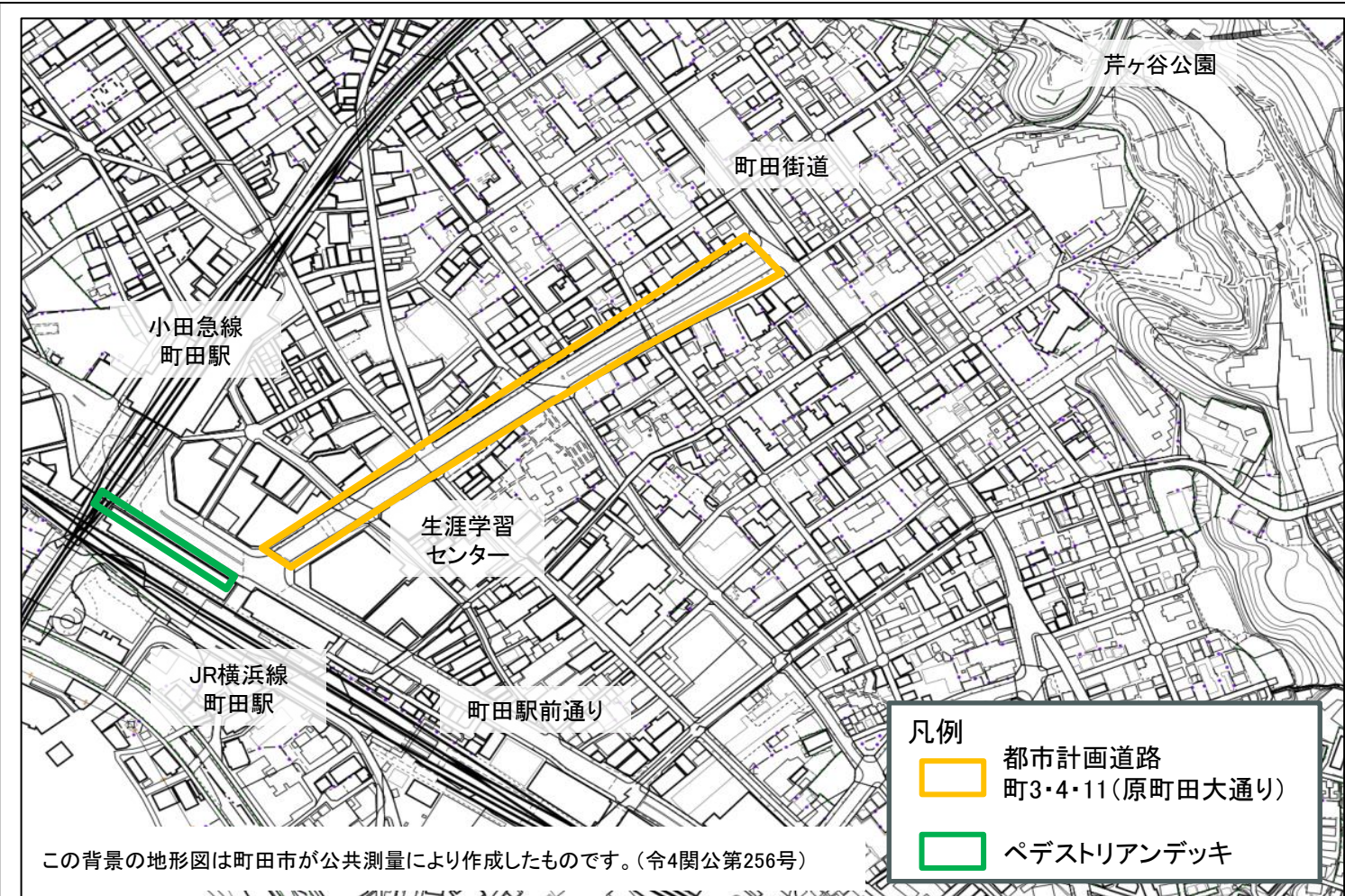


## 1 活用計画の概要

実施主体	株式会社町田まちづくり公社(都市再生推進法人)	
推進地区名	原町田大通り地区	
計画期間	2025年4月1日から2029年3月31日(4年)	
広告の種類	突出広告板	街路灯柱利用広告物
掲出場所	JR町田駅周辺2号デッキ	都市計画道路 町3.4.11 (原町田大通り)
設置箇所	5カ所10面	街路灯27カ所
規格	デジタルサイネージ W1, 293mm×H738mm× D90mm	バナーフラッグ W600mm×H1, 200mm
稼働時間	16時間(6:00~22:00)	常時

## 3 広告設置位置図



## 2 活用に係る方針

- 「まちの印象づくりに取り組み、広告で得た収益をまちづくり活動へ還元」  
点検や清掃等の日常管理、商店街の雰囲気や周辺資源の案内、安心安全に関する啓発など幅広い情報発信等、継続的なまちづくり活動を行い、まちの良い印象を与えます。
- 「多くの人が行き交う町田駅の顔として、活気あふれるにぎわいのなかにも心地よさが感じられる景観を創出」  
多くの歩行者に向けて駅前空間を印象づけるため、原町田大通り地区エリアマネジメント広告に関する景観ルールに基づく自主審査会を設置し、エリアマネジメント広告の審査を行うほか、視認性などの効果検証を実施します。
- 「まちの魅力を情報発信し、回遊動線を広げて周辺資源をつなぐ」  
まちの玄関口であるペDESTリアンデッキや原町田大通りを活用し、まちなかや芹ヶ谷公園などの周辺資源のPR、店舗や地域活動の様子、イベントの情報発信を行い、まちなかに人を招き入れます。
- 「必要な情報を発信し、来街者の安全を守る」  
多くの方が利用するターミナル駅として、最新の情報を速やかに発信し、安心安全な環境を整えます。





# 掲出媒体① JR町田駅周辺2号デッキデジタルサイネージについて(1)

目的:町田駅周辺で最も多い1日平均7万人超の歩行者通行量がある2号デッキは、電車の乗り換えのためだけに通行している歩行者が大多数のため、デジタルサイネージを設置して芹ヶ谷公園をはじめとした周辺資源の情報や、町田駅周辺の商店街情報等、まちの魅力の情報発信をすることで、観光や遊びを目的として改めて町田駅周辺を訪れてもらうきっかけづくりを行う。

