

平成 22 年度  
景観と調和したデジタルサイネージに関する  
調査研究報告書

平成 23 年 3 月

社団法人 日本機械工業連合会  
財団法人 デジタルコンテンツ協会



この事業は、競輪の補助金を受けて実施したものです。

<http://ringring-keirin.jp>



## 序

我が国機械工業における技術開発推進は、ものづくりの原点、且つ、輸出立国維持には必須条件です。

しかしながら世界的な経済不況脱出で先進国の回復が遅れている中、中国を始めとするアジア近隣諸国の工業化の進展と技術レベルの向上は進んでいます。そして、我が国の産業技術力の弱体化など将来に対する懸念が台頭してきております。

これらの国内外の動向に起因する諸課題に加え、環境問題、少子高齢化社会対策等、今後解決を迫られる課題も山積しており、この課題の解決に向けて、技術開発推進も一つの解決策として期待は高まっており、機械業界をあげて取り組む必要に迫られております。

これからのグローバルな技術開発競争の中で、我が国が勝ち残ってゆくためには、ものづくり力をさらに発展させて、新しいコンセプトの提唱やブレークスルーにつながる独創的な成果を挙げ、世界をリードする技術大国を目指してゆく必要があります。幸い機械工業の各企業における研究開発、技術開発にかける意気込みにかげりはなく、方向を見極め、ねらいを定めた開発により、今後大きな成果につながるものと確信いたしております。

こうした背景に鑑み、当会では機械工業に係わる技術開発動向に係わる調査のテーマの一つとして財団法人デジタルコンテンツ協会に「景観と調和したデジタルサイネージに関する調査研究」を調査委託いたしました。本報告書は、この研究成果であり、関係各位のご参考に寄与すれば幸甚です。

平成23年3月

社団法人 日本機械工業連合会  
会長 伊藤源嗣



## はしがき

我が国のコンテンツ産業は、約 12 兆円の市場規模で、米国に次いで世界第 2 位となっております。また、我が国のアニメ・マンガ等のソフトパワーは、「クールジャパン」と呼ばれ、我が国のコンテンツは、海外でも高く評価されております。さらに、コンテンツ産業は、付加価値が高く、雇用規模の大きい産業として、成長著しいアジア市場への展開も含め、今後の成長が期待されております。経済産業省では、Japan 国際コンテンツフェスティバル CoFesta（コ・フェスタ）の開催、コンテンツ技術戦略マップの策定等を通じて、我が国のコンテンツ産業の振興に努めておられます。

当協会では、コンテンツ技術戦略マップ策定に参加、コ・フェスタの公式イベントの一環としてデジタルコンテンツ EXPO を開催し、2010 年には 3D 関連の展示等を幅広く紹介し、約 2 万 6 千人の方々に御来場をいただきました。また、3D 映像技術の開発と実証等の技術調査を積極的に展開しております。今後とも、国のコンテンツ政策を踏まえ、会員のニーズ等を取り上げ、コンテンツ産業の拡大に向けて、調査研究事業、振興事業及び自主事業を柱に活動を積極的に推進し、コンテンツ産業の健全な発展、さらなる市場規模の拡大を図るとともに、我が国の経済の発展に寄与してまいります。

こうした背景に鑑み、当協会では調査研究事業の一環として社団法人 日本機械工業連合会より「景観と調和したデジタルサイネージに関する調査研究」を調査受託いたしました。

本調査研究報告書の結果が、我が国の経済全体を索引することにも貢献できるよう、皆様の一層のご支援とご協力をいただきますと共に、努力を重ね成果をあげて参りたいと思っております。

本研究の実施にあたり、ご指導・ご支援をいただいた関係機関の各位に感謝の意を表します。

平成 23 年 3 月

財団法人 デジタルコンテンツ協会  
会長 北島 義俊



## 事業運営組織

本調査研究を推進するために、財団法人デジタルコンテンツ協会（D c a j）内に「景観と調和したデジタルサイネージに関する調査研究委員会」を設ける。本委員会のメンバーは下記のとおりである。D c a j の事業開発本部が事務局を担当する。

### 景観と調和したデジタルサイネージに関する調査研究委員会名簿（氏名 50 音順・敬称略）

委員長	山田 卓	ユアサハラ法律特許事務所 弁護士
副委員長	菊池 尚人	慶應義塾大学大学院 メディアデザイン研究科 准教授
委員	伊能 美和子	日本電信電話株式会社 研究企画部門 プロデュース担当 担当部長（プロデューサー）
委員	江口 靖二	デジタルサイネージコンソーシアム 常務理事
委員	小野打 恵	株式会社ヒューマンメディア 代表取締役社長
委員	久保田 靖夫	大日本印刷株式会社 C & I 事業部 理事
委員	毛塚 牧人	株式会社メディアコンテンツファクトリー 代表取締役社長
委員	吉田 勝広	株式会社オリコム メディア推進室 メディア・チーフディレクター

オブザーバー	今井 綾子	シャープ株式会社 ディスプレイシステム営業推進センター アライアンス推進部 主事
オブザーバー	後藤 裕久	沖電気工業株式会社 研究開発センタ企画室 インキュベーションマネージャー
オブザーバー	佐々木 康浩	東芝デジタルフロンティア株式会社 制作部 参事
客員研究員	赤坂 亮太	一般社団法人融合研究所 研究員
事務局	岩下 康子	財団法人デジタルコンテンツ協会 事業開発本部 産業振興室 課長代理
事務局	田中 勉	財団法人デジタルコンテンツ協会 事業開発本部 本部長
事務局	田辺 真由美	財団法人デジタルコンテンツ協会 企画・推進本部 制作・流通環境支援部 課長代理
事務局	山本 純	財団法人デジタルコンテンツ協会 総務部長 兼 企画・推進本部 企画調査部長

## 目 次

序

はしがき

事業運営組織

目次

第Ⅰ章 はじめに.....	1
1.1 調査研究の目的.....	1
1.2 本年度の活動.....	2
1.3 本調査研究の推進体制 .....	3
第Ⅱ章 デジタルサイネージの種類.....	4
2.1 定義と類型化.....	4
2.2 各分類ごとに対応する法令.....	7
第Ⅲ章 関連法令の概要 .....	8
3.1 著作権法.....	8
3.1.1 著作権法の関連条項 .....	8
3.1.2 複製権.....	9
3.1.3 上映権.....	10
3.1.4 公衆送信権・公衆伝達権.....	11
3.1.5 放送権・有線放送権・再放送権・再有線放送権.....	12
3.1.6 送信可能化権.....	14
3.1.7 商業用レコードの二次使用.....	15
3.1.8 テレビジョン放送の伝達権・有線テレビジョン放送の伝達権.....	16
3.2 放送関連の法令.....	17
3.2.1 有線テレビジョン放送法.....	17
3.2.1.1 有線テレビジョン放送に関する定義.....	17
3.2.1.2 有線テレビジョン放送施設者の参入と退出.....	18
3.2.1.3 有線テレビジョン放送事業者の参入と退出.....	19
3.2.2 電気通信役務利用放送法.....	20
3.2.2.1 電気通信役務利用放送に関する定義.....	20
3.2.2.2 電気通信役務利用放送の参入と退出.....	21
3.2.2.3 適用除外 .....	22
3.3 道路関連法 .....	24
3.3.1 道路交通法 .....	24
3.3.1.1 道路の使用の許可 .....	24
3.3.2 道路法.....	26
3.3.2.1 道路占用の許可.....	26

第IV章 関連条例の概要 .....	30
4.1 屋外広告物条例.....	30
4.1.1 東京都屋外広告物条例.....	30
4.1.1.1 広告物の設置の制限を受ける設置場所.....	30
4.1.1.2 設置が制限されている場所における適用除外.....	31
4.1.1.3 制限を受ける広告物 .....	32
4.1.1.4 屋外広告業の登録.....	42
4.2 景観条例と景観計画 .....	43
4.2.1 東京都景観条例と景観計画.....	43
4.2.1.1 文化財庭園等景観形成特別地区 .....	43
4.2.1.2 水辺景観形成特別地区.....	46
4.3 自治体へのインタビュー.....	48
4.3.1 東京都へのインタビュー.....	48
4.3.2 屋外広告適正化十都県市協議会（オクコ）および相模原市へのインタビュー.....	49
4.3.3 静岡市へのインタビュー.....	52
4.3.4 京都市へのインタビュー.....	56
4.3.5 熊本市へのインタビュー.....	58
4.3.6 南城市（沖縄県）へのインタビュー.....	62
第V章 提言 .....	66
5.1 屋外広告物規制等に関連する提言 .....	66
5.2 著作権関連の提言 .....	67
第VI章 まとめ.....	68
付録	
付録1 東京都 屋外広告のしおり（1P～34P、62P～64P） .....	71
付録2 相模原市 屋外広告物条例のしおり .....	112
付録3-1 京都市 京の景観ガイドラインー広告物編屋外広告物制度の解説より .....	124
付録3-2 京都市 京の屋外広告物ガイドラインーデザインガイド .....	128
付録4 熊本市 屋外広告のてびき .....	139

## 第I章 はじめに

デジタルサイネージは、屋外・店頭・公共空間・交通機関など、あらゆる場所で、ネットワークに接続したディスプレイなどの電子的な表示機器を使って情報を発信するシステムである。最近では、JR山手線内のトレインチャンネルを代表とする鉄道系の媒体によりデジタルサイネージの認知度も上がり、ローソンなどの大手コンビニエンスストアによる導入も目覚ましく、デジタルサイネージが本格的に普及し、街のあらゆるロケーションで活用されはじめている。主な活用方法として、広告や販促そして情報の提供などに使われているが、今後はその範囲にとどまらず、ビルの壁面や地面などをサイネージ化し、街をメディア化するなど都市景観の向上への活用も期待されている。

都市景観におけるデジタルサイネージという視点に立った時、一般の屋外広告物には、「屋外広告物条例」等の規制が存在していることを意識する。デジタルサイネージを設置する際、店舗や施設など屋内に設置されているものに関しては、「屋外広告物」等の規制の適用外となっているが、街頭ビジョンなど、屋外に設置されているデジタルサイネージは「屋外広告物」として扱われ、規制の対象となっている。

デジタルサイネージは、時間と場所を特定できる唯一のメディアであり、「デジタル化」と「ネットワーク化」という点で既存の広告やその他の情報を提供するメディアと異なる特性を持っている。複数のディスプレイを、通信ネットワークで繋いでコンテンツを同時配信していくことが可能であり、遠隔操作でコンテンツを時間と場所で特定させて放映することができたり、リアルに出たWebメディア的側面もある。ディスプレイの前の人の性・年代によって映像を差し替えたり、タッチして画面を変えたり、携帯電話へクーポンやURLを表示させるなどの連動も可能な装置である。

デジタルサイネージという新しいメディアの特性を考えた場合、果たして、既存の法令、条例にあてはめて規制することができるものなのか。

このような背景から、デジタルサイネージの設置に関する法令・条例について、調査を行い、従来法での取扱いによる適用性の可否を調べ、課題について検討し提言としてまとめた。

本調査研究の成果が、広く活用されるものと期待し、今後のデジタルサイネージ産業の発展に寄与することを目指す。

### 1.1 調査研究の目的

デジタルサイネージは、新しいメディアとして注目され、多くの実証実験を経て実用化が始まっている。今後、普及期に入り、街中におけるデジタルサイネージの活用が活発化してくると、屋外広告物としての定義の範疇となり都市景観への影響が予想される。

本調査研究では、デジタルサイネージ設置の際の法的環境について、現状の取扱いについて調査を行う。屋外広告物法における各種広告条例や景観保護条例等その他関係する条例や関連法令等について調査を行い、課題について検討するとともに方向性を探る。

## 1.2 本年度の活動

本委員会は、合計5回開催した。また、委員会の下で景観と調和したデジタルサイネージに関する調査研究を行った。

以下に本事業委員会の活動状況について述べる。

### (1) 第1回 景観と調和したデジタルサイネージに関する調査研究委員会

日時：平成22年9月21日（火）13:30～15:00

場所：デジタルコンテンツ協会 会議室

議事内容： ①配布資料確認  
②本事業実施計画について  
③報告書目次案及び検討内容に関する認識の共有

### (2) 第2回 景観と調和したデジタルサイネージに関する調査研究委員会

日時：平成22年10月22日（金）13:30～15:00

場所：デジタルコンテンツ協会 会議室

議事内容： ①配布資料確認  
②第1回委員会議事録 確認・承認  
③アンケートの実施について  
④デジタルサイネージの特徴と検討すべき法令の範囲  
⑤インタビュー先の確認と決定  
⑥屋外広告物条例、景観条例について

### (3) 第3回 景観と調和したデジタルサイネージに関する調査研究委員会

日時：平成22年11月26日（金）13:30～15:00

場所：デジタルコンテンツ協会 会議室

議事内容： ①配布資料確認  
②第2回委員会議事録 確認・承認  
③DSC会員へのアンケート結果の報告  
④報告書（たたき台）のアップデート報告  
⑤インタビュー内容（項目）について  
⑥今後のスケジュールについて

### (4) 第4回 景観と調和したデジタルサイネージに関する調査研究委員会

日時：平成23年1月28日（金）13:30～15:00

場所：デジタルコンテンツ協会 会議室

議事内容： ①配布資料確認  
②第3回委員会議事録 確認・承認

- ③まとめの方針
- ④インタビュー状況報告
- ⑤報告書の提言について

(5) 第5回 デジタルサイネージの訴求効果に関する調査研究委員会

日時：平成23年2月25日（金）13:30～15:00

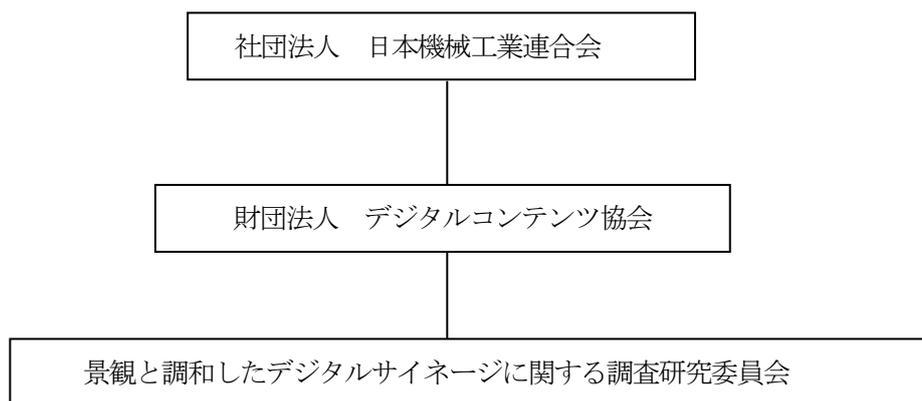
場所：デジタルコンテンツ協会 会議室

- 議事内容：
- ①配布資料確認
  - ②第4回委員会議事録 確認・承認
  - ③インタビュー報告
  - ④提言について
  - ⑤報告書について

### 1.3 本調査研究の推進体制

本調査研究を推進するために、財団法人デジタルコンテンツ協会（DCAj）内に表1.3-1に示す組織として「景観と調和したデジタルサイネージに関する調査研究委員会」を設ける。本委員会は、委員長 ユアサハラ法律特許事務所山田 卓弁護士、副委員長 慶應義塾大学 メディアデザイン研究科 菊池 尚人准教授の下、推進する体制とした。事務局は、DCAjの事業開発本部が担当する。

表 1.3 -1 景観と調和したデジタルサイネージに関する調査研究委員会 事業推進体制



## 第Ⅱ章 デジタルサイネージの種類

### サマリー

デジタルサイネージという概念は非常に多様な形態のシステムを含意しており、個々のシステムごとに、著作権法をはじめ、有線テレビジョン放送法、電気通信役務利用放送法等、法令上の位置づけや取扱いが変わることがある。このようなデジタルサイネージについて、デジタルサイネージコンソーシアムでは「屋外・店頭・公共空間・交通機関など、あらゆる場所で、ネットワークに接続したディスプレイなどの電子的な表示機器を使って情報を発信するシステム」<sup>1</sup>と定義されている。この定義に含まれるものは非常に広く、その設置者の用途における提示対象範囲（視聴者の範囲）や、配信方法の違い、スタンドアロン型かネットワーク対応型か等の技術的特性によって著作権法等各種法令上の取扱いが変化し得ることに注意しなくてはならない。デジタルサイネージコンソーシアム・システム部会が発行しているデジタルサイネージシステムガイドブックには、技術的観点からの様々な分類が示されているが、本報告では、各種法令の適用関係を検討することから、現状の法令における取扱いの変化をもとにデジタルサイネージを分類した。

### 2.1 定義と類型化

本節では、本報告で扱う法令、条例、基準がどのようなデジタルサイネージに関連するものか明らかにするために、各法令の特徴をもとに類型化をこころみる。

そしてここでは、類型化のために参考とする法令を限定するために、前節のサマリーで引用したデジタルサイネージコンソーシアムのものより限定的にデジタルサイネージを定義したい。すなわち、本報告の主目的は、前述の通り広告効果と景観を調和させるための法的環境に関する調査であるから、広告や販売促進、プロモーション或いは公的なものも含めた情報提供に関するものに限定することが望ましいと考えられるためである。したがって例えば、JR渋谷駅ハチ公口前に設置されている大型ビジョンは本報告の対象となり、一方で入退室管理の一環でディスプレイを使用する場合などは含まれないことになる。

次に、以上の定義を踏まえて関連する法令、条例を選び出し、それらの観点からデジタルサイネージの類型化を行う。

第一に、デジタルサイネージが従来の街頭広告メディア及び告知用メディアと比べて最も大きく異なる点はデジタル化されていること、ネットワークに接続されているものがあることである。デジタル化、ネットワーク化に伴って大きくその法的性格が変化する法令として、著作権法、有線テレビジョン放送法、電気通信役務利用放送法の3法が挙げられる。また、景観との調和といった観点から、屋外広告条例や景観条例、道路交通法、道路法といった条例も当然関わってくる。そこで、以上に挙げた各法令、各条例の観点からデジタルサイネージの類型化を試みる。

以上を前提に、以下、主として著作権法、有線テレビジョン放送法、電気通信役務利用放送法の観点から検討すると、各法令では夫々の対象とする領域について、情報配信を行う方法（配信方式）

---

<sup>1</sup> <http://www.digital-signage.jp/about/>

の技術的な相違から夫々に応じた別個の扱いを定めている<sup>2</sup>。従って、配信方式を類型の第一の要素とする。また、上記各法令のほかに屋外広告物条例や景観条例も関係するもう一つの観点として、そのサービスの対象者が公衆（不特定又は多数の人）にあたるか否かという判断がある。以上のことから、基本的な類型は配信方式と対象者のマトリックスで考え、以下のように類型化することができる。

表 2.1-1 デジタルサイネージの類型

	スタンド アローン型	ネットワーク配信型		
		一方向通信型		双方向通信型
		有線	無線	
公衆（不特定）	A	B	C	D
公衆（特定・多数）	E	F	G	H
非公衆（自営等）	私的利用	I	J	
	非私的利用	K		

ここで、ネットワーク配信型の「ネットワーク」とは、公衆網およびそれに類似した情報配信技術を指している。従って、限られた構造物内でサーバーを設置し、いくつかの端末に配信する場合も技術的には公衆網に類似したものを利用しているためネットワーク配信型に該当することになる。一方で、情報配信技術を用いたものの中でも、公衆に直接受信されるのではなく、一旦コンテンツを筐体に蓄積し、サービスを行う時点ではその蓄積された情報が上映されるものについては、スタンドアローン型に該当することになる。例えば電車内に見られるデジタルサイネージはこれに該当する。

（交通広告取り扱い事業者へのインタビューより）

「双方向通信型」とは、視聴者が視聴コンテンツを選択したり、インタラクションを行ったりすることで表示される内容が変わるなど、視聴者の行動によりその態様が変化するものを想定している。従って、インタラクティブにコンテンツを生成するサイネージや、ホテル内にあるサーバーを通じて番組を視聴するタイプのサイネージも含まれる。

なお、デジタルサイネージの中には視聴者の顔情報等の個人に関する情報を取り扱う場合もある。しかしながら、現行の個人情報保護法上の保護対象となる「個人情報」とは、個人に関する情報であるだけでなく、個人識別性を有すること、或いは他の情報と容易に照合することで個人識別性を有する必要がある。ここで問題となるのはデジタルサイネージで利用されている顔の映像が個人を識別しうるかということであるが、現状でデジタルサイネージに利用される顔認識技術は特徴点位置を認識し属性情報を推定する類のものである。従って、特徴点と推定された属性だけではここでいう個人識別性を有するとは言えない。一方で、個人情報保護法には他の情報と容易に照合することにより個人識別性を有する場合も保護対象となる。ここでいう「容易に」の要件を満たさない場合とは、他の事業者に通常の業務では行っていない特別な照会をし、当該他の事業者において相当な調査をしてはじ

<sup>2</sup> なお、ここで言う技術的な相違とはあくまでサービスを行う方式としての技術の相違であり、端末を製造する段階における技術的な差異ではない。

めて回答が可能になるような場合、内部組織間でもシステムの差異のため技術的に照合が困難な場合、照合のための特別のソフトを購入してインストールする必要がある場合等である<sup>3</sup>。従って、同一またはデータを同期しているシステム内において、認識した特徴点とその他の情報を照合し、個人を識別可能な場合（例えば顔認証を利用する等、極めて個人にフォーカスされたサービスを行う場合）は本法の保護対象となる。

しかしながら、本報告で定義されているデジタルサイネージについて現状で以上の条件を満たしているものがあるとは考えられず、またそのニーズも少ないように思われる。実際に、デジタルサイネージを納入している事業者へのインタビューからも、このような事例はないとの回答があった（PDC株式会社株式会社へのインタビューより）。

また、画像として取得する情報だけでなく、メールアドレス等を入力させてデジタルサイネージと連動したプロモーションを展開する例もある。メールアドレス単体が個人情報とはなりにくく、また集める場合はオプトインで情報の取得に関して許諾を得ている。従って、個人情報保護法が関係する場合は極稀であるから、本報告の対象範囲からは除外する。

また同様に、カメラを利用したインタラクティブなコンテンツを表示するデジタルサイネージにおいて被写体となる個人の肖像権に関しても、免責文をだしたり、事実上個人を特定できないほど引いた画角で撮影したりするなどして処理しているため、本報告書の対象外とする（株式会社オリコムへのインタビューより）。

また、電気通信役務利用放送法および有線テレビジョン利用放送法に関しては、昨年11月26日、これらを含む放送関係法律の大幅な改正が国会で成立し、新放送法として整理統合・一本化が行われることとなった。この新放送法は、遅くとも本年9月初めまでには施行されるが、現時点では未だ具体的施行日が定められていないこと、関係政省令も未だ一部しか制定されておらず、その内容が十分に明らかとはいえないこと、認可から届出へといった規制緩和等が予定されているものの、本調査研究との関係では基本的な部分に変更はなさそうであることにかんがみ、現行法を前提としている。

---

<sup>3</sup> 宇賀克也『個人情報保護法の逐条解説』（有斐閣、2009）34頁

## 2.2 各分類ごとに対応する法令

表 2.1-1 における分類に従って、関連する法令・条例について、以下にまとめる。各法令・条例の解説や解釈は次章以降を参照されたい。

表 2.2-1 関連法令・条例への対応表

法令・条例		類型											
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	
著作権法	複製権	○				○						○	
	上映権	○				○							
	公衆送信権		○	○	○		○	○	○				
	公衆伝達権		○	○	○		○	○	○				
	放送権												
	有線放送権		○				○						
	再放送権						○						
	再有線放送権												
	送信可能化権				○				○				
	商業用レコードの二次使用		○					○					
テレビジョン放送の伝達権	○	○	○	○	○	○	○	○					
有線テレビジョン放送の伝達権	○	○	○	○	○	○	○	○					
有線テレビジョン放送法		○											
電気通信役務利用放送法		○	△*1										
屋外広告物条例	○	○	○	○									
道路関連法	○	○	○	○	○	○	○	○	○	△*2	△*2	△*2	

\*1 衛星による放送が想定されるが、実質的には現在存在しない。

\*2 道路の上空を企業や家屋等がまたがる場合など、ごく限られた条件下のみありうる。

## 第Ⅲ章 関連法令の概要

### サマリー

本章では、デジタルサイネージに関連する法令の概要について報告する。本章で扱う法令は、著作権法、有線テレビジョン放送法、電気通信役務利用放送法およびそれらの関連省令等である。著作権法については、デジタルサイネージを設置し、サービスを提供するにあたって問題となる財産権及び著作者隣接権について報告する。有線テレビジョン放送法および電気通信役務利用放送法については、そのサービスの提供および廃止に関わる手続きについて定められている事柄について解説する。

また、参照の便宜のため、各見出しに続けて、各規定が適用されるデジタルサイネージの類型を2.2節の表2.2-1に対応させて記す。

なお、実際の手続きについては、デジタルサイネージでサービスを行う事業者が行うことは少なく、コンテンツを作成する制作会社や広告代理店と JASRAC 等の著作権管理団体や著作権者の間で各号に掲げるもののほか、特に良好な景観形成又は風致の維持に必要なものとして規則で定める広告物等処理をされていることが多い（株式会社オリコム、PDC株式会社、交通広告取り扱い事業者へのインタビューより）。

また、デジタルサイネージでの音楽利用に関する権利処理手続きを JASRAC を通じて行う場合、特にコマーシャルの著作物使用料については、JASRAC は対象の人数や回数に基づく方向で、検討を行っているところである。JASRAC の手続き窓口は業務本部内の送信部である。（JASRAC へのインタビューより）

### 3.1 著作権法

#### 3.1.1 著作権法の関連条項

デジタルサイネージに関連する著作権法上の権利は、著作権の支分権としての複製権（21条）上映権（22条の2）公衆送信権・公衆伝達権（23条）および著作者隣接権における実演家の放送権・有線放送権（92条）送信可能化権（92条の2）商業用レコードの二次使用（95条）、レコード製作者の複製権（96条）送信可能化権（96条の2）商業用レコードの二次使用（97条）、放送事業者・有線放送事業者の複製権（98条、100条の2）再放送権・有線放送権（99条、有線放送事業者については放送権・再有線放送権（100条の3））送信可能化権（99条の2、100条の4）テレビジョン放送の伝達権（100条、有線放送事業者については有線テレビジョン放送の伝達権（100条の5））があげられる。

本節では、以上の著作権法上の諸権利について、デジタルサイネージでのサービス展開の観点から解説する。

### 3.1.2 複製権

該当類型：A, E, K

第二十一条（複製権）

著作者は、その著作物を複製する権利を専有する。

第九十八条（複製権）

放送事業者は、その放送又はこれを受信して行なう有線放送を受信して、その放送に係る音又は影像を録音し、録画し、又は写真その他これに類似する方法により複製する権利を専有する。

デジタルサイネージで著作物を表示する方法を大別すると、ハードディスクやUSBメモリ等の記憶媒体にデータを記録させたうえでディスプレイに接続し表示させるスタンドアロン型の方法と、ネットワークを通じてサーバから表示するネットワーク配信型の二つの方法がある<sup>4</sup>。この二つではデジタルサイネージの設置に関して複製の概念に相違が生じる。複製とは「印刷、写真、複写、録音、録画その他の方法により有形的に再製すること」と定義されている（法第2条1項15号）。従って、著作物を記憶媒体に記録し、ディスプレイに表示させるスタンドアロン型のデジタルサイネージは、記憶媒体にコンテンツを記録することが著作権法上の複製に該当し、著作権者、著作隣接権者の複製権が及ぶ。

一方で、ネットワーク配信型の場合、動画のストリームタイプの分類により複製といえる可能性がある場合と、一時的蓄積（一時的複製、一時的固定）に当たる場合が存在すると考えられる。コンテンツがプレーヤに蓄積される蓄積配信型の場合「一時的、瞬間的」な蓄積とはいえ、複製行為にあたる可能性があるが、常にプレーヤがコンテンツを取得し廃棄するストリーミング配信型の場合一時的、瞬間的に著作物をたくわえるため、一時的蓄積といえる。一時的蓄積については、法的には複製と解釈されないことが多数説であり<sup>5</sup>、複製権が及ぶとは考えられない。蓄積型配信については、平成21年1月の文化審議会著作権分科会報告書において「仮に長時間に渡って蓄積物が残存したとしても、実質的に当該蓄積物を「複製物」として利用したと評価するには及ばない程度であれば、そのような蓄積行為を複製権の対象としないことが適切と考えられる」とされており、デジタルサイネージでコンテンツを表示する目的をもって、便宜的に蓄積せざるを得ないものであれば、複製権の対象とされないという考え方ができる。<sup>6</sup>

また、私的使用（個人的に又は家庭内その他これに準ずる限られた範囲内において使用すること）を目的とする複製については、

<sup>4</sup> [http://www.digital-signage.jp/download/DS\\_System\\_Guide\\_Book\\_09-0609.pdf](http://www.digital-signage.jp/download/DS_System_Guide_Book_09-0609.pdf) 34頁

<sup>5</sup> 中山信弘『著作権法』（有斐閣、2007）、214頁

<sup>6</sup> [http://www.bunka.go.jp/chosakuken/pdf/21\\_houkai.sei\\_houkokusho.pdf](http://www.bunka.go.jp/chosakuken/pdf/21_houkai.sei_houkokusho.pdf) 96頁

### 第三十条 (私的使用のための複製)

- 一 公衆の使用に供することを目的として設置されている自動複製機器（複製の機能を有し、これに関する装置の全部又は主要な部分が自動化されている機器をいう。）を用いて複製する場合
- 二 技術的保護手段の回避（技術的保護手段に用いられている信号の除去又は改変（記録又は送信の方式の変換に伴う技術的な制約による除去又は改変を除く。）を行うことにより、当該技術的保護手段によつて防止される行為を可能とし、又は当該技術的保護手段によつて抑止される行為の結果に障害を生じないようにすることをいう。）により可能となり、又はその結果に障害が生じないようになった複製を、その事実を知りながら行う場合
- 三 著作権を侵害する自動公衆送信（国外で行われる自動公衆送信であつて、国内で行われたとしたならば著作権の侵害となるべきものを含む。）を受信して行うデジタル方式の録音又は録画を、その事実を知りながら行う場合 権利が制限されている。

以上の3つの条件のいずれかに当てはまらない限り、権利が制限されている（複製権が及ばない）。

デジタルサイネージとの関連で言えば、技術的保護手段がかけられた放送等をデジタルサイネージで上映するために権利者の許諾なく技術的保護手段を回避して複製を行ったり、違法にアップロードされ、閲覧可能なコンテンツを上映するために複製を行ったりすることは、私的使用目的であっても許されない。

なお、私的使用か否かは、営利目的か否かとは次元を異にしているものの、通常、営利目的での複製は私的使用目的には当たらないことがほとんどであろう。

デジタルサイネージと複製権が関係する実例としては、スタンドアロン型の小型デジタルサイネージを全国の店舗に設置し、自社のコマーシャルを大量に複製しこれを上映するプロモーション企画などがある。このような場合、当該コマーシャルにおける複製と次項に挙げる上映を評価して利用料を算定する。（JASRAC へのインタビューより）。

#### 3.1.3 上映権

該当類型：A, E,

##### 第二十二條の二 (上映権)

著作者は、その著作物を公に上映する権利を専有する。

上映とは「著作物（公衆送信されるものを除く。）を映写幕その他の物に映写すること」と定義されており（法第2条1項17号）上映権は著作者が「その著作物を公に上映する権利」をいう。「公に」というのは「公衆に直接見せ又は聞かせることを目的として」という意味であり（法第22条）、公衆とは「特定かつ多数の者を含む」とされている（法第2条5項）。

従つて、スタンドアロン型のデジタルサイネージや公衆送信には当てはまらないネットワーク配信型のデジタルサイネージで、公に著作物を表示する場合が「上映」に該当する。後者には同一

構内において送信されるものやポイント・ツー・ポイントで送信されたものをデジタルサイネージで表示する場合が含まれる。

ただし、非営利・無料・無報酬の上映については、権利が制限されている（上映権が及ばない）（法第38条1項）。ここで非営利とされる要件としては、次の二つがある。

1. 公表された著作物を営利を目的としないで利用するもの
2. 料金の徴収をしないこととの関係上、著作物の利用行為そのものが直接営利目的でなくても、間接的に営利につながるかどうかの観点からの判断

従って、店舗内において無料で何らかのコンテンツを上映するデジタルサイネージに関しても、それにより商品やサービスの購買意欲を促進したり、集客を期待していることを考えれば、営利目的と解される。

### 3.1.4 公衆送信権・公衆伝達権

該当類型：B, C, D, F, G, H

#### 第二十三条（公衆送信権等）

著作者は、その著作物について、公衆送信（自動公衆送信の場合にあつては、送信可能化を含む。）を行う権利を専有する。

2 著作者は、公衆送信されるその著作物を受信装置を用いて公に伝達する権利を専有する。

公衆送信とは「公衆によつて直接受信されることを目的として無線通信又は有線電気通信の送信を行うことをいう」（法第2条7の2）と定義されている。ただし、「電気通信設備で、その一部の設置の場所が他の部分の設置の場所と同一の構内（その構内が二以上の者の占有に属している場合には、同一の者の占有に属する区域内）にあるものによる送信（プログラムの著作物の送信を除く。）を除く。」（法第2条1項7号の2）とされている。この一般的な具体例としては、音源とスピーカーが同一構内に設置されていて演奏する様な場合が考えられる。デジタルサイネージについては、例えば店舗内でサーバーと受像機があり、著作物を表示する場合はこれに該当する（ただし、前述の上映権が及ぶ。）。

公衆送信には、「公衆によつて同一の内容の送信が同時に受信されることを目的として行う無線通信の送信」と定義される放送（法第2条1項8号）、「公衆によつて同一の内容の送信が同時に受信されることを目的として行う有線電気通信の送信」と定義される有線放送（法第2条1項9号の2）、それ以外で「公衆からの求めに応じ自動的に行うもの」と定義される自動公衆送信（法第2条1項9号の4）の3類型があり、自動公衆送信にはネットワークに接続されたサーバーに情報を記録・入力する（法第2条1項9号の5イ）あるいはそのようなサーバーをネットワークに接続する（法第2条1項9号の5ロ）ことを指す送信可能化が含まれる（法第23条1項括弧書）。従って、デジタルサイネージのコンテンツが、同一の内容で受信されることを目的として

<sup>7</sup> 加戸守行『著作権法逐条講義』（社団法人著作権情報センター、2003）264頁

送信されている場合、ネットワークタイプによってその法的性格が変化するといえる。<sup>8</sup> すなわち、公衆に直接受信されることを目的とした上で、何らかのインタラクションを経ないで無線のネットワークを利用する送信は放送であり、それが有線のものには有線放送となる。他方で、何らかのインタラクションを公衆とデジタルサイネージの間で持たせる場合、同一の内容で受信されることを目的としていないため、当該デジタルサイネージは自動公衆送信にあたるといえる。

なお、著作物使用料の支払いについては、この定義に従ったものになるとは限らない。例えば、屋外の大型ビジョンは法的には有線テレビジョン放送法上の有線テレビジョン放送であり、著作権法上も有線放送とされている事業者も存在するが、音楽著作物使用料との関係ではビデオグラムの上映とされている。現状でディスプレイ 1 台につき月額 2,000 円、年間 24,000 円で音楽は流し放題という課金体系となっている（パブリックビューイング協会へのインタビューより）。JASRAC によれば、メディアをコントロールする法律に従って全て規定するのではなく、サービスが行われる場の実際の態様によってその扱いが異なる。とのことである。（JASRAC へのインタビューより）。

### 3.1.5 放送権・有線放送権・再放送権・再有線放送権

該当類型：B, F

#### 第九十二条（放送権及び有線放送権）

実演家は、その実演を放送し、又は有線放送する権利を専有する。

2 前項の規定は、次に掲げる場合には、適用しない。

一 放送される実演を有線放送する場合

二 次に掲げる実演を放送し、又は有線放送する場合

イ 前条第一項に規定する権利を有する者の許諾を得て録音され、又は録画されている実演

ロ 前条第二項の実演で同項の録音物以外の物に録音され、又は録画されているもの

#### 第九十三条（放送のための固定）

実演の放送について第九十二条第一項に規定する権利を有する者の許諾を得た放送事業者は、その実演を放送のために録音し、又は録画することができる。ただし、契約に別段の定めがある場合及び当該許諾に係る放送番組と異なる内容の放送番組に使用する目的で録音し、又は録画する場合は、この限りでない。

2 次に掲げる者は、第九十一条第一項の録音又は録画を行なったものとみなす。

一 前項の規定により作成された録音物又は録画物を放送の目的以外の目的又は同項ただし書に規定する目的のために使用し、又は提供した者

二 前項の規定により作成された録音物又は録画物の提供を受けた放送事業者で、これら

<sup>8</sup> ネットワークタイプについては [http://www.digitalsignage.jp/download/DS\\_System\\_Guide\\_Book\\_09-0609.pdf](http://www.digitalsignage.jp/download/DS_System_Guide_Book_09-0609.pdf)41 頁

をさらに他の放送事業者の放送のために提供したもの

第九十四条（放送のための固定物等による放送）

第九十二条第一項に規定する権利を有する者がその実演の放送を許諾したときは、契約に別段の定めがない限り、当該実演は、当該許諾に係る放送のほか、次に掲げる放送において放送することができる。

- 一 当該許諾を得た放送事業者が前条第一項の規定により作成した録音物又は録画物を用いてする放送
- 二 当該許諾を得た放送事業者からその者が前条第一項の規定により作成した録音物又は録画物の提供を受けてする放送
- 三 当該許諾を得た放送事業者から当該許諾に係る放送番組の供給を受けてする放送（前号の放送を除く。）

2 前項の場合において、同項各号に掲げる放送において実演が放送されたときは、当該各号に規定する放送事業者は、相当な額の報酬を当該実演に係る第九十二条第一項に規定する権利を有する者に支払わなければならない。

実演家はその実演を放送・有線放送する権利を専有するとされるが（法第92条1項）いくつかの場合においてその権利は制限されている（法第92条2項、法第93条1項、法第94条1項）。つまり、デジタルサイネージが著作権法上の放送・有線放送に当たる場合でも、法第92条2項、法第93条1項、法第94条1項に当たるときには実演家の許諾を得ずに利用することができる。具体的には、権利が制限されるのは次の場合である。

A) 放送される実演を有線放送する場合（法第92条2項1号）

これは放送を有線放送で同時再放送する場合を示す。ただし、実演家は放送権を有しているので、最初の放送事業者との契約により、同時再放送についてコントロールが可能である<sup>9</sup>。また、有線放送事業者は同時再放送をした場合、相当な額の報酬を支払わなければならないと規定されている（法第94条の2）。

従って、実演家が放送事業者にその実演の放送を許諾し、契約に別段の定めがない限りにおいて、有線放送に該当するデジタルサイネージで同時再放送することができる。しかし、有線放送を放送する場合や、放送を録音・録画して有線放送する異時再放送については、実演家の権利が及ぶ（後者は放送権の他に複製権も及ぶ）。

B) 録音・録画権を有する者の許可を得て録音・録画されている実演を放送・有線放送する場合（法第92条2項2号イ）

これは正規のCDやDVD等、実演家の許諾を得ている録音物を用いて放送・有線放送する場合が該当する。

<sup>9</sup> 中山、431頁

ただ、放送事業者・有線放送事業者は実演家に二次使用料を支払わなければならないとされているため（法第 95 条）、放送事業者、有線放送事業者に該当するデジタルサイネージの設置者は、実演家の権利は及ばずとも二次的使用料を支払う必要がある。

また、映画から増製されたプリントやビデオについても、実演家の許諾を得ている録音・録画された実演の放送・有線放送には実演家の権利が及ばない（法第 92 条 2 項 2 号ロ）。

C) 実演の放送について権利を有する者の許諾を得た放送事業者が、その実演を放送のために録音・録画した場合に、この録音物・録画物等（固定物等）によって放送する場合（法第 93 条 1 項、法第 94 条）。

何らかの実演の放送について実演者の許諾を得た放送事業者がこの実演を録音・録画（固定）し、デジタルサイネージを用いて放送を行う場合には、実演家の権利が及ばないことになる。ただし、異なる内容の放送番組に使用する目的で録音・録画する場合は実演家の録音・録画権が及ぶことになる。契約に別段の定めがある場合にはこの限りではない。

また、同じ放送局が再度固定物を放送するいわゆるリピート放送（法第 94 条 1 項 1 号）、許諾を得た放送事業者から録音物・録画物の提供を受けて行ういわゆるテープ・ネット放送（法第 94 条 1 項 2 号）、マイクロウェブや有線で提供を受けて放送するいわゆるマイクロ・ネット放送（法第 94 条 1 項 3 号）については実演家の許諾なく放送できる。しかしながら、相当な額の報酬を支払わねばならない（法第 94 条 2 項）とされている。支払いの主体は原放送事業者であり、現在の放送における報酬の算定は、日本芸能実演家団体協議会、NHK・民放連との間で協議された料金支払われている<sup>10</sup>。

放送事業者・有線放送事業者にはそれぞれ再放送権・有線放送権と放送権・再有線放送権を有する。これは、放送事業者或いは有線放送事業者が放送・有線放送を受信してこれを放送或いは有線放送・再放送或いは再有線放送する権利である（法第 99 条、法第 100 条の 3）。

### 3.1.6 送信可能化権

該当類型：D, H

第九十二条の二（送信可能化権）

実演家は、その実演を送信可能化する権利を専有する。

2 前項の規定は、次に掲げる実演については、適用しない。

- 一 第九十一条第一項に規定する権利を有する者の許諾を得て録画されている実演
- 二 第九十一条第二項の実演で同項の録音物以外の物に録音され、又は録画されているもの

第九十六条の二（送信可能化権）

<sup>10</sup> 中山、434 頁

レコード製作者は、そのレコードを送信可能化する権利を専有する。

#### 第百条の四 (送信可能化権)

有線放送事業者は、その有線放送を受信してこれを送信可能化する権利を専有する。

送信可能化は3.1.4で触れた通り、自動公衆送信に含まれる概念である。従って、著作者は公衆送信権をもつことによって送信可能化について権利を有するが、実演家、レコード製作者、放送事業者・有線放送事業者については公衆送信について権利を専有せず、送信行為の前段階である送信可能化について権利を有する（法第96条の2、法第99条の2、法第100条の4）。

従って、自動公衆送信に該当するデジタルサイネージの場合、実演家、レコード製作者、放送事業者・有線放送事業者から許諾を得る必要がある。この場合、実演家については実演家著作隣接権センターが許諾の委託業務を行っているため、当該団体に使用料を支払う必要がある<sup>11</sup>。他の著作隣接権者（レコード製作者、放送事業者・有線放送事業者）については、個別に許諾を取る必要がある。

実演については録画権を有する者の許諾を得て録画されている実演（法第92条の2第2項1号）、映画に収録されている実演でサントラ盤レコード等（法第92条2項の録音物）以外の物に録音・録画されているもの（法第92条の2第2項2号）については例外とされ、実演家の送信可能化権が及ばないこととされている。

### 3.1.7 商業用レコードの二次使用

該当類型：B, F

#### 第九十五条 (商業用レコードの二次使用)

放送事業者及び有線放送事業者（以下この条及び第九十七条第一項において「放送事業者等」という。）は、第九十一条第一項に規定する権利を有する者の許諾を得て実演が録音されている商業用レコードを用いた放送又は有線放送を行った場合（営利を目的とせず、かつ、聴衆又は観衆から料金を受けずに、当該放送を受信して同時に有線放送を行った場合を除く。）には、当該実演（第七条第一号から第五号までに掲げる実演で著作隣接権の存続期間内のものに限る。次項から第四項までにおいて同じ。）に係る実演家に二次使用料を支払わなければならない。

#### 第九十七条 (商業用レコードの二次使用)

放送事業者等は、商業用レコードを用いた放送又は有線放送を行った場合（営利を目的と

<sup>11</sup> 使用料は以下を参照、社団法人日本芸能実演家団体協議会使用料規定

[http://www.cpra.jp/web2/about/disclosure/regulations\\_100729.pdf](http://www.cpra.jp/web2/about/disclosure/regulations_100729.pdf)

