、1/4以上とする。
- ・案内部分の合計の全表示面の面積に占める割合は、1/4以上とする。
- ・ピクト部分の合計は全表示面の面積に占める割合は、**1/5以下**とする。

(参考)集合化看板の例

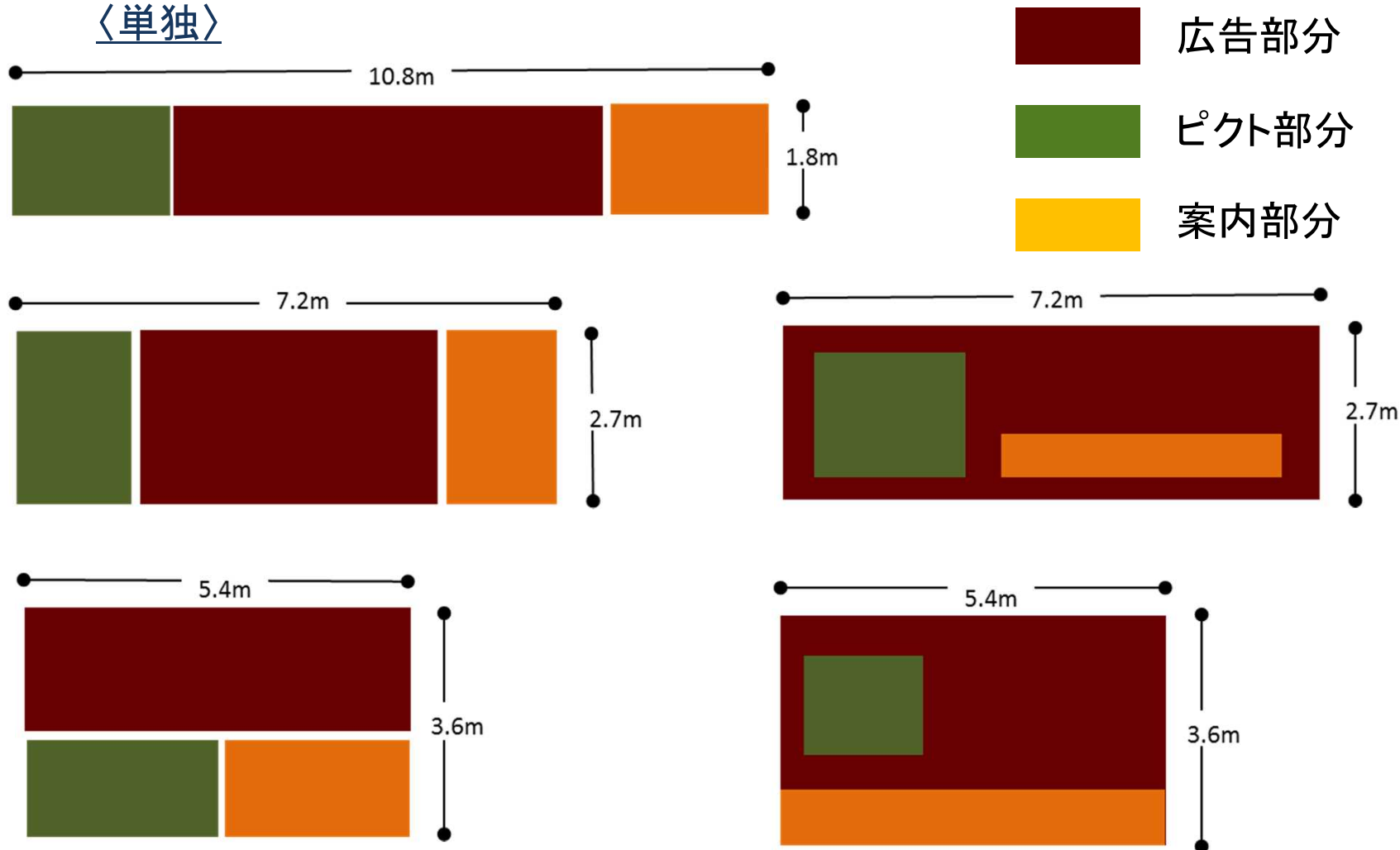


【論点②(基準)】 E:表示面の構成等

【推奨基準】

1. 全表示面積に対する広告部分、案内部分及びピクト部分の配置のテンプレート化

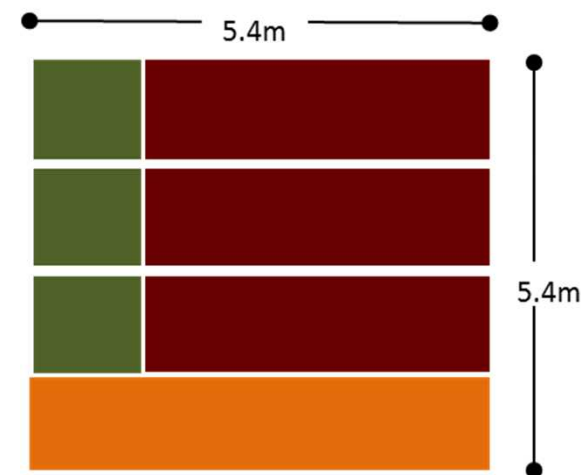
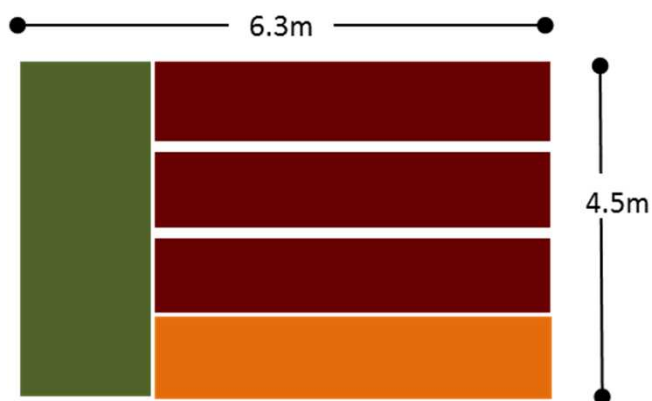
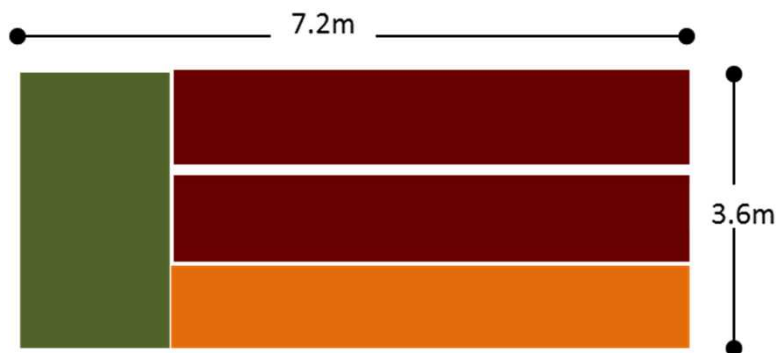
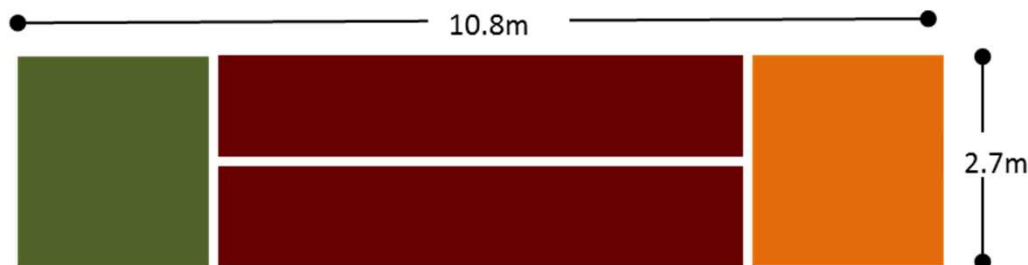
〈単独〉



【論点②(基準)】 E:表示面の構成等

【推奨基準】

1. 全表示面積に対する広告部分、案内部分及びピクト部分の配置のテンプレート化
〈集合〉



【論点②(基準)】 F:色彩等

【基準】

1. 広告部分のベースカラー

- ブラウン系 色相:5YR 明度:3~5 / 彩度:2~4 程度
ダークブラウン系 10R 明度:2~3 / 彩度:1~2 程度
理由:先進地や諸外国の事例等を踏まえ、景観色である茶色とする。



出展)ニュースサイト ドイツ



出展)Design Manual for Roads and Bridges
—Tourist Information Centres and Points
イギリス



2. 案内部分の色彩

- 広告部分のベース色と同色、白又は若しくは**広告部分のベース色と調和する色等**

3. ピクト部の色彩等

- **広告部分及び案内部分と調和すること**

4. 文字色

- 白若しくはベース色と同色

【論点②(基準)】 F:色彩等

【推奨基準】

1. 案内部分及びピクト部の色彩

- ・ベースカラーと異なる色とする場合は、和歌山カラーの活用に努めること
例)



