

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

本ルールは、「町田市中心市街地まちづくり計画(2016年7月策定)」に掲げるプロジェクトを推進するにあたり策定した「町田駅周辺地区都市再生整備計画(2021年1月策定)」に基づき、エリアマネジメント広告事業に取り組むために定めるものです。

本ルールを定めることにより、原町田大通り地区における良好な景観形成を図ります。

目次

1. エリアマネジメント広告について

- (1) エリアマネジメント広告とは 2
- (2) 原町田大通り地区におけるエリアマネジメント広告が目指す役割 . 3

2. 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

- (1) 位置づけ 4
- (2) 対象範囲 5
- (3) 掲出媒体 5
- (4) 景観ルール 6
- (5) 景観ルールの運用
 - ①運用の基本的考え方 7
 - ②掲出手続き 8

<参考資料>

- 1. エリアマネジメント広告自主審査基準 9
- 2. まちづくりの計画、市の景観計画等
 - (1) 町田市中心市街地まちづくり計画（抜粋） 11
 - (2) 都市再生整備計画（町田駅周辺地区） 19
 - (3) 市の景観計画等（屋外広告物の掲出に関わる関連計画）
 - ①「町田市景観計画」 20
 - ②「町田市公共事業景観形成指針」 20
 - ③「町田市屋外広告物ガイドライン（景観編）」 21
- 3. 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関するガイドライン」 22

1. エリアマネジメント広告について

(1) エリアマネジメント広告とは

エリアマネジメント広告とは、屋外広告物の掲出禁止区域である公道上において、特例許可を受けて、広告事業によるまちの活性化、良好な景観形成を目指すものです。

まちづくりの担い手が、景観向上のためのルールに基づき、公道上の屋外広告物を企業に販売し、得られた広告収入を清掃活動や植栽管理、賑わい創出事業等、地域課題解決や地域価値向上を目的としたエリアマネジメント事業に活用します。

(2) 原町田大通り地区におけるエリアマネジメント広告が 目指す役割

原町田大通りはJR町田駅前デッキから見下ろせる町田駅の顔となる通りです。原町田大通りでは、緑豊かな景観の形成や、ゆったりと過ごせる空間作りを進めています。歩道を拡幅し、ベンチやテーブルの設置による憩いの空間づくりや、バナーフラッグ、植栽で通りに彩りを加え、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します。

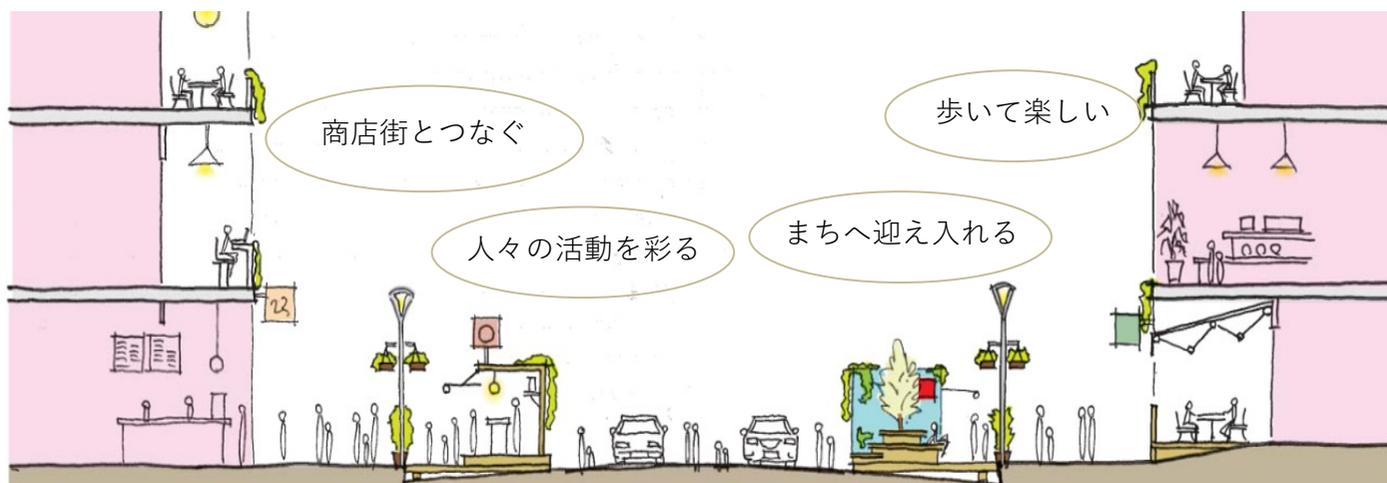
また、小田急線町田駅^{※1}とJR横浜線町田駅^{※2}をつなぐペDESTロリアンデッキは、毎日多くの歩行者が通ります。まちの玄関口であるペDESTロリアンデッキにおいてデジタルサイネージを活用した情報発信を行い、まちなかに人を招き入れます。

事業の実施にあたっては町田市とともに、都市再生推進法人^{※3}である株式会社町田まちづくり公社がまちづくりの担い手となり、主体的に地域課題解決や地域価値向上に取り組みます。

※1 1日平均乗降人員 289,419人 (2019年度、小田急電鉄HPより引用)

※2 1日平均乗車人員 110,899人 (2019年度、JR東日本HPより引用)

※3 都市再生推進法人とは、都市再生特別措置法に基づき、地域のまちづくりを担う法人として、市町村が指定するもの。市町村は、まちづくりの新たな担い手として行政の補完的機能を担いうる団体を指定できます。



