

第45回三重県屋外広告物審議会

平成31年2月12日（火） 14:00～15:30

報告事項①

第44回三重県屋外広告物審議会議案の手続き状況

番号	事項	状況
①-1	屋外広告物の安全対策の充実について	平成30年10月1日施行 (平成30年3月22日告示)
①-2	三重県屋外広告物条例第3条第1項第5号の規定による区間の指定及び第6号の規定による区域の指定（市道横山線、市道横山支線：志摩市）	2～4は平成30年1月30日施行 5は道路供用開始の告示日 (平成30年2月23日) より施行
①-3	三重県屋外広告物条例第3条第1項第5号の規定による区間の指定及び第6号の規定による区域の指定（県道玉城南勢線：伊勢市、南伊勢町）	
①-4	三重県屋外広告物条例第3条第1項第5号の規定による区間の変更及び第6号の規定による区域の変更（一般国道260号：南伊勢町）	
①-5	三重県屋外広告物条例第3条第1項第5号の規定による区間の変更及び第6号の規定による区域の変更（一般国道422号：伊賀市）	

報告事項②

屋外広告物の安全対策の充実にかかる
周知活動

条例改正の概要

- 1 点検義務の対象が「全ての広告物」（貼り紙などの簡易な広告物を除く）に拡大
- 2 従来は、許可不要であった自家用広告物等についても、3年以内ごとに点検を義務付け
- 3 表示面積1㎡以上、かつ高さ4メートルを超える広告物は、有資格者による点検を義務付け

屋外広告物の種類			点検義務	有資格者による点検	点検結果報告	
①	許可要	表示面積1㎡以上	高さ4m超	○	●	○
②			高さ4m以下	○		○
③		表示面積1㎡未満	○			
④	許可不要（自家用広告物で表示面積10㎡以下のもの、公共広告物など）		●			

「○」は従前から対象としているもの

「●」は今回の改正により新たに対象となるもの

※有資格者の一例：屋外広告士、建築士、電気工事士、日本屋外広告業団体連合会が実施する点検技能講習修了者など

条例改正ターゲット別広報手法

ターゲット	広報手法	
	広く浅く	詳しく
一般県民	<ul style="list-style-type: none"> ① 県市町広報 ① ラジオ ① テレビ ② 電子アンケート 	<ul style="list-style-type: none"> ① 当課HP
屋外広告業者	<ul style="list-style-type: none"> ① 県市町広報 ① 各種団体会報誌 	<ul style="list-style-type: none"> ① 当課HP ③ DM（周知チラシ） ④ 説明会 ⑤⑥ まち歩き
広告主（事業者 団体など）	<ul style="list-style-type: none"> ① 県市町広報 ① 各種団体会報誌 	<ul style="list-style-type: none"> ① 当課HP ③ DM（周知チラシ） ④ 説明会 ⑤⑥ まち歩き

条例改正に係る周知活動について

今年度の取組内容

① 広報媒体を活用した周知

② 電子アンケートを活用した周知

③ 文書・チラシを活用した周知

④ 説明会などでの周知

⑤ 三重県屋外広告美術協同組合と連携した周知

⑥ 屋外広告物周知・啓発パトロール（まち歩き）での周知

条例改正に係る周知活動について

① 広報媒体を活用した周知

- ・ 県内各市町及び関係団体広報誌への掲載
⇒ 医師会、建築士会、商工会連合会、商工会議所、県内11市町
- ・ 県の広報媒体の活用（三重テレビ4/13・1/4、FM三重4/10・9/3、1/28）
県庁舎内デジタルサイネージ掲載（6月～9月）

○ 市町広報誌・関係団体広報誌への掲載

問 都市整備課
2411223 FAX 2314116

広告物の安全性を確保し危険な事故を防ぐため、適正な管理、点検を願います。

さらに、平成30年10月から、貼り紙などの簡易なものを除くすべての屋外広告物に点検が義務付けられます。

屋外広告物適正化旬間
9月1日～10日までの期間は「屋外広告物適正化旬間」です。屋外へ看板やポスターなどの広告物を設置するには、原則許可が必要です。

屋外広告物適正化旬間

ISSN 1348-6470
平成30年6月1日

2019年6月号
第91号

重 医 報 第 91 号

発行人： 青 木 孝 幸
編集人： 本 野 信 太郎
種 田 耕 彦
藤 田 基 志
小 島 隆 雄

公益社団法人 三重県医師会
〒514-8038 三重県津市桜橋二丁目191番4
TEL 094-228-0001 FAX 094-225-7003
ホームページ http://www.n-c.med.or.jp/

