

# 那覇市屋外広告物適正化推進計画

平成 26 年 3 月

那覇市都市計画部 都市デザイン室





## < 目 次 >

1. はじめに .....	1
2. 適正化推進計画の目的等 .....	5
3. 屋外広告物の掲出状況 .....	10
4. 屋外広告物の適正化に向けた課題 .....	15
5. 屋外広告物の適正化の方針 .....	21
6. 屋外広告物適正化推進計画 .....	25
7. 今後のスケジュール(案)と推進体制 .....	38



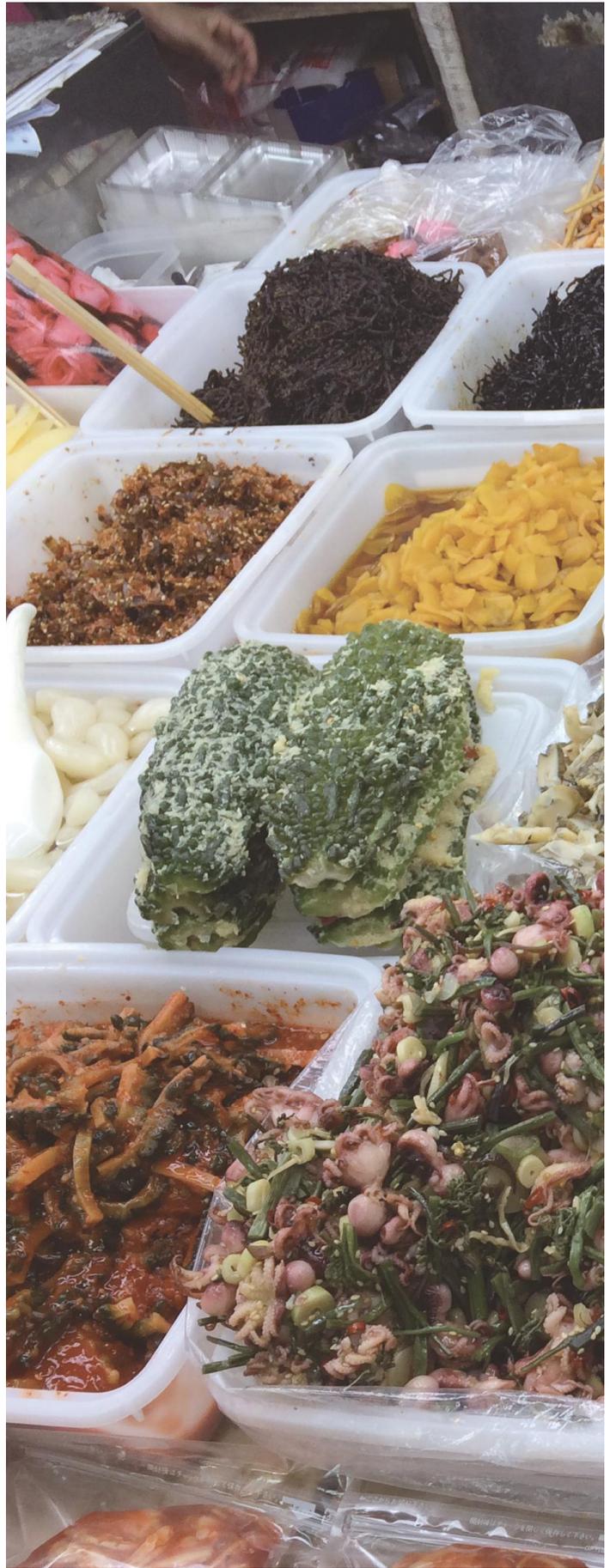


# 1. はじめに

ひとたび那覇（沖縄）の地に降り立つと、  
亜熱帯地域特有の澄み切った空、澄んだ海、日差し、  
風、空気、音などを感じ、観光客、うちなーんちゅ問わず  
直感的に那覇の魅力を体感することができます。



こうした那覇の魅力を作り出す要素は、  
時には、「暮らし」であったり、  
「自然」、「建物」、「音楽」、「まつり」、「ふれあい」  
と目にするもの、肌で感じるものなど様々です。





まちなかを彩る“かんばん”もそのひとつの要素であります。

まちの「趣き(おもむき)」や「にぎわい」を生み出す

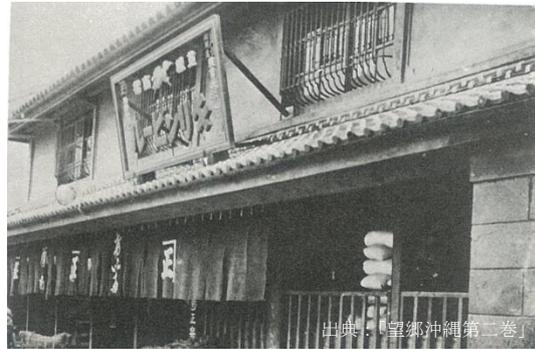
重要な要素である“かんばん”について、

みなさんと一緒に考えていきたいと思えます。

市民のみなさまがよく知る「かんばん」は、行政では一般的に「屋外広告物」と呼ばれます。以下、「かんばん」、「屋外広告物」を使い分けて表現します。

かんばんは人々の生活に寄り添い、進化し、形を変えながら、独自の歴史を築きあげてきました。

行政・業界・市民の協働により、今の時代に合ったかんばんのあり方について考え、行動することで、より那覇らしい魅力的な“かんばん景観”を創出できるものと考えます。



なつあ  
あつー那覇めかんばんじょーとーむん



## 2. 適正化推進計画の目的等

### (1) 適正化推進計画の目的

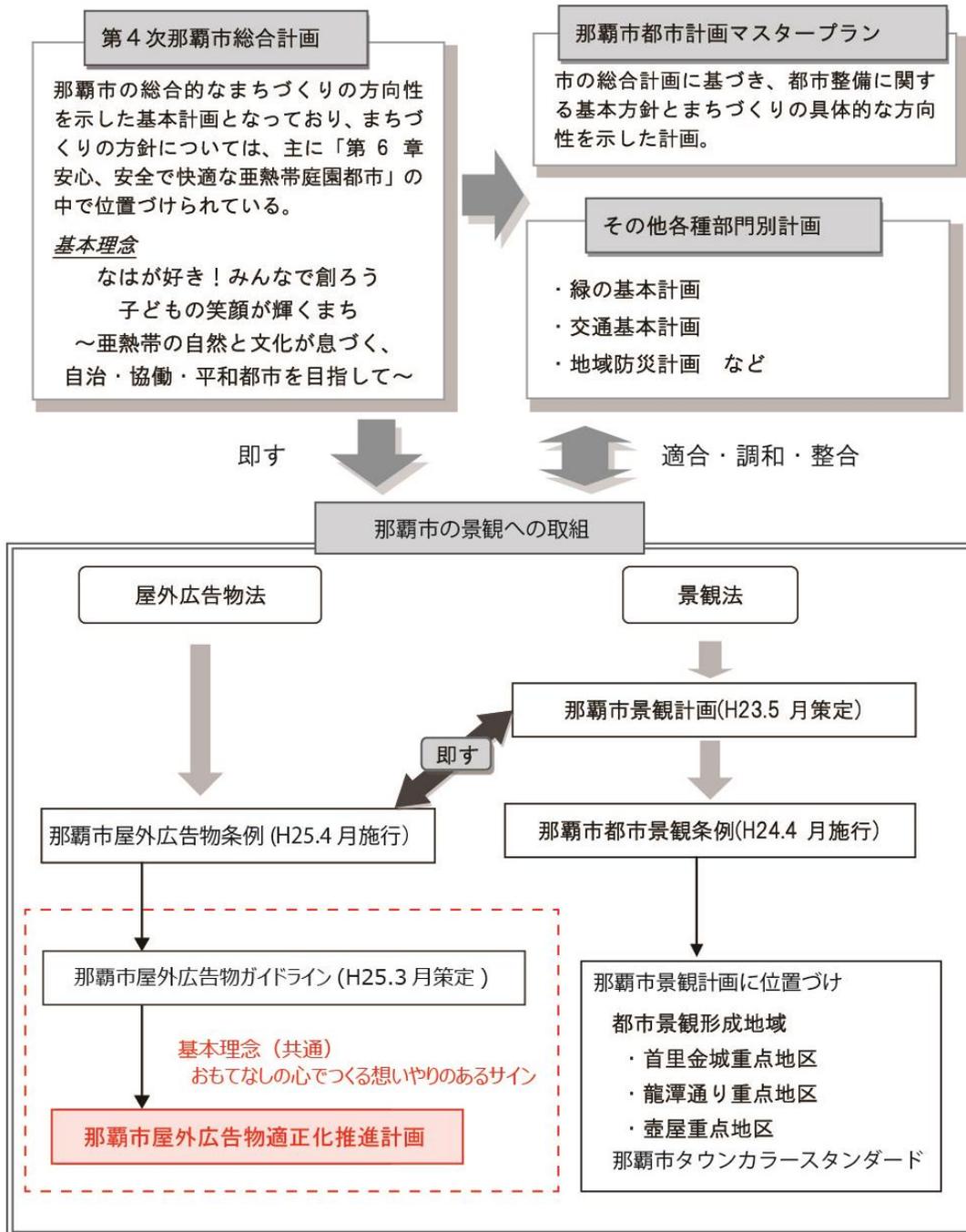
那覇の魅力を作り出す「かんばん」について、本市では、「おもてなしの心でつくる想いやりのあるサイン」を基本理念に掲げ、市内全域の新たなルールとなる那覇市屋外広告物条例（以下「市条例」という。）を施行するとともに、円滑な運用を推進するために「那覇市屋外広告物ガイドライン」を作成しました。

本市の「かんばん」の現況については、「那覇市屋外広告物現況調査（平成25年7月）」の結果により、許可申請率の向上や市条例不適合広告物への対策等が課題として挙げられております。

このような課題解決に向けて、市民、関係機関や業界団体等と連携しながら、市条例並びに「かんばん」を広く周知する方策やかんばんの適切なあり方を示し、適正化に向けた実効性のある計画として「那覇市屋外広告物適正化推進計画（以下、「本計画」という。）」を定めるものです。

## (2) 上位計画、景観計画との位置づけ

上位計画およびこれまでの那覇市景観施策の理念、目標等を継承しています。



### ■中核市移行後の屋外広告物の関連施策について(屋外広告物が「ガイドラインP68」)

中核市移行後の屋外広告物の関連施策として、「那覇市屋外広告物ガイドライン」の基本理念を踏まえて、本市が目指す都市像である「亜熱帯庭園都市」「風格ある都市」「観光交流都市」の実現に向けて、屋外広告物の適正化に向けた計画として「屋外広告物適正化推進計画」を策定し、関係機関、業界団体等と連携しながら当該計画を推進してきたいと考えています。

### (3) 「那覇市景観計画」における屋外広告物の位置づけ等

#### ■那覇市の景観特性と課題（一部抜粋）

(3) 地域・地区を貫く、区切る、つなぐ、幹線道路軸（モノレール軸を含む）

##### ①幹線道路（那覇市景観計画 P. 25）

<課題>

幹線道路沿道建物等のファサードも含め、更なる景観整備（風格・楽しさ、賑わいなど、各テーマにあった景観をつくとともに、広告物や建物・色彩等の規制・誘導等）が求められます。

##### ③沖縄都市モノレール（那覇市景観計画 P. 26）

<課題>

モノレール沿線建物への広告・看板類の無節操な掲出が予想されます。明確な制御が必要となります。

(4) エリア区分別（那覇市景観計画 P. 27）

<課題>

観光商業軸である国際通りや沖映通りは、全体として、沿道建物の色彩や看板類に「国際通り」、「那覇の通り」としての「風格」や「らしさ」を有する調和があまり見られません。特に看板類があふれ出し、雑然としたイメージを与えています。沿道建物等のたたずまい（形態・色彩・広告看板等）のコントロールが求められます。

#### ■骨格的景観形成の方針（一部抜粋）

1-3 地域・地区を貫く・区切る・つなぐ 幹線道路軸（モノレール軌道を含む）

<個別方針>（那覇市景観計画 P. 61）

⑤沿道の看板類や、建物の色彩などを一定制御することなどによって、調和のとれた美しい景観形成を図ります。

⑧モノレールの沿線及び車体の広告物は、良好な景観となるよう規制・誘導します。

2-1 全エリア共通方針

<個別方針>（那覇市景観計画 P. 63）

⑨各エリアにふさわしい屋外広告物とするための誘導・規制をします。

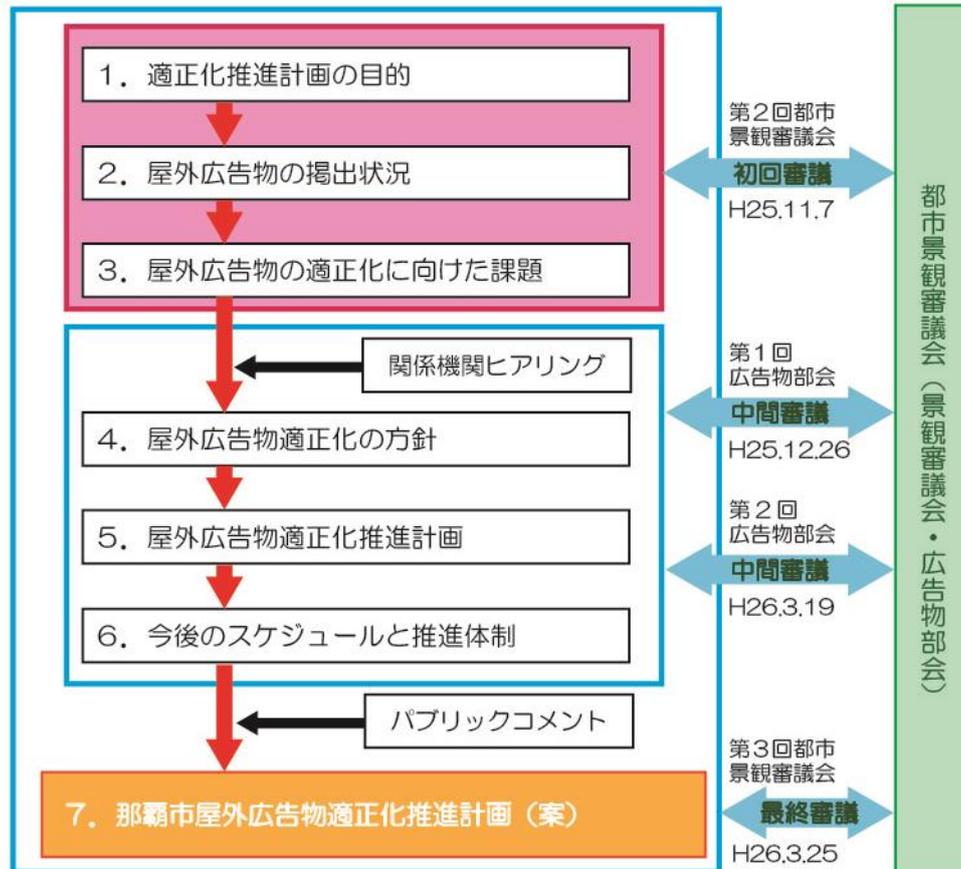
#### ■屋外広告物等の表示等に関する行為の制限に関する事項（那覇市景観計画 P. 87）

那覇市においては、平成3年に「那覇市サインデザインマニュアル」を策定し、それに基づく景観づくりの一環として屋外広告物に関する指導を行ってきました。今後は、時代の流れや現況を十分に把握し、本景観計画との整合性に配慮しながら、「那覇市サインデザインマニュアル」の改訂を行う一方、「那覇市屋外広告物条例」の制定や屋外広告物の規制や誘導に関する重点地区の設定など、これまで以上に屋外広告物の表示の行為の制限に関して積極的に取り組みます。

#### (4) 適正化推進計画の業務フロー

本計画の業務フローを下記に示します。

##### ■業務フロー



## (5) 対象となる屋外広告物

本計画において対象となる屋外広告物は、下記のとおりとします。

### ■屋外広告物とは

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等に提出されるもの、又はこれらに類するものをいいます。

(屋外広告物法第2条第1項)

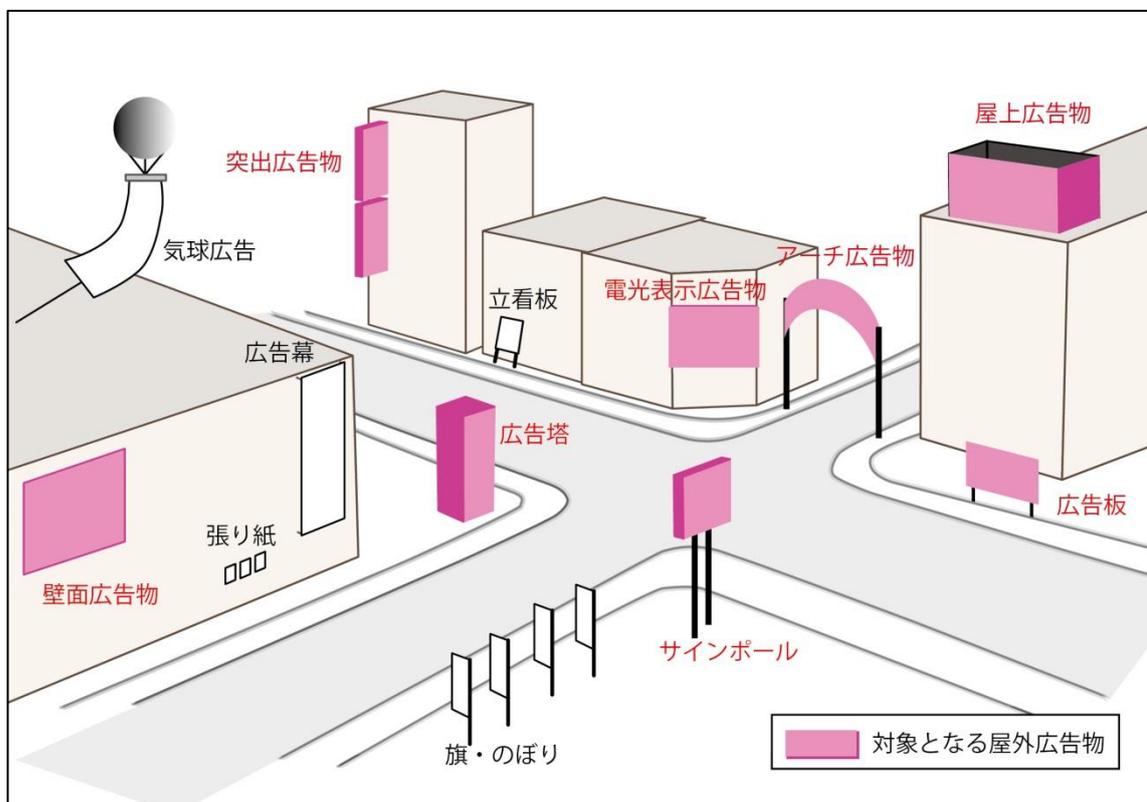
営利的な商業広告だけではなく非営利的なものであっても、常時又は一定の期間継続して屋外で表示されるものは、その表示する内容にかかわらず、屋外広告物となります。

### ■対象となる屋外広告物の種類

本業務における対象となる屋外広告物の種類については、

- ・許可の期間が1ヵ月以内となる「張り紙」「広告幕」「旗・のぼり」「立看板」「気球広告」を除く、全ての屋外広告物を対象とします。(下記の図-1 対象となる屋外広告物参照)

### ■図-1 対象となる屋外広告物



※広告板、広告塔、サインポールは野立広告としてまとめます。

### 3. 屋外広告物の掲出状況

#### (1) 屋外広告物の掲出状況

「那覇市屋外広告物現況調査（平成 25 年 7 月）」における那覇市内に掲出されている屋外広告物は、44,259 件となっており、そのなかでも壁面広告が全体の 7 割弱と最も多くなっています。

