

屋外広告物の誘導は、利権と公益的な観点のせめぎ合いで、大変な仕事である。それぞれの言い分をしっかりと聞きながら、調整をはかっていかなければならない。また、違反対策にしても厳しい罰則をすぐに適用できるわけでもないで、根気よく理解を促していく必要がある。広告主、掲出者、業者、助言をする先生や専門家、そして地域の人々が関係者になる。これらの関係者に協力してもらいながら、地域の将来像を考え、魅力的に育てていくことが使命である。各地に個人的によくがんばっている行政マンがいる。有名な指導者もいる。しかし、最も大切なことは、持続可能なしくみをつくることだと思う。制度設計が、これからの景観行政には最も大切である。

#### 屋外広告物条例の制定・見直し

##### 1. 条例の骨子

地域の特性に応じて区分する。背景の色彩、素材等を整理する。地域の将来像を明確にする。

屋外広告の禁止地域、禁止物件、種類、大きさ、高さ、色彩、総量等を定める。素材を制限する場合がある。

許可申請の手続きを示す。対象物件や、更新、維持、管理の要件を示す。罰則、除去の要件を示す。

屋外広告物登録を促す。営業要件を示す。教育、審査等の要領を示す。

##### 2. 要点

基準の分類を、面で分割するか、線で分割するかを決める。届出のシステムが簡単であること。計画、設計、製作、管理の指導がわかりやすいこと。地域の合意形成を重視する。審査、指導、評価制度を盛り込む。無理なく段階的に改善するプログラムをつくる。経過措置のあり方を検討する。

#### ガイドラインの作成

##### 1. ガイドラインの目的

条例の趣旨をわかりやすく伝える。

条例で表現しにくい誘導方針を示す。業者が広告主に説明できるようにする。指導方法を示す。住民の役割を示す。地域の将来像(ビジョン)を示し、共感を得る。

##### 2. 要点

わかりやすい言葉で表現する。図版を多く用いる。ガイドラインを

講習会のテキストに使用する。良い事例はできるだけ地域の事例を用い、悪い事例は他の地域の事例とするか、集合体とするなど、広告主が特定できないように配慮する。悪質な事例の場合は、氏名公表等を宣言してガイドラインに掲載することも考えられる。

#### 罰則と表彰制度

##### 1. 罰則

条例は、不公平がないように厳格に適用する。従来は、人手が足りないことを理由として黙認してる場合が多かったが、遵守している場合の届出証をわかりやすくすることはすぐにできる。警告を徹底することもできるし、違反者や無許可者の氏名の公表や集計データとしての広告主の公表も可能である。罰則の適用以前に、違反や無許可の屋外広告物の無力化をすることが、有効である。

一方で、守れない規則であるかどうかの検証が必要である。一般に、既存不適格が15%を超えると指導がしにくい考えられる。

##### 2. 表彰制度

すぐれた物件については、表彰制度を活用してその努力を讃え、指針を示すことがモチベーションにつながる。許可期間の延長や基準面積の緩和等の優遇制度との併用も考えられる。