## ◆ 設置箇所



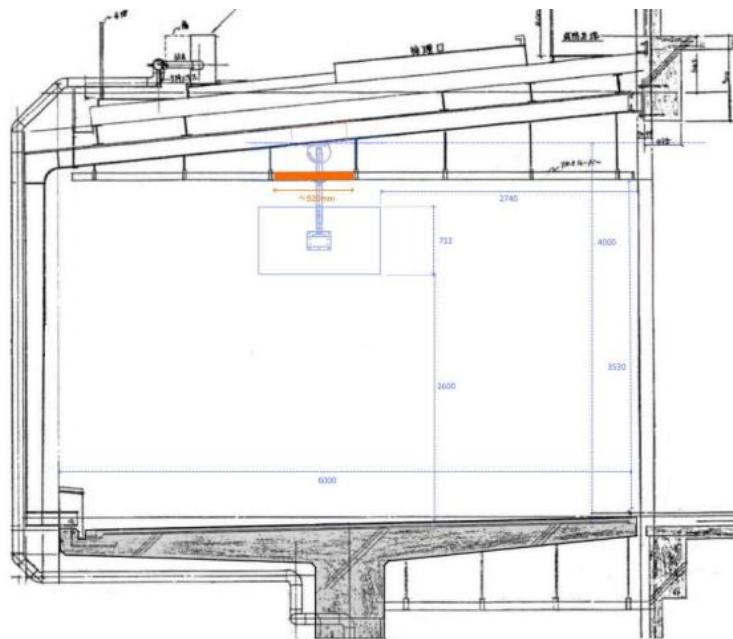
小田急線町田駅方面から



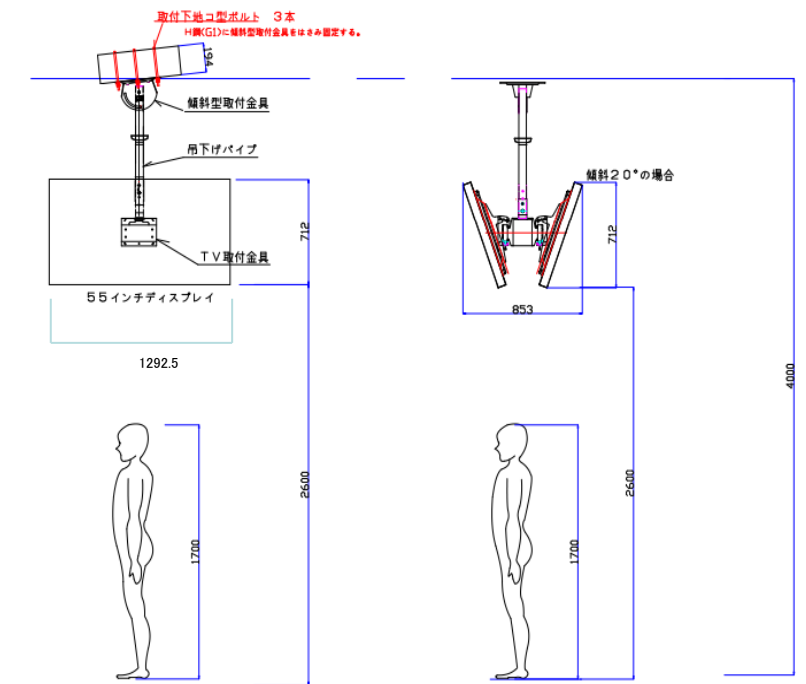
JR町田駅方面から



位置図



設置図



設置イメージ

## <設置詳細>

サイズ:W1, 293mm×H738mm×D90mm(55インチ)  
設置数:5カ所×表裏2面=10面

重量:1カ所(2面)当たりおよそ200kg  
(1カ所およそ500kgの荷重想定で構造検討を実施)

地上高:およそ2,600mm  
(町田市道路占用許可基準の地上高は満たしている)

解像度:1,920×1,080pixel  
輝度:1,000cd~3,000cd  
色温度:3,000K~6,500K

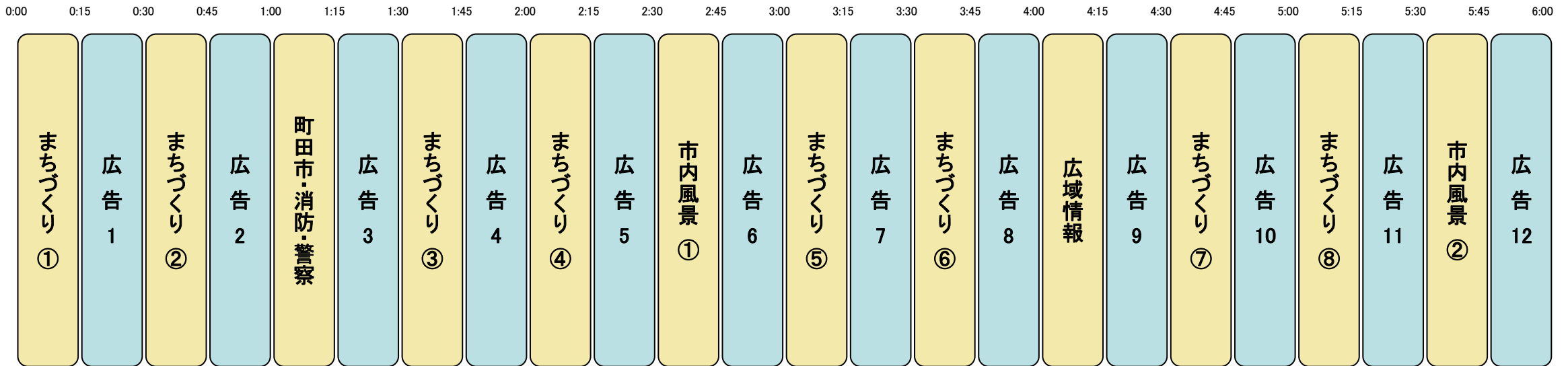
稼働時間:6:00~22:00(16時間)

2023年1月30日より稼働を開始



# 掲出媒体① JR町田駅周辺2号デッキデジタルサイネージについて(2)

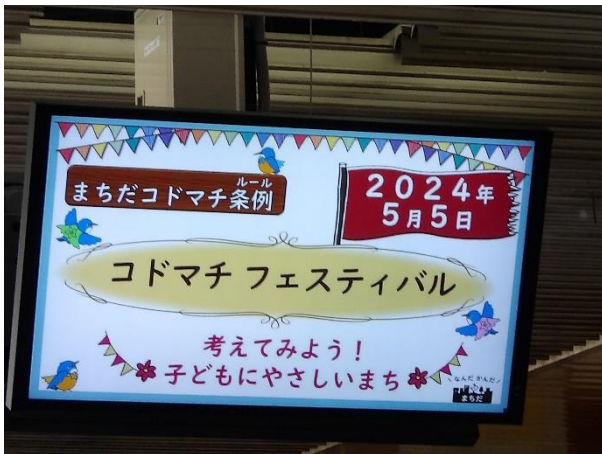
◆ 放映ロールイメージ(1ロール6分、15秒×24枠、広告枠は12枠を上限とする)



◆ 放映素材数(2024年6月11日時点)

(単位:件)

	まちづくり	町田市 等	警察 等	広域情報	市内風景	一般広告	計
2023年度	39	16	8	6	5	23	97
2024年度	9	1	2	1	1	7	20
合計	48	17	10	7	6	30	117