せず、かつ、聴衆又は観衆から料金（いずれの名義をもつてするかを問わず、レコードに係る音の提示につき受ける対価をいう。）を受けずに、当該放送を受信して同時に有線放送を行つた場合を除く。）には、そのレコード（第八条第一号から第四号までに掲げるレコードで著作権隣接権の存続期間内のものに限る。）に係るレコード製作者に二次使用料を支払わなければならない。

放送事業者・有線放送事業者は、実演家、レコード製作者双方との関係で実演が合法的に録音されている商業用レコードを用いて当該実演を放送する場合には、同時再送信も含めて二次使用料を払うことになっている。（法第95条1項、97条1項）ただし、非営利でかつ聴衆または観衆から料金を受けずに行う有線放送での同時再送信の場合には二次使用料を支払う必要はない（法第95条1項括弧書、法第97条1項括弧書）。

### 3.1.8 テレビジョン放送の伝達権・有線テレビジョン放送の伝達権

該当類型：A, B, C, D, E, F, G, H

#### 第百条（テレビジョン放送の伝達権）

放送事業者は、そのテレビジョン放送又はこれを受信して行なう有線放送を受信して、影像を拡大する特別の装置を用いてその放送を公に伝達する権利を専有する。

#### 第百条の五（有線テレビジョン放送の伝達権）

有線放送事業者は、その有線テレビジョン放送を受信して、影像を拡大する特別の装置を用いてその有線放送を公に伝達する権利を専有する。

放送事業者・有線放送事業者はそのテレビジョン放送・有線テレビジョン放送又はそのテレビジョン放送を受信して行なう有線放送を受信して、影像を拡大する特別の装置を用いてその放送を公に伝達する権利を有する（法第100条、法第100条の5）。

ここでは、影像を拡大する特別の装置を用いる場合に限定されている。従って、ビル壁面の巨大なデジタルサイネージ等がその対象となる。これは通常のテレビ放送の想定している利用範囲を超えるもので、そこから得られる利益の一部を放送事業者に還元する主旨で立法化されたとされている<sup>12</sup>。

デジタルサイネージについては屋外型のものは、離れた場所から見る場合が多いため、大型であることの考慮が必要である<sup>13</sup>ことから、この権利が及ぶ可能性が高くなる。

しかしながら、大型ビジョンの業界団体へのインタビューにおいては、本条項に関する問題が起きたことは無いとされており、實際上本条項がデジタルサイネージにおいて関係してくることは無いと考えられる。

<sup>12</sup> 中山、453頁

<sup>13</sup> [http://www.digital-signage.jp/download/DS\\_System\\_Guide\\_Book\\_09-0609.pdf](http://www.digital-signage.jp/download/DS_System_Guide_Book_09-0609.pdf) 43頁

## 3.2 放送関連の法令

### 3.2.1 有線テレビジョン放送法

#### 3.2.1.1 有線テレビジョン放送に関する定義

該当類型：B

##### 第二条 （定義）

この法律において「有線テレビジョン放送」とは、有線放送（公衆によつて直接受信されることを目的とする有線電気通信の送信をいう。以下同じ。）であつて、有線ラジオ放送業務の運用の規正に関する法律（昭和二十六年法律第百三十五号）第二条 に規定する有線ラジオ放送以外のものをいう。

2 この法律において「有線テレビジョン放送施設」とは、有線テレビジョン放送を行うための有線電気通信設備（再送信を行うための受信空中線その他放送及び電気通信役務利用放送（電気通信役務利用放送法（平成十三年法律第八十五号）第二条第一項 に規定する電気通信役務利用放送をいう。以下同じ。）の受信に必要な設備を含む。）をいう。

3 この法律において「有線テレビジョン放送施設者」とは、有線テレビジョン放送施設を設置することについて次条第一項の許可を受けた者をいう。

4 この法律において「有線テレビジョン放送事業者」とは、有線テレビジョン放送の業務を行なう者をいう。

有線テレビジョン放送法における「有線テレビジョン放送」とは、有線放送（公衆によつて直接受信されることを目的とする有線電気通信の放送）で、有線ラジオ放送を除くものをいう。ここでいう公衆とは、前節の著作権法とは違い、「特定・多数を含む」という規定がなく、不特定多数の者を意味すると解釈できる。放送法の学説を援用するならば、この「不特定」と「特定」の区分は送信者と受信者の紐帯関係の強さの程度、通信の事項、秘匿性等によつて判断される。<sup>14</sup>

また、有線テレビジョン放送を行うために必要な有線電気通信設備を「有線テレビジョン放送施設」、総務省令の基準に達する有線テレビジョン放送施設の設置を総務大臣により許可（法第3条第1項）された事業者を有線テレビジョン放送施設者、有線テレビジョン放送を行う者を「有線テレビジョン放送事業者」としている。

不特定多数の者にむけて、デジタルサイネージを利用した有線ラジオに該当しない有線放送を行う場合、「有線テレビジョン放送」に該当することとなり、そのための施設が「有線テレビジョン放送施設」となつて、以下の規制がかかることとなる。

<sup>14</sup> 金澤薫『放送法逐条解説』（財団法人電気通信振興会、2006年）、24頁

### 3.2.1.2 有線テレビジョン放送施設者の参入と退出

(参入)

#### 第三条 (施設の許可)

有線テレビジョン放送施設を設置し、当該施設により有線テレビジョン放送の業務を行なおうとする者は、当該施設の設置について、総務大臣の許可を受けなければならない。ただし、その規模が総務省令で定める基準をこえない有線テレビジョン放送施設については、この限りでない。

2 前項の許可を受けようとする者は、施設を設置する区域その他の施設計画、使用する周波数、有線テレビジョン放送施設の概要その他総務省令で定める事項を記載した申請書を総務大臣に提出しなければならない。

ここでいう総務省令とは、有線テレビジョン放送法施行規則（以下単に「省令」と略す。）のことである<sup>15</sup>。規模の基準に関しては、その有する引込端子の数によって定めるものとし、その基準は、その数が500であることとするとされている（省令第3条第1項）。法第3条第2項で言及されている申請書の記載事項は、施設を設置する区域（以下「施設区域」という。）その他の施設計画、使用する周波数及び施設の概要のほか、次の各号に掲げる事項を記載するものとされている。

#### 省令第四条 (申請書の記載事項)

- 一 申請者の氏名、住所その他申請者に関する事項
- 二 設置することを必要とする理由
- 三 建設資金及び工事費
- 四 事業収支見積及び資金計画
- 五 施設の設置工事及び保守に関する事項
- 六 施設に接続する有線電気通信設備の概要
- 七 施設と工作物又は道路等との関係

上記規模の基準は、場合によってはそのサービスの実態にあわせて柔軟に運用されることがあるという話もある。例えば、大型ビジョンを用いたパブリックビューイングに関しては引込み端子の数が500を超えるということは実際上考え難いが、それにも関わらず、有線放送事業者として総務省へ届出をしているとのことである。これは、総務省の指導により大型ビジョンが有線放送事業者として届出の義務があるとされたためであり、パブリックビューイング協会では、大型ビジョンの実態に合わせて届出様式を修正し、総務省へ届出を行なう代行手続きを行っている（パブリックビューイング協会のインタビューより）。

前項の定義をふまえば、例えば公道に設置されたディスプレイに有線を用いて動画を送信する

<sup>15</sup> <http://law.e-gov.go.jp/htmldata/S47/S47F04001000040.html>

ような場合には、技術基準に適合しなくとも有線テレビジョン放送法上の有線テレビジョン放送に該当し、一般的に、有線テレビジョン放送法上の届出が必要になると考えられる。この場合、各事業者が届出を行うことになる。（総務省へのインタビューより）

(退出)

第十一条（施設の廃止の届け出）

有線テレビジョン放送施設者は、第三条第一項の許可に係る有線テレビジョン放送施設を廃止しようとするときは、あらかじめ、その旨を総務大臣に届け出なければならない。

施設を廃止し、退出する場合は、事前に届け出る必要がある。後述の事業の退出に関する場合は届出のタイミングが異なる。

### 3.2.1.3 有線テレビジョン放送事業者の参入と退出

(参入)

第十二条（業務の届け出）

有線テレビジョン放送事業者となろうとする者は、当該有線テレビジョン放送の業務区域、再送信業務の有無その他総務省令で定める事項を総務大臣に届け出なければならない。有線テレビジョン放送事業者が届け出た事項を変更しようとするときも、同様とする。

ここで届出の必要がある事項は、有線テレビジョン放送の業務区域及び再送信業務の有無のほか、次の各号に掲げる事項を記載した届出書により行うものとされている。ただし、施設者であって有線テレビジョン放送事業者となろうとする者の場合にあっては、第一号に掲げる事項（届出者の氏名及び住所を除く。）及び第二号に掲げる事項の記載を省略することができる。とされている。

省令第二十七条（業務の届出）

- 一 届出者の氏名、住所その他届出者に関する事項
- 二 使用する施設
- 三 有線テレビジョン放送の業務
- 四 編集の基準、放送時間その他の放送番組に関する事項（自主放送を行う場合に限る。）
- 五 受信契約者の見込数
- 六 有線テレビジョン放送の業務開始の予定期日

(退出)

第十八条 (業務の廃止の届け出)

有線テレビジョン放送事業者は、当該業務を廃止したときは、遅滞なく、その旨を総務大臣に届け出なければならない。ただし、第十一条の規定により有線テレビジョン放送施設の廃止の届出があつたときは、この限りでない。

事業の退出に関しては、「廃止したとき」、すなわち事業の廃止後、速やかに届け出ることが求められている。

また、有線テレビジョン放送施設の設置者で且つ有線テレビジョン放送事業を行っており、施設の廃止とともに事業も廃止する場合は、有線テレビジョン放送施設の廃止を事前に届け出る必要があることから、改めて事後に届け出る必要はない。

### 3.2.2 電気通信役務利用放送法

#### 3.2.2.1 電気通信役務利用放送に関する定義

該当類型：C, D

第二条 (定義)

この法律において「電気通信役務利用放送」とは、公衆によって直接受信されることを目的とする電気通信の送信であつて、その全部又は一部を電気通信事業を営む者が提供する電気通信役務を利用して行うものをいう。

2 この法律において「電気通信役務利用放送設備」とは、電気通信役務利用放送の用に供される電気通信設備をいう。

3 この法律において「電気通信役務利用放送事業者」とは、次条第一項の登録を受けた者をいう。

4 この法律において「電気通信」、「電気通信設備」、「電気通信役務」又は「電気通信事業」とは、それぞれ電気通信事業法（昭和五十九年法律第八十六号）第二条第一号から第四号までに規定する電気通信、電気通信設備、電気通信役務又は電気通信事業をいう。

本条の「公衆」は、前節の有線テレビジョン放送法と同様に特定・多数の者を含むものではなく、不特定多数の者を言うとして解される。従つて、「電気通信役務利用放送」とは、不特定多数の者に向けられた、電気通信設備を用いて行う電気通信の送信（放送又は有線放送）のことと解することができる。<sup>16</sup>

<sup>16</sup> 電気通信役務利用放送の具体的サービスは、ジェイコム東京やオプティキャストによるフレッツ・テレビなどのRF方式の有線放送やBBTV やユーネクストのようなIP マルチキャストサービスがあげられる。

4項で提示されている電気通信事業法と共通する概念については、電気通信事業法で以下のよう  
に定義されている。

- 電気通信 有線、無線その他の電磁的方式により、符号、音響又は影像を送り、伝え、又は受けることをいう。
- 電気通信設備 電気通信を行うための機械、器具、線路その他の電气的設備をいう。
- 電気通信役務 電気通信設備を用いて他人の通信を媒介し、その他電気通信設備を他人の通信の用に供することをいう。
- 電気通信事業 電気通信役務を他人の需要に応ずるために提供する事業（放送法第52条の10第1項に規定する受託放送役務、有線ラジオ放送業務の運用の規正に関する法律第2条に規定する有線ラジオ放送、有線放送電話に関する法律第2条第1項に規定する有線放送電話役務、有線テレビジョン放送法第2条第1項に規定する有線テレビジョン放送及び同法第9条の規定による有線テレビジョン放送施設の使用の承諾に係る事業を除く。）をいう。

### 3.2.2.2 電気通信役務利用放送の参入と退出

(参入)

<p>第三条（登録）</p> <p>電気通信役務利用放送の業務を行おうとする者は、総務大臣の登録を受けなければならない。</p> <p>2 前項の登録を受けようとする者は、総務省令で定めるところにより、次に掲げる事項を記載した申請書を総務大臣に提出しなければならない。</p> <ul style="list-style-type: none"><li>一 氏名又は名称及び住所並びに法人にあっては、その代表者の氏名</li><li>二 総務省令で定める電気通信役務利用放送の種類</li><li>三 電気通信役務利用放送設備の概要</li><li>四 業務区域</li></ul> <p>3 前項の申請書には、事業計画書その他総務省令で定める書類を添付しなければならない。</p>
---

ここでいう総務省令とは、電気通信役務利用放送法施行規則のことである。また申請書については様式が用意されている（様式第1）。この様式の第2項第1目にある「電気通信役務利用放送の種類」とは、衛星役務利用放送と有線役務利用放送のいずれかを意味している（省令第4条）。3項で提示されている事業計画書に関しても、様式が用意されている（様式第2）。

必要な添付書類は、省令で次のように定められている。<sup>17</sup>

<sup>17</sup> それぞれ指定されている様式は次を参照。

[http://www.soumu.go.jp/main\\_sosiki/joho\\_tsusin/d\\_tsusin\\_ekimu/index.html](http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/d_tsusin_ekimu/index.html)

#### 省令第五条（添付書類）

- 一 電気通信役務利用放送の業務を適確に遂行するに足りる技術的能力があることを説明した書類
- 二 様式第3による事業収支見積書
- 三 技術基準に適合する電気通信役務利用放送設備を権原に基づいて利用できることを証する書類

この登録は、電気通信役務利用放送を行う場合に必要となるものであり、有線テレビジョン放送を電気通信事業者の設備を利用して行う場合も含まれる。

一方で、この登録を行うことにより、新たに有線テレビジョン放送法上の許可を得る必要はない<sup>18</sup>。従って、新規に有線テレビジョン放送をデジタルサイネージで行う場合、電気通信役務利用放送法の定める上記基準に足りる適格性があれば、有線テレビジョン放送法上の許可を得ず本法による登録を行うだけで良いことになる（ただし、主にケーブルテレビが想定されている）。

#### （退出）

##### 第八条（業務廃止等の届け出）

電気通信役務利用放送事業者は、電気通信役務利用放送の業務を廃止したときは、遅滞なく、その旨を総務大臣に届け出なければならない。

- 2 電気通信役務利用放送事業者たる法人が合併以外の事由により解散したときは、その清算人（解散が破産手続開始の決定による場合にあつては、破産管財人）は、遅滞なく、その旨を総務大臣に届け出なければならない。

電気通信役務利用放送の事業を廃止した場合は、有線テレビジョン放送と同じく事後に遅滞なく届け出ることが必要になる。また、本法では電気通信役務利用放送事業者が解散した場合の手続きについても触れられているが、清算人や破産管財人が同じく事後に届け出ることになっている。

#### 3.2.2.3 適用除外

##### 第二十二条（適用除外等）

この法律の規定は、次に掲げる電気通信役務利用放送については、適用しない。

- 一 有線ラジオ放送業務の運用の規正に関する法律第二条 に規定する有線ラジオ放送に該当する電気通信役務利用放送
- 二 有線テレビジョン放送法第二条第一項 に規定する有線テレビジョン放送に該当する電気通信役務利用放送であつて、その規模が総務省令で定める基準を超えない電気通

<sup>18</sup> [http://www.soumu.go.jp/main\\_sosiki/joho\\_tsusin/d\\_tsusin\\_ekimu/index.html](http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/d_tsusin_ekimu/index.html) 及び

[http://www.soumu.go.jp/main\\_sosiki/joho\\_tsusin/d\\_tsusin\\_ekimu/pdf/d\\_tsusin\\_ekimu\\_gy.pdf](http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/d_tsusin_ekimu/pdf/d_tsusin_ekimu_gy.pdf) 参照

信役務利用放送設備により行われるもの

- 三 その全部が電気通信事業法第六十四条第一項第二号 に規定する電気通信事業を営む者が提供する電気通信役務を利用して行われる電気通信役務利用放送その他その送信の技術及び役務の提供条件等からみて受信者の利益及び電気通信役務利用放送の健全な発達を阻害するおそれがないものとして総務省令で定める電気通信役務利用放送（前二号に該当するものを除く。）

前節までに述べた電気通信役務利用放送法の規制は、一定のものについて適用が除外されている。それは有線ラジオ放送、一部の有線テレビジョン放送、利用の方法が制限されている電気通信役務利用放送に関するものである。このうちデジタルサイネージに関するものは第2号または第3号である。具体的な基準は以下の通りである。

第2号でいう総務省令で定める基準とは、以下の2つである。

省令三十八条第一項（適用除外）

1. 当該電気通信役務利用放送設備の有する引込端子の数が500であること。
2. 電気通信事業を営む者が提供する電気通信役務を利用する線路のこう長の総延長が五キロメートルであること。

また、第三号でいう総務省令で定める電気通信役務利用放送は次の通りである。

省令三十八条第四項（適用除外）

1. 電気通信役務利用放送及びその受信の技術の発達のための試験研究の用に供される電気通信役務利用放送
2. 一月以内の期間を限って行われる電気通信役務利用放送
3. 放送番組を送信するために使用されるすべての電気通信設備（電気通信役務利用放送の業務を行おうとする者が設置するものを除く。）を電気通信事業を営む者が電気通信役務利用放送の業務を行おうとする者に専用させる場合を除き、電気通信役務利用放送の業務を行おうとする者の放送番組に係る信号の送信時に、当該信号を送出するための装置の出力端子における一の放送番組に係る信号の伝送速度が毎秒四メガビット以下である電気通信役務利用放送

デジタルサイネージを設置するにあたり、そこで行われるサービスが電気通信役務利用放送に該当する場合で、上記の基準を超える場合は、前述の届出が必要となる。逆に、例えば1ヶ月以内で臨時にデジタルサイネージを設置し、なんらかのプロモーションを行う場合などは届出が免除されている。また毎秒四メガビット以下で行われたサービスとしては、長野県栄村で行われた難視聴解消のためのIPマルチキャストによる放送の同時再送信実証実験などがある。

### 3.3 道路関連法

該当類型：A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, K で自らが管理しない道路に設置するもの

本節では、道路の使用に関する法律についての概説を行う。道路の使用に関しては、道路交通法と道路法が関連法規としてあげられる。この二法は、前者が「道路における危険を防止し、その他交通の安全と円滑を図り、及び道路の交通に起因する障害の防止に資すること」（道路交通法第1条）を目的としているのに対し、後者は「路網の整備を図るため、道路に関して、路線の指定及び認定、管理、構造、保全、費用の負担区分等に関する事項を定め、もって交通の発達に寄与し、公共の福祉を増進」（道路法第1条）することを目的としている。より実務的には、前者が道路交通の安全を主目的としていることから関連する許可申請を警察へ届け出るのに対し、後者は道路の整備や管理、保全などに主眼がおかれていることから、許可申請については道路管理者に行うことになっている。ただし、道路交通法の許可を受ける場合においては、道路法上の占用許可は警察を通じて一括で提出することができる（道路法第32条4）

#### 3.3.1 道路交通法

##### 3.3.1.1 道路の使用の許可

###### 第七十七条（道路の使用の許可）

次の各号のいずれかに該当する者は、それぞれ当該各号に掲げる行為について当該行為に係る場所を管轄する警察署長（以下この節において「所轄警察署長」という。）の許可（当該行為に係る場所が同一の公安委員会の管理に属する二以上の警察署長の管轄にわたるときは、そのいずれかの所轄警察署長の許可。以下この節において同じ。）を受けなければならない。

- 一 道路において工事若しくは作業をしようとする者又は当該工事若しくは作業の請負人
- 二 道路に石碑、銅像、広告板、アーチその他これらに類する工作物を設けようとする者
- 三 場所を移動しないで、道路に露店、屋台店その他これらに類する店を出そうとする者
- 四 前各号に掲げるもののほか、道路において祭礼行事をし、又はロケーションをする等一般交通に著しい影響を及ぼすような通行の形態若しくは方法により道路を使用する行為又は道路に人が集まり一般交通に著しい影響を及ぼすような行為で、公安委員会が、その土地の道路又は交通の状況により、道路における危険を防止し、その他交通の安全と円滑を図るため必要と認めて定めたものをしようとする者

道路に何か工作物を設置しようとする場合、その場所の所轄警察署長から許可を得る必要がある。

デジタルサイネージも、法第77条第2項の「道路に石碑、銅像、広告板、アーチその他これらに類する工作物」という規定、特に広告板に類する工作物に含まれると考えられることから、他の工作物と同様に所轄警察署長に許可を得る必要があると解される。イベントなどで一時的に設置する場合でも、一般交通に影響を及ぼす様々なときには、所轄警察署長の許可を得る必要がある。

許可を得る申請のための様式については、道路交通法施行規則でその内容が定められ、次のものが用意されている。（道路交通法施行規則別記様式第6）

この申請書を所轄警察署長に2通提出し（道路交通法施行規則第10条2）、道路使用の場所又は区間の付近の見取図その他の公安委員会が必要と認めて定めた書類を添付しなければならないこととされている（道路交通法施行規則第10条3）。

別記様式第六

道路使用許可申請書			
		年 月 日	
警察署長 殿		住所	
		申請者	
		氏 名	印
道路使用の目的			
場所又は区間			
期 間	年 月 日 時から 年 月 日 時まで		
方法又は形態			
添 付 書 類			
現 場	住 所		
責任者	氏 名	電 話	
第 号			
道 路 使 用 許 可 証			
上記のとおり許可する。ただし、次の条件に従うこと。			
条 件			
		年 月 日	
		警察署長 印	

備考 1 申請者が法人であるときは、申請者の欄には、その名称、主たる事務所の所在地及び代表者の氏名を記載すること。  
 2 申請者は、氏名の記載と押印に代えて、署名することができる。  
 3 方法又は形態の欄には、工事又は作業の方法、使用面積、行事等の参加人員、通行の形態又は方法等使用について必要な事項を記載すること。  
 4 添付書類の欄には、道路使用の場所、方法を明らかにした図面その他必要な書類を添付した場合に、その書類名を記載すること。  
 5 用紙の大きさは、日本工業規格A列4番とする。

図 3.3.1.1-1 道路使用許可申請書

### 3.3.2 道路法

#### 3.3.2.1 道路占用の許可

##### 第三十二条 (道路の専用の許可)

道路に次の各号のいずれかに掲げる工作物、物件又は施設を設け、継続して道路を使用しようとする場合においては、道路管理者の許可を受けなければならない。

- 一 電柱、電線、変圧塔、郵便差出箱、公衆電話所、広告塔その他これらに類する工作物
- 二 水管、下水道管、ガス管その他これらに類する物件
- 三 鉄道、軌道その他これらに類する施設
- 四 歩廊、雪よけその他これらに類する施設
- 五 地下街、地下室、通路、浄化槽その他これらに類する施設
- 六 露店、商品置場その他これらに類する施設
- 七 前各号に掲げるものを除く外、道路の構造又は交通に支障を及ぼす虞のある工作物、物件又は施設で政令で定めるもの

道路に継続して工作物等を設置する場合は、前節にあげた所轄警察署長への許可とは別に、道路管理者から占用（工作物等を設け、継続して道路を使用すること）の許可を得る必要がある。

デジタルサイネージを設置する場合も、道路を占用する場合はこの許可が必要である。道路を占用することには、工作物等を道路に直接設置する場合のみならず、道路の上空にせり出した看板を設置する場合など、上空や地下もその対象内である。

例えば、駅のコンコースが道路の上をまたぐ場合で、そのコンコース内にデジタルサイネージを設置する場合は駅舎の所有者に加え、道路管理者からも道路占用許可を得る必要がある。そのため、そういった設備には設置を控えている場合もあるとのことである（交通広告取扱い事業者へのインタビューより）。

道路占用が許可される基準については、前述の定義の中で 1. 道路の敷地外に余地がないためにやむを得ないものであること（場所が無く、やむを得ず道路に設置すること。無余地性と言われる。）、2. 占用の期間、場所、物件の構造、工事の方法・時期、道路の復旧方法について政令で定める基準に適合すること、とされている。ここで政令に定められている基準（すなわち、適合すれば設置が認められる基準）のうち、デジタルサイネージに関連するものは、以下の通りである。

期間：5年以内（道路法施行例第9条第2項（占用の期間に関する基準））

場所：（道路法施行例第10条第1項（一般工作物等の占用の場所に関する基準））

- 一般工作物等の道路の区域内の地面に接する部分は、次のいずれかに該当する位置にあること。

- (1) 法面
- (2) 側溝上の部分
- (3) 路端に近接する部分
- (4) 歩道（自転車歩行者道を含む）内の車道（自転車道を含む。）に近接する部分
- (5) 一般工作物等の種類又は道路の構造からみて道路の構造又は交通に著しい支障を及ぼすおそれのない場合にあつては、分離帯、ロータリーその他これらに類する道路の部分

- 地上で上空にもうけられる場合

その最下部と路面との距離が四・五メートル（歩道上にあつては、二・五メートル）以上であること。

- 地下にもうける場合

- (1) 一般工作物等の種類又は道路の構造からみて、路面をしばしば掘削し、又は他の占用物件と錯そうするおそれのない場所であること。
- (2) 保安上又は工事实施上の支障のない限り、他の占用物件に接近していること。
- (3) 道路の構造又は地上にある占用物件に支障のない限り、頂部が地面に接近していること。

- トンネルの上に設ける場合

トンネルの構造の保全又はトンネルの換気若しくは採光に支障のない場所であること。

- 高架の道路の路面下に設ける場合

高架の道路の構造の保全に支障のない場所であること。

- 特定連結路附属地に設ける場合

連結路及び連結路により連結される道路の見通しに支障を及ぼさない場所であること。

構造：（道路法施行例 12 条（構造に関する基準））

- 地上に設ける場合は以下の 3 点をいずれも満たす必要がある。

- (1) 倒壊、落下、はく離、汚損、火災、荷重、漏水その他の事由により道路の構造又は交通に支障を及ぼすことがないと認められるものであること。
- (2) 電柱の脚釘は、路面から一・八メートル以上の高さに、道路の方向と平行して設けるものであること。
- (3) 特定仮設店舗等にあつては、必要最小限度の規模であり、かつ、道路の交通に及ぼす支障をできる限り少なくするものであること。

- 地下に設ける場合は以下の 3 点をいずれも満たす必要がある。

- (1) 堅固で耐久性を有するとともに、道路及び地下にある他の占用物件の構造に支障を及ぼさ

ないものであること。

- (2) 車道に設ける場合においては、道路の強度に影響を与えないものであること。
- (3) 電線、水管、下水道管、ガス管又は石油管については、各戸に引き込むために地下に設けるものその他国土交通省令で定めるものを除き、国土交通省令で定めるところにより、当該占用物件の名称、管理者、埋設した年その他の保安上必要な事項を明示するものであること。

- 橋又は高架の道路に取り付ける場合

橋又は高架の道路の強度に影響を与えない構造であること。

- 特定連結路附属地に設ける場合

- (1) 連結路及び連結路により連結される道路の見通しに支障を及ぼさないものであること。
- (2) 当該工作物、物件又は施設の規模及び用途その他の状況に応じ、当該工作物、物件又は施設と連絡する道路の安全かつ円滑な交通に支障を及ぼさないように、必要な規模の駐車場及び適切な構造の通路その他の施設を設けるものであること。

工事の方法：（道路法施行例第13条（工事の方法に関する基準））

- ・ 占用物件の保持に支障を及ぼさないために必要な措置を講ずること。
- ・ 道路を掘削する場合においては、溝掘、つぼ掘又は推進工法その他これに準ずる方法によるものとし、えぐり掘の方法によらないこと。
- ・ 路面の排水を妨げない措置を講ずること。
- ・ 原則として、道路の一方の側は、常に通行することができることとすること。
- ・ 工事現場においては、さく又は覆いの設置、夜間における赤色灯又は黄色灯の点灯その他道路の交通の危険防止のために必要な措置を講ずること。
- ・ 前各号に定めるところによるほか、電線、水管、下水道管、ガス管若しくは石油管（以下「電線等」という。）が地下に設けられていると認められる場所又はその付近を掘削する工事にあつては、保安上の支障のない場合を除き、次のいずれにも適合するものであること。
  - (1) 試掘その他の方法により当該電線等を確認した後に実施すること。
  - (2) 当該電線等の管理者との協議に基づき、当該電線等の移設又は防護、工事の見回り又は立会いその他の保安上必要な措置を講ずること。
  - (3) ガス管又は石油管の付近において、火気を使用しないこと。

工事の時期：（道路法施行例第14条（工事の時期に関する基準））

- ・ 他の占用に関する工事又は道路に関する工事の時期を勘案して適当な時期であること。
- ・ 道路の交通に著しく支障を及ぼさない時期であること。特に道路を横断して掘削する工事その他道路の交通を遮断する工事については、交通量の最も少ない時間であること。

道路復旧方法：（道路法施行例第15条（道路復旧の方法に関する基準））

- ・ 占用のために掘削した土砂を埋め戻す場合においては、層ごとに行うとともに、確実に締

め固めること。

- ・ 占用のために掘削した土砂をそのまま埋め戻すことが不適當である場合においては、土砂の補充又は入換えを行った後に埋めもどすこと。
- ・ 砂利道の表面仕上げを行う場合においては、路面を砂利及び衣土をもつて掘削前の路面形に締め固めること。

## 第IV章 関連条例の概要

### サマリー

デジタルサイネージに関連する法的拘束力をもつ文書は、法律をはじめとする国の法令に限られず、各自治体で制定される条例および規則もある。本章では、デジタルサイネージに関連する自治体の屋外広告物条例と景観条例及び関連の規則や基準等について報告する。

無論、これらの条例等について、全ての自治体のもを網羅することは現実的でなく、その必要もないので、報告の手順としては、まず代表例として東京都の屋外広告物条例と景観に関する条例について解説し、次いでいくつかの特徴的な性格を持つ地方自治体の屋外広告物および景観に対する取り組みについてインタビューに基づき取りまとめたものを紹介する。

なお、実際の各条例に関する申請手続きや指導等の行政とのコミュニケーションは施主、ロケーションオーナーが行っている。実際に筐体を納入する事業者は、これらの条例については設置の際の届出に必要な機器の仕様や大きさを求められることが多い。（PDC株式会社株式会社へのインタビューより）

### 4.1 屋外広告物条例

#### 4.1.1 東京都屋外広告物条例

該当類型：A, B, C, D で屋外に設置するもの

各都道府県は国の法律である屋外広告物法をもとに屋外広告物の設置に関する条例を制定している。本節では、それらの屋外広告物に関する条例について解説する。

ここでいう「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（不特定多数の者を意味すると解される。）に表示されるものであつて、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（屋外広告物法第2条）をいう。

従って、屋内のものや特定多数の者にしか公開されないものは、屋外広告物法の規制対象とされない。例えば、工場内のものや、屋外であっても、野球場や遊園地の構内など、特定の者のみを対象とするものはこれにあたらぬ。

デジタルサイネージに関しては、街頭ビジョンや店舗の宣伝用に屋外に設置され、公衆に対して表示されるものが「屋外広告物」にあたる。

##### 4.1.1.1 広告物の設置の制限を受ける設置場所

都条例では、広告物を表示し、又は広告物を掲出する物件（掲出物件）を設置してはならない区域として禁止区域（条例第6条）を定め、広告物を表示し、又は掲出物件の設置をできる場所を制限している他、その上に広告物の表示又は掲出を行うことが禁止される物件としての禁止物件（条例第7条）を定めている。

また、広告物を表示し、又は掲出物件を設置しようとする場合に都知事の許可を必要とする許可区域（条例第8条）を設け、広告物と掲出物件の設置場所に制限を設けている。

それぞれの対象は以下の様になっている。

#### ア 禁止区域

- 第一種・第二種低層住居専用地域、第一種・第二種中高層住居専用地域
- 特別緑地保全地区、景観地区、旧美観地区、風致地区
- 文化財保護法の建造物、歴史的建築物、墓地・社寺等
- 国・公共団体の管理する公園、運動場、河川等
- 学校、病院、公会堂、図書館、博物館、美術館、官公署等の建造物等
- 道路、鉄道の路線用地
- 道路、鉄道の路線用地に持続する地域で、知事が定める範囲

#### イ 禁止物件

- 橋、高架鉄道、高架道路
- 道路標識、信号機、街路樹
- 郵便ポスト、公衆電話ボックス、煙突、ガスタンク、記念碑

#### ウ 許可区域

- 特別区、市及び町の区域
- 自然公園法で指定された国立公園、自然公園等（特別地域は禁止区域）
- 景観計画の区域のうち、知事の指定する区域

#### 4.1.1.2 設置が制限されている場所における適用除外

前項で示した通り、許可区域まで含めると、広告物等の設置が制限されている範囲は広い。しかし、以下の広告物等においては設置の制限について適用が除外される。

#### A) 禁止区域若しくは禁止物件又は許可区域で許可無く認められるもの（条例第13条）

- 他の法令の規定により表示する広告物等
- 国又は公共団体が公共的目的をもつて表示する広告物等
- 公益を目的とした集会、行事、催物等のために表示するはり紙、はり札等、広告旗、立看板等、広告幕（網製のものを含む。以下同じ。）及びアドバルーン
- 公益上必要な施設又は物件に寄贈者名を表示する広告物
- 自己の氏名、名称、店名若しくは商標又は自己の事業若しく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（以下「自家用広告物」という。）
- 自己の管理する土地又は物件に、管理者が管理上必要な事項を表示する広告物等

- 冠婚葬祭、祭礼等のために表示する広告物等

B) 禁止区域又は許可区域で許可無く認められるもの（条例第 14 条）

- 講演会、展覧会、音楽会等のために表示する広告物等
- 電車又は自動車の外面を利用する広告物等
- 人、動物、車両（電車及び自動車を除く。）、船舶等に表示する広告物
- 塀又は工事現場の板塀若しくはこれに類する仮囲いに表示する広告物

C) 禁止区域で許可をうけた場合認められる（条例第 15 条）

- 自己の氏名、名称、店名又は商標を表示するため、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
- 規則で定める道標、案内図板等の広告物等で、公共的目的をもつて表示するもの
- 電柱、街路灯柱等を利用して表示する広告物等で、公衆の利便に供することを目的とするもの
- 電車又は自動車の外面を利用する広告物等
- 知事の指定する専ら歩行者の一般交通の用に供する道路の区域に表示又は設置をする広告物等
- 規則で定める公益上必要な施設又は物件に表示する広告物等
- 文化財保護法の建造物、歴史的建築物、墓地・社寺等や広告協定地区で（夫々条例 6 条 4 項、5 項、条例 12 条で定められている）、知事が特に指定する地域に表示又は設置をする規則で定める非営利目的のための広告板

D) 沿道、沿線等の禁止区域で許可をうけた場合認められるもの（条例第 16 条）

- 道路の路線用地及び道路の路線用地に接続する地域で、かつ、市街化調整区域に表示し、又は設置する広告物等
- 路線用地に接続する地域に表示し、又は設置する広告物等で、当該広告物等を表示し、又は設置する当該地域の路線用地から展望できないもの。

#### 4.1.1.3 制限を受ける広告物

前節では、広告物等の設置場所に関する制限とその例外規定について記載したが、本節では広告物そのものについて記述する。これには、設置そのものが禁止されるもの（条例第 19 条）と、そのサイズや色調等に規制がかかるものがある。以下の場合において、広告物は制限を受ける。

A) 禁止広告物等（第 19 条）

- 形状、規模、色彩、意匠その他表示の方法が景観又は風致を害するおそれのある広告物等（条例第 19 条第 1 項）

- 腐朽し、腐食し、又は破損しやすい材料を使用した危険な広告物等（条例第十九条第2項）
- 構造又は設置の方法が危険な広告物等（条例第19条第2項）
- 風圧又は地震その他の震動若しくは衝撃により容易に破損し、落下し、倒壊する等のおそれのある広告物等（条例第19条第2項）
- 信号機又は道路標識等に類似し、又はこれらの効用を妨げるなど、道路交通の安全を阻害するおそれのある広告物等（条例第19条第2項）

#### B) 規格による制限（第21条）

次に掲げる広告物等について、知事はその表示又は設置の場所、位置、形状、規模、色調等について、東京都屋外広告物条例施行規則（以下、規則）で定められた規格に従う必要がある。

- ▶広告塔
- ▶広告板
- ▶立看板等
- ▶はり紙
- ▶はり札等
- ▶広告旗
- ▶建築物の壁面を利用する広告物等
- ▶建築物から突出する形式の広告物等
- ▶電柱又は街路灯柱を利用する広告物等
- ▶道路に沿い、又は鉄道及び軌道の沿線に設置する広告物等
- ▶電車又は自動車の外面を利用する広告物等
- ▶前各号に掲げるもののほか、特に良好な景観形成又は風致の維持に必要なものとして規則で定める広告物等

以上のうちで、規則で基準が定められているものは、次の7タイプである（規則・別表第三）。

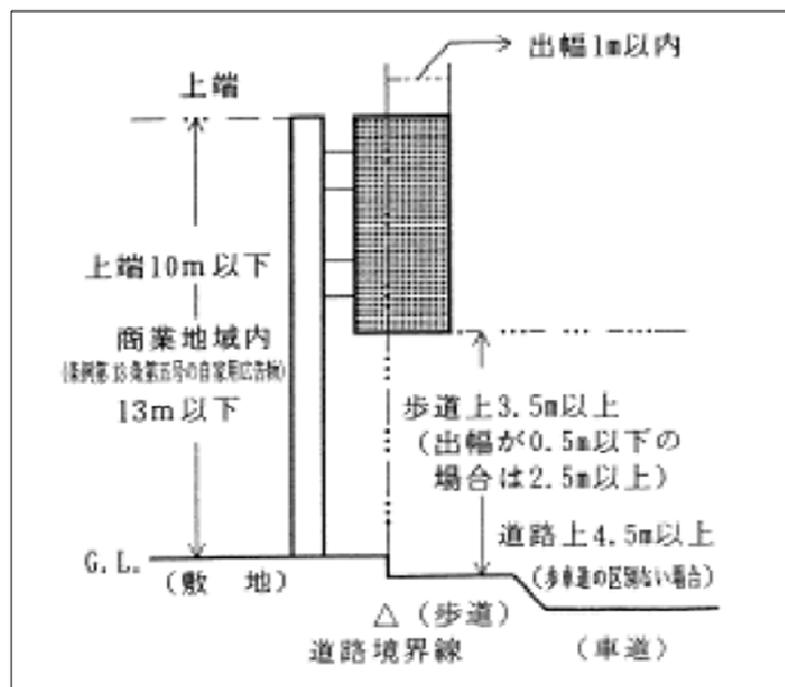
- ① 広告塔または広告板
- ② 建築物の壁面を利用する広告物等
- ③ 建築物から突出する形式の広告物等
- ④ 電柱又は街路灯柱を利用する広告物等
- ⑤ 道路に沿い、又は鉄道及び軌道の沿線に設置する広告物等
- ⑥ 電車又は自動車の外面を利用する広告物等
- ⑦ 標識を利用する広告物等（上記第21条の「前各号に掲げるもののほか、特に良好な景観形成又は風致の維持に必要なものとして規則で定める広告物等」に含まれる。）

以下では、これらの基準について、デジタルサイネージの設置と関わる部分のみ解説する。

- 広告塔・広告板

- ✓ 土地に直接設置する場合の規制

- 1) 高さが地上十メートル以下であること。ただし、商業地域内にある自家用広告物<sup>19</sup>のうち、自己の氏名、名称、店名または商標等を表示する場合については、地上十三メートル以下であること。
- 2) 道路の上空に突出する広告塔等については、道路境界線からの出幅が一メートル以下であり、かつ、道路面から当該突出部分の下端までの高さが歩車道の区別のある道路の歩道上にあつては三・五メートル以上(道路境界線からの出幅が〇・五メートル以下のものにあつては、二・五メートル以上)、歩車道の区別がない道路上にあつては地上四・五メートル以上であること。



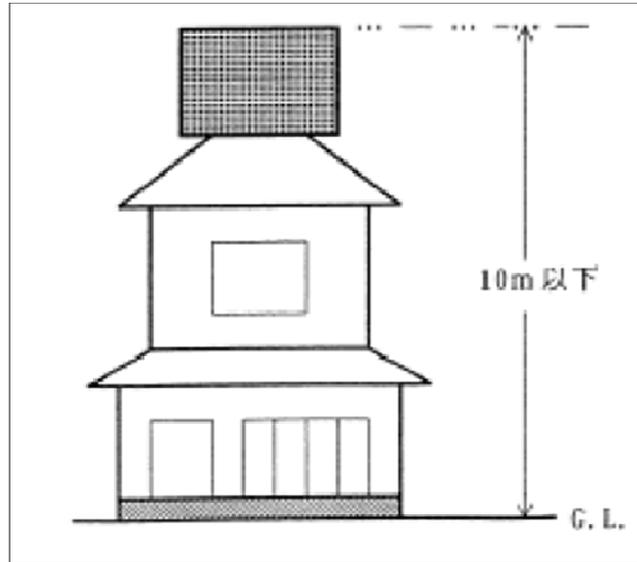
(東京都「屋外広告物のしおり」12ページより)

図 4.1.1.3-1 土地に直接設置する場合の広告版の規制

<sup>19</sup> 条例13条5項で定義される、「自己の氏名、名称、店名若しくは商標又は自己の事業若しく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」をいう。

✓ 建築物の屋上を利用するもの

- 1) 木造の建築物の屋上に設置する広告塔等については、地盤面から当該広告塔等の上端までの高さが十メートル以下であること。



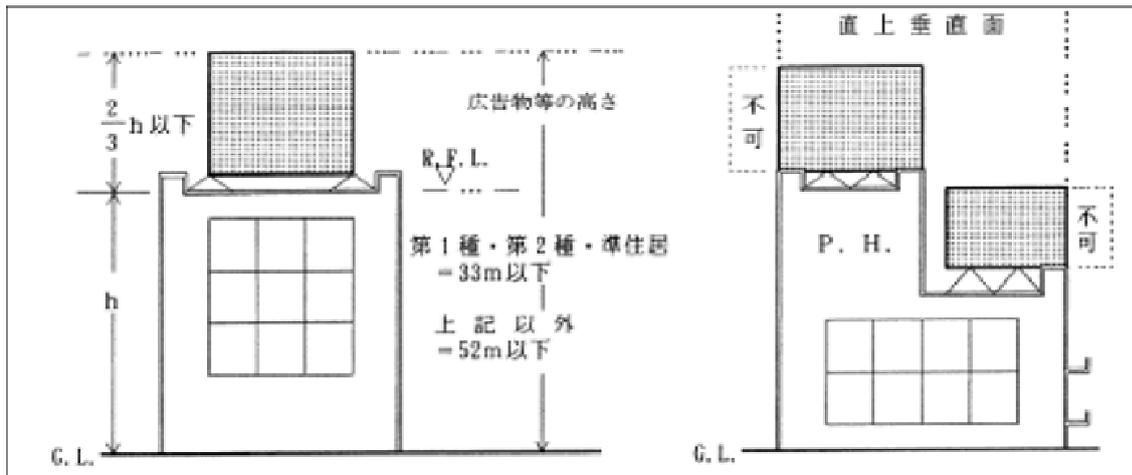
(東京都「屋外広告物のしおり」12 ページより)

