町田市
屋外広告物
ガイドライン
（景観編）

町田市　2024年10月

目次

特に読んでほしい方

広く知って頂きたい基礎的な内容

実際に屋外広告物を計画する際に確認して頂きたい専門的な内容

市民の方

広告主の方

屋外広告業者の方

1章 ガイドラインで何をするの？
町田市が目指す屋外広告物景観の方向性を示します。

01 ガイドラインが目指すこと・・・・・・・・・1
02 町田市が目指す屋外広告物景観・・・・・・・2
03 ガイドラインの位置づけと使い方・・・・・4
04 ガイドラインの対象・・・・・・・・・・・・5

2章 素敵な広告物を作ろう！
素敵な屋外広告物を作るためのポイントを示します。

01 屋外広告物ってなに？・・・・・・・・・・・6
02 屋外広告物を計画してみよう！・・・・・・・7
[1] 位置 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・7
[2] 情報 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・8
[3] 図記号・文字・ ・・・・・・・・・・・・・9
[4] 色彩 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・10
[5] 素材 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・11
[6] 照明 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・12
03 多様化する広告表現・・・・・・・・・・・13
04 安全・快適にまちを歩くために・・・・・14

3章 市全域共通の配慮事項
屋外広告物を設置する周辺の環境に合わせた共通の配慮事項を示します。

01 大規模建築物における配慮・・・・・・・15
02 にぎわい創出のための配慮・・・・・・・15
03 沿道での配慮・・・・・・・・・・・・・16
04 歴史・文化への配慮・・・・・・・・・・17
05 緑地・公園・自然資源への配慮・・・・・17
06 地域特性への配慮・・・・・・・・・・・18

4章 地域ごとの配慮事項
屋外広告物を設置する地域の景観特性に合わせた配慮事項を示します。

景観形成ゾーン
01 ガイドラインの地域区分について・・19
02 丘陵地ゾーン・・・・・・・・・・・・20
03 住まい共生ゾーン・・・・・・・・・・22
04 にぎわいゾーン・・・・・・・・・・・25

景観形成誘導地区
05 小野路宿通り景観形成誘導地区・・・27
06 町田駅前通り景観形成誘導地区・・・29
07 多摩境通り景観形成誘導地区・・・・31

5章 表示・設置に必要な手続き
手続きに必要な事項を示します。

01 屋外広告物の表示・設置に必要な手続き・33
02 屋外広告物に関する事前協議・・・・・・34
03 町田市屋外広告物条例の概要・・・・・・35

1章 ガイドラインで何をするの？

01 魅力・豊かさを感じられるまちへ向けて ガイドラインが目指すこと

景観に配慮した屋外広告物を増やしていくことで、魅力・豊かさを感じられるまちを目指していきましょう！

なぜガイドラインを策定するの？

屋外広告物は自然や都市の景観に大きな影響を与えるものですが、設置位置や色彩などを景観に配慮したものとすることで、地域のにぎわい・個性の創出や、周囲のまち並み・風景との調和を図ることができます。

町田市では、屋外広告物による地域のにぎわい・個性の創出や、屋外広告物を周囲のまち並み・風景と調和させることでより良好な景観づくりを進めていくため、「町田市屋外広告物ガイドライン（景観編）（以下、ガイドライン）」を策定しました。

ガイドラインは屋外広告物を計画するうえでのポイント等を具体的な事例と併せて示すことで、屋外広告業者だけでなく、広告主や市民の方々にも屋外広告物について理解を深め、活用してもらうものとなっています。

どんな課題があるの？

町田市では屋外広告物に関して以下のような課題が見られます。

❶ 地域の景観特性（住宅街、自然豊かな風景など）が考慮されていないデザインの広告物が見られます。

❷ 建築物の外観やまち並みとの調和が図れていない広告物が見られます。

❸ 非常に多くの広告物が掲出されており、素敵な広告物が埋もれてしまい認識されません。

❹ 過剰な情報量の広告物が見られます。

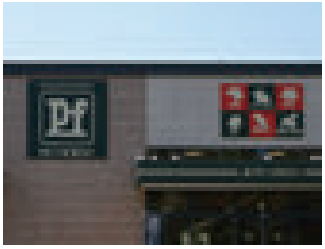
ガイドラインを活用すると…

❶ 地域の景観特性に合わせ、位置や大きさ・素材などに配慮した広告物となります。

❷ 建築物の外観と一体化した広告物やまち並みに調和した広告物となります。

❸ 各々の広告物の良さが人々に認識され、個性や魅力が感じられるようになります。

❹ 広告物に掲載した情報が人々に伝わりやすくなります。



魅力・豊かさを感じられるまちへ！

市内にある魅力的な屋外広告物から学ぶ

02 町田市が目指す屋外広告物景観

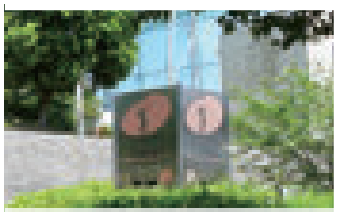
町田市内の見本となる屋外広告物を、町田市景観計画のキーワードとともに紹介します。
写真のように多くの人に配慮したり、地域の利益を考えた屋外広告物を作りましょう！

基本目標

自然の風景を守り育てる

Keyword みどり

葉の緑よりも落ち着いた色彩で自然の彩りに配慮しています。

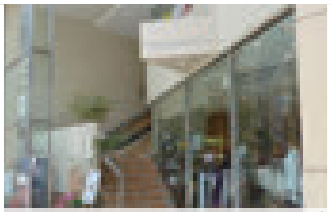


周囲のみどりと調和する規模・色彩としています。

木の幹を思わせる色彩で外装の木材や周囲の木々に配慮しています。

基本目標

だれもがやすらぎ誇れるまち並みをつくる



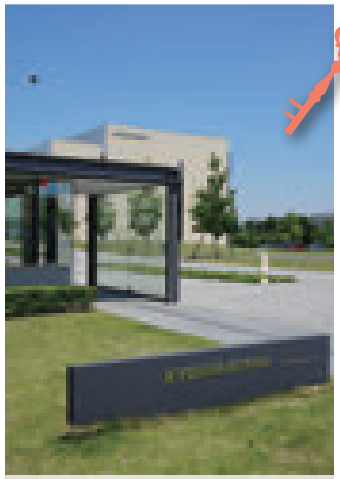
広告物や商品で、店先のにぎわいを演出しています。

鮮やかな色を規則的に並べてにぎわいを出しています。

文字周辺の余白が落ち着いた印象を与えています。

Keyword にぎわい

バナーフラッグでにぎわいを演出しています。



外観と一体となったデザインで開放感を演出しています。

Keyword やすらぎ

外壁と同系色を用いて、優しい印象を与えています。

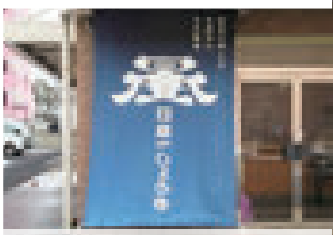
落ち着いた色彩を用いて外観に統一感を出しています。

鮮やかな配色でまとめ、すっきりとした印象にしています。

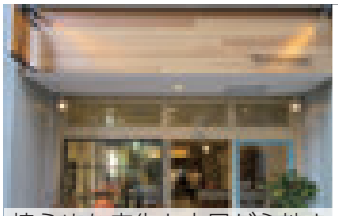
基本目標

先人が築いた文化・歴史を受け継ぐ

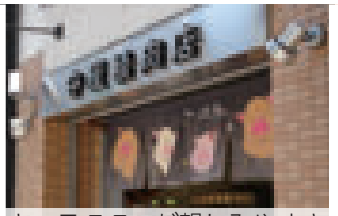
Keyword 特色



木材やのれん、筆文字が店舗のこだわりや老舗の誇り、歴史の永さを感じさせます。



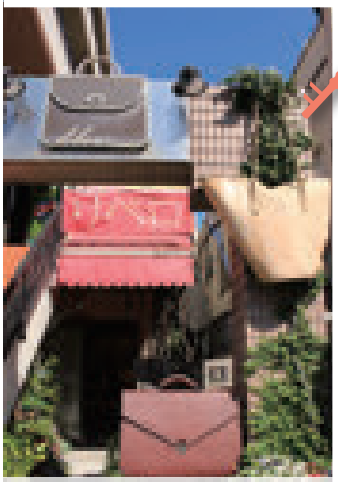
控えめな広告と木目が心地よい店先を演出しています。



キャラクターが親しみやすさを感じさせます。

基本目標

次世代に向けてだれもが愛着と誇りをもてるまちをめざす



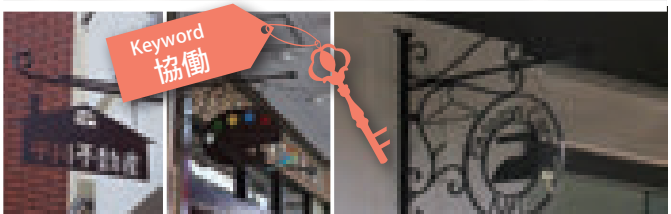
商品のモチーフを飾りインパクトを出しています。

Keyword 個性

コンクリートをくり抜き斬新な表現としています。

高さを抑えて周囲の住宅地に配慮しています。

Keyword 協働



地域の店舗が協力してアイアン看板で個性を出しています。

町田市景観ガイドラインの屋外広告物編

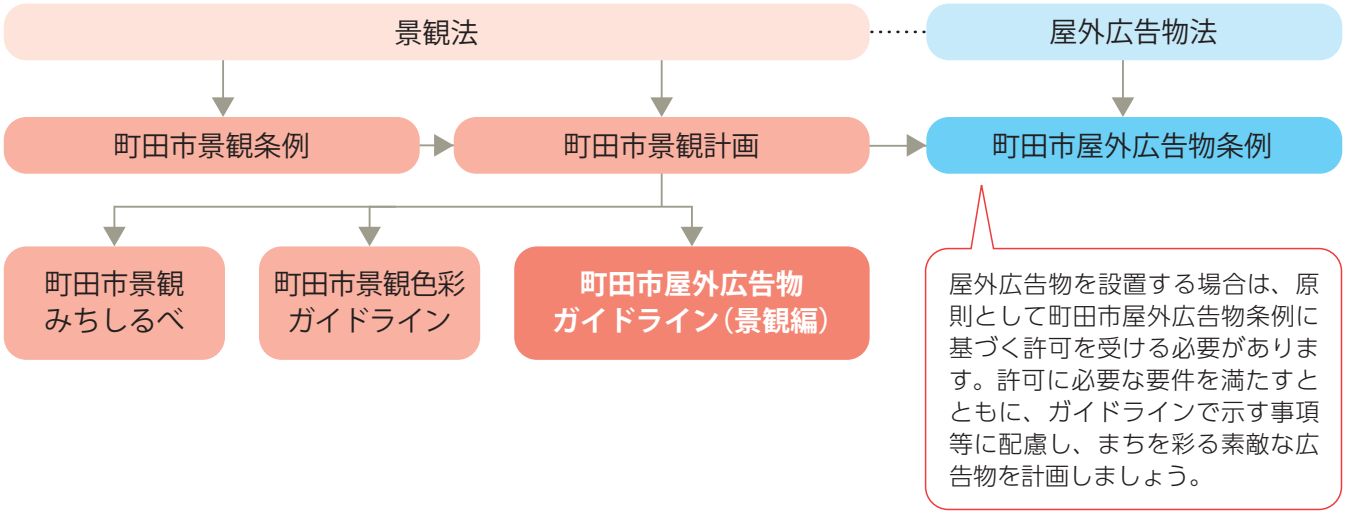
03 ガイドラインの位置づけと使い方

ガイドラインを使って、景観に配慮した屋外広告物を作りましょう！

(1) ガイドラインの位置づけ

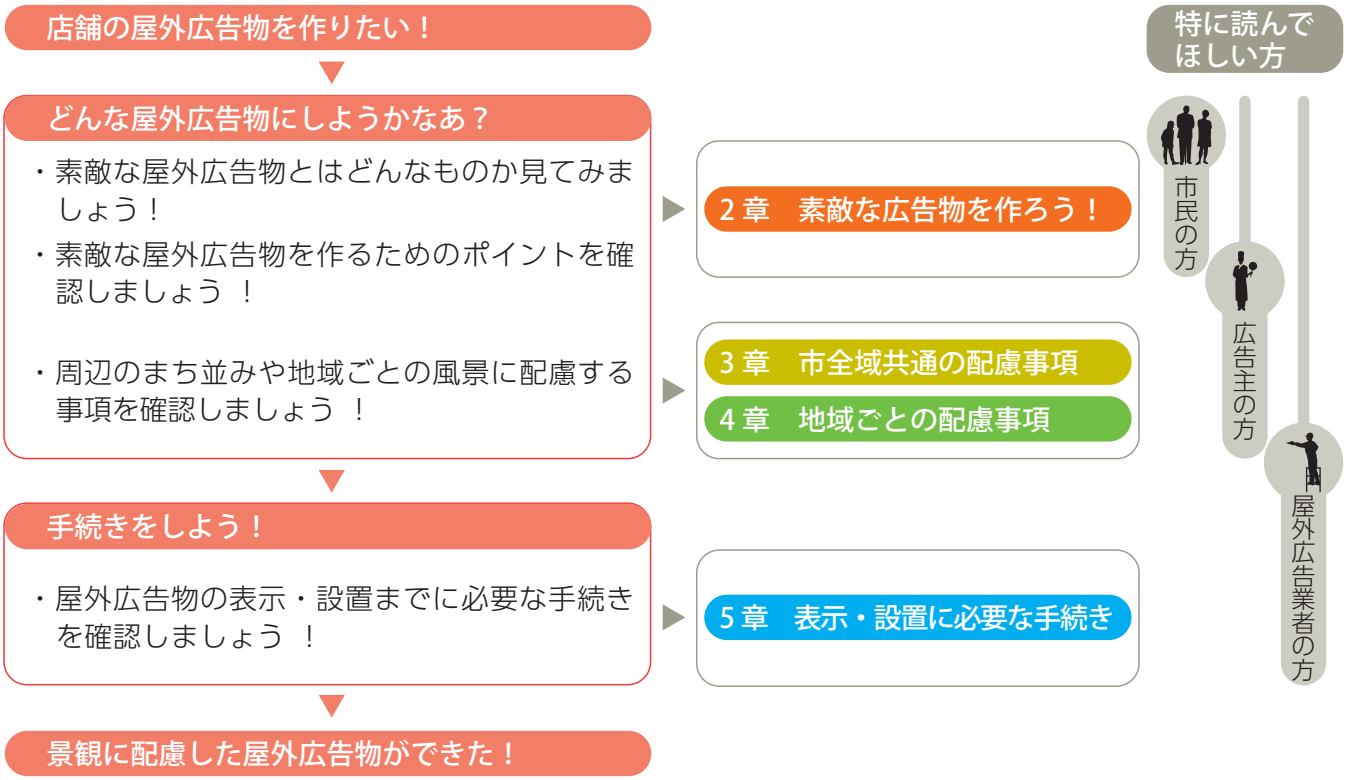
ガイドラインは町田市景観計画に基づく、屋外広告物による良好な景観づくりのための解説書です。