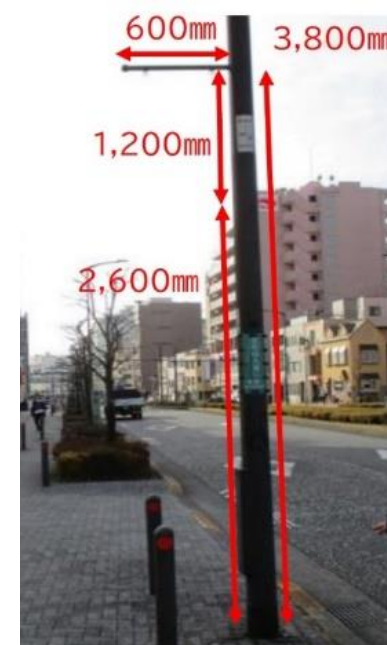
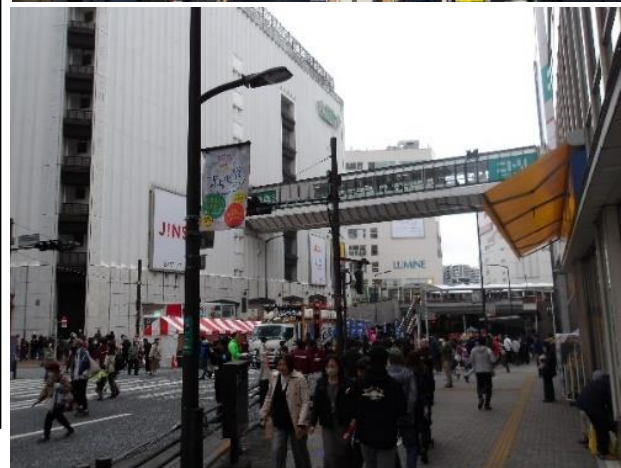
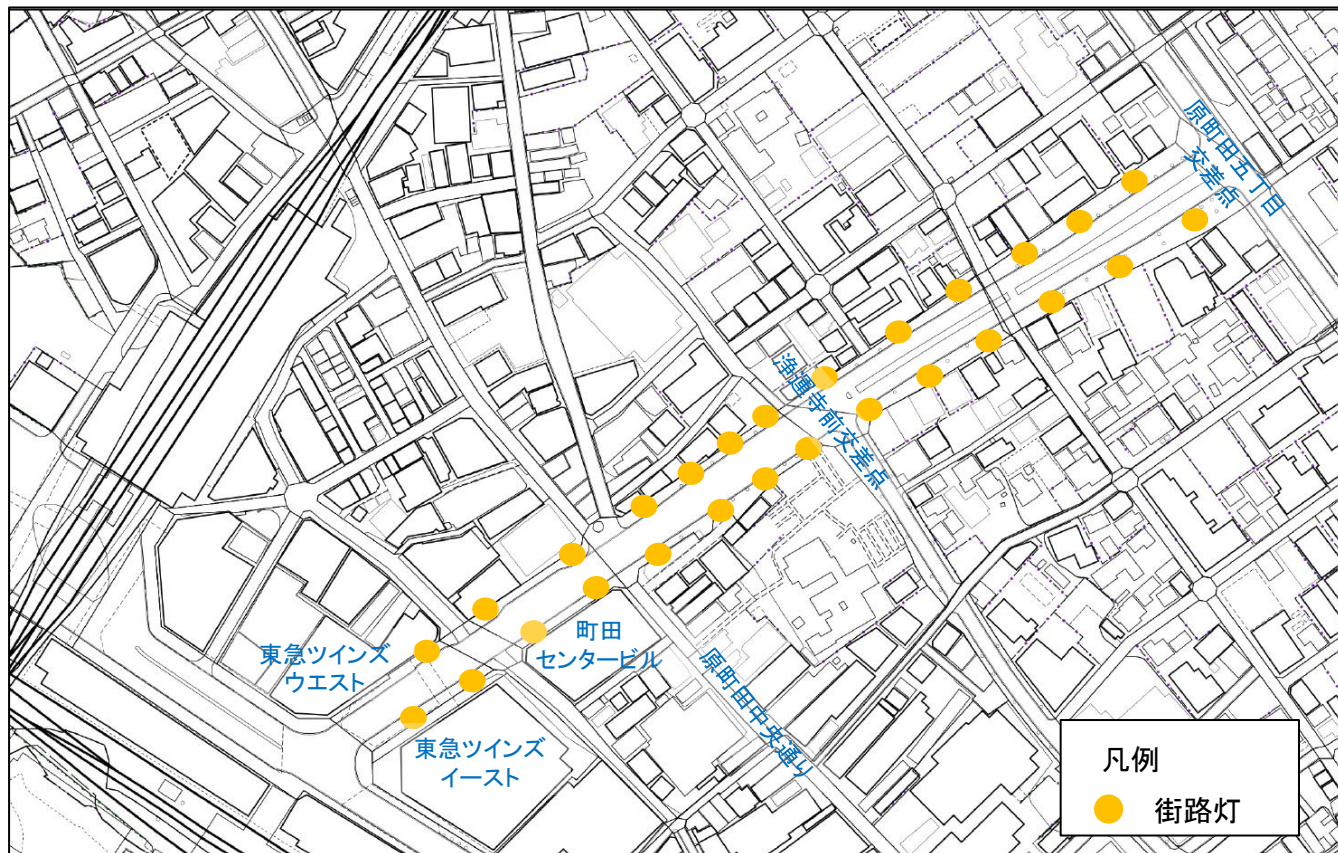




# 掲出媒体② 原町田大通り街路灯バナーフラッグについて

目的: 市民の様々な活動を生み出す取り組みのPRや、周辺資源に足を運んでみたいと感じられるものを掲出し、活気あふれる賑わいの中にも心地よさが感じられる景観を創出します。

## ◆設置箇所



## <設置詳細>

- 取付器具の地上高: 3,800mm
- バナーフラッグサイズ: W600mm × H1,200mm
- 設置数: 27ヶ所
- 地上高: およそ2,600mm  
(町田市道路占用許可基準の地上高は満たしている)
- 掲出内容: 左図の通り
- 掲出期間: 原則1ヵ月単位

2022年10月1日より稼働を開始

## ◆ 掲出実績(2024年6月11日現在)

	掲出件数	掲出内容(期間)
2022年度	1件	原町田中央通り・原町田大通り社会実験(1ヵ月)
2023年度	3件	町田さくらまつり(2週間)、キラリ町田(1ヵ月) FC町田ゼルビア(2ヵ月)
2024年度	1件	FC町田ゼルビア(通年)

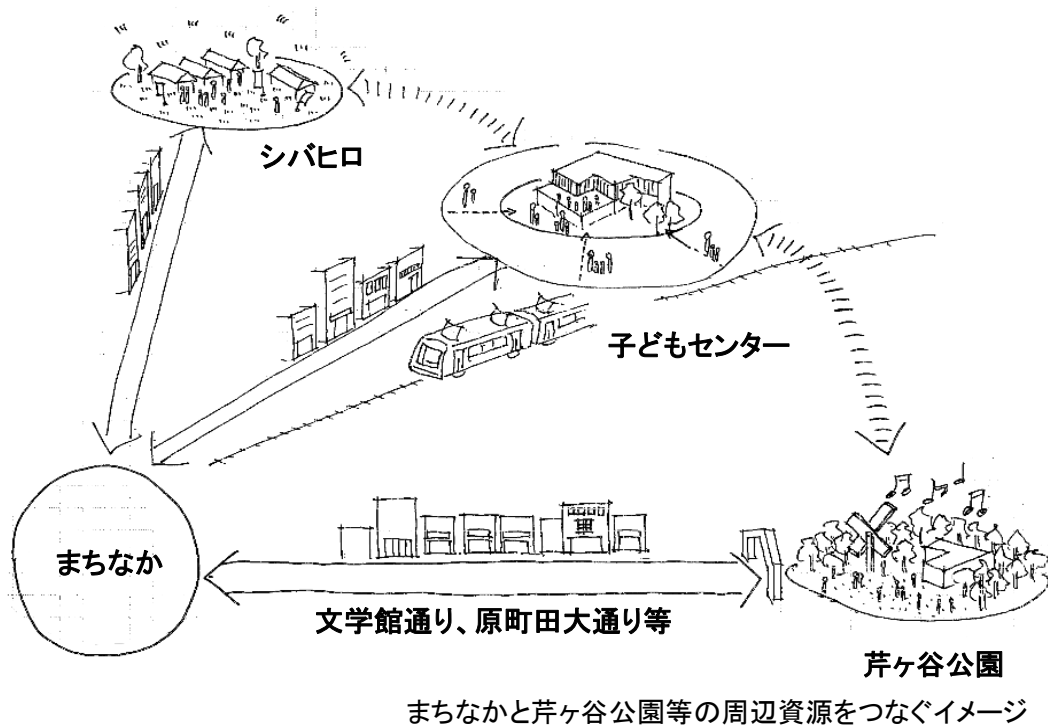
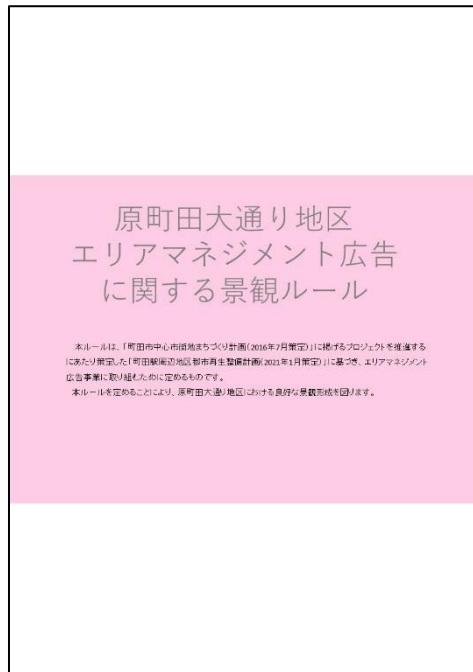


# 原町田大通り地区エリアマネジメント広告に関する景観ルールについて

## ◆「原町田大通り地区エリアマネジメント広告に関する景観ルール」の策定(2022年7月)

### 内容

- エリアマネジメント広告が目指す役割
- 景観ルールの位置づけ、対象範囲、掲出媒体
- 一般基準、禁止事項、留意事項
- 景観ルールの運用方法
- 掲出手続きのフロー



【体系図】 町田市中心市街地まちづくり計画(町田市・町田市中心市街地活性化協議会) (2016年7月)

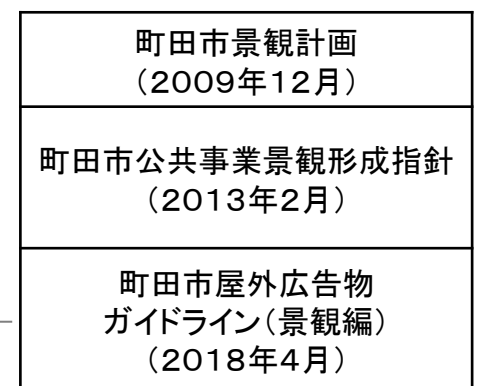


### 〈関連するプロジェクト〉



都市再生整備計画 (2021年1月)

### 〈関連する市の景観計画等〉

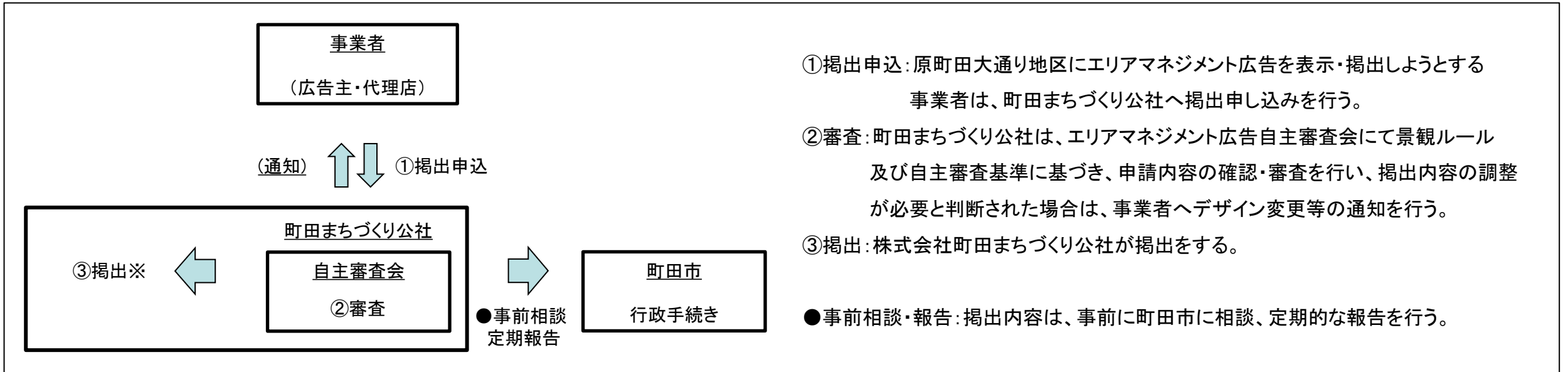


本ルール

- 原町田大通り周辺エリアマネジメント広告自主審査基準
- 原町田大通り地区エリアマネジメント広告における広告掲出基準

# 自主審査会の実施体制について

## ◆ 掲出手続きのフロー



## ◆ 委員構成(2024年7月1日～2025年6月30日)

区分	氏名	所属
有識者	服部 彰治	札幌大通まちづくり株式会社 取締役統括部長 一般社団法人全国タウンマネージャー協会 理事
	加藤 幸枝	有限会社クリマ 代表取締役 東京都広告物審議会 委員 町田市街づくり景観審議会 委員
都市再生推進法人	佐野 豊	株式会社町田まちづくり公社 常務取締役
市内関係団体の代表	亀田 文生	一般社団法人町田市観光コンベンション協会 事務局長
	湯本 早智	町田商工会議所 職員

## ◆ 審議内容

	開催日	出席人数	議題
第1回	2022年7月15日	5名	議事 (1)自主審査基準について (2)個別意匠審査の流れと内容について
第2回	2023年6月23日	5名	議事 (1)自主審査基準の見直し (2)審査期間の見直し (3)地元情報の展開について (4)勉強会の開催について
第3回	2024年6月25日	5名	議事 (1)広告掲出基準の見直し

## ◆ 審査件数(2024年6月11日現在)

	媒体	審査件数	承認件数	不承認件数	条件付き承認
2022年度	デジタルサイネージ	46	39	6	1
	バナーフラッグ	2	2	0	0
2023年度	デジタルサイネージ	86	73	4	9
	バナーフラッグ	4	4	0	0
2024年度	デジタルサイネージ	23	22	1	0
	バナーフラッグ	0	0	0	0

# 自主審査基準について

本広告の目的や自主審査会での運用実績を基に、自主審査基準の見直しを実施しています。

## 原町田大通り地区エリアマネジメント広告に関する自主審査基準

株式会社町田まちづくり公社(都市再生推進法人)が、原町田大通り地区のエリア内(原町田大通り地区エリアマネジメント広告に関する景観ルール参照)において、良好な景観形成と地域の活性化を図るため管理するエリアマネジメント広告の表示内容及びデザインについて基準を定める。

### 1. 自主審査の対象

第1条 この自主審査基準は、原町田大通り地区において、株式会社町田まちづくり公社が町田市等との協議を経て設置し、その収益を公益的事業に充てることを目的とした屋外広告物(以下、「エリアマネジメント広告」という。)に適用し、次の各号に掲げるものを対象とする。

- (1) JR町田駅周辺デッキに設置するデジタルサイネージ
- (2) 原町田大通りの街路灯に設置するバナーフラッグ
- (3) 原町田大通りに設置する植栽柵に掲示する広告※

### 2. 審査体制

第2条 エリアマネジメント広告の表示内容やデザインの掲出が適切であるか審査するため、「原町田大通り地区エリアマネジメント広告自主審査会」(以下、「自主審査会」という。)を設置する。

- 二 自主審査会は、有識者、都市再生推進法人、市内関係団体の代表から構成される委員をもって組織する。

### 3. 審査基準

第3条 掲出するエリアマネジメント広告の形態・デザインは、株式会社町田まちづくり公社が別に定める「原町田大通り地区エリアマネジメント広告に関する景観ルール」ならびに、「原町田大通り地区エリアマネジメント広告における広告掲出基準」に適合するものであること。

第4条 掲出するエリアマネジメント広告の表示内容が以下に該当しないこと。

- (1) 公の秩序または善良な風俗に反するもの。
- (2) 人権の侵害、差別、名誉棄損にあたるもの。
- (3) 青少年保護、消費者被害防止の観点から相応しくないもの。
- (4) 通行者に健康上の被害を与える恐れがあるもの。
- (5) たばこ、風俗営業、パチンコ、アルコール等に関わる広告。
- (6) 宗教、思想、政治に関わるもの。
- (7) その他、自主審査会が相応しくないと認めたもの。

- 二 前項に該当する表示内容のうち、自主審査会がエリアマネジメント広告の目指す役割として適正であると認めたものは除く。

第5条 一般広告の表現基準が以下に該当しないこと。

- (1) 情報過多、文字情報の多いもの。
- (2) 赤・黄・青などの原色や高彩度の色(けばけばしい色)が多用され、かつ景観と調和しないと判断されるもの。
- (3) 見る人に著しく暗いイメージを与えるもの。
- (4) 道路交通の安全を損なう恐れや注意表示を誤認される可能性があるもの。
- (5) 金額訴求が主たるデザインとなるもの。
- (6) 性的表現、暴力的表現、差別的表現がなされていると判断されるもの。
- (7) その他、自主審査会が相応しくないと認めたもの。

第6条 デジタルサイネージにおいて掲出するエリアマネジメント広告は、3条・4条に加え、デザイン・表示内容が以下の要件を満たすこと。

(なお審査に当たっては適宜、日本放送協会・日本民間放送連盟「アニメーション等の映像手法について」を参照する。)

- (1) 音声を伴わないもの。
- (2) 白色が多用されるなど過度な明るさ、切り替え、点滅が伴わないもの。
- (3) ユニバーサルデザインに配慮したもの。
- (4) 視覚的に強い表現等にしないこと。
- (5) その他、自主審査会が必要と認めた要件。

第7条 その他、自主審査会が不可と判断した広告は、原則として掲出しない。  
また、本自主審査会は別途内規を定めることができる。

### 附則

この基準は、2022年7月15日から施行する。

この基準は、2023年6月24日から施行する。

**この基準は、2024年6月26日から施行する。**



# 広告掲出基準について(1)

## 原町田大通り地区エリアマネジメント広告における広告掲出基準

### 広告掲出基準の概要

#### 1 基本要綱

- (1) 公共空間に掲出する商品及びサービスの情報は、社会的に信用度の高い情報でなければならないため、広告内容及び表現は、それにふさわしい信用性と信頼性を持てるものでなければならない。
- (2) 原町田大通り地区は、町田市中心市街地であることから、広告もデザイン性に優れ、立地や周辺環境を考慮したものである必要がある。
- (3) いずれの情報も、正確で適切かつ節度を守ったものでなければならない。

#### 2 審査の基本

##### (1) 消費者保護の点で適切か

- \* 広告を見て行動する消費者に対して、適切な表現といえるか。
- \* 消費者に不利益となることはないか。
- \* 誇大な表現、わざと誤認させるような表現はないか。
- \* その商品やサービスが、社会的に適切なものか。

##### (2) 青少年保護の点で適切か

- \* 暴力団や殺人その他反社会的な事柄を容認することはないか。
- \* 裸体や性について露骨、ひわい等の表現はないか。

##### (3) 公共空間に掲出する広告として適切か

- \* 政治宣伝、宗教宣伝を主目的としてはいないか。
- \* 人権侵害、名誉毀損のおそれはないか。
- \* 当社事業に支障はないか。
- \* 各種法律等に照らして適切か。
- \* 法律で認められていない商品やサービスではないか。

##### (4) 社会的かつ市民生活的に適切か

- \* 暴力や投機をあおるおそれはないか。
- \* 不安や不快の念をもたらさないか。

##### (5) エリアマネジメント広告が目指す役割として適切か

- \* まちの印象づくりと回遊動線を広げる地域価値向上に適しているか

#### 3 その他

- (1) 新しい商品・サービスや表現が出てきた場合、その都度「原町田大通り地区エリアマネジメント広告に関する自主審査基準」に沿って判断をする。
- (2) 原町田大通り地区エリアマネジメント広告における広告掲出基準は、社会情勢の変化に応じて見直しを行い、表示内容の変更や追加を求めることがある。

### 一般的な表現の規制

#### 1 消費者保護の点で不適切なものは承認しない。

- (1) 誇大な表現(誇大広告)の禁止(根拠となる資料が必要です。)
  - ア 根拠のない最大級の表示  
例 都内一安い、日本最大のスケール、No.1の合格実績
  - イ 根拠のない誤認を招くような表現  
例 最高のサービス、激安、超特価、完全、100%、最後のチャンス、すぐ効く、1ヶ月で5kgやせる、必ず当たる  
ただし、「安い」及び「特価」の表現は認める。

#### (2) 割引価格の表示

- 割引価格を表示する場合、対象となる元の価格の根拠を明示すること。  
例 「メーカー希望小売価格の30%引き」など

#### (3) 射幸心を著しくあおる表現の禁止

- 例 必ずもうかる、今がチャンス

#### (4) 比較広告(根拠となる資料が必要です。)

- 主張する内容が客観的に実証されていること  
例 「当社 60円、A社 80円、B社 70円」

#### (5) 責任の所在、内容及び目的が不明確な表現

#### 2 青少年保護の点で不適切なものは承認しない。

- 一般的告知広告における裸体やそれに近い姿態  
広告する商品等とは無関係に、単に目立たせるために添えた裸体姿等必然性のないもの。

#### (1) 展覧会等の告知広告における裸体やそれに近い姿態

- ア 出品作品の一例として掲出するものは、その都度適否を検討する。
- イ 広告する内容等とは無関係に単に目立たせるために添えた裸体姿等必然性のないもの。

#### (2) 暴力や犯罪を肯定し助長するような表現

#### (3) 残酷な業者など、善良な風俗に反するような表現

#### 3 公共空間に掲出する広告として相応しくないものは承認しない。

- (1) 人権侵害、名誉毀損、各種差別表現、不快語等
- (2) 薬品、不動産その他各種公正競争規約に抵触するもの
- (3) 医療法、不当景表法等各種法律の規定に違反しているもの
- (4) 法律で認められていない商品やサービスを提供する表示。
- (5) 他を誹謗、中傷又は排斥するもの
- (6) 美観を損なうおそれのあるもの
- (7) 当広告事業の円滑な運営に支障をきたすもの
- (8) 公の選挙若しくは投票の事前運動に該当するもの
- (9) 非科学的、又は迷信に類するもので、利用者を迷わせたり、不安を与えるおそれのあるもの
- (10) 信号灯や標識灯等と紛らわしくなるようなもの  
原色及び蛍光色を多用するデザインは、ベタが画面の3分の1以内とする。
- (11) 蛍光色を多用するもの
- (12) 指定素材以外を使用しているもの



## 広告掲出基準について(2)

### 規制する業種

次の業種・商品等の広告は掲出を承認しない。

- (1) 風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律(昭和23年法律第122号)第2条に規定する風俗営業及び性風俗関連特殊営業並びにこれらに類似する業種(ただし、風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律(昭和23年法律第122号)第2条第5項に該当する業種においてはエリアマネジメント広告自主審査会がエリアマネジメント広告の目指す役割として適正であると認めたものを除く。)
- (2) 消費者金融業
- (3) 酒類販売業等
- (4) たばこ
- (5) 遊技場(パチンコ店、パチンコ機器メーカー及び麻雀屋を含む)、公営ギャンブル
- (6) 政治団体、政治宣伝(特定の政党、政派の政治宣伝が目的とみなされるもの、立候補予定者の事前宣伝とみられるものは承認しない。)
- (7) 意見広告
- (8) 商品取引業
- (9) 個人輸入代行業
- (10) 正規の金融機関を除く投資相談業、投資教室等
- (11) 宗教・宗派や宗教関係出版物(ただし、宗教・宗派においてはエリアマネジメント広告自主審査会がエリアマネジメント広告の目指す役割として適正であると認めたものを除く。)
- (12) 暴力団関連
- (13) マルチ商法
- (14) 出会い系サイト
- (15) その他上記に類するとみなすもの。
- (16) 商品や企業活動におけるトラブルや触法行為が社会問題化した商品及び企業、またはそれに類するもの。
- (17) エリアマネジメント広告自主審査会が不適切と認めたもの。

### 業種・商品ごとの表示規制

#### 1 消費税相当額

- (1) 料金を表示する広告においては、消費税相当額(地方消費税相当額を含む。)を含めた価格を表示することとする。
  - \* 認められる例(例示の取引は標準税率10%が適用されるものとして記載しています。)
  - 11,000円
  - 11,000円(税込)
  - 11,000円(税抜価格10,000円)
  - 11,000円(うち消費税額等1,000円)
  - 11,000円(税抜価格10,000円、消費税額等1,000円)
- (2) 消費税相当額を転嫁していない又は課税されていない旨の表示は認めない。
- (3) 免税事業者であることを理由に、安価を強調することは認めない。
  - \* 例 「消費税は転嫁していません。」「消費税はサービスしています。」「消費税は当店が負担しています。」「消費税は据え置いています。」

#### 2 人材募集広告

- (1) 労働基準法等関係法規を遵守していること。(関係資料の提出をお願いしたり、消費者センター及び労働基準監督署等関係機関に照会をする場合があります。)
- (2) 人材募集に見せかけて、売春や援助交際等の勧誘やあつ旋の疑いのあるものは認めない。
- (3) 人材募集に見せかけて、商品、材料及び機材の売りつけや資金集めを目的としているものは認めない。
- (4) 労働争議中の企業の人事募集広告は認めない。

#### 3 英会話教室・外国語学校

- 安易さを強調する表現は認めない。  
\* 例 1か月で確実にマスターできる。

#### 4 塾・予備校等(専門学校を含む。)

- (1) 終了生の合格率など実績表示を載せる場合、直近の1回分に限り表示を認める。
- (2) 新規・意匠変更と問わず、すべて事前のデザイン申請により、その都度承認を得ること。(実績を証明する資料を添えること。)

#### 5 外国大学の日本校

- 下記の主旨を明確に表示すること。  
\* 例 「この大学は、日本の学校教育法に定める大学ではありません。」

#### 6 資格講座

- (1) 民間の講習業者が「労務管理士」などの名称で資格講座を設け、それがあたかも国家資格であり、各企業は労務管理士をおかなければならないような表現を使用するものは認めない。
- (2) 「行政書士(本物の国家資格)講座」などの講座には、その講座だけで国家資格がとれるようなまぎらわしい表現を使用するものは認めない。
- (3) 資格講座の募集に見せかけて、商品及び材料の売りつけや資金集めを目的としているものは認めない。
- (4) 下記の主旨を明確に表示すること。
  - \* (1)の場合 「この資格は国家資格ではありません。」
  - \* (2)の場合 「資格取得には、別に国家試験を受ける必要があります。」

#### 7 質屋・チケット等再販売業

- (1) 個々の相場、金額等の表示は認めない。
  - \* 例 グッチのバッグ 56,000円、航空券 札幌—東京 15,000円
- (2) 有利さを誤認させる表示は認めない。
  - \* 例 高価買取、格安販売

#### 8 不動産会社

- (1) 「不動産の表示に関する公正競争規約」による表示規制がある。
- (2) 契約を急がせる表示は認めない。
  - \* 例 早い者勝ち、残り戸数あとわずか、特売中



## 広告掲出基準について(3)

### 9 不動産紹介業(いわゆる周旋業)

個々の物件の表示は認めない。

\* 例 ○○コーポ 6×6 58,000円 バストイレ付き 駐車場有

### 10 弁護士・税理士・公認会計士等

名称、所在地、一般的な事業案内等に限り、掲出を認める。

### 11 トランクルーム

「トランクルーム」とは、顧客の品物を預かり、責任を持って保管する業態をいう。

(これは、倉庫業法に基づくもので、掲出には国土交通省の規制に基づく適正業者(マル適マーク付き)であることが必要)

### 12 貸し収納業者

「貸し収納業者」とは、顧客に収納スペースを貸して顧客自身が品物を管理する業態をいう。

(1)会社名以外に「トランクルーム」の名称の使用を認めない。

(2)下記の主旨の断り書きを明確に表示すること。

\* 「当社の○○は、倉庫業法に基づく”トランクルーム”ではありません。お荷物のトラブル(破損、カビ等)については一切保管責任を負いません。」

### 13 映画・興行

(1)暴力、とばく、麻薬、売春などの行為を容認するような内容のものは掲出を承認しない。

(2)性に関する表現で、扇情的、露骨及びわいせつなものは掲出を承認しない。

(3)いたずらに好奇心に訴えるものは承認しない。

(4)内容を極端にゆがめたり、一部分のみを誇張した表現等は認めない。

(5)ショッキングなデザインは認めない。

\* 例 殺人現場、暴行現場、精神錯乱状態等

(6)その他青少年に悪影響を与えるおそれのあるものは認めない。

(7)R指定等、一部規制を受けるものはその内容を表示すること。

### 14 ダイヤルサービス

”ダイヤルQ2”のほか各種のダイヤルサービスに関する表示は認めない。

### 15 占い・運勢判断

(1)名称、所在地、一般的な事業案内等に限り、掲出を認める。

(2)占いや運勢判断に関する出版物は、その都度判断する。

(3)新規・意匠変更を問わず、すべて事前のデザイン申請により、その都度承認を得ること。

### 16 結婚相談所・交際紹介業

(1)『結婚相手紹介サービス協会(MISA)』に加盟していること。

(2)名称、所在地、一般的な事業案内等に限り、掲出を認める。

(3)『結婚相手紹介サービス協会(MISA)』に加盟していることをデザインに明記する。

(4)新規・意匠変更を問わず、すべて事前のデザイン申請により、その都度承認を得ること。(『結婚相手紹介サービス協会(MISA)』に加盟していることを証明する資料を添えること。)

