

屋外広告の定義

屋外広告物を発注、計画、製作、管理する者は、下記の最も基本的な法律の意味を理解しておかなければならない。

「屋外広告物」とは、常時又は一定の期間継続して屋外で公衆に表示されるものであって、看板、立看板、はり紙及びはり札並びに広告塔、広告板、建物その他の工作物に掲出され、又は表示されたもの並びにこれらに類するものをいう。

1. 期間：「常時又は一定の期間継続して表示されるもの」

一定の期間に該当しないもの、または固定されないものは屋外広告物にあたらない。ちらしやピラのような固定されないものは屋外広告物ではない。電柱や掲示板に貼ると屋外広告物になる。「ピンクちらし」に関しては2001年の「宮城県ピンクちらし根絶活動の促進に関する条例」や、2002年の「福岡市ピンクちらし等の根絶に関する条例」などの例があり、所持や配布を含めて規制し、事業者の責務を明記している。

2. 場所：「屋外で表示されるもの」

屋内で表示されるものは屋外広告物とはならない。この定義にはグレーゾーンがある。ガラスの外側は屋外であるが、内側に外向きにシートを貼っている広告物は屋内か屋外かで解釈が分かれる。出力技術や接着材の発達によってガラスと一体化し、窓自体も建築本体と一体化してきた今日、昔の定義は通用しない。

3. 対象：「公衆に表示されるもの」

道路や公共の広場等に面して表示されるものを指す。内部空間に表示されたものは屋外広告物とは言わない。道路に面していなくて、内部空間に設置されたものであるが、道路から視認できるものをどのように解釈するかは不透明である。

4. 例示：「看板、立看板、はり紙及びはり札」

主な媒体を例示している。一般的な広告物を指すがわかりにくい。また、広告板と広告塔のちがいは、平面か立体かの違いであり、自治体によっては面積や高さなどの規格が異なり、判別が難しい場合がある。

5. 物性：「広告塔、広告板、建物その他の工作物に掲出され、又は表示されたもの」

独立した広告物、あるいは建物や工作物に付属して取り付け、または直接表示されたもの。建物等に直接表示されたものは、文字や絵の天地と左右を直線で囲った部分の面積を算出する。建物そのものが広告化されているものをどのように解釈するかについては不明確である。

6. 類例：「これらに類するものを屋外広告物とする」

「これら」は、例示されたもののことであり、「類するもの」とは、広告の意図をもって表示されるもの全般を意味していると解釈できる。類するものとは、たとえばアドバルーンや、光を活用した表示などである。媒体の多様化によって「類するもの」の範囲が広がっている。

7. 目的：屋外広告物法の目的

1) 美観風致の維持

2) 公衆に対する危害の防止

明治44年に制定された旧広告物取締法では、1) 美観又ハ風致ヲ保存、2) 危険ノ處アリ、3) 安寧秩序ヲ害シ、4) 風俗ヲ紊ルノ處アリ、の4点を指摘しているが、現行法では上記2点に限られた。国の所掌から都道府県知事に委任されたことと、基本的人権に抵触するおそれがあることから「安寧秩序」と「風俗を乱す」項目が削除された。「言論の自由」が重視されたことも主要な一因である。しかし、「安寧」とは世の中が穏やかで平和なことを意味し、これを削除することが適当であったとは思えない。また、風俗を乱すことは別の法律を適用しなければならないなど、内容を審査できないことに疑問がある。