

# 川崎駅周辺地区における公共空間を活用した 屋外広告物掲出ガイドライン(案)

## 1. ガイドライン策定の目的と位置付け

- (1) 背景
- (2) 目的・位置付け
- (3) 社会実験がもたらす効果や影響の検証
- (4) ガイドラインの策定フロー
- (5) 社会実験のスキーム図

## 2. 推進方策

- (1) 対象となるエリア
- (2) 対象となる広告物
- (3) 広告物掲出基準（案）

### 【参考】川崎駅周辺地区における広告物関連法令・基準等

- (1) 川崎市屋外広告物条例
- (2) 川崎市屋外広告物条例施行規則
- (3) 川崎駅周辺景観計画特定地区 景観形成方針・基準
- (4) 川崎市広告掲載要綱
- (5) 川崎市広告掲載基準
- (6) 川崎市道路占用規則
- (7) 道路占用許可基準

# 1. ガイドライン作成の目的と位置付け

## (1) 背景

・川崎駅周辺地区では、平成18年4月に「川崎駅周辺総合整備計画」を策定し、東口駅前広場の再編整備をはじめ、駅周辺における民間活力を活かした土地利用の誘導等により、計画的かつ段階的なまちづくりを進めてきたところである。

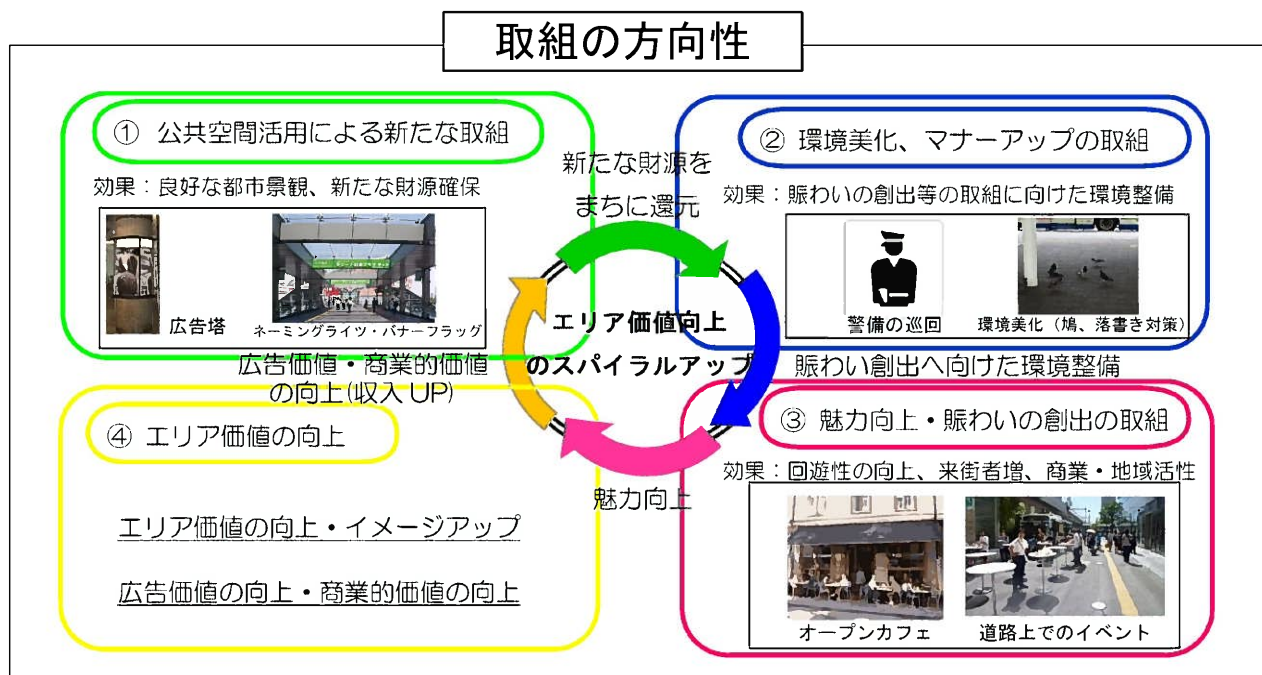
・一方で東口駅前広場については整備から7年が経過し、ゴミの散乱や落書き、路上生活者の再定着、不法占用などの不適切な使用状況が見受けられるなどの課題を抱えている。

・また全国的な傾向として、高度成長期に整備された社会資本が急速に老朽化し、維持管理・更新費の増大が見込まれ、本市においても例外でなく、逼迫する財政状況の中、効率的かつ効果的な維持管理等の検討を進めるとともに、公共空間での民間による収益事業を実施し、その一部を維持管理に充当することで管理の高質化を図るなど、新たな財源をまちづくりに還元する仕組みを構築する必要がある。