緑:メジロ(県の鳥)、うばめがし(県の木)



藍色:マグロ(県の魚)、県章、黒潮



オレンジ色: みかん、かき、根来塗り

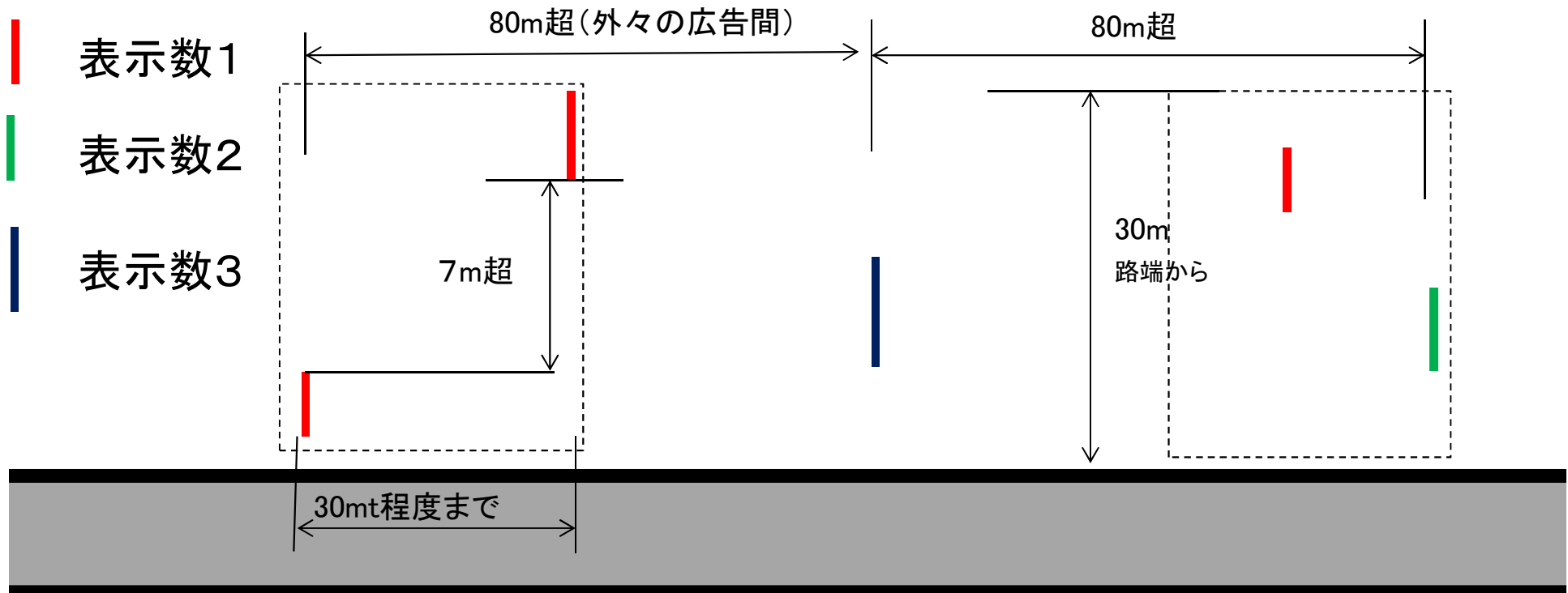
2. 盤面の周囲について、視認性を高めるため白色の縁取りとする。

【論点②(基準)】 G:近接広告の扱い

■基準の考え方

(走行方向の相互間距離(80m)とするが、走路と直行方向の広告物の設置について規定する必要がある。)

- ・一定の範囲(幅30m×奥行き30mの範囲)に存する広告物を一団の広告とし、一団の広告物の表示数の合計は視認・判読性を踏まえ3種類の表示までとする。
- ・看板間の走路と鉛直方向の距離が7m以下の場合、集合看板と見なす。
- ・単独の看板は、一定の範囲に2枚まで(3種類の調和は、困難)
- ・視認地点から近い看板を見た時の他方の看板の見え方(双方の看板視認性、重複及び相互の調和)についてシミュレーション等による確認を要する。