図 4.1.1.3-2 木造建築物の屋上を利用した広告物の規制

- 2) 鉄筋コンクリート造、鉄骨造等の耐火構造又は不燃構造の建築物の屋上に設置する広告塔等(地盤面から広告塔等の上端までの高さが十メートル以下のものを除く。)については、当該広告塔等の高さが地盤面から広告塔等を設置する箇所までの高さの三分の二以下で、かつ、当該地盤面から広告塔等の上端までの高さが第一種住居地域、第二種住居地域、準住居地域又は指定区域内にあつては三十三メートル以下、それ以外は五十二メートル以下であること。この場合において、階段室、昇降機塔、物見塔その他これらに類する建築物の屋上部分(以下、屋上構造物)の上に設置する広告塔等については、次に掲げる場合のいずれかに該当する場合にあつては、屋上構造物の高さは、広告塔等の高さに算入し、建築物の高さに算入しないものとする。

- A: 屋上構造物の水平投影面積の合計が当該建築物の建築面積の八分の一以下のとき。  
B: 屋上構造物の水平投影面積の合計が当該建築物の建築面積の八分の一を超える場合において、当該広告塔等が屋上構造物の壁面の直上垂直面から突出するとき。

3) 建築物の壁面の直上垂直面から突出して設置しないこと

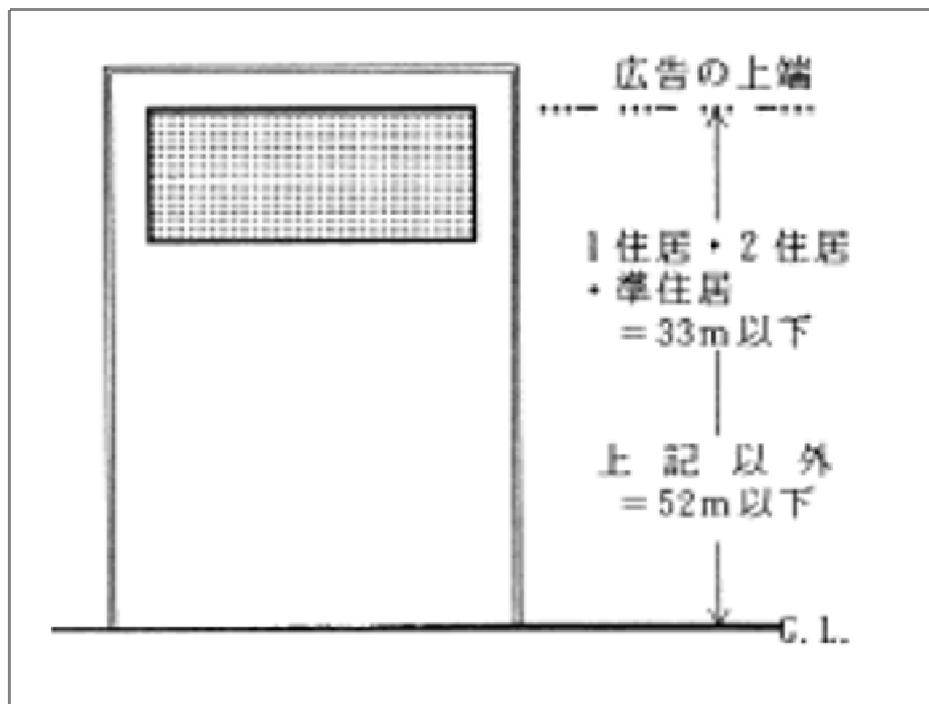


(東京都「屋外広告物のしおり」12ページより)

図 4.1.1.3-3 鉄筋コンクリート造・鉄骨造建築物の屋上を利用した広告物の規制

● 建築物の壁面を利用する広告物等

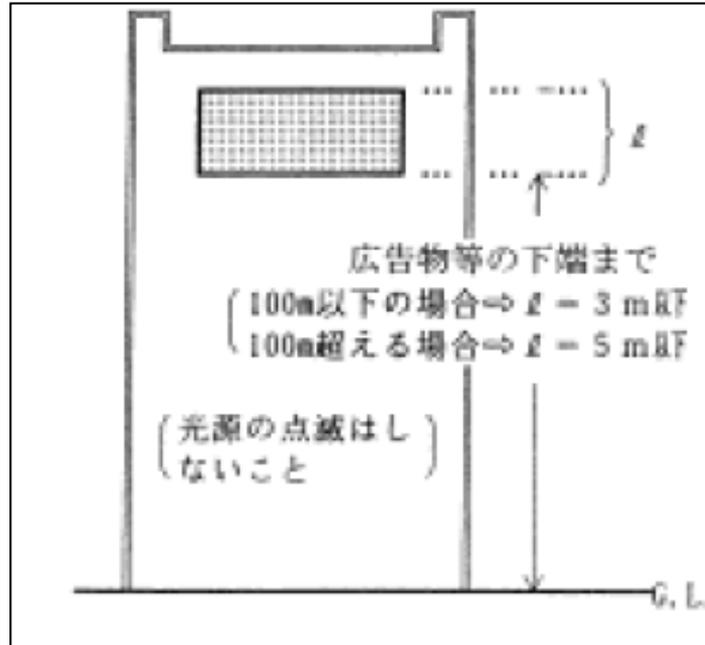
- 1) 地盤面から広告物等の上端までの高さが第一種住居地域、第二種住居地域、準住居地域又は指定区域内にあつては三十三メートル以下、その他用途地域にあつては五十二メートル以下であること。



(東京都「屋外広告物のしおり」13ページより)

図 4.1.1.3-4 建築物の壁面を利用する広告物の規制 1

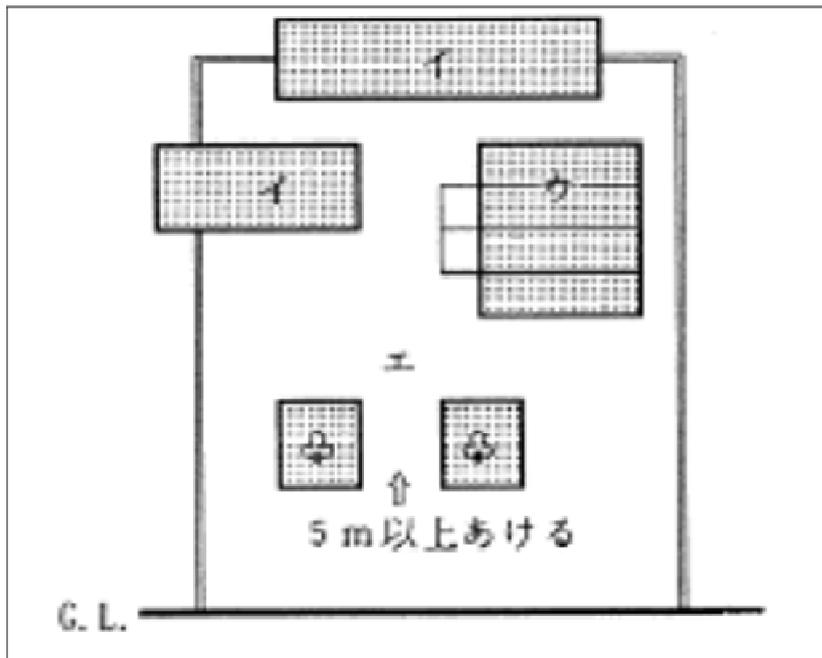
- 2) 自家用広告物等で光源が点滅しないものについては、1) に規定する高さの限度を超えて表示し、又は設置することができる。ただし、広告物のそれぞれの文字、数字、商標等の上端から下端までの長さは、地盤面から当該下端までの高さが百メートル以下の場合にあつては三メートル以下、百メートルを超える場合にあつては五メートル以下とする。



東京都「屋外広告物のしおり」14 ページより)

図 4.1.1.3-5 建築物の壁面を利用する広告物の規制 2

- 3) 壁面の外郭線から突出して表示し、又は設置しないこと。
- 4) 窓又は開口部をふさいで表示し、又は設置しないこと。
- 5) 建築物の一壁面に内容を同じくする広告物等を表示し、又は設置する場合においては、各広告物等の間隔が五メートル以上であること。

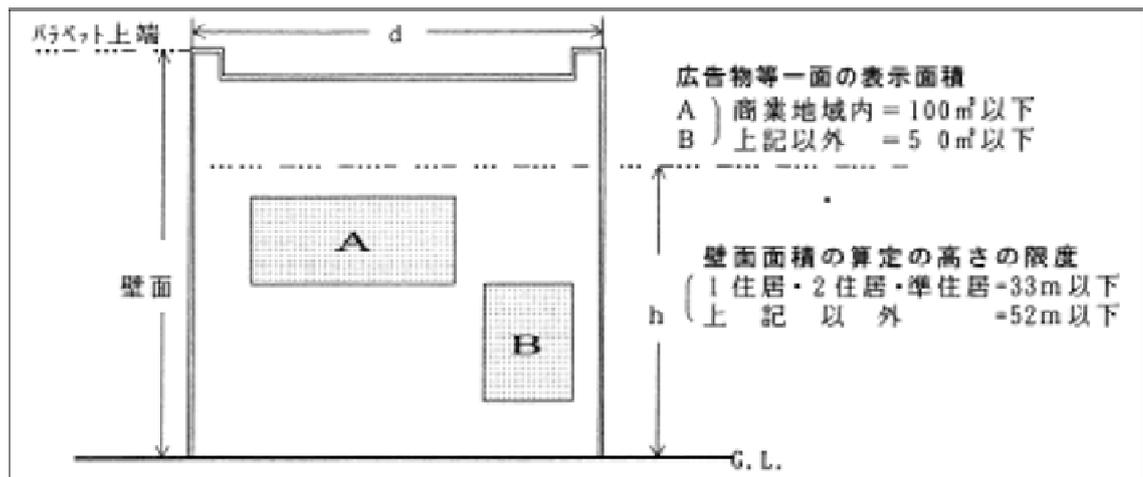


(東京都「屋外広告物のしおり」13ページより)

図 4.1.1.3-6 建築物の一壁面において内容を同じくする広告物を掲示する場合の規制

- 6) 広告物等の表示面積が商業地域内にあつては百平方メートル以下、商業地域外にあつては五十平方メートル以下であり、かつ、広告物等(広告物の表示期間が七日以内のものを除く。)を表示し、又は設置する壁面における各広告物等の表示面積の合計が当該壁面面積の十分の三以下であること。

※下の図で、壁面面積  $S = h \times d$  とすると広告物等表示面積合計  $= A + B \leq S \times 3/10$  となる。



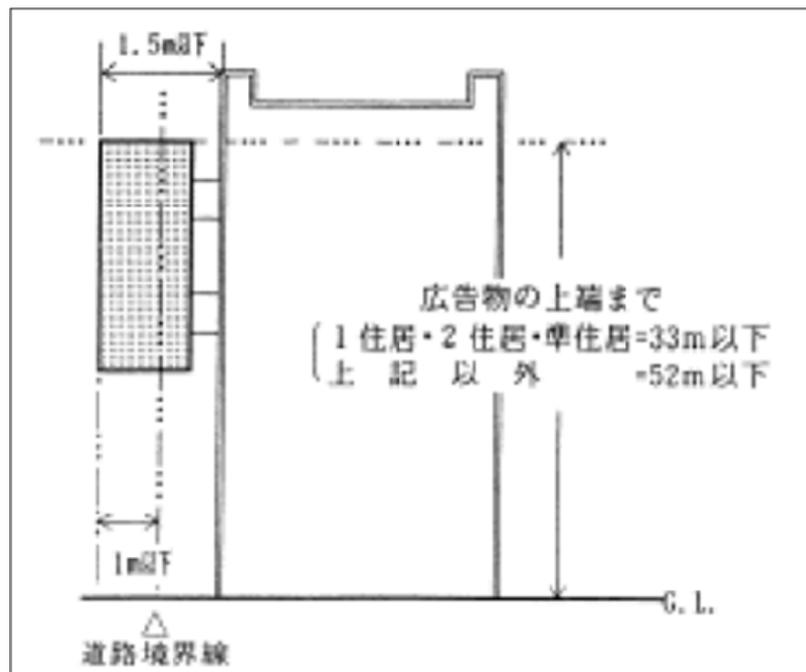
(東京都「屋外広告物のしおり」14ページより)

図 4.1.1.3-7 商業地域における広告物の規制

- 7) 第一種文教地区等内に表示し、又は設置する広告物等については、光源が点滅しないこと。
- 8) 一種低層住居専用地域又は第二種低層住居専用地域の境界線から五十メートル以内の地域内に表示し、又は設置する広告物等で、当該第一種低層住居専用地域又は第二種低層住居専用地域から展望できるもの(以下「第一種低層住居専用地域又は第二種低層住居専用地域から展望できる広告物等」)については、光源が点滅しないこと。

● 建築物から突出する形式の広告物等

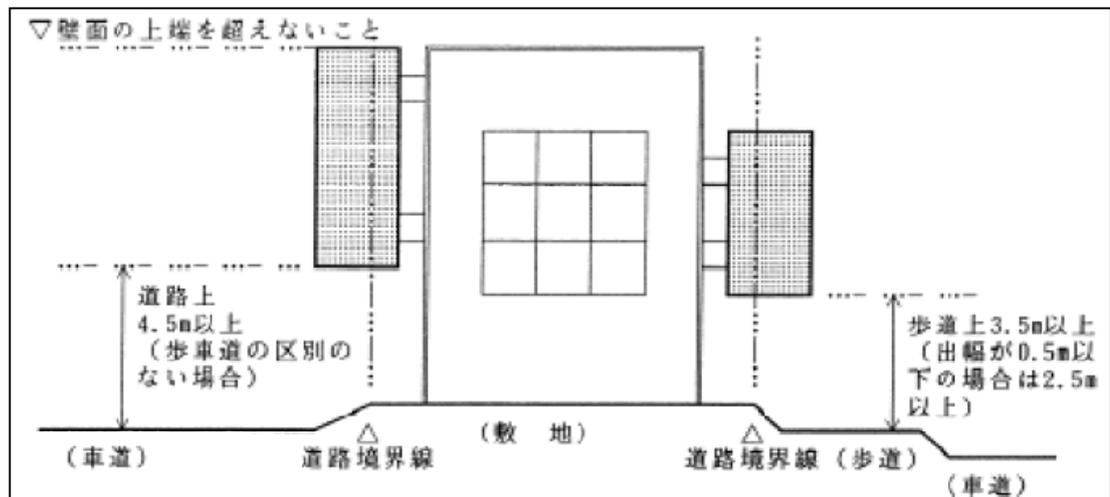
- 1) 地盤面から広告物等の上端までの高さが第一種住居地域、第二種住居地域、準住居地域又は指定区域内にあつては三十三メートル以下、その他の用途地域にあつては五十二メートル以下であること。
- 2) 広告物等(つり下げ式のものを含む。)の道路境界線からの出幅が一メートル以下であり、かつ、当該建築物からの出幅が一・五メートル以下であること。



(東京都「屋外広告物のしおり」14ページより)

図 4.1.1.3-8 建築物から突出する形式の広告物の規制 1

- 3) 道路面から広告物等の下端までの高さが歩車道の区別のある道路の歩道上にあつては三・五メートル以上(道路境界線からの出幅が〇・五メートル以下のものにあつては二・五メートル以上)、歩車道の区別のない道路上にあつては四・五メートル以上であること。
- 4) 広告物等の上端が当該広告物等を表示し、又は設置する壁面の上端を越えないこと。



(東京都「屋外広告物のしおり」15 ページより)

図 4.1.1.3-9 建築物から突出する形式の広告物の規制 2

- 5) 広告物等の構造体が鉄板等で被覆されることにより露出していないこと
  - 6) 第一種文教地区等内に表示し、又は設置する場合は、光源が点滅しないこと。
- 電柱又は街路灯柱を利用する広告物等
    - ✓ 電柱を利用するもの
      - 1) 案内誘導広告物等であること。
      - 2) 巻付け広告の場合、縦一・五〇以下×横〇・三三以下の大きさで、面数は二面以下とし、道路面から広告物等の下端までの高さは一・六〇以上とする、あるいは国又は地方公共団体が表示し、又は設置する場合は縦〇・四〇以下×横〇・三三以下の大きさで面数は二面以下とし、道路面から広告物等の下端までの高さは一・二〇以上とすること。後者は前者が設置されている場合は、その下に接続して設置すること。

2) 添架広告<sup>20</sup>の場合、縦一・二〇以下×横〇・四八以下の大きさで、面数は二面以内とし、道路面から広告物等の下端までの高さは、歩車道の区別のある道路の歩道上では三・五〇以上で、区別のない道路の道路上では四・五〇以上とすること。

3) 色彩が四色以内であり、かつ、地色が黒、赤又は黄でないこと。

✓ 街路灯柱を利用するもの

1) 店会、自治会・町会等が表示し、又は設置する広告物等であること。

2) 街路灯柱から突出して添架する広告物等については、道路面から当該広告物等の下端までの高さが歩車道の区別のある道路の歩道上にあつては三・五メートル以上、歩車道の区別のない道路上にあつては四・五メートル以上であること。

● 電車又は自動車(他の道府県に存する運輸支局又は自動車検査登録事務所に係る自動車登録番号を有するものを除く。)の外面を利用する広告物等

✓ 電車又は自動車の外面に表示し、又は設置してはならない広告物等

1) 電光表示装置等により映像を映し出すものなど、運転者の注意力を著しく低下させるおそれのある広告物等は設置してはならない

2) 車体の窓又はドア等のガラス部分に表示する広告物等は設置してはならない。

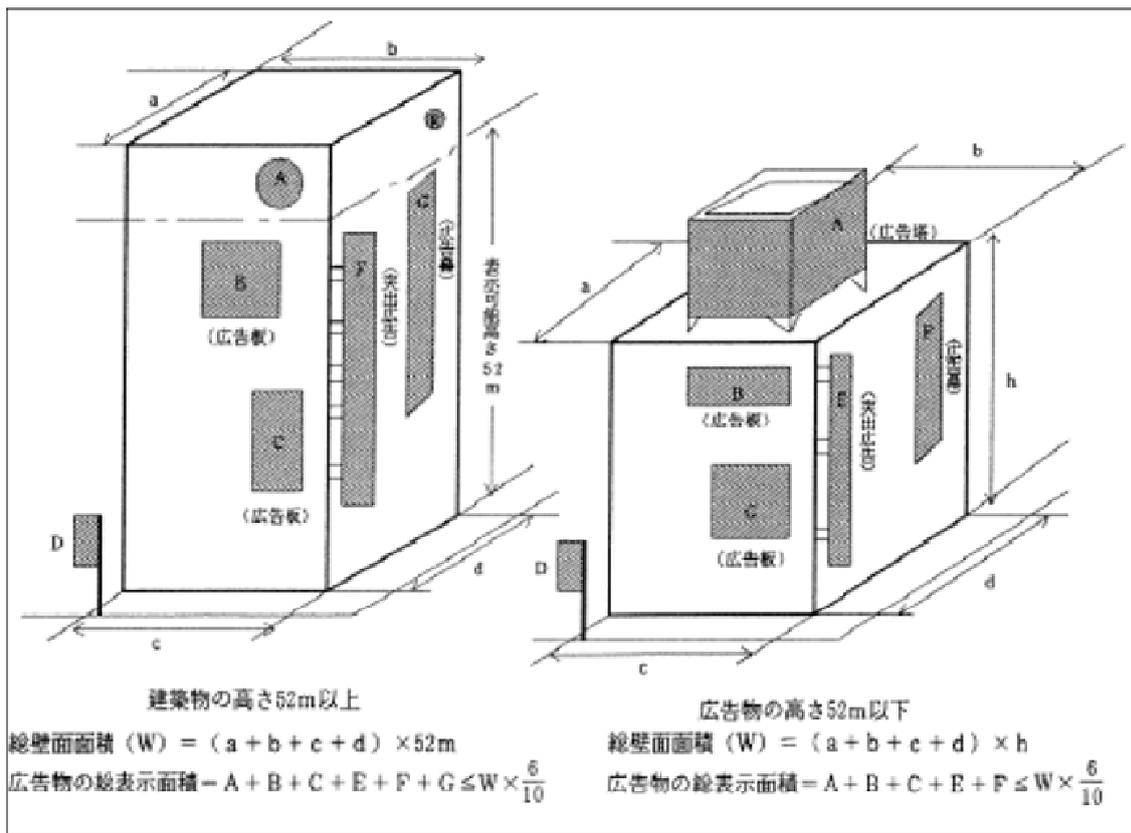
以上の理由により、車体表面へのデジタルサイネージの設置は東京都では原則許可されていないと解釈できる。

#### C) 広告物等の総表示面積の規制 (第 22 条)

近隣商業地域及び商業地域内にある高さが十メートルを超える建築物に表示する各広告物等(広告物の表示期間が七日以内のものを除く。)の表示面積の合計は、一建築物の壁面面積(52m以下の面積)の60%を超えない面積とする(規則第20条)

---

<sup>20</sup> 電柱に突出する形で取り付けられる広告物



(東京都「屋外広告物のしおり」18ページより)

図 4.1.1.3-10 広告物の総量規制

#### 4.1.1.4 屋外広告業の登録

東京都の区域内において屋外広告業を営もうとする者は、知事の登録を受けなければならない。屋外広告業とは、広告物の表示又は広告物を掲出する物件（以下「掲出物件」という。）の設置を行う営業をいう。東京都では広告主から広告物の表示・設置に関する工事を請負い、屋外で公衆に表示することを「業」として行う法人または個人のことを屋外広告業といい、営業所を東京都内に有していない場合であっても、東京都内で広告物の表示・設置に関する工事等を行おうとする場合には、登録が必要となると説明している。<sup>21</sup>

<sup>21</sup> [http://www.toshiseibi.metro.tokyo.jp/kenchiku/koukoku/kou\\_touroku.htm](http://www.toshiseibi.metro.tokyo.jp/kenchiku/koukoku/kou_touroku.htm)

## 4.2 景観条例と景観計画

該当類型：該当類型：A, B, C, D で屋外に設置するもの

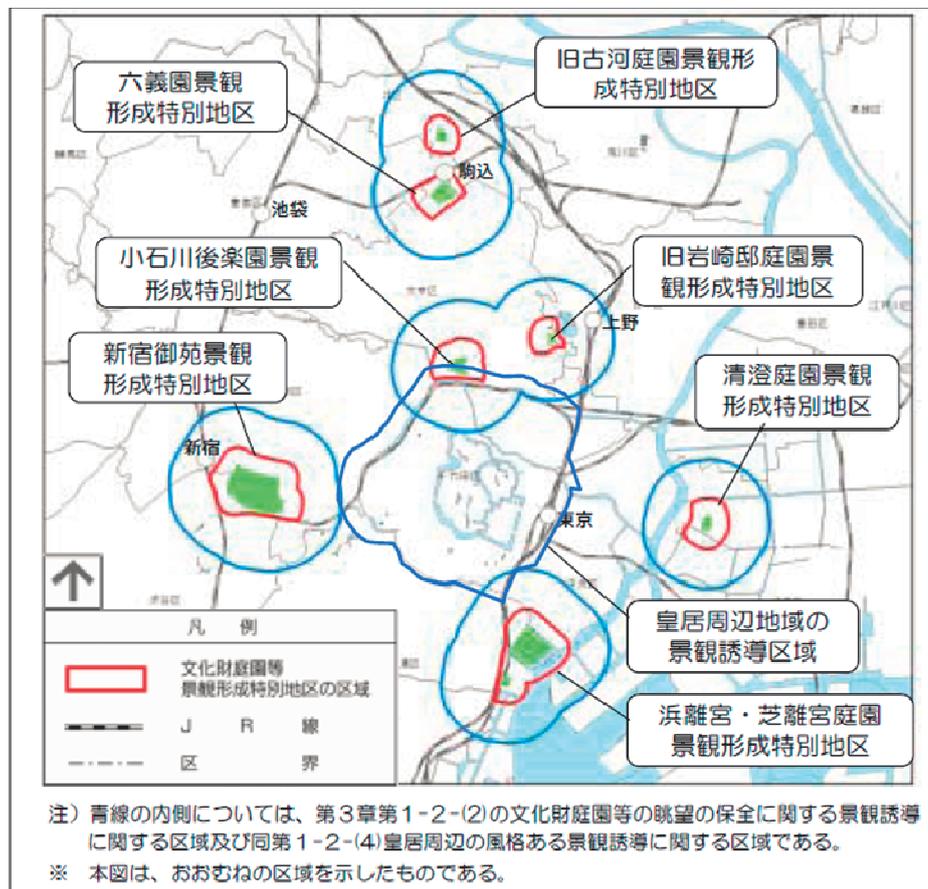
### 4.2.1 東京都景観条例と景観計画

東京都景観条例では、知事が景観計画を策定し、その区域内で景観基本軸と景観形成特別地区を定めることができるとされている（第8条）。広告物との関係では、この景観形成特別地区が規制対象区域となる。

以下では、各対象区域ごとの規制内容について報告する。

#### 4.2.1.1 文化財庭園等景観形成特別地区

景観形成特別地区の文化財庭園として指定されているのは、浜離宮恩賜庭園・小石川後楽園・旧芝離宮恩賜庭園・六義園・清澄庭園・旧岩崎邸庭園・新宿御苑・旧古河庭園である。これらの外周線からおおむね 100m から 300m の範囲で、かつ、地盤面から 20m の部分が規制対象範囲である。<sup>22</sup>



(「東京都景観計画」82ページより)

図 4.2.1.1-1 文化財庭園等景観形成特別地区

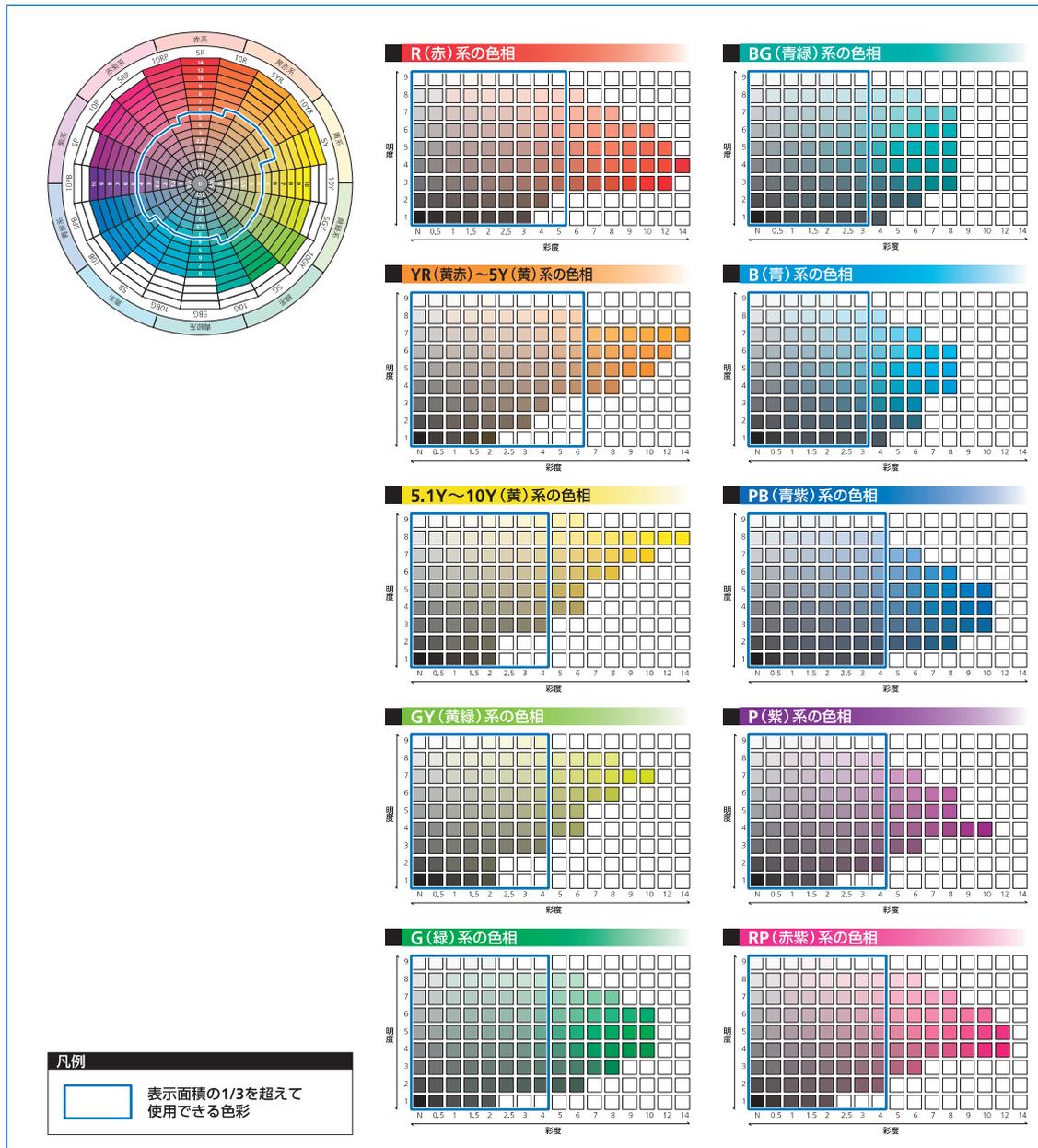
<sup>22</sup> 「東京都景観計画」 <http://www.toshiseibi.metro.tokyo.jp/kenchiku/keikan/keikaku.pdf>81, 114 頁

区分	表示等の制限に関する事項																		
屋上設置の広告物	<input type="checkbox"/> 地盤面から 20m以上の部分では、建物の屋上に広告物を表示し、又は設置しない。																		
建物壁面の広告物	<input type="checkbox"/> 地盤面から 20m以上の部分では、広告物に光源を使用しない。																		
広告物の色彩	<input type="checkbox"/> 建物の壁面のうち、高さ 20m以上の部分を利用する自家用広告物の色彩は、庭園景観と調和した低彩度を基本とし、一つの広告物の中で、その表示面積の 1/3 を越えて使用できる色彩の彩度は次のとおり定める。 <table style="margin-left: 40px; border: none;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">【色相】</th> <th style="text-align: center;">→</th> <th style="text-align: left;">【彩度】</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>0.1R~10R</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td>5以下</td> </tr> <tr> <td>0.1YR~5Y</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td>6以下</td> </tr> <tr> <td>5.1Y~10G</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td>4以下</td> </tr> <tr> <td>0.1BG~10B</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td>3以下</td> </tr> <tr> <td>0.1PB~10RP</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td>4以下</td> </tr> </tbody> </table>	【色相】	→	【彩度】	0.1R~10R	→	5以下	0.1YR~5Y	→	6以下	5.1Y~10G	→	4以下	0.1BG~10B	→	3以下	0.1PB~10RP	→	4以下
【色相】	→	【彩度】																	
0.1R~10R	→	5以下																	
0.1YR~5Y	→	6以下																	
5.1Y~10G	→	4以下																	
0.1BG~10B	→	3以下																	
0.1PB~10RP	→	4以下																	
表示等の制限の例外	<input type="checkbox"/> 建物の背後にある広告物など、庭園内から見えない広告物は、本表に定める表示等の制限に関わらず、表示できる。																		

(「東京都景観計画」116 ページより)

図 4.2.1.1-2 文化財庭園等景観形成特別地区における規則

この範囲では、以下の基準に適合する自家用広告物、公共目的の広告物、非営利目的の広告物に限り、表示することができる。マンセル色見本をベースにした、使用可能な色彩表を次ページに添付する。



(東京都景観色彩ガイドライン 27P より)

図 4.2.1.1-3 利用可能な色彩

#### 4.2.1.2 水辺景観形成特別地区

水辺景観形成特別地区としては、運河等による豊かな水辺空間やそれらとの一体となった町づくりが行われていること、オリンピック主要3施設の候補地があり、それらを結ぶ環状第2号線の延伸が計画されている等という特徴をもった、以下に図示する臨海地区を対象として指定されている



(「東京都景観計画」116 ページより)

図 4.2.1.2-1 水辺景観形成特別地区の位置

この範囲における広告景観については、「水辺や背後の街並みとの調和に配慮した表示・掲出とし、開放的で、潤いのある水辺を生かした景観を形成する。」とされ、光源については「原則として建築物の低層部に使用し、夜間において、商業施設を中心とする賑わいを創出し、また散策路等沿いの水面に映る光を楽しめるような、魅力ある景観を形成する。」とされている。

詳細な制限は以下の通りである。

なお、利用可能な色彩については、前掲の文化財庭園等景観形成特別地区のものと同じである。

区分	表示等の制限に関する事項																		
屋上設置の広告物	<input type="checkbox"/> 建物の屋上に、広告物を表示し、又は設置しない。																		
建物壁面の広告物	<input type="checkbox"/> 広告物の光源に、赤色又は黄色 <sup>*1</sup> を使用しない。 <input type="checkbox"/> 光源は点滅させない。																		
広告物の色彩	<input type="checkbox"/> 建物の壁面のうち、高さ 10m以上の部分を利用する自家用広告物の色彩は、水辺景観と調和した低彩度を基本とし、一つの広告物の中で、その表示面積の 1/3 を越えて使用できる色彩の彩度は次のとおり定める。 <table style="margin-left: 40px; border: none;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">【色相】</th> <th style="text-align: center;">→</th> <th style="text-align: left;">【彩度】</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>0.1R~10R</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td>5以下</td> </tr> <tr> <td>0.1YR~5Y</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td>6以下</td> </tr> <tr> <td>5.1Y~10G</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td>4以下</td> </tr> <tr> <td>0.1BG~10B</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td>3以下</td> </tr> <tr> <td>0.1PB~10RP</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td>4以下</td> </tr> </tbody> </table>	【色相】	→	【彩度】	0.1R~10R	→	5以下	0.1YR~5Y	→	6以下	5.1Y~10G	→	4以下	0.1BG~10B	→	3以下	0.1PB~10RP	→	4以下
【色相】	→	【彩度】																	
0.1R~10R	→	5以下																	
0.1YR~5Y	→	6以下																	
5.1Y~10G	→	4以下																	
0.1BG~10B	→	3以下																	
0.1PB~10RP	→	4以下																	
表示等の制限の例外	<input type="checkbox"/> 許可を受けずに表示できる広告物には、本表に定める表示等の制限は適用しない。 <input type="checkbox"/> この基準に適合しない広告物であっても、特にデザインが優れ、水辺景観の形成に寄与するものについては、この基準によらないことができる。																		

<sup>\*1</sup> 赤色又は黄色とは、JIS (JIS Z 9101) に定める安全色 (事故防止や緊急避難などを目的として安全標識に使用) の赤又は黄とする。

(「東京都景観計画」117 ページより)

図 4.2.1.2-2 水辺景観形成特別地区における規制

### 4.3 自治体へのインタビュー

#### 4.3.1 東京都へのインタビュー

大規模な繁華街を抱える自治体であり、首都であることから日本の代表例となる自治体の例および、具体的な実務を担当している自治体の例

#### 自治体プロフィール

面積	2,187.65km <sup>2</sup>
総人口	13,051,965人（推計人口、2010年11月1日）
人口密度	5,970人/km <sup>2</sup>
備考	

#### ■ 車体における映像表示について

条例の規定は、一般的な車両と路線バス、観光バスと広告宣伝車に分かれている。基本的に道路交通法上の関係で、道路で走っている車が映像を流すことは道路交通法上違反になる。ビジョンを積んでいる車両は、イベント会場などで、停止中にビジョンを流すことは可能である。

また、動画ではなく静止画の看板がついた広告宣伝車については道路交通法上、著しく明るい光や映像でない限りは問題がなく、東京都の条例では認められている。

#### ■ 音声について

屋外広告物は有機物が対象となるので光や音は対象とならない。光で組み合わせて映像などのイメージを作り出す場合は、屋外広告物に該当する。東京都では「環境確保条例」があり、その条例に基づいて規制を行っている。

#### ■ 屋外広告物の判断について

現状では、通常の広告の扱いと同様としている。現時点では、映像広告のための規制はないが、今後、増加することが予想されるため、都民の方々がどう考えているかなどを踏まえ、検討しなければならない課題であると認識している。

#### 4.3.2 屋外広告適正化十都県市協議会（オクコ）および相模原市へのインタビュー

自治体間での屋外広告物およびデジタルサイネージに対する施策に関してどの様に自治体間で連携しているかという観点からインタビューした。

##### 自治体プロフィール

面積	328.84km <sup>2</sup>
総人口	714,179人（推計人口、2010年9月1日）
人口密度	2,170人/km <sup>2</sup>
備考	

##### オクコについて

###### ■ 概要

啓発活動がメイン。事務局は毎年持ちまわりになっている。具体的な活動内容としては、啓発ポスター(9/10 屋外広告の日等)を作成し、各都県市に配布や、キャンペーン事業の実施、講習会の日程のとりまとめ、ホームページでの公開、自治体への発信を行っている。

十都県市の集まりは年2回あり情報交換の場となっている。

###### ■ 事務局としての役割

上記事業の取りまとめや都県市より議題を募集して、それに対する都県市の回答を集計し意見交換を行う。

###### ■ その他の協議会、自治体について

関東甲信越屋外広告物協議会は新潟県などが加わり地域の範囲が広がったもので内容的には同じで、各都県市からの課題について議論したりしている。国交省などもオブザーバーとして参加している。デジタルサイネージに関しては、十都県市(オクコ)では、特に問題にあがっていないが、「関東甲信越屋外広告物協議会」（平成22年度は柏市が主催者）というのがあり今年度、デジタルサイネージに関する基準がないのでそれについて検討をしたらどうかという話はでている。具体的には電光の基準があるのかという議題がでた。電光掲示板に関する条例があると回答したのは、群馬県と前橋市。その他の自治体はまだそのような基準は設けていないもよう。デジタル関係では、今年は柏市で取り組んでいる。自治体によって課題が違ってくる。（※大都市屋外物広告協議会 政令指定都市と東京都が会員というものもある）横須賀市がパブリックコメントを募集している中でデジタルサイネージについて考えているようだ。

横須賀市 屋外広告物条例改正のためのパブリックコメント募集

(H22年10月8日～11月8日)

新しい広告物への対応・・・デジタルサイネージ等

全国的にはデジタルサイネージの規制に関してはまだ聞かないが、5 縣市（横浜市、川崎市、横須賀市、神奈川県、相模原市）で登録制に関してワーキンググループを実施している中でこれから、課題になっていくと思う。

### 相模原市の屋外広告物条例について

#### ■ 概要

相模原市は神奈川県の条例が基になっていて中核市になってからは、その条例に基づいて独自の条例を制定している。現状、サイネージ看板に関するマニュアル等はないので広告物の申請があった場合は、あきらかに信号と間違ふような事を除いて条例の範囲内であれば許可をするようにしている。デジタルサイネージについても、電子看板であるからという理由で特別な規定はなく、許可基準にあてれば、掲出できる（問題ないと思われる）。

手続きは以下のようなフローで進む。

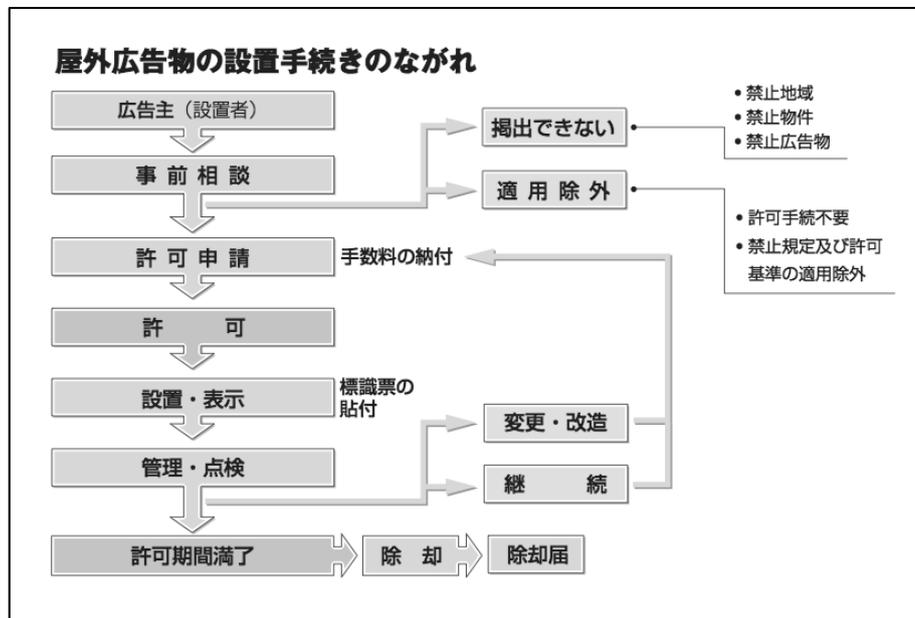


図 4.3.2-1 相模原市の屋外広告物設置フロー

道路に出ている場合は、道路占有許可が必要。窓口は道路管理課になる。通常許可がおおりるまでは1 週間から 10 日かかる。書類の不備や申請内容に関し特殊な場合は、検討を要するので時間がかかる場合がある。（2～3 週間程度）

#### ■ 色彩の基準について

色彩基準については、景観計画のなかで規定されているが、平成 23 年 10 月に改正される広告物条例の中に追加する予定。自然系許可地域と住居系許可地域という許可地域で色彩についての基準が追加される。

#### ■ 適用除外について

たとえば適用除外となる案内板を表示させつつ一般の広告物として使うような場合など、第三者広告物があると、適用除外にならない。実際にはそのような実例はないと思う。

#### ■ 登録制度について

相模原市、川崎市、横浜市、横須賀市、神奈川県では登録制度導入に関するパブリックコメントを募集したが、主に登録制度（届け出制から登録制へ）に関する内容になっている。

神奈川県知事の登録を受けた物に関する特例として、神奈川県知事の登録を受けた屋外広告業者が、その旨を市長に届出ることにより、市長の登録を受けたものとみなすもの。又、改正前の条例の規定による届出をして屋外広告業を営んでいる者については、施行日から1年間は登録をうけなくても引き続き屋外広告業を営むことができることとするもの。届出制は1回届出すれば最後まで有効だが、今後、登録制になると、5年に一度の更新が必要で平成23年10月1日から施行される。

#### ■ 特定屋外広告物安全管理者について

講習会の受講者等が資格者となる。高さが4mを超える工作物確認が必要な広告物に関して、特定屋外広告物安全管理者が必要となる。

期限切れの継続申請の中に高さが4mを超える工作物確認が必要な広告物がある場合、安全確認者として一級建築士等が署名した念書を提出してもらう。

#### ■ 違反への対処

設置後、基準を満たさないものにかえられていたり、そういった違法なコンテンツを配信している場合など、違反があるものは、市民の通報などによってわかることが多い。その時点で対応を行う。デジタルサイネージについては現状では事例がないのでわからない。

相模原市路上違反広告物追放推進員は道路管理課の管轄。道路上にある広告物が対象。効果があつて違反物が減ってきている。電柱の張り紙、捨て看板のようなものが対象になっている、規制の取組に関して道路管理課と一緒に現場調査等を実施している。街づくり支援課では、事業者、商店街、広告代理店などに条例規定に基づいて広告表示して下さいという啓発活動を市の職員がおこなっている。

#### ■ 騒音について

騒音の場合は公害として扱う。広告物に関する音の規定はない。

### 4.3.3 静岡市へのインタビュー

事業としてデジタルサイネージを活用した取り組みを行っている自治体の例。

#### 自治体プロフィール



図 4.3.3-1 市庁



図 4.3.3-2 市内

面積	1,411.85km <sup>2</sup>
総人口	715,848人（推計人口、2011年2月1日）
人口密度	507人/km <sup>2</sup>
備考	

#### ■ まちなか情報コミュニケーション推進事業情報端末「なびちよ」の概要

目的は中心市街地の活性化としている。今回の事業を担当しているのは、商業労政課で中心市街地の活性化は都市計画課と2課で担当。屋外広告物に関しては都市計画課の担当で、設置にあたって事前打ち合わせをした。事前打ち合わせの内容としては、条例に照らし合わせて設置していいのか、何らかの手続きがあるのかというもの。行政がこのような目的のために設置するので、第三者広告が入るものではあるが、手続き、申請としては必要ないという判断をいただいた。理由としては、52インチのタッチパネルという大きさが規制対象にならないということと、手数料は市の事業なので払う必要はない。