・ガイドラインは、町田市景観計画に基づいた町田市景観ガイドラインの一つとして定めるものです。
・町田市景観計画の「第５章 広告物等による景観づくり」に基づいて、屋外広告物による良好な景観づくりのための具体的な方法を示します。



(2) ガイドラインの使い方

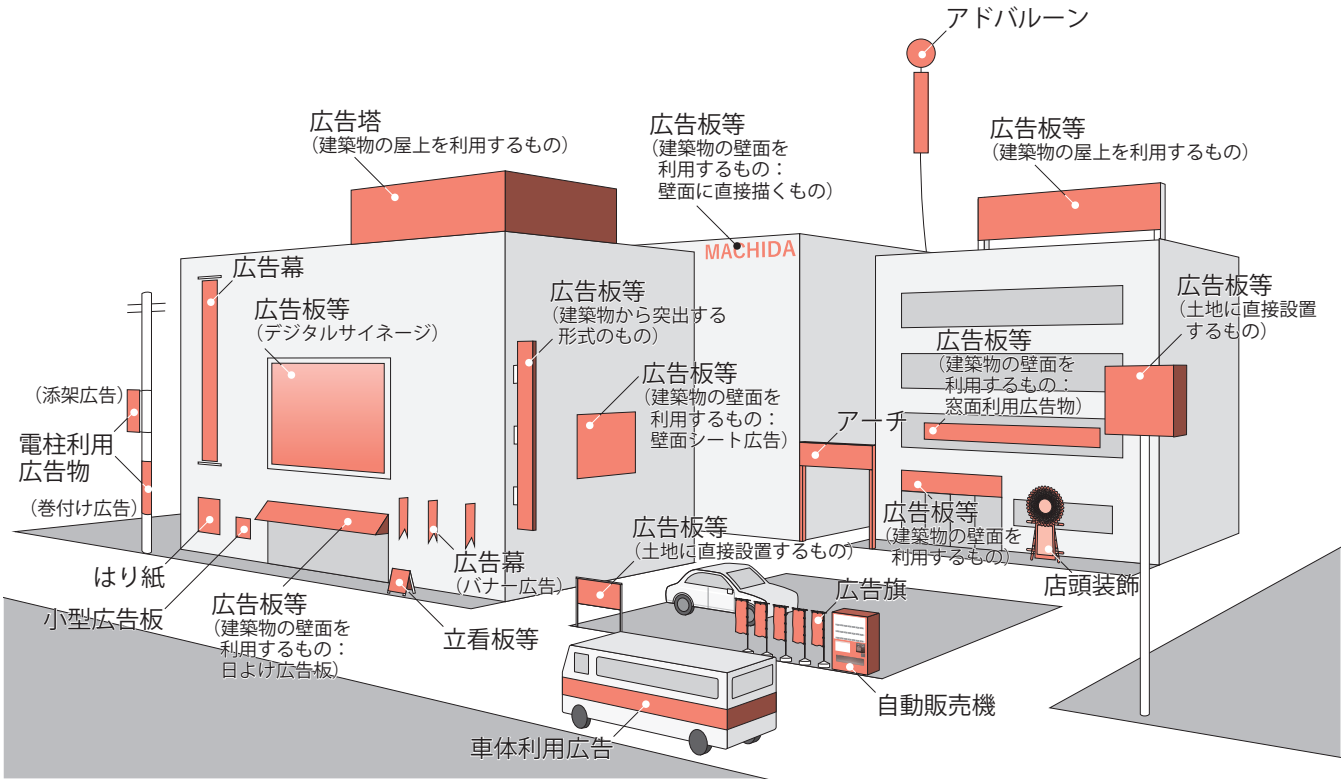
屋外広告物の計画から設置までの流れとガイドラインの使い方を紹介します。



この冊子で対象とする広告物

04 ガイドラインの対象

私たちの周りには、こんなにたくさんの種類の広告物があります！
ガイドラインでは、屋外に向けて情報を発信するもの全般を対象としています。



・町田市屋外広告物条例では、上図に示すような屋外広告物を対象として取り扱っています。広告板や広告旗だけでなく、自動販売機にラッピングされた広告物や自動車の車体を利用した広告物も屋外広告物となります。

・ガイドラインでは、町田市屋外広告物条例で取り扱う屋外広告物に加え、屋外に向けて情報（店舗や建物の名称、商標、事業や営業内容、店舗を連想させる物体など）を発信するもの全般を対象とします。例えば、窓の内側から屋外に向けて掲出される広告物（特定屋内広告物）は屋外広告物ではありませんが、ガイドラインの対象です。

屋外広告物法及び町田市屋外広告物条例で定義する屋外広告物とは
・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います。

2章 素敵な広告物を作ろう！

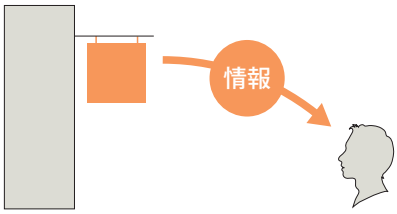
01 屋外広告物ってなに？

情報を伝えながら、まちの魅力を高める

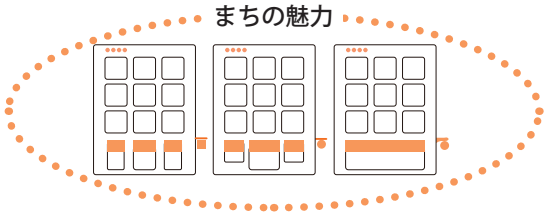
屋外広告物は店舗や商品の情報を発信したり、見つけてもらううえで、なくてはならない伝達手段です。まちを利用する様々な立場の人にも配慮することで、まちの魅力を高めていきましょう！

(1) 屋外広告物の役割と必要性

・屋外広告物は、「記名」「案内・誘導」の役割を果たす情報伝達手段であり、広告主が店舗の情報を知らせる等の「社会的機能」や、見る人の購買行動を誘引する等の「経済的機能」を果たすうえで、なくてはならないものです。
・また、特に商業地では、活気・にぎわいを演出する要素でもあります。
・屋外広告物で情報を伝達するとともに、まちの魅力をより高める必要があります。



屋外広告物は情報を伝達する手段です。

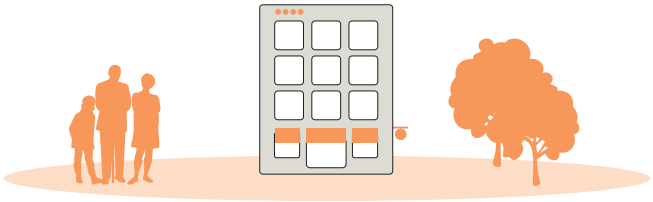


素敵な屋外広告物が集まると、まちの魅力が高まります。

(2) 多くの人や地域の景観に配慮した計画

・屋外広告物は屋外にいる不特定多数の人の目に留まります。宣伝のターゲットとする人だけでなく、周辺住民や通勤・通学などでまちを訪れる人など、日常生活の中で広告物を目にする人にも配慮して計画します。
・屋外広告物は国民の財産である景観に影響を与えます。非自家用広告物（P8 参照）を掲出する場合でも、地域の景観に配慮します。

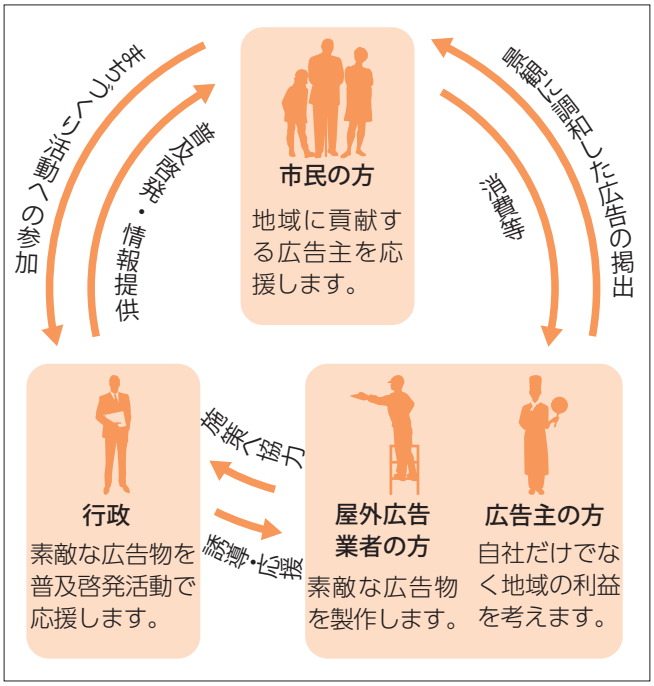
多くの人や景観に配慮した屋外広告物を掲出することは、広告主である企業の印象を高めることにもつながります。



素敵な広告物とは
・ガイドラインの内容を反映した屋外広告物で、社会的機能と経済的機能を満たし、地域の景観と調和し、多くの人に親しまれるものをいいます。

(3) みんなで育てる屋外広告物景観

・屋外広告物に関わる人がそれぞれの役割を果たすことで、町田市全体で良好な景観につながる屋外広告物を作ることができます。



屋外広告物には広告主、屋外広告業者、市民、行政など多くの方が関わります。

デザイン要素別のチェックポイント

02 屋外広告物を計画してみよう！

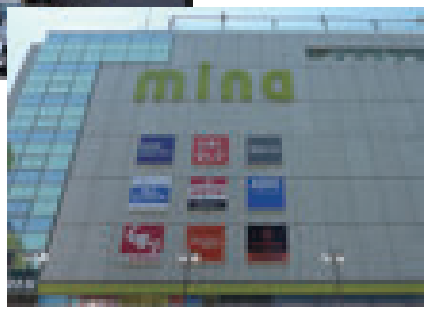
[1] 位置

屋外広告物は秩序をつけたり人の目線に合う位置に設置したりすることで、認識されやすくなります。建築物全体のバランスや歩行者の視野などを意識して、適切な位置を考えましょう！

(1) 秩序をつけて配置する

・瞬時に内容を理解できるよう、位置や大きさを揃えるなど秩序のある配置とします。
・建築物を新設する際は計画時から屋外広告物の掲出場所を設け、テナントとルールを共有します。

テナントの名称を間隔や設置高さに秩序をつけて表示し分かりやすくしています。



チェーンストアも位置や大きさを揃え、周辺の環境に配慮しています。

(2) 建築物との調和を考える

・建築物全体の外観やまち並みを活かす形となるよう、建築物と一体的に計画します。
・鮮やかなコーポレートカラー※を外壁色に用いる等建築物全体を広告物とするような表現は避けます。

※企業等のイメージを伝えるために設定された色

エントランス頂部に特徴ある広告物を設置することでエントランスの位置を分かりやすくしています。

屋上設備機器の遮蔽と合わせて建築物と一体的に広告物を配置しています。

(3) 見えやすい低層部にまとめる

・歩行者の目に入りやすいよう、屋外広告物はできるだけ低層部に集めます。

歩行者の目線から見ると低層部の広告物が目に留まります。

商業ビルのテナントの情報を、ペデストリアンデッキ上の歩行者が見やすい低層部に掲出しています。

テナントの広告物やイベント情報を、歩行者の目に入りやすい範囲に掲出しています。

[2] 情報

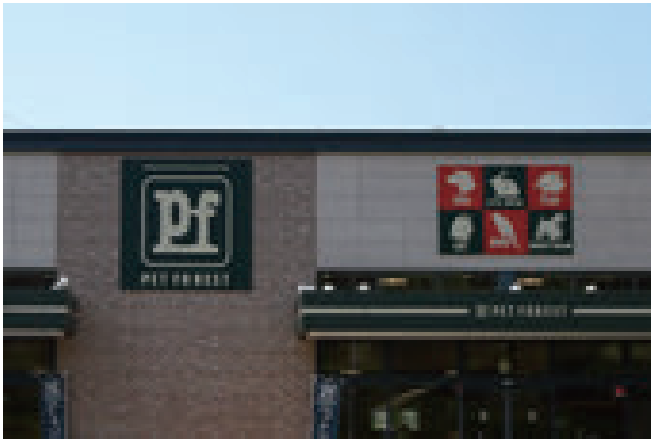
屋外広告物の情報を整理することで、短い時間で内容を的確に伝えることができます。
瞬時に分かりやすく伝えることを意識して、適切な情報量や情報の優先順位を考えましょう！

ガイドラインでは、「情報」を次のように分類します。

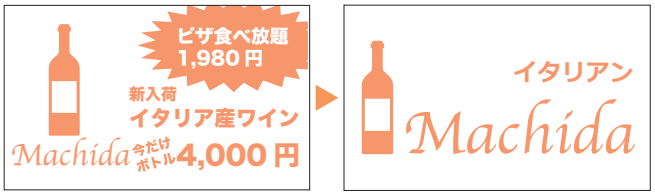
情報
- **表札**　例：店舗名、企業名、商標
- **告知情報**　例：事業内容、営業内容、メニュー