【論点②(基準)】 H:その他

■案内広告のICからの設置制限

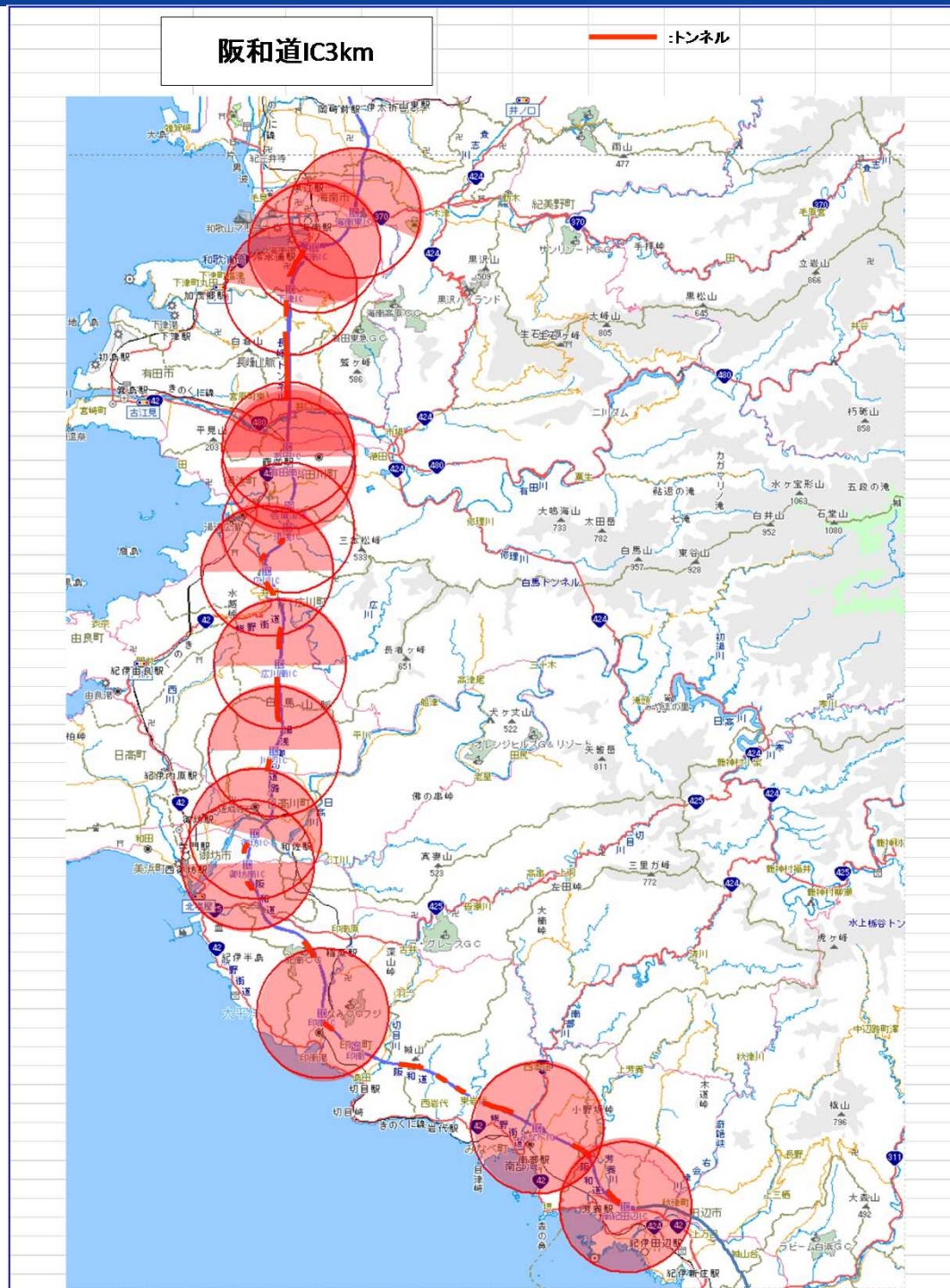
(参考)IC位置とトンネル等

海南東～田辺 間

- ・円は半径 3Km
- ・ハーフICは、色塗りが半分

(考察)

・本県の特徴として、ICが多く、また、トンネルも多い。加えて、高架部分や山間部が多いこともあり、案内広告を掲出する場所が限られるため、ICからの距離制限による掲出のコントロールは困難と史料。



■ 基準策定後の見直しについて

今回の基準策定後、以下の状況等を踏まえて必要が生じた場合には、**適時・適切に基準を見直す**こととする。

- (1) 広告物の掲出状況（改正基準の運用状況）
- (2) 観光客のニーズの変化
- (3) 観光戦略などの公共的目的の変化