蛍光色の塗料が使えないなどの規制があるが、サイネージの本体の色はシルバーである。例えば、エスパルスカラーのオレンジにしたいと言った場合は、個別に対応する。



図 4. 3. 3-3 「なびちよ」の筐体

運営に関しては、スピード感を重視しているため、市が直接運営していない。市が設置して、無償貸し付け、第三セクターの財団法人静岡振興公社（以下、振興公社）が運営している。サーバーは振興公社の事務所内に設置されている。コンテンツを登録したら、サーバーを通じて表示される。

#### ■ 広告内容に関する対処

広告について、色彩については、いまのところ問題になってない。内容については、市が実施する場合は広告審査会（外部有識者がいる）で審査される。このスキームでは申請から1ヶ月くらいで許可がでるが、それでは即時性に乏しく、サービスの特性上問題がある。従って、広告代理店が審査基準（Web サイトにて公開）にて判断し、問題なければ掲載するというスキームを審査会に諮り、認められている。

一般広告については広告代理店が作成する。広告は掲載料として月 10 万円もらっている。年間何十本あるわけではないので全件審査している。

商店のブログなどは ID・パスワード（公社で発行）、NG ワードで管理している。具体的には、サイバーパトロールにより（1 回/1 日、1 店舗 1 ヶ月 500 円）目視で確認している。基準をベースに、罰則をどうするかなどの要項を振興公社でつくっている。今のところ、変なもののがのったという苦情はないが、エステの女性の背中写真など、判断に困るものはある。そういう場合はサイバーパトロールをやっている業者→振興公社→市の順番で相談がくる。

サービスのスタート時は振興公社でもわからないので、雑談・相談レベルで「こういうの載せるのいいよね」という形で相談されている。

街において街の人たちに使ってもらおうことを目指しているため、審査基準は民間レベル（行政よりゆるやかな考え方）を設定している。

参考にしたのは（ラッピングバスを含めた）バス広告。例えば、パチンコ屋の広告も、場合によって理屈さえ通れば良いのではないかと考えている。

#### ■ 土地の使用・占用について

現在設置されているのは7カ所8台で、基本的には道路、市の土地、民間の土地にわかれている。地下道等は全部道路にあたる。地下道は地上に比べて設置しやすい。理由としては、歩行者専用なので事故につながりにくいこと、紙とか中に入れる掲示板を外郭団体の運営費用にあてるためなど市以外がもっている事例がある。葵スクエア前は公園法をクリアできなかったのも、市のイベントスペースの土地にたっている。伊勢丹前は市道なので許可が必要だった。109前は再開発の土地の民有地で許可をいただいた。

道路法に関しては、市の内部での調整となった。道路交通法に関しても土木管理課が警察と内部で調整してくれたので、土木管理課の担当と一本で協議できた。ここで学んだノウハウとしては、道路管理者として歩行者に迷惑かけない、事故を起こさないという管理者の視点にたった申請にしなければならない。そうでなければ仮に民間が利用できないときに示しがつかないので、行政は特に厳しく理屈を求められる。電気と配線が必要だが、静岡市内は良い石がしきつめられているのでお金の制約もある。ただし、夏の日差しなどで見にくいこともあり、外にたてるのは現在の技術ではお勧めできない。

伊勢丹に設置したのは、回遊ポイントであることと、札の辻という歴史上重要な地点であるから民意として必要だった。道路管理者としても、市長が必要だとしているのだという意見でもっていった。柵があるところ等、市が設置した工作物があるものを、たとえ現在使用されていなくても撤去するのは嫌がられる（税金つかっている）。また、新静岡センター（民有地）への設置も考えている。

内容はわからないが、民間が道路上に色々つけたいというものをお断りしていることもある。今回の事業は、他から人が集まる静岡という都市にあって、迷いやすくサイン計画なども即時性がないという苦情が多く、地図機能があるということで民間と差別化している。もう一つは、これで儲けられない。儲かったとしても次のまちづくりにつなげる、ということにしている。理想としてはただ地図だけという風にしてもらいたかったらしいが、企画側としては、地図は機能として大事にしていきたいが、サイネージのこの場所、この時という特徴を活かした面白い企画を充実させたいと考えている。設置に際しては個別に協議するより関係課みんな集まって順序立てて進めていく方がよい。

#### ■ なびちよの機能、コンテンツについて

音は出る機能はついているが、今は出してはいない。（タッチしたときの音等は現状で）防災情報は出る。

なびちよの利用頻度が足りないのは、周知がたりないこと、そこでしかとれない情報に乏しいこと

がある。役所が運営を想定していたが、それでは内容がかたく、わざわざ街にきて求めない。やって得した、面白かった、というコンテンツを研究して作っていかなくてはならない。サイネージだけで情報発信媒体を完結させるのではなく、web やフリーペーパー等と連携する必要がある。iPhone アプリの開発も計画している。「なんで来たの？」という問いを分析したり、成功事例を集めたりしたい。3 月から「看板男子」という企画をやる。お店ごとの情報発信がバラバラだが、啓発の目的で集中して事業を行う（国の事業）。その他にも、今後静岡の人気占い師の占いコンテンツ等も考えていきたい。このように、多様なコンテンツを試してみる。「こんなのやっちゃうの？」という話題性も必要。目的が特化してわかりやすいものは受け入れられやすいが、何でも入れてしまうものは逆に受け入れられにくいのではないかと考えている。

#### ■ コンテンツの著作権等の権利処理について

静岡市広報、イベント情報については各課が ID・パスワードをもってのせている。著作権については、処理についての責任は各課でもっている。課が発行した印刷物のデータを利用したが、デザインを長細く替えてしまったため、原作者からクレームがきたことはある。

著作権の取扱いは難しく、さくらももこさんやガンダムなどと連携してイベントを実施した経験があるが、写真一枚のせたり違う形で掲載するにしても、著作権もとに確認している。例えばデジタルサイネージに載せるなら、デジタルサイネージがどういった目的で設置されたどういったものか等説明している。デジタルサイネージ自体の法的な定義というより、目的や性格で交渉している。

#### ■ なびちよの法的な位置づけについて

なびちよの静岡市における法的な位置づけ、判断としては、政策法務委員会に新しい概念の情報発信板として説明している。具体的には、第三セクター（振興公社）に無償貸し付けして運営して事業収益で運用していくというスキームが公益性の観点から行政がやる事業として問題ないかという妥当性を伺い、許可を得ている。中心市街地の活性化を目的としているので、民間で運営するが、収益は維持管理費や更にまちづくりにあてるべきである。

#### ■ 振興公社について

静岡市が全額出資している第三セクターで、そもそもは市営住宅の管理の公社としてスタートしたもの。現在はエスパルスのサッカー場の管理等、行政の施設の管理を行っている。中心市街地活性化法の適用の条件として、協議会を作る必要があり、経済界を代表するものとしての商工会議所、行政、まちづくりを代表するものとしてまちづくり会社を指定する必要があるが、静岡市では都市局が中心市街地整備推進機構として指定した。まちづくりを担うという公益的側面をもっており、利益は今後の町づくりに充てられる。現在本事業は赤字となっている。

#### 4.3.4 京都市へのインタビュー

歴史的な景観が多く、そのことが自治体の特徴となっているため屋外広告物について厳しく制限される自治体の例

自治体プロフィール



図 4.3.4-1 市役所



図 4.3.4-2 市内

面積	827.90 km <sup>2</sup>
総人口	1,463,444 人 (推計人口、2010 年 11 月 1 日)
人口密度	1,770 人/km <sup>2</sup>
備考	2007 年 9 月より新景観政策を実施中。 デジタルサイネージに関連する規定として、可変表示式広告物という概念で映像を使う広告について規制をしている。

#### ■ 屋外広告物の掲出

屋外広告物の表示又は掲出物件の設置にあたっては、原則として事前に許可が必要であり、通常、事前協議を行ったうえで許可の申請をいただいている。許可したのものには、許可書を発行している。証票（シール）の発行は行っていない。

#### ■ 違反对策

表示面の色彩については、表示する内容が黒い下地に文字だけであるもの等、基準に合致するものであれば許可できる。事後的に基準に違反する内容を表示された場合は、是正指導等を行うことになる。

#### ■ 特定屋内広告物

京都市屋外広告物等に関する条例（以下「条例」という。）では、可変表示式である特定屋内広告

物について、その他の特定屋内広告物と異なる規制は行っていない。

#### ■ 他の自治体について

近畿地区の自治体の会議でデジタルサイネージについて議題にあがることはあるが、デジタルサイネージに関する協議会を作るまでには至っていない。

#### ■ 光源の点滅について

条例では、屋外広告物に点滅式の照明を設置することを禁止しており、可変表示式の表示内容が点滅するような内容である場合は、ケースバイケースでの判断となる。

#### ■ 例外について

例えば、京都市が公共目的で表示する屋外広告物は許可不要となり、当該広告物の設置される場所の基準が、努力義務として課せられることになる。しかしながら、当該広告物の一部にスポンサー広告などの第三者広告が表示される場合は、原則として許可が必要であり、許可基準に適合させる必要がある。パチンコ店の可変表示式屋外広告物に警察が広告を流すケースがあるが、そのことをもって当該屋外広告物を許可不要とは判断していない。

#### ■ 可変表示式屋外広告物について

デジタルサイネージは、可変表示式屋外広告物に該当する。  
可変表示式屋外広告物については、通常の屋外広告物よりも厳しい面積制限や、そもそも設置できない地域の設定、可変表示式屋外広告物相互の距離の制限等の厳しい規制を行っている。  
京都市の景観計画には可変表示式屋外広告物についての定めは無い。条例に規定している。

#### ■ 実例

ヨドバシカメラに設置された動画を表示しないデジタルサイネージは、条例の定義上は、可変表示式屋外広告物に該当する。

京都市の景観計画には可変表示式屋外広告物についての定めは無い。条例に規定している。



図 4.3.4-3 動画を表示しないデジタルサイネージ

#### 4.3.5 熊本市へのインタビュー

大規模な商業地域がある一方で、歴史的な景観も有する自治体の例

##### 自治体プロフィール



図 4.3.5-1 市役所



図 4.3.5-2 市内

面積	389.53km <sup>2</sup>
総人口	731,032人（推計人口、2010年11月1日）
人口密度	1,880人/km <sup>2</sup>
備考	1996年に中核市になり、2012年の4月の政令指定都市入りを目指している。

##### 屋外広告物制度について

###### ■ 概要

平成8年に中核市になってから屋外広告物の許可の業務を行っている。

平成21年に景観計画を策定。屋外広告物についても内容を付加して条例を改正し、平成22年1月から施行。それまでの屋外広告物の規制に景観計画の規制が加わった。

景観計画に定められた屋外広告物の表示については、「景観計画に定められた基準に適合しなければならない」という規定を新たに設けている。

熊本市は、熊本県から事務を委譲されたので、許可基準や手数料の料金体系などは熊本県とほぼ同じ規定になっている。

###### ■ 規制区分について

熊本市では、屋外広告物の規制区分を6つの規制地域区分にわけて規制している。大きく分けると

禁止地域と許可地域の二つに分けられ、禁止地域では一般広告物を設置できない。許可地域では一般広告物も設置できるが、両地域とも地域区分に応じて総量で規制をかけている。他の自治体では一般広告物だけを規制しているところもあるが、熊本市では自家用広告物を含めて総量規制を行っている。また、総量で規制しながら広告物の種類に応じた規制も行っている。つまり、許可をうけるためには、総量基準を満たしつつ、広告物の種類に応じた高さや大きさ等の基準を満たす必要があり、二重の規制をかけた形になっている。

規制地域区分については、基本的には都市計画の用途区分に準拠していますが、個別に地域を指定したり、道路を基準として規制している場合もある。

規制地域区分は、(分類名上の)数字が大きくなるほど、規制がゆるやかになっている。例えば、商店街などの商業地域だと、総量の規制がなく、広告物の種類に応じた規制だけ(ただし、景観計画による規制を除きます。)であり、店舗に最低必要な10㎡までは許可がいらなくなっている。

数値的な規制として広告物の総量、個別の大きさ、高さ、面積等がありますが、それ以外にも、「周囲と調和すること」といった規定もある。そのことを鑑みて施主さんは設置していただくようお願いしている。

電飾などはネオン管等を想定しているため、許可地域については動画の表現方法については規制していない。動画については、どうしても人が集まるところに設置されるため、ドライバーに対してどうか、信号機の近くにあるかなど交通上の問題で制限されている。

熊本で映像広告が多いのはパチンコ店のようです。その他には交差点などに設置されている。

#### ■ 屋外広告業の登録

熊本市の場合、熊本県で登録していれば簡易な手続きで登録ができる特例制度を設けている。通常の登録には登記事項証明書などの提出が必要ですが、簡素化している。手数料も特例制度の場合は、熊本県のみ負担で、市では無料となっている。

#### ■ 例外について

禁止地域における案内板としてのディスプレイの設置に関しては、片面2㎡以内(1物件につき)で誘導広告は許可していますが映像のものは認めていない。

普通の紙等がロールする屋外広告物は熊本にはないが、あっても掲出は許可地域に限定される。それを考えると映像禁止のところでは映像ではないディスプレイであっても、禁止地域にはディスプレイは設置できない。ただし、案内板として文字だけとなると、考え方も変わってくるかもしれない。

規定からすると、電光表示装置、映像表示装置ということなのでその点からも禁止地域に設置することは難しい。規定の仕方の問題でもある。

芸術作品については、もともと屋外広告物がどういうものかといったことを考えると、アートも屋外広告物であるとされている。これを特例として認めるか認めないかという話だと思う。基本的には熊本市の場合は屋外広告物と考えている。

基準に合わないものを特例で認める場合は、景観審議会で審議をいただいたうえで、許可することになる。

景観審議会とは、たとえば屋外広告物の総量規制になじまないものや建築物の意匠や高さに等について景観上どうかということについて審議しています。屋外広告物についてこの議を経て特例として市長が認めた場合は、規定が緩和される等の措置が行われる。

アートの事例が1件ある。もともと市内の映画館で、壁面にタイルで蝶の絵が描いてある例。著名な芸術家のもので、それを保存したいという運動もあり、それについては景観審議会で審議をいただき、最終的に適用除外扱いにするとの結論になる。今は熊本学園大学という私立大学の建物の壁面に移設され保存されている。

禁止地域の施設の案内板としてのデジタルサイネージについては、施設内になれば屋外広告物に該当しない。地域はどこなのか。誰が掲出するのか。基本的には施設の管理者が責任をもってやっている。

熊本城内に案内板としてデジタルサイネージを設置する場合なども基本的には屋外広告物条例にのっとった形で対応してもらっているが、施設内であることや公共がつくるということで適用除外になる場合もある。ただ、適用除外となった場合でも事前協議と設置届けが必要な場合がある。

#### ■ 違反対策、取り締まりについて

通常の許可が必要な物件については、地域を指定して違反指導をしている。

新幹線開通もあって、平成19年から取り組み始めている。外部の方がこられるような幹線道路について区間を決め指導している。調査等を行う必要があるため道路毎に一定の期間をもうけて指導している。

一路線を調査し、違反を見つけたら文書で指導し、進捗管理をしています。最終的に違反広告物が残らないように指導を徹底している。

ボランティアの協力員制度もあるが、対処できるのははり紙だけ。地区の防犯協会や自治会等の団体がその活動の一環として、違法なはり紙の除却に取り組んでいる。

それとは別に、熊本市では嘱託で2人組2チームが主要路線を回って、違反広告物（簡易なもの）があれば業者を直接指導したり、撤去したりしている。

「こっちを指導してあっちは指導してないじゃないか」ということにならないように、道路やその区間を決めて一律に指導することで公平性を担保している。

許可物件には、許可シールを配布しており、目立つところに張ってもらい、これで許可しているかどうかの判別をしている。許可の有効期限は3年。3年後に現地調査で職員が大きさ等の計測しており、違反があった場合、基準内におさめるよう指導したり、追加の申請を促している。

## 景観計画について

### ■ 概要

熊本市では、早くから都市景観について取り組んでおり、屋外広告物の制度と一体的になる前は屋外広告物の許可とは別に景観条例をベースとして屋外広告物について届出をしていただき、指導助言をしている。あくまで自主条例に基づく指導だったので強制力はなかった。

景観計画を策定し、屋外広告物についてもこれに適合するようにとしたことで、一定の強制力がでてきた。ただ、景観計画に基づく規制は、デザイン等については入り込めず、国も表示する内容に立ち入ってはならないとしているので、努力義務として規定されている。

景観の規制の設け方としては、規模による規制と路線による規制がある。

規模による規制とは、大規模な広告物や建築物等に規制をかけている。市内全域が規制の対象地域となっているが、特に重点地域というエリアの一つである熊本城の周辺だと煙突状のものは造れないなどの規制がある。

また、熊本城の石垣がだいたい海拔50mぐらいであり、55mを基準として、周辺では建築物およびその上の工作物（屋外広告物も）は、海拔55m以上のものは基本的にはつくれないといった規定になっている。

また、熊本駅周辺の一部地域では、自家用を除く屋上広告は設置できないようになっている。

### ■ LED 広告について

LED 広告については、禁止する区域を一部設けており、許可できないところがある。禁止地域では一般広告物の設置は禁止であり、LED は一般広告物扱い（いろんなものが流れるので）になるので、禁止されている。

#### 4.3.6 南城市（沖縄県）へのインタビュー

景観計画の策定中である等景観や屋外広告物について取り組みが始まったばかりの自治体の例

##### 自治体プロフィール



図 4.3.6-1 市役所



図 4.3.6-2 市内

面積	49.76km <sup>2</sup>
総人口	39,761 人（推計人口、2010 年 12 月 1 日）
人口密度	799 人/km <sup>2</sup>
備考	2010 年の 4 月に沖縄県より権限委譲された。 独自の条例はなく、景観計画を策定中。

##### 屋外広告物条例に基づく手続きについて

###### ■ 制度の概要・運用について

屋外広告物条例は、現状まだつくっていない。沖縄県の条例を運用している。実際の手続きについても県からもらった資料をもとに運用している。申請がきた場合、用途地域、許可地域の事前協議をして申請者からの書類を規制区域にないかなど確認する。実際まだ経験がない。（インタビュー時点で、3 件のみ）

### ■ 取り締まりについて

勝手に設置されたものについては取り締まりはやっていない。国道や県道については、道路管理者のほうで違反広告についてシールをはって警告しているが、市についてはやっていない。市道については管理しなくてはならないが、現状広告物に対する認識は低い。シールは準備している。



図 4. 3. 6-3 南城市の警告シール

沖縄県のものに、南城市役所および所管の警察署の名前をいれたもの。

市内で設置されている広告物の把握はしていない。あちこちにたてられてはいるが、条例に違反しているかどうかについてはやってない。

実際に掲出されている屋外広告物については、郵便局や大手スーパーなど他で申請したことがある場合は、自ら申請してくるが、それ以外は申請せず、掲出する事例も多い。（資料として権限委譲前の、ガソリンスタンド、農協などの広告塔の申請もある）指導すべきであるが、手が回らないのが現状である。やるときから基準にあわせるようにしている。

景観計画策定において調査はおこなったが、特に屋外広告物に限定せず、商用施設などに区分けしている。どういった基準にするかの参考にしている

### ■ 例外について

公共性の高い広告物に第三者広告を入れた場合についても、平成 22 年の 4 月 1 日から県より委譲されたばかりで、今まで申請業務に携わったことがない。市の事業として民間を巻き込んだ形で屋外に何か表示するなどあるかも、今のところない。そういった話が出た場合は、沖縄県の屋外広告物条例にのっとってやるしかない。芸術目的で表示するものは、基準として明るいものなどそういったものが条例に違反しているか否かで判断する。広告かどうかなど、作品を生み出した人との話し合いにはなると思う。修正などしても

らうなど、話し合いでやるしかない。裁量で認める場合もあると思うが、一つ認めてしまうと他のものも認めなくてはならなくなる。一律でやらなければならない部分というものもある。

屋外広告物の定義に当てはまるのかの判断は、どの許認可にあたるか、担当によっても分かれる。どの許認可にあたるかは判断は難しい。裁量の部分はあるかもしれない。

#### ■ 制度の今後について

屋外広告物条例を新しくつくりたいという話については、まだ権限委譲されてきたばかりなので、現状ない。不都合があればそういう話もでてくるかもしれないがいまのところ3件しか申請がないのでそのような段階ではない。

### 景観計画について

#### ■ 概要

景観計画の策定を平成 21 年度からやっており、22 年度は景観計画の素案作りをやっている。今年度末で行政内部の案としてできる。23 年度は内部でまとまったことを公表して修正していくことを考えている。

景観についての意識、啓発をパンフレットで行っている。高さや色彩など、具体的な基準についてものせる予定。（今週末配る予定）

色については内部の検討をしている段階だが定性的に、言葉で「穏やかな色にする」「周囲に圧迫感を与えない色にする」など表現し、事務局の判断基準のガイドラインで数値を記入していく。ということを考えている。

今後は重点地区を何カ所か検討しており、こういったところから守るべきことについてきめ細やかに検討していく予定である。景観地区に指定すれば法的拘束力もうまれてくる。しかし、現段階ではなじみも無いので、そういったものをみんなで考えていきましょう、という段階。

景観重点地区とは、南城市の景観計画の区域としては、海域も含めて全域を景観計画区域として指定しておりその中でよりきめ細やかなルールを検討している箇所として考えている。現在、都市計画区域以外の奥武島、仲村渠集落、など4カ所を検討している。モデル地区のように考えている。

景観重点地区以外の地域においては届出対象を高さ 10m 以上、300 平米以上とする予定であるが、景観重点地区についてはすべての建築物を対象としている。景観形成基準については他の地区と同じ。13m、4 階建てに相当するものに押さえる。ただ、モデル地区なので、基準をきめ細やかにしていくことも検討している。

工作物、屋外広告物についても届出の対象となる。景観地区という都市計画決定することによって

建築確認と連動して法的拘束力がうまれてくる。そのモデル地区として4カ所を選定している。去年8月より都市計画区域がかわった。南城市単独で都市計画区域になった。特定用途制限地域と風致地区を導入した。奥武島と久高島については都市計画区域にはいっていないが、景観計画でカバーしていく。景観計画の特徴として海域も含まれている。

屋外広告物についても景観形成基準の対象とする予定なので条例については来年度以降策定していくなかで、屋外広告物についてどれくらい盛り込めるか、これから検討していく。

動画・映像を使った広告について南城市では、まだそういったことを考えている段階ではない。(沖縄県では、県庁の近くの動画の広告など許可が出ている)  
点滅など状況にもよるが、周辺に被害があるような点滅のさせ方など問題もあるとはおもうがどう取り締まるか等はわからない。今のところは色の種類、色彩、色相、明度彩度についてしか考えておらず、点滅についてはまだ議論にあがってきていない。

現段階で派手な、問題のありそうなものがきた場合は、基本的には沖縄県の条例に従い、許認可自体は南城市におりてきているので裁量については南城市で判断している。

## 第V章 提言

本章では、景観と調和したデジタルサイネージの発展に向け、本調査研究を通じて導きだされたその法的環境に関する提言を以下のようにとりまとめた。

### 5.1 屋外広告物規制等に関連する提言

#### 【手続きの一元化の施策】

屋外広告物の設置、道路占用、その他デジタルサイネージの設置に関わる制度は、自治体ごとに多様なものとなっており、本調査研究の範囲でも、独自ルールがなく今後制度が整備される自治体から、映像表示装置について独自の規定を設け、屋内の広告物についても一部規制をかけている自治体までもが存在し、ルールや規制の実態が相当程度に異なることが明らかとなった。

また、設置の手続きも屋外広告物のみならず、道路占用等国、県、市をまたがったり同一組織内の様々な部局をまたがって複数の手続きを行う必要があったりして、デジタルサイネージの設置者にとり、どこの窓口にどのような手続きを行えばよいのかが中々わかりにくくなっている。

そこで、デジタルサイネージの設置を各自治体のルールにしたがって円滑に行えるよう、手続きを一元化して代行する組織の設置等、一元化に向けた取組みが必要ではないか。

#### 【自治体ルールの特色・課題別共通化】

調査した範囲では、前述の様に手続きを一元化する取組みが見られないことに加え、自治体間の連携が全く十分でない。各自治体で制定されている同種の条例、規則等について、一定の情報共有は部分的に行われているものの、それも現状では地理的な近接性に基づく程度であり、条例、規則等を共通化する取組みまでは行われていない。そのため、事業者にとって、設置申請に際しての必須項目および手続きの把握が煩雑であるという問題がある。

また、地理的に離れた複数の自治体において、例えば歴史的な景観を保存する取組みがなされている地域では、各々デジタルサイネージをはじめとする映像表示装置の設置が詳細に制限されていることが本調査でも明らかになった。

このように、地理的に離れた異なる自治体間でも、歴史的な景観の保存や、自然環境の保全等、共通の特色・課題を有する地域では、各々詳細が異なるものの、大枠で同様の規制や対策が行われていることが多い。

事業者にとって、デジタルサイネージの設置申請に際して必須項目および手続きの把握が煩雑であるという問題を解消する観点からも、今後、地理的な遠近にかかわらず、共通の特色・課題を持つ地域間で、自治体の枠を超え、その特色・課題に基づくルールの共通化を図ることが必要ではないか。

#### 【第三者広告が入った公共性の高いデジタルサイネージの特例措置の拡大】

東京のJR山手線田町駅前にある視覚障害者向け電子情報案内板や、静岡市のタッチパネル情報端末「なびちよ」など、デジタルサイネージを公共機関が公共目的で利用することも拡大しつつある。

このような場合には、設備の維持管理にあたり、当該デジタルサイネージによる広告料収入を活用することが想定されるところである。

このように、広告の側面を有していても、同時に公共目的が認められる場合など公益の増進にも資する場合には、当該デジタルサイネージの設置規制等を別に取り扱い、設置がより容易になるようにするのが適当ではないか。

#### 【芸術作品等景観の向上に資するデジタルサイネージへの規制緩和】

芸術作品等を屋外広告物条例が適用される「屋外広告物」として扱うかどうかの判断が自治体によってまちまちである。多くの自治体では、芸術作品であっても屋外広告物に該当するという判断をしているが、非営利のものであれば屋外広告物として扱わないという例もある。

しかし、芸術作品のように街の景観や美観の向上に資するものであれば、「屋外広告物」として取り扱われる場合でも、屋外広告物の許可要件を緩和することも検討に値するのではないか。

## 5.2 著作権関連の提言

デジタルサイネージのネットワーク化が進み、多様な利用形態が広がる中、その振興を図る観点から、個々のディスプレイや個々のプロモーションという個別単位を基準に著作物使用料が定められるのではなく、実際の広告費等の収入とバランスが取れた使用料水準が検討されるべきではないか。そうでないと、著作物使用料が現実的でない過大な水準となり、せっかくの新たなメディアの発展が大きく阻害されることが懸念される。

同時に、デジタルサイネージについて著作物使用料の支払責任者が担保されるのであれば、一定限度で報酬請求権的な取扱いにすることも検討に値するのではないか。

また、著作物の二次使用に関しては、拡大し多様化する利用実態に鑑み、少額課金も検討範囲に含めるべきではないか。

## 第VI章 まとめ

近時デジタルサイネージの普及はめざましく、電車の中や駅中、繁華街、飲食店、役所、空港等々、日常生活の至るところで日々設置が進んでおり、存在感を増してきている。

しかも、数が増えているばかりではなく、大きさも形も用途も様々に、そのネットワーク化、デジタル化、双方向化といった特性を生かして、多様なアイデアや創意工夫から新たな活用形態が日々生みだされてきている。また、例えば視覚障害者向けに音声で案内を流すものなど、利用目的も純粋な商業目的、広告宣伝目的には限られず、公共目的での活用も進められている。単に従来のポスターが動画になったとか、紙を張り替えなくても広告内容を変更できるようになった、といった話にとどまるものではない。

このように、デジタルサイネージが数を増やし、多様な形態で本格的に普及してくると、繁華街や都市部をはじめ地域の至るところで、広告物や案内板のある景観にも相応の変化を及ぼすことは自然な流れである。特に、広告宣伝では、個々の広告宣伝物自体で人目を引くことが重視されるため、一般に、一定の全体的景観を維持することや、道路交通の安全を確保することといった公共的利益との間で衝突が生じる可能性がどうしても内在されている。

無論、このような可能性は従来からのポスターや電光掲示板、ネオンサイン等による広告でも問題とされてきたことであり、そのために、屋外広告物法・条例、景観条例、道路交通法、建築基準法、都市計画法その他により、良好な景観の保持、道路交通の安全・円滑、防災といった様々な観点から各種規制がきめ細かく行われているところである。

しかし、デジタルサイネージでは、デジタル化とネットワーク化により、動画、音声、双方向性等、従来型の広告に無かった多種多様な方法での広告宣伝が可能となっているため、従来は問題とならなかった法規制（例えば著作権法上の公衆送信権、放送関係法令）が新たに適用される可能性も生じているし、また、従来から適用されている法規制（例えば屋外広告物条例、景観条例、道路交通法）については、そのまま問題がないのか、デジタルサイネージの発展を不必要に阻害していないかという検証も必要となっている。

以上の基本的な認識に立ちつつ、景観と調和したデジタルサイネージを積極的に活用し推進していくという観点から、これを取り巻く法的環境はどうなっているのかを検証し、また、設置に必要な行政手続において規制の運用の実情はどうなっているのか（従来型の広告宣伝にはなかったデジタルサイネージ固有の問題が生じているのか）、今後の景観と調和したデジタルサイネージの発展のため、法的環境に関してどのような課題があるのか、どのような方向性を目指すべきなのか、といったことを検討したのが本調査研究である。本報告書はこれを取りまとめたものである。

ところで、デジタルサイネージといっても多種多様な形態が存在し、今後現時点では予想のつかないものが現れる可能性も高いこと、また、自治体ごと、地域ごとに異なり得る関連の規制を隅々まで全て網羅することは実際上できないこと、時間や費用等による制約も自ずとあることから、本調査研究を進めるに当たっては、現在実際に存在する形態のデジタルサイネージを前提に、特に関わりが大きい法令に絞って取り上げることとした。

また、法令の適用という観点からは、デジタルサイネージの種類によって、従来型の広告物と同様に適用される法規制もあれば、新たに適用されることとなる法規制も出てくることとなる。そこでまず、取り上げる各法令のうち、新たに適用されることとなる一定の著作権法上の規定（公衆送信権、放送権等）と放送関係法令の適用という観点から、デジタルサイネージの種類を把握することから出発した。

そのうえで、各類型に適用されるこれらの法令とその基本的な内容を必要に応じて理解したうえで、たとえば個々のデジタルサイネージの企画段階で、所要の行政手続きや著作権処理の範囲等について現実的な見通しを付けたり、実際に行政窓口で許認可等所要の手続を円滑に進めたりすることができる指針となるような、一種の実用的なマニュアルとしても活用できる報告書とすることを目指した。

同時に、本調査研究を進める過程で、景観と調和したデジタルサイネージを推進するための法的環境に関して浮かび上がってきた様々な課題についても委員会で検討し、提言として前章にとりまとめた。

以上に関連して、ここで特に強調したいのは、本委員会での議論や各所へのインタビューを通じ、デジタルサイネージを設置する事業者の広告宣伝目的や商業性と、自治体等や地域の公共の利益とは必ずしも相反するものではないことが確認され、両者をうまく調和させていくこと、あるいは一方を他方に取り込んでいくことで、事業者にとっても、自治体等にとっても、ともに利益となるデジタルサイネージを展開していける可能性が浮かび上がってきたことである。

屋外広告物条例や景観条例で求められる許認可や道路使用・占用許可においては、法令の規定や運用上のガイドラインに適合するかどうかについて、非常に詳細な定めが設けられているとはいえ、最終的には許認可担当官の判断に委ねられている部分が少なくない。そのような判断や適合への示唆を得る際には、そのデジタルサイネージの設置が公共の利益にいかに関与するか、という要素も大きな意味を持つてくると思われるので、事業者側としても、この観点での創意工夫が重要となろう。

なお、第Ⅱ章でも触れられているが、放送関係の法律は、昨年11月に大きな改正がなされ、法体系の一本化や整理統合が行われたところである。しかし、新法は、遅くとも本年9月初めまでに施行されるとはいえ、現時点では未だ具体的施行日が定められていないし、関係政省令も未だ一部しか制定されておらず、その内容が十分に明らかとはいえない。また、認可が届出でよくなるといった規制緩和等が予定されているものの、本調査研究との関係では基本的な部分での変更はなさそうである。そのため、本報告書は現行法を前提にした内容としている。

最後になるが、この調査研究のため、インタビューや照会に貴重な時間を割いてご協力を賜った政府機関、自治体、各団体、事業者の皆様には、この場をお借りして改めて厚く御礼申し上げたい。本調査研究は、これらの貴重な知見に負うところが非常に大きい。

また、本調査研究の全過程を通じ、デジタルサイネージに豊富な経験と知見を有する各委員とオブザーバーの各位から、各々の立場で活発な議論や示唆、経験のご紹介をいただいた。この場をお借りして、改めて厚く御礼申し上げる次第である。

本調査研究を通じて得られた知見が一般に開示され、公私の関係者のより緊密な連携や、制度の改善等に寄与し、景観と調和したデジタルサイネージの一層の発展につながることを願ってやまない。

(文責 本調査研究会委員長 山田 卓)

[インタビュー協力企業・団体等 (順不同・敬称略)]

株式会社オリコム (ORICOM CO., LTD.)

〒105-0004

本社 東京都港区新橋 1-11-7 新橋センタープレイス

<http://www.oricom.co.jp/>

ピーディーシー株式会社 (PDC Co., LTD.)

〒104-0031

東京都中央区京橋 2 丁目 13 番地 10 号 京橋 MID ビル 6F

<http://www.pdc-pana.co.jp/>

一般社団法人日本音楽著作権協会 (JASRAC)

〒151-0064

本部 / 東京都渋谷区上原 3-6-12

<http://www.jasrac.or.jp/>

一般社団法人日本パブリックビューイング協会 (JPVA)

〒101-0051

東京都千代田区神田神保町 2-14 朝日神保町プラザ 1009 号

<http://www.jpva.or.jp/>

総務省 (MIC)

〒100-8926

東京都千代田区霞が関 2-1-2 中央合同庁舎第 2 号館

<http://www.soumu.go.jp/>

付録

付録 1 東京都 屋外広告のしおり (1P~34P、62P~64P)

# 屋外広告物のしおり



平成 22 年 5 月



## はじめに

人々が都市の生活の中で豊かさや潤いを求めるようになり、都市景観に対する関心も高くなっております。とりわけ、屋外広告物は、都市景観の重要な構成要素となっており、私たちの生活に深く入り込んでいるといえます。

例えば、屋外広告はまちを訪れる人々を適切に案内誘導したり、商品やサービスの受け手である消費者に情報を提供するなど、都市におけるもろもろの活動を円滑にし、人々の日常生活に多くの利便をもたらしています。

このような屋外広告物も、無秩序・大量に表示されると自然の風致やまちの美しさを損ねることになります。

また、近年、屋外広告物の表示方法は多様化・大型化しています。建築物の屋上や壁面などに設置される人型の広告塔や広告板をはじめ屋外広告は、適正に設限・管理されなければ落下や倒壊などにより、貴重な生命や財産を奪うことにもなりかねません。

そこで、屋外広告はまちの良好な景観を形成し、風致を維持し、公衆に対する危害を防止する観点から適切に規制される必要があります。

東京都では、このようなことから東京都屋外広告物条例等により屋外広告物の規制を行っています。この「しおり」は、都内における屋外広告物に関する規制の概要を理解していただくために作成したものです。ここに掲げるルールをご理解いただき、成熟都市東京にふさわしい美しい東京のまちづくりが一層進展するようご協力をお願い申し上げます。

— 目 次 —

1 屋外広告物とは	1
2 屋外広告物の出せないところ、出せるところとは	1
3 屋外広告物の出せないところ（禁止区域・禁止物件）	2
4 特殊な規制	4
5 屋外広告物の出せるところ（許可区域）	6
6 許可申請の手続	8
7 許可権者	9
8 許可の基準の概要	12
9 特定の区域における基準	19
10 景観計画に基づく規制	21
11 屋外広告物管理者の設置	28
12 屋外広告物の登録【新規・更新手続き】	29
13 禁止広告物	32
14 管理及び除却の義務	32
15 罰則	32
16 屋外広告物の種類	32
17 東京都屋外広告物条例	35
18 東京都屋外広告物条例施行規則	50
19 屋外広告物取扱窓口一覧表	62
20 屋外広告物許可申請手数料及び許可期間	64

## 1 屋外広告物とは

屋外広告物とは、(1)常時又は一定の期間継続して(2)屋外で(3)公衆に表示されるものであって、(4)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。(屋外広告物法第2条第1項)

屋外広告物というと商業広告がすぐ頭に思い浮かびますが、具体的なイメージや観念を表しているものは、上記(1)～(4)のすべての要件を満たしていれば、営利的なものはもちろん、たとえ文字で表示されていない絵、商標、シンボルマークなど、その表示する内容にかかわらず屋外広告物ということになります。

(屋外広告物に該当しないものの例)

- 工場、野球場、遊園地内等で、その構内に入る特定の者のみを対象とするもの
- 街頭演説等ののぼり旗等一時的で、かつ、設置者の直接的な管理下にあるもの
- 単に光を発するもの(サーチライト、文字のない単一色の板への照明)
- 音響広告

## 2 屋外広告物の出せないところ、出せるところとは

条例では、屋外広告物等を出す(=屋外広告物を表示し又は屋外広告物を掲出する物件を設置する)ことを禁止する必要がある地域や場所を**禁止区域**(条例第6条第1項)として定めるとともに、街路樹やガードレールなどを屋外広告物を出せない**禁止物件**(条例第7条)として定めています。

また、知事の許可を受けることによって屋外広告物を出せる地域や場所を**許可区域**(条例第8条)として定めています。

禁止区域、禁止物件及び許可区域の概要については次頁以降をご覧ください。

このしおりでは規制などの主なもののみを説明しています。実際に屋外広告物を出そうとする場合には、以下の内容をお読みいただくとともに、必ず事前に屋外広告物の担当(60ページ～61ページ参照)にご相談ください。

### 3 屋外広告物の出せないところ（禁止区域・禁止物件）

#### (1) 禁止区域・禁止物件と適用除外について

禁止区域や禁止物件は、具体的な例としては、下記の表の左欄のとおりとなっていますが、そのような区域等でもすべての広告が禁止されているのではなく、下記の表のように一定の要件を満たせば禁止区域や禁止物件でも出せる場合があります。これを「適用除外広告物」といいます。適用除外広告物にも、許可が必要なものと許可を受けなくても出せるものがあります。

また、禁止区域等に出すことができる広告物又は広告物を掲出する物件（以下「広告物等」という。）でもその形や大きさは12ページからの規格に定める基準に合っていないければなりません。

下記の表にない場所・規格等、不明な点や詳細については都・区・市等の屋外広告物の担当にお問い合わせください。取扱窓口一覧は、52ページ～63ページにあります。

なお、この表の中の自家用広告物は、禁止区域内の場合と許可区域内の場合がありますので、3ページで説明します。

区分	禁止区域・禁止物件	主な適用除外広告物	
	禁止されている地域・場所の例	許可を受けて出せる広告物	許可のいない広告物
禁止区域	<ul style="list-style-type: none"> <li>○第1種・第2種低層住居専用地域</li> <li>○第1種・第2種中高層住居専用地域</li> <li>○特別緑地保全地区</li> <li>○景観地区のうち知事が指定する区域</li> <li>○旧美観地区<sup>※</sup>、風致地区</li> <li>（知事の指定により出せる場所あり）</li> <li>○保安林</li> <li>○文化財保護法の建築物及びその周囲</li> <li>○歴史的又は都市美的建築物及びその周囲、文化財庭園等の周囲</li> <li>○墓地、火葬場、葬儀場、礼寺、教会</li> <li>○国、公共団体の管理する公園、緑地、運動場、動物園、植物園、河川、堤防敷地、橋台敷地</li> <li>○国立公園・国定公園・都立自然公園の特別地域</li> <li>○学校、病院、公会堂、図書館、博物館、美術館、官公署等の敷地</li> <li>○道路、鉄道及び軌道の路線用地及びそれに接続する地域で、知事の定める地域（4ページ～5ページ参照）</li> <li>○前記に掲げるもの他、別に知事が定める地域</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○自家用広告物で条件にあるもの （次ページ参照）</li> <li>○道標・案内図版等の広告物で、公共的目的をもって表示するもの</li> <li>○電柱等を利用し公衆の利便等の用に供するもの</li> <li>○知事が指定した専ら歩行者の一般交通に供する道路に表示するもの</li> <li>○規則で定める公益上必要な施設又は物件に表示するもの</li> <li>○知事の指示した道路の路線用地沿いの禁止区域で、市街化調整区域に設置する案内誘導を目的とし、一定の規格に合うもの</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○自家用広告物で条件にあるもの （次ページ参照）</li> <li>○他の法令の規定により表示するもの等</li> <li>○国又は公共団体が公共的目的をもって表示するもの</li> <li>○公益を目的とした集会や催し物等のために表示するはり紙、はり札等、広告旗、立看板等、広告幕及びアドバルーン</li> <li>○自己の管理する土地等に管理上必要な事項を表示するもの</li> <li>○冠婚葬祭や祭礼のためのもの</li> </ul>
	禁止されている物件の例		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○橋、高架道路、高架鉄道及び軌道</li> <li>○道路標識、信号機、ガードレール、街路樹</li> <li>○郵便ポスト、公衆電話ボックス、送電塔、テレビ塔、照明塔、ガスタンク、水道タンク、煙突、無線塔、吸排気塔、彫像、記念碑</li> <li>○石垣、がけ、土手、堤防、よう壁</li> <li>○景観重要建築物、景観重要樹木</li> <li>○その他知事の指定物件（パーキングメーター等）</li> </ul>		
禁止物件	はり紙、はり札等、広告旗又は立看板等のみが禁止されている物件		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○電柱、街路灯柱、消火栓標識</li> <li>○アーチ・アーケードの支柱</li> </ul>		

※景観法の施行に伴う関係法律の整備等に関する法律（平成16年法律第111号）第1条の規定による改正前の都市計画法第8条の規定により定められた美観地区（以下同じ）

(2) 自家用広告物の適用除外について

「自家用広告物」とは、自己の氏名、名称、店名、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、営業所または作業場に表示する広告物等のことをいいます。

なお、許可区域や禁止区域であっても、下記の表のとおり許可のいない範囲の面積内であれば申請は必要ありませんが、地域や地区により禁止されている事項、表示できる面積が決められていますのでご注意ください。

また、許可のいない面積を超えた場合、許可区域内は許可の一般規格に合えば申請できますが、禁止区域内は下記の表の右欄の合計面積までとなります。この場合、許可のいる合計面積には、許可がいない範囲の面積 5㎡又は 10㎡も含まれます。

自家用広告物の適用除外基準（許可区域及び禁止区域内）

地域・地区等	禁止されている事項	※路線用地やこれに接続する禁止区域内の禁止事項	許可がいない合計面積	禁止区域内において許可のできる合計面積の限度
1 第1種・第2種低層住居専用地域 第1種・第2種中高層住居専用地域 2 風致地区 3 特別緑地保全地区 4 国立公園、国定公園、都立自然公園の特別地域 5 第1種文教地区 6 保安林	○屋上への取り付け ○壁面からの突出 ○ネオン管の使用	○光源の点滅 ○赤色光の使用 (表示面積の1/20以下は使用できる。この表において以下同じ)	合計が5㎡以下	合計が20㎡以下  (ただし学校、病院は50㎡以下)  (事業・営業内容を含めることはできません。)
7 文化財保護法により指定された建造物及びその周辺、歴史的・都市美的建造物及びその周辺並びに文化財庭園など歴史的価値の高い施設の周辺地域で知事の定める地域	○屋上への取り付け ○光源の使用 ○高彩度の色彩の使用	○光源の点滅 ○赤色光の使用 ○露出したネオン管	上記1から6及び8の地域内合計が5㎡以下 上記9から13の地域内合計が10㎡以下	
8 全域	橋、高架道路・高架鉄道及び軌道、石垣等からの突出		合計が5㎡以下	
9 第2種文教地区		○光源の点滅 ○赤色光の使用	合計が10㎡以下	
10 第1種・第2種住居地域、準住居地域、近隣商業、商業、準工業、工業、工業専用地域 11 都市計画区域のうち用途地域の未指定地域		○光源の点滅 ○赤色光の使用 ○露出したネオン管の使用		
12 上記10の地域内旧美観地区 13 上記10の地域内の東京国際空港用地、新宿副都心地区	○屋上への取り付け ○光源の点滅 ○赤色光の使用 ○露出したネオン管の使用			

※これに接続する禁止区域内：都市高速道路、東海道新幹線、中央高速道、東名高速道等（区域については担当窓口にお問い合わせ下さい。）

は許可区域を表しています。

## 4 特殊な規制

### (1) 鉄道等に関する規制

#### ① 東海道新幹線沿線に関する規制

品川区広町二丁目から大田区神奈川県境までの区間……鉄道路線用地の境界線から(東、西、南、北)側 50m又は両側 50m以内の区域が禁止区域となっています。

#### ② 東京モノレール羽田線に関する規制

大田区羽田空港一丁目から港区浜松町二丁目までの区間……両側 50mについて、路線高から高さ 15mまでの区間(一部区間は路線高より上の空間)が禁止区域となっています。

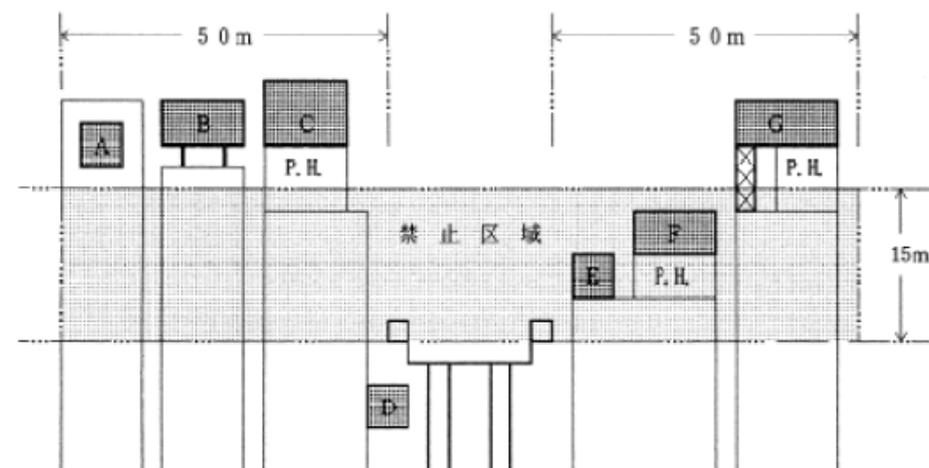
### (2) 道路に関する規制

#### ① 都市高速道路沿道の規制

##### ア 一般的な規制

道路境界線から両側 50m以内で、道路の路面高から高さ 15m以下の空間が禁止区域となっています。(下図参照)

ただし、下記イのように一部に路面高より上がすべて禁止区域となる区域があります。



A・B・C・Dは許可区域であれば許可の対象となりますが、E・F・Gは表示できません。

##### イ 特別な規制

都市高速道路沿道の地域地区等が第1種・第2種低層住居専用地域、第1種・第2種中高層住居専用地域、旧美観地区、風致地区等、第1種文教地区等の周辺 50mの区域(商業地域にかかる部分を除く。)では、路面高より上の空間が禁止区域になる場合があります。

※詳細については、屋外広告物の担当までお問い合わせ下さい。

##### ウ 湾岸線

道路(本線)境界線から両側 100m以内が禁止区域となっています。

② 高速自動車国道沿道の規制

道路名	区 域	
中央自動車道	起点から調布市内まで	道路（本線）の中心線から両側 200m以内
	調布市内から八王子市内 （用途地域指定のある地域）	道路（本線）の中心線から両側 300m以内
	調布市内から八王子市内 （用途地域指定のない地域）	道路（本線）の中心線から両側 500m以内
	調布・府中・八王子の 各インターチェンジ	道路境界線から両側 50m以内
東名自動車道	世田谷区の区域内	道路（本線）の中心線から両側 200m以内
	環状8号線との交点	道路（本線）の中心線から周囲 200m以内
	町田市内	道路（本線）の中心線から両側 500m以内
関越自動車道	道路（本線）の中心線から両側 200m以内	

このほかに、都道や一般国道411号線（青梅街道）など国立公園の普通地域にかかる道路等の沿道についても屋外広告物の禁止区域があります。

ここに記したのは一例ですので、詳細については屋外広告物の担当にお問い合わせ下さい。

## 5 屋外広告物の出せるところ（許可区域）

- 都内の特別区、市及び町の区域
- 自然公園法で指定された国立公園（3か所）・国定公園（1か所）及び都立自然公園（6か所）
- 景観計画の区域のうち、知事の指定する区域  
上記の範囲内で、禁止区域以外の区域をいいます。

また、許可区域であっても2ページの適用除外広告物の一覧のうちの（許可のいらない広告物）欄にあてはまるものは許可がありません。

### (1) 許可について

許可区域に屋外広告物を表示等される場合は、原則として許可が必要となります。

### (2) 許可の申請窓口

屋外広告物の許可を受けるためには、表示する場所や広告物の種類により下記の窓口に許可申請書類を提出する必要があります。

なお、窓口一覧表詳細は、62ページ～63ページにあります。

表示・掲出する場所	表示・掲出するもの	取扱窓口
23区内	許可が必要なすべての広告物等	区の広告物担当係
島しょ地区内	許可が必要なすべての広告物等	支庁の広告物担当係
市及び瑞穂町の区域内	①電柱利用の広告物等 ②標識利用の広告物等 ③車体利用の広告物等 ④表示・設置届が必要な場合	多摩建築指導事務所管理課
	①～④以外の広告物	市・瑞穂町の広告物担当係
多摩地区の町村の区域内 (瑞穂町を除く)	許可が必要なすべての広告物等	多摩建築指導事務所管理課

③ その他の確認・許可

屋外広告物の許可のほか、次のような場合は、それぞれ決められた手続きをしてください。

① 広告塔・広告板などの高さが4メートルを超える場合の申請窓口

<p>建築基準法に基づく、工作物の確認が必要となります。</p>	<p>区 部 —— 区の建築担当課</p> <p>多摩地区 —— 多摩建築指導事務所の建築指導担当課で受付けます。 ただし、<u>八王子市、立川市、武蔵野市、三鷹市、府中市、調布市、町田市及び日野市</u>は市の建築指導担当課で受付となりますので、ご注意ください。</p> <p>島しょ —— 支庁の土木課</p>
----------------------------------	---

② 広告物等を道路上（上空も含まれます。）に掲出する場合の申請窓口

<p>道路法に基づく道路占用の許可が必要となります。</p>	<p>国 道 { 23 区 —— 東京国道事務所 市町村 —— 相武国道事務所</p> <p>都 道 { 区市町村 —— 建設事務所 島しょ —— 支庁の土木課</p> <p>区・市・町・村道 —— それぞれの道路管理課</p>
<p>道路交通法に基づく道路使用許可が必要となります。</p>	<p>広告物等のある所轄の警察署</p>

③ 地区計画等の都市計画区域内に掲示する場合の申請等窓口

<p>地区計画区域内では、都市計画法に基づく工作物の届出が必要となります。<sup>※1</sup></p>	<p>区 部 —— 区の都市計画担当課</p> <p>多摩地区 —— 市・町の都市計画担当課</p>
<p>都市開発諸制度の基準等<sup>※2</sup>に基づき、工作物について協議、申請が必要となります。</p>	<p>区 部 —— 区の都市計画担当課</p> <p>多摩地区 —— 市・町の都市計画担当課</p>

※1 都市計画法第58条の2（建築等の届出等）に基づき、工作物についても政令38条の5第1項2号に掲げるもの以外のものは、届出が必要となります。

※2 特定街区、再開発等促進区を定める地区計画、高度利用地区及び総合設計の4制度について、東京都特定街区運用基準、東京都再開発等促進区を定める地区計画運用基準、東京都高度利用地区指定方針及び指定基準、並びに東京都総合設計許可要綱及び実施細目の運用基準等があります。

## 6 許可申請の手続

### (1) 新規及び変更の場合

広告物等を表示等する場所を所管する広告担当係の窓口へ関係書類各2通を提出し、許可を受けてから着工してください。

なお、申請される際には所定の許可申請手数料を納付してください。(64ページ参照)

- ① 許可申請書〔様式が定められています。窓口にて用意してありますのでご請求ください。また、東京都のホームページにもあります。〕

なお、申請者が法人の場合には、代表者印を押印してください。

### ② 添付する書類

ア 図面等〔付近案内図、仕様書、デザイン図(着色したもの)、設計図(配置図、建築物の立面図、屋上平面図を含みます。)、配線図(ネオン使用の場合)〕

イ 承諾書(他人が所有する土地・建物に表示等する場合)

ウ 委任状(広告主が申請手続きを他人に委任する場合)

エ マンセル値を表示した広告物の意匠図(文化財屈曲等の周囲で知事が指定した区域に表示する広告物等に限ります。)

オ 屋外広告物等に係る意匠等作成経過報告書(車体利用広告、知事が指定する地下歩行者道等及び規則で定める公益施設・物件に表示する広告物等に限ります。ただし、特に必要のない場合もありますので許可の窓口でご確認ください。)

### (2) 継続の場合

許可期間は広告物の種類によって決まっています。期限後も引き続き表示等をされる場合は、期間が満了する10日前までに継続の手続きをしてください(提出先は、新設の場合と同じ窓口です。)

なお、申請に必要な書類は、新設の場合と同様に各2通ですが、次のように添付書類が簡略化されています。

### ① 許可申請書

### ② 添付する書類

ア 図面〔付近案内図のみとなります。〕

イ 広告物のカラー写真(サービスサイズ程度で3か月以内に撮影されたもの)

ウ 屋外広告物自己点検報告書(定められた規模の広告塔・広告板及びアーチ・装飾街路灯の場合必要となりますので28ページを参照してください。)

エ 承諾書 } (必要な場合に添付してください。)  
オ 委任状 }

### (3) 総表示面積の規制(総量規制)に該当する場合

商業地域及び近隣商業地域内にある高さが10mを超える建築物に広告物等を表示するときは、建築物の壁面の状況がわかる図面(現に壁面又は屋上に広告物があるときは、位置と表示面積のわかるもの)と、その表示広告物のカラー写真が必要となります。

(4) 申請者の変更、広告物の撤去の場合

申請者の住所、氏名等を変更した場合は屋外広告物広告主等変更届を提出してください。  
また、すでに表示等されている広告物等を除却したときは、屋外広告物除却届を広告物等の表示場所を所管する広告担当係へ提出してください（郵送されても結構です。）。

(5) 広告物の許可を受けた場合

広告主は、許可期間・許可番号等を表示した標識票を、広告物や敷地内の見やすい箇所に  
はり付けてください。その状況を写真等に記録し標識票のはり付け状況の報告を提出して  
ください。

7 許可権者

(1) 23区・島しょ地区の許可権者

広告物等を表示・設置しようとする場所が、区や島しょ地区の場合は許可権者は区長や支  
庁長となります。

(2) 多摩地区の市町村の許可権者

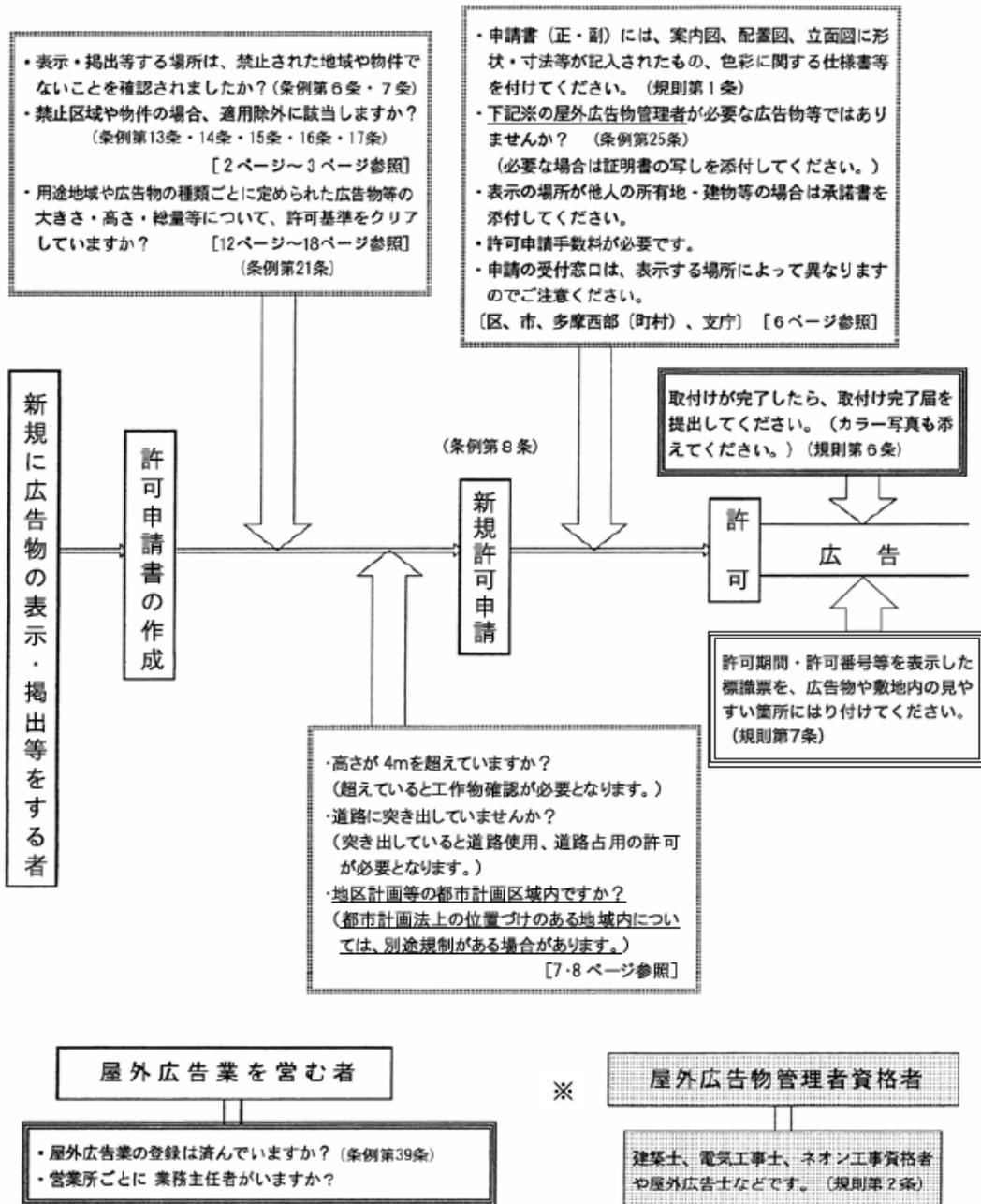
広告物等を表示・設置しようとする場所が、多摩地域の市・町・村の場合は広告物の種類  
により下記の表のように許可権者が異なります。

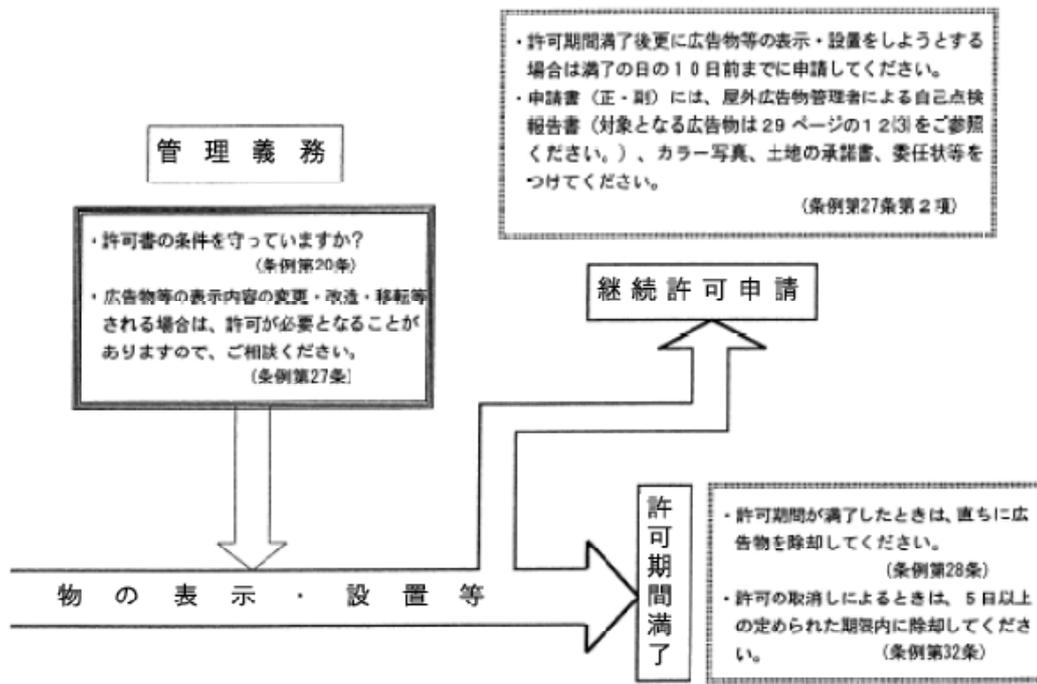
そのため、同じ場所にある広告物でも、それぞれに申請書を分けて63ページの屋外広告物  
許可申請の窓口へ提出してください。

許可権者 広告物の種類		市長、瑞穂町長 (町、村については下段※)	多摩建築指導事務所長
		屋上 地上	×
広 告 板	壁面	表示面積 20㎡以下のもの	表示面積 20㎡を超えるもの
	突出	① 1面の表示面積が10㎡以下のもの	① 1面の表示面積が10㎡を超えるもの
② 3面以上は総面積20㎡以下のもの		② 3面以上は総面積20㎡を超えるもの	
広告塔		RL・GLより高さ2m以下のもの	RL・GLより高さ2mを超えるもの
小型広告板、アーチ、 装飾街路灯、店頭装飾		×	○
広告幕、立看板等、広 告旗、はり紙、はり札 等		○	×
アドバルーン		電飾でないもの	電飾のもの
電柱・街路灯柱利用、 標識利用、車体利用		×	○
屋外広告物表示・設置 届の受理		×	○

※ 西多摩郡の町村（瑞穂町を除く。）については、多摩建築指導事務所長が許可します。

## 屋外広告物の許可申請のフローチャート





- 注意事項**  
(監督処分)
- 許可の取消し (条例第31条)
    - ・許可した広告物等が美観風致を著しく害する場合と公衆に危害を及ぼすおそれのあるときは許可を取り消されることがあります。
    - ・許可申請書に虚偽の事項があったとき、許可を取り消します。
  - 行政措置命令 (条例第31・32条)
    - 許可申請書に虚偽の事項があったとき等又は条例・規則に違反しているときは、改修、移転、除却その他必要な措置を命じることがあります。
  - 指導及び立ち入り検査 (条例第51・54条、65条・66条)
    - ・必要により指導、助言、勧告や立ち入り検査または報告を求めることがあります。
  - 罰 則 (条例第68条・69条・71条)
    - ・条例の違反については、刑罰（30万円以下又は20万円以下）の罰金を又は過料（5万円以下）を科せられることがあります。

## 8 許可の基準の概要

許可が必要なものは勿論のこと、適用除外等により許可を受けずに出すことのできる広告物についても守らなければならない広告物の基準です。

### (1) 通則的基準の主なもの（条例第19条ほか）

- ① 形状、規模、色彩、意匠その他表示の方法が景観風致を害するおそれのある広告物等を表示又は設置することはできません。
- ② 公衆に危害をおよぼすおそれのある広告物等を表示又は設置することはできません。
- ③ 蛍光塗料、蛍光フィルムは使用できません。

### (2) 個別的基準の主なもの（規則・別表第3第4の規格）

#### ① 広告塔・広告板

##### ア 土地に直接設置するもの

(7) 広告物等の上端は、地上10m以下としてください。

ただし、商業地域内に設置する自家用広告物のうち、自己の氏名、名称、店名又は商標等を表示する場合については、13m以下とすることができます。

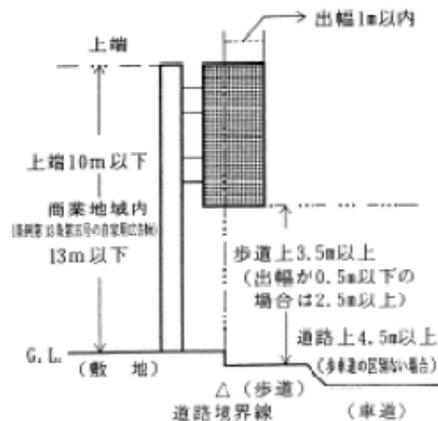
(4) 道路の上空に突出するものは、道路境界線からの出幅を1m以下としてください。

また、広告物等の下端は、歩車道の区別のある歩道上にあっては地上3.5m以上（道路境界線からの出幅が0.5m以下の場合、2.5m以上）とし、歩車道の区別のない道路上にあっては地上4.5m以上としてください。

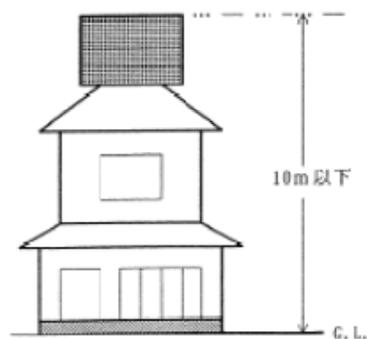
##### イ 建築物の屋上を利用するもの

(7) 木造建築物の屋上に設置するものの高さは、地盤面から10m以下としてください。

##### ア 土地に直接設置するもの



##### イ(7) 木造建築物の屋上設置

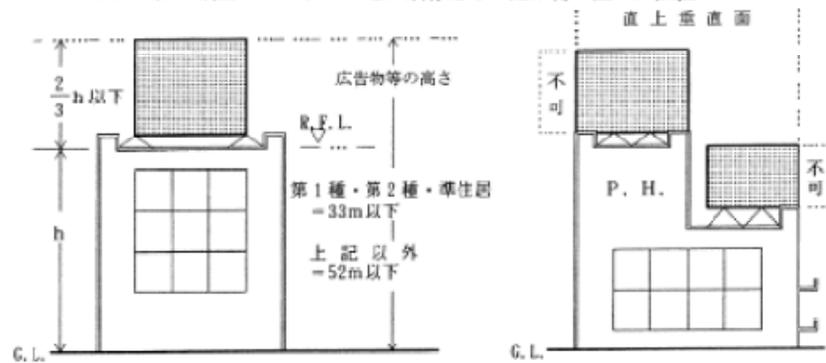


(イ) 鉄筋コンクリート造、鉄骨造等の建築物の屋上に設置する広告物等（地盤面から広告物等の上端までの高さが10m以下のものは除きます。）は、地盤面から設置する箇所までの高さの3分の2以下で、かつ、地盤面から広告物等の上端までの高さは、第1種・第2種・準住居地域内にあつては33m以下、その他の用途地域においては52m以下としてください。

なお、PH（階段室・昇降機塔等）に設置するものは、窓口にご相談ください。

(ロ) 建築物の壁面の直上垂直面から突出して設置しないでください。

(イ)・(ロ) 鉄筋コンクリート造、鉄骨造等の建築物の屋上に設置



② 建築物の壁面を利用するもの

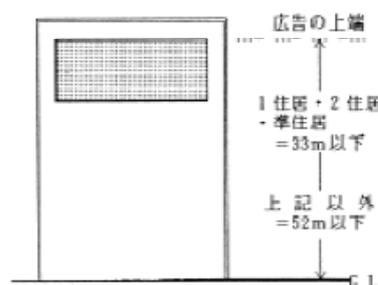
ア 地盤面から広告物等の上端までの高さが、第1種住居地域、第2種住居地域、準住居地域内にあつては33m以下、その他の用途地域においては52m以下としてください。

イ 壁面の外郭線から突出して表示することはできません。

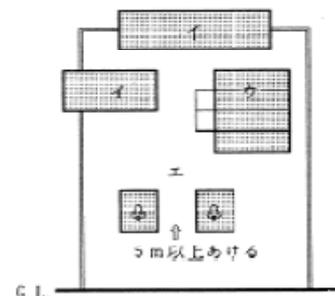
ウ 窓又は開口部をふさいで表示しないでください。ただし、広告幕の場合は、非常用出入口、避難器具が設置された開口部以外は除かれます。

エ 建築物の一壁面に内容を同じくする広告物等を表示する場合には、各広告物等の間隔を5m以上離してください。

ア 壁面を利用するもの

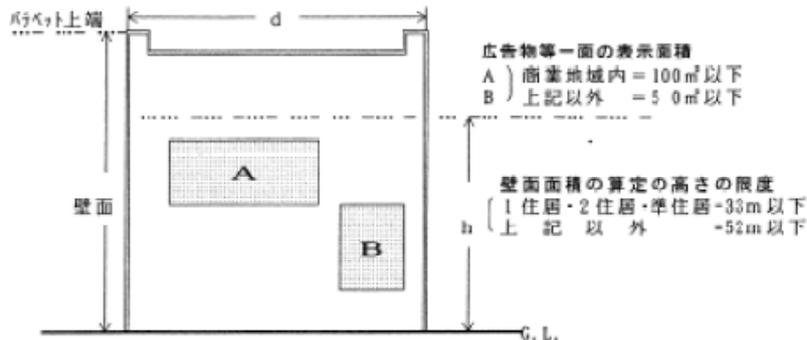


イ 外郭線から突出はできない。  
ウ 窓又は開口部をふさいで表示しない。  
エ 同一広告物等の間隔



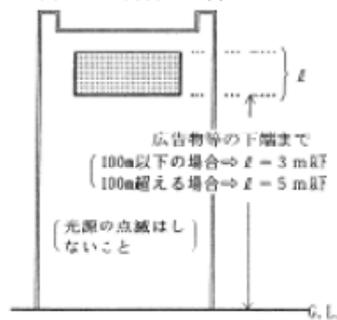
オ 広告物等（広告幕を除きます。）一面で表示する広告物の面積は、商業地域内においては 100 m<sup>2</sup>以下、商業地域以外においては 50 m<sup>2</sup>以下とし、かつ、広告物等（広告物等の表示期間が 7 日以内のものを除きます。）を表示・設置する壁面における各広告物等の表示面積の合計は、当該壁面面積の 10 分の 3 以下としてください。

$$\text{壁面面積 } S = h \times d \rightarrow \text{広告物等表示面積合計} = A + B \leq S \times 3/10$$



カ 自己の事業や営業の内容を含まない自家用広告物については、アの規定を超えて設置することができる場合があります。(3 ページ自家用広告物の適用除外を参照) この場合は、特別なケースとなりますので、窓口にご相談下さい。

②カ 自己の事業や営業の内容を含まない自家用広告物の場合

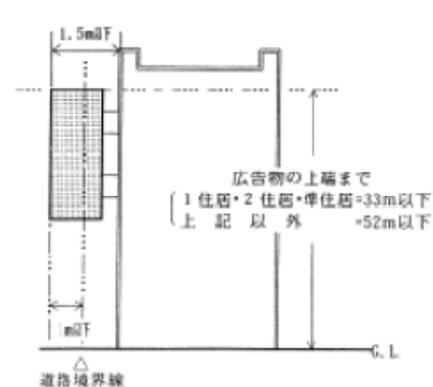


③ 建築物から突出する形式のもの

ア 地盤面から広告物の上端までの高さが、第1種住居地域、第2種住居地域、準住居地域内にあつては 33m 以下、その他の用途地域にあつては、52m 以下としてください。

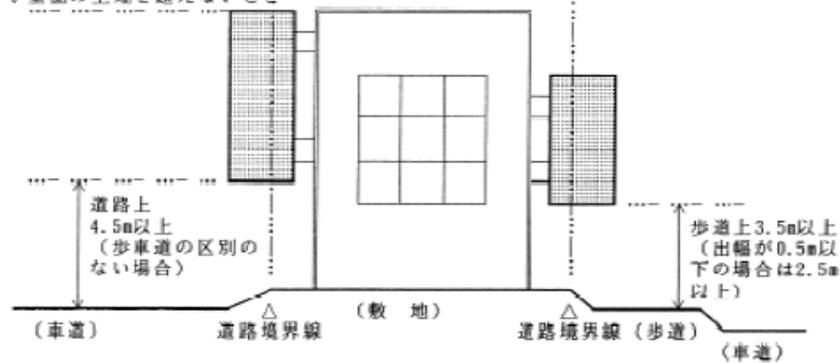
イ 広告物等（つり下げのものを含む。）の道路境界線からの出幅が 1 m 以下であり、かつ、建築物からの出幅が 1.5m 以下としてください。

③ア・イ 建築物から突出する広告物等



ウ 広告物等の下端は、歩車道の区別のある歩道上にあっては地上 3.5m以上（道路境界線からの出幅が 0.5m以下の場合は 2.5m以上）とし、歩車道の区別のない道路上にあっては地上から 4.5m以上としてください。

▽壁面の上端を超えないこと



エ 広告物等の上端が当該広告物等を表示する壁面の上端を超えないでください。

オ 広告物等の構造体は鉄板等でおおうなどして露出させないでください。

④ 道路に沿い、又は鉄道及び軌道の沿線に設置するもの

ア 鉄道及び軌道の路線用地から展望できる野立広告物及びこれに類するものは、距離・間隔・高さ・面積・表示方法等について規制があります。

イ その他一部の道路沿いの広告物については、別に基準・規格がありますので、都・区・市及び建築指導事務所の屋外広告物の担当にお問い合わせください。

⑤ 電車又は自動車の車体の外面を利用する広告物等

車体利用広告につきましては、意匠等作成経過報告書の提出が必要な場合があります。

種 別	許可の基準・規制等
ア 車 体 利 用 広 告	乗用車、貨物自動車、バス又は電車 ■許可のいない広告物 ○ 所有者又は管理者の氏名、名称、店名又は商標を表示するもの ○ 自動車の車体に非営利広告物等（規則第 18 条第一号）を表示するもの ■許可を受けて出せる広告物 ○ 所有者又は管理者が自己の事業又は営業の内容（商品、名称等）を表示するもの
	イ 路線バス、観光バス（高速道路を走行しないものに限る。）、路面電車、ワゴン車 エハイヤー及びタクシー（窓の内側から外側に向けて第三者等の広告物を表示した車両を除く。） ○許可をとれば第三者等の広告物が表示できます（規模等の必要は次頁以降を参照してください。）。
	宣伝車 自動車登録規則（昭和 45 年運輸省令第 7 号）別表第二に規定する広告宣伝用自動車として登録されたもの 消防自動車又は救急自動車と紛らわしい色を使用しないこと。

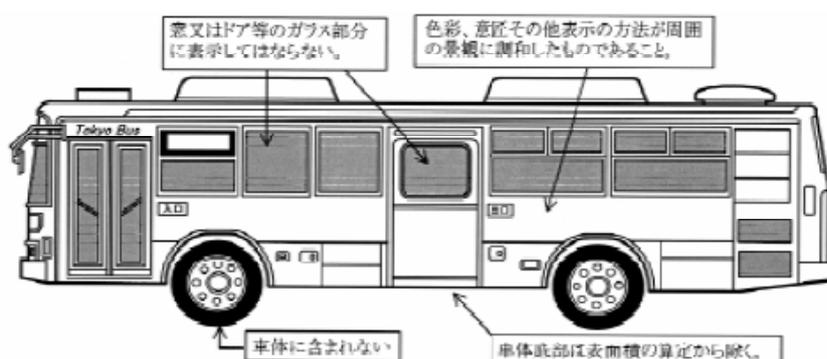
※ 路線バスで高速道路を走行するものは、長方形の枠を利用する方式のみ第三者等の広告物等が提出できます。

ア 車体利用広告共通事項

(ア) 電光表示装置等により映像を映しだすものなど、運転者の注意力を著しく低下させるおそれのある広告物等や、運転者をげん感させるおそれのある発光し、蛍光素材を用い、又は反射効果を有する広告物等は、表示・設置しないでください。

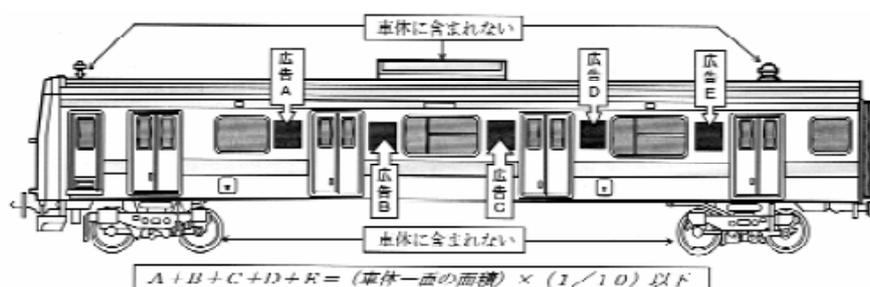
(イ) 車体の窓又はドア等のガラス部分には広告物等を表示・設置しないでください。

イ 路面電車、高速道路を走行しない路線バス・観光バスの車体の外面を利用する広告物等



広告物等の表面面積の合計は、車体底部を除く全表面積の10分の3以下としてください。

ウ 電車（路面電車を除く。）の車体の外面を利用する広告物等



※表示面積の算定にあたっては、電車のボディー（台車、上部の換気口の突起、パンタグラフ等はボディーに含まれない）を前・後・左・右・上・下に分け、丸みがかつた部分は、どちらかとして考える。

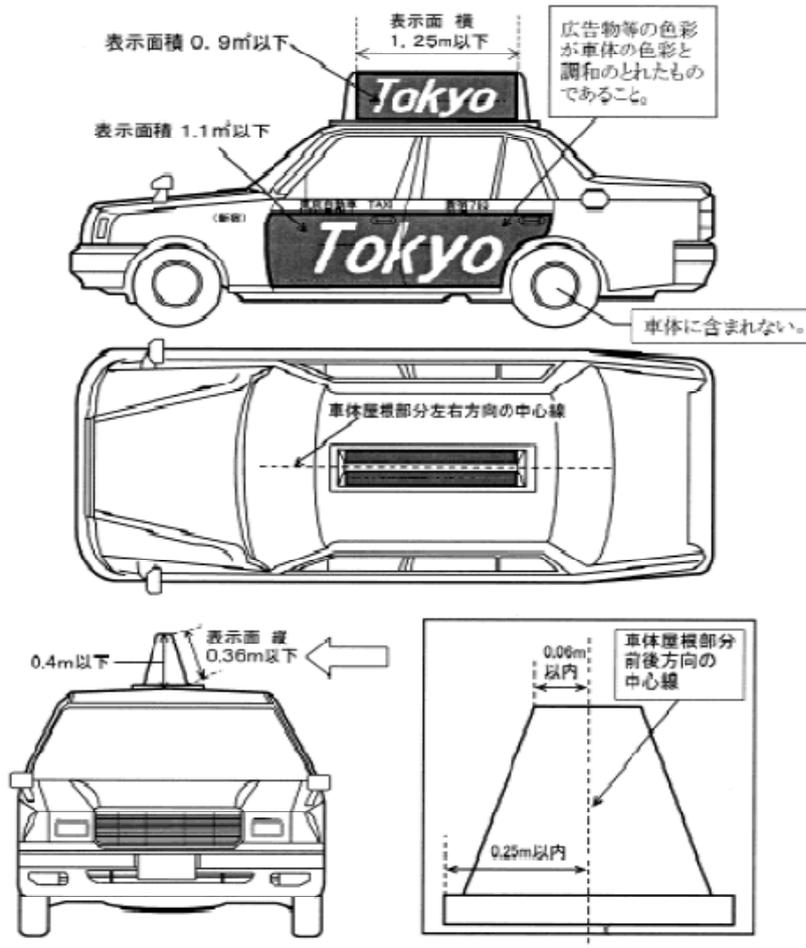
車体の一の外面における各広告物等の表示面積の合計は、当該外面面積の10分の1以下としてください。

ただし、次に掲げる広告物等のみを表示する場合には、車体の一の外面における各広告物等の表示面積の合計は、当該外面面積の10分の3以下とすることができます。

- (ア) 所有者又は管理者の氏名、名称、店名又は商標を表示するもの
- (イ) 電車の車体に非営利広告物等（規則第18条第一号）を表示するもの
- (ウ) 電車（路面電車を除く。）の所有者又は管理者が自己の事業又は営業の内容を表示するもの

- (イ) 電車（路面電車を除く。）を利用した催物、行事等を表示するための広告物等で表示期間が6箇月以内のもの
- (オ) 国又は地方公共団体が地域の振興を目的として表示するもの

エ ハイヤー、タクシー（車体の窓又はドア等のガラス部分の内側から外側に向けて第三者等の広告物を表示した車両を除きます。）の車体の外面を利用する広告物等



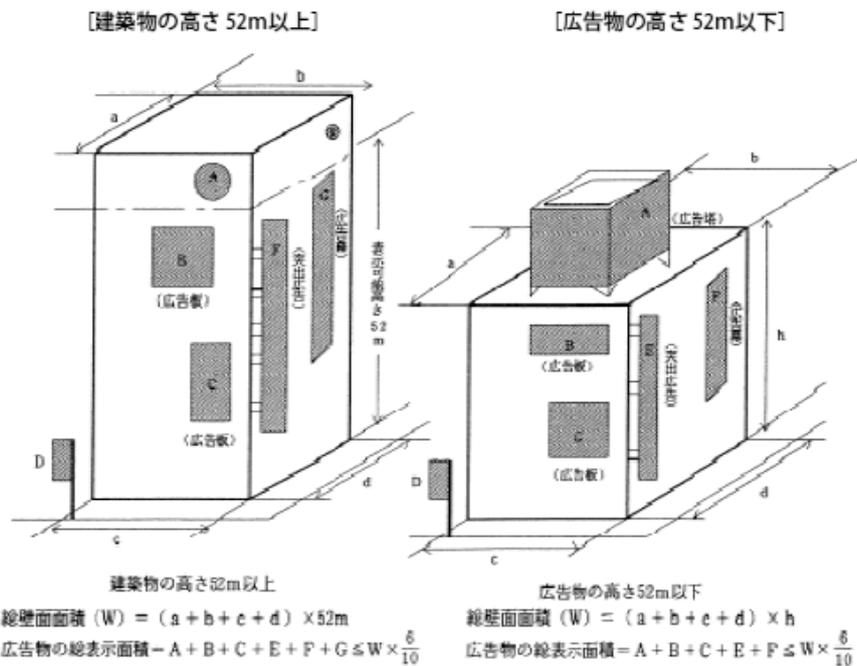
オ その他（イからエまでに共通する事項）

- (ア) 色彩、意匠その他表示の方法は周囲の景観に調和したものにしてください。
- (イ) 車体各面に表示する広告物は、二広告物以下（エについては、一台の車両に表示する広告物は、一広告物以下）としてください。
- (ウ) その他、色彩等の詳しい基準については、広告物担当の窓口でご確認ください。

- ⑥ 電柱・街路灯柱及び標識を利用する広告物等の規格は、建築指導事務所又は区の屋外広告物担当にお問い合わせください。
- ⑦ 第1種・第2種住居地域内における広告物等の規格
  - 第1種・第2種住居地域内に設置する広告物等（自家用広告物及び工事現場の板塀等に表示される宣伝の用に供されていない絵画以外）の表示面積は、10㎡以下としてください。
- ⑧ 第1種・第2種低層住居専用地域の境界線から50m以内に設置する広告物等の禁止事項  
光源の点滅はしないでください。ただし、展望できないものは除かれます。
- ⑨ 第1種文教地区及び風致地区で禁止区域から除外した区域内に設置する広告物等の禁止事項  
露出したネオン管もしくは赤色のネオン管を使用せず、光源の点滅はしないでください。
- ⑩ 景観計画区域のうち知事の指定する区域の規格  
東京都屋外広告物条例に定める一般的な基準に加えて、22ページから26ページに掲げる規制が適用されます。

(3) 広告物の総表示面積の規制（総量規制）（条例第22条、規則第20条）

近隣商業地域及び商業地域内における高さが10mを超える建築物に表示する広告物の総表示面積は、一建築物の総壁面面積（52m以下の面積）の60%を超えない面積としてください。  
ただし、表示期間が7日以内のものは除きます。



## 9 特定区域における基準（条例第9条～第12条）

屋外広告物規制は、禁止区域・禁止物件の規定及び広告物の種類ごとの規格による2本の柱を中心に行われており、これらは主として都市計画法上の用途地域に基づいて定められています。

しかし、東京の都市景観は多様であり、用途地域に基づく基準だけでは都内の地域特性にきめ細かく対応していくには必ずしも十分とはいえません。

そこで、地域の景観特性に応じた広告物規制を進め、個性豊かな街並みの形成を誘導するため、地域の実情に詳しい地元住民等による自主的な規制を内容とする広告協定地区、広告物規制と都市計画法上の地区計画等及び東京のしゃれた街並みづくり推進条例上の街並み景観重点地区との連携、屋外広告物条例独自の制度である広告誘導地区を制度化しました。

### (1) 基準の内容

地区計画等、街並み景観重点地区及び広告誘導地区において、屋外広告物の基準を屋外広告物条例施行規則に定める場合には、建築物の壁面又は屋上を利用した広告物あるいは敷地内の独立看板等が対象となります。屋外広告物の形状、面積、意匠、その他表示の方法に関することを基準として設けることができます。

### (2) 手続きの流れ

手続きの流れは次頁の区のとおりです。この制度の導入により、知事が広告物審議会の意見を聞いて定めていた広告物等の規格について、地元のまちづくり協議会や区市町村の意向が反映され、諸制度との連携及び各地域の景観特性に対応した広告物規制が実現することとなりました。

### (3) 活用事例

#### ① 広告協定地区

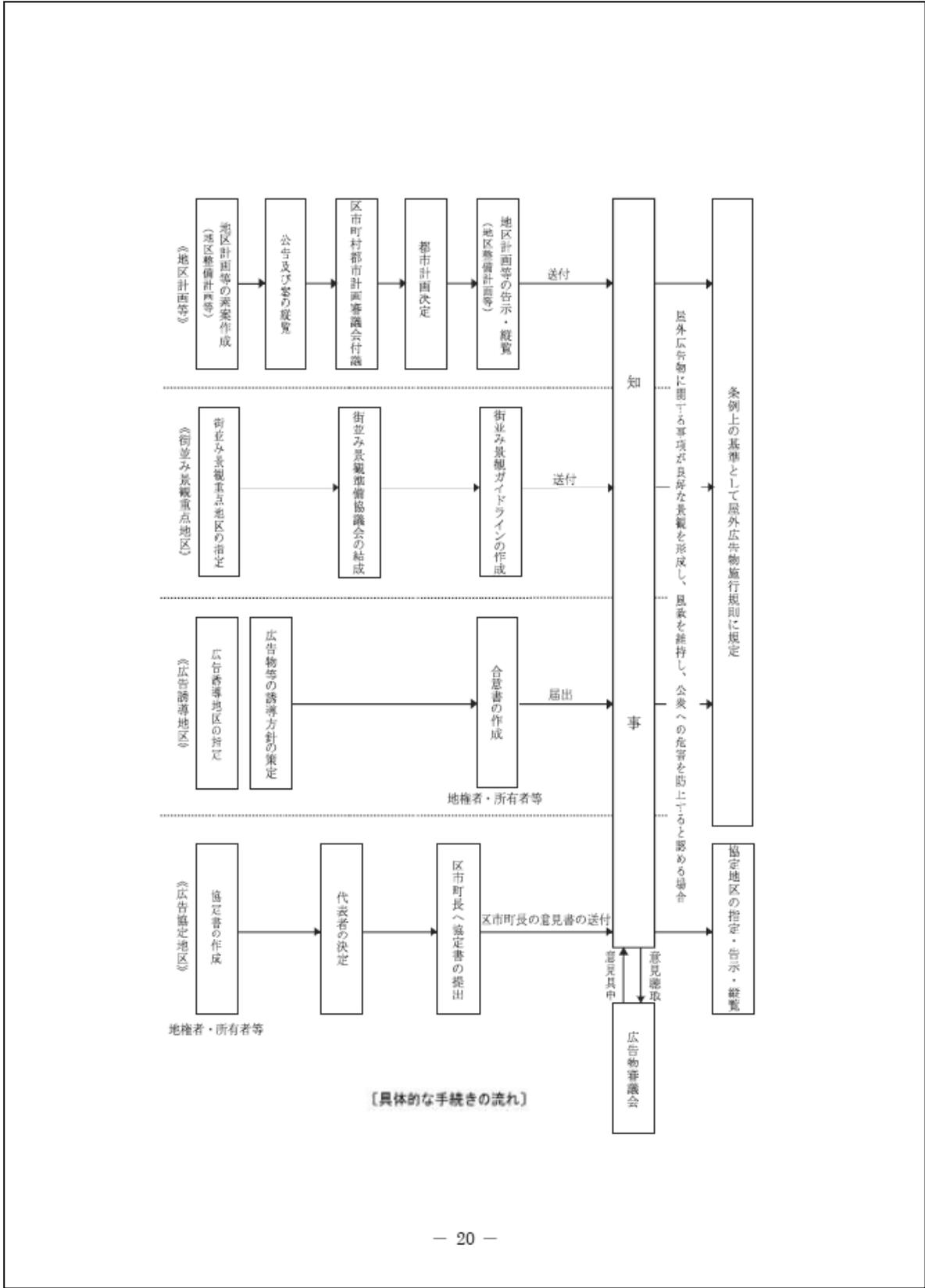
臨海副都心では、国際化・情報化の進展に対応しつつ、バランスのとれた都市機能を備えた世界都市東京の新しい顔となるよう、質の高い都市景観の形成を目的として、平成7年11月に広告協定地区の指定を行っています。

この指定により、地域における効果的な都市景観の維持・向上及びより良好な地域環境の形成が促進されます。

#### ② 地区計画

平成20年4月1日から江戸川区、平成22年4月1日から千代田区内において、特定区域における基準（地域ルール）を活用した屋外広告物規制を行っています。

本区域では、都市計画法に基づく地区計画を活用して良好な景観形成を図っており、屋外広告物については、例えば自家用広告物に限って表示可能とすることや屋上広告物の設置を禁止することなど地域の実情に応じたきめ細かな基準が定められています。



## 10 景観計画に基づく規制

東京都景観計画（平成 19 年 3 月策定）において、特に良好な景観形成を進める地区を景観形成特別地区として指定し、屋外広告物の表示又は設置について、条例等に定める一般的な基準に加え、当該区域独自の基準を定めています。

こうした取り組みをさらに充実させるため、平成 20 年 4 月に当計画を変更し、新たに景観形成特別地区を追加指定しました。また、平成 22 年 2 月には、墨田区景観計画に基づいた屋外広告物の基準を定めています。

### 1 文化財庭園等景観形成特別地区

#### ① 表示等を制限する区域

景観形成特別地区の区域内（庭園の区域から概ね 200m の範囲を目安としています。また、各庭園からの見通しを考慮するとともに、道路や敷地境界などで、規制区域を明確に設定する必要がある場合は、200m を超えて範囲を設定しています）で、かつ、地盤面から 20m 以上の部分を規制区域とします。

#### ② 規制区域内における屋外広告物の規制

下表に定める基準に適合する自家用広告物（自社名、ビル名、店名、商標の表示など）に限り表示することができます。

区 分	表示等の制限に関する事項
屋上設置の広告物	<input type="checkbox"/> 地盤面から 20m 以上の部分では、建物の屋上に広告物を表示し、又は設置しない。
建物壁面等の広告物	<input type="checkbox"/> 地盤面から 20m 以上の部分では、広告物に光源を使用しない。
広告物の色彩※1	<input type="checkbox"/> 建物の壁面のうち、高さ 20m 以上の部分を利用する広告物の色彩は、庭園景観と調和した低彩度を基本とし、一広告物の表示面積の 1/3 を超えて使用できる色彩の彩度を定める。 <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="text-align: center;"> <b>【色相】</b>            0.1R～10R            0.1YR～5Y            5.1Y～10G            0.1BG～10B            0.1PB～10RP         </div> <div style="text-align: center;">           →            →            →            →            →         </div> <div style="text-align: center;"> <b>【彩度】</b>            5 以下            6 以下            4 以下            3 以下            4 以下         </div> </div>
表示等の制限の例外	<input type="checkbox"/> 建物の背後にある広告物など、庭園内から見えない広告物は、本表に定める表示等の制限に関わらず、表示できる。

※1 色彩については、「東京都景観色彩ガイドライン」を参照してください。

※2 上表に定める基準に適合する公共公益目的の広告物及び非営利目的の広告物については、表示可能です。

③ 文化財庭園等景観形成特別地区の区域

規制区域は地図中の□内です。

ア. 平成 19 年 4 月指定 (平成 19 年 5 月 1 日を基準日)

○ 浜離宮恩賜庭園・旧芝離宮庭園の周囲の区域

中央区銀座八丁目、築地五丁目、築地六丁目、浜離宮庭園、港区芝浦一丁目、海岸一丁目、海岸二丁目及び東新橋一丁目のうち、右の地図に示す区域で、地盤面から高さ 20 メートル以上の空間



○ 新宿御苑の周囲の区域

新宿区大京町、四谷四丁目、内藤町、新宿一丁目、新宿二丁目、新宿三丁目、新宿四丁目、渋谷区千駄ヶ谷一丁目、千駄ヶ谷五丁目及び千駄ヶ谷六丁目のうち、右の地図に示す区域で、地盤面から高さ 20 メートル以上の空間



○ 清澄庭園の周囲の区域

江東区清澄二丁目、清澄三丁目、平野一丁目、三好一丁目、白河一丁目、佐賀二丁目、福住二丁目、深川一丁目及び深川二丁目のうち、右の地図に示す区域で、地盤面から高さ 20 メートル以上の空間



イ. 平成 20 年 4 月指定 (平成 20 年 5 月 1 日を基準日)

- 小石川後楽園の周囲の区域  
文京区後楽一丁目、後楽二丁目及び春日一丁目のうち右の地図に示す区域における地盤面から高さ 20 メートル以上の空間



- 六義園の周囲の区域  
文京区本駒込五丁目、本駒込六丁目、豊島区巢鴨一丁目、駒込一丁目及び駒込二丁目のうち右の地図に示す区域における地盤面から高さ 20 メートル以上の空間



- 旧岩崎邸庭園の周囲の区域  
文京区湯島三丁目、湯島四丁目及び台東区池之端一丁目のうち右の地図に示す区域における地盤面から高さ 20 メートル以上の空間



- 旧古河庭園の周囲の区域  
北区西ヶ原一丁目のうち右の地図に示す区域における地盤面から高さ 20 メートル以上の空間



※ 区域で不明な点は、屋外広告物許可申請窓口等までお問い合わせください。

## 2 水辺景観形成特別地区

### ① 表示等を制限する区域

景観形成特別地区の区域内とします。

### ② 規制区域内における屋外広告物の規制

下表に定める基準に適合する広告物について表示することができます。ただし、広告協定地区（臨海部）における広告物は、臨海副都心広告協定に定められたルールによります。

区 分	表示等の制限に関する事項																								
屋上設置の広告物	<input type="checkbox"/> 建物の屋上に、広告物を表示し、又は設置しない。																								
建物壁面等の広告物	<input type="checkbox"/> 広告物の光源に、赤色又は黄色※ <sup>1</sup> を使用しない。 光源は点滅させない。																								
広告物の色彩※ <sup>2</sup>	<input type="checkbox"/> 建物の壁面のうち、高さ 10m以上の部分を利用する自家用広告物の色彩は、水辺景観と調和した低彩度を基本とし、一広告物の表示面積の 1/3 を超えて使用できる色彩の彩度を定める。 <table style="margin-left: 20px;"> <tr> <td>【色相】</td> <td></td> <td>→</td> <td>【彩度】</td> </tr> <tr> <td>0.1R~10R</td> <td></td> <td>→</td> <td>5 以下</td> </tr> <tr> <td>0.1YR~5Y</td> <td></td> <td>→</td> <td>6 以下</td> </tr> <tr> <td>5.1Y~10G</td> <td></td> <td>→</td> <td>4 以下</td> </tr> <tr> <td>0.1BG~10B</td> <td></td> <td>→</td> <td>3 以下</td> </tr> <tr> <td>0.1PB~10RP</td> <td></td> <td>→</td> <td>4 以下</td> </tr> </table>	【色相】		→	【彩度】	0.1R~10R		→	5 以下	0.1YR~5Y		→	6 以下	5.1Y~10G		→	4 以下	0.1BG~10B		→	3 以下	0.1PB~10RP		→	4 以下
【色相】		→	【彩度】																						
0.1R~10R		→	5 以下																						
0.1YR~5Y		→	6 以下																						
5.1Y~10G		→	4 以下																						
0.1BG~10B		→	3 以下																						
0.1PB~10RP		→	4 以下																						
表示等の制限の例外	<input type="checkbox"/> 許可を受けずに表示できる広告物には、本表に定める表示等の制限は適用しない。 <input type="checkbox"/> この基準に適合しない広告物であっても、特にデザインが優れ、水辺景観の形成に寄与するものについては、この基準によらないことができる。																								

※<sup>1</sup> 赤色又は黄色とは、JIS（JIS Z 9101）に定める安全色（事故防止や緊急避難などを目的として安全標識に使用）の赤又は黄とします。

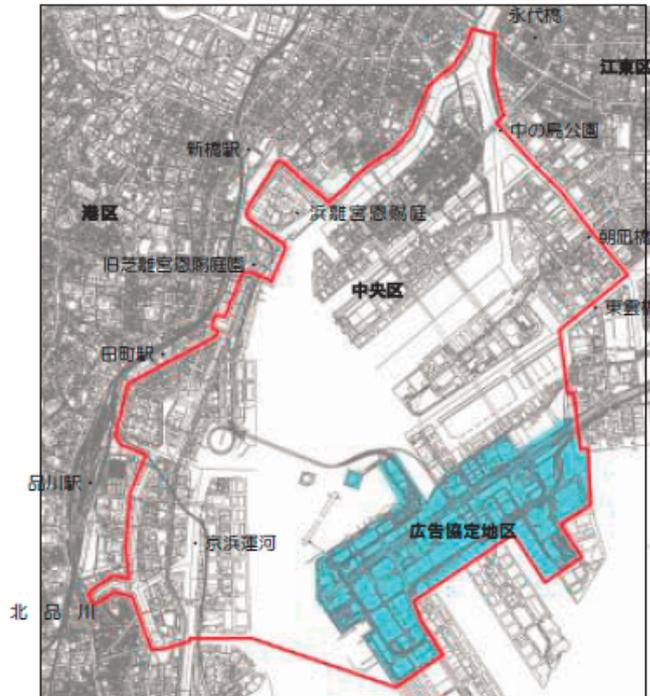
※<sup>2</sup> 色彩については、「東京都景観色色彩ガイドライン」を参照してください。

### ③ 水辺景観形成特別地区の区域

規制区域は、次ページの地図中の□内です。（平成 19 年 4 月指定（平成 19 年 5 月 1 日を基準日））

中央区湊二丁目、湊三丁目、明石町、築地五丁目、築地六丁目、築地七丁目、浜離宮庭園、新川一丁目、新川二丁目、佃一丁目、佃二丁目、佃三丁目、月島一丁目、月島二丁目、月島三丁目、月島四丁目、勝どき一丁目、勝どき二丁目、勝どき三丁目、勝どき四丁目、勝どき五丁目、勝どき六丁目、豊海町、晴海一丁目、晴海二丁目、晴海三丁目、晴海四丁目、晴海五丁目、港区芝浦一丁目、芝浦二丁目、芝浦三丁目、芝浦四丁目、海岸一丁目、海岸二丁目、海岸三丁目、港南一丁目、港南二丁目、港南三丁目、港南四丁目、港南五丁目、江東区永代一丁目、越中島一丁目、豊洲一丁目、豊洲二丁目、豊洲三丁目、豊洲四丁目、豊洲五丁目、豊洲六丁目、東雲二丁目、有明一丁目、有明二丁目、品川区北品川一丁目、東品川一丁目、東品川二丁目及び東品川五丁目の区域のうち、次のページの地図に示す区域（広告協定地区を除く。※<sup>3</sup>）

※<sup>3</sup> 広告協定地区は、港区台場一丁目、台場二丁目、江東区青海一丁目、青海二丁目、有明二丁目、有明三丁目及び品川区東八塩の区域のうち、次ページの地図に示す区域



※ 区域で不明な点は、屋外広告物許可申請窓口等までお問い合わせください。

### 3 墨田区景観計画に基づく規制

#### ① 表示等を制限する区域

##### ○ 向島百花園の周囲の区域

墨田区東向島三丁目及び東向島四丁目のうち、別図に示す区域における地盤面から高さ十五メートル以上の空間



##### ○ 旧安田庭園の周囲の区域

墨田区横網一丁目及び横網二丁目のうち、別図に示す区域における地盤面から高さ十五メートル以上の空間



② 規制区域内における屋外広告物の規制

下表に定める基準に適合する自家用広告物（自社名、ビル名、店名、商標の表示など）に限り表示することができます。

区 分	表示等の制限に関する事項																								
屋上設置の広告物	<input type="checkbox"/> 地盤面から 15m以上の部分では、建物の屋上に広告物を表示し、又は設置しない。																								
建物壁面等の広告物	<input type="checkbox"/> 地盤面から 15m以上の部分では、広告物に光源を使用しない。																								
広告物の色彩※1	<input type="checkbox"/> 建物の壁面のうち、高さ 20m以上の部分を利用する広告物の色彩は、庭園景観と調和した低彩度を基本とし、一広告物の表示面積の 1/3 を超えて使用できる色彩の彩度を定める。 <table style="margin-left: 40px;"> <tr> <td>【色相】</td> <td></td> <td>→</td> <td>【彩度】</td> </tr> <tr> <td>0.1R~10R</td> <td></td> <td>→</td> <td>5 以下</td> </tr> <tr> <td>0.1YR~5Y</td> <td></td> <td>→</td> <td>6 以下</td> </tr> <tr> <td>5.1Y~10G</td> <td></td> <td>→</td> <td>4 以下</td> </tr> <tr> <td>0.1BG~10B</td> <td></td> <td>→</td> <td>3 以下</td> </tr> <tr> <td>0.1PB~10RP</td> <td></td> <td>→</td> <td>4 以下</td> </tr> </table>	【色相】		→	【彩度】	0.1R~10R		→	5 以下	0.1YR~5Y		→	6 以下	5.1Y~10G		→	4 以下	0.1BG~10B		→	3 以下	0.1PB~10RP		→	4 以下
【色相】		→	【彩度】																						
0.1R~10R		→	5 以下																						
0.1YR~5Y		→	6 以下																						
5.1Y~10G		→	4 以下																						
0.1BG~10B		→	3 以下																						
0.1PB~10RP		→	4 以下																						
表示等の制限の例外	<input type="checkbox"/> 建物の背後にある広告物など、庭園内から見えない広告物は、本表に定める表示等の制限に関わらず、表示できる。																								

※1 色彩については、「東京都景観色彩ガイドライン」を参照してください。

※2 上表に定める基準に適合する公共公益目的の広告物及び非営利目的の広告物については、表示可能です。

(参考)

広告物等を大規模建築物等に掲出する場合

特定街区や総合設計など、次に掲げる手法を活用して建築された建築物に表示・掲出する広告物については、「東京都景観計画」の大規模建築物等景観形成指針に定める屋外広告物等の基準に適合する必要があります。

詳細は、東京都都市整備局ホームページ (<http://www.toshiseibi.metro.tokyo.jp/>) をご覧ください。

都市開発手法	
市街地再開発事業及び高度利用地区	都市計画法第12条第1項第4号 都市計画法第12条の5第3項
特定街区	都市計画法第8条第1項第4号
都市再生特別地区	都市計画法第8条第1項第4号の2
再開発等促進区	都市計画法第12条の5第3項
総合設計	建築基準法第59条の2
PFI法に基づく事業及びPFI法的手法に基づく事業	景観基本軸及び景観形成特別地区内で行われる事業に限る。
鉄道駅構内等開発計画	鉄道駅構内等開発計画に関する指導基準（平成2年4月東京都都市計画局決定）に基づく、鉄道駅構内等における開発

(注意)

別途、都市景観への配慮として、上記の手法のうち「新しい都市づくりのための都市開発諸制度活用方針」で定める「都市開発諸制度」※1を活用して建築された建築物及びその敷地（公開空地、有効空地等）内に表示・設置する広告物等については、都市開発諸制度の基準等※2に適合する必要があります。

※1「都市開発諸制度」：

特定街区、再開発等促進区を定める地区計画、高度利用地区及び総合設計の4制度

※2「都市開発諸制度の基準等」：

東京都特定街区運用基準、東京都再開発等促進区を定める地区計画運用基準、東京都高度利用地区指定方針及び指定基準、並びに東京都総合設計許可要綱及び実施細目

## 11 屋外広告物管理者の設置

屋外広告物を良好な景観の形成、風致の維持や公衆に対する危害防止の観点から良好な状態に維持していくためには、それらに関する補修その他の適正な管理が必要不可欠です。

特に防災性の向上の観点から、規模の大きな屋外広告物や道路上にある広告物等は、より適正な管理が必要とされています。

このため、特定の広告物等に一定の要件を有する屋外広告物管理者の設置が義務付けられています。

### (1) 屋外広告物管理者の設置義務

下記の屋外広告物等を表示し、又は設置する者は、下記の要件に該当する屋外広告物管理者を置かなければなりません。

#### ① 対象となる屋外広告物等

- ア 広告塔
  - イ 広告板
  - ウ アーチ
  - エ 装飾街路灯
- } (高さが4 mを超えるもの又は表示面積が10 m<sup>2</sup>を超えるものに限る。)

#### ② 屋外広告物管理者の要件

次の各号のいずれかに該当する方です。

- ア 建築士法に規定する建築士
- イ 電気工事士法に規定する電気工事士、又はネオン工事に係る特種電気工事資格者認定証の交付を受けている方
- ウ 電気事業法に規定する第1種・第2種・第3種の電気主任技術者免状の交付を受けている方
- エ 屋外広告物法第10条第2項第三号イに規定する登録試験機関が実施する試験に合格した者(屋外広告士)※(経過規定により有効とされる屋外広告物に係る色彩、意匠、素材等に関する知識及び技術の審査・証明事業認定規程に基づき認定された審査・証明事業により付与される屋外広告士を含む。)

### (2) 屋外広告物管理者の設置等の届出

ア 上記(1)の①の屋外広告物について、屋外広告物管理者が設置されたら、直ちに屋外広告物管理者設置届を提出してください。

ただし、許可申請時に必要事項を記載した場合には省略することができます。

イ 屋外広告物管理者の氏名や住所等が変わった場合には、屋外広告物管理者変更届を提出してください。

ウ 屋外広告物管理者設置届又は広告物管理者変更届を提出する際には屋外広告物管理者の資格を証明するもの(認定証の写し等)を添付してください。

### (3) 屋外広告物自己点検報告書

上記(1)の①の屋外広告物について、継続又は変更許可申請をする場合の、屋外広告物自己点検報告書は上記(1)の②の屋外広告物管理者の点検を受けたものでなければなりません。

## 12 屋外広告業の登録

### (1) 屋外広告業とは

広告主から、広告物等の表示・設置に関する工事を請負い、屋外で公衆に表示することを「業」として行う法人又は個人を言います。営業所を都内に有していない場合であっても、東京都内で広告物等の表示・設置に関する工事を行おうとする場合には、登録が必要となります。

### (2) 登録の申請について

申請には必要事項を記入した下記の書類**正・副各一部**ずつ作成し、東京都に提出していただきます。(副本はコピー可)

なお、登録申請者等が法人の場合には、その役員について、未成年者の場合は、その法定代理人について記入してください。指定様式及び記入例等については、東京都都市整備局のホームページからダウンロードできます。(第19号、20号、21号様式)

URL: [http://www.toshiseibi.metro.tokyo.jp/kenchiku/koukoku/kou\\_touroku.htm](http://www.toshiseibi.metro.tokyo.jp/kenchiku/koukoku/kou_touroku.htm)

#### 《提出書類》

##### 【新規】

- ① 屋外広告業登録申請書 (第19号様式)
- ② 誓約書 (第20号様式) …役員全員について必要です。
- ③ 略歴書 (第21号様式) …役員全員について必要です。
- ④ ・法人である場合は、登記事項証明書 (3カ月以内発行のもの・写し可)  
・個人である場合は、住民票の写し (3カ月以内発行のもの・写し可)
- ⑤ 業務主任者の資格・認定書等の書類の写し  
※東京都が開催した講習会を終了した者は、添付の必要はありません。
- ⑥ 業務主任者の従事証明  
※業務主任者の雇用証明、社会福祉保険証の写し等

##### 【更新】

※①から④は変更の有無に関らず提出が必要になります。

- ① 屋外広告業登録申請書 (第19号様式)
- ② 誓約書 (第20号様式) …役員全員について必要です。
- ③ 略歴書 (第21号様式) …役員全員について必要です。
- ④ ・法人である場合は、登記事項証明書 (3カ月以内発行のもの・写し可)

・個人である場合は、住民票の写し（3カ月以内発行のもの・写し可）

※⑤⑥は業務主任者に変更があった場合に必要になります。

⑤ 業務主任者の資格・認定書等の書類の写し

※東京都が開催した講習会を終了した者は、添付の必要はありません。

⑥ 業務主任者の従事証明

※業務主任者の雇用証明、社会福祉保険証の写し等

（参考）法人の役員とは

法人の役員とは、株式会社または有限会社の取締役、委員会等設置会社の執行役（株式会社の監査等に関する商法の特例に関する法律に基づくもの）、合名会社の社員、合資会社の無限責任社員、法人格のある組合の理事などをいい、監査役、監事、有限責任者、事務局長等は役員に含まれません。

### (3) 申請書類の提出先

東京都 都市整備局 都市づくり政策部 緑地景観課 屋外広告物担当 登録窓口

（都庁第二庁舎 21階中央） 平日 午前9時～午前12時

午後1時～午後3時00分

窓口まで申請書類をご持参いただき、手続きを行っていただきます。

（郵送での申請は受け付けておりませんので、ご注意ください。）

### (4) 業務主任者

業務主任者とは、営業所ごとに設置する、広告物等の表示・設置に関する法令の規定の遵守やその他の営業所における業務を適正に運営するために必要な業務を行う人のことで、下記のいずれかの条件を満たす方となります。

- ・都道府県、指定都市又は中核市が行う講習会の修了者
- ・職業能力開発促進法の準則訓練（広告美術科）修了者、職業訓練指導員免許（広告美術科）所持者又は技能検定（広告美術仕上げ）合格者
- ・屋外広告物法に規定する登録試験機関が実施する試験に合格した屋外広告士（経過措置により有効とされる屋外広告士を含む。）

※なお、業務主任者については、必ずしもその営業所の専任の者である必要はありませんが、雇用契約等により通常勤務時間中はその事業所の業務に従事できる者でなければなりません。

### (5) 登録の有効期間

登録の有効期間は5年間です。有効期間満了後も引き続き屋外広告業を営もうとする場合は、登録期間満了の30日前までに更新登録申請の手続きを行わなければなりません。

※ 平成17年10月から平成18年3月までに登録された方は、平成22年度中に更新手続きが必要になりますのでご注意ください。

(6) 登録申請手数料

申請手数料は新規登録 10,000 円、更新登録 5,000 円です。

※ 申請窓口での現金払いになります。恐れ入りますが、つり銭のないようお願いします。

(7) 登録の拒否をする場合

屋外広告業の登録に当たっては、下記に掲げる事項に該当していないことが必要です。また、登録申請書に虚偽の記載があったり、必要な事実の記載がなかった場合には、登録が受けられません。

《登録の拒否をする要件》

- ・屋外広告業の登録を取り消された日から2年を経過しない者
- ・営業の停止期間が経過していない者
- ・東京都屋外広告物条例に基づく処分に違反して罰金の刑に処せられたもので、その執行が終わった日から2年を経過しない者
- ・営業所ごとに業務主任者を置いていない者

(8) 監督処分等

登録を受けずに屋外広告業を営んだ場合、又は不正な手段により登録を受けた場合など、東京都屋外広告物条例又は規則に違反した者は、登録の取消し又は営業の停止（一部又は全部）、違反事実の公表、30万円以下の罰金、過料に処される場合があります。

(9) 屋外広告業者登録簿

登録を受けると、屋外広告業者登録簿へ登録申請書の記載事項が登録され、一般の閲覧に供されます。

(10) 都が開催する屋外広告物講習会

- ① 都では年1回程度屋外広告物講習会を開催しています。
- ② 講習会は2日にわたり開催しており、受講するためには申込みが必要です。  
なお、申込み時には受講手数料（4,900円）が必要です。
- ③ 講習会の開催日時、申込受付期間などについては、「東京都公報」のほか、「広報東京都」、東京都都市整備局ホームページ、区や市の広報紙等によりお知らせします。  
URL: <http://www.toshiseibi.metro.tokyo.jp/>

(11) 登録後の変更手続きについて

- ・登録事項の変更があった場合は、変更があった日から30日以内に、届出なければなりません。
- ・必要書類は以下の3点です。

- ① 必要事項を記載した、「屋外広告業登録事項変更届出書」(別紙第 22 号様式)
- ② 登記事項証明書(個人の場合は住民票の写し)
- ③ 変更する事項に応じた添付書類(以下の通り)

変 更 事 項	必 要 な 書 類
商号、氏名及び住所 営業所の名称及び所在地	上記①、②のみ
役員の氏名	・誓約書(第 20 号様式)※新たに役員に就任した者の分のみ (代表取締役が変更となった場合は代表取締役印を押印) ・略歴書(第 21 号様式)※新たに役員に就任した者の分のみ
業務主任者の氏名及び所属する 営業所の名称	・業務主任者の資格、認定書等の書類の写し ・業務主任者の従事証明(社会健康保険証の写し等)

- ・直接ご持参いただくか、郵送で受け付けています。上記の必要書類を正・副一部ずつ作成し、ご提出をお願いいたします。副本は、書類審査後お返ししますので、ご郵送の場合は、返信用封筒(切手貼付)を同封して下さい。受領印を押印後、返信いたします。
- ・変更届出の際は、「屋外広告業登録通知書」の変更はありませんので、通知書はお手元に保管くださいますよう、お願いいたします。

### 13 禁止広告物

条例では、形状、規模、色彩、意匠その他表示の方法が景観風致を害するおそれのある広告物等のほか、次に掲げる広告物等を禁止広告物として定め、出すことを禁じています。

- (1) 腐朽し、腐食し、又は破損しやすい材料を使用した危険な広告物等
- (2) 構造又は設置の方法が危険な広告物等
- (3) 風圧又は地震その他の震動若しくは衝撃により容易に破損、落下、倒壊等のおそれのある広告物等
- (4) 信号機又は道路標識等に類似し、又はこれらの効用を妨げるなど、道路交通の安全を阻害するおそれのある広告物等

### 14 管理及び除却の義務

条例では、広告物等を出した方等は、その広告物等に関し、補修その他必要な管理をおこない良好な状態に保持しなければならないと定めています。

また、これらの方は許可期間その他の適法な表示期間又は設置期間が満了したときは、直ちに広告物等を除却しなければなりません。

### 15 罰 則

条例に違反した場合は、罰金又は過料が科されることがあります。

その例は次のとおりです。

- (1) 罰 金
  - 禁止区域や禁止物件に広告物等を出した場合

- 許可を受ける必要があるにもかかわらず許可を受けずに広告物等を出した場合
- 除却命令等に従わない場合
- 登録を受けずに屋外広告業を営んだ場合

(2) 過料

- 道路上や道路上にある電柱・街路樹などに、はり紙、はり札等、広告旗又は立看板等を出した場合
- 屋外広告業の変更の届出を怠った場合

※ 法人の代表者又は法人若しくは人の代理人、使用人その他の従業者が、その法人又は人の事務に関して罰則の対象となる違反行為をしたときは、行為者を罰するほか、その法人又は人に対しても刑を科することとなります。

## 17 屋外広告物の種類

1	広 告 塔	多角柱もしくは円柱の面を利用するもので、広告表示面を含む構造物が三角塔、四角塔、円型塔等のもの（球形、多面体を含む。）
2	広 告 板	広告表示面が板状で、1面又は2面（板の両面）に表示されたもの（建築物の壁面、日よけ等の取付文字、書き文字等及び突出看板を含む。）
3	小 型 広 告 板	広告表示面が板状で、1面に表示されたもので、縦・横共に1m以下のもの
4	は り 紙	紙等に印刷又は手書された広告物で他の物件に貼付するもの
5	は り 札 等	ベニヤ板、プラスチック板、ブリキ板のように、比較的軽易な材質の板に紙をはったものを、工作物等に針金等でつるし又はくくりつける等容易に取りはずすことのできる状態で取り付けられたもの
6	広 告 旗	表示面積3㎡以下ののぼり（モモタロウ旗）等、容易にとりはずすことのできる状態で立て又は立て掛けられているもの。それを支える台等も含む。
7	立 看 板 等	木枠等に紙張り、若しくは布張り等をしたものや、ベニヤ板、プラスチック板、ブリキ板等に、紙、その他のものを張ったもの、又は直接塗装印刷したもの、置看板、パンフレットやチラシ等を掲出する物件等
8	電柱・街路灯柱利用広告物	電柱、電話柱及び街路灯柱に取付けた広告物
9	標識利用広告物	標識（バス停標識、消火栓標識、避難標識、案内図板等）に取付けた広告物
10	宣 伝 車	自動車登録規則（昭和45年、運輸省令第7号）別表第2に規定する広告宣伝用自動車の外面を利用する広告物
11	バス又は電車の車体利用広告で長方形の枠を利用する方式によるもの	バス、電車の車体に長方形の枠を利用して表示した広告物
12	上 記 以 外 の 車 体 利 用 広 告 物	11以外の方式による電車、バスに表示した広告物及び乗用車、貨物自動車に表示した広告物
13	アドバルーン	網を付けた気球を掲揚し、その網又は気球を利用して広告表示したもの（東京都火災予防条例に適合するもの）
14	広 告 幕	布、ビニール等に広告表示し、建築物の壁面、地上のポール等に取付けたもの（表示面積3㎡を超えたのぼりを含む。） なお、枠を固定したり、パネル状に取り付けるなどにより、表示面（幕の部分）が固定されたものは上記2の広告板として扱う。
15	ア ー チ	道路上を横断して設置するもの〔広告幕（横断幕）は除く。〕
16	装 飾 街 路 灯	街路灯自体が広告と認められるもの
17	店 頭 装 飾	クリスマスセール、お中元セール、新装開店時等において、商品の入口周辺に一時的に設置するもの

20 屋外広告物取

区名	部	課	係名	所在地	電話 (大代表)
千代田区	まちづくり推進部	まちづくり総務課	占用係	九段南1-2-1	03(3264)2111
中央区	土木部	管理課	占用係	築地1-1-1	03(3543)0211
港区	街づくり支援部	土木施設管理課	占用係	芝公園1-5-25	03(3578)2111
新宿区	みどり土木部	土木管理課	占用係	歌舞伎町1-4-1	03(3209)1111
文京区	土木部	管理課	道路占用係	春日1-16-21	03(3812)7111
台東区	都市づくり部	道路交通課	庶務占用担	東上野4-5-6	03(5246)1111
墨田区	都市整備部	土木管理課	占用担当	吾妻橋1-23-20	03(5608)1111
江東区	土木部	管理課	管理係	東陽4-11-28	03(3647)9111
品川区	都市環境事業部	土木管理課	占用係	広町2-1-36	03(3777)1111
目黒区	都市整備部	道路管理課	占用係	上目黒2-19-15	03(3715)1111
大田区	都市基盤整備部	大森まちなみ維持課	事業管理担当	大森西1-12-1	03(5764)0629
"	"	調布まちなみ維持課	"	雪谷大塚町4-6	03(3726)4300
"	"	蒲田まちなみ維持課	"	蒲田本町2-1-1	03(5713)2006
"	"	糺谷・羽田まちなみ維持課	"	萩中3-26-46	03(3741)3168
世田谷区	都市整備部	建築調整課	建築調整係	世田谷4-21-27	03(5432)1111
"	土木事業担当部	土木計画課	占用担当	"	03(5432)1111
渋谷区	土木部	管理課	占用係	宇田川町1-1	03(3463)1211
中野区	都市整備部	交通・道路管理分野	道路占用・ 監察担当	中野4-8-1	03(3389)1111
杉並区	都市整備部	土木管理課	占用係	阿佐谷南1-15-1	03(3312)2111
豊島区	土木部	道路管理課	占用係	東池袋1-18-1	03(3981)1111
北区	まちづくり部	都市計画課		王子本町1-15-22	03(3908)1111
荒川区	土木部	土木管理課	道路占用係	荒川2-2-3	03(3802)3111
板橋区	土木部	管理課	占用係	板橋2-66-1	03(3964)1111
練馬区	土木部	管理課	道路占用係	豊玉北6-12-1	03(3993)1111
足立区	道路整備部	道路管理課	占用係	中央本町1-17-1	03(3880)5111
葛飾区	都市整備部	道路管理課	占用掘削係	立石5-13-1	03(3695)1111
江戸川区	土木部	庶務課	道路監察係	中央1-4-1	03(3652)1151

扱 窓 口 一 覧 表

市・町・よ 島 事 務 所 名	部	課	係 名	所 在 地	電 話 (大代表)
多摩建築指導事務所	指導事務所	管理課	調査係	立川市錦町4-6-3	042(548)2029
(多摩建築指導事務所管内の市役所)					
八王子市	道路事業部	管理課	道路管理担当	元本郷町3-24-1	042(626)3111
立川市	都市整備部	道路課	道路管理係	泉町1156-9	042(523)2111
武蔵野市	環境生活部	環境政策課	公害係	緑町2-2-28	0422(51)5131
三鷹市	都市整備部	道路交通課	管理係	野崎1-1-1	0422(45)1151
青梅市	建設部	管理課	庶務係	東青梅1-11-1	0428(22)1111
府中市	環境安全部	環境政策課	管理係	宮西町2-24	042(364)4111
昭島市	都市整備部	管理課	交通安全係	田中町1-17-1	042(544)5111
調布市	環境部	環境政策課	生活環境係	小島町2-35-1	042(481)7111
町田市	建設部	道路管理課	許認可担当	中町1-4-4	042(722)3111
小金井市	都市整備部	道路管理課	道路管理係	本町6-6-3	042(383)1111
小平市	都市建設部	みちづくり課	路政係	小川町2-1333	042(341)1211
日野市	まちづくり部	道路課	管理係	神明1-12-1	042(585)1111
東村山市	都市部	道路・交通課	管理係	本町1-2-3	042(393)5111
国分寺市	都市建設部	道路管理課	道路管理係	戸倉1-6-1	042(325)0111
国立市	都市振興部	建設課	管理係	富士見台2-47-1	042(576)2111
西東京市	都市整備部	道路管理課	道路管理係	中町1-5-1	042(464)1311
福生市	都市建設部	施設課	管理グループ	本町5	042(551)1511
狛江市	建設環境部	環境管理課	道路管理係	和泉本町1-1-5	03(3430)1111
東大和市	建設環境部	土木課	管理係	中央3-930	042(563)2111
清瀬市	都市整備部	建設課	管理係	中里5-842	042(492)5111
東久留米市	都市建設部	施設管理課	管理調整担当	本町3-3-1	042(470)7777
武蔵村山市	都市整備部	道路公園課	維持補修グループ	本町1-1-1	042(565)1111
多摩市	都市環境部	道路交通課	管理担当	関戸6-12-1	042(375)8111
稲城市	都市建設部	管理課	管理係	東長沼2111	042(378)2111
羽村市	建設部	土木課	道路公園係	緑ヶ丘5-2-1	042(555)1111
あきる野市	都市整備部	建設課	管理係	二宮350	042(558)1111
(町)					
瑞穂町	産業建設部	建設課	管理係	箱根ヶ崎2335	042(557)0501
(島しょ)					
大島	大島支庁	土木課	管理係	大島元町字オンダシ 222-1	04992(2)4411
三宅島	三宅支庁	土木港湾課	管理係	三宅村伊豆642	04994(2)1313
八丈島	八丈支庁	土木課	管理係	八丈町大賀郷 2466-2	04996(2)1111
小笠原父島・母島	小笠原支庁	土木課	住宅係	小笠原村父島字西町	04998(2)2121

## 21 屋外広告物許可申請手数料及び許可期間

種 類	許 可 申 請 手 数 料		許 可 期 間
	単 位	金 額	
広 告 塔 広 告 板	面積5㎡までごとにつき	3,220 円	2年以内
小 型 広 告 板	1枚につき	400 円	1年 "
は り 紙 ・ は り 札 等	50枚までごとにつき	2,250 円	1月 "
広 告 旗	1本につき	450 円	1月 "
立 看 板 等	1枚につき	450 円	1月 "
電柱・街路灯柱の利用広告	1枚につき	310 円	1年 "
標 識 利 用 広 告	1枚につき	210 円	1年 "
宣 伝 車	1台につき	4,950 円	1年 "
バス又は電車の車体利用 広告で長方形の枠を利用 する方式によるもの	1枚につき	610 円	1年 "
前記以外の車体利用広告	1台につき	1,950 円	1年 "
ア ド バ ル ー ン	1個につき	2,850 円	1月 "
広 告 幕	1張につき	990 円	1月 "
ア ー チ	1基につき	10,630 円	2年 "
装 飾 街 路 灯	1基につき	5,010 円	2年 "
店 頭 装 飾	1基につき	19,800 円	1月 "

※区長や市長、町長が許可する広告物については、それぞれの区・市・町で手数料を定めているため、上記の金額と異なる場合があります。くわしくは屋外広告担当窓口でご確認ください。

東京都都市整備局都市づくり政策部緑地景観課（都庁第二本庁舎 21 階）

☎ 03 (5388) 3335 ダイヤルイン

東京都新宿区西新宿 2-8-1

（〒163-8001 都庁第二本庁舎 21 階中央）

URL:[http://www.toshiseibi.metro.tokyo.jp/  
kenchiku/koukoku/index.html](http://www.toshiseibi.metro.tokyo.jp/kenchiku/koukoku/index.html)

平成 22 年度

登録第 2 号

明誠企画株式会社

東京都東村山市榎 2-25-5

☎ 042 (567) 6233 (代)

 再生紙を使用しています。



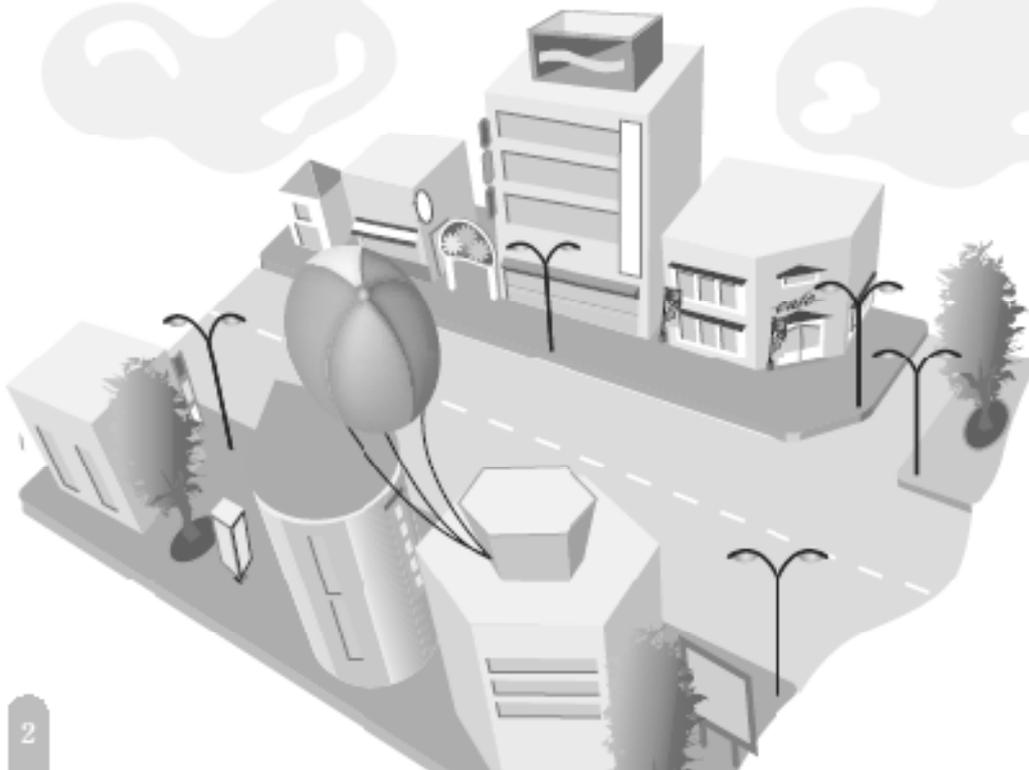
## はじめに

屋外広告物は、私たちに目的地までの案内などの様々な情報を提供するなど広く利用されており、まちに活気をもたらすものです。しかしながら、自由に広告が出されることになると、より目立たせようとして、ともすれば大きくなったり勝手になつたりして無秩序になり、まちなみや自然景観を乱したり、広告物の倒壊や落下などによる事故の要因となることも考えられます。

本市では、美しいまちの景観を守るとともに、魅力ある都市空間づくりを進めることは重要なことであると考え、屋外広告物法に基づいて相模原市屋外広告物条例を制定（平成15年4月1日施行）し、屋外広告物についてのルールを定めています。

### 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（屋外広告物を掲出する物件を含みませぬ）をいいます。



# 屋外広告物を出すには手続きや義務があります

## 屋外広告物の設置手続きのながれ



## 屋外広告物の許可期間と許可手数料

種別(許可期間)		手数料(単位)	
はり紙(1月以内)		500円(100枚)注1	
はりも等及び電柱又は街灯柱を利用するもの(1年以内)		50円(1枚)	
立看板等	彫刻又は石造のもの(1月以内)	100円(1基)	
	木製又は金属製のもの(3月以内)		
広告旗(1月以内)		100円(1本)	
広告旗、広告板及びアーケードに設置するもの(3年以内)		照明装置なし	照明装置あり
		1,500円(1基)注2	2,400円(1基)注3
アーチ(3年以内)		5,000円(1基)	9,000円(1基)
アド/ルーン(1月以内)		1,000円(1個)	1,500円(1個)
広告幕(1月以内)		200円(1張)	
電車、自動車等の外周を利用するもの(1年以内)		500円(1台)	
電線柱を利用するもの(1年以内)		50円(1枚)	

注1：100枚未満であるとき、又はその枚数に100枚未満の増量があるときは、その満たない数又はその増量は、100枚として計算する。

注2：ただし、広告等に使用される面の面積が5平方メートルを超えるときは、1,500円にその超える5平方メートル又はその増量ごとに、1,500円を加算した金額

注3：ただし、広告等に使用される面の面積が5平方メートルを超えるときは、2,400円にその超える5平方メートル又はその増量ごとに、2,400円を加算した金額

## 禁止地域

# 屋外広告物を掲出できない場所があります

美観や風致を維持するために、屋外広告物の掲出を禁止している地域や場所があります。

「禁止地域」は、美観風致の維持などが特に必要と認められる場所で、原則として屋外広告物を掲出することはできません。

この他、原則として屋外広告物を取り付けられない「禁止物件」、どのような場合にも掲出できない「禁止広告物」が定められています。

### ■ 屋外広告物を掲出できない地域（禁止地域）

- 重要文化財の建造物の敷地及びその周辺50m以内の地域
- 史跡、名勝、天然記念物に指定又は仮指定された地域
- 神奈川県又は横浜府指定の重要文化財の建造物の敷地及びその周辺50m以内の地域並びに史跡、名勝、天然記念物の地域又は場所
- 保安林
- 近郊緑地特別保全地区
- 緑地保全地区
- 古蹟、墓地区及び火葬場
- 河川区域



## ■ 屋外広告物を掲出できない物件（禁止物件）

- 橋りょう（ガード類を含む）、高架橋造物、トンネル、信号機、道路標識、道路の分離帯及び防護柵その他これらに類する物件
- 街路樹
- 郵便ポスト、電話ボックス、公衆便所並びに路上に設置する変圧器及び配電箱
- 銅像、神仏像、記念碑その他これらに類する物件
- 消火栓、火災報知器、兼定消防水利標識、防火水槽標識及び火の見やぐら
- 送電塔、送電塔及び照明塔
- 煙突及びガスタンクその他これらに類する物件
- 石塔、墓塔その他これらに類する物件に屋外広告物を直接表示してはならない。
- 電柱、街灯柱、消火栓標識、バス停留所の上蓋及び袖筒等には、はり紙（ポスターを含む）、はり札、立看板、標識広告板又はのぼり旗を表示してはならない。
- 道路の路面には屋外広告物を表示してはならない。



橋りょう



街灯柱



電柱



街路樹



資機



郵便ポスト



電話ボックス



消火栓



送電機器

## ■ 掲出できない屋外広告物（禁止広告物）

- 形状、面積、色彩、高さその他表示の方法又は設置の位置等が、著しく景観風致を害するおそれのあるもの
- 著しく汚染又は破損し、著しくは老朽化したもの
- 倒壊、落下又は飛散のおそれがあるもの
- 建築物の壁面を利用する広告物等で、窓その他の開口部をふさぐもの
- 信号機若しくは道路標識等に類似し、又はこれらの効用を妨げ、著しくは妨げるおそれがあるもの
- 道路交通の安全を阻害するおそれのあるもの



信号機や道路標識に類似したもの



交通の安全を阻害するおそれのあるもの



著しく汚染したものや破損、老朽化したもの



倒壊や落下のおそれのあるもの

## 許可基準

### 屋外広告物を掲出する場合には許可基準があります

自然系許可地域	
○第一種住居専用地域、第二種住居専用地域、第一種中高層住居専用地域及び付帯化調整区域（公益系許可地域に含まれる地域を除く）	
<b>A 屋上広告物</b> ●表示等は禁止	<b>B 壁面利用広告物</b> 面積 1㎡以内 ●4階以下（表示面積の合計20㎡以内） ●壁面からはみ出し禁止 ●高さは地上5m以下で2階以下以下。ただし、建築物の名称等は、この限りではない
<b>C 壁面突出広告物</b> 面積 17㎡以内 ●壁面の上端を突ないこと ●高さは地上10m以下 ●下端は地上3m以上（歩道上4.7m以上）	<b>D 広告塔・広告板</b> 面積 5㎡以内 ●壁面上に突出しないこと ●高さは地上3m以下
※広告物の表示面積の合計は27㎡以内、ネオン照明・点滅照明及び電光の設置禁止	



◎壁面突出広告物の出幅は、建築物

工業系許可地域	
○準工業地域、工業地域、工業専用地域（公益系許可地域に含まれる地域を除く）	
<b>A 屋上広告物</b> 形状（縦×横＝1以下） 面積 30㎡以内 ●立地等の表示面積は、最大表示面積 ●建築物から壁にはみ出し禁止 ●物見昇降への設置禁止 ●高さは建築物の上端から3m以下で建築物高さの1/3以下	<b>B 壁面利用広告物</b> ●4階以下 ●壁面からはみ出し禁止 ●高さは地上10m以下で2階以下以下。ただし、建築物の名称等は、この限りではない 1階地の面積は20㎡又は当該階の地上10m以下の階面積の1/4以下の大さの面積以内
<b>C 壁面突出広告物</b> 面積 30㎡以内 ●壁面の上端を突ないこと ●高さは地上15m以下 ●下端は地上3m以上（歩道上4.7m以上）	<b>D 広告塔・広告板</b> 面積 20㎡以内 ●壁面上に突出する場合は壁面距離から1m以下 ●突出部分の下端は地上4.7m以上（歩道上では3m以上） ●高さは地上10m以下



◎壁面突出広告物の出幅は、建築物

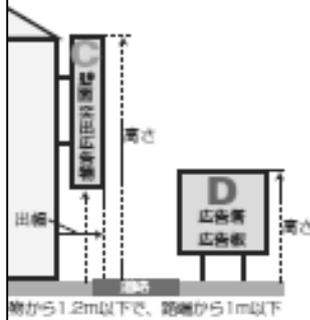
沿道系許可地域	
○第二種住居地域及び準住居地域 ○一般国道及び都道府県道の沿道30m以内にある第一種住居地域、準工業地域、工業地域、工業専用地域及び付帯化調整区域	
<b>A 屋上広告物</b> 形状（縦×横＝1以下） 面積 50㎡以内 ●立地等の表示面積は、最大表示面積 ●建築物から壁にはみ出し禁止 ●物見昇降への設置禁止 ●高さは建築物の上端から3m以下で建築物高さの1/3以下	<b>B 壁面利用広告物</b> ●4階以下 ●壁面からはみ出し禁止 ●高さは地上10m以下で2階以下以下。ただし、建築物の名称等は、この限りではない 1階地の面積は20㎡又は当該階の地上10m以下の階面積の1/4以下の大さの面積以内
<b>C 壁面突出広告物</b> 面積 30㎡以内 ●壁面の上端を突ないこと ●高さは地上15m以下 ●下端は地上3m以上（歩道上4.7m以上）	<b>D 広告塔・広告板</b> 面積 30㎡以内 ●壁面上に突出する場合は壁面距離から1m以下、突出部分の下端は地上4.7m以上（歩道上では3m以上） ●高さは地上10m以下

※【壁面突出広告物】及び【広告塔、広告板】に表示があるときは前面の表示面積を

#### すべての許可壁面利用の

●1階1㎡以内とする ●同一のものを使用して

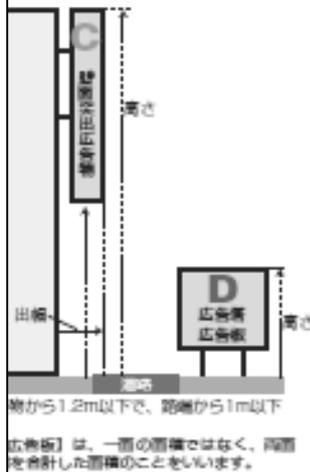
ます



物から1.2m以下で、距離から1m以下

住居系許可地域	
○自然系許可地域、工業系許可地域、近隣系許可地域、近隣商業系許可地域及び商業系許可地域以外の地域	
<b>A 屋上広告物</b> 面積 5㎡以内 ● 形状（縦+横=1以下） ● 広帯形の表示面積は、最大新築面積 ● 建築物から側にはみ出し禁止 ● 物見誘導への設置禁止 ● 高さは建築物の屋根の最高峰を起さないこと	<b>B 壁面利用広告物</b> 面積 1層あたり 10㎡以内 ● 4階以下（表示面積の合計は40㎡以内） ● 側面からはみ出し禁止 ● 高さは地上5m以下で2階以下以下。ただし、建築物の名称等は、この限りでない
<b>C 壁面突出広告物</b> 面積 17㎡以内 ● 壁面の上端を起さないこと ● 高さは地上10m以下 ● 下端は地上3m以上（車道上4.7m以上）	<b>D 広告塔・広告板</b> 面積 15㎡以内 ● 道路上に突出する場合は壁は距離から1m以下 ● 突出部分の下端は地上4.7m以上（歩道上では3m以上） ● 高さは地上5m以下
※ 広告物の表示面積の合計は47㎡以内、ネオン照明・点滅照明及び電光の設置禁止	

近隣商業系許可地域	
○近隣商業地域	
<b>A 屋上広告物</b> 面積 70㎡以内 ● 形状（縦+横=1以下） ● 広帯形の表示面積は、最大新築面積 ● 建築物から側にはみ出し禁止 ● 物見誘導への設置禁止 ● 高さは建築物の上端から7m以下で建築物高さの1/3以下	<b>B 壁面利用広告物</b> ● 4階以下 壁面からはみ出し禁止 ● 高さは地上10m以下。ただし、建築物の名称等は、この限りでない ※ 1階面の面積は30㎡又は当該階の地上10m以下の壁面積の1/4以下の大きい方の面積以内
<b>C 壁面突出広告物</b> 面積 30㎡以内 ● 壁面の上端を起さないこと ● 高さは地上15m以下 ● 下端は地上3m以上（車道上4.7m以上）	<b>D 広告塔・広告板</b> 面積 30㎡以内 ● 道路上に突出する場合は壁は距離から1m以下、突出部分の下端は地上4.7m以上（歩道上では3m以上） ● 高さは地上10m以下



物から1.2m以下で、距離から1m以下  
 広告板は、一面の面積ではなく、両面を合計した面積のことをいいます。

許可地域  
 のはり紙等

※表示しない ※設置に禁止できる方法による

商業系許可地域	
○商業地域	
<b>A 屋上広告物</b> ● 形状（縦+横=1以下） ● 建築物から側にはみ出し禁止 ● 物見誘導への設置禁止 ● 高さは建築物の上端から10m以下で建築物高さの2/3以下	<b>B 壁面利用広告物</b> ● 4階以下 ● 側面からはみ出し禁止 ※ 1階面の面積は30㎡又は当該階の壁面積の1/4以下の大きい方の面積以内
<b>C 壁面突出広告物</b> 面積 30㎡以内 ● 壁面の上端を起さないこと ● 下端は地上3m以上（車道上4.7m以上）	<b>D 広告塔・広告板</b> 面積 30㎡以内 ● 道路上に突出する場合は壁は距離から1m以下、突出部分の下端は地上4.7m以上（歩道上では3m以上） ● 高さは地上15m以下

## 許可基準

### 表示面積の合計が4.2㎡以下の広告物で電車、自動車等の外面を利用するもの

● 表示の位置は前面以外の外面とすること

【表示面積の合計】  
● 一の車両について、4.2㎡以下とする

【側面表示】  
● 幅0.8m以下、高さ1m以下とする

【後面表示】  
● 幅0.8m以下、高さ3m以下とする  
● 一の車両についての表示面積の合計は、1.8㎡以下とする

### 一の車両についての表示面積の合計が4.2㎡を超える電車又は路線バスの外面を利用するもの

電車における一の外面に表示する屋外広告物の面積の合計は、当該外面の面積の10分の1以下であることとし、当該電車の車体及び車窓には屋外広告物を表示しないこと。

路線バスにおける表示の位置は、前面以外の外面とすることとし、当該路線バスの車体の数から上部及び側面は、屋外広告物の高さ1倍とするアテ。

- 車体の窓、ドア等のガラス部分には表示しないこと。
- 運転者を目覚めさせるおそれのある、発光し、発光素材を用い、又は反射素材を有する屋外広告物は表示又は掲出しないこと。
- 電光表示装置等の映像を映し出す装置その他運転者の注意力を著しく低下させるおそれのあるものは掲出しないこと。

### 広告塔、広告板に類するもの

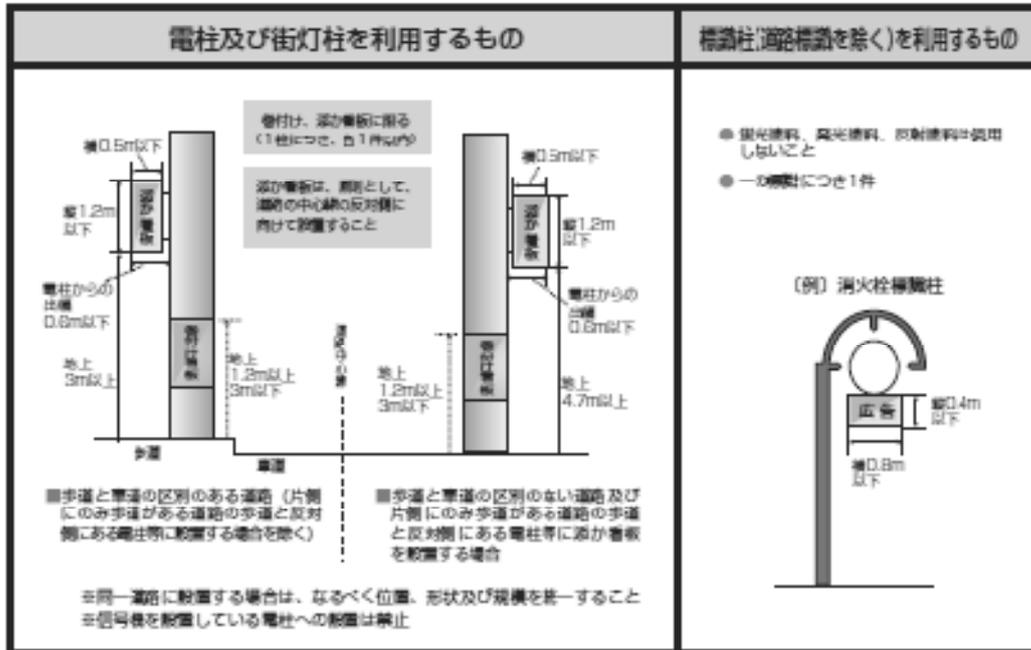
【アーケードに設置する場合】  
● 同一商店街では、なるべく位置、形状、規模を統一すること

【商店を横断して設置する場合】  
● 特定の商店名及び商店名はなるべく表示しない

【立看板】  
● 高さ3.5m以下  
● 面積5㎡以内

【のぼり旗】  
● 面積5㎡以内

【アドバルーン】  
● 直径3m以下のものとする  
● 掲揚する場合は高さ45m以下とする  
● 雨、雪又は毎秒5m以上の風のときは、掲揚しないこと  
● 広告物は長さ1.5m以下、幅1.5m以下とし、主眼に架装すること  
● 掲揚時には常時2人以上の監視人を置くアテ



### 違反広告物に対する措置

#### 報告及び立入検査

- 屋外広告物の表示者等に対し、必要な報告をさせたり、広告物等のある土地、建物に立ち入り、広告物等を検査することがあります。

#### 許可の取り消し及び措置の命令

- 公衆に対し危害を及ぼすおそれがあると認められたとき、又は許可申請書の虚偽の事項があったときは、許可を取り消すことがあります。
- 条例、規則に違反した広告物等があるときは、改修、移転、除却その他の必要な措置を命じられることがあります。

#### 条例、規則の違反行為に対する罰則

- 許可が必要なのに許可を受けなかったとき
- 禁止されている地域や物件に提出したとき
- 違反した広告物を提出させたとき
- 提出をせずに屋外広告物を掲げたとき、など上記以外にも罰則が適用される場合があります。

#### 簡易除却

- 違反している屋外広告物が、はり紙、はり札、立看板又は簡易看板等(簡易看板、のぼり旗又は簡易看板)である場合は、除却することがあります。

禁止物件(商店の防護柵)に表示された「簡易広告板」

商店上に不法占用された「のぼり旗」

商店上に不法占用された「簡易看板」

## 規制を受けない屋外広告物

# 規制の対象から除外される屋外広告物があります

区 分		要 件	
許可手続の適用除外 禁止区域の適用除外 許可区域の適用除外	他法有の規定により表示又は設置されるものや選挙運動のためのはり紙、ポスターの類		
	案内図その他公衆の利便に供するもの	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 国及び地方公共団体の公報資料及び広報資料</li> <li>• 国及び地方公共団体の案内板及び標示板</li> <li>• 災害、感染症の発生等における緊急な事項を表示するもの</li> </ul>	
	案内用その他慣例上採用されるもの	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 社寺、教会等の礼式や祝賀祭典の際に掲げられるもの</li> <li>• 地方の年中行事のために表示又は設置されるもの</li> </ul>	
	工事現場の柵その他これに類する仮囲いに表示する屋外広告物で、周囲の景観に調和するものであり、営利を目的としないもの		
	電車又は自動車に表示するもの	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 電車の車体に所有者の氏名、名称、商標又は所有者の事業や営業の内容を表示するもの</li> <li>• 自動車の車体に所有者や管理者の氏名、名称、店名、商標又は所有者や管理者の事業や営業の内容を表示するもの</li> <li>• 自動車の使用の本拠地が、本市以外である場合に、その都道府県市の条例の許可を受けて表示するもの</li> </ul>	
	自己の住宅又はその敷地内に自己の住所、氏名等を表示するもの及び自己の店舗、営業所、事務所又はこれらの敷地内に自己の所在、名称、商標、商標、営業内容（自己の営業に係る特定の商品名等を表示するもので、その表示面積が全体の表示面積の1/2以下であるものを含む）等を表示するものであって、表示面積の合計が10㎡（禁止地域にあっては5㎡）以下のもの	建築物の上部に突出するものにあつては、自然系許可地域及び住居系許可地域（第一種住居地域を除く）においては、当該建築物の屋根の最突出部を除かないもの又は第一種住居地域並びに工業系許可地域、沿道系許可地域、近隣商業系許可地域及び商業系許可地域においては、当該建築物の屋根からの高さが4m以下のもの	
	自己の管理する土地や物件に管理上の必要により表示又は設置するもの	表示面積の合計が1㎡以下で、地上からの高さが2m以下のもの	
	営利を目的としないはり紙、はり紙その他これらに類するもの	表示面積が1㎡以下で、政治団体、労働組合等の宣伝の用に供するもの又はその他営利を目的としないと認められる食食及び飲物類の掲示をするもの（責任者の住所及び氏名を記載）	
公共団体、公益法人その他これらに類する団体が表示又は設置するもので、公益上必要と認められるもの			

## 広告景観形成地区制度

### ■ 広告景観形成地区

市長は、地域の特性を踏まえた良好な景観及び住みよい風格のあるまちなみを形成するために特に必要であると認める次のいずれかの要件を満たす地域を広告景観形成地区として指定することができます。

- 都市計画法第12条の5の規定による地区計画が決定されている地域
- 地域の住民による、建築基準法第73条の規定による建築協定、まちづくり協定等の締結又は協会の設置等により良好な景観を形成のための自主的な取組が行われている地域
- 商業活動を行う様々な店舗が集約されている商店街で、地域の特性を踏まえた良好な景観を形成するための取組が行われている地域
- 良好な景観を形成するための地区の整備、街路の整備等の事業が実施され、又は計画されている地域
- 上記の地域のほか、良好な景観を保存すべき地域

※これらの地域で広告景観形成地区の指定をするときは、当該地区のまちなみに合わせて広告物等に関する基本方針を定め、この基本方針のなかで、当該地区のまちなみに合わせて、屋外広告物ごとに形状、面積、色彩、高さ、位置などの許可の基準を、地区独自に定めることができます。

### ■ 広告協定地区

一定の区域内の土地、建築物及び工作物の所有者又はこれらを使用する権利を有する者は、地域の特性を踏まえた良好な景観を形成するため当該区域内の広告物等の形状、面積、色彩、並びにその表示の方法の基準に関する協定を締結したときは、当該区域を広告協定地区として指定するよう申請することができます。

地域の特性を活かした広告景観の創出も大切です。



## 屋外広告業を営む方は届出が必要です

市内で「屋外広告業」を営む場合は、その代表者、名称、営業所の所在等の届出をしなければなりません。届出後に、届出の事項に変更等があった場合や、屋外広告業を廃止した場合にもすみやかに届出をしてください。

また、営業所ごとに「屋外広告物講習会修了者等」をおくことが義務づけられています。

### ■ 屋外広告業とは

広告主から広告物の設置に関する工事を請け負い、屋外で公衆に表示することを「業」として行う法人または個人をいいます。（元請け、下請けは問いません。）

### ■ 屋外広告物講習会修了者等

1. 屋外広告物講習会の課程を修了した者
2. 国土交通大臣の認定した屋外広告士資格審査・証明事務により屋外広告士の称号を付与された者
3. 建築能力開発促進法に基づく広告美術科の建築関係指導員免許を所持する者、広告美術仕上げの技能検定試験に合格した者又は広告美術科の建築関係の課程を修了した者
4. 市長が、屋外広告物講習会の課程を修了した者と同等以上の学識を有すると認定した者

### ■ 屋外広告物講習会

屋外広告業を営む方の技術・知識の習得のため開催されるもので（本市の他、各都道府県、指定都市、中核市でも開催）、屋外広告物に関する諸法令、屋外広告物の表示方法、施工に関する事項について受講していただくものです。

### ■ 特定屋外広告物安全管理者の設置

高さ4メートルを超える屋外広告物を表示又は設置するときは、特定屋外広告物安全管理者を置くことになっています。

屋外広告物についてのお問い合わせ先

相模原市都市建設局まちづくり計画部街づくり支援課

〒229-8611 相模原市中央2-11-15

TEL 042-769-9252(直通)

Eメール:machidukuri@city.sagamihara.kanagawa.jp



## 屋外広告物制度の解説

### ■ 基本的な考え方

#### ■ 規制の趣旨

京都市では、屋外広告物を都市の景観をかたちづくる重要な要素として位置付け、昭和31年から屋外広告物法に基づいて屋外広告物条例を制定し、屋外広告物を表示する際に市長の許可を義務付け、位置、規模、形態を規制するとともに意匠について、全国的な企業のコーポレートカラーであっても、京都にふさわしいデザインに変えるよう指導するなど、きめ細かい規制と誘導を行ってきました。

平成19年9月1日に新景観政策が実施され、建築物の高さやデザインの規制の強化と合わせて、屋外広告物の制度についても大幅に見直しを行い、歴史都市・京都の良好な景観の創出を図っています。

#### ■ 基本的な方針

- ・ 地域ごとの景観特性等を踏まえた規制

世界遺産周辺、良好な低層住宅地や歴史的な建造物が多く存在する地区など、地域の景観特性や市街地環境の特性、土地利用等を考慮して、屋外広告物が町並み景観や建築物と調和するよう規制・誘導しています。

- ・ 優良な屋外広告物の誘導

優良な屋外広告物の設置を誘導する制度を設けています。具体的には、優良な広告物に対する表彰、優良な広告物に対する補助金の交付、特例許可制度というものです。

- ・ 違反広告物対策の強化

建築物や工作物に定着している違反屋外広告物への対応については、京都市として違反状況を知った時点で、所有者等の表示者に対して、適法なものにしていただくよう行政指導しています。しかしながら、この行政指導に従っていただけない悪質な違反者に対しては、行政処分、公表などのほか、行政代執行や刑事告発も辞さない強い措置を採ることもあります。

## ■ 屋外広告物とは

屋外広告物とは、

- ①常時又は一定の期間継続して
- ②屋外で
- ③公衆に表示されるもの

で、具体的には、看板や広告塔、ポスターなどだけではなく、建築物の壁面等に直接表示するものも含まれます。また、表示内容については文字だけではなく、商標、シンボルマーク、写真など一定のイメージを与えるものや商業広告以外の営利を目的としないものも含まれます。

### 屋外広告物の種類

- 建築物等定着型屋外広告物  
建築物や工作物に定着させて表示する屋外広告物  
＜種類＞ 屋上屋外広告物  
突出型屋外広告物（袖看板）  
壁面平付け型屋外広告物  
ひさし看板 等
- 独立型屋外広告物  
土地に定着させて表示する屋外広告物及び広告スタンドなど移動できる屋外広告物  
＜種類＞ 一本支柱型屋外広告物  
多本支柱型屋外広告物  
広告塔  
アーチ型屋外広告物  
のぼり旗  
広告スタンド 等
- 特定屋内広告物  
建築物の窓ガラスなどの内側から屋外に向けて表示する広告物



広-1-2

■ 規制地域

京都市においては、地域ごとの景観特性や建築物の高さ規制の見直し等に対応した規制となるよう、京都市内全域を21種類の規制区域に指定しています（この他、伝統的建造物保存地区等においては、これらの地区の特性に鑑み、屋外広告物等特別規制地区に指定しています）。

市街地を取り巻く山並みとの関係と建築物の規制を踏まえ、原則として、京都の商業・業務の中心地区である都心部においては、町並み景観との調和に配慮した一定の高さ、面積、形態、意匠の屋外広告物を認め、都心部から三方の山すそに行くにしたがって、次第に高さ、面積、形態、意匠の規制を厳しくし、自然景観や町並み景観及び建築物との調和が取れた屋外広告物が設置されるようにしています。

京都市ホームページ<http://www5.city.kyoto.jp/tokeimap/>において規制地域を検索できます。

オフィス街



歴史的な町並み



繁華街



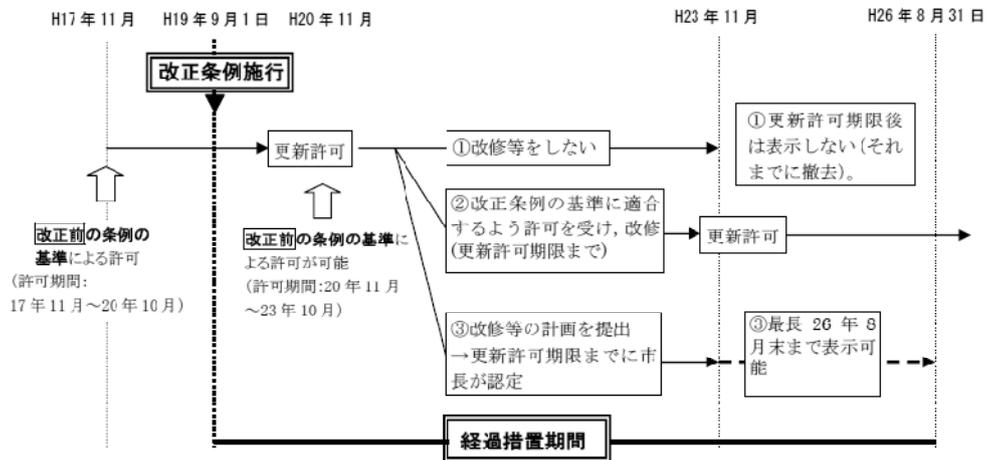
広-1-3

■ 既に許可を受けている屋外広告物に対する経過措置制度

条例改正前に許可を受けている屋外広告物で、改正後の条例（以下「改正条例」といいます。）の基準に適合しない屋外広告物については、改正条例施行後、1回に限り、改正前の条例の基準により引き続き許可を受ける（許可期間：3年）ことができ、これによって許可日に応じて3年から6年の間、表示することができます。

さらに、これに加えて、改正条例施行後1回目の更新許可期間内に改修等の時期を明確にした計画書が提出され、相当と認められた場合に限り、改正条例の施行日から最長7年間を限度として、その表示を認めます（経過措置期間）。

(例) H17年11月に許可を受けた屋外広告物で、改正条例の基準に適合しない屋外広告物を表示している場合



- ① 改正条例施行後1回目の更新許可期間内のみ表示し、当該許可期間が切れる前に撤去
- ② 改正条例施行後1回目の更新許可期間内に、改正条例の基準に適合するよう変更許可申請をし、改修
- ③ 改正条例施行後1回目の更新許可期間内に、改修等の計画を提出し、内容が相当と認められた場合、最長でH26年8月まで表示可能

## デザインガイド

### ■ 禁止する広告物

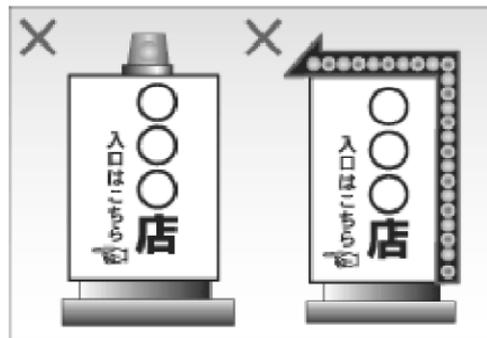
#### ■ 屋上広告物の設置禁止

良好なスカイラインを形成し、美しい都市景観を創出するため、屋上に設置する屋外広告物を、市域の全域で禁止しています。



#### ■ 点滅式照明・可動式照明の禁止

点滅式照明や可動式照明(回転灯等、照射する光が動くもの)については、刺激的で強い光を放つなど都市の景観に支障をきたすため、屋外広告物への使用を市域の全域で禁止しています。



広-2-1

■ 高さの規制

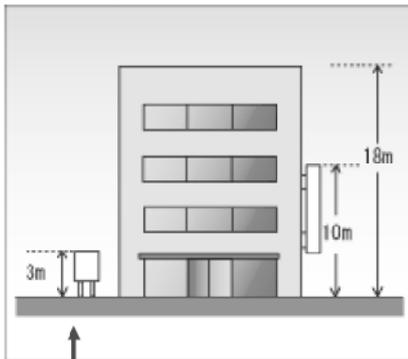
■ 高さの一般原則

地域特性や建築物の高さに応じて、表示できる高さの基準を定めています。

- 1 袖看板や壁面平付け看板などの、建築物に定着する屋外広告物を表示できる高さは、次のA、Bのうちどちらか低い方になります。

- A それぞれの地域に応じて定めた高さの基準  
B 建築物等の高さの2/3の高さ(2/3の高さが10m以下の場合、Bは10m)

(具体例)



(例)第4種地域にある、高さ18mの建物の場合

- A 第4種地域における高さ基準 = 10m  
B 建物高さの2/3(18m×2/3) = 12m

$$A(10m) < B(12m)$$

よって、表示可能な高さは 10m

- 2 広告塔や多本支柱型看板の独立型屋外広告物についても、それぞれの地域に応じて表示可能な高さの基準を定めています(広告物の形態によって高さの基準は異なります)。

(高さ規制の例)

規制区域 (一部抜粋)	袖看板や 壁面平付け看板等	広告塔や 支柱型の看板等
	最上部の高さ	
第1種地域	4m	3m
第4種地域	10m	3m
第7種地域	20m	6m

■ 高さ規制の緩和措置

広-2-2

一定の要件を満たした広告物については、高さ制限を超えて広告物を表示することができます。主な基準は以下のとおりです。

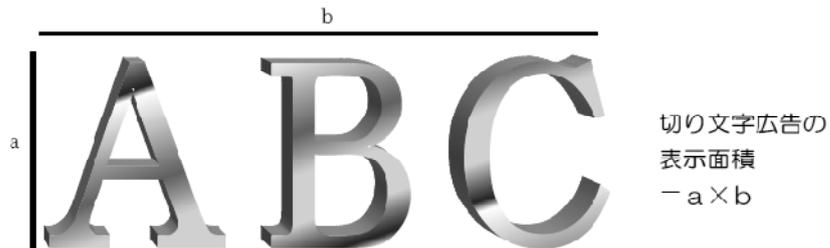
主な基準

自己の氏名、名称、商号、事業所名又は建築物等の名称その他これらに類するものを表示するものであること。
建築物の高さ以下に表示し、又は設置するものであること。
形状が文字の部分の形状とおおむね同一であること（下記の「切り文字広告」であること。）。
建築物等に塗料その他これに類する材料で直接描かれていないこと。
照明付きのものにあつては、次に掲げる基準に適合していること。
ア 照明の色が1色(白色又は淡色)であること。
イ 当該屋外広告物が透光性のものであり、かつ、照明装置が当該屋外広告物の裏面又は背後の壁面に取り付けられていること
ウ 照明装置が道路、公園、広場その他の公共の用に供する空地から容易に見えないこと。
表示面の幅が、その定着する部分の壁面等の幅の2分の1以下であること。
屋外広告物の色彩が、定着する建築物等の色彩と不調和でなく、かつ、落ち着いた色彩であること。

\* 切り文字による屋外広告物

切り文字広告とは広告面板が無く、文字のみで構成された広告物を指します（チャンネル文字、箱文字とも呼ばれます）。

切り文字広告が壁面に並んでいる場合、表示面積は下図のように外接の四角形の面積として算出します。



景 面積の規制  
景観ガイドライン

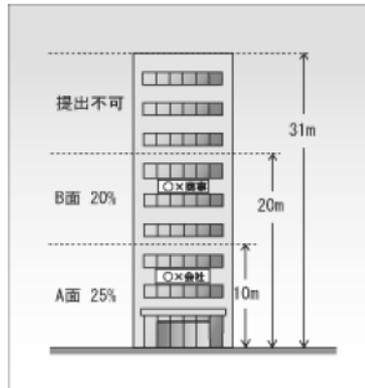
## ■ 表示率の規制

表示率とは壁面面積に対する屋外広告物面積の割合を指し、次のように算定をします。

- (1) 建築物の高さが10mを超える場合、表示率を建築物高さの10m以下と10m超に分けて算定します。

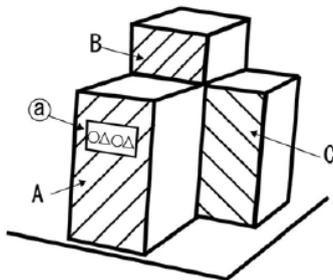
例：田の字地区の幹線沿道のうち烏丸通等（表示率25%）の地域による具体例

- ① 高さが10m以下の壁面に設置されている屋外広告物
- ・ 10m以下の壁面(A面)の面積に対する表示率により制限  
A面に対する表示率 25%
- ② 高さが10m超の壁面に設置されている屋外広告物
- ・ 10m超かつ高さ制限以下の壁面面積(B面)に対する表示率により制限
  - ・ B面に対する表示率の制限をA面に対する表示率より強化します（5%縮減）。  
B面に対する表示率 20%



\* A面については、アーケードがある場合、表示率をその上下に分けて算定します。

- (2) 同一建築物の同方向の壁面であっても、（建築物がL字形である等により）壁面と一体に見えない壁面については、それぞれの壁面ごとに表示率を算定します。



表示率の制限が25%の地域の場合

①の面積/壁面Aの面積 $\leq$ 25/100(表示率の上限)

(壁面B, Cは、屋外広告物が定着する壁面Aと一体に見えないため対象外)

景 面積の規制  
景観ガイドライン

## ■ 総面積の規制

広-2-4

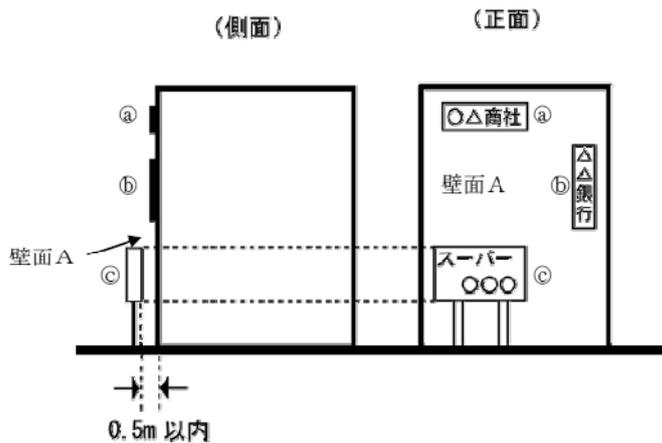
地域の景観特性に応じて 1 壁面の総面積の上限及び敷地内の総面積の上限を定めています。

(総面積規制の例)

規制区域 (一部抜粋)	建築物等定着型屋外広告物	独立型屋外広告物
	1 壁面の総面積の上限	敷地内の総面積の上限
第1種地域	3㎡	3㎡
第4種地域	20㎡	10㎡
第7種地域	50㎡	15㎡

### ■ 独立型屋外広告物の面積制限

建築物等から0.5m以内に設置されている独立型屋外広告物については、独立型屋外広告物の総面積の制限に加えて、建築物等定着型屋外広告物の総面積と表示率の規制の対象とします。



(例) 表示率の上限が25% (25/100)、総面積の制限が20㎡の地域の場合

表示率について： $\frac{\text{aの面積} + \text{bの面積} + \text{cの面積}}{\text{壁面Aの面積}} \leq 25/100$  (表示率の上限)

総面積について： $\text{aの面積} + \text{bの面積} + \text{cの面積} \leq 20\text{㎡}$  (総面積の上限)

景 面積の規制・形態等の規制  
景観ガイドライン

### ■ 1個当たりの面積の規制 広-2-5

広告物1個当たりの面積の上限を定めています。それぞれの規制地域によって面積の上限は異なります。

(1個当たり面積規制の例)

規制区域 (一部抜粋)	建築物等定着型屋外広告物	独立型屋外広告物(多木支柱型の場合)
	1個当たりの面積制限	1面当たりの面積制限
第1種地域	3㎡	1.5㎡
第4種地域	1.5㎡	5㎡
第7種地域	5.0㎡	8㎡

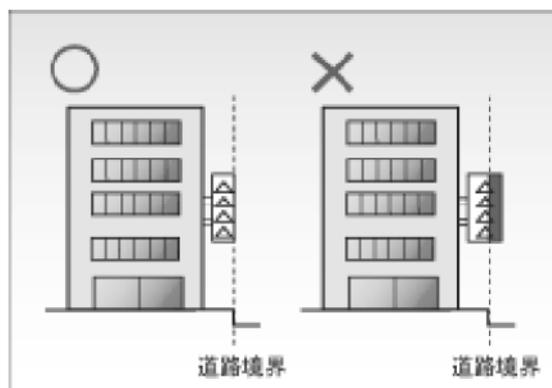
## ■ 形態等の規制

### ■ 道路突出の禁止

田の字地区の幹線沿道(※1)や眺望景觀に配慮する必要のある沿道(※2)における建築物の壁面に設置された袖看板や支柱型屋外広告物等については、通り景觀の阻害要因となるため道路上空への突出を禁止します(※3)。

(※1) 御池通(堀川通～河原町通)、四条通(大宮通～河原町通)、五条通(堀川通～河原町通)、堀川通(御池通～六条通)、烏丸通(竹屋町通～六条通)、河原町通(御池通～六条通)

(※2) 北山通(北山大橋～白川通)、白川通(北山通～御蔭通)、北大路通(西大路通～大徳寺通)、西大路通(北大路通～丸太町通)



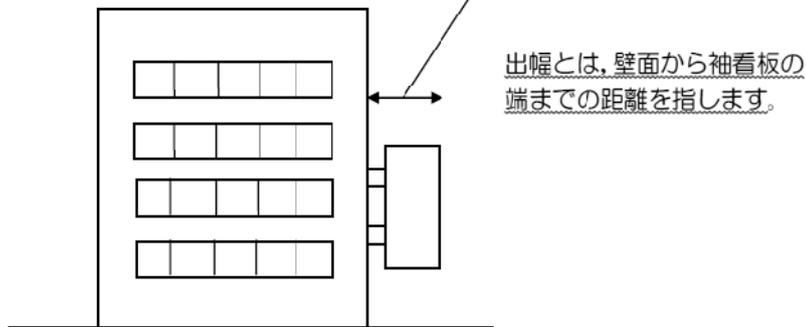
(※3) アーケード下や高さ4m以下の看板等は道路突出が認められます。

景 形態等の規制  
景観ガイドライン

### ■ 袖看板等の出幅の規制

広-2-6

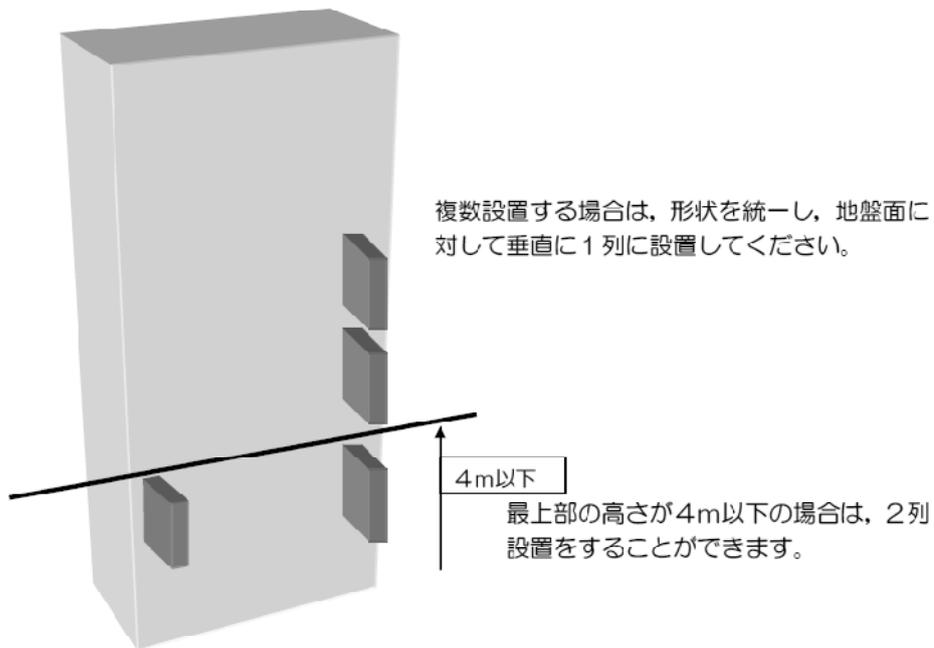
袖看板等の出幅については、1 m又は1.5 m以内に制限しています。



### ■ 袖看板等の2列設置の禁止

袖看板等を1壁面に複数設置する場合は、形状を統一し、地盤面に対して垂直に1列に設置する必要があります。

ただし、最上部の高さが4m以下の場合、2列設置をすることができます。



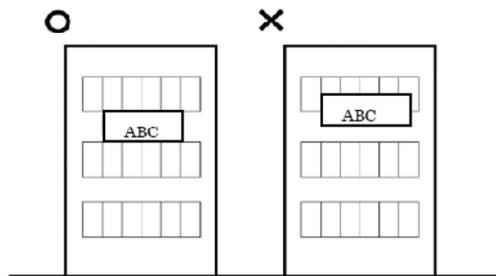
景 形態等の規制  
景観ガイドライン

### ■ 開口部に関する規制

広-2-7

1 開口部と壁面にまたがる屋外広告物は建築物のデザインを阻害するため、禁

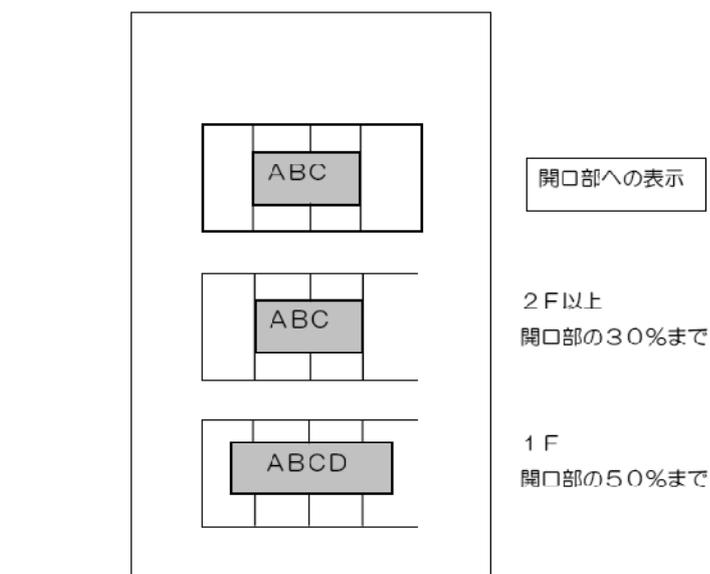
止めています。



## 2 開口部に表示できる面積の規制

シート状の屋外広告物等をガラス窓等の開口部に表示する場合、一定の面積規制があります。この面積規制についてはガラスの内外を問わず同じです。

建築物の1階部分に表示するか、2階以上に表示するかによって表示可能な面積の基準が異なります。建築物の1階については開口部の50%まで、2階以上については開口部の30%まで表示することができます。



景 色彩・意匠等の規制  
景観ガイドライン

■ 色彩・意匠等の規制

広-2-8

■ 写真・絵画等の使用の制限

写真、絵画等については、建築物のデザインや景観への影響が大きいため、屋外広告物への使用はできるだけ避けてください。やむをえず、写真、絵画等を表示する場合、以下の要件があります。