(1) 適切な情報量を考える

・表札に関する情報を最も目に入るように掲出し告知情報は必要最小限のものを整理して掲出します。



表札の次に告知情報が目に入るよう、調整されています。



表札と最小限の告知情報に絞ることで、店名を確実に伝えるとともに、まちのイメージ形成にも寄与します。

(2) 優先順位をつける

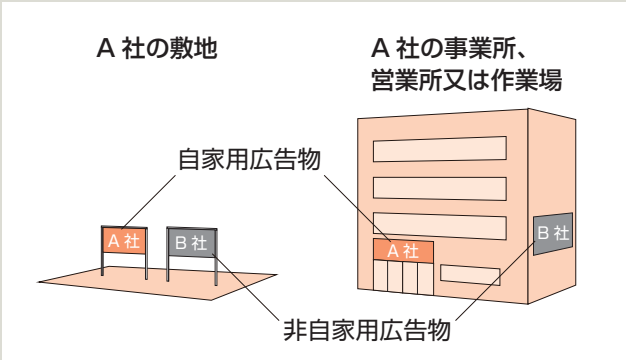
・特に伝えたい内容と他の内容で文字の大きさに差をつけたり、伝えたいものを先に配置するなど情報に優先順位をつけます。

大きさや色、位置に変化をつけ優先順位を明確にしています。

伝えたい情報を上から順に示すことで、内容が理解しやすくなります。

コラム 自家用広告物と非自家用広告物とは

・「自家用広告物」とは、自己の氏名、名称、店舗名、商標、事業又は営業の内容を表示するため自己の住所、事業所、営業所又は作業場に表示する広告物等のことをいいます。
・自家用広告物ではない広告物等を「非自家用広告物（第三者広告物）」といいます。
・自家用広告物、非自家用広告物に関わらず、情報量や情報の優先順位に配慮します。



表示する場所によって「自家用広告物」と「非自家用広告物」に分類されます。

[3] 図記号・文字

屋外広告物は端的な図記号や文字表現を使うことで、情報を分かりやすく伝えることができます。
最も伝えたいことをシンプルに表現することを意識して、図記号や文字を考えましょう！

(1) 図や記号で情報を端的に伝える

・ピクトグラムやシンボルマークを使うことで、情報を的確に伝えたり、企業のイメージを強く印象づけたりすることができます。

ピクトグラムで飲食店であることを伝えています。

企業のロゴで店名を端的に伝えています。

形によって取り扱う商品の内容を伝えています。

イラストや矢印で、店舗の入口へ誘導しています。

文字で伝えることが難しい場合でも、ピクトグラムのような図や記号を活用することで直感的に情報を伝えることができます。近年増加している外国人観光客の方々に端的に情報を伝える手段としても有効です。

(2) 文字数を抑えて端的に伝える

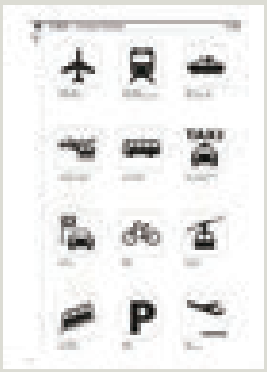
・通りすがる時間に読める文字数は限られているため、文字数を抑えます。

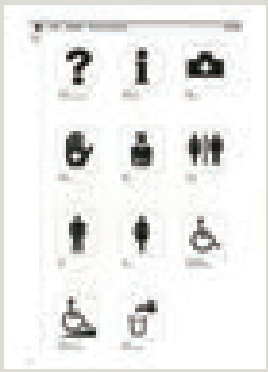
町田へようこそ
運転手　最大 7 文字程度
すてきな思い出を
歩行者　最大 15 文字程度

通りすがる時間（約 0.3 秒）で読める文字数の目安は運転手と歩行者で異なります。

コラム　多様なニーズに対応する表現とは

・多くの人が利用する交通･観光施設等では言語のバリアフリーに配慮した表現が求められます。
・言語や色弱など障壁があっても認識できるよう、標準案内用図記号や多言語表記、識別しやすい色彩を使用することなどが考えられます。





（『標準案内用図記号ガイドライン』より抜粋）

標準案内用図記号：交通・観光施設等で一目で情報が伝わるようデザインされた記号。
※主に公共サインに用いるものであり、商業サインではこのデザインに限るものではありません。

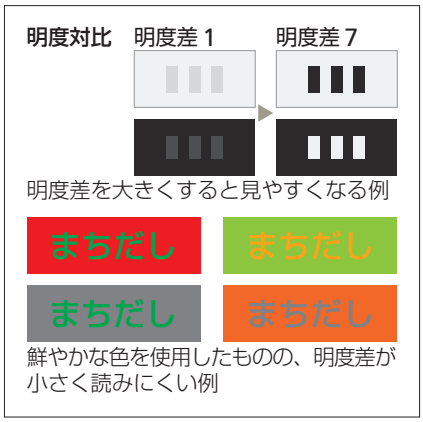
[4] 色彩

※色彩については、『町田市景観色彩ガイドライン』も参照ください。

屋外広告物の色彩は、文字や形を十分識別できるようにすることが大切です。見やすさを確保したうえで、地域にふさわしい色や人の目線の動きを意識して、店舗の魅力が伝わる色彩を考えましょう！

(1) 色の対比で視認性と可読性を高める

・誰もが情報を適切に受けとれるよう、色彩で表示面の視認性（見つけやすさ）と可読性（読みやすさ）を高めます。
・視認性を高めるため、背後のまち並みと適度に対比する色彩を使用します。
・可読性を高めるため、表示面の背景と文字・図の明度差を大きくしたり、文字の周りをはっきりと縁取ることも効果的です。



明度の対比が弱いと、チカチカするなど読みにくくなります。

文字とその周囲で明度の対比を強めると、読みやすくなります。

(2) 地域にふさわしい色使いとする

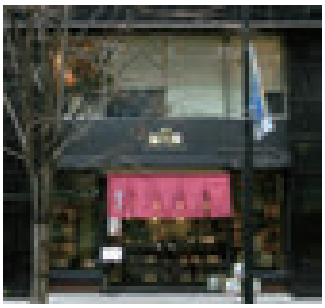
・住宅地周辺では住宅地の落ち着いた雰囲気を守るよう、屋外広告物にも落ち着いた色彩を使います。

文字に淡い色を使用し、穏やかな表現にしています。

コーポレートカラーを変更し住宅地に配慮しています。

・商業地周辺では通りのにぎわいを演出するよう、適度な鮮やかさのある色彩を使います。

鮮やかな赤が植栽に映え、にぎわいを出しています。

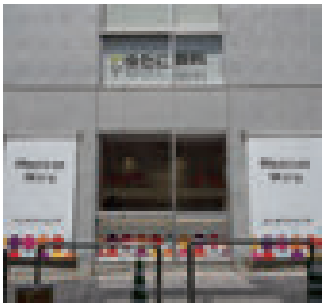


広告物の色が店舗のアクセントになっています。(千代田区)

(3) 鮮やかな色は低層部の要所に使う

・鮮やかな色を使う場合は、主に低層部の入口付近など動線の要所となる場所で効果的に用います。

低層部に鮮やかな色を並べ店内へ誘導しています。



歩行者の動線に沿って色を並べにぎわいを出しています。

(4) 少ない色数でまとめる

・少ない色数でまとめることで、店舗の印象を強めることができます。

外壁の木調ルーバーと色彩を揃え、印象づけています。

入口のサッシと広告物の色を統一し印象を強めています。

[5] 素材

屋外広告物は、素材を工夫することで店舗のイメージをより端的に伝えることができます。
それぞれが持つ特徴を意識して、店舗のイメージを伝える素材を考えましょう！

(1) 木材：暖かさを演出する

・古くから慣れ親しんだ素材で暖かなイメージを演出できます。
・歴史や自然資源の周辺では木材が多く使われ、長年使用することで風合いの変化を感じることができます。

経年変化した木材から暖かさを感じることができます。

(2) 布：やわらかさや和の雰囲気を演出する

・風に揺れる光景によってやわらかさや和の雰囲気を演出できます。
・店舗名の表示など長期的な使用だけでなく、イベントの告知など短期的な使用も効果的です。

布が和の雰囲気を演出しています。

(3) 石材：堅実さを演出する

・石材の重さや堅さによって、堅実なイメージを演出できます。
・金属や木材など、他の素材と併用することで演出できるイメージの幅が広がります。

石材の重厚感で施設の堅実さを演出しています。

(4) 金属：先進性を演出をする

・金属の光沢感によって先進的な印象を高めています。
・自然や歴史のある地域では光沢感を和らげる配慮をします。

金属で先進的な高級車の印象を強めています。

コラム

みどりで演出する効果とは

・屋外広告物とみどりを組み合わせることで、屋外広告物をより引き立たせることができます。
・店先を彩る環境づくりで、まち並みをさらに魅力的に演出しましょう。また、気軽に腰をかけられるベンチを店先に設置するなど来訪者をもてなす環境づくりも大切です。

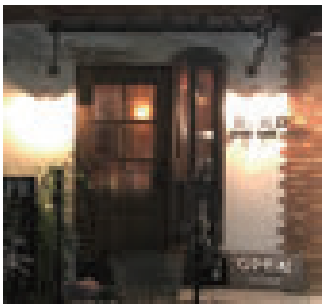
屋外広告物とみどりを組み合わせ、店先やまち並みをより魅力的に演出しています。

[6] 照明

屋外広告物による景観を考える際は、昼間だけでなく、夜間の見え方も重要です。
表示内容が分かるように照らしたうえで、まちの夜間景観を魅力的に演出する方法を考えましょう！

(1) 表示内容が認識できるように設置する

・夜間でも店舗を認識できるよう、照明を設置します。
・夕方など、ものが見えにくくなる時間から点灯するなど配慮します。



店舗名に直接照明を当て、店舗を認識しやすくしています。

(2) 間接照明などで雰囲気を演出する

・間接照明で柔らかな雰囲気を演出できます。
・住宅地など落ち着いた夜間景観が求められる場所では、明るさや光が及ぶ範囲などにも配慮が必要です。

文字裏面からの間接照明で文字が浮かび上がるように演出しています。

(3) 店舗ディスプレイと併せて計画する

・店舗のディスプレイと併せて計画することで一体的に夜間のにぎわいをつくることができます。

広告物だけでなく店内を一体的に演出しています。

(4) 建築物の外観や照明と一体的に計画する

・建築物の外観や照明と一体的にデザインすることで洗練された夜間景観をつくることができます。

建築物の窓や屋内の照明を活かして一体感を出しています。

コラム 照明に必要な思いやりとは

照明は、夜のまちでひと際目を引く要素です。照明を計画するときは、景観だけでなく近隣の方の生活や交通安全にも配慮します。

過剰な照明を避ける

・照明は光の色みや明るさで印象が異なります。
・住宅地周辺では青みの強い色を避ける、深夜帯の明るさを抑えるなど配慮しましょう。

色温度と印象の関係の例

色み	色温度 (K ケルビン)	人工光源	与える印象の例
青み	6500K	昼光色	さわやか・活動的
白み	5000K	昼白色	自然・柔らかい
	3500K	暖白色	
赤み	3000K	電球色	安らぎ・落ち着き

過剰な点滅や動きを避ける

・人は動くものに反応しやすいため、沿道や交差点付近等で点滅や高速で動く照明は危険です。
・不用意に注意を促す表現は控えましょう。

盤面内部からの照明で過剰な表現を避けています。

地域の魅力につながる新しい広告物

03 多様化する広告表現

近年は技術の発展により、広告が様々な方法で表現されるようになりました。
どのような手法でも周辺への影響を意識して、地域の魅力につながる表現を考えましょう！

(1) 映像装置付き広告物（デジタルサイネージ等）：音量や明るさ、建築物の外観に配慮する

・映像装置付き広告物は一つの盤面で複数の情報を発信できるため、多くの人の目にふれる交差点付近や商業地などで使用されています。
・映像装置は建築物の外観と一体性があるよう配慮し、低層部への設置を基本とします。特に大規模なものは、音・明るさ・内容などに配慮して設置します。
・今後新たな広告手法としてプロジェクションマッピングなどが活用される可能性もあり、同様に配慮する必要があります。

低層部に設置し建築物との一体感を出しています。（千代田区）

(2) 特定屋内広告物：窓面の内側からの表示も屋外からの見え方に配慮する

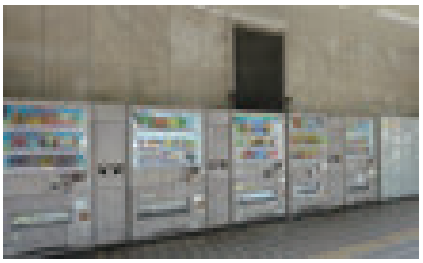
・特定屋内広告物は開口部の開放感を阻害しないよう、窓面を塞がない、窓面から一定距離を置いて設置するなど配慮します。
・ビルに複数のテナントが入店する場合は、建築物全体で掲出方法をそろえます。

窓面と窓内部の広告物が一体となり店舗の雰囲気を演出しています。

開放感を阻害しないよう窓面から一定の距離を置いて設置しています。

(3) 自動販売機：設置場所との調和に配慮する

・建築物の外壁や周辺に調和する色彩でまち並みの雰囲気を保全します。
・自然や歴史・文化的な景観資源の周辺では、清涼飲料自販機協議会で推奨する色彩を使用することも考えられます。


外壁に近い意匠のシートを使用することで圧迫感を和らげています。

推奨色を用いることで周辺の景観資源の良さを際立たせています。(小田原市)

コラム エリアマネジメント広告とは

・地域の魅力をはぐくむまちづくりを目的として、公道や民有地への掲出が許可された非自家用広告物をエリアマネジメント広告といいます。
・町田駅周辺ではペデストリアンデッキや原町田大通りの空間を使ってエリアマネジメント広告の取り組みが始まっています。
・町田市屋外広告物条例では、「エリアマネジメント広告活用計画」の仕組みを設け、エリアマネジメント広告を活用しやすい環境を整えています。

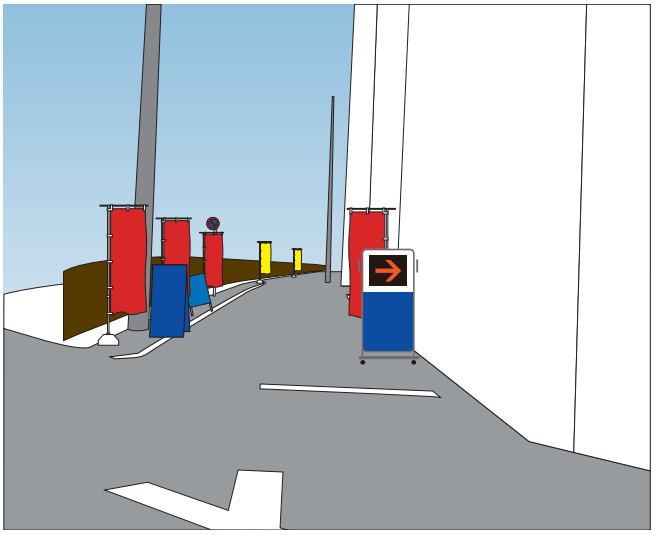
許可を得たバナーがまちのにぎわいを演出します。（千代田区）

立て看板にもルールがあります

04 安全・快適にまちを歩くために

道路上は、屋外広告物を表示・設置することが原則禁止されています。
屋外広告物を法令に則って設置することで、安全・快適な道路空間を確保しましょう！

・屋外広告物は、バリアフリーの観点からも、通行を妨げないよう設置することが必要です。
・屋外広告物で良好な景観をつくる前提として、屋外広告物は許可された場所に設置し人が安全・快適に通行できる道路空間を確保します。



歩道上に立看板などが並んでいますが、本来は法令上の許可なしに私有地以外の道路上に設置・掲出をすることはできません。

敷地内に収めることで、歩行空間が確保され安全・快適に歩くことができます。

コラム

事故を未然に防ぐために

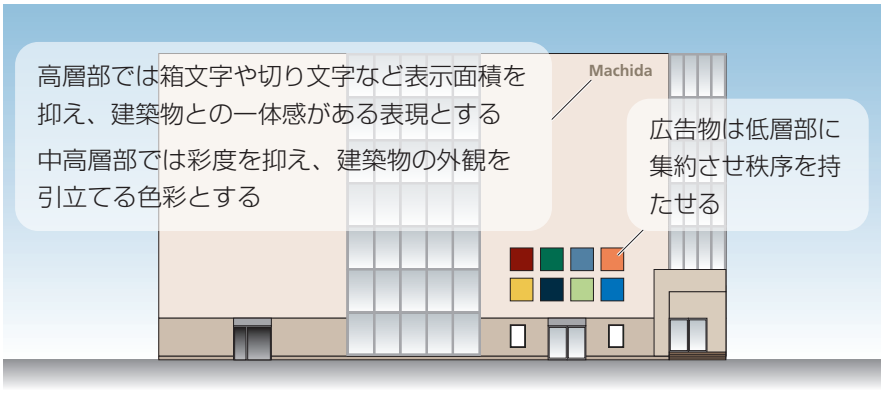
・屋外広告物の落下で歩行者が怪我をする事故が起きた際、ビルのオーナーや屋外広告業者の方が責任を問われました。
・屋外広告物の劣化による事故の発生を防ぐには日頃からの安全管理が欠かせません。
・国土交通省が屋外広告物の安全管理を推進するために作成した、ガイドブック「オーナーさんのための看板の安全管理ガイドブック※」などを参考にしながら、定期的な安全管理を行いましょう。

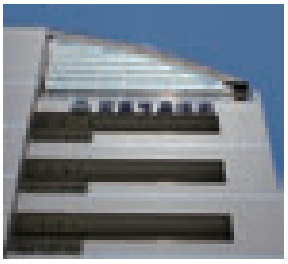
※国土交通省のホームページからダウンロードできます。

安全管理の普及啓発を目的にガイドブックがつくられました。

3章 市全域共通の配慮事項

01 圧迫感の軽減
大規模建築物における配慮




小面積の箱文字で建築物との一体感があります。

外壁と同系色で建築物の外観を引立てています。

秩序を持たせた配置ですっきり見せています。

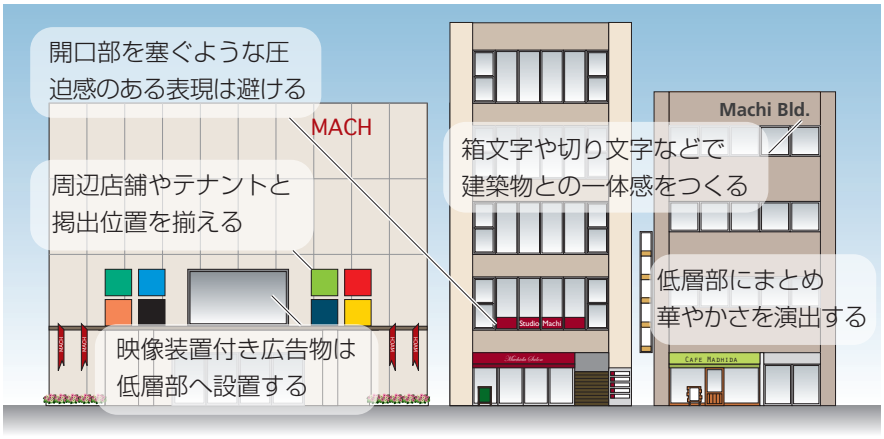
町田市景観計画
全域共通の配慮の考え方（P.160）

大規模な建築物や高層の建築物における屋外広告物は、景観に対する影響が広範囲に及ぶことを考慮し、表示の大きさ、位置、色彩などについて、十分配慮する。

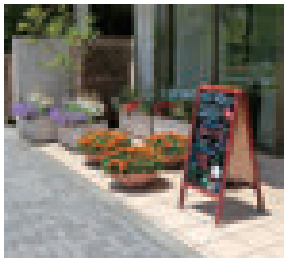
箱文字
金属版などを曲げた厚みのある文字

切り文字
シートや木材などを切り抜いた文字

02 華やかさと分かりやすさのバランス
にぎわい創出のための配慮



開口部から店内を見せ、開放感を出しています。

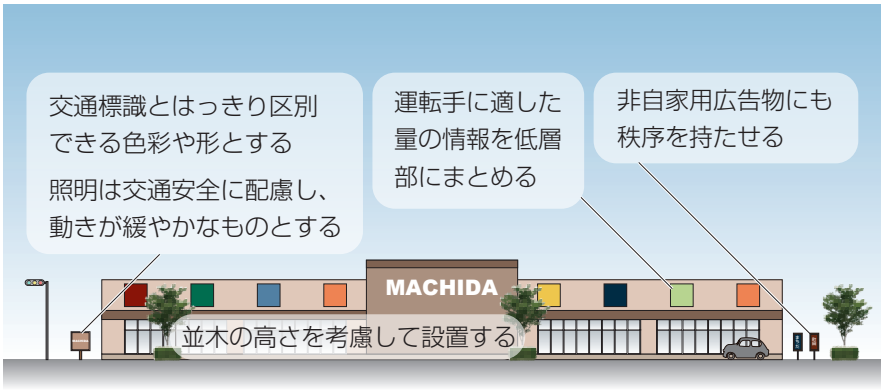

低層部の人通りのある場所にフラッグなど広告物をまとめ、みどりを添えることで華やかさを演出しています。

町田市景観計画
全域共通の配慮の考え方（P.161）

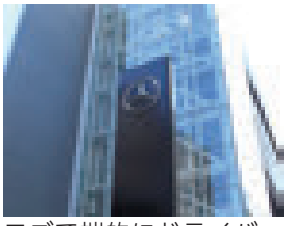
地域の活性化やにぎわい創出のための広告物は、掲出場所や位置に応じて表現が過剰にならないよう、節度のある大きさや色数とする。

秩序あるまち並みの形成

03 沿道での配慮



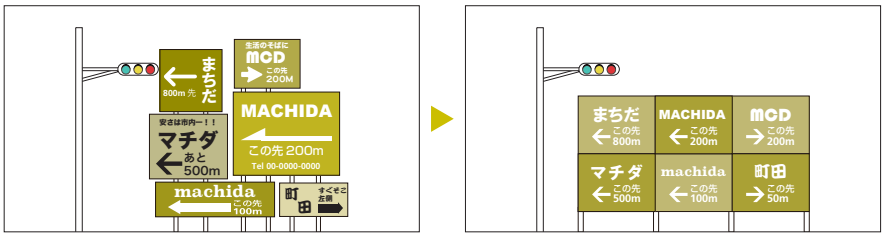
和風建築に意匠を揃え通りの魅力をつくっています。


ロゴで端的にドライバーに情報を伝えています。

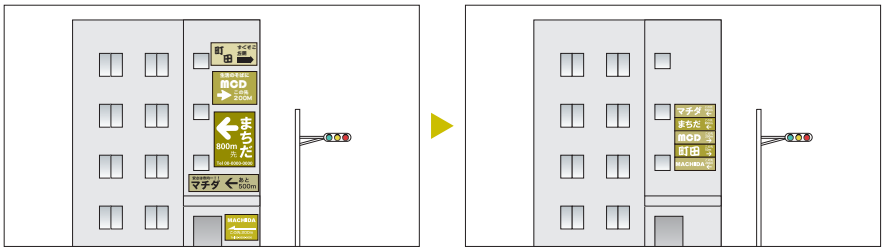
高さを抑え並木との調和を図っています。

町田市景観計画
全域共通の配慮の考え方（P.161）

主要な幹線道路や地域を代表する通りについては、道路修景や地域のまちづくりなどの機会を捉えて、屋外広告物の表示に関するルールづくりを行うなど、広告物等を通じて、地域の魅力づくりや特色ある景観づくりにつなげるよう努める。



非自家用の地上（建植）広告板


非自家用の壁面広告板

交差点付近の非自家用広告物について

- 目に留まりやすい交差点付近には、多くの非自家用広告物が設置される傾向があります。
- 非自家用広告物はどのような掲出方法であっても、大きさや内容を揃え、交通標識を妨げないようにします。
- 非自家用広告物に交通標識の同系色を使用することは避け、交通標識との区別がつくようにします。

コラム

読みやすい文字の高さとは

- 読みやすい文字の大きさは、屋外広告物を見る距離によって異なります。
- 必要以上に大きな文字でなくても、文字を読み取ることができます。

屋外広告物を見る距離と必要な文字の大きさ
（『公共交通機関旅客施設の移動円滑化整備ガイドライン』より抜粋）

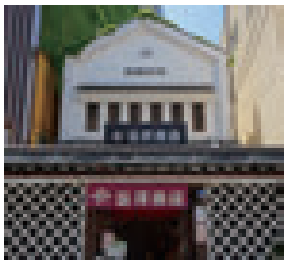
距離	最小和文文字高 視距離の 1/250 町ま	最小英文文字高 視距離の 1/333 Ma
10 m	4cm	3cm
20 m	8cm	6cm
30 m	12cm	9cm
100 m	40cm	30cm
200 m	80cm	60cm
300 m	120cm	90cm

04 歴史・文化への配慮

歴史や文化の継承

筆文字やのれんを使用し和風の演出をしています。

黄色の地色を変更し歴史資源に配慮しています。

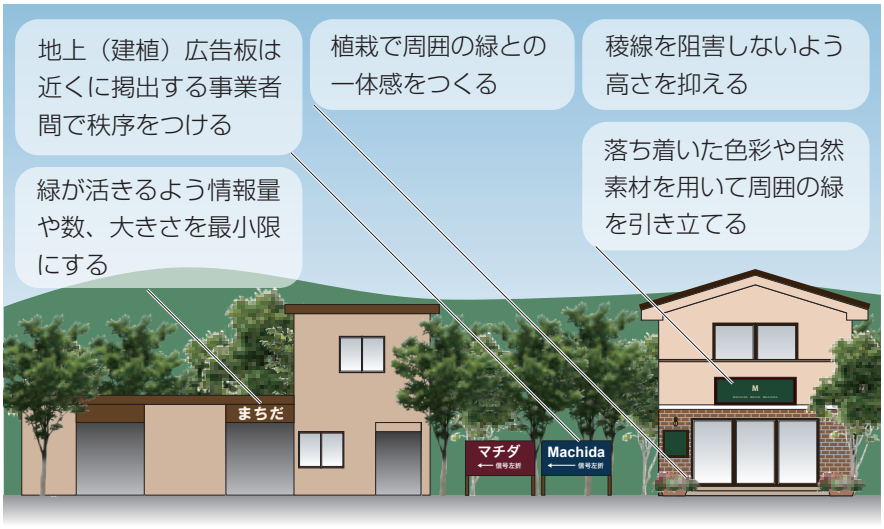

和風の表現で老舗店舗の外観を引立てています。

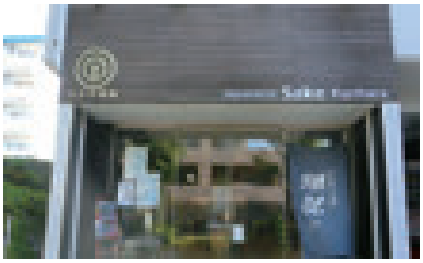
町田市景観計画
全域共通の配慮の考え方（P.161）

歴史的な景観資源のある地域では、歴史的・文化的な面影や雰囲気を残すまち並みなどに配慮した屋外広告物を表示・掲出する。

05 緑地・公園・自然資源への配慮

豊かな自然やまちなかのみどりとの調和




店舗名を小さく表示し、背景の木材やみどりと調和させています。

落ち着いた色彩と最小限の大きさで、周囲のみどりを引立てています。(台東区)