・近年では都市再生特別措置法の改正（平成23年10月）により、道路空間を活用して賑わい創出を図る制度が創設されており、本市の玄関口として、駅周辺の公共空間を活用した、賑わい創出や商業活性などの取組が求められている。

・そこで本市では、川崎駅周辺の公共空間を有効活用し、駅周辺の更なる商業活性化やまちの賑わいの創出を図るとともに、新たに生まれた財源を、周辺の環境美化やまちづくりに還元・再投資することで、スパイラルアップによる川崎駅周辺の価値の向上を図ることを目指し、平成30・31年度に、駅前広場周辺において広告塔の設置などの社会実験を実施し、歩行者の通行環境や自動車運転手へ与える影響などを検証した上で、平成32年度以降に本格実施に移行することを想定し、取組を実施する。

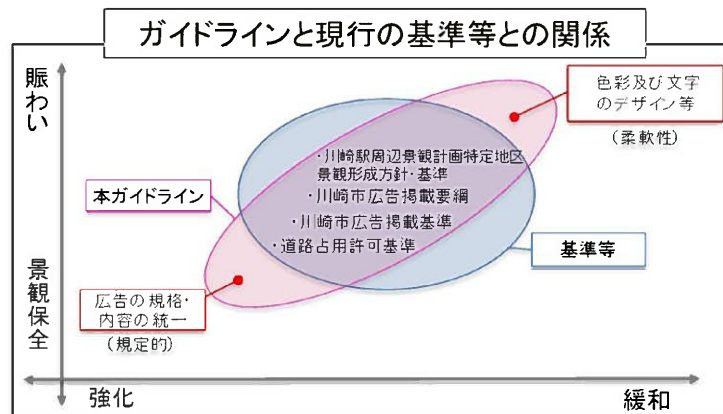
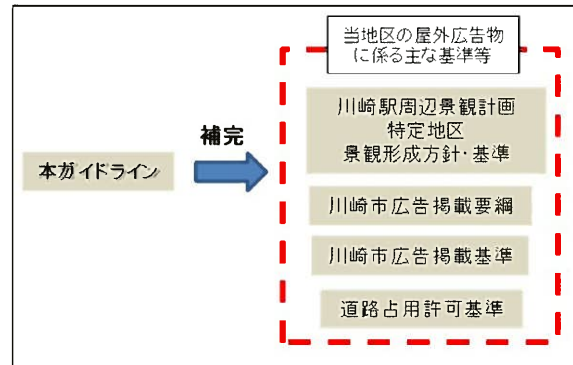
・このような取組や、近年の国や他自治体の動向等を踏まえ、禁止地域である川崎駅東口駅前広場及び西口広場や、禁止物件に該当する川崎駅北口通路西側デッキにおいて広告物を掲出できるよう、屋外広告物条例を改正したところであり、今後、公共空間の有効活用の取組を推進していくものである。



# 1. ガイドライン作成の目的と位置付け

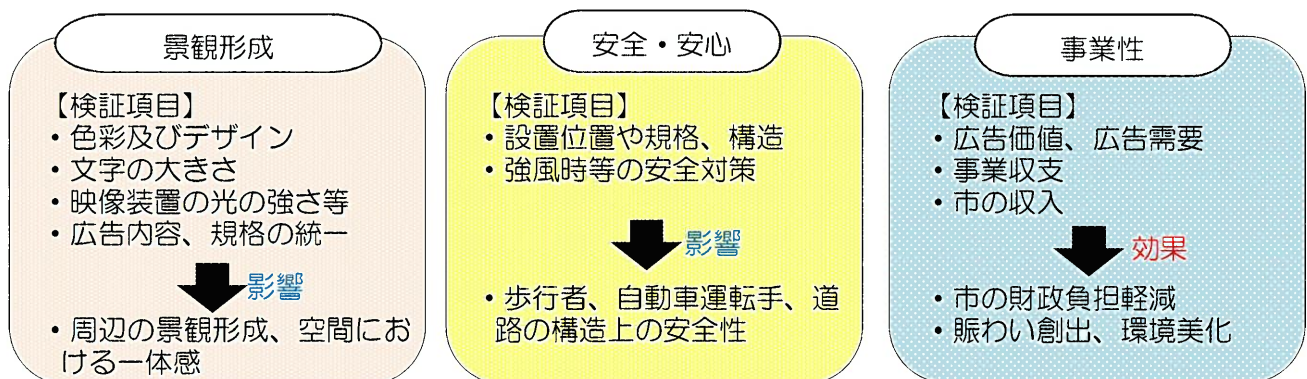
## (2) