

# 関内地区都市景観形成ガイドラインにおける屋外広告物について

## 1. これまでの取組と課題

関内地区の屋外広告物については、山下公園通り、馬車道、中華街などの各地区において、要綱に基づく「街づくり協議指針」や地元地権者等で締結した「まちづくり協定」等により、横浜市と地元団体が連携しながら、屋外広告物の色彩や位置、規模等について、協議・誘導を行い、地区の個性に応じた景観の形成を図っています。(参考1参照)

### ■街づくり協議指針、まちづくり協定等における屋外広告物の協議・誘導事項(参考2参照)

#### ○街づくり協議指針

- [馬車道]・屋外広告物は周辺と調和したものとする。 など
- [山下公園・日本大通り周辺]・屋上看板は設置しない。
  - ・山下公園や日本大通りに面する広告物は最小限とする。 など
- [市庁舎前面]・屋外広告物は必要最小限とする。
- [石川町]・広告塔などもできる限り設置しない。 など

#### ○まちづくり協定

- [馬車道]・屋上看板は設置しない。屋外広告物は自己用とする。
  - ・まちづくりコンセプトに適合させる。吊り絵看板の積極的な設置。 など
- [中華街]・不快や危害を与えるおそれのある広告物、映像広告は設置しない。
  - ・屋外広告物は自己用とする。 など

#### ○横浜市市街地環境設計制度(高さが31mを超える建築物)

屋外広告物は、自己用とし美観や街並みに配慮する。 など

これまでの街づくり協議指針による協議・誘導を継続し、さらに良好な景観の形成を担保する制度の活用が必要となっています。

合わせて、関内地区のその他の地区においては、原色やネオンを多く使った広告物やあふれる屋上広告物などの課題があり、関内地区全体の景観形成を推進する取り組みが必要です。

## 2. 新しい取り組み ～屋外広告物条例による規制と景観条例による誘導～

横浜の顔となる関内地区では、これまでの取組を踏まえ、さらに魅力ある景観形成を図るため、屋外広告物条例に設置基準を定め、景観条例には協議のための指針等を定めます。

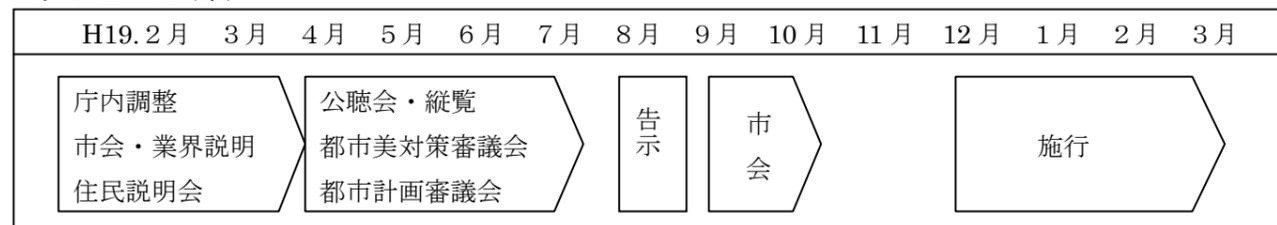
設置基準は、これまでの取組に加えて、見通し景観形成街路や歴史的建造物の周辺等、良好な景観を形成していくための基準とします。

### ■主な設置基準

- ・壁面看板や袖看板の規模、色彩、照明方法等については、地区毎に基準を設ける。
- ・広告塔の設置位置・規模を制限する。(日本大通り、市庁舎前面、吉浜町周辺、山下公園通り等)
- ・屋上看板の設置向きを制限する。(山下町、日本大通り、海岸通り、北仲通り北、象の鼻周辺等)
- ・屋上看板は設置しない。(馬車道、吉浜町周辺)
- ・屋外広告物は自己用のみ設置を可とする。(馬車道、日本大通り、山下公園通り等)
- ・映像広告は3階以上の部分に設置しない。(全域)

なお、景観に調和した優れた広告物に対する表彰制度等も検討していきます。

## 3. スケジュール(案)

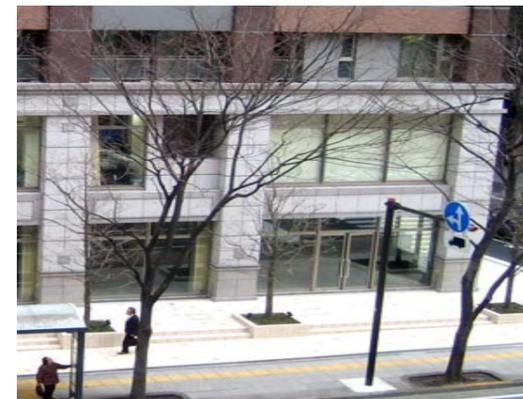


《参考1》関内地区の景観



《参考2》屋外広告物の取り組み事例

[色や大きさが工夫された事例(日本大通り)]



[地元との協議で撤去した事例(中華街)]