町田市景観計画
全域共通の配慮の考え方（P.161）

豊かな自然資源が残る地域では、みどりや地形などの背景、その周辺にある建築物や並木などとの調和に配慮し、屋外広告物を表示・掲出する。

町田市景観計画
全域共通の配慮の考え方（P.161）

主要な街道沿いや公園、緑地などの施設周辺において、景観を阻害する野立て看板などが点在することのないよう、案内広告の集約化を図るとともに、色彩などのデザインを周辺環境と調和したものとする。

広告物を活かした地域主体のまちづくり

06 地域特性への配慮

(1) 地域が協力してつくる屋外広告物のあるまち並み

・3章01～05では広告物周辺の景観に対する個別の配慮事項を紹介しましたが、屋外広告物で地域特性を育むには、地域全体の協力が必要です。
・地域で同じ意識を持ち、できる取り組みから始めます。必要に応じて地域ルールや景観協定などの制度を活用することも検討します。

町田市景観計画
全域共通の配慮の考え方（P.161）

まち並みの個性や魅力を高めるとともに、観光振興にも効果があることから、地域特性を踏まえた統一感のある広告物を表示・掲出する。

地域ルール（特定区域における基準）

町田市屋外広告物条例に基づく制度の通称。（既存の制度と連携したものが一部ある。）具体例は下記のとおり。

・地区整備計画（都市計画法と連携）
・街並み景観ガイドライン（東京のしゃれた街並みづくり推進条例と連携）
・広告協定
・エリアマネジメント広告活用計画

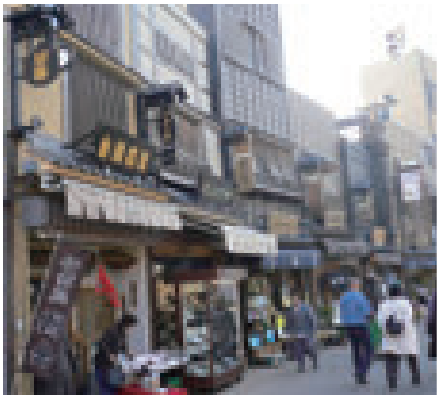
その他屋外広告物に関する制度

・景観計画
・景観協定
・（禁止区域の）許可の特例
・道路占用許可の特例制度　など

※玉川学園前駅周辺地区のように、特定の制度を根拠としない独自のルールで景観づくりを行う地区もある。

(2) 屋外広告物で地域特性を育んだ例

玉川学園前駅周辺地区では、「アートで彩る街」をコンセプトに、産学官民が協力し商店街の約40店舗がアイアン看板を掲出しました。



伝法院通りでは江戸のまち並みを目指し広告物の素材等を揃えました。（台東区）

千束通りでは「和の心」を元に広告物の形や文字、位置等を揃えました。（台東区）

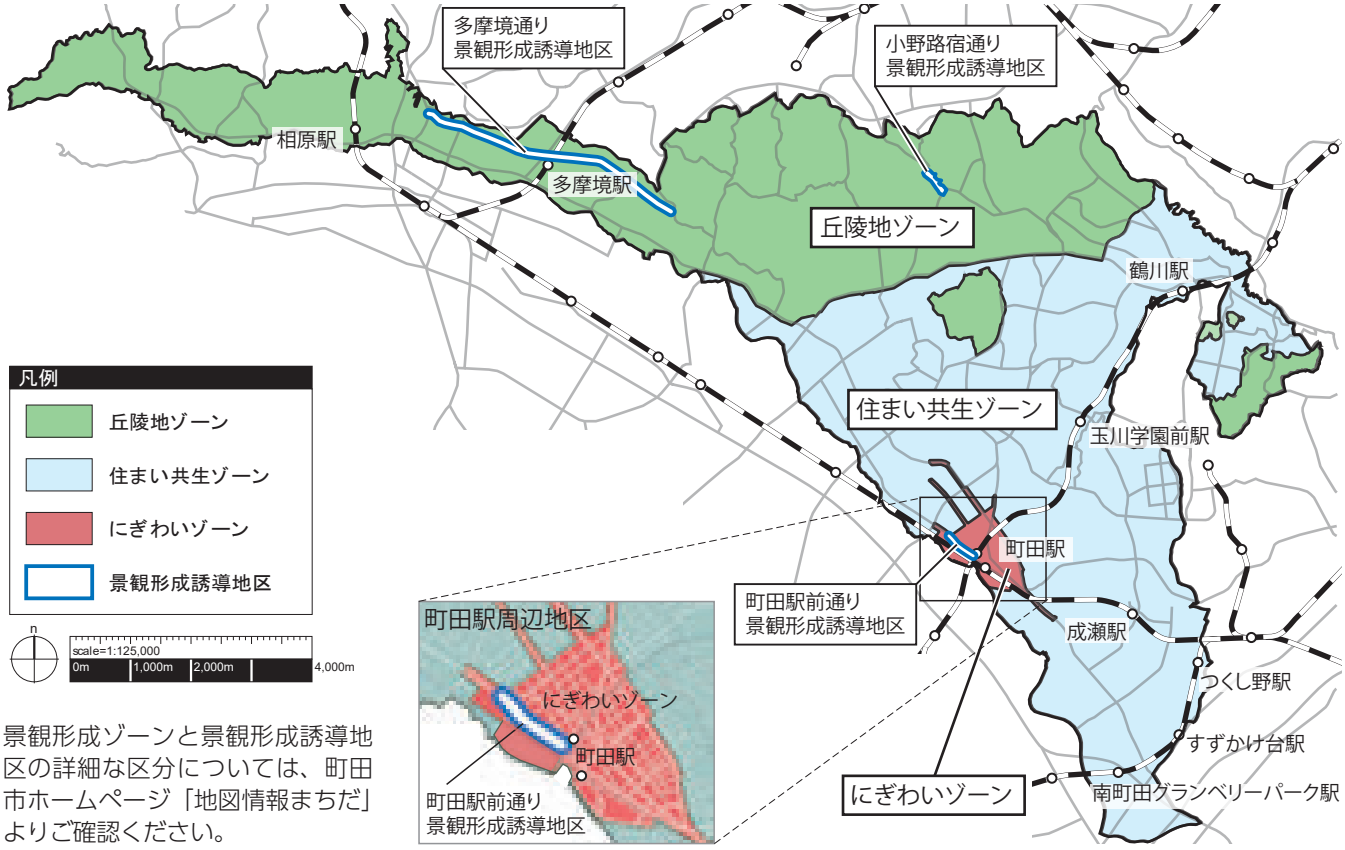
4章 地域ごとの配慮事項

01 ガイドラインの地域区分について

景観計画の区分に基づいて、地域の魅力を高めます

(1) 町田市景観計画に基づく地域の区分

・町田市景観計画では、土地利用やそれに伴う景観上の特徴をふまえ、町田市の景観を３つの景観形成ゾーンに区分するとともに、地区の特性に応じたきめ細かな誘導を図るために、３つの景観形成誘導地区を定めています。

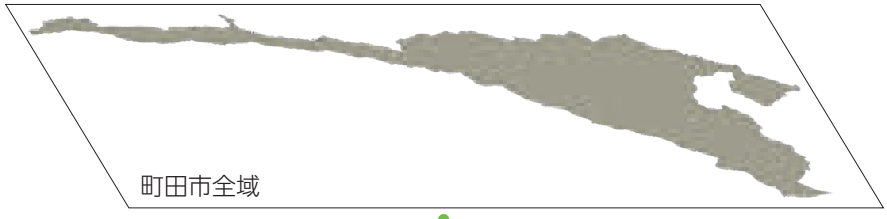


景観形成ゾーンと景観形成誘導地区の詳細な区分については、町田市ホームページ「地図情報まちだ」よりご確認ください。

(2) 地域ごとの配慮事項の考え方

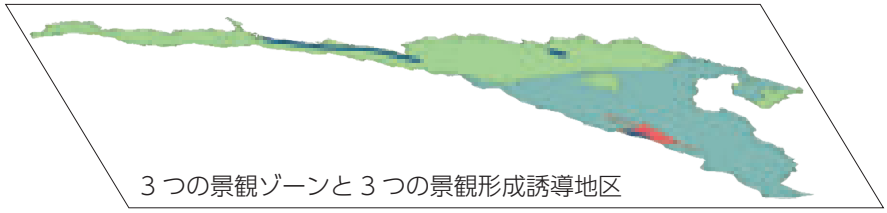
・ガイドライン２・３章で示す市内全域共通のポイント・配慮事項などに加え、４章で示す地域ごとの配慮事項を確認します。
・景観形成ゾーンと景観形成誘導地区が重なる場合は、景観形成誘導地区の配慮事項を優先します。

ガイドライン２・３章（市内全域が対象）



＋

ガイドライン４章（市内の特定の地区が対象）



景観形成ゾーン

02 丘陵地ゾーン

目指す景観

丘陵地や谷戸の豊かな自然と調和した屋外広告物景観

目指す景観にするための配慮の考え方

周辺の豊かな自然景観と調和するものとする。

・豊かな自然に調和する色彩を基本とし、落ち着いた色彩を用いる。

・周辺の自然景観と調和する規模や高さとする。

参照：町田市景観計画「景観形成ゾーン」と「景観形成誘導地区」の配慮の考え方（P.162）

[1] 屋外広告物の現状

自家用広告物を主体に、規模や高さ、色彩など落ち着いた表現が基本となっており、町田街道の沿道には大規模な屋外広告物はあまり見られません。一方で、一部の屋外広告物に用いられた鮮やかな色彩が自然の色から突出していたり、交差点付近を中心とした沿道に設置された複数の非自家用広告物が、規模や色彩など屋外広告物相互で調整が行われていないものも見られます。

景観に配慮した広告物の例

自然素材の石材と組み合わせたり、落ち着いた色彩を使用するなどして、周囲の自然との調和を図っています。

[2] 配慮事項

(1) ゾーン全体

具体的な配慮事項		
位置	規模	○丘陵のみどりや自然を阻害しないよう、規模を抑えます。
	高さ	○丘陵地や谷戸の風景への眺望を妨げず、低層を中心としたまち並みに対して違和感の無い高さとします。
	配置	○建物入口、駐車場入口付近などの計画的な位置に掲出し、同じ情報の反復表示は避けます。
色彩		○高彩度色の使用面積を抑えます。 ○色数をできるだけ抑え、地色を自然と調和する落ち着いた色彩とします。
照明		○光源を用いる場合は、過度に点滅する光源（動き、色の変化のあるものを含む）を避け、安らぎが感じられる明るさとし、住宅地では深夜帯は消灯するなど住環境に配慮します。

大規模な屋外広告物の設置	○色数を抑えたシンプルな色使いとします。 ○地色は高彩度色を避け、豊かな自然の彩りが映える落ち着いた色彩とします。
屋上への設置	○建築物と一体的な表示となるよう、原則設置しないこととします。 ○地色は建築物と共通性のある落ち着いた色彩とし、壁面と一体的なデザインとします。

(2) 住宅地

具体的な配慮事項

○時間貸し駐車場など、住宅地に隣接する場合は、暖かく穏やかな色彩を用いるなど、より落ち着いたデザインとします。

他都市の配慮例（住宅地）

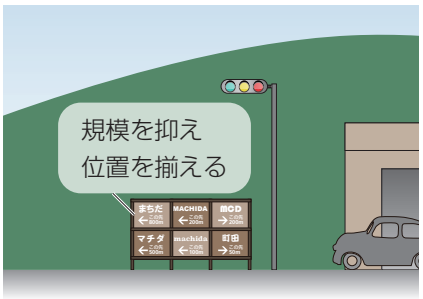
周辺の自然や住宅地に調和する落ち着いた色彩を使用しています。（世田谷区）

(3) 沿道

具体的な配慮事項

○写真などを用いたダイレクトな表現を避け、情報を整理した分かりやすいデザインとします。

○交差点付近などに見られる非自家用広告物は、規模を抑え、周辺の広告物と位置を揃えます。



他都市の配慮例（沿道）

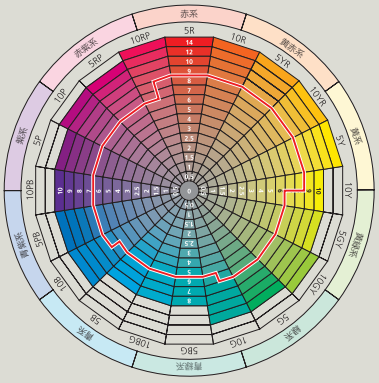
色数を抑えた広告物が店舗の雰囲気をシンプルに伝えています。（松本市）

コラム 地色・高彩度色とは

・「地色」とは、屋外広告物の表示面において全体の印象に影響を与える面積の大きい色彩のことをいいます。

・「高彩度色」とは、赤や黄、青、緑、紫などの派手な色彩のほか各色相の最高彩度のおおむね 2/3 を超える鮮やかな色彩のことをいいます。

・下図のうち赤い枠の外側にある色彩が、高彩度色のイメージです。



景観形成ゾーン

03 住まい共生ゾーン

目指す景観

- 住宅地との連続性が感じられる屋外広告物景観
- 地域、商店街の個性を活かした屋外広告物景観

目指す景観にするための配慮の考え方

住宅地では、建築物と調和し安らぎが感じられるものとする。

・周辺の住宅地に調和し、落ち着いた色彩を用いる。

地域や商店街の個性がさらに伸びる表現とする。

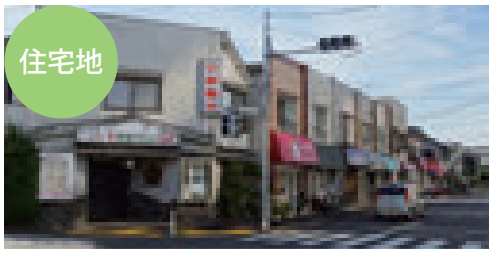
・地域や商店街でデザインのイメージを合わせる。

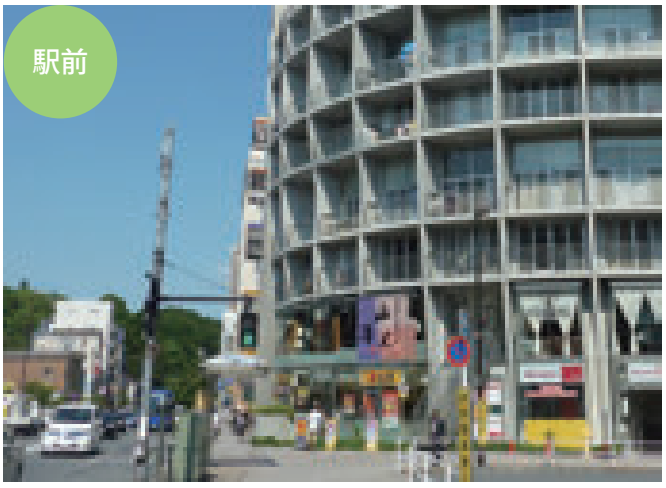
・周辺にある住宅地に影響を与えるような過剰な色彩や高さを避け、住宅地との連続性が感じられるものとする。

参照：町田市景観計画「景観形成ゾーン」と「景観形成誘導地区」の配慮の考え方（P.162）

[1] 屋外広告物の現状

住宅地では、規模を抑えた落ち着いた表現が基調となっています。南町田グランベリーパーク駅や鶴川駅などの駅前では、規模や表現が多様な中にも、低層部に屋外広告物を掲出するなど景観への影響に配慮したものが見られます。町田街道や国道 16 号などの幹線道路沿道では、景観への影響を考えた品のある屋外広告物が見られる一方、規模の大きい屋外広告物が周辺住宅地に影響を与えています。





景観に配慮した広告物の例

突出広告板の掲出位置を揃えたり、箱文字を建築物と一体的にデザインすることで、周囲の景観へ配慮しています。

手作り感のある広告物で地域の個性を演出しています。

[2] 配慮事項

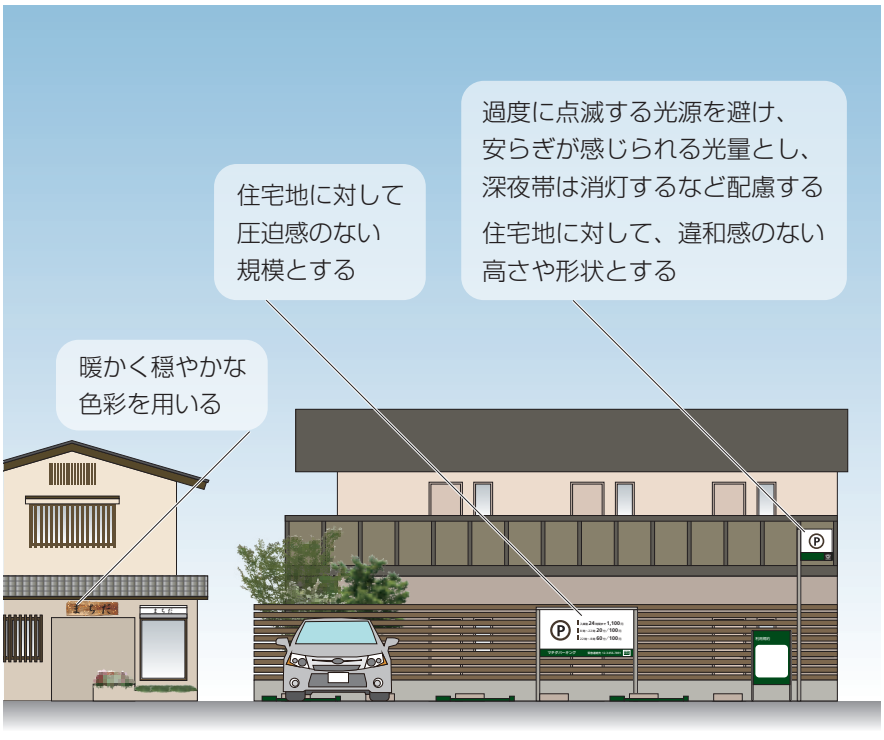
(1) ゾーン全体

具体的な配慮事項		
位置	規模	▢低層の住宅地に対して圧迫感のない規模とします。
	高さ	▢低層の住宅地に対して違和感のない高さや形状とします。
	配置	▢建物入口、駐車場入口付近などの計画的な位置に掲出し、同じ情報の反復表示は避けます。
色彩		▢高彩度色の使用面積と色数を抑えます。 ▢色数をできるだけ抑え、地色を落ち着いた色彩とするなど、低層の住宅地と調和した穏やかな表現とします。
照明		▢光源を用いる場合は、過度に点滅する光源（動き、色の変化のあるものを含む）を避け、安らぎが感じられる明るさとし、住宅地では深夜帯は消灯するなど住環境に配慮します。

大規模な屋外広告物の設置	▢色数を抑えたシンプルな色使いとします。 ▢地色は派手さを抑えた色彩とします。
屋上への設置	▢建築物と一体的な表示となるよう、原則設置しないこととします。 ▢地色は建築物と共通性のある落ち着いた色彩とし、壁面と一体的なデザインとします。

(2) 住宅地

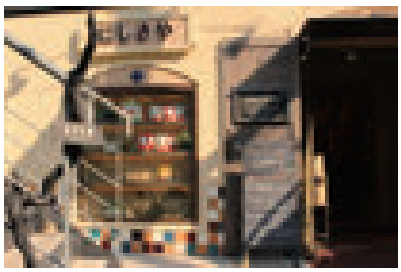
具体的な配慮事項
▢時間貸し駐車場など、住宅地に隣接する場合は、暖かく穏やかな色彩を用いるなど、より落ち着いたデザインとします。



近隣の配慮例（住宅地）

鮮やかな色の使用面積が抑えられ、住宅地とのつながりが感じられます。

小規模で落ち着いた表現が住宅地に溶け込んでいます。（渋谷区）


柔らかな色の広告物が暖色系の外壁と調和しています。（目黒区）

⑶ 駅前

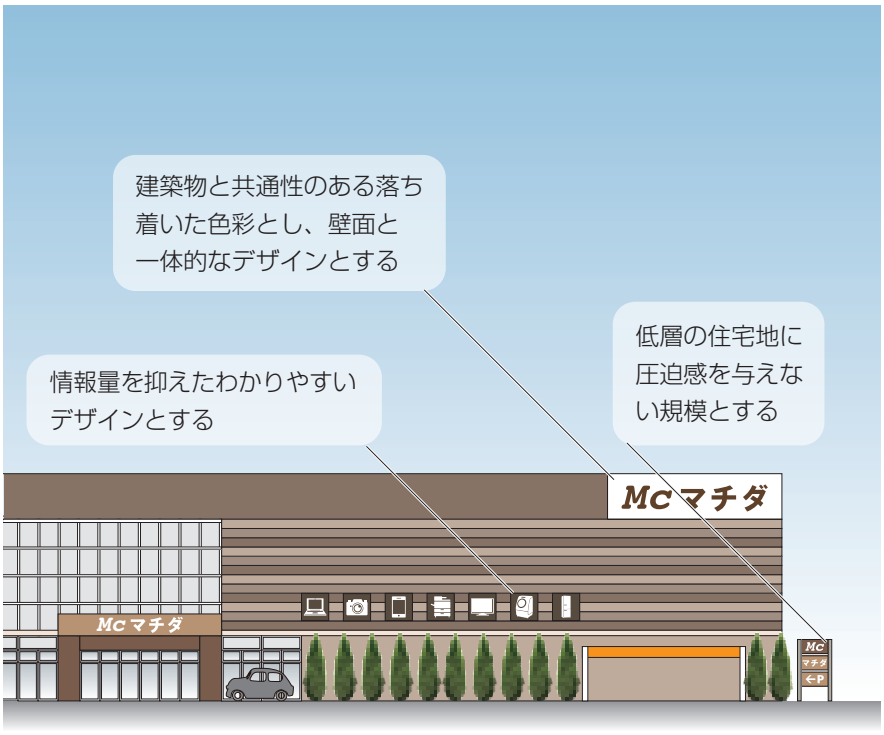
具体的な配慮事項

- ▢周辺店舗やテナント間で協力し、掲出位置や大きさ、デザインイメージ等を揃えます。
- ▢屋外広告物は、原則低層部（3 階以下）に設置し、中高層部では建物名などのシンプルな表示とします。

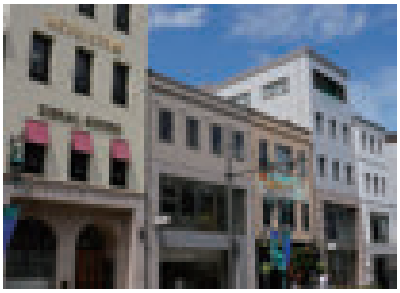
⑷ 沿道

具体的な配慮事項

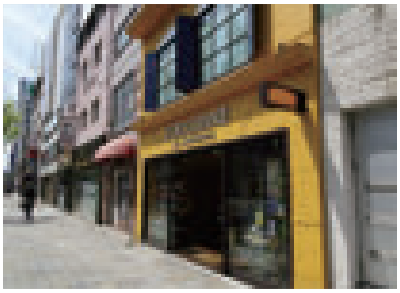
- ▢写真などを用いたダイレクトな表現を避け、情報を整理した分かりやすいデザインとします。
- ▢交差点付近などに見られる非自家用広告物は、適切な規模とし、周辺の広告物と位置を揃えます。



他都市の配慮例（駅前）


建築物と一体性のある広告物が通りの連続性を出しています。（松本市）

低層部のバナーや広告物が歩道のにぎわいを出しています。（仙台市）


周辺店舗で協力し、広告物を低層部に集めています。（港区）

広告物の掲出位置が揃えられ、すっきりとした駅前空間となっています。（品川区）

他都市の配慮例（沿道）

落ち着いた暖色系の色彩で周辺への圧迫感を和らげています。（前橋市）

景観形成ゾーン

04 にぎわいゾーン

目指す景観

活気あふれるにぎわいの中にも心地よさが感じられる屋外広告物景観

目指す景観にするための配慮の考え方

人の目線（アイレベル）を意識し、思わず出歩きたくなるような魅力的な景観を感じられるものとする。

・歩行者に合わせたスケールで計画し、歩行者の目に入りやすい位置にまとめる。

高層部では、建築物の表情や基調色が感じられるものとする。

・建築物の外壁と同系色とし、箱文字など表示面積を抑え、建築物との一体感がある表現とする。

低層部では、心地よいにぎわいを感じられるものとする。

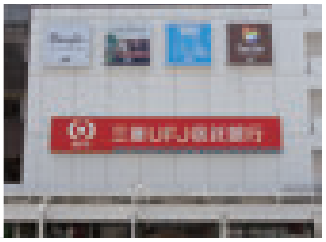
・表現が過剰にならないような大きさや色数とする。

参照：町田市景観計画「景観形成ゾーン」と「景観形成誘導地区」の配慮の考え方（P.162）

[1] 屋外広告物の現状

町田市内随一の商業地であり、数多くの店舗や事業所が集積する大通りでは、多様な規模や表現の屋外広告物が見られ、個性豊かなまち並みが形成されています。また、中小規模の店舗が集まる商店街では、様々な屋外広告物がにぎわいをつくり出しています。一方で、駅周辺にある過大な屋外広告物が来街者に圧迫感を与えていたり、同じ内容の情報を記載した屋外広告物が重複して掲出され、情報が伝わりにくくなっているものが見られます。また、屋外広告物が道路にはり出したり、歩道上に設置されるなど、通行の妨げになっているものも見られます。

景観に配慮した広告物の例



複数の店舗が集まるビルなどでは、位置や形態を揃えて秩序ある表現としています。

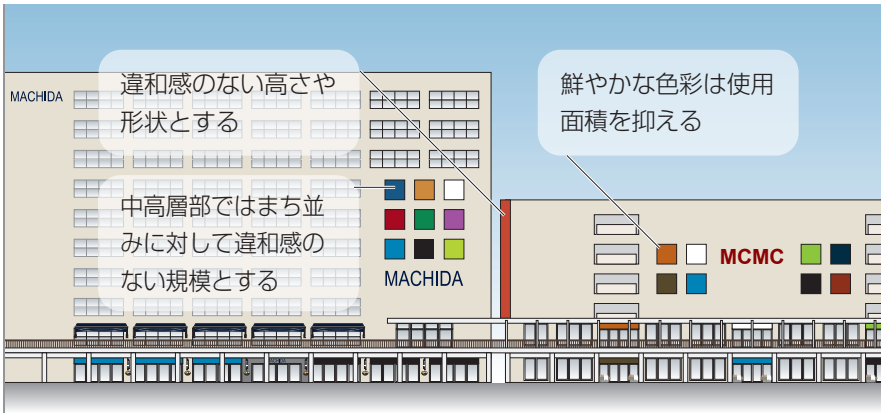
控えめな広告物で心地よい店先を演出しています。

バナーフラッグでにぎわいを演出しています。

[2] 配慮事項

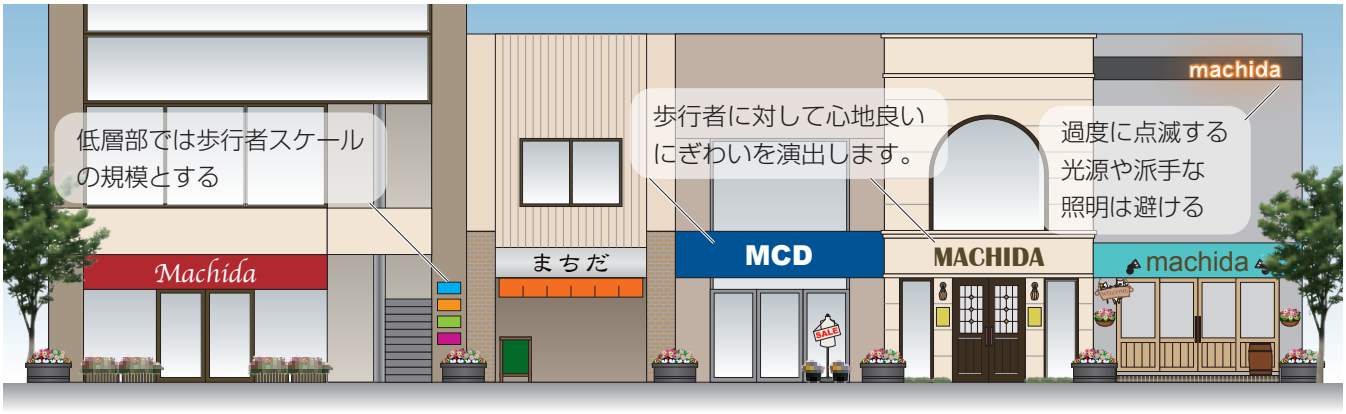
具体的な配慮事項		
位置	規模	○低層部では、歩行者に合わせたスケールで計画します。 ○中高層部では、まち並みに対して違和感のない規模とします。
	高さ	○まち並みに対して違和感のない高さや形状とします。
	配置	○テナント間で協力し、掲出位置や大きさ等を揃えます。
色彩		○色数を少なくまとめて効果的な表現にするとともに、低層部の要所において適度な鮮やかさのある色彩を使うことで、通りのにぎわいを演出します。
照明		○光源を用いる場合は、過度に点滅する光源（動き、色の変化のあるものを含む）や派手な照明は避けるなど、心地よい夜間景観を創出します。