### 17 旅行業

不当表示に注意

\* 例 白夜でない時期の「白夜旅行」、行程にない場所の写真

### 18 医院・医療機関

(1)医療法(69～71条)に規定する事項以外は原則として表示できない。

(2)あん摩マッサージ指圧師、はり師、きゅう師等に関する法律(7条)及び柔道整復師法(24条)についても、規定する事項以外は原則として表示できない。

(3)「医学博士」「○○大学医学部卒業」「○○学会認定医」の表示はできない。

(4)特に「美容外科」「形成外科」などは、デザインのイラストにも注意を払う必要がある。

(5)付帯業務(コンタクトレンズ又は老人保健施設等、医療法に関わらない業務をいう。)が、医療法で同一 デザイン内での表示はできない。

(6)判断が困難な場合、監督官庁の指示を受けること。

(7)新規・意匠変更を問わず、全て事前のデザイン申請により、その都度承認を得ること。

### 19 老人保健施設

(1)老人保健法(46条)に規定する事項以外は原則として表示できない。

(2)判断が困難な場合、監督官庁の指示を受けること。

(3)新規・意匠変更を問わず、全て事前のデザイン申請により、その都度承認を得ること。

### 20 医薬品

(1)下記の主旨を明確に表示すること。

\* 例「この薬は、使用上の注意をよく読んで正しくお使いください。」

ただし、別に定めた厚生労働省の基準により表示が必要でないものもある。

\* 例 ビタミン剤など誤用しても危険度が小さいもの

(2)効能の約束表示はできない。

\* 例 痩せる、なおる、健康になる

(3)判断が困難な場合、監督官庁の指示を受けること。

### 21 健康食品・機能性食品類

(1)医薬品ではなく「飲食品」なので、「疾病名」及び「効果」の表示はできない。

\* 例 腰痛に効く、アトピーがなおる

(2)「薬卵」「薬根」など「薬」の文字を冠した表現はできない。

\* 例 薬草を餌として生ませた薬卵を使った飲物

(3)身体の特定の部位を示して、それへの効果を見せかけた表示はできない。

\* 例 血液を綺麗にする

(4)薬や食品で改善できないことを、その効果を見せかけた表示はできない。

\* 例 運動不足の人に

(5)判断が困難な場合、監督官庁の指示を受けること。

### 22 コンタクトレンズ

下記の主旨の標語を明確に表示すること。

\* 「コンタクトレンズは医療器具です。眼科医の処方箋が必要です。」



## 広告掲出基準について(4)

### 23 調査会社・探偵事務所等

名称、所在地、一般的な事業案内等に限り、掲出を認める。

### 24 募金等

(1) 厚生労働大臣又は都道府県知事の許可を受けていること。

(2) 下記の主旨の標語を明確に表示すること。

\* 例「〇〇〇〇募金は、〇〇知事の許可を受けた募金活動です。」

### 25 通信販売業

無認可商品、粗悪品など不適切商品の告知は認めない。(消費者センターに確認の必要あり。)

### 26 雑誌・週刊誌等

(1) 公共空間に掲出する広告としての品位を保った広告であること。

(2) 見出しや写真の性的表現などは青少年保護育成の点で適正なものであること及び不快感を与えないものであること。

(3) チカン等を誘発・助長するような表現(文言・写真)がない広告であること。

(4) 犯罪被害者(とくに性犯罪や殺人事件の被害者)の人権・プライバシーを不当に侵害するような表現がない広告であること。

(5) タレントなど有名人の個人的行状に関しても、プライバシーを尊重し節度を持った配慮のある表現の広告であること。

(6) 犯罪事実の報道の見出しについて、残虐なことばやセンセーショナルな言い回しを避け、旅客大衆に不快の念を与えない広告であること。

(7) 未成年者、心身喪失者などの犯罪に関連した広告では、氏名及び写真を原則的に明示しないこと。

(8) その他、公の秩序や善良な風俗に反する表現のない広告であること。

### 27 雑誌・週刊誌以外の出版物

(1) 出版物の形式を利用して、諸法規の盲点をつこうとしているものは認めない。

(2) 出版物の形式を利用して、売名行為を行おうとするものは認めない。

(3) 他を侮辱、中傷及び誹謗しているものは認めない。

### 28 ゲームソフト

(1) CERO(特定非営利活動法人コンピュータエンターテインメントレーディング機構)による年齢区分マークZ指定のゲームソフトの告知は認めない。

(2) 年齢区分B、C、D指定のものについては審査の上承認する。

### 29 規制業種の企業によるその他事業の広告展開

(1) 本体企業が掲出を認められていない場合、その他の事業の広告も認めない。

(2) 本体企業が一部掲出規制を受けている場合、その他の事業の広告は掲出審査基準に定められた業種、商品等の規制範囲内でその掲出を認める。ただし、事務所等が独立しており、なおかつ、専用の電話回線を維持していること。

### 30 労働組合等

労働組合等は、一定の社会的立場と主張を持った組織であるため、公共空間に掲出する広告として無条件での承認はできない。

### 31 その他特に注意を要するもの

(1) 宝石の販売

虚偽の表現に注意すること。(公正取引委員会に確認の必要あり)

\* 例「メーカー希望価格の50%引き」宝石には普通、メーカー希望価格が無い。

(2) 肖像権・著作権

無断使用に注意すること。

(3) 風俗営業法第2条第5項に規定する営業

カジノバー、ポーカースポット等賭博を誘発する恐れのあるものは認めない。

射幸心をあおる表現は認めない。

\* 例「誰でも簡単に」安易に景品が獲れる表現、「早いもの勝ち」複数で競い合う表現等景品内容のPRを主目的とした表現は認めない。

人が楽しむ様子に焦点をあてた表現であること。

営業時間等法令に基づく入場制限の内容を表示すること。

(4) 宗教・宗派

不特定多数に広く参加を集う内容であること。

\* 例 初詣、節分祭等、一般的行事として行われるイベント不安感を煽る内容は認めない。

\* 例「祈らないと不幸になる」、「今のあなたは不幸である」

### 附則

この基準は、2022年7月15日から施行する。

この基準は、2024年6月26日から施行する。



# 課題と対応策について(1)

- ◆ 課題となっている検証項目とその対応策について  
 エリアマネジメント広告事業の評価は、「まちづくり(全体)」、「景観形成」、「安全性」、「事業性・公益性」、「回遊性」の検証分野で計20項目で効果検証を行い、5段階評価の評価点3以下になった項目は、以下の対応策で改善を行っています。

デジタルサイネージ、バナーフラッグ共通項目				
検証分野	回遊性			
検証項目	情報発信による情報収集量の変化		回遊性の向上	
検証指標	情報の収集量が増えたと感じる人の割合		来街頻度向上の確認	滞在時間向上の確認
検証方法	歩行者ヒアリング調査(2023年度)	SNSの投稿数(2023年度)	2023年度市民意識調査 「町田駅周辺への来街頻度」 前年度の結果との比較	2023年度市民意識調査 「町田駅周辺での滞在時間」 前年度の結果との比較
評価基準 (合格基準)	「情報量が増えた」60.0%以上	前回調査より1ポイント以上増	前回調査より1ポイント以上増	前回調査より1ポイント以上増
検証結果	「情報量が増えた」51.7% 「変わらない」48.3%	掲出主体による投稿以外の投稿無し	2週間に1回以上訪れる方が前年比3.6ポイント上昇 <b>&lt;本運用相当&gt;</b>	2時間以上滞在している方が前年比0.9ポイント上昇
対応策	①(次ページ参照)を実施し、今後再検証を行う。	SNSやHPとも連動した発信を行い、今後再検証を行う。	長期的な視点が必要であるため、引き続き注視していく。	長期的な視点が必要であるため、引き続き注視していく。