■表-1 那覇市屋外広告物の掲出状況  
（「那覇市屋外広告物現況調査」の結果より）

広告の種類	広告数	割合
屋上広告物	1,551	3.5%
壁面広告物	29,202	66.0%
突出広告物	6,980	15.8%
野立広告物	6,478	14.6%
アーチ広告物	48	0.1%
那覇市全体	44,259	100.0%

※現況調査で行った調査対象となる屋外広告物のみ

#### (2) 許可申請状況（許可未申請状況）

那覇市内に掲出されている屋外広告物 44,259 件のなかで、許可が必要となる屋外広告物は 19,213 件で、うち未申請の広告物は 18,237 件と 9 割強となっています。

■表-2 許可申請の状況（「那覇市屋外広告物現況調査」の結果より）

広告の種類	広告数	割合	適用除外		許可が必要となる屋外広告物					
			広告数	割合	広告数	割合	未申請 広告数	割合	申請済 広告数	割合
屋上広告物	1,551	3.5%	670	43.2%	881	56.8%	819	93.0%	62	7.0%
壁面広告物	29,202	66.0%	16,850	57.7%	12,352	42.3%	11,797	95.5%	555	4.5%
突出広告物	6,980	15.8%	4,298	61.6%	2,682	38.4%	2,607	97.2%	75	2.8%
野立広告物	6,478	14.6%	3,194	49.3%	3,284	50.7%	3,000	91.4%	284	8.6%
アーチ広告物	48	0.1%	34	70.8%	14	29.2%	14	100.0%	0	0.0%
那覇市全体	44,259	100.0%	25,046	56.6%	19,213	43.4%	18,237	94.9%	976	5.1%

※現況調査で行った調査対象となる屋外広告物のみ

※適用除外は許可が不要となる屋外広告物

※「適用除外」「許可が必要となる屋外広告物」の広告数の割合は、「広告の種類」の広告数に対する割合

※「未申請広告数」「申請済広告数」の割合は、「許可が必要となる屋外広告物」の広告数に対する割合

### (3) 市条例不適合広告物の状況

市内に掲出されている屋外広告物の9割強が市条例に適合した屋外広告物となっていますが、残りの1割弱については不適合となっています。不適合広告物のうち野立広告物が不適合となる割合が高く、野立広告物全体の1割が不適合となっています。

■表-3 広告の種類別不適合状況  
(「那覇市屋外広告物現況調査」の結果より)

広告の種類	那覇市全体			適用除外		許可が必要な屋外広告物					
	広告数	不適合	割合	不適合	割合	不適合		未申請		申請済	
						不適合	割合	不適合	割合	不適合	割合
屋上広告物	1,551	106	6.8%	14	0.9%	92	5.9%	79	5.1%	13	0.8%
壁面広告物	29,202	1,435	4.9%	362	1.2%	1,073	3.7%	1,014	3.5%	59	0.2%
突出広告物	6,980	147	2.1%	55	0.8%	92	1.3%	88	1.3%	4	0.1%
野立広告物	6,478	650	10.0%	138	2.1%	512	7.9%	467	7.2%	45	0.7%
アーチ広告物	48	2	4.2%	1	2.1%	1	2.1%	1	2.1%	0	0.0%
那覇市全体	44,259	2,340	5.3%	570	1.3%	1,770	4.0%	1,649	3.7%	121	0.3%

※現況調査で行った調査対象となる屋外広告物のみ

※適用除外は許可が不要となる屋外広告物

※不適合の割合は、「那覇市全体」の広告数に対する割合

市条例では、広告物の乱立を抑制するため、総量規制として1敷地内に表示できる広告物の合計面積の上限を定めております。(現況調査では、建物1棟に掲出されている屋外広告物の合計面積で判断しています。)

屋外広告物を掲出している建物は16,012棟で、うち総量規制の不適合棟数は268棟(1.7%)となっております。

■表-4 総量規制の不適合状況(「那覇市屋外広告物現況調査」の結果より)

那覇市全体建物数	屋外広告物を掲出している建物数		総量規制不適合	
	棟数	割合	棟数	割合
53,395	16,012	30.0%	268	1.7%

※現況調査で行った調査対象となる屋外広告物のみ

※「屋外広告物を掲出している建物数」の割合は、「那覇市全体建物数」に対する割合

※「総量規制不適合」の割合は、「屋外広告物を掲出している建物数」に対する割合

## (4) 広告種別不適合広告物の状況

### ① 屋上広告物

不適合広告物 2,340 件のなかで、屋上広告物の不適合は 106 件で 4.5%と 1 割に満たない状況であります。

色彩基準により不適合となるケースが多く、主に国道 58 号や国際通り等、主要道路沿道等への立地が多くみられます。

■表-5-1 広告の種類別不適合状況の内訳  
 (「那覇市屋外広告物現況調査」の結果より)

	広告数	那覇市全体		適用除外		許可が必要な広告物						
		不適合	割合	不適合	割合	不適合	割合	未申請		申請済		
								不適合	割合	不適合	割合	
那覇市全体	44,259	2,340	5.3%	570	1.3%	1,770	4.0%	1,649	3.7%	121	0.3%	
屋上広告物	面積	1,551	24	1.5%	0	0.0%	24	1.5%	16	1.0%	8	0.5%
	高さ		23	1.5%	0	0.0%	23	1.5%	21	1.4%	2	0.1%
	色彩		74	4.8%	14	0.9%	60	3.9%	55	3.5%	5	0.3%
合計 ※1		106	4.5%	14	2.5%	92	5.2%	79	4.8%	13	10.7%	

※合計は重複を省いているため内訳とは一致しない。  
 ※現況調査で行った調査対象となる屋外広告物のみ  
 ※適用除外は許可が不要となる屋外広告物  
 ※不適合の割合は、「那覇市全体」の広告数、「屋上広告物」の広告数に対する割合  
 ※1：合計部分の割合については、それぞれの項目の那覇市全体の不適合数に対する割合

### ② 壁面広告物

不適合広告物 2,340 件のなかで、壁面広告物の不適合は 1,435 件で 61.3%と最も大きな割合を占めている状況であります。

色彩基準による不適合がほとんどであり、市全体に点在していますが、主に国際通り等の主要道路沿道等への立地が多くみられます。

■表-5-2 広告の種類別不適合状況の内訳  
 (「那覇市屋外広告物現況調査」の結果より)

	広告数	那覇市全体		適用除外		許可が必要な広告物						
		不適合	割合	不適合	割合	不適合	割合	未申請		申請済		
								不適合	割合	不適合	割合	
那覇市全体	44,259	2,340	5.3%	570	1.3%	1,770	4.0%	1,649	3.7%	121	0.3%	
壁面広告物	面積	29,202	148	0.5%	0	0.0%	148	0.5%	141	0.5%	7	0.02%
	色彩		1,310	4.5%	362	1.2%	948	3.2%	895	3.1%	53	0.2%
合計 ※1		1,435	61.3%	362	63.5%	1,073	60.6%	1,014	61.5%	59	48.8%	

※合計は重複を省いているため内訳とは一致しない。  
 ※現況調査で行った調査対象となる屋外広告物のみ  
 ※適用除外は許可が不要となる屋外広告物  
 ※不適合の割合は、「那覇市全体」の広告数、「壁面広告物」の広告数に対する割合  
 ※1：合計部分の割合については、それぞれの項目の那覇市全体の不適合数に対する割合

### ③ 突出広告物

不適合広告物 2,340 件のなかで、突出広告物の不適合は 147 件で 6.3%と 1 割に満たない状況であります。

色彩基準による不適合がほとんどであり、市全体に点在していますが、国際通りや国道 58 号周辺への立地が多くみられます。

■表-5-3 広告の種類別不適合状況の内訳  
 (「那覇市屋外広告物現況調査」の結果より)

	広告数	那覇市全体		適用除外		許可が必要な広告物						
		不適合	割合	不適合	割合	不適合	割合	未申請		申請済		
								不適合	割合	不適合	割合	
那覇市全体	44,259	2,340	5.3%	570	1.3%	1,770	4.0%	1,649	3.7%	121	0.3%	
突出広告物	面積 色彩	6,980	8	0.1%	0	0.0%	8	0.1%	8	0.1%	0	0.0%
			140	2.0%	55	0.8%	85	1.2%	81	1.2%	4	0.1%
合計 ※1		147	6.3%	55	9.6%	92	5.2%	88	5.3%	4	3.3%	

※合計は重複を省いているため内訳とは一致しない。

※現況調査で行った調査対象となる屋外広告物のみ

※適用除外は許可が不要となる屋外広告物

※不適合の割合は、「那覇市全体」の広告数、「突出広告物」の広告数に対する割合

※1：合計部分の割合については、それぞれの項目の那覇市全体の不適合数に対する割合

### ④ 野立広告物

不適合広告物 2,340 件のなかで、野立広告物の不適合は 650 件で 27.8%と壁面広告の次に多い状況であります。

色彩基準による不適合がほとんどであります。近年は、主要道路沿道での駐車場や空地等に面積基準を超えて掲示するケースが増えていきます。

■表-5-4 広告の種類別不適合状況の内訳  
 (「那覇市屋外広告物現況調査」の結果より)

	広告数	那覇市全体		適用除外		許可が必要な広告物						
		不適合	割合	不適合	割合	不適合	割合	未申請		申請済		
								不適合	割合	不適合	割合	
那覇市全体	44,259	2,340	5.3%	570	1.3%	1,770	4.0%	1,649	3.7%	121	0.3%	
野立広告物	面積 高さ 色彩	6,478	52	0.8%	0	0.0%	52	0.8%	43	0.7%	9	0.1%
			44	0.7%	0	0.0%	44	0.7%	39	0.6%	5	0.1%
			591	9.1%	138	2.1%	453	7.0%	416	6.4%	37	0.6%
合計 ※1		650	27.8%	138	24.2%	512	28.9%	467	28.3%	45	37.2%	

※合計は重複を省いているため内訳とは一致しない。

※現況調査で行った調査対象となる屋外広告物のみ

※適用除外は許可が不要となる屋外広告物

※不適合の割合は、「那覇市全体」の広告数、「野立広告物」の広告数に対する割合

※1：合計部分の割合については、それぞれの項目の那覇市全体の不適合数に対する割合

⑤ アーチ広告物

アーチ広告物の不適合は2件とほとんどない状況であり、すべて色彩基準による不適合となっています。

■表-5-5 広告の種類別不適合状況の内訳  
 (「那覇市屋外広告物現況調査」の結果より)

	広告数	那覇市全体		適用除外		許可が必要な広告物						
		不適合	割合	不適合	割合	不適合	割合	未申請		申請済		
								不適合	割合	不適合	割合	
那覇市全体	44,259	2,340	5.3%	570	1.3%	1,770	4.0%	1,649	3.7%	121	0.3%	
アーチ広告物	48	面積	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
		色彩	2	4.2%	1	2.1%	1	2.1%	1	2.1%	0	0.0%
合計 ※1		2	0.1%	1	0.2%	1	0.1%	1	0.1%	0	0.0%	

※合計は重複を省いているため内訳とは一致しない。

※現況調査で行った調査対象となる屋外広告物のみ

※適用除外は許可が不要となる屋外広告物

※不適合の割合は、「那覇市全体」の広告数、「アーチ広告物」の広告数に対する割合

※1：合計部分の割合については、それぞれの項目の那覇市全体の不適合数に対する割合

## 4. 屋外広告物の適正化に向けた課題

### (1) 調査結果を受けての課題

課題①：許可が必要な屋外広告物の申請率は、5%と低い状況にあります。

課題②：市条例の許可基準に適合しない要因の中で、最も多いのは色彩基準であります。

課題③：総量規制については、複合商業施設などでの不適合が多くみられます。また、複合商業施設では、複数の事業者が広告物を掲出するため、許可面積の上限を全体でコントロール出来ない状況が想定されます。

課題④：沖縄県屋外広告物条例の許可を受けた屋外広告物においても、市条例により新たに設けられた色彩基準や総量規制等により、不適合となるものがみられます。

課題⑤：野立広告の面積基準については、沖縄県と那覇市で判断基準が異なるため、不適合となる事例があります。

・沖縄県：1基あたり 30 m<sup>2</sup>      ・那覇市：1事業所等 30 m<sup>2</sup>

### (2) 地域特性及びその課題

地域特性①：国際通りや新都心など、商業施設等の集客施設が多く立地する地域において、不適合の屋外広告物が数多くみられ、その主な要因は色彩によるものであります。

地域特性②：国道 58 号や国道 331 号、県道 221 号等の交通量が多い主要道路沿道においては、運転者を対象とすることから、面積基準を超過して不適合となるケースがみられます。

地域特性③：西町や港町等の倉庫街や港湾地域においては、比較的大規模な事業所が立地しており、大規模な屋上広告や壁面広告等により、不適合となるケースがみられます。

## ■景観エリア別の不適合屋外広告物の状況

「那覇市景観計画・景観ガイドライン」で示している類型別景観エリアを参考に、観光・開発・歴史・沿道に立地している主な広告種別の不適合状況をみると以下のとおりであります。

### <景観エリア別不適合状況>

類型別景観エリア	広告種類
大規模整備-1（天久新都心周辺）	屋上、壁面、野立
大規模整備-2（真嘉比・古島土地区画整理事業区域）	壁面、野立
大規模整備-3（小録・金城土地区画整理事業区域）	屋上、壁面、野立
国道 58 号沿道エリア	屋上、壁面、野立
商業・観光エリア	屋上、壁面、野立
識名歴史エリア	壁面、野立
首里歴史エリア	壁面、野立
首里金城重点地区	壁面、
龍潭通り重点地区	壁面、野立
壺屋重点地区	壁面、野立

## ■各エリアにみられる不適合広告物の特徴

### 【大規模整備】

「天久新都心周辺」並びに「小録・金城土地区画整理事業区域」では、『屋上、壁面、野立』による不適合広告物がみられ、「真嘉比・古島土地区画整理事業区域」では、屋上広告の不適合は多くみられないが、壁面、野立による不適合の割合が多い状況にあります。

### 【国道 58 号沿道エリア】

「国道 58 号沿道エリア」では、車両からの視認を中心とし、『屋上、壁面、突出、野立』共に比較的規模の大きい広告物が不適合となっております。また、視認性を高めるために色彩による不適合の割合が多い状況にあります。

### 【商業・観光エリア】

「商業・観光エリア」では、買い物客や観光客等の歩行者の目を引く事を目的に広告を設置する傾向にあります。特に壁面広告において、可能な限りサイズを大きくしたり、カラフルな色彩、電飾を活用するなどの広告が不適合となっております。

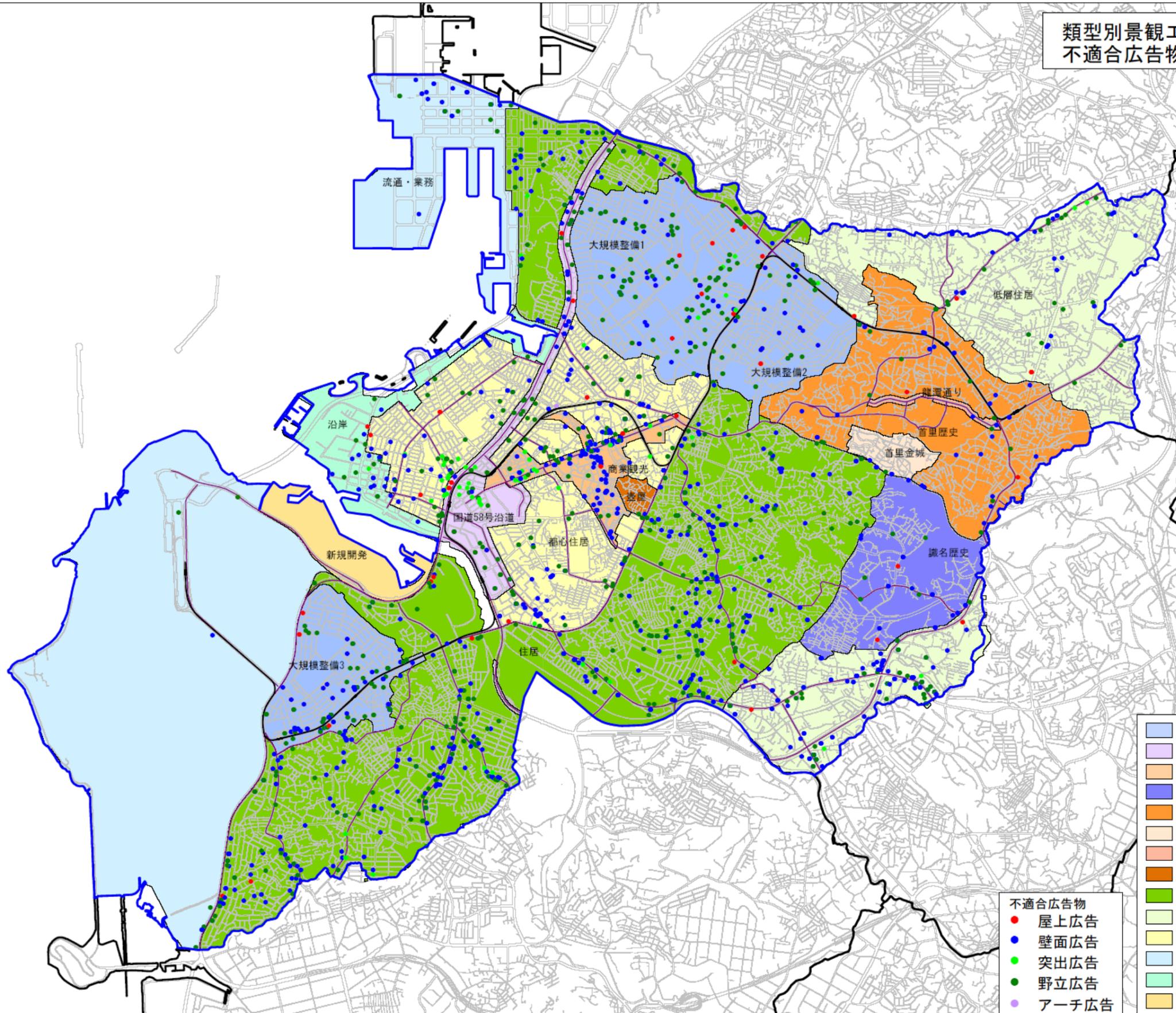
### **【歴史エリア】**

「識名歴史エリア」、「首里歴史エリア」では、『壁面、野立』の不適合が目立つが、面積等の不適合ではなく、色彩による不適合の割合が多い状況にあります。

### **【重点地区】**

「首里金城重点地区」、「龍潭通り重点地区」、「壺屋重点地区」においても、歴史エリア同様、『壁面、野立』の不適合が目立つが、面積等の不適合ではなく、色彩による不適合の割合が多い状況にあります。

類型別景観エリアにおける  
不適合広告物プロット図



- |            |
|------------|
| 大規模整備      |
| 国道58号沿道エリア |
| 商業・観光エリア   |
| 識名歴史エリア    |
| 首里歴史エリア    |
| 首里金城重点地区   |
| 龍潭通り重点地区   |
| 壺屋重点地区     |
| 住居エリア      |
| 低層住居エリア    |
| 都心住居エリア    |
| 流通・業務エリア   |
| 沿岸エリア      |
| 新規開発エリア    |
- 
- |         |
|---------|
| 不適合広告物  |
| ● 屋上広告  |
| ● 壁面広告  |
| ● 突出広告  |
| ● 野立広告  |
| ● アーチ広告 |

## 5. 屋外広告物の適正化の方針

### (1) 基本理念

おもてなしの心でつくる思いやりのあるサイン

本市では平成 25 年 4 月 1 日の中核市移行に伴い、市条例の制定、那覇市屋外広告物ガイドラインの策定を行いました。

屋外広告物ガイドラインにおいては、「おもてなしの心でつくる思いやりのあるサイン」を基本理念に掲げ、風景への思いやり(那覇の風景と調和したサイン)、ひとへの思いやり(屋外広告物の機能を活かした伝わりやすいサイン)を持った屋外広告物を、市民との協働のもと創出することとしております。

本計画においても、屋外広告物ガイドラインで掲げた基本理念を実現するため、適正化に向けての方針、施策を示し、屋外広告物の目指すべき方向性を提示して適正化の推進を図るものです。

### (2) 基本方針

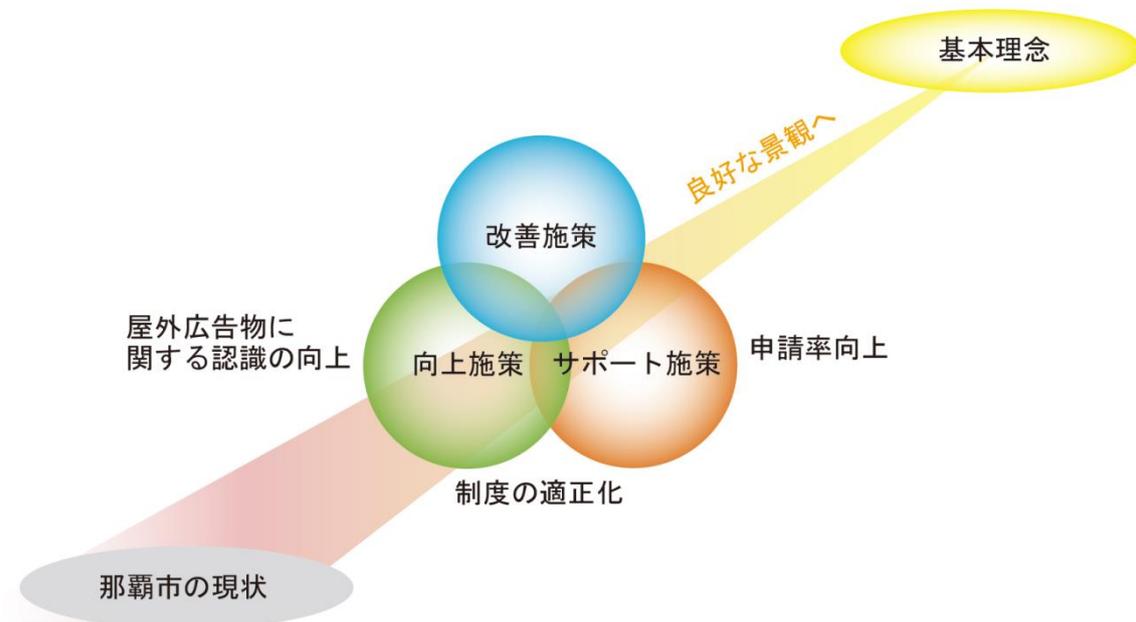
平成 24 年度に実施した那覇市屋外広告物現況調査結果によると、市内にある約 9 割の屋外広告物が条例の許可を受けず掲出していることや、色彩基準の不適合が多いこと、地域によって不適合の特徴が見られるなど、様々な課題を有していることが判明しました。

このような課題等に対応し、基本理念を実現するため、それぞれの課題に合った方法で改善を図る「改善施策」と、屋外広告物に関する認識の向上や公共空間の質の向上等に資する「向上施策」、市民や業界と連携し改善・向上施策の展開を支える「サポート施策」の 3 つの施策を基本方針に掲げ、推進していきたいと考えます。

## ■基本方針



## ■屋外広告物適正化のイメージ



### (3) 屋外広告物重点地区の設定

#### ①屋外広告物重点地区の位置づけ

屋外広告物の適正化を進める上で、市全域に各種施策を一斉に展開して行うことは、人員的・期間的要因において現実的に困難な状況であるため、施策実施の優先順位を決めることが必要であります。

そのため、本市の都市構造を形成する上で重要な骨格的景観軸、景観形成等については、屋外広告物を与える影響が大きいことから「屋外広告物重点地区」を設定し、適正化に向けた施策の円滑な推進を図っていきます。

#### ②屋外広告重点地区の設定

屋外広告物重点地区を設定するにあたり、都市計画（那覇市都市計画マスタープラン）における都市構造並びに地域別構想のあり方や都市のシンボル軸の位置づけ、景観計画（那覇市景観計画）における良質な景観形成のあり方等を踏まえ、屋外広告物重点地区を以下のとおり設定します。

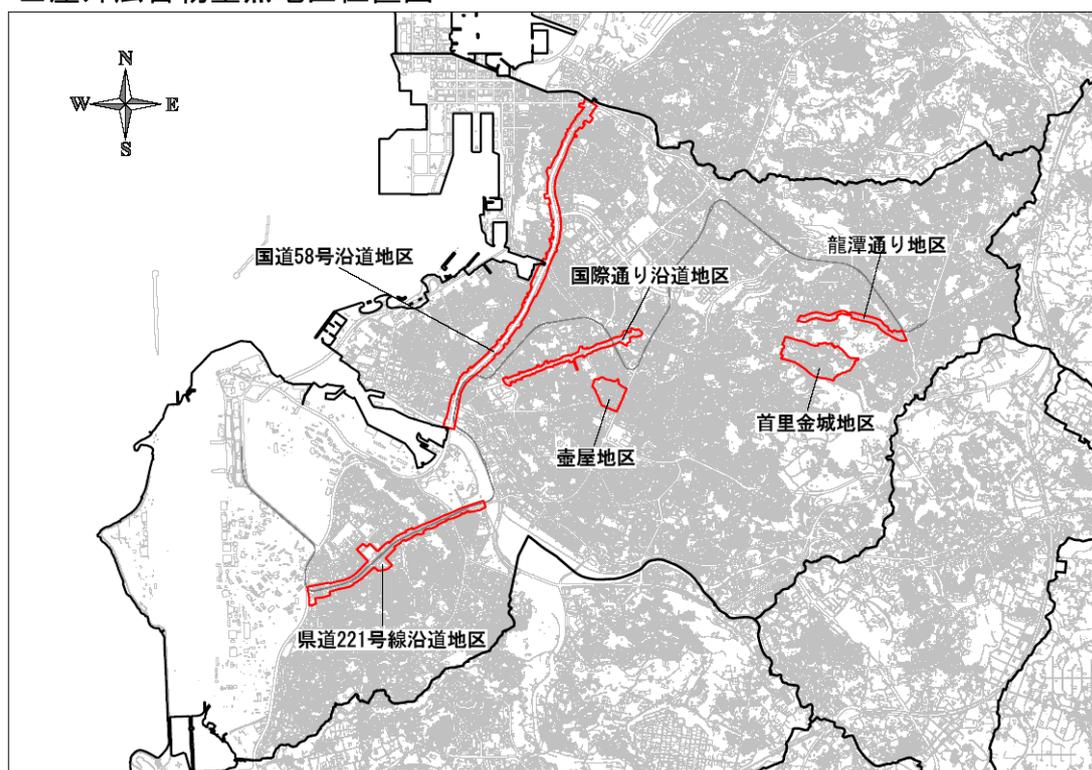
屋外広告物重点地区の設定の考え方として、

- 「風格ある県都 那覇」「亜熱帯庭園都市 那覇」を創出し、那覇市の景観形成上、歴史・文化的に最も重要な地区（都市景観形成地域）
- 「観光交流都市 那覇」を創出し、那覇市の観光拠点、那覇市の顔となる観光・商業的に最も重要な地区
- 那覇市の都市構造の骨格となる幹線道路沿道地区を基調とし、屋外広告物重点地区を設定します。

## ■屋外広告物重点地区

地区名	那覇市都市計画マスタープラン	那覇市景観計画	屋外広告物誘導のイメージ
・首里金城地区 ・龍潭通り地区 ・壺屋地区	○歴史、文化拠点	○都市景観形成地域 ・シンボルロード（龍潭通り）	景観形成上、また歴史・文化的に重要な地区として位置づけられています。地区毎の景観形成の方針並びにシンボルロードの位置づけに基づき、良好な景観形成に資する屋外広告物の誘導を図ります。
・国際通り沿道地区	○商業・業務ゾーン ○都市のシンボル軸	○骨格的景観 ・幹線道路軸 ・モノレール軸	那覇市の中心市街地並びに観光・商業上、重要な地区として位置づけられています。市街地の賑い等にも配慮しながらも都市のシンボル軸として景観形成に資する屋外広告物の誘導を図ります。
・国道58号沿道地区	○商業・業務ゾーン ○都市の活動軸	○骨格的景観 ・幹線道路軸	那覇市の主要な幹線道路軸として位置づけられています。県都として風格とシンボル性をそなえたメインストリートとしての沿道景観と連続性に配慮した屋外広告物の誘導を図ります。
・県道221号線沿道地区	○商業・業務ゾーン ○都市の活動軸	○骨格的景観 ・幹線道路軸 ・モノレール軸	那覇市の地域商業拠点（軸）として位置づけられています。モノレール沿線における空港からの玄関口としての沿道景観と連続性に配慮した屋外広告物の誘導を図ります。

## ■屋外広告物重点地区位置図



## 6. 屋外広告物適正化推進計画

### (1) 屋外広告適正化推進計画体系図

屋外広告物適正化推進計画の体系図を下記に示します。



※施策の概要を次頁以降に示します

## (2) 屋外広告物条例の適正化を推進する施策

### ■改善施策 野立広告の面積基準の周知、指導等

#### 1) 現状

野立広告の現況について、駐車場や空地等の1敷地(1事業者)に30㎡以下の野立広告が複数掲示されている箇所が多々見られます。

市屋外広告物条例では、野立広告が乱立し景観を阻害しているケース等の実態を踏まえ、1事業所等に複数の野立広告がある場合は、全ての野立広告の面の合計面積が30㎡以下となるよう基準を定めています。

そのため、既存の野立広告物が市条例に不適合となるケースも出るため、市民、広告主、事業者に対して基準の趣旨等を説明し理解を得る必要があります。



○重点地区の野立広告の設置状況並びに不適合状況を整理した結果、大きく3つのタイプに分類されました。

＜分類されたケースのそれぞれの状況＞

タイプ	概要
自家用広告を敷地内に設置するケース	約1,000～2,000㎡前後の敷地で、スーパーや飲食店、ガソリンスタンド等の店舗に自家用広告を概ね2～3基掲示するケースが多く、面積基準（30㎡）を大幅に超えているケースはほとんどみられない。
平面駐車場の外周に設置するケース	約2,000㎡と比較的広い平面駐車場の外周に同サイズの広告を並べて掲示するケースが多く、道路接道面も2～4面と多いことから、広告数も10基前後で敷地を囲う形で掲示するケースが多くみられる。そのため、面積総数も50㎡を超えるケースがほとんどである。
空地等に設置するケース	約1,000㎡前後の沿道の空地等に掲示するケースが多く、広告数は、3基程度で、平面駐車場のケースのように数は多くないが、1基ごとの面積が比較的大きいものがみられる。

＜野立広告不適合タイプ及び詳細状況＞

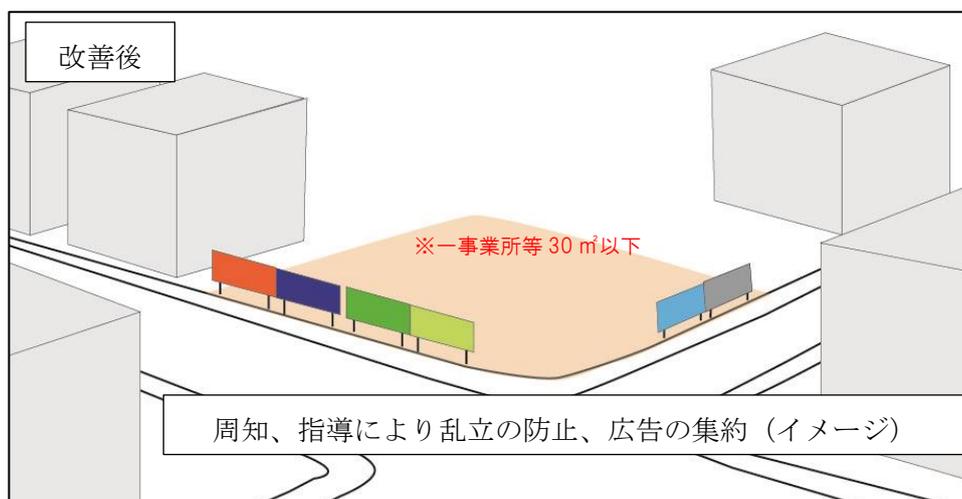
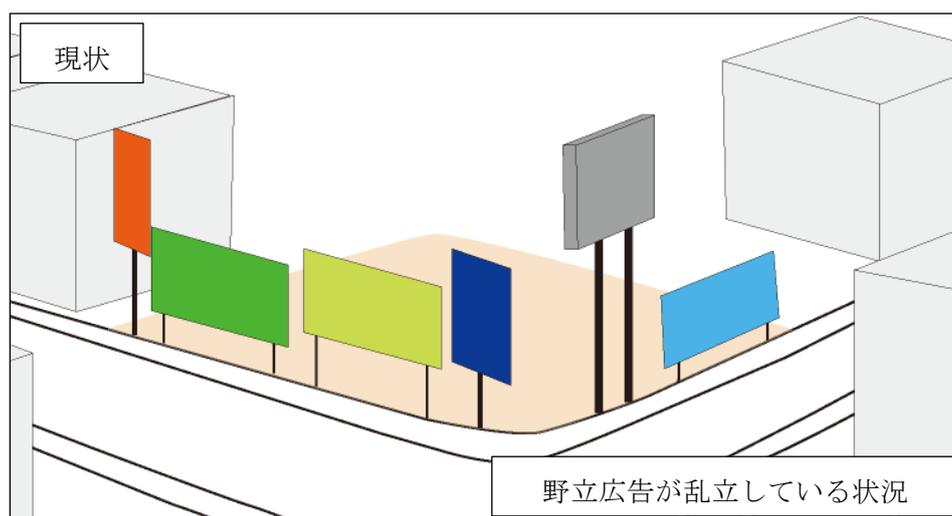
地区名	タイプ	用途	野立広告		敷地面積	道路接道面数	接道面距離
			広告数	総面積			
県道221号線沿道地区	A:自家用	ガソリンスタンド	3基	51.3㎡	1,343㎡	2面	84m
	A:自家用	店舗	1基	33.1㎡	956㎡	1面	47m
	A:自家用	店舗(スーパー)	4基	35.6㎡	1,960㎡	2面	85m
国道58号沿道地区	A:自家用	飲食店	1基	35.2㎡	843㎡	2面	47m
	C:空地	福祉関係	3基	89.6㎡	884㎡	2面	62m
	B:駐車場	民間パーキング	11基	78.3㎡	1,979㎡	4面	183m
	A:自家用	飲食店等	1基	44.6㎡	1,875㎡	2面	113m
	B:駐車場	企業駐車場	9基	46.7㎡	780㎡	3面	109m
	B:駐車場	民間パーキング	8基	40.5㎡	2,366㎡	4面	204m
	A:自家用	ガソリンスタンド	2基	35.5㎡	779㎡	2面	47m
国際通り地区	C:空地	福祉関係	3基	85.1㎡	242㎡	2面	43m
	B:駐車場	民間パーキング	12基	115.2㎡	2,429㎡	2面	122m
	B:駐車場	民間パーキング	6基	46.1㎡	1,488㎡	1面	84m

※タイプ

- A：自家用広告を敷地内に設置するケース
- B：平面駐車場の外周に設置するケース
- C：空地等に設置するケース

## 2) 適正化に向けた施策

- 広告物設置、相談時又は条例周知の際に、野立広告が乱立した場合の景観への影響等を事例やモニター写真等を活用するなど丁寧に説明し、趣旨の理解を求めるものとします。
- 「屋外広告物重点地区」の設定及び主要な交差点において優先的に周知・是正を図り、是正実績を積み重ねることで、その効果を広く浸透させるものとします。
- 既存野立広告で是正が必要となる場合、建替えに係る費用に対する助成等の支援も併せて検討します。
- 大規模な敷地（平面駐車場等）において、30 m<sup>2</sup>を超えて掲示する場合は、景観審議会の意見を踏まえ、特例の許可を検討するとともに、事例等を積み重ねて大規模な敷地に関する個別基準を検討します。



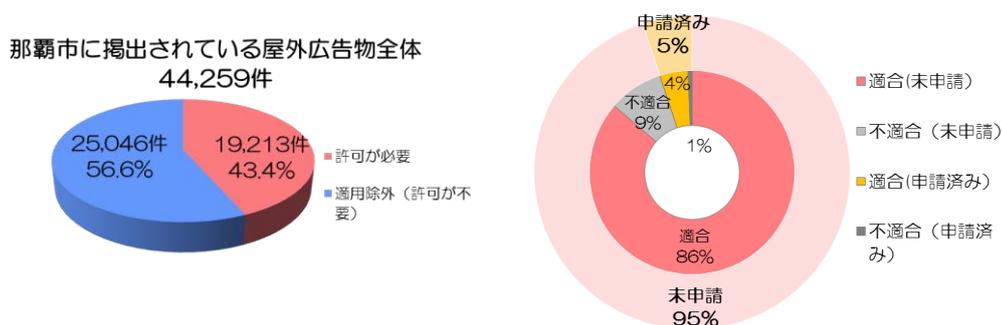
## ■改善施策 未申請広告物に対する指導等

### 1) 現状

既存屋外広告物については、未申請物件の内、約9割弱が市条例に適合しています。

屋外広告物の適正化を図る上で、未申請の既存屋外広告物について、許可を受けて設置させることが適正化の重要な課題となっています。

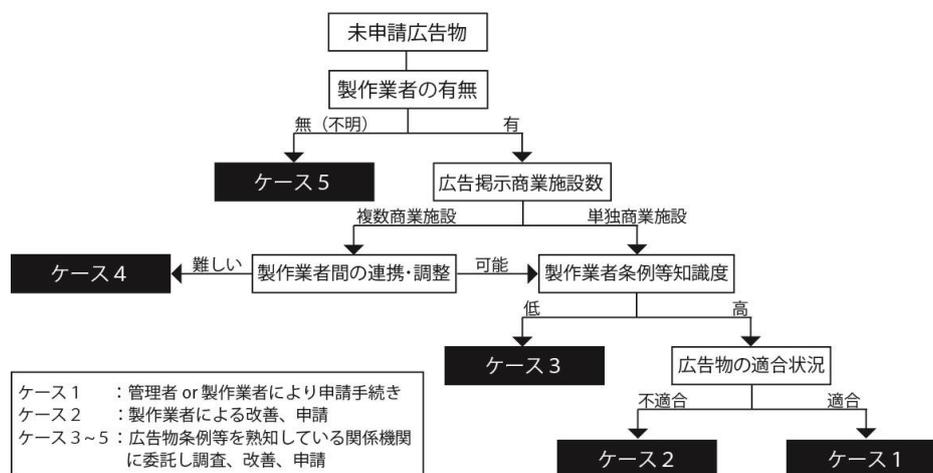
ただし、市全域の未申請物件について、一斉に申請を促すことは、人的・財政的にも困難であり、計画的、段階的な施策の検討が必要であります。



### 2) 適正化に向けた施策

- ・未申請の既存広告物については、屋外広告物重点地区を中心に指導等を実施します。
- ・広告主に対して、口頭、文書等により、許可申請書を提出するよう指導を行い、改善方法について広告主等と調整します。
- ・平成26年度の指導等にかかる実績を踏まえ、事務量を把握して、市全域の実施計画(案)等を作成します。
- ・申請の手続きについては、下記のフロー図により推進していきます。

<広告主の許可申請手続きフロー図>



■改善施策 新築建物に掲出する広告物の適正化（新たな許可システムの構築）

1) 現状

本市では、過去10年間（H13～H22）に、約6,000棟の建物が新築され、その内、屋外広告物が掲示されることが予想される商業系・工業系・住居系（一部）の建物が約700～1,000棟程度あり、年間で約100棟の建物に新規で広告物が掲示されています。

屋外広告物は、一度掲示されると容易に変更しない（変更できない）ものが多数あるため、今後、新規で掲示される物件を適正に誘導することが適正化の上で重要であります。

■那覇市新築状況

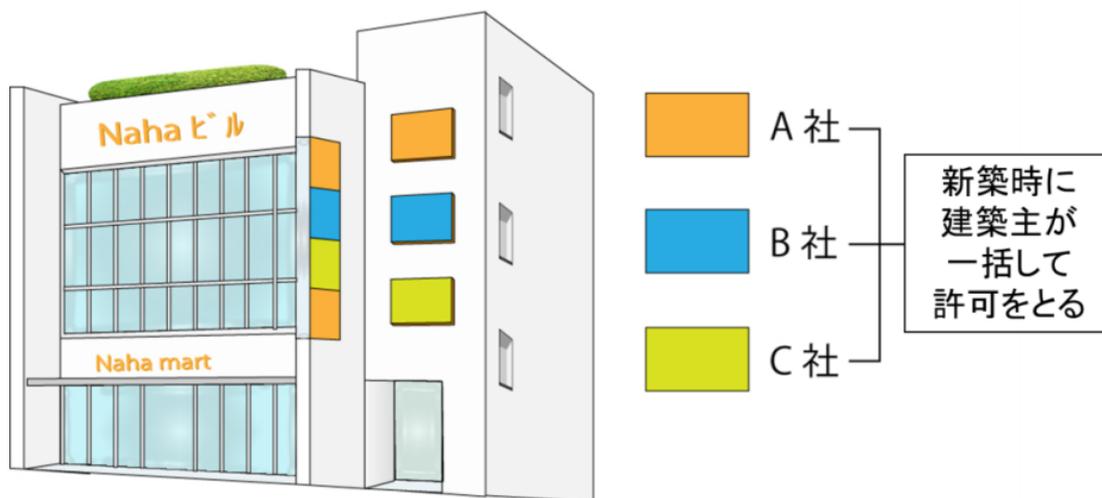
	合計	住宅系	商業系	工業系	その他
H13～H17	4,139	3,511	417	8	203
H18～H22	2,137	1,831	253	25	28
合計	6,276	5,342	670	33	231

資料：那覇広域都市計画基礎調査

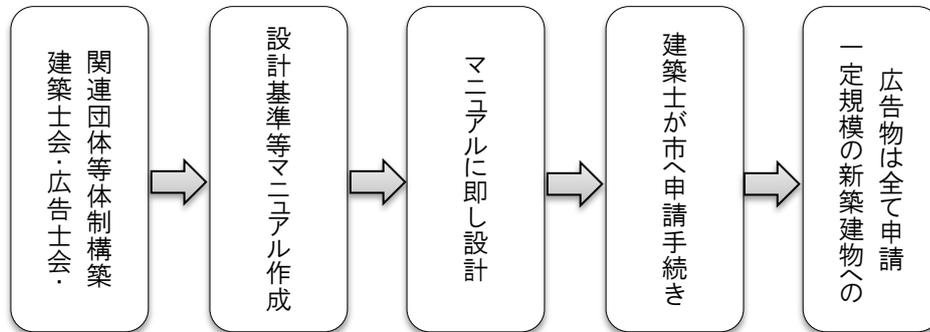
2) 適正化に向けた施策

- ・建築士会、広告士会や関連団体等との連携も検討し、建物の設計段階から市条例に適合するよう広告の設置箇所を定め、確認申請等と併せて屋外広告物の許可を受ける新たなシステムを構築するとともに、当該システムに関する掲出基準や申請手続き等のマニュアルを作成し、運用します。

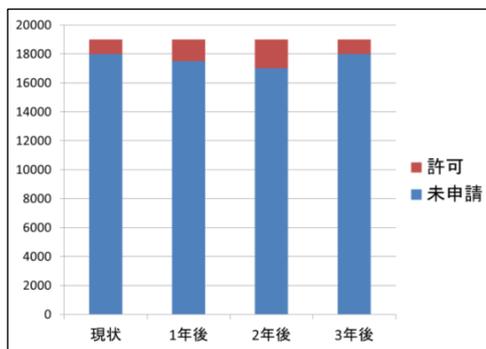
<新たな許可システムのイメージ>



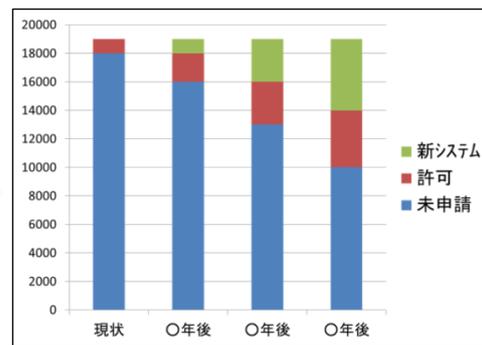
<新たな許可システムの流れ>



<新たな許可システムの効果（イメージ）>



未申請の推移予測（現状のまま）



未申請数の推移予測  
（新システム導入後）

## ■向上施策 屋外広告物地区制度の導入

### 1) 現状

市条例では、市内を「禁止地域」、「許可地域」の2地域に分け、許可地域を「住居系・商業系・工業系」に細分化して基準等を定め運用を行っています。

今後は、歴史的景観地区、商業集積地区等、地域の活性化や良質な景観創出の機運の高まり等を背景に、地域特性を活かした特色のある独自の基準を設けることも検討する必要があります。独自の基準等を設ける手法として、市条例では「景観保全型広告整備地区」、「広告物協定地区」の制度を定めています。

### 2) 適正化に向けた施策

・地元との協議を重ね「景観保全型広告整備地区」「広告物協定地区」の活用を検討し実施します。制度運用については、広告物の建替え費用に対する助成等も検討します。

○「景観保全型広告整備地区」の基本方針で定められる事項については、下記のとおりであります。

- ・ 広告物等の表示に関する基本構想
- ・ 広告物等の位置、形状、面積、色彩、意匠等の表示又は設置方法 等

○「広告物協定地区」の協定で定められる事項については、下記のとおりであります。

- ・ 広告物協定を定める範囲（区域）
- ・ 広告物等の位置、形状、面積、色彩、意匠等の表示又は設置方法
- ・ 広告物協定の有効期間
- ・ 広告物協定に違反した場合の措置 等

#### <期待される効果>

■地域住民自らがルールを決めることにより、意識が高まり、機運の醸成が図られます。

■地域の個性、特性を活かした屋外広告物が創出されるなど、「那覇の風景と調和した屋外広告物」に寄与することが期待されます。

■当該制度の浸透を図ることで、既存広告物の申請率の向上が期待されます。

## 1) 現状

屋外広告物については、広告を掲示する広告主、広告を設置する業界等、数多くの方が関わるが、広告業界の中でも屋外広告物制度が正しく認知されていない状況もあり、市民に至っては、制度そのものを認知していない状況であります。

那覇市では、屋外広告物条例の制定、那覇市屋外広告物ガイドラインの作成時にパブリックコメントを実施し、条例施行に併せて、市条例概要を示したパンフレットの配布等を行っています。また、那覇市HP上でも屋外広告物条例の内容、各種申請方法等について、分かりやすく解説等をして周知に努めています。

The image shows three informational pamphlets related to outdoor advertising regulations in Naha City. The first pamphlet, titled 'Thaten City Outdoor Advertising Regulations', includes a table of fees for various types of advertising signs. The second pamphlet, 'Outdoor Advertising Q&A', provides answers to common questions about where and how to place signs. The third pamphlet, 'Outdoor Advertising Rules', details specific rules regarding sign placement, safety, and colors.

種別	単位	料率
屋外看板	1面	5万円
広告塔	1面	50万円
広告壁	1面	20万円
立看板	1面	20万円
電光掲示板	1面	1,200万円
電光掲示板	1面	1,500万円
電光掲示板	1面	200万円
電光掲示板	1面	400万円
電光掲示板	1面	800万円
電光掲示板	1面	1,500万円
電光掲示板	1面	3,000万円
電光掲示板	1面	5,000万円
電光掲示板	1面	7,000万円
電光掲示板	1面	10,000万円
電光掲示板	1面	20万円
電光掲示板	1面	50万円
電光掲示板	1面	200万円

■条例施行時に配布したパンフレット

## 2) 適正化に向けた施策

- ・ 広く市民に周知を図る方法として、マスメディアを活用します。
- ・ 沖縄県と連携し「うまんちゅ広場」等の広報番組を活用します。
- ・ 屋外広告物の「ゆるキャラ」や「イメージキャラクター」を検討します。
- ・ 教育機関と連携しカリキュラムとして盛り込み、景観形成の重要性等を啓発します。
- ・ 広告物業界や建築士会等に対して、専門家による講習会等を実施します。



<各種メディア、ツール等の活用による周知>

## ■向上施策 景観賞（屋外広告物部門）の創設

### 1) 現状

本市では、優れた都市景観の形成に寄与していると思われる建築物、工作物などの物件を選定し、「那覇の景観賞」として表彰しています。

屋外広告物について、デザインが優れ、より伝わり、周辺環境・景観に調和した質の高い広告物へ誘導するため、平成26年度より、「那覇の景観賞」として屋外広告物部門の創設を検討します。

#### ■第17回那覇市都市景観賞（一部）



さいおんスクエアの外部空間



小禄南の雨水路・遊歩道整備



天久1丁目の沿道空間



瑞泉酒造の壁面緑化

### 2) 適正化に向けた施策

・「那覇の景観賞」として屋外広告物部門を創設し継続的に実施し定着化を図ります。

#### <期待される効果>

・屋外広告業者の積極的な参加を促し広告主のみならず、設置に関わった屋外広告物事業者に対する地位向上や意識の啓発、市民等への認知度向上が期待されます。

#### <他府県事例>

静岡県浜松市  
はままつ広告景観賞

※書類審査、現地審査、  
市民投票（インターネット投票）により審査



## ■向上施策 ことば（サイン）を活用したまちづくり

### 1) 現状

民間が掲出する屋外広告物においては、企業等の知名度アップや周知を図ることが主であるため、商業的観点での掲示が原則となります。

そのため、公共空間への配慮の欠如や必要以上の情報量により伝えたいことがうまく伝わらない等のケースも度々みられます。

また、地域の魅力向上には、使用する「ことば」に対しての意識を高め、「ことば」をキーワードとした事業の展開を行うことも重要であると考えます。

那覇市では、ハイサイ、ハイタイ運動を展開しています。

### 2) 適正化に向けた施策

- ・屋外広告物は公共空間で掲出することから、使用する「ことば」に社会的責任を持ち、分かりやすく、美しく、心地よい「ことば」を題材とするなど、「ことば」とまちづくりに関する展覧会やシンポジウム等、様々な事業の展開を検討します。
- ・那覇市のハイサイ、ハイタイ運動とも連動した、ウチナーグチによるまちづくり、沖縄の文化に根ざした地域づくりの創出を目指します。