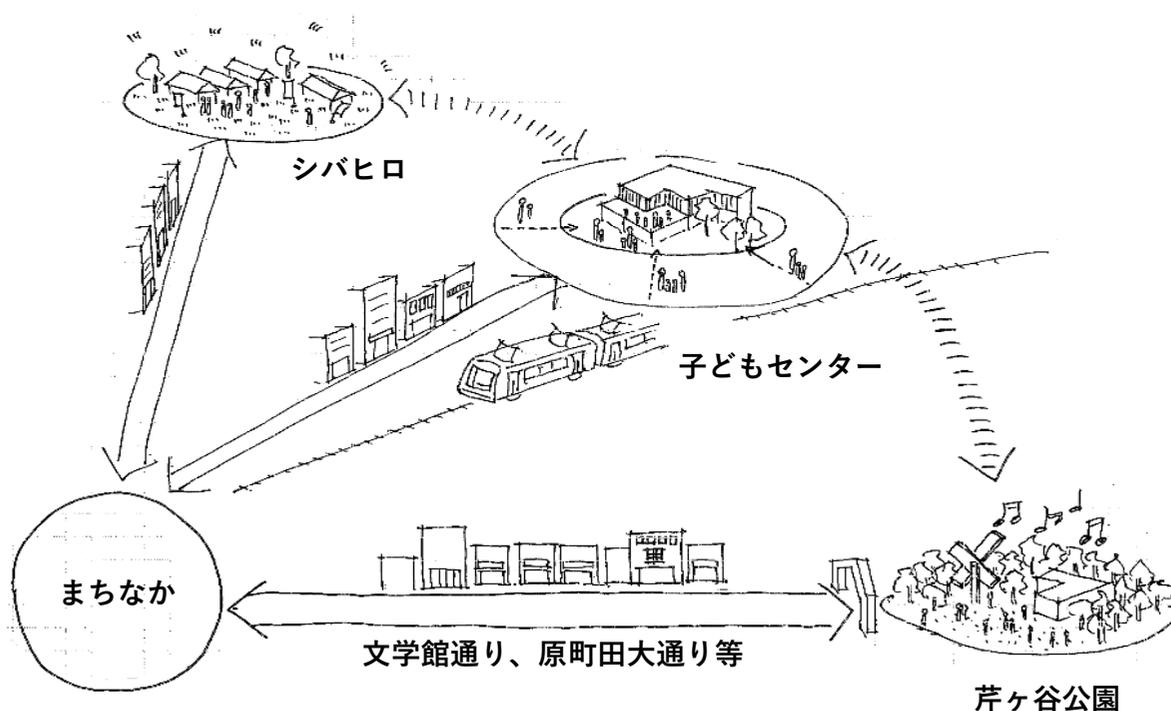
原町田大通りが目指す景観イメージ

エリアマネジメント広告が目指す役割

- A) 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に還元すること
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。
- B) 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を感じられる景観を創出すること
多くの歩行者に向けて、フラッグや植栽を活用し、駅前空間を印象づけます。
- C) まちの魅力を情報発信し、回遊動線を広げること、周辺資源とつなぐこと
まちの玄関口であるペDESTリアンデッキにおいてデジタルサイネージを活用し、まちなかや芹ヶ谷公園などの周辺資源のPR動画、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。
- D) 災害時には、必要な情報を発信し、来街者の安全を守ること
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。

3号デッキから原町田大通りに向かう一日平均歩行者数 12,022人（2020年度、町田市オープンデータ引用）

平常時、発災直後、発災一定期間後の3段階を想定し、適切な行動をとるための情報を提供します。



まちなかと芹ヶ谷公園等の周辺資源をつなぐイメージ

2. 原町田大通りエリアマネジメント広告に関する景観ルール

(1) 位置づけ

本ルールは、「町田市中心市街地まちづくり計画（2016年7月策定）」に掲げるプロジェクトを推進するにあたり策定した「町田駅周辺地区都市再生整備計画（2021年1月策定）」に基づき、エリアマネジメント事業に取り組むために定めるものです。

エリアマネジメント広告の設置にあたっては、「町田市中心市街地まちづくり計画」に掲げるプロジェクト及び「町田駅周辺地区都市再生整備計画」、市の景観計画等に定める広告物に関する事項の遵守も必要です。

【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)

基づく

本ルール

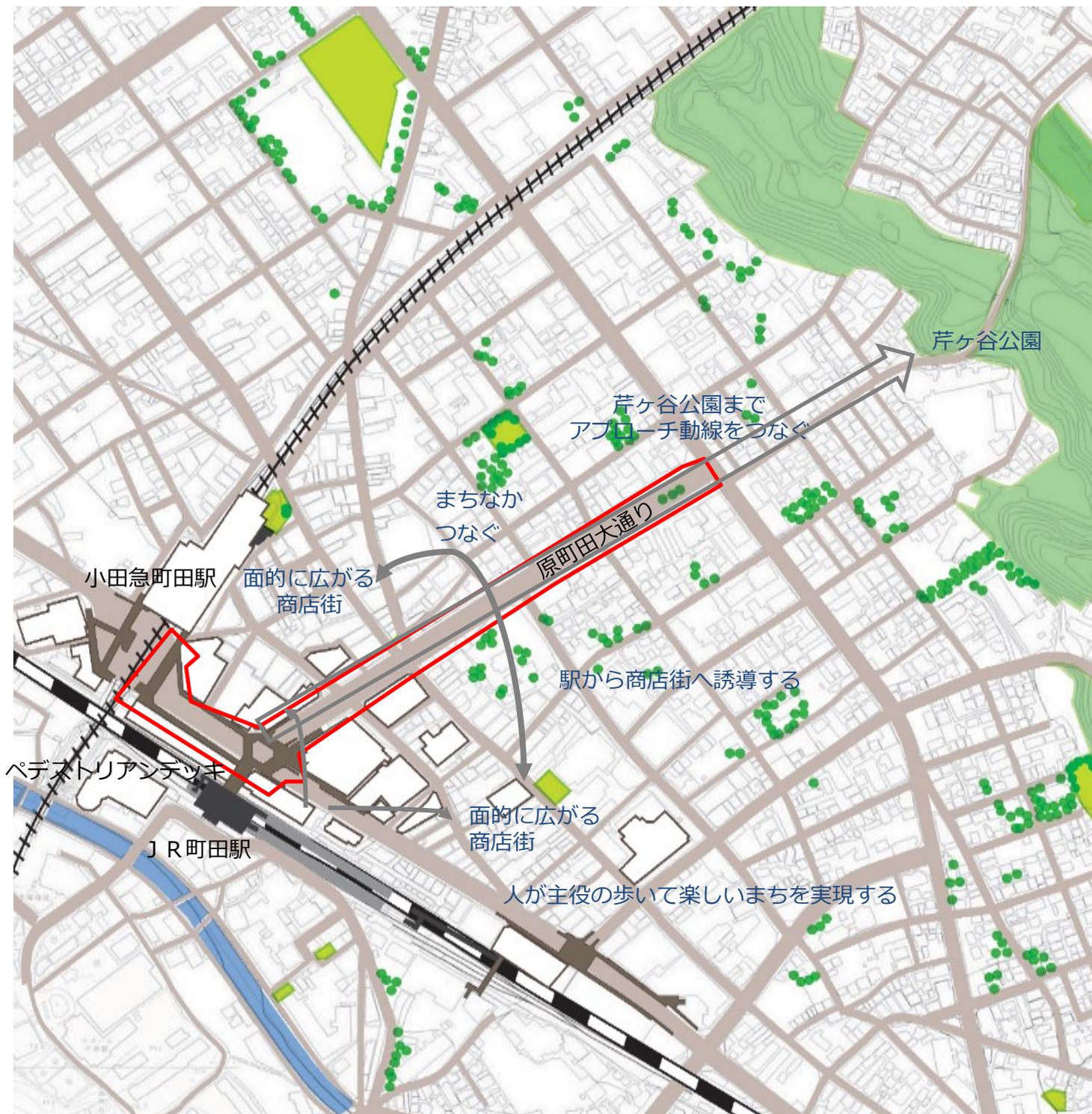
遵守

<関連する市の景観計画等>



(2) 対象範囲

都市再生整備計画（町田駅周辺地区）のうち、多くの乗り換え客が行き交う小田急線とＪＲ横浜線の各駅をつなぐペDESTリアンデッキと、面的に広がる商店街（まちなか）の中心にあり、駅と芹ヶ谷公園を結ぶ動線の一つである原町田大通りの沿道を対象範囲とします。



(3) 掲出媒体

- A) JR町田駅周辺ペDESTリアンデッキデジタルサイネージ
- B) 原町田大通りの街路灯に設置するバナーフラッグ
- C) 原町田大通りに設置する植栽柵に掲示する広告（検討中）

(4) 景観ルール

<一般基準>

掲出するエリアマネジメント広告は次の要件を満たすこと。

- a. 町田市中心市街地まちづくり計画が、将来の街の姿として掲げる「まちに関わるみんなの夢がかなうまち」に寄与するものであること。
- b. 商店街の賑わいを連続させる空間づくりに寄与するものであること。
- c. 「町田の顔」に相応しい、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形成するものであること。
- d. 通行者の安全を阻害する恐れのないものであること。
- e. 関係法令に則ったものであること。
- f. 関連する町田市の景観計画等を遵守すること。
- g. エリアマネジメント自主審査会が定める「自主審査基準」を遵守したものであること。
- h. その他、エリアマネジメント自主審査会が必要と認めた要件。

<禁止事項>

掲出するエリアマネジメント広告の色彩・意匠、その他デザインが以下に該当しないこと。

- a. 不快感を与えるような恐れのあるもの。
- b. 歩行者や運転者に誤解を招くようなもの。
- c. 周辺の誘導サインと誤解を招くようなデザインのもの。
- d. 各広告面の過半に高彩度の色を使用しているもの。

<留意事項>

掲出するエリアマネジメント広告の色彩・意匠、その他デザインは、景観との調和を損なわないよう、以下に配慮すること。

- a. くどく、どぎつい色彩やデザインでないこと。
- b. 性を意識させたり、身体等の一部を強調するようなデザインでないこと。
- c. 文字を利用する際は、デザインが主体となるよう大きさに留意すること。
- d. 判読に時間のかかる多数の文字等で通行者の流動を阻害しないこと。

(5) 景観ルールへの運用

① 運用の基本的考え方

本景観ルール及びエリアマネジメント広告自主審査会の定める自主審査基準に基づき掲出する広告の審査を行います。

a. エリアマネジメント広告自主審査会の設置

原町田大通り地区に掲出するエリアマネジメント広告の適切な管理を行うため、株式会社町田まちづくり公社が、有識者等の協力を得ながら、「原町田大通り地区エリアマネジメント広告自主審査会」を設置し、自主的な運用を行う。

「原町田大通り地区エリアマネジメント広告自主審査会」は、本景観ルールおよび自主審査基準に基づき、エリアマネジメント広告の審査を行う。

b. 周知の徹底・情報発信

エリアマネジメント広告の役割の周知や、本景観ルールおよび自主審査基準の順守についての情報発信は、株式会社町田まちづくり公社が自社ホームページ、チラシの設置や説明会の開催等で随時行うものとする。

c. 景観ルールの見直し

今後、原町田大通り地区は駅周辺の再整備も想定されることから、運用の実績を踏まえて、適宜景観ルールをより適切なものに見直しながら、まちの景観形成とにぎわいづくりに取り組むものとする。

② 掲出手続き

広告の表示または設置、内容の変更またはその改造もしくは移転に際し、デザイン協議を行う。

<掲出手続きのフロー>

①掲出申込

原町田大通り地区にエリアマネジメント広告を表示・掲出しようとする事業所は、本景観ルールを参照し、意匠デザインを行い、株式会社町田まちづくり公社へ掲出申し込みを行う。

②審査

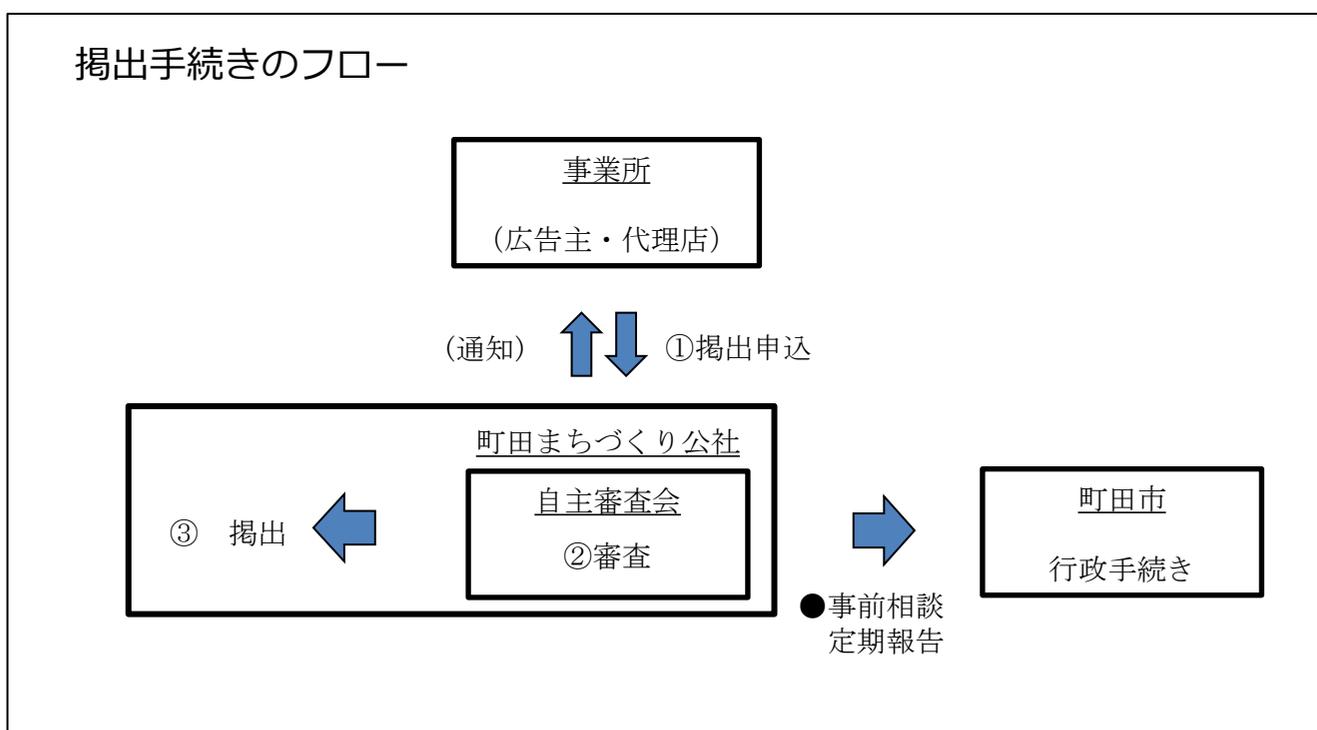
株式会社町田まちづくり公社は、「原町田大通り地区エリアマネジメント広告自主審査会」にて本景観ルール及び自主審査基準、広告掲出基準に基づき、申請内容の確認・審査を行い、掲出内容の調整が必要と判断された場合は、事業者へ通知を行う。

③掲出

株式会社町田まちづくり公社もしくは委託業者が掲出する。

●事前相談・報告

掲出内容は、事前に町田まちづくり公社から町田市に相談し、定期的な報告を行う。



<参考資料> 1. 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。

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。

<参考資料> 2. まちづくりの計画、市の景観計画等

(1) 町田市中心市街地まちづくり計画（抜粋） P15-16

2・1

将来のまちの姿と6つの「目指すこと」

将来のまちの姿

“質の向上”に重点を置いたまちづくりを進めることにより2030年に実現する将来のまちの姿として、以下に示す「夢”かなうまち」を掲げます。

“夢”かなうまち

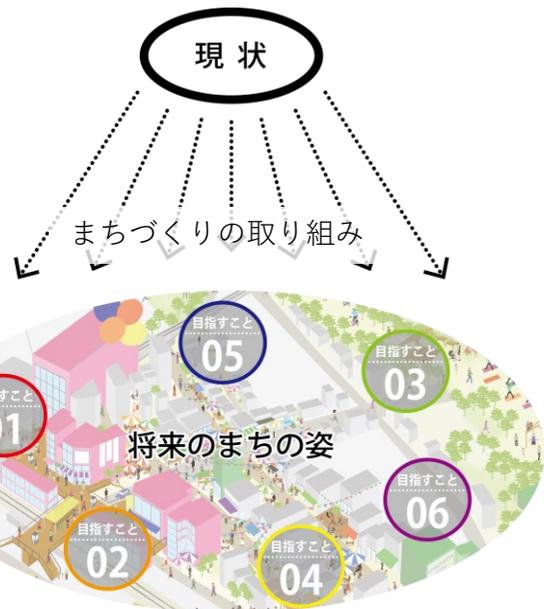
賑わいや交流に溢れ、
楽しい時間や新しいことが生まれ続けたり、
人々の出会いや活動のつながりが広がり続けるような、
まちに関わるみんなの夢がかなうまち



「夢”かなうまち」のイメージ

6つの「目指すこと」

将来のまちの姿の実現に向けて、以下の6つのことを目指してまちづくりの取り組みを進めます。



駅が快適・便利

魅力ある駅前空間や、様々な場所にアクセスできるわかりやすい交通ターミナルをつくり、駅が快適・便利なまちを目指します。

➤ **駅利便性満足度が上がっているか**等で検証



まちに行く目的がたくさんある

個性的な店舗を増やしたり、商業だけでなく新たな賑わい機能を生むことで、駅利用者や周辺住民の来街目的を増やします。

➤ **中心市街地を訪れる頻度が増えているか**等で検証



まちの魅力が向上しゆっくり過ごせる

魅力的な店舗・空間や、広場・カフェ等の憩いの場を増やして、まちの魅力を上げることで、ゆっくり過ごせるまちを目指します。

➤ **中心市街地での滞在時間が増えているか**等で検証



多くの出会い・活動が生まれる

様々なイベントや活動・研究内容の発信の機会を増やし、多くの出会い・活動・新しいつながりが生まれるまちを目指します。

➤ **交流が増えた印象を受ける人が多いか**等で検証



ライフスタイルの選択肢がたくさんある

様々な働き方や住まい方のできる職住環境を整え、中心市街地で過ごす人々・暮らす人々のライフスタイルの選択肢を増やします。

➤ **暮らしやすさ満足度が上がっているか**等で検証



通りが快適で歩いて楽しい

歩きやすい歩行空間や散策できるスポットを増やすことで、快適で楽しく歩けるまちを目指します。

➤ **歩行環境満足度が上がっているか**等で検証

3

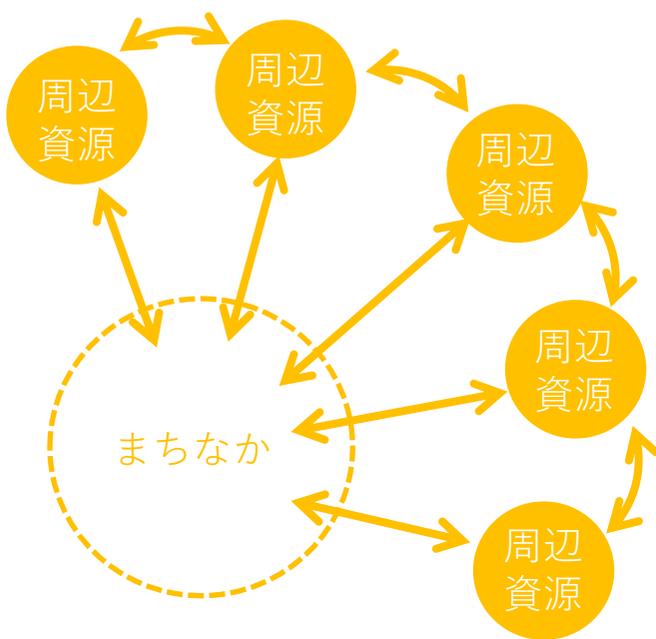
周辺資源をみがき まちの魅力として 活かすプロジェクト

中心市街地の魅力を高めるため、「まちの魅力として活かせる場所」(周辺資源)を発掘し、その整備や活用を行うとともに、アプローチ^{*①}の充実を図ります。

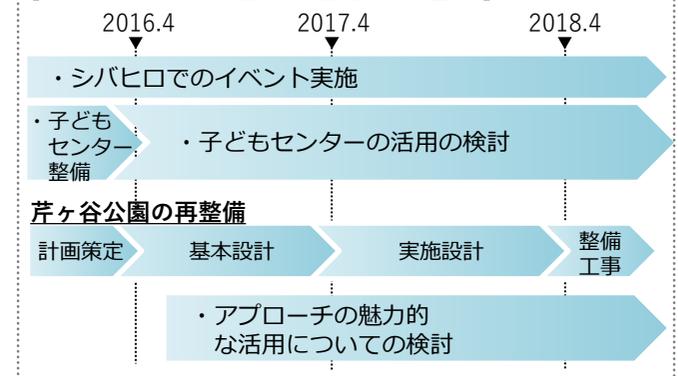
プロジェクトの対象範囲



プロジェクトのイメージ



プロジェクトの当面の主な取り組み



プロジェクトの効果

周辺資源の持つ魅力を活かす整備や様々なイベントの開催等により、周辺資源での楽しみが増える

→ 目指すこと 02 まちに行く目的がたくさんある

周辺資源やそのアプローチで過ごす時間が増える

→ 目指すこと 03 まちの魅力が向上し、ゆっくり過ごせる

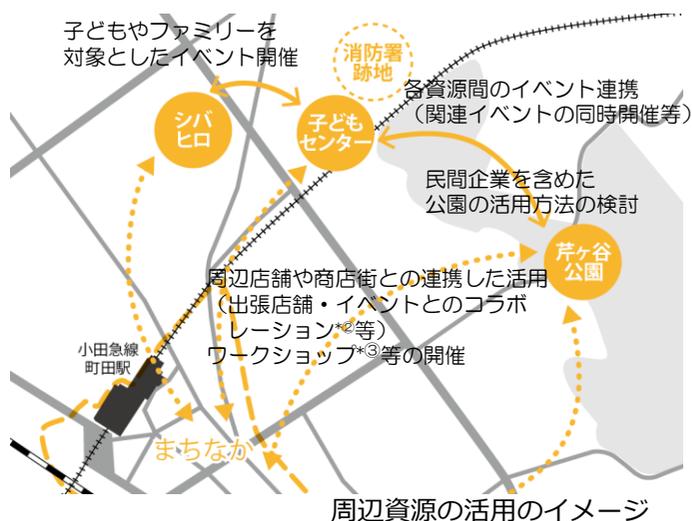
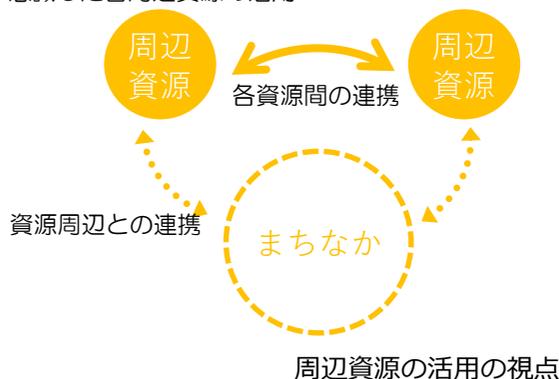
周辺資源に向かうアプローチや資源をつなぐアプローチが整備され、周辺に行きやすく、また歩きやすくなる

→ 目指すこと 06 通りが快適で歩いて楽しい

周辺資源のさらなる活用

中心市街地の魅力を高めるため、「まちの魅力として活かせる場所」（周辺資源）を発掘し、それらを見がき上げるための整備や活用を行います。また、周辺資源の活用に伴い、それらの付近にも視野を広げた活用を展開していきます。

ターゲット（世代・市内外）を意識した各周辺資源の活用



●シバヒロの活用



シバヒロ

「まちの魅力を発信し、賑わいを創出する拠点」

「人々が憩い・交流するゆとりの空間」



シバヒロの活用方針／「町田市庁舎跡地活用基本構想」より

●子どもセンターの活用



子どもセンター

「(ま)ちだで (あ)そぼう (ち)ゃれんじしよう！」

- ・子育て支援機能の拡充
- ・中高生の利用にも特化
- ・広域的な利用に対応
- ・利用者のニーズに対応したサービス機能

子どもセンターの活用方針
／「(仮称) 町田地区子どもセンター基本計画」より

●芹ヶ谷公園の活用



芹ヶ谷公園

「まちなかで 人と緑が会い ふれあう 芸術の杜」

- ・明るく開放的な公園への再整備
- ・未利用地の活用
(芝生広場、カフェ、体験施設等)
- ・賑わい施設整備
(イベントステージ、大型複合遊具等)

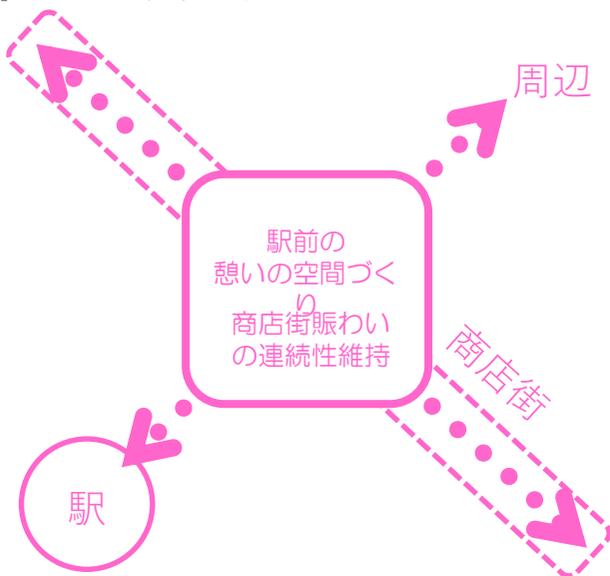
芹ヶ谷公園の活用方針／「芹ヶ谷公園再整備計画」より

6

原町田大通り 憩いと賑わい空間 を創造するプロジェクト

来街者が中心市街地でゆっくりと楽しい時間を過ごせるようにするため、原町田大通りを活用し、駅前の憩いの空間づくりや商店街の賑わいを連続させる空間づくりを行います。

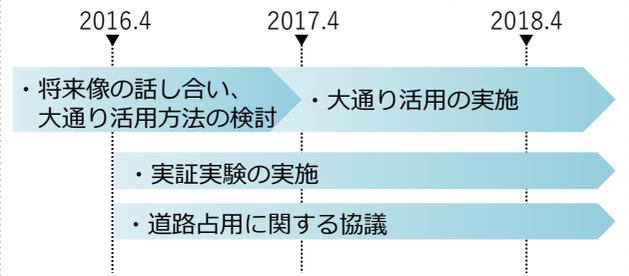
プロジェクトのイメージ



プロジェクトの対象範囲



プロジェクトの当面の主な取り組み



プロジェクトの効果

駅前から、憩いと賑わいのある印象的な風景が見えるようになる

→ 01 駅が快適・便利

様々な活動や賑わいが生まれ、まちに来る楽しみが増えたり、出会い・交流が増える

→ 02 まちに行く目的がたくさんある

→ 04 多くの出会い・活動が生まれる

商店街を連続させる憩いの空間、賑わいの空間ができ、まちで過ごす時間が増える

→ 03 まちの魅力が向上し、ゆっくり過ごせる

プロジェクトの目指す将来像

- ・緑や憩いの空間などがあり、快適に過ごしたい
- ・休憩できる空間がほしい

“憩い” × “賑わい” ある 原町田大通り

原町田大通りを活用して新たな憩いの空間・賑わいの空間を生み出し、商店街の賑わいのつながりの強化や駅前から見える印象的な景観を形成することで、「町田の顔」に相応しい大通りの実現を目指します。

歩道沿いの賑わいを強化し、道路両側の距離感を近づけたイメージ



歩道に設置された店舗のイメージ
／札幌大通り



マルシェ[®]やキッチンカーのイメージ
／東京国際フォーラム



休憩スペースのイメージ
／京都 四条通

通りの中央を開放したイメージ



歩道上の店舗空間利用イメージ
／横浜 日本大通り



道路上におけるスポーツイベントのイメージ
／日本橋



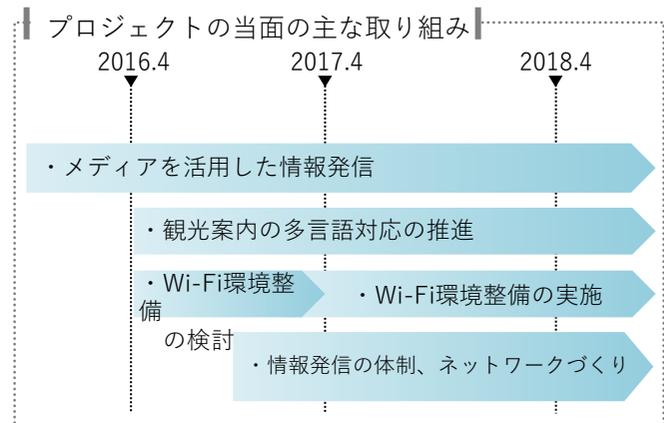
通りを解放した芝生空間のイメージ
／大阪 御堂筋

10

まちの魅力 情報発信 プロジェクト

来街者数の増加、来街者の満足度の向上、
将来のまちづくりの担い手の獲得に向け、
まちの魅力やまちづくりの情報を、市内外
に発信します。

プロジェクトのイメージ



プロジェクトの効果

駅前でまちの情報を得ることができる

→ 目指すこと 01 駅が快適・便利

まちの魅力を知る機会が増える

→ 目指すこと 02 まちに行く目的がたくさんある

出会いや活動につながる、まちのイベント等の情報を得やすくなる

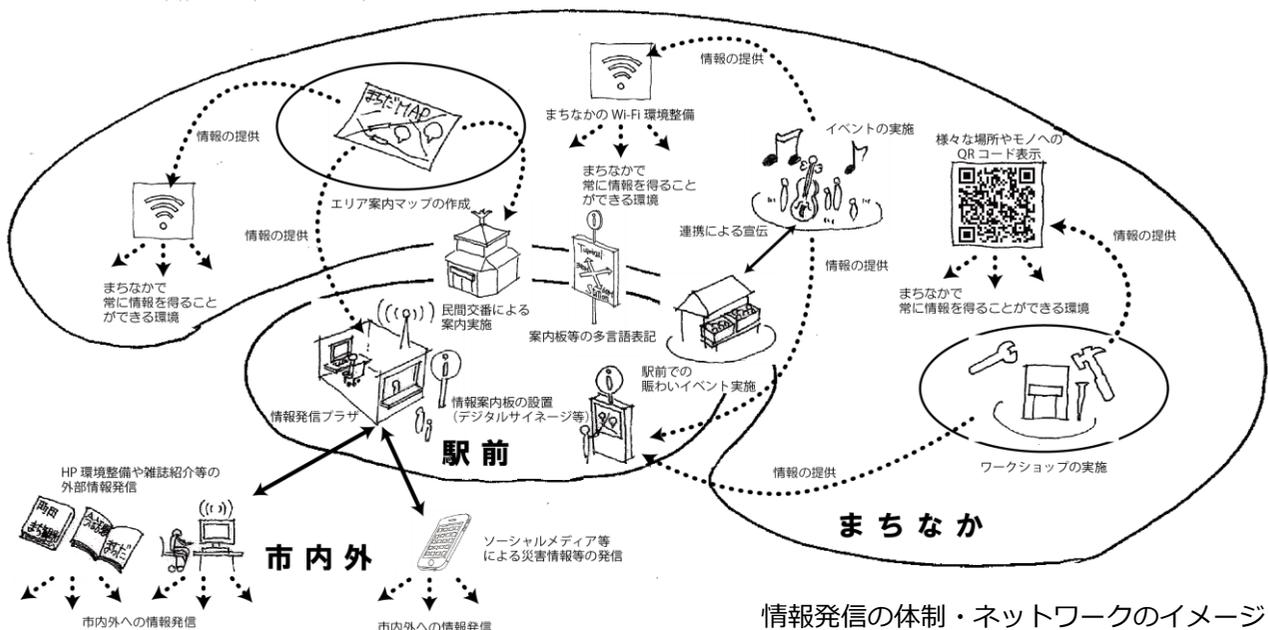
→ 目指すこと 04 多くの出会い・活動が生まれる

目的やターゲットに応じた効果的な情報発信の充実

情報発信の体制やネットワークを整え、様々な人々に向けて、まちの魅力やまちづくりの情報を効果的に発信します。

訪れた人々に 快適かつ楽しく過ごしてもらうための 情報発信

- 駅前やまちなかでの案内強化
 - ・ 駅前における観光情報・地図情報等を伝える観光案内所
 - ・ 駅前やまちなかにおける情報案内板（デジタルサイネージ^{*①}等）や案内マップの設置
- まちの魅力を効果的に伝える工夫
 - ・ 公園、広場、商店街等の人々が集まる場所の活用や、様々な形態による“まちの魅力伝えるイベント”の定期的な実施
 - ・ いつでもどこでもまちの案内やイベント情報を得ることができる環境整備（Wi-Fi^{*②}環境整備、QRコード^{*③}の活用等）
 - ・ インバウンド^{*④}に備えた外国人にもやさしい案内・サインの多言語表記



情報発信の体制・ネットワークのイメージ

様々な人々に 訪れてもらうための情報発信

- 市内外への情報発信の強化
 - ・ まち紹介ホームページの立ち上げ
 - ・ まち情報紹介の雑誌、テレビ、Webページ、ソーシャルメディア^{*⑤}等の積極的な活用
 - ・ まちなかのイベント情報の積極的な発信
 - ・ まちの情報を一括管理する情報発信プラザの設置
 - ・ 市民やまちで活動する人（まちだ自慢サポーター^{*⑥}等）による魅力の発信

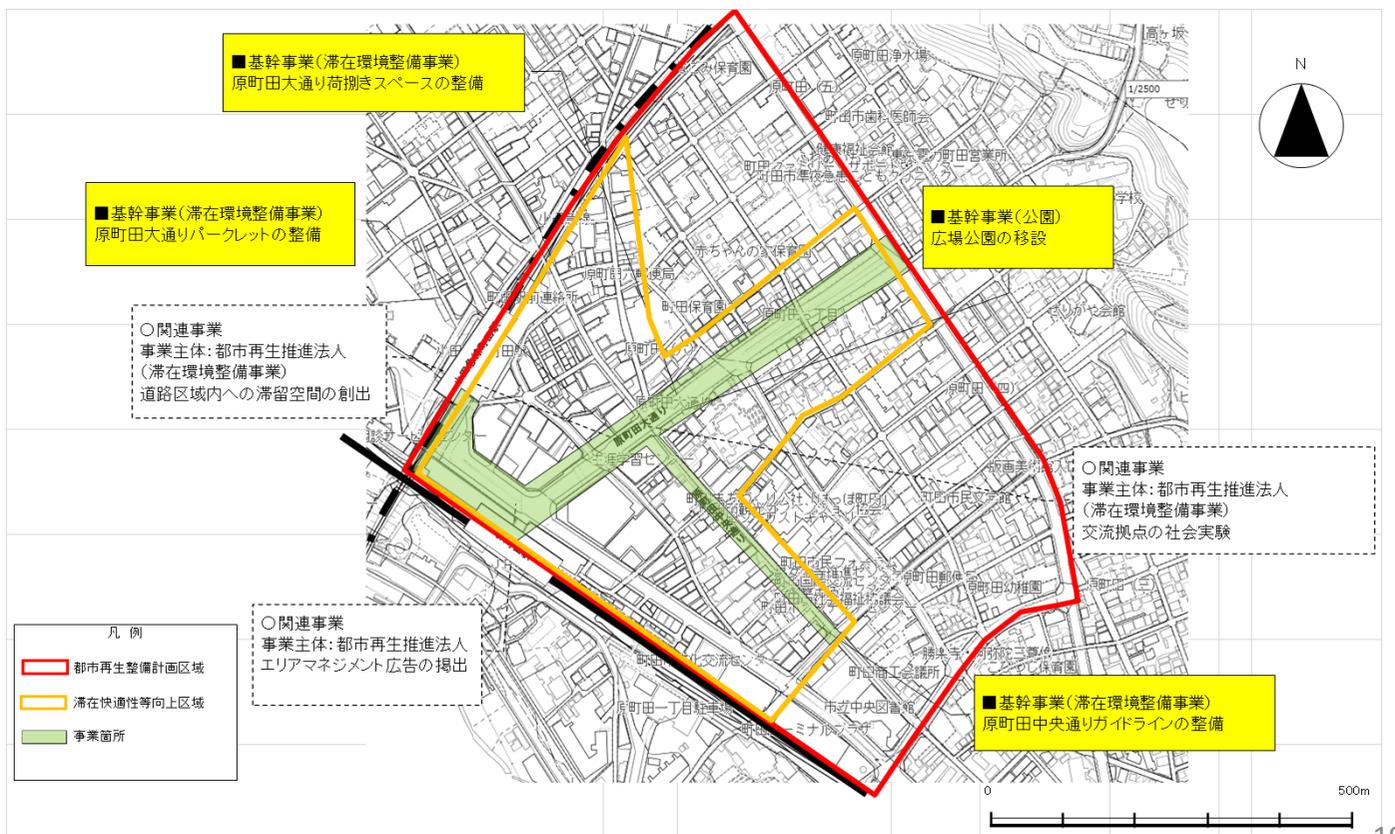
まちづくりの新たな担い手を獲得 するための情報発信

- 取り組みの紹介
 - ・ まちづくりの取り組みや実施状況を紹介するホームページの立ち上げ
 - ・ 新たな担い手がまちづくりに参加しやすくなるような情報の積極的な発信
- 取り組みのアイデアの検討
 - ・ ワークショップ^{*⑦}等の開催

<参考資料> 2. まちづくりの計画、市の景観計画等

(2) 町田駅周辺地区都市再生整備計画

計画の位置づけ	「町田市中心市街地まちづくり計画」の「原町田大通り憩いと賑わい空間を創造するプロジェクト」等を具体的に推進していくために策定したもの				
計画期間	R3 (2021) 年度～R5 (2023) 年度				
目標設定の根拠となるまちの課題	<ul style="list-style-type: none"> ○来街者にゆっくりと買い物や食事を楽しんでいただくため、ゆとりのある憩いの空間創出が求められている。 ○原町田大通りは人が滞留する空間になっておらず、来街者の多様な活動ができる空間の創出が求められている。 ○歩行者の妨げになっている歩行者優先道路の商店街に進入する車両を規制することで、快適な歩行空間の実現や沿道の利活用等、安心してゆっくり過ごせる空間の創出が求められている。 ○周辺資源の一つである芹ヶ谷公園までのアプローチ動線として、魅力的な歩行者空間の実現が求められている。 				
大目標	賑わいや交流に溢れるまちの実現				
目標と事業	目標1	多様なアクティビティが生まれる空間の創出			
	目標2	安心してゆっくり過ごせる空間の創出			
	目標3	また訪れたい魅力ある空間の創出			
指標	アクティビティの数	従前値 (R2年度)	4種類	目標値 (R5年度)	8種類
	滞在時間2時間以上の人の割合	従前値 (H31年度)	52.4%	目標値 (R5年度)	55.2%
	町田駅周辺の中心市街地を2週間に1回以上の頻度で訪れる人の割合	従前値 (H31年度)	41.7%	目標値 (R5年度)	48.4%