窓面	○窓面を塞ぐような表現を避け、テナント間で掲出方法を揃えるなど、開口部の開放感や建築物の外観イメージが活きるデザインとします。



他都市の配慮例

建築物の一部に広告物を規則的に並べ情報を整理しています。（川崎市）



他都市の配慮例

歩行者スケールの広告物で、店先を彩っています。（目黒区）

外装の色彩と合わせた広告物や商品が個性を表しています。（渋谷区）

広告物の掲出場所を絞り、快適に歩ける通りとしています。（高崎市）

景観形成誘導地区

05 小野路宿通り景観形成誘導地区

目指す景観

小野路宿通りの歴史や自然を活かした風格を感じさせる屋外広告物景観

目指す景観にするための配慮の考え方

歴史的な雰囲気や風格を感じさせるものとする。

・昔ながらの民家や板塀、擁壁との共通性を感じさせる落ち着いた色彩を基調とする。

・木材などの素材色を活かす。

参照：町田市景観計画「景観形成ゾーン」と「景観形成誘導地区」の配慮の考え方（P.163）

[1] 屋外広告物の現状

宿通り沿いの建築物は住宅が主体となっているため、屋外広告物はあまり掲出されていません。また、小野路宿里山交流館など観光の拠点が整備され、古くからの宿通りの景観が再生されつつあります。沿道の建築物が地域の歴史を踏まえた景観整備を進めている一方、屋外広告物については地域らしさを考慮していないものも見られます。

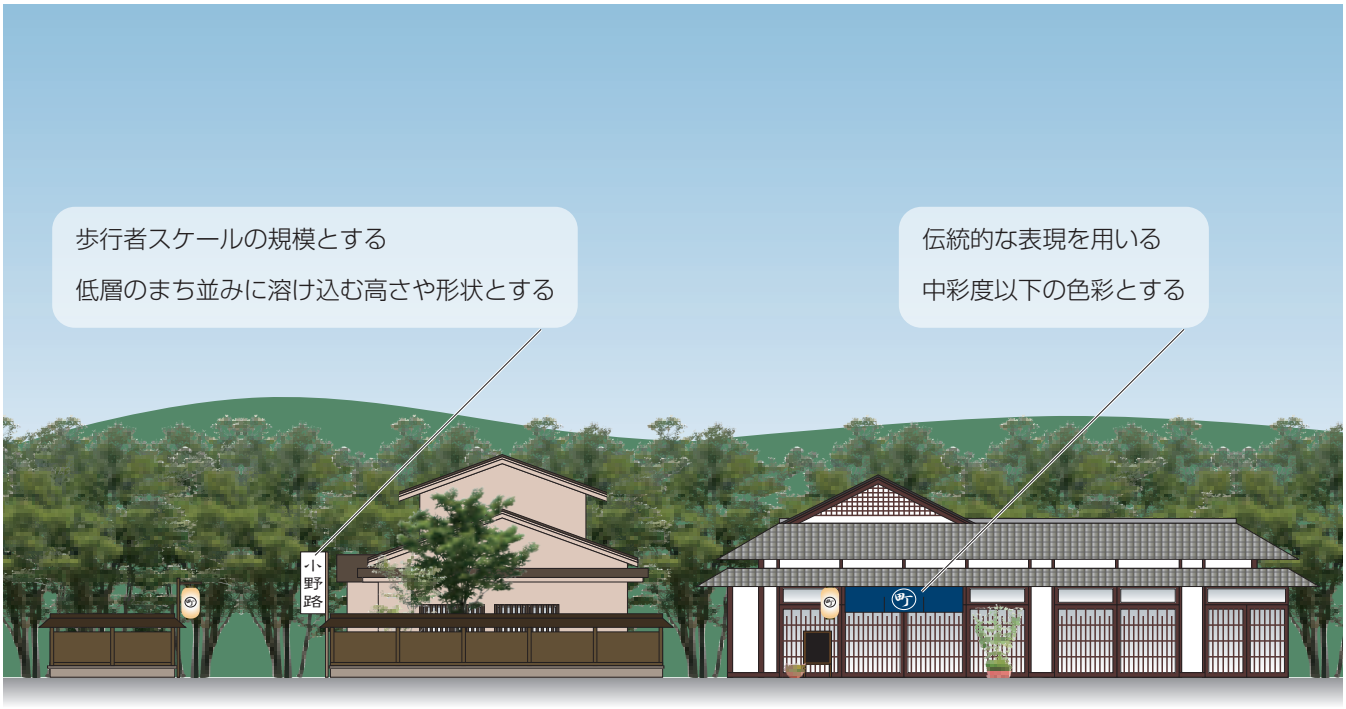
景観に配慮した広告物の例

木材を使用した広告物が、歴史的な雰囲気を持つ建築物と一体的にデザインされ、宿通りの景観に配慮しています。

石材を使用して歴史あるまち並みの雰囲気を演出しています。

[2] 配慮事項

具体的な配慮事項		
位置	規模	▢宿通りにふさわしい、歩行者に合わせたスケールで計画します。
	高さ	▢低層のまち並みに溶け込む高さや形状とします。
	配置	▢まち並みの連続性や丘陵への眺望を妨げない位置とします。
色彩		▢光沢感のない質感や、木材などの素材色による伝統的な表現を用いるなど、歴史的な雰囲気を演出します。 ▢地色は次に示す色彩を参考に、中彩度以下の色彩とします。
照明		▢光源を用いる場合は、過度な動き、色の変化のあるものを避け、安らぎが感じられる光量とし、住宅地では深夜帯は消灯するなど、住環境に配慮します。 ▢歴史的な雰囲気を感じさせる提灯や灯籠を用いるなど、通りの夜間景観を演出します。



他都市の配慮例

落ち着いた色ののれんで歴史的な雰囲気を演出しています。（金沢市）

木製の枠で囲み、和風の入口と調和させています。（長野県）

素材や色彩等に配慮し、歴史的まち並みを演出しています。（葛飾区）

景観形成誘導地区

06 町田駅前通り景観形成誘導地区

目指す景観

歩く人にとっての魅力が感じられ、落ち着いた秩序ある屋外広告物景観

目指す景観にするための配慮の考え方

高層部では、落ち着いた秩序ある屋外広告物とする。

・箱文字など壁面と一体的なデザインとする。

低層部では、歩行者が魅力を感じられる屋外広告物とする。

・歩行者に対して表現が過剰にならないよう、節度ある大きさや色数とする。

参照：町田市景観計画「景観形成ゾーン」と「景観形成誘導地区」の配慮の考え方（P.163）

[1] 屋外広告物の現状

屋外広告物の掲出位置や規模を揃えて建築物に掲出するなど、一定の秩序が感じられる景観になっています。外装にガラスを多用した建築物では、広告物を屋内に表示しているものも見られます。一方で、同じ内容の情報を記載した屋外広告物が重複して掲出され、個々の情報が伝わりにくくなっています。また、町田駅方面に向けて数多くの屋外広告物が掲出されており、その中には過度な表現や大きさのものが見られます。

景観に配慮した広告物の例

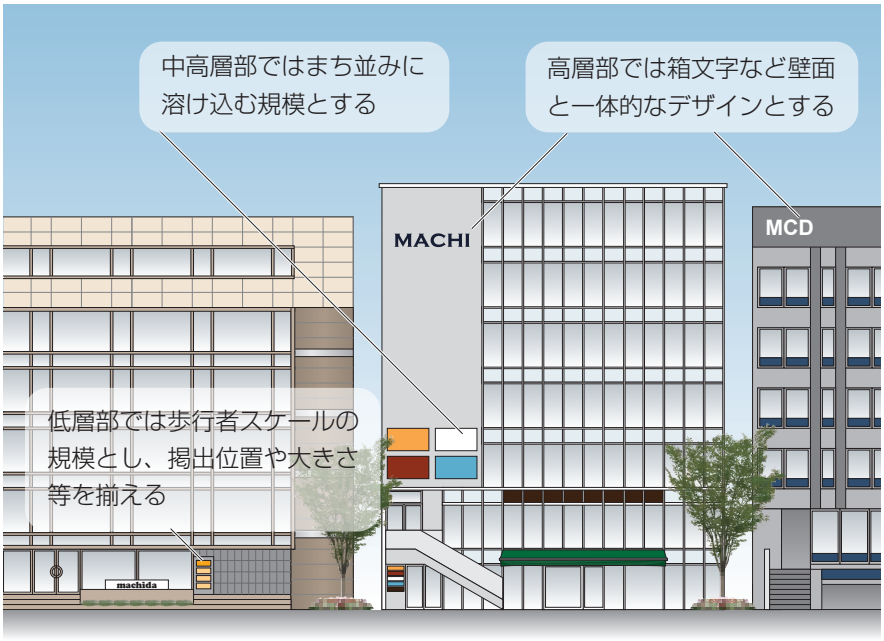
窓の開放感を阻害しないよう、窓面から内側へ一定の距離を置いて設置しています。

箱文字を建築物と一体的にデザインし、駅前通りの落ち着いた景観へ配慮しています。

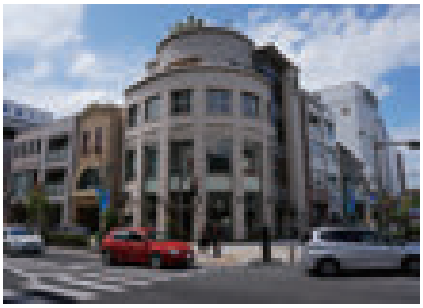
[2] 配慮事項

具体的な配慮事項		
位置	規模	○低層部では、歩行者に合わせたスケールで計画します。 ○中高層部では、まち並みに溶け込むよう計画します。
	高さ	○まち並みから突出しない高さや形状とします。
	配置	○周辺店舗やテナント間で協力し、掲出位置や大きさ等を揃えます。
色彩		○色数を少なくまとめ、適度な鮮やかさのある色彩を低層部の要所に用いることで、印象に残りやすい効果的な表現とします。
照明		○光源を用いる場合は、過度に点滅する光源（動き、色の変化のあるものを含む）や派手な照明は避けるなど、心地よい夜間景観を創出します。

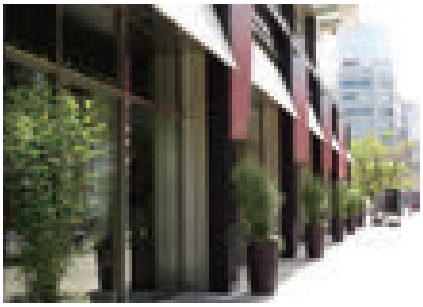
大規模な屋外広告物の設置	○色数を抑えたシンプルな色使いとします。 ○地色は派手さを抑えた色彩とします。
高層部・屋上への設置	○建築物と一体的な表示となるよう、屋上へは原則設置しないこととします。 ○地色は建築物と共通性のある落ち着いた色彩とし、壁面と一体的なデザインとします。
窓面	○窓面を塞ぐような表現を避け、テナント間で掲出方法を揃えるなど、開口部の開放感や建築物の外観イメージが活きるデザインとします。



他都市の配慮例


建築物と一体的な表示とした広告物が通りの連続性を出しています。（松本市）

歩行者スケールの集合看板を設置しています。（港区）


連なるフラッグが秩序ある通りのアクセントとなっています。（港区）

地色を落ち着いた色とすることで店舗の品格を高めています。（横浜市）

景観形成誘導地区

07 多摩境通り景観形成誘導地区

目指す景観

通りの開放感や連続性が感じられる屋外広告物景観

目指す景観にするための配慮の考え方

通りの開放感や連続性が感じられるものとする。

・建築物と一体性のある表現とした屋外広告物を基本とし、通りや建築物に対して、違和感のない大きさとする。

・通りの周辺にある尾根（小山内裏公園など）からの眺望を妨げない高さとする。

参照：町田市景観計画「景観形成ゾーン」と「景観形成誘導地区」の配慮の考え方（P.163）

[1] 屋外広告物の現状

通り沿いに大型店舗や産業施設などが連立していますが、屋外広告物は落ち着いた色彩や表現のものなど、景観への一定の配慮が感じられます。また、住宅地に隣接する店舗の中には、屋外広告物を建築物と一体的にデザインすることで周辺の住宅地との調和を考慮したものも見られます。一方で、ドライバーにアピールするため、過大な大きさのものや派手な色使いの屋外広告物が見られます。また、道路に沿って、数多くの広告旗も見られます。