### 「ことばのちから」とは



#### 子規の郷、松山市は「ことばのちから」でまちづくりしています。

松山市（愛媛県）は平成12年6月、「松山 21世紀イベント委員会」を発足し、文学と深くつながりのある松山にとって「ことば」は貴重な財産であり、これまで松山文化の発展に大きな力を与えた源です。

しかしながら、今の日本社会はどこか「ことば」に対する意欲が欠けつつあるのではないかという議論の結果、松山の新しいまちづくりとして「ことばのちから」をキーワードとした事業の展開することとなりました。

松山から新しい文化の風を興し、全国に発信することを目標としています。

#### 「ことばのちから」実行委員会

多発する少年犯罪や家庭崩壊、刹那的な喜びに飲まれつつある現代社会、これは一つの要因にIT化の進展などによる「ことば」によるコミュニケーションの希薄なためおこされ得ます。人と人をつなぐとともに、時代を超えて心の表現ができる貴重な道具としての「ことば」の重要性が高まってきつつあります。

これらの認識のもと、松山市は正岡子規などの多くの文化人を輩出し、夏目漱石の「坊っちゃん」司馬遼太郎の「坂の上の雲」など多くの小説の舞台ともなっているように、古くからの文学的土壌にも恵まれていることから、この歴史を十二分に生かし、あえて形のない「ことば」をキーワードとした市民参画による事業を展開しています。



<他府県事例>愛媛県松山市

「街はことばのミュージアム」

ことばによる各種イベント開催

・俳句甲子園

・テーマを決め「ことば」を募集等継続して展開

## ■サポート施策 認証事業所登録制度の創設

### 1) 現状

屋外広告物については、広告を掲示する広告主、広告を設置する業界等、数多くの方が関わっているが、屋外広告物制度が正しく認知されていない状況もあり、低申請率が大きな課題となっています。

屋外広告物は、デザインや配色など地域環境や周辺景観に配慮することで、良好な景観を演出する素材になるものもあることから、広告主、事業者の屋外広告物に対する機運を高める施策を検討する必要があります。

### 2) 適正化に向けた施策

- ・屋外広告物の許可を受けて適正に表示している屋外広告業を営む事業所には「認証ステッカー」「屋外広告物適正表示宣言事業所登録証」を交付する「屋外広告物適正表示宣言事業所認証制度」の創設を検討します。
- ・認証された事業者等については、市のホームページ等を活用し、広く市民の方に紹介するシステムを構築し、意識の啓発並びに機運を高める要素とします。

<期待される効果>

- ・優良な広告物事業所を選択する際の基準となり、違反の減少、申請率向上につながります。
- ・地域特性や景観への配慮、デザインされた広告が増え、地域の価値が高まります。

<他府県事例：京都府京都市>



認証ステッカーの交付



屋外広告物適正表示宣言事業所登録証の交付



ホームページにおいて、認証事業所として紹介

## ■サポート施策 専門家・業界との連携

### 1) 現状

本市では、沖縄県より屋外広告物法に基づく許認可等の関する事務が移譲され、那覇市独自の屋外広告物条例の制定、更には、屋外広告物ガイドラインを作成する際に、デザインの専門家、都市計画の専門家、法律の専門家や広告業関係機関等から構成される委員会を構成し、専門的な立場の意向を踏まえながら制定並びに作成してきました。

条例施行後は、那覇市都市景観審議会で屋外広告物に関することを審議できるよう定めています。併せて、広告業界、観光業界等から委員を追加しています。

適正化を推進する上でも、那覇市都市景観審議会より積極的に意見を聴く機会を設けるとともに広告業界等との連携が求められます。

### 2) 適正化に向けた施策

- ・今後、新たな許可システムの構築並びに運用に向けて、連携強化が必須となる「建築士会」、「沖縄県広告美術協同組合」等との組織づくりも検討します。
- ・屋外広告物を含めた景観全般に関し、専門家によるアドバイスや助言を受けることができるアドバイザー制度を活用します。
- ・屋外広告物の質の向上並びに、景観形成に資する部分について、屋外広告物部会等を活用し、事前審査並びに相談・調整が行える仕組みづくりを検討します。



## 7. 今後のスケジュール（案）と推進体制

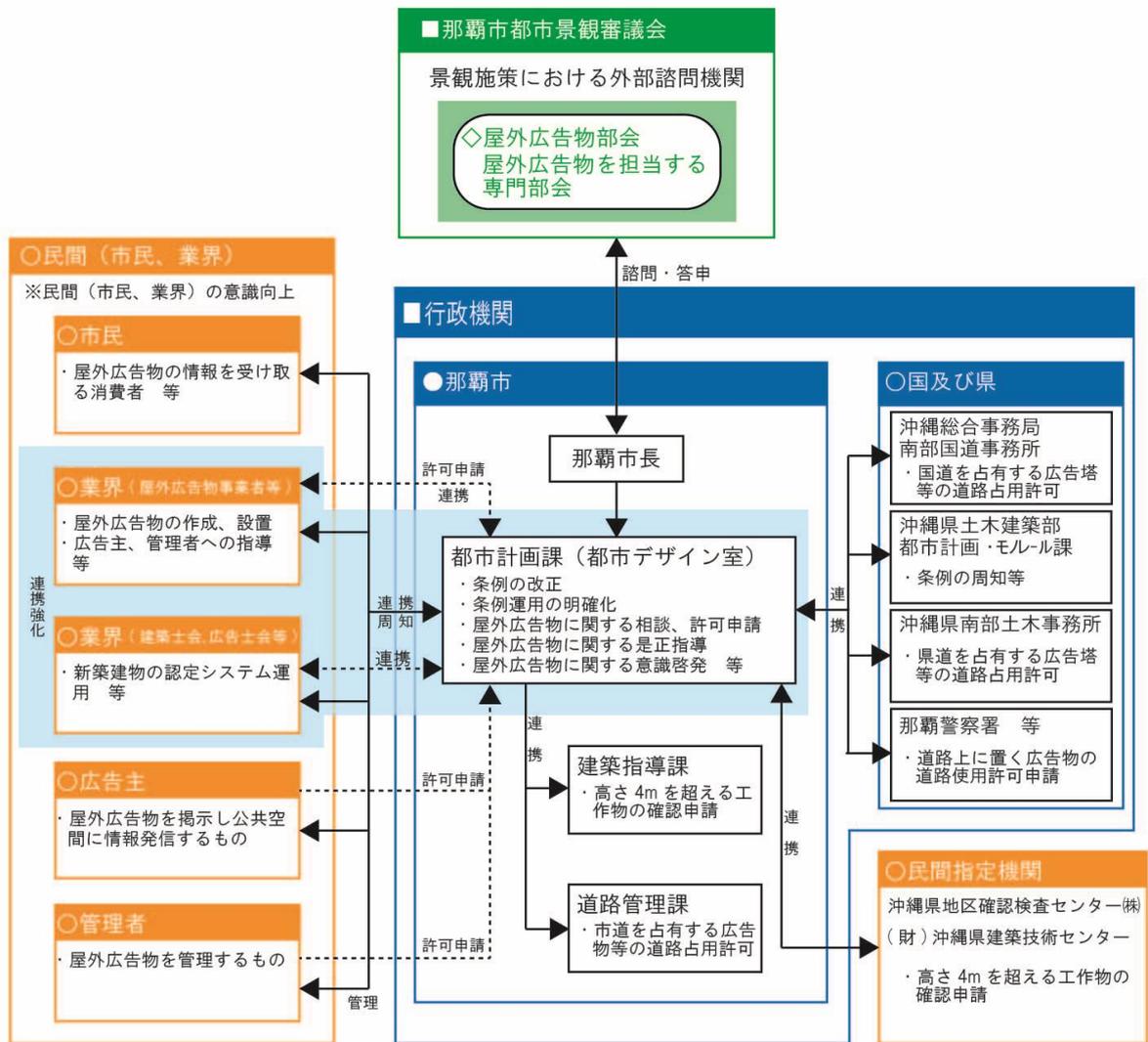
### (1) 今後のスケジュール（案）

	前期5カ年					平成31年度以降
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	
<b>■改善施策</b>						
野立広告の面積基準の周知、指導等	・業界と連携し周知					
未申請広告物に対する指導等	・重点地区での運用					
新築建物に掲出する広告物の適正化（新たな許可システムの構築）	・条例素案作成 ・マニュアル作成 ・体制整備（建築士会）	・条例の改正	・運用			
<b>■向上施策</b>						
屋外広告物地区制度の導入	・協定地区調整（優先度が高い地区）	・協定地区同意	他地区も適宜指定			
市民・業界に対する意識の啓発及び連携の徹底						
景観賞（屋外広告物部門）の創設	・景観賞（屋外広告物部門）実施	・継続実施				
ことば（サイン）を活用したまちづくり			・イベント等企画立案	・ことばによるまちづくり展開		
<b>■サポート施策</b>						
認証事業所登録制度の創設	・業界との意見交換会	・制度設計	・運用			
専門家・業界との連携	・建築士会 屋外広告士会等との連携					

## (2) 推進体制

本計画については、行政、市民、業界等、屋外広告物に関わる全てが連携することを基本に、下図の体制により推進します。

### ■推進体制図



## 1人1人にできること

### 「見る」こと

かんぱんって、それぞれに表情があつておもしろいんです。

### 「知る」こと

美しい景観を保つためのルールがあるんです。

### 「創る」こと

あなたの創るかんぱんが、まちの風景をつくっているんです。

### 「考える」こと

このまちは、どんなまちだろうかと、みんなで考えることも大事なんです。

みなさんの意識が、より良い景観づくりにつながります。