デジタルサイネージ検証項目				
検証分野	まちづくり(全体)	景観形成	事業性・公益性	
検証項目	地域の魅力発信	周辺環境との調和	緊急情報の発信	
検証指標	地域活動等の紹介件数の確認	周辺環境との調和を感じる人の割合	緊急情報発信者への意見聴取	「サイネージで得たい情報」を確認
検証方法	地域活動等の紹介件数	2023年度市民意識調査 「自宅周辺の景観に対する好感度(原町田)」	(現在、放映未対応)	歩行者ヒアリング調査(2023年度)
評価基準 (合格基準)	3件以上の掲出	好感が持てるの割合が60.0%以上	—	—
検証結果	20件(2023年6月21日～2024年6月1日) <b>&lt;本運用相当&gt;</b>	好感が持てる層の割合が68.9% <b>&lt;本運用相当&gt;</b>	(災害発生時、電源喪失や通信遮断により自動切替は困難である／立ちどまりの危険がある)	「イベント情報」36.0% 「災害情報」28.5% 「観光情報」18.6%
対応策	①(次ページ参照)を実施	町田駅周辺の景観向上を目的とした「勉強会」を開催し、リテラシー向上を図る。	原町田大通り交流拠点で避難所マップの配布や情報提供を行っている旨の表示等を内容を検討(原町田大通り交流拠点は、2024年度内に整備完了予定)	

## 課題と対応策について(2)

バナーフラッグ検証項目					
検証分野	まちづくり(全体)	景観形成			事業性・公益性
検証項目	バナーフラッグによる魅力発信	周辺環境との調和	内容が当該地区にふさわしいか	バナーフラッグの視認性	イメージアップに寄与しているか
検証指標	地域活動等の紹介件数の確認	周辺環境との調和を感じる人の割合	来街者アンケート(2022年度)	掲出主としてPRにつながったか	来街者アンケート(2022年度)
検証方法	地域活動等の紹介件数	2023年度市民意識調査「自宅周辺の景観に対する好感度(原町田)」	通りの印象が変わったと感じる人の割合	掲出主体へのヒアリング	通りの印象が変わったと感じる人の割合
評価基準 (合格基準)	3件以上の掲出	「好感が持てる」の割合が60.0%以上	「どちらかといえば変わった・変わった」の割合が60.0%以上	PRにつながったという意見	「どちらかといえば変わった・変わった」の割合が60.0%以上
検証結果	3件(2023年6月21日～2024年6月11日) ＜本運用相当＞	「好感が持てる」の割合が68.9% ＜本運用相当＞	「どちらかといえば変わった・変わった」53.1%	バナーフラッグのサイズが小さく訴求力に乏しいとの意見あり。	「どちらかといえば変わった・変わった」53.1%
対応策	②(下記参照)を実施	町田駅周辺の景観向上を目的とした「勉強会」を開催し、リテラシーの向上を図る。			②(下記参照)を実施し、今後再検証を行う。

### ① イベントフォーマットの作成、活用

中心市街地内で実施するイベントに対しポスター等既存素材を活用して情報発信できる月ごとのフォーマットを作成し、各団体等に周知しました。掲出数も増えてきているため継続して周知していくほか、新たな掲出方法も検討していきます。



### ② バナーフラッグの運用方法変更

掲出期間を3ヵ月 → 原則1ヵ月単位に変更し、イベント情報を掲出しやすい期間とします。  
W600mm×H900mm → W600mm×H1,200mmへサイズアップすることで、視認性を向上させます。  
多様なデザインを掲出できるようデザイン構成を変更しました。  
今後広告の掲出のない期間は、町田まちづくり公社が原町田大通り地区をPRするためのバナーフラッグを製作し掲出する予定です。



# 広告収入を活用した地域における公共的な取り組みに係る事業計画

## ◆ 販売概要

媒体	設置箇所数	基本料金(税抜)	掲出期間	販売方法
デジタルサイネージ	5か所10面(2~3ページ参照)	120,000円	1週間	指定代理店経由での販売、直接販売
バナーフラッグ	27カ所(4ページ参照)	80,000円	1ヵ月	直接販売

## ◆ 収支計画(2025年4月1日~2028年3月31日)

(単位:円、税抜)

	項目	2022年度 (実績)	2023年度 (実績)	2024年度 (計画)	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	小計 (2025~2028 年度)	合計 (2022~2028 年度)
収入	サイネージ	1,334,000	6,888,000	10,000,000	12,000,000	13,500,000	15,000,000	16,000,000	56,500,000	74,722,000
	バナーフラッグ	80,000	180,000	240,000	240,000	240,000	240,000	240,000	960,000	1,460,000
	小計	1,414,000	7,068,000	10,240,000	12,240,000	13,740,000	15,240,000	16,240,000	57,460,000	76,182,000
支出	外注費	2,077,000	2,080,000	1,500,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	8,000,000	13,657,000
	通信費	150,000	533,806	550,000	550,000	550,000	550,000	550,000	2,200,000	3,433,806
	保険料	122,000	426,750	430,000	450,000	450,000	450,000	450,000	1,800,000	2,778,750
	電気使用料	82,000	324,136	440,000	600,000	650,000	650,000	650,000	2,600,000	3,396,136
	人件費	940,320	3,543,840	4,000,000	4,100,000	4,200,000	4,300,000	4,400,000	17,000,000	25,484,160
	その他経費	34,112	32,654	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	120,000	216,766
	小計	3,405,432	6,941,186	6,950,000	7,780,000	7,880,000	7,980,000	8,080,000	31,720,000	49,016,618
収入-支出(収益)		-1,991,432	126,814	3,290,000	4,510,000	5,860,000	7,260,000	8,160,000	25,740,000	27,215,382

※減価償却費は含まない

## ◆ 公益還元事業の内容

今後、収益の一部を活用し実施を想定している公益還元事業は以下の通りです。

項目	実施予定時期	内容
広告掲出場所周辺の道路維持活動	毎年度実施	概ね1~2週間に1回のゴミ拾いを実施する。
ペDESTリアンデッキガム除去等清掃	毎年度実施予定	通常の道路維持活動に加え、歩行空間にこびりつくガムの除去等の特別清掃を年1回程度実施する。
エリアマネジメント広告に関する勉強会※	2024年度実施予定	景観やユニバーサルデザインへの配慮に欠くデザインが多いため、勉強会を開催しリテラシー向上を図る。
バナーフラッグの製作、設置	2024年度以降実施予定	広告掲出のない期間に原町田大通り地区をPRするためのバナーフラッグを製作し掲出する。
町田駅周辺の人流計測	2024年度以降実施予定	AIカメラ等を活用し、人流計測および行動分析を実施する。
原町田大通りに設置する植栽等の管理	2025年度以降実施予定	原町田大通りに設置予定のプランターへの植物の植え替え等を定期的に変更する。(設置場所未定)
地域情報発信HP等の運用	2025年度以降実施予定	地域情報発信HP等を構築し、さらなる街の魅力発信に取り組む。
まちの魅力発信映像制作	2025年度以降実施予定	デジタルサイネージで市内風景・まちづくり活動として放映する映像の製作を行う。

※「3号デッキでの情報発信ツールの展開」は屋外広告物条例に抵触する恐れがあるため、印象的な景観創出に向けた勉強会実施に変更 14