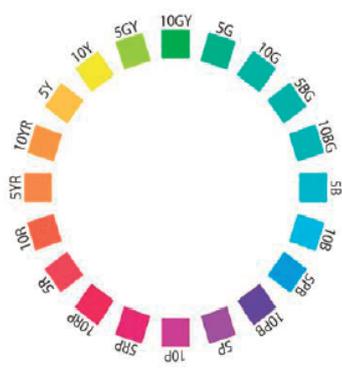
- 写真、絵画等を表示した屋外広告物の高さの上限を原則10mとします。
- 1個当たりの面積の上限を原則10㎡以内とします。
- 1個当たりの面積が10㎡を超える場合、以下の要件のいずれにも適合していることとします。
  - ① 10㎡を超える写真、絵画等の面積が、1個当たりの面積の上限の1/2以内で、かつ、それらの合計が、表示率の上限の1/2以内
  - ② 写真、絵画等を表示した1個当たり10㎡を超える屋外広告物の数が1壁面当たり2個以内
- 意匠が定着する建築物等又は周囲の町並み景観と調和していること。

## ■ 色彩の制限の基本

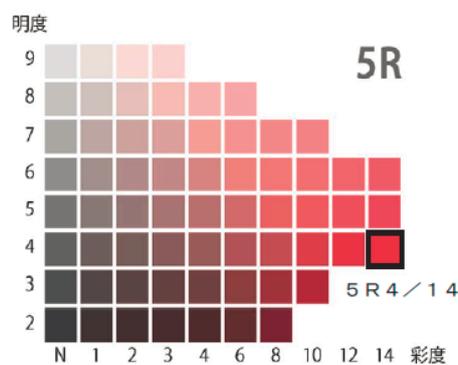
### マンセル値について

外壁などの色彩を表すためにマンセル・カラー・システムによる値（マンセル値）を用いています。マンセル値は、色彩を表す3属性である色相（色合い）、明度（明るさ）、彩度（鮮やかさ）による色の数値表現方法の一つで、色相、明度、彩度の順に表記されます。（例えば、鮮やかな赤色の色相が5R、明度が4、彩度が14の色彩は、「5R4/14」と表記されます。）

- ・ 色相：1～10の数字と記号（赤はR、黄赤はYR、黄はYなど）で表示
- ・ 明度：0（完全暗黒）から10（完全純白）の数字で表示
- ・ 彩度：0（無彩色）から始まる数字で表示



マンセル色相環



彩度と明度の関係（色相5Rの場合）  
色彩・意匠等の規制  
景観ガイドライン

## ■ 禁止色

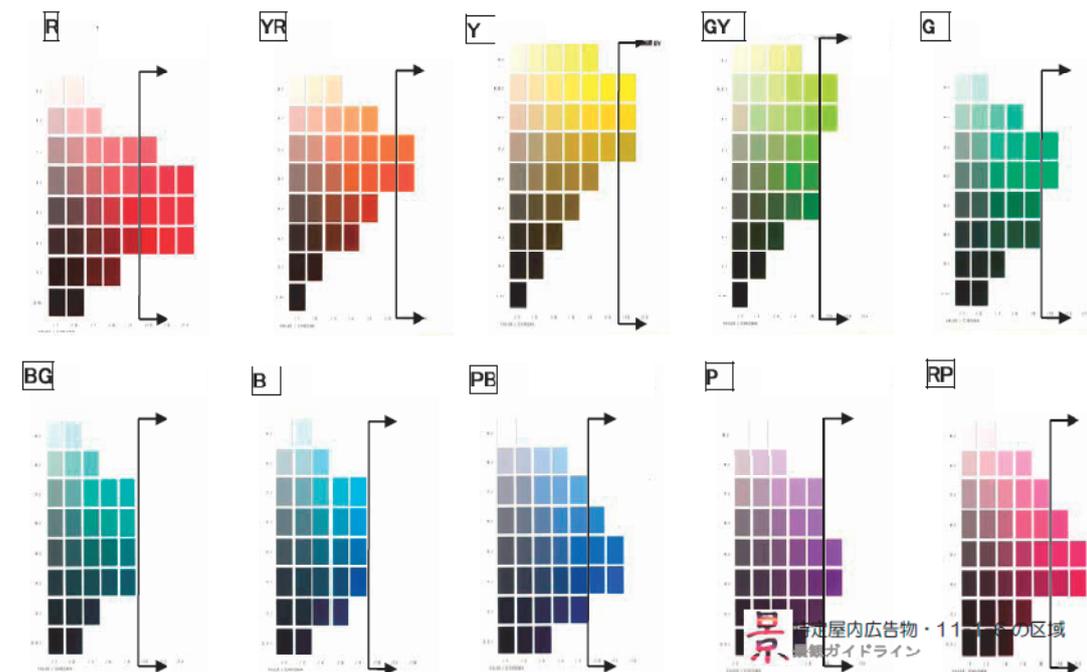
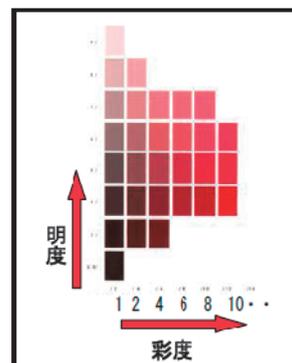
広-2-9

広告物の主要な下地及び掲出物件については、マンセル表色系により表示する下記の色彩を使用しないでください。

なお、下記の色彩であっても、①着色を施していない自然素材や、②面積が特に小さく、表示する位置が低い等によって、特に景観上支障がないと認められる場合には、使用することができます。

※この基準は最低基準です。繁華街等規制の緩い地域から文化遺産の周辺等の厳しい地域へ段階的に色彩の規制が厳しくなっていきます。広告物を設置する地域（文化遺産等の周辺、住宅地付近、繁華街等）や色の組合せ、デザイン等によって、色彩の変更をお願いしています。

色相	彩度	色相	彩度
R (赤)系	8を超えるもの	BG(青緑)系	8を超えるもの
YR(黄赤)系	10を超えるもの	B (青)系	8を超えるもの
Y (黄)系	10を超えるもの	PB(青紫)系	8を超えるもの
GY(黄緑)系	8を超えるもの	P (紫)系	8を超えるもの
G (緑)系	8を超えるもの	RP(赤紫)系	8を超えるもの



**特定屋内広告物の規制**

広-2-10

建築物の窓等の開口部に設けられた窓ガラス等の内側に、直接・間接的に常時又

は一定の期間継続して屋外の公衆に表示する広告物をいいます。具体的には、窓ガラスの内側からポスターやシートを貼り付ける場合や、ガラスを隔てた建築物の内壁に文字等を表示する場合、それらは特定屋内広告物になります。

特定屋内広告物については屋外広告物のように許可申請は不要ですが、1立面における特定屋内広告物の表示総面積が5㎡を超える場合、京都市長への届出が必要となります。

特定屋内広告物については、開口部に表示できる面積の規制と色彩の規制が掛かります。

面積：窓ガラスの部分に表示する場合、建築物の1階については開口部の50%まで、2階以上については開口部の30%まで（広-2-8 2「開口部に表示できる面積の規制」と同様です。）。

色彩：前記マンセル値による色彩の規制（広-2-9 「色彩・意匠等の規制」と同様です。）

#### ■ 条令第11条第1項第6号に規定する鉄道及びその隣接区域

鉄道沿線や特定の河川から100m又は300m以内の地域については、その場所に自己の事務所や事業所と関係のない屋外広告物を表示する、いわゆる「他社広告」の設置を禁止しています。

この区域において表示可能なものは、①自家用屋外広告物②管理用屋外広告物③面積1㎡以下の案内用屋外広告物 のいずれかです。

# もっとよいまち よい広告

## -屋外広告のてびき-



熊本市

## 熊本市の景観形成をすすめるにあたって

私たちの暮らしが、多様化・高度化するにつれて、都市に生活する人、訪れる人にとってまちが美しく快適な空間であることが、今日ほど強く望まれている時代はありません。

魅力をもった景観が都市のいたるところに見られるまちは、住みやすく、過ごしやすく、そして美しく、人々にうるおいやすらぎを与えてくれます。

景観の向上は、熊本市のもつ地域性の発掘や、新しい都市文化の創造により、他の都市には見られない熊本市らしい都市イメージを育成していくことにほかなりません。

熊本市には先人が守り築いてきた、かけがえのない自然や歴史がたくさんあります。私たちはそれらを活かしながら、「豊かな感性を育むまちづくり」を基本理念として、活力と魅力あふれる都市づくりを目指していきたいと思います。

## 屋外広告物と景観

景観を形成するものの中の重要な要素のひとつに、屋外広告物があります。

屋外広告物は、市民生活において必要な情報を提供し、便益をもたらしてくれるなど、経済・文化活動などに欠くことができないばかりか、まちのアクセントとなったり、にぎわいを演出したりして、個性豊かなうるおいのあるまちの表情を創り出したりします。

しかし、広告物が無秩序に、また地域の特性を無視して表示されるとせつかくのよい景観が台無しになったりして、見る人に不快感を与えることになります。

また、屋外広告物は安全性も兼ね備えていなければなりません。強風や地震によって通行人等に危害を及ぼすようなことがないように、その設置や管理を適正に行う必要があります。

熊本市では、中核市移行に伴い、都市景観・自然景観など地域の環境と調和し、安全な屋外広告物の掲出を図るため、地域に応じたきめ細かな基準の設定などを内容とした熊本市屋外広告物条例を制定し、平成8年4月1日から実施しており、平成22年1月からは「景観法」に基づく条例の運用を開始しています。

市民の皆様のご理解、ご協力をよろしくお願いいたします。

## 屋外広告物とは

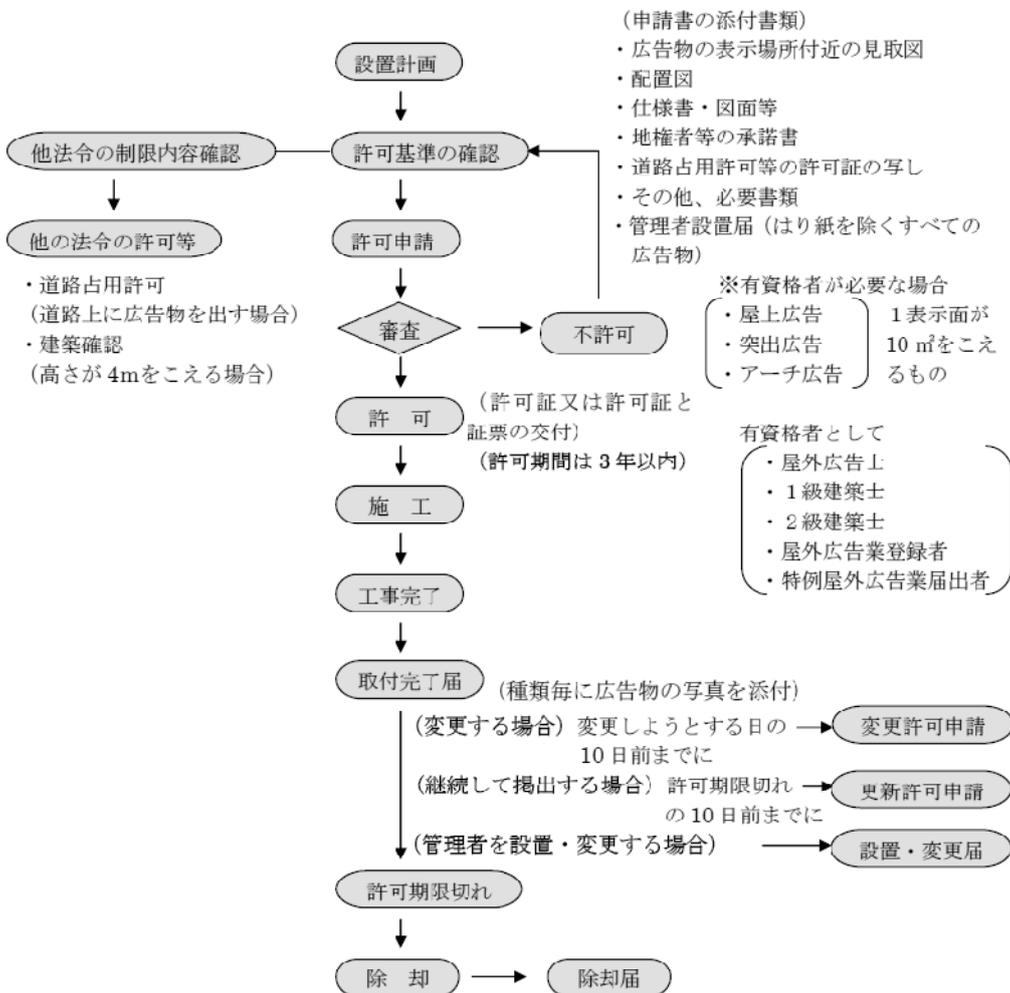
次の4つの要件全てに該当するものが、屋外広告物です。

- 1 土地や建物などに取り付けられて、常時又は一定期間継続して表示されるものであること。
- 2 屋外で表示されるものであること。
- 3 不特定多数の人々を対象として表示されるものであること。
- 4 看板、立看板、はり札及びはり紙並びに広告塔、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であること。

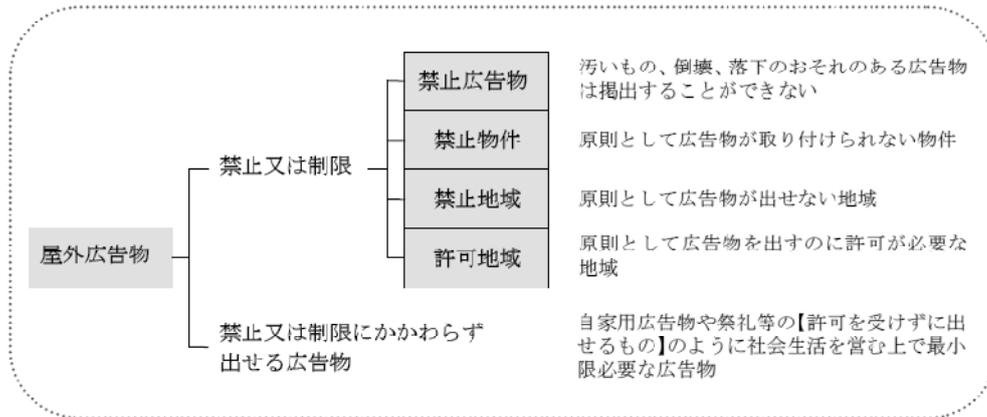
※上記の4つの要件を満たしていれば、営利を目的としていないもの、自己の敷地内に出すもの、絵画や写真でも屋外広告物に該当します。

## 許可申請の手続

条例の適用が除外される一部の広告以外は、全て許可が必要です。  
 また、現在表示している広告物を変更したりする場合も許可が必要です。  
 許可の申請は、開発景観課で受け付けます。



## 屋外広告物制度の概要



### 禁止広告物

次に掲げる広告物等は、掲出することができません。

- (1) ひどく汚れたり、色が落ちたり、塗料などがはがれ落ちたりしたもの
- (2) ひどく破損したり、又は老朽化したもの
- (3) 倒れたり、落下のおそれがあるもの
- (4) 信号機や道路標識などと似ていたり、これらの効用の妨げになりそうなもの
- (5) 道路を安全に通行することの妨げになりそうなもの

### 禁止物件

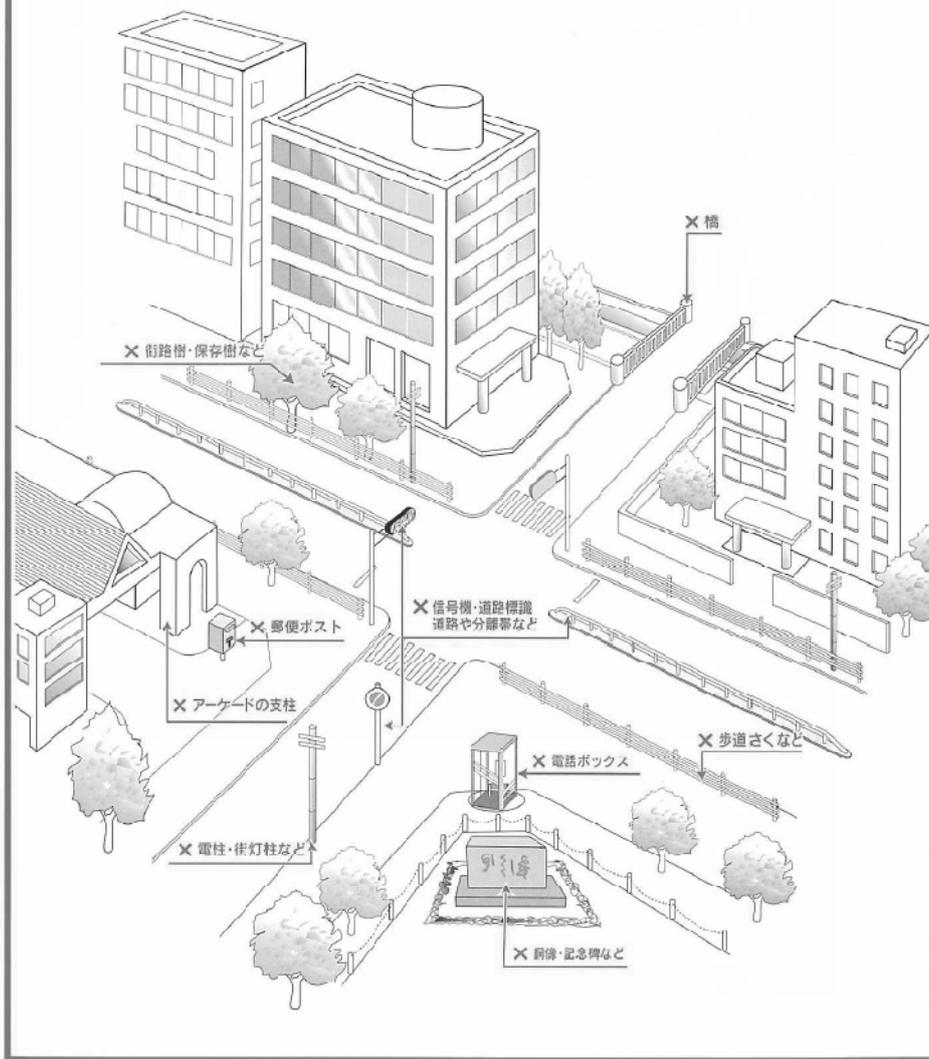
1. 次に掲げる物件には、市内どこでも広告物を表示し、広告物を掲出する物件を設置することができません。

- (1) 橋、トンネル、高架構造物及び分離帯
- (2) 石垣及び擁壁の類
- (3) 街路樹、路傍樹及び都市の美観風致を維持するための樹木の保存に関する法律第2条第1項の規定により指定された保存樹
- (4) 信号機、道路標識、歩道さく、こま止めその他これらに類するもの及び里程標の類
- (5) 電柱、街灯柱その他電柱の類で、市長が指定するもの
- (6) 消火栓、火災報知機及び火の見やぐら
- (7) 郵便ポスト、電話ボックス及び路上変電塔
- (8) 送電塔、送受信塔及び照明塔
- (9) 煙突及びガスタンク、水道タンクその他タンクの類
- (10) 銅像、神仏像及び記念碑の類
- (11) 景観法の規定により指定された景観重要建造物及び景観重要樹木

2. 電柱、街灯柱その他電柱の類 [1の(5)に該当するものを除く。] には、はり紙、はり札等、広告旗又は立看板等を表示することができません。

3. 道路の路面には、広告物を表示することはできません。

このような場所への設置はできません。



## 禁止地域

- ・自然景観や快適な生活環境を保持するため、原則として広告物の表示を禁止し、良好な景観を守っていく地域です。
- ・自家用広告物や道標・案内図板については、基準に適合すれば許可を得出すことができます。
- ・自家用広告物については、基準内であれば許可はいりません。

地域区分	規制地域区分	適用地域
禁止地域	第一種禁止地域	<ul style="list-style-type: none"> <li>・風致地区の緑地内（立田山緑地）</li> <li>・自然公園の特別地域（金峰山、立田山の一部等）</li> </ul>
	第二種禁止地域	<ul style="list-style-type: none"> <li>・風致地区（江津湖風致地区、花岡山万日山風致地区等）</li> <li>・文化財保護法による建造物等（熊本城等）</li> <li>・熊本県文化財保護条例による建造物等（旧細川刑部邸、洋学校教師館等）</li> <li>・熊本市文化財保護条例による建造物等（釣耕園、叢桂园等）</li> <li>・都市公園（水前寺公園、白川公園等）</li> <li>・熊本市景観計画による景観形成地区（戸島町の一部）</li> <li>・道路の沿線（九州縦貫自動車道の路端から500m以内の市街化調整区域等）</li> <li>・古墳、墓地、社寺、火葬場等（千金甲古墳等）</li> </ul>
	第三種禁止地域	<ul style="list-style-type: none"> <li>・第1種、第2種低層住居専用地域（花園、島崎の一部等）</li> <li>・道路、鉄道の沿線 （国道57号の一部の路端から100m以内、国体道路南北線・東西線、熊本港線、北バイパス等主要な道路沿線、JR沿線、九州新幹線の一部沿線等）</li> <li>・官公署、学校、図書館、公会堂等の公共施設等</li> </ul>

※九州新幹線の一部沿線では、一般広告物のみを禁止する（空間規制）区間があります。（P11）

## 許可地域

- ・経済活動等を考慮して、許可により健全な景観を誘導していく地域です。
- ・原則として広告物を表示するには許可が必要です。
- ・自家用広告物については、基準内であれば許可はいりません。

地域区分	規制地域区分	適用地域
許可地域	第一種許可地域	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市長が指定する道路沿線</li> </ul>
	第二種許可地域	<ul style="list-style-type: none"> <li>・禁止地域、第一種・第三種許可地域以外の地域（第1種、第2種中高層住居専用地域、第1種、第2種住居地域、準住居地域、市街化調整区域等）</li> </ul>
	第三種許可地域	<ul style="list-style-type: none"> <li>・禁止地域以外の商業地域、近隣商業地域、工業地域、準工業地域</li> </ul>

※適用地域の詳細については、開発景観課で確認してください。

## ●禁止地域・許可地域の許可基準

○許可を受けて出せる広告物の表示面積の合計等の基準（総量規制）

(S = 広告総面積、S' = 片面広告面積、H = 広告物の高さ)

地域区分	規制地域区分	一般広告物	自家用広告物	道標、案内図板等	
				電柱等を利用	電柱等を利用するものを除く
禁止地域	第一種禁止地域	禁止	$S \leq 10 \text{ m}^2$ (1事業所等につき) 1表示面 5m以内	禁止	片面 $S' \leq 1 \text{ m}^2$ (1物件につき) $H \leq 3 \text{ m}$
	第二種禁止地域	禁止	$S \leq 15 \text{ m}^2$ (1事業所等につき)	禁止	道標 (施設案内板) 片面 $S' \leq 2 \text{ m}^2$ (1物件につき) [2つの事業所等が共同で表示する場合 片面 $S' \leq 3 \text{ m}^2$ 3つの事業所等が共同で表示する場合 片面 $S' \leq 5 \text{ m}^2$ ] $H \leq 5 \text{ m}$
	第三種禁止地域	禁止	$S \leq 50 \text{ m}^2$ (1事業所等につき)	近隣の施設又は事務所等に誘導するものであること	案内図板 (地域案内板) $S \leq 5 \text{ m}^2$ (1物件につき) $H \leq 5 \text{ m}$
許可地域	第一種許可地域	広告物	$S \leq 50 \text{ m}^2$ (1事業所等又は一団の土地につき)		
	第二種許可地域		$S \leq 100 \text{ m}^2$ (1事業所等又は一団の土地につき)		
	第三種許可地域	制限なし [但し、建植広告(自家用広告物及び管理用広告物を除く。)の表示面積の合計 $S \leq 100 \text{ m}^2$ (1団の土地につき)]			

○手続き（許可）不要で出せる広告物及び広告総面積の基準等

※その他関係法令に基づく手続き等は必要です。

・自家用広告物	第一種禁止地域 2 m <sup>2</sup> 以内 第二・三種禁止地域 5 m <sup>2</sup> 以内 許可地域 10 m <sup>2</sup> 以内
・自己管理地用広告物	禁止地域 1団の土地等につき 1 m <sup>2</sup> 以内 許可地域 1団の土地等につき 3 m <sup>2</sup> 以内
・奉仕広告物 (寄贈者名等)	0.5 m <sup>2</sup> 以内 1件につき 1個 表示方向から見た投影面積の 1/20 以内
・法令の規定による広告物	
・公職選挙法による選挙運動のポスター等	
・冠婚葬祭等の一時的広告物や講演会等のための敷地内広告物	
・営利を目的としない活動のための広告物	届出が必要
・電車又は自動車に表示される自家用広告物	
・電車又は自動車に表示される自家用広告物以外の広告物	
・電車 (路面電車を除く。)	車体各面の面積の 10%以内
・路面電車	表示合計面積 5.3 m <sup>2</sup> 以内
・自動車	車体面積の 6%以内
・自動車の広告で他県等の条例により許可されたもの	
・人、動物又は車両 (電車及び自動車を除く。)、船舶等の広告物	
・地方公共団体の公共掲示板の広告物	
・国、地方公共団体及び公共的団体の公共目的広告物	事前協議と届出が必要
・工事現場の仮囲い又は仮囲いに表示される広告物	工事期間中かつ宣伝の用に供さないもの

# 屋外広告物の規制概要

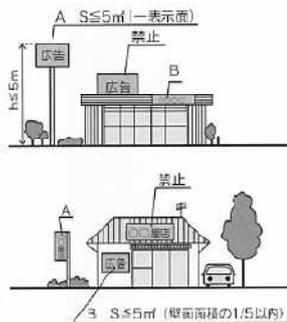
禁止地域及び許可地域の規制の概要については、次の図のとおりになります。

## ●禁止地域 (一般広告物禁止、自家用広告物・道標等掲出可)

### 規制地域区分 第一種禁止地域

$$A + B \leq 10 \text{ m}^2$$

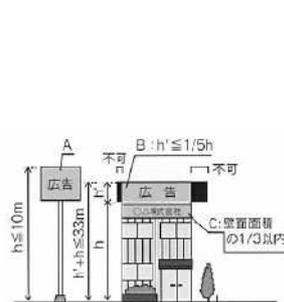
(自家用広告物：2 m<sup>2</sup>以下許可不要)



### 規制地域区分 第二種禁止地域

$$A + B + C \leq 15 \text{ m}^2$$

(自家用広告物：5 m<sup>2</sup>以下許可不要)

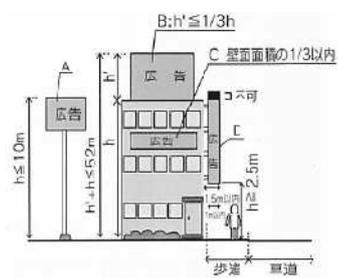


### 規制地域区分 第三種禁止地域

$$A + B + C + D \leq 50 \text{ m}^2$$

(国道 57 号沿線の一部及び国道道路東西線沿線の一部にあつては 100 m<sup>2</sup>)

(自家用広告物：5 m<sup>2</sup>以下許可不要)



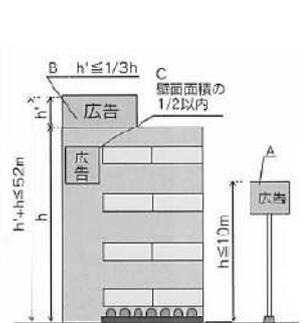
禁止地域に表示することができる屋外広告物は、

- ・自家用広告物
- ・国、地方公共団体の公共目的広告物
- ・公職選挙法による選挙運動のポスター等
- ・自己管理地用広告物
- ・講演会等のための敷地内広告物
- ・人、動物又は車両、船舶等の広告物
- ・道標、案内図板等
- ・法令の規定による広告物
- ・奉仕広告物
- ・冠婚葬祭等の一時的広告物
- ・電車又は自動車の広告物

## ●許可地域 (自家用広告物：10 m<sup>2</sup>以下許可不要)

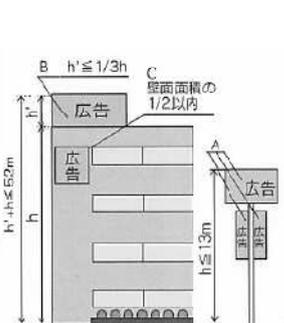
### 規制地域区分 第一種許可地域

$$A + B + C \leq 50 \text{ m}^2$$



### 規制地域区分 第二種許可地域

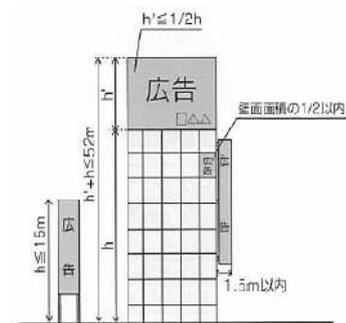
$$A + B + C \leq 100 \text{ m}^2$$



### 規制地域区分 第三種許可地域

屋外広告物総面積の制限なし

[建植広告(自家用広告物等を除く。)の表示面積の合計  $S \leq 100 \text{ m}^2$  (1 団の土地につき)]



## ●共通基準

### ●禁止地域

- ・地色に赤、黄色を使用しないこと（第一種禁止地域のみ）。
- ・露出・赤ネオン管を使用しないこと。
- ・点滅のネオン管を使用しないこと。
- ・蛍光塗料を使用しないこと。
- ・電光掲示装置又は映像表示装置を使用しないこと。

### ●禁止地域、許可地域（共通）

- ・電飾は、昼間も景観を損なわず点滅速度も穏やかなこと。
- ・周囲の建築物、景観と調和すること。
- ・熊本市景観計画に定められた広告物の表示及び掲出物件の設置に関する行為の制限に関する事項に適合すること。

### 新たに禁止地域等になった場合の経過措置

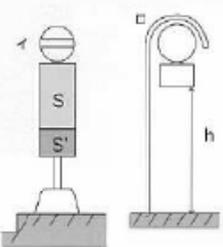
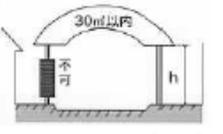
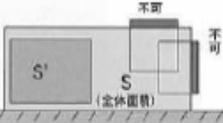
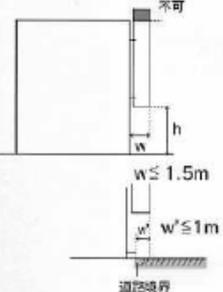
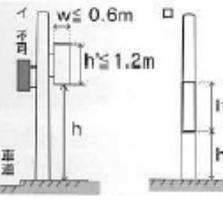
区 分		経 過 措 置
1. 新たな禁止地域等内で、今後出せなくなったり、新たに許可を要するものとなった広告物	堅固な広告物等 (注1)	3年以内は従来どおり出せる。 (注2)
2. 既存の禁止地域等内で、新たな許可基準に適合しない広告物	その他の広告物等	1年以内は従来どおり出せる。
1. 新たな許可地域等内で、新たに許可を要するものとなった広告物	堅固な広告物等	7年以内は従来どおり出せる。
2. 既存の許可地域等内で、新たな許可基準に適合しない広告物	その他の広告物等	1年以内は従来どおり出せる。

- (注) 1. 堅固な広告物等とは、鉄骨造り、石造りその他耐久性を有する構造により築造された広告物等で、建築確認を受けたもの又はこれに準ずるものと市長が認めたものです。
2. 従来どおりとは、申請不要であったものは申請不要で、許可を受けていたものは許可の更新を受けなければならないということです。

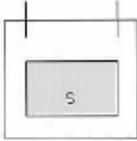
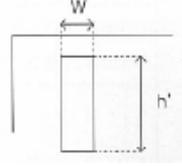
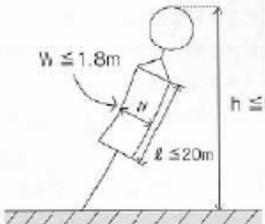
●屋外広告物の種類ごとの基準

規制地域区分 広告物の種類	第一種 禁止地域	第二種 禁止地域	第三種 禁止地域	第一種 許可地域	第二種 許可地域	第三種 許可地域
<p>建 植 広 告 (広告塔・広告版・サインポール等)</p>	$h \leq 5m$ $S \leq 5m^2$	$h \leq 10m$ ( $h \leq 5m$ ) ① $S \leq 15m^2$ ( $5m < h \leq 10m$ ) ② $S \leq 10m^2$			$h \leq 13m$ ( $h \leq 5m$ ) ① $S \leq 20m^2$ ( $5m < h \leq 13m$ ) ② $S \leq 15m^2$	$h \leq 15m$ ( $h \leq 5m$ ) ① $S \leq 30m^2$ ( $5m < h \leq 15m$ ) ② $S \leq 20m^2$
<p>屋 上 広 告</p>	禁 止	$h' \leq \frac{1}{5} h$ $h+h' \leq 33m$		$h' \leq \frac{1}{3} h$ $h+h' \leq 52m$		$h' \leq \frac{1}{2} h$ $h+h' \leq 52m$
<p>共通基準</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 建築物の壁面の真上垂直面から突き出して設置しないこと。</li> <li>2. 広告物等を支持する支柱等が見えないよう外枠等で覆うこと。</li> </ol>						
<p>屋 根 面 広 告</p>	禁 止			$S' \leq \frac{1}{2} S$		
<p>共通基準</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 屋根面内で表示し、又は設置すること。</li> <li>2. 窓又は開口部をふさいで表示し、又は設置しないこと。</li> </ol>						
<p>壁 面 広 告</p>	$S' \leq \frac{1}{5} S$	$S' \leq \frac{1}{3} S$		$S' \leq \frac{1}{2} S$		
<p>共通基準</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 壁面内で表示し、又は設置すること。</li> <li>2. 窓又は開口部に木、合成樹脂、金属等の耐久性のある材料を用いた広告物等を設置しないこと。</li> </ol>						
<p>街 路 灯 広 告</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 街路灯 1 本に 1 個限りとし、巻付け広告、直塗広告は禁止する。</li> <li>2. 1 面の表示は、縦 0.3m、横 0.6m 以下とし、規格を統一すること。</li> <li>3. <math>h \geq 2.5m</math> (歩道上) <math>h \geq 4.5m</math> (歩車道の区別のない道路又は車道上)</li> <li>4. 原則として道路中央側に取り付けないこと。</li> <li>5. 商店街、自治会、町内会等が表示し、設置する広告であること。</li> <li>6. 地色には、赤色及び黄色は使用しないこと。</li> </ol>					
<p>アーケード内つり広告</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 片面 10 m<sup>2</sup> 以下でかつ商店街ごとに統一された形状であること。</li> <li>2. <math>h \geq 2.5m</math> (歩道上) <math>h \geq 4.5m</math> (歩車道の区別のない道路又は車道上)</li> </ol>					

●屋外広告物の種類ごとの基準

規制地域区分 広告物の種類	第一種 禁止地域	第二種 禁止地域	第三種 禁止地域	第一種 許可地域	第二種 許可地域	第三種 許可地域
 <p>標識等利用広告</p>		禁止		イ. (バス停留所標識等を利用するもの) 1. $S' \leq \frac{1}{3} S$ 2. 車両の進行してくる方向から展望できない面に表示するものであること。 3. 地色に赤色・黄色は使用しないこと。 ロ. (消火栓標識を利用するもの) 1. 表示面は、縦0.3m・横0.8m以下であること。 2. $h \geq 2.5\text{m}$ (歩道上) $h \geq 4.5\text{m}$ (歩車道の区別のない道路又は車道上) 3. 道路中央側からの取り付けはしないこと。(原則として)		
 <p>アーチ広告</p>		禁止		1. 1面の表示面積は、30㎡以内 2. $h \geq 2.5\text{m}$ (歩道上) $h \geq 4.5\text{m}$ (歩車道の区別のない道路又は車道上) 3. 支柱への表示は禁止する。		
 <p>塙・垣広告</p>				1. $S' \leq \frac{1}{2} S$ 2. 塙、垣の上端及び両側端から突き出さないこと。		
 <p>突出広告</p>				1. $w \leq 1.5\text{m}$ (但し、道路上に突き出す場合は、道路境界線から1m以内) 2. $h \geq 2.5\text{m}$ (歩道上) $h \geq 4.5\text{m}$ (歩車道の区別のない道路又は車道上) 3. 広告物の上端が壁面の上端を越えないこと。 4. 同一壁面については、突出広告は二列までとし、その突出幅は同一であること。		
 <p>電柱等利用広告</p>				イ. 突出広告 1. $h' \leq 1.2\text{m}$ $w \leq 0.6\text{m}$ 2. $h \geq 2.5\text{m}$ (歩道上) $h \geq 4.5\text{m}$ (歩車道の区別のない道路又は車道上) 3. 原則として道路中央側に取付けない。 ロ. 巻付広告 1. $h \geq 1.2\text{m}$ $h' \leq 1.8\text{m}$		
				共通基準	1. 電柱1本にき、突出広告及び巻付け広告、各1個とする。 2. 地色には、赤色及び黄色は使用しないこと。	

●屋外広告物の種類ごとの基準

規制地域区分 広告物の種類	第一種 禁止地域	第二種 禁止地域	第三種 禁止地域	第一種 許可地域	第二種 許可地域	第三種 許可地域
簡易広告	(はり紙) (簡易広告板)  S(表示面積)≤1㎡	(はり札)  S(表示面積)≤1㎡	(のぼり、旗)  S(表示面積)≤1㎡(1面)	(立看板) (置看板)  w ≤ 1m h ≤ 2m h' ≤ 0.5m	(広告幕) イ.壁面を利用する場合(懸垂幕)  w ≤ 1.8m h' ≤ 20m	ロ.道路を横断する場合  h ≥ 2.5m (歩道上) h ≥ 4.5m (歩車道の区別のない道路又は車道上)
	特殊広告	(アドバルーン)  W ≤ 1.8m h ≤ 50m φ ≤ 20m	h ≤ 50m w ≤ 1.8m φ ≤ 20m			

規制区分	都市計画区域の用途地域を除く区間	都市計画区域内の用途地域内の区間:
九州新幹線の規制	 <p>500m</p> <p>中等密度地域、用途指定のない区間</p> <p>第三種禁止地域</p>	 <p>100m</p> <p>用途地域</p> <p>一般広告物禁止: 高架の高さ(地上10mとみなし、これに満たない場合はその高さ)より上の空間に限る。</p> <p>(制御軌道軌道敷(溝渠)より上の空間も規制)</p>

## ●禁止物件に出せる広告物

1. 自家用広告物は次の物件に限る。
  - ・石垣及び擁壁の類（第一種禁止地域：2㎡以内、その他の地域：5㎡以内）
  - ・送電塔、送受信塔及び照明塔並びに煙突、ガスタンク、水道タンク及びその他タンク類（第一種禁止地域：2㎡以内、その他の地域：5㎡以内）
2. 自己管理地用広告物（禁止地域は1㎡、許可地域は3㎡をこえると許可が必要となる。）
3. 法令の規定による広告物
4. 公職選挙法による選挙運動のポスター等
5. 国、地方公共団体の公共目的の広告物（事前協議をして届出が必要）

## コミュニティボード（公共掲示板）

市民の広報活動のため、市内60箇所にコミュニティボードを設置しています。

はり紙に限り許可を受けて掲示することができますが、ひどく汚れたり、色が落ちたり、蛍光塗料を使用したもの、選挙ポスターや常設映画館の営業用ポスター、その他市長が適当でないと思えたものは、掲示できません。

掲示料は無料です。



## 罰則等

許可が必要なのに許可を受けなかったり、禁止されている場所や物件に表示したり、期間を過ぎても除却しなかったり、又、登録等をせずに屋外広告業を営んだとき、その他条例に違反したときには、50万円あるいは30万円以下の罰金に処せられることがあります。

また、熊本市独自の制度として、勧告に従わない場合、違反者の氏名等を公表する仕組みを設けています。

### 屋外広告物許可申請手数料一覧

種 別	手 数 料 の 額
は り 紙 広 告 幕 立看板又は置看板 のぼり又は旗 はり札又は簡易広告板	1 枚につき 5円 1 枚につき 600円 1 枚につき 150円 1 本につき 150円 1 枚につき 150円
電柱等利用広告 街 路 灯 広 告 標識等利用広告	巻付広告又は塗り広告若しくは突出広告 1 個につき 300円 1 個につき 300円 1 個につき 300円
建植広告（広告 塔、広告板、サ インポール等） 屋上広告、壁面 広告、屋根面広 告、アーチ広告、 塀・垣広告又は 突出広告	0.5 平方メートル未満のもの 1 個につき 150円 0.5 平方メートル以上 1 平方メートル未満のもの 1 個につき 300円 1 平方メートル以上 2 平方メートル未満のもの 1 個につき 600円 2 平方メートル以上 5 平方メートル未満のもの 1 個につき 900円 5 平方メートル以上 10 平方メートル未満のもの 1 個につき 1,500円 10 平方メートル以上 20 平方メートル未満のもの 1 個につき 3,000円 20 平方メートル以上 30 平方メートル以下のもの 1 個につき 6,000円 30 平方メートルをこえるもの 1 個につき 6,000円 に 30 平方メートルをこえ る面積 1 平方メートルまで ごとに 300 円を加算した額
照明広告（ネオ ンサイン及びイ ルミネーション を含む。）	0.5 平方メートル未満のもの 1 個につき 300円 0.5 平方メートル以上 1 平方メートル未満のもの 1 個につき 600円 1 平方メートル以上 2 平方メートル未満のもの 1 個につき 1,200円 2 平方メートル以上 5 平方メートル未満のもの 1 個につき 1,800円 5 平方メートル以上 10 平方メートル未満のもの 1 個につき 3,000円 10 平方メートル以上 20 平方メートル未満のもの 1 個につき 6,000円 20 平方メートル以上 30 平方メートル以下のもの 1 個につき 12,000円 30 平方メートルをこえるもの 1 個につき 12,000円 に 30 平方メートルをこえ る面積 1 平方メートルまで ごとに 600 円を加算した額
気 球 広 告	1 個につき 1,500円

## 屋外広告業の登録について

屋外広告業とは、広告主から広告物の表示・設置に関する工事を請負い、屋外で公衆に表示することを「業」として行う法人又は個人をいいます。営業所を熊本市内に有していない場合であっても、熊本市内で広告物の表示・設置に関する工事等を行おうとする場合には、登録が必要になります。

### 1. 登録の申請について

●提出書類 提出部数：1部

- ・登録申請書 (様式第21号)
- ・誓約書 (様式第22号)
- ・業務主任者の資格を証する書面
- ・略歴書 (様式第23号)
- ・登記事項証明書
- ・次に掲げる者に係る住民票(抄本)又はこれに代わる書面
  - (1) 登録申請者(個人の場合)
  - (2) 役員(法人の場合)
  - (3) 登録申請者が選任した業務主任者

●登録の有効期限：5年間

有効期間満了後も、引続き屋外広告業を営もうとする場合は、登録の有効期間満了日の30日前までに更新の手続きを行わなければなりません。

●登録手数料：10,000円

### 2. 特例屋外広告業の届出について

熊本県屋外広告物条例の規定による登録を受けている屋外広告業者は、熊本市に対して「特例屋外広告業の届出」を行うことにより熊本市内での営業が可能です。届出に際しての手数料は発生しません。

●提出書類 提出部数：1部

- ・特例屋外広告業届出書 (様式第35号)
- ・熊本県屋外広告物条例の規定による屋外広告業の登録を受けたことを証する書面
- ・業務主任者の資格を証する書面

問い合わせ先

〒860-8601 熊本市手取本町1-1 熊本市役所 11階 開発景観課  
電話 096-328-2507 FAX 096-351-2182

(※付録は、転載許可を取っています。)



非 売 品  
禁無断転載

平 成 2 2 年 度  
景観と調和したデジタルサイネージに関する  
調査研究報告書

発 行 平成23年3月

発行者 社団法人 日本機械工業連合会  
〒105-0011  
東京都港区芝公園三丁目5番8号  
電 話 03-3434-5384

財団法人 デジタルコンテンツ協会  
〒100-8121  
東京都千代田区一番町23番地3  
電 話 03-3512-3903