景観に配慮した広告物の例

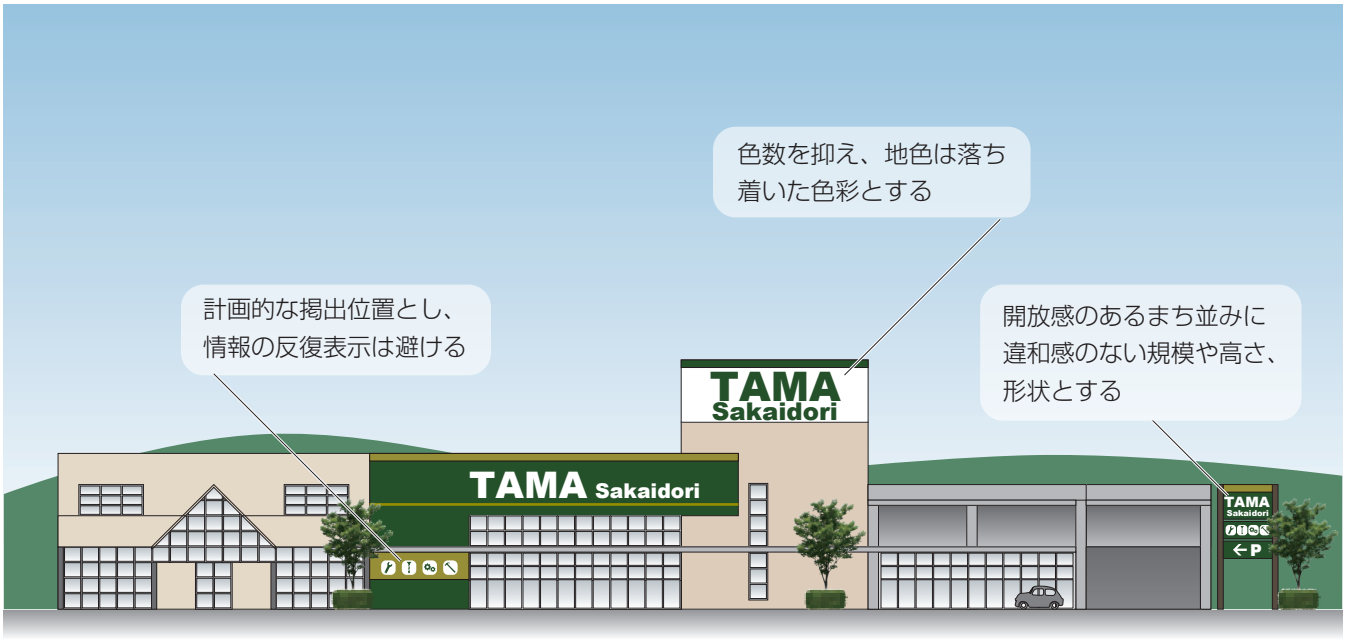
広告物の意匠を和風の建築物と合わせることで、一体感のある表現としています。

箱文字を活用することで、少ない面積で効果的に企業のイメージを伝えています。

[2] 配慮事項

具体的な配慮事項		
位置	規模	▢開放感のあるまち並みや建物に対して違和感のない規模とします。 ▢尾根（小山内裏公園など）からの眺望を妨げない規模とします。
	高さ	▢開放感のあるまち並みや建物に対して違和感のない高さや形状とします。 ▢尾根（小山内裏公園など）からの眺望を妨げない高さとします。
	配置	▢建物入口、駐車場入口付近などの計画的な位置に掲出し、同じ情報の反復表示は避けます。
色彩		▢色数を少なくまとめて効果的な表現にするとともに、鮮やかな色彩の使用面積を抑え、地色を落ち着いた色彩とすることで、通りの連続性や丘陵地のみどりに配慮します。
照明		▢光源を用いる場合は、過度に点滅する光源（動き、色の変化のあるものを含む）や派手な照明は避けます。

大規模な屋外広告物の設置	▢色数を抑えたシンプルな色使いとします。 ▢地色は派手さを抑えた色彩とします。
屋上への設置	▢建築物と一体的な表示となるよう、原則設置しないこととします。 ▢地色は建築物と共通性のある落ち着いた色彩とし、壁面と一体的なデザインとします。



他都市の配慮例

建築物の入り口付近に広告物を計画的に掲出しています。（板橋区）

落ち着いた色彩がみどりを引き立てています。（板橋区）

建築物の角を利用した広告物が通りの表情をつくっています。（松本市）

5章 表示・設置に必要な手続き

01 屋外広告物の表示・設置に必要な手続き

屋外広告物を表示・設置しようとする場合は、原則として事前協議や許可申請を行う必要があります

(1) 事前協議や許可申請の対象となる屋外広告物

事前協議（町田市景観条例に基づく）の対象行為

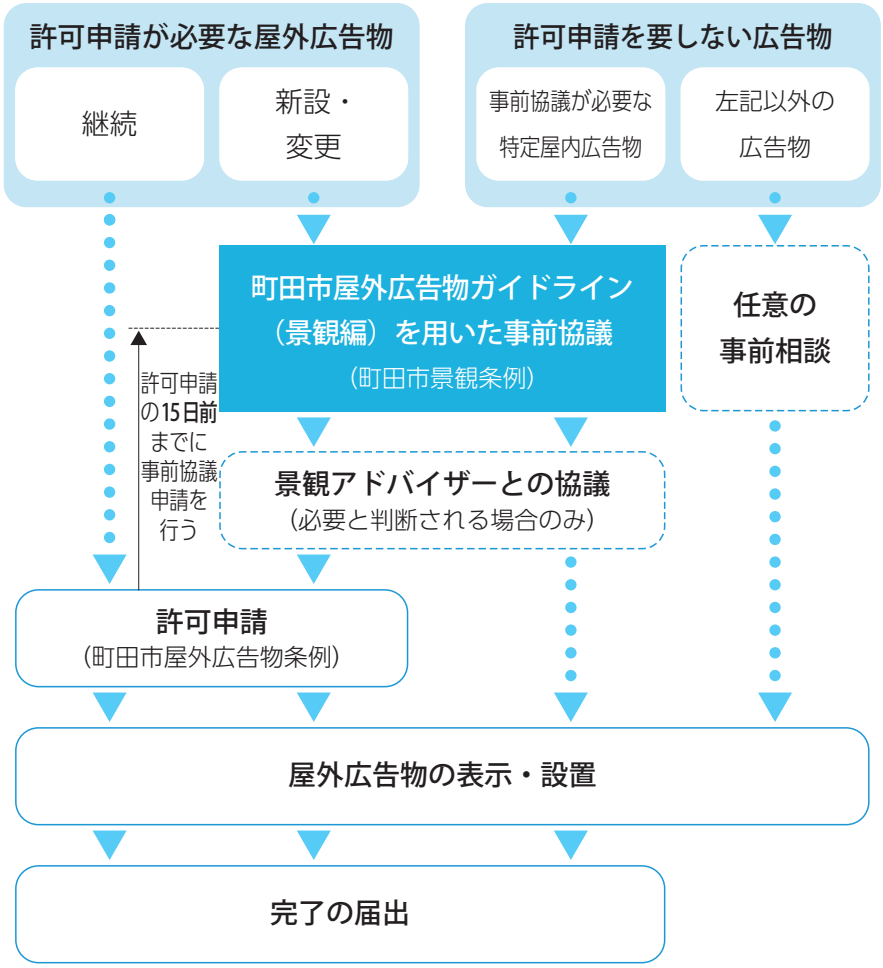
・町田市屋外広告物条例にて許可申請が必要となる屋外広告物の新設または変更
・表示面積が 1㎡ を超え、窓面等からの距離が 2m 以内である特定屋内広告物の新設または変更

許可申請（町田市屋外広告物条例に基づく）の対象行為

・町田市内における屋外広告物の新設または変更、継続
（面積の小さな自家用広告物など、許可を受けずに屋外広告物を設置できる場合もあります）

(2) 屋外広告物の事前協議と許可申請の流れ

・町田市屋外広告物条例の許可申請の対象となる屋外広告物は、許可申請前に事前協議が義務づけられています。
・事前協議が義務づけられていない屋外広告物についても、任意の事前相談をお願いします。



許可期間が満了した後も継続して広告物等の表示・設置をしようとする場合は、満了の日の 10 日前までに許可申請を行います。

許可申請・事前協議のお問い合わせ先

町田市 都市づくり部
地区街づくり課 街づくり景観係
Tel.042-724-4267

車体利用広告については、許可申請の前に別途、㈳東京屋外広告協会のデザイン審査が必要です。
その場合、事前協議の対象にはなりませんが、任意の事前相談を要します。

別途、確認・許可が必要な事項

高さが 4m を超える場合
→工作物の確認申請が必要です。（建築基準法）
道路に突出している場合
→道路占用・道路使用の許可が必要です。（道路法、道路交通法）
地区計画等の都市計画区域内の場合
→別途規制がある場合があります。（都市計画法等）

良好な屋外広告物を目指して協議を行います

02 屋外広告物に関する事前協議

(1) 事前協議の目的

・屋外広告物に関する事前協議は、町田市景観条例に基づき、市と広告主の皆様の協働のもと、良好な屋外広告物を設置することを目的として実施するものです。
・事前協議では、ガイドラインを用いて市から広告物に係る景観づくりの考え方や配慮事項をお伝えし、地域特性や周辺環境を踏まえた屋外広告物となることを目指します。

(2) 事前協議の流れ

・事前協議は、下記に示す流れで実施します。

事前協議申出書の提出
許可申請の 15 日前（特定屋内広告物の場合は設計が容易に変更可能な時期）までに、(3) に示す資料を提出してください。

事前協議
（市・事業者のみ）

景観アドバイザーを交えた事前協議
（必要と判断される場合のみ）

協議結果の通知
町田市屋外広告物条例に基づく許可申請は、この協議結果の通知を添えて行ってください。

(3) 事前協議に必要な資料

・事前協議申出書（市指定の様式）
・付近見取り図（設置場所や周辺の状況を表示）
・周辺の状況のカラー写真（設置場所周辺及び設置建物）
・屋外広告物の立面図
・屋外広告物を設置する建築物等の立面図
・屋外広告物のデザイン図（寸法、素材、色彩のマンセル値等を表示）

(4) 景観アドバイザーとの協議

・設置しようとする屋外広告物が大規模である場合や、拠点駅の周辺や大通りに面する場合など、多くの人の目に触れ景観上の影響が大きいときには、「**景観アドバイザー**」を交えた協議を実施します。

景観アドバイザーとは

・町田市景観アドバイザーは、景観に関する専門的な知識や経験を持つ専門家です。町田市景観条例に基づいて市長から委嘱を受け、屋外広告物に関する事前協議だけでなく、景観法に基づく届出に係る行為に関する事前協議や、公共事業の景観協議などの場面においても助言を行います。

・町田市景観アドバイザーは、「建築」「色彩」「土木」「造園」「サイン」「法律」の専門分野からなる実務経験のある専門家で構成されています。助言を行う専門家は案件により分担され、屋外広告物の事前協議については主に「色彩」や「サイン」を専門とするアドバイザーが担当します。

表示・設置する場所や屋外広告物の規模などに応じた決まりがあります

03 町田市屋外広告物条例の概要

(1) 条例の目的

・町田市屋外広告物条例では、町田市の自然、歴史、文化等に配慮した良好な景観の形成や風致の維持、公衆に対する危害を防止することを目的に、屋外広告物について必要な事項を定めています。

(2) 各主体の責務

町田市
・屋外広告物等に関する施策を策定し実施する
・施策の円滑な実施のため、広告主、屋外広告業者等、国、東京都及び近隣の地方公共団体との適切な連携を図る

広告主・屋外広告業者等
・条例の規定や、条例に基づく自主的な規制を遵守し、あるいは遵守させるために必要な措置を講じる
・市が実施する屋外広告物施策に協力するよう努める

市民
・市が実施する屋外広告物施策について理解を深めるとともに、協力するよう努める

(3) 屋外広告物の出せないところ

・良好な景観・風致の維持のため、道路上など屋外広告物が出せない区域（禁止区域）や、ガードレールなど屋外広告物を出せない物件（禁止物件）を設定しています。
・他法令の規定により表示する屋外広告物や自家用広告物などについては、一定の基準を満たすことにより禁止区域や禁止物件にも設置することができる場合があります。

(4) 屋外広告物の規格

共通規格
・景観風致を害するおそれや公衆に危害を及ぼすおそれのある屋外広告物の表示を禁止しています。

地域別の規格
・屋外広告物の面積や上端高さ、光源、色彩などについて、用途地域などによって異なる規格を定めています。

屋外広告物の種類別の規格
・広告板、電柱を利用する広告物、車体利用広告など、屋外広告物の種類に応じた規格を定めています。

(5) 屋外広告物の設置に係る手続き

・町田市内で屋外広告物を表示しようとするときは、原則として、許可申請を行い町田市長の許可を受ける必要があります。(P.33 を参照)
・取付け完了後、広告主等には、表示した屋外広告物を適切に管理する義務や表示終了後の除却の義務が生じます。広告物の種類や規模によっては、許可期間等を記した標識票の表示や屋外広告物管理者の設置についての義務も生じます。
・許可期間終了後に継続して屋外広告物の表示を行う場合や、変更を行う場合は、許可の更新や変更の許可が必要です。

(6) 罰則

・条例に定める規格に適合しない屋外広告物を設置した場合や、許可が必要な屋外広告物を無許可で設置した場合など、条例の規定に違反した場合には、罰金や過料が科されることがあります。

※町田市屋外広告物条例の詳しい内容については「町田市屋外広告物のしおり」を参照してください。

町田市屋外広告物ガイドライン
（景観編）

● 発行年月
（初　版）2018年4月
（改定版）2024年10月

● 発行者
町田市都市づくり部地区街づくり課
〒194-8520
東京都町田市森野2-2-22
電話 042-724-4267
URL https://www.city.machida.tokyo.jp/

● 刊行物番号
24-34

● 編集・印刷
株式会社カラープランニングセンター
株式会社アルテップ（改定）

屋外広告物で
いいこと
ふくらむ
まちだ