<参考資料> 2. まちづくりの計画、市の景観計画等

(3) 市の景観計画等（屋外広告物の掲出に関わる関連計画）

エリアマネジメント広告の掲出にあたっては、市の関連計画に定める事項を遵守すること

① 「町田市景観計画」

<にぎわいゾーン>

屋外広告物は、周辺のまち並みから突出しないよう、規模や高さ、位置などに配慮するとともに、色彩や意匠について過剰な表現を避ける。

② 「町田市公共事業景観形成指針」

公共サイン等の配慮事項

<基本配慮事項>

- ・劣化が少ない素材や塗装を用いる
- ・シンプルで系統立てて整理した表示面とする
- ・地域の個性を形態意匠に取り入れる

<配地>

- ・整理、統合が可能な場合には、集約するなど、形態の異なる様々なサインが林立しないように努める。
- ・背景となる樹木や植栽、建築物等への視線を大きく遮らないよう配慮する。
- ・柱や壁面に配置する場合は、設置する場所の幅や高さ、間隔等のバランスを考慮する。

<形態意匠、色彩>

- ・形状や掲示方法の工夫により、必要な情報を伝えるとともに、まち並みの景観のアクセントとなるよう努める。
- ・視認性を損なわない範囲で表示面を小さくしたり、表示面の裏やフレームを落ち着いた色彩にしたり、周囲の景観に大きな影響を及ぼさず、地域の個性を演出するように配慮する。
- ・公共サイン等が対象とする物や範囲を踏まえた上で、地域や路線の特性に応じて形態意匠や色彩を統一するなど、空間のつながりや一体性に配慮する。
- ・地の色は白または素材色、もしくは建築物と一体的な色彩とするよう努める。
- ・華やかな装飾は避け、シンプルな形態意匠とする。

<素材>

- ・石材や木材等の自然素材の持つ風合いや、ガラスやステンレス等の持つ質感を生かすなどして、案内する施設や地域の特性と調和を図るなど景観形成上のアクセントとなるよう工夫する。

<掲載内容>

- ・表示面は情報量を可能な限り少なくしたり、地域の特性に応じたピストグラムやマーク、ロゴ等を用いたりして簡潔にし、誰もが分かりやすくなるよう工夫する。
- ・文字の色は、地の色との調和（融合、対比）を考慮して選定する。

③「町田市屋外広告物ガイドライン（景観編）」

〈にぎわいゾーンで目指す景観〉

- ・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

◆配慮の考え方

- ・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。

建築物本来の表情やまち並みの基調色が感じられる表現とし、屋外広告物による圧迫感を軽減します。

- ・低層部では、心地よい賑わいを感じられるものとします。

表現が過剰にならないような色数や規模とし、来街者に心地よいにぎわいを提供します。

03 地域の魅力につながる新しい広告物 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されています。
- ・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)

<参考資料> 3. 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関するガイド ライン」

1. 映像や光の点滅は、原則として1秒間に3回を超える使用を避けるとともに、次の点に留意する。

- (1) 「鮮やかな赤色」の点滅は特に慎重に扱う。
- (2) 避けるべき点滅映像を判断するにあたっては、点滅が同時に起こる面積が画面の1/4を超え、かつ、輝度変化が10パーセント以上の場合を基準とする。
- (3) 前項(1)の条件を満たした上で、(2)に示した基準を超える場合には、点滅は1秒間に5回を限度とし、かつ、輝度変化を20パーセント以下に抑える。加えて、連続して2秒を超える使用は行わない。

※ 200cd/m²超の高輝度領域を含むHDR(High Dynamic Range)映像については、(2)(3)を以下のとおり読み替える。

- (2) 避けるべき点滅映像を判断するにあたっては、点滅が同時に起こる面積が画面の1/4を超え、かつ、輝度変化が次の①または②の場合を基準とする。
 - ① 点滅暗部が160cd/m²未満で、輝度変化が20cd/m²以上の場合
 - ② 点滅暗部が160cd/m²以上で、輝度変化が点滅暗部の1/8を超える場合
- (3) 前項(1)の条件を満たした上で、(2)に示した基準を超える場合には、点滅は1秒間に5回を限度とし、かつ、輝度変化を次の①または②に抑える。加えて、連続して2秒を超える使用は行わない。
 - ① 点滅暗部が160cd/m²未満の場合、輝度変化を40cd/m²以下
 - ② 点滅暗部が160cd/m²以上の場合、輝度変化を点滅暗部の1/4以下

2. コントラストの強い画面の反転や、画面の輝度変化が20パーセントを超える急激な場面転換は、原則として1秒間に3回を超えて使用しない。

※ 200cd/m²超の高輝度領域を含むHDR映像については、以下のとおり読み替える。

2. コントラストの強い画面の反転や、次の①または②に該当する急激な場面転換は、原則として1秒間に3回を超えて使用しない。
 - ① 点滅暗部が160cd/m²未満で、画面の輝度変化が40cd/m²を超える場面転換
 - ② 点滅暗部が160cd/m²以上で、画面の輝度変化が点滅暗部の1/4を超える場面転換

3. 規則的なパターン模様(縞模様、渦巻き模様、同心円模様など)が、画面の大部分を占めることも避ける。

(注1) 本ガイドラインの計測においては、SDR映像信号の公称ピークレベルは輝度200cd/m²で表示されることを想定する。また、HDR映像信号の公称ピークレベルは、HLG(Hybrid Log-Gamma)方式では輝度1,000cd/m²で、PQ(Perceptual Quantisation)方式では輝度10,000cd/m²で、それぞれ表示されることを想定する。

(注2) HDR映像に関する読み替え規定については、運用体制が整った放送局から、速やかに適用を開始する。

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

発行 株式会社町田まちづくり公社

〒194-0013 東京都町田市原町田4-10-20 電話 042-723-8770

発行年月 2023年7月