「下事故等を防ぐために」
助の安全点検が新たに制度化されます。

点検（貼り紙などの簡易な広告物を除く）に基本点検等についても、3年以内ごとに点検を義務付けらるる広告物は、有資格者による点検を義務付け

の一例

点検	有資格者による点検	点検義務
標	●	○
以下	○	○
以上	○	○
その他	●	○

の例

高さ4mを超える広告物

3点検者の資格一覧

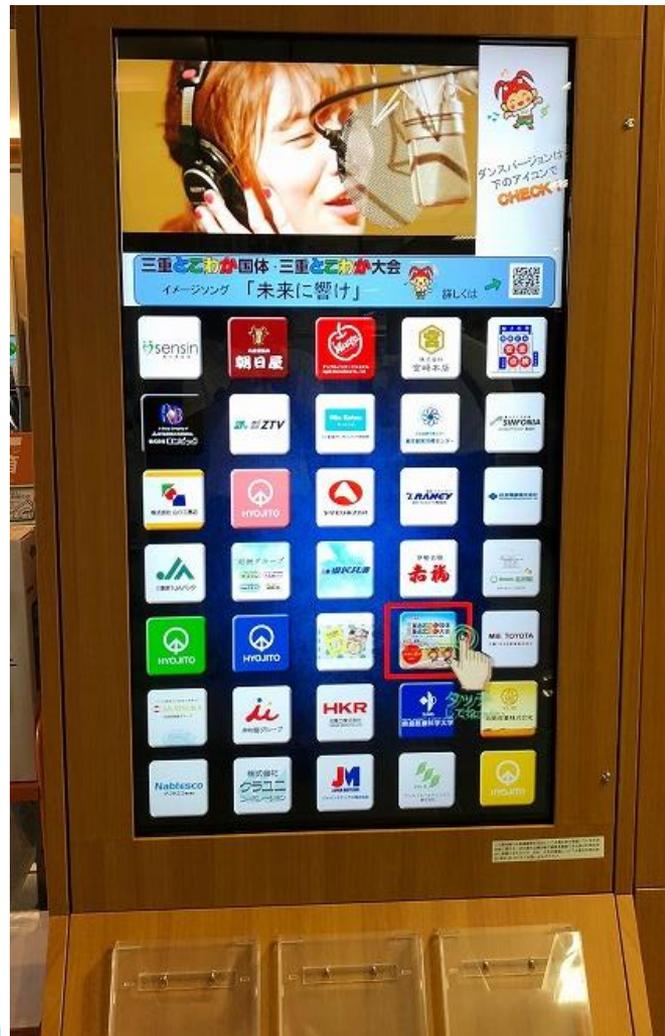
- ① 屋外広告士
- ② 建築士（第1種、2級、水産）
- ③ 電気工事士（第1種、第2種）
- ④ 電気主任技術者（第1種、第2種、第3種）
- ⑤ 電気設備検査員（電気設備検査員、広告業検査員）
- ⑥ 建築検査員（電気設備検査員、建築検査員）
- ⑦ 特定建築検査員（建築検査員、建築検査員）
- ⑧ 建築検査員（建築検査員、建築検査員）

① 屋外広告物の許可を必要とするもの
② 許可時又は更新許可時
③ 許可時又は更新許可時

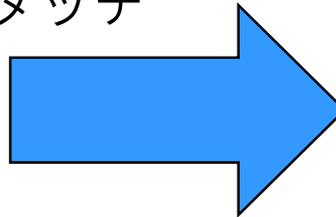
条例改正に係る周知活動について

① 広報媒体を活用した周知

○ 県庁内デジタルサイネージへの掲載



「屋外広告物に関する案内」を
タッチ



屋外広告物の落下事故等を防ぐために

平成30年10月1日から新たな点検制度がスタートします

点検制度のポイント

- ① 点検義務の対象が「**全ての広告物**」に拡大（貼り紙などの簡易な広告物を除く）
- ② 新たに許可不要の**自家用広告物**等についても、**3年以内**ごとに点検を義務付け
- ③ 表示面積1㎡以上で、かつ、**高さ4m**を超える広告物は、**有資格者**による点検を義務付け

1 点検義務等の対象となる屋外広告物の一覧

屋外広告物の種類			点検義務	有資格者による点検	点検結果報告
①	許可要	表示面積1㎡以上 高さ4m超	○	●	○
②		表示面積1㎡以上 高さ4m以下	○	○	○
③	許可不要（自家用広告物で表示面積10㎡以下のもの、公共広告物など）	表示面積1㎡未満	○	○	○
④		表示面積1㎡未満	●	○	○

●は今回の改正により新たに対象となるもの

2 有資格者による点検が必要な広告物の例

(s ≥ 1㎡, h > 4m)

お問い合わせは
三重県国土整備部 都市政策課 景観・屋外広告班まで
電話：059-224-2748 Email：keimachi@pref.mie.jp

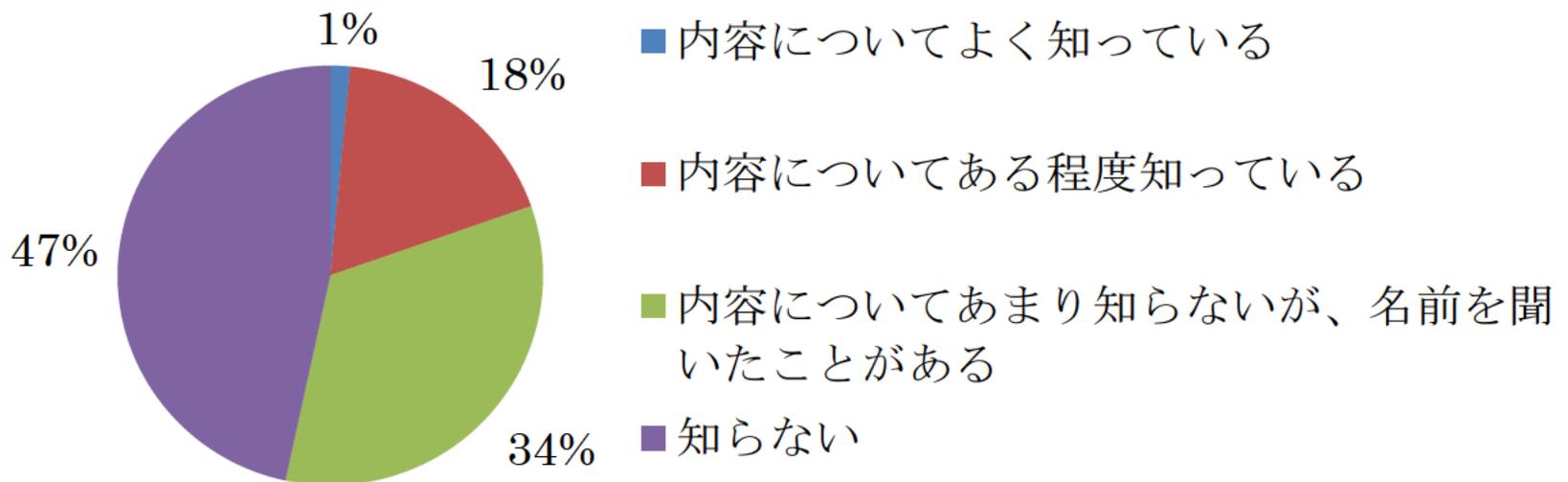
条例改正に係る周知活動について

②電子アンケートを活用した周知（10/17～10/31）

- ・ 県で実施している電子アンケートシステム（eモニター）を活用。システムに登録いただいている県民約1200人に対して、アンケートを送付するとともに屋外広告物に関する情報を提供。

電子アンケート結果（一部抜粋）

問：「三重県屋外広告物条例」により、屋外広告物を設置する際に「原則許可が必要」などの規制を行っていることをご存じですか。



条例改正に係る周知活動について

③文書・チラシを活用した周知

- ・ 広告主への許可更新の案内時にチラシ同封
- ・ 屋外広告登録業者（約750者）、各種団体（約130団体）、関係企業（約240者）へのDMの発送（4月、9月、1月）
- ・ イオン（約30店舗）及びコンビニ（約150店舗）などへのチラシの配架

④説明会などでの周知

- ・ 県内商工会議所などの経済団体への説明（5～6月）
- ・ 三重県屋外広告美術協同組合及び三重県テントシート工業組合での条例説明会（4月、6月）
- ・ 国、市町、県庁各部局に対する条例説明会の開催

条例改正に係る周知活動について

⑤三重県屋外広告美術協同組合と連携した周知

○平成30年8月31日に三重県屋外広告美術協同組合と協定締結

目的

屋外広告物に関する専門的な知見を有する三重県屋外広告美術協同組合と協働することにより、効果的に屋外広告物の安全確保をすること及び県とともに条例周知活動を行うことにより安全で快適なまちづくりを推進することとしている。

今年度の主な取組

- (1) 三重県屋外広告美術協同組合による看板相談窓口の設置
- (2) 屋外広告物安全点検パトロール及び条例周知などの活動である「まち歩き」に参加し専門的な助言などの協力

条例改正に係る周知活動について

⑥屋外広告物周知・啓発パトロール（まち歩き）での周知

【趣旨】

屋外広告物の適切な点検・管理を推進するため、行政と広告業者のみならず、これからの地域の担い手である県内の大学生とともに、まちを歩きながら、安全点検にかかる啓発活動及び危険な看板の早期発見を行う。

【目的】

周知啓発活動の一環としての取組であり、広告主などに広く周知することを目的としている。併せて、大学生に参加していただくことにより、屋外広告物への問題意識を持っていただくとともに、行政や広告業者に対して、一般県民及び若者の視点からの気づきを与えていただき、今後の周知活動などに生かす。

大学生にとっても、地域の身近な課題への関心の芽を養い、主体性や社会への参画意識を育む場と活用していただくことを期待する。

【開催日】平成30年10月29日 伊勢市外宮参道周辺

平成30年12月10日 鈴鹿市白子駅周辺

【参加者】県内の大学生、三重県屋外広告美術協同組合、市役所、三重県警、県建設事務所、都市政策課

条例改正に係る周知活動について

県政チャンネル
輝け三重人

 もっと安全・ほっと安心

防げ！屋外広告物の落下事故



報告事項③

屋外広告物事務の権限移譲

報告事項③屋外広告物事務の権限移譲

- 権限移譲推進の基本的考え方

県と市町の役割分担として、「補完性の原則」を踏まえ、市町は地域実情に応じた行政サービスを提供し、広域自治体である県は広域にわたる事務を担うほか、必要とされる専門性を高めるなどして市町を支援し、互いに対等・協力の関係のもと、より一層連携を強化していきます。

- 三重県権限移譲推進方針（第2次改定）において「重点移譲事務」を位置づけ

（1）住民に身近な事務で、住民の利便性の向上が期待される事務

（2）既に一部の市町への移譲が行われており、移譲の推進により県、市町の事務の効率化が期待される事務

（3）全国的に移譲が進んでいる事務 など

- 平成29年 屋外広告物事務を重点移譲事務に位置づけ

移譲の効果（メリット）

- （１）市町は県よりも対象範囲が小さいため、パトロールなどのきめ細かな対応が可能。
- （２）許可申請の審査機関が建設事務所から屋外広告物の設置場所の市町へ移ることにより、住民サービスの向上につながります。
- （３）許可手数料収入及び事務処理特例交付金を市町の自主財源として確保することができます。

報告事項③屋外広告物事務の権限移譲

屋外広告物事務について

住民に密接にかかわる事務

- (1) 許可事務（一部の市町（津市、松阪市、鈴鹿市、大紀町）に移譲済）
- (2) 簡易除却事務（全ての市町に移譲済）
- (3) 指導事務及び措置命令等（一部（津市、松阪市、鈴鹿市、大紀町）の市町に移譲済）

住民に間接的にかかわる事務

- (4) 指定事務（一市（松阪市）に移譲済）
- (5) 条例等改正事務（県）

報告事項③屋外広告物事務の権限移譲

権限移譲の状況

	許可・指導事務の 権限移譲時期	平成29年度実績 許可件数
津市	H13. 4. 1	7,853件
鈴鹿市	H14. 4. 1	4,818件
松阪市	H14. 4. 1	4,165件
大紀町	H19. 4. 1	61件
大台町	H31. 4. 1	—
三重県	—	31,072件

報告事項④

プロジェクトマッピングに関する動向

報告事項④ プロジェクションマッピングに関する動向

<背景>

- 近年、建物等に光を投影する「プロジェクションマッピング」は技術的進展がめざましく、世界の様々な都市において盛んに行われている。日本においても、今後、ラグビーワールドカップ2019や東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会に向け、活用ニーズがますます高まっていくことが想定される。また、プロジェクションマッピングを活用することで、まちの活性化や都市の魅力向上につながることも期待される。
- 従来の屋外広告物と態様、景観への影響等が大きく異なる。

(国土交通省発表資料より)



【国土交通省の取組】

- 平成30年3月30日、国土交通省はプロジェクションマッピングを行う際の環境整備を進めるため、「投影広告物条例ガイドライン」を新たに策定。
- 投影広告物条例ガイドラインの主な内容
 - ・公益性があり期間限定で行われるものは、許可不要で実施することができる。
 - ・禁止地域は住宅系用途地域など配慮が必要な地域に限定。許可地域についても、商業地域などの指定された地域においては面積要件等の制限を撤廃。

報告事項④ プロジェクションマッピングに関する動向

○なぜ屋外広告物条例の適用を受けるのか。

屋外広告物法は、「良好な景観の形成」「風致の維持」「公衆に対する 危害の防止」を目的とし、同法では、「屋外広告物」とは、以下の4つの要件を全て満たしているものとされている。

- ① 常時又は一定の期間継続して表示されるもの
- ② 屋外で表示されるもの
- ③ 公衆に表示されるもの
- ④ 看板、立看板、貼り紙及び貼り札並びに広告塔、広告板、建物その他の工作物等に掲出され、又は表示されたもの並びにこれらに類するもの

上記4つの要件を全て満たすものは、その表示する内容や形態にかかわらず屋外広告物となり、プロジェクションマッピングについても屋外広告物として規制の対象となりうる。

○県としては、屋外広告業界や周辺自治体の今後の動向を注視していく。

東京都議会議事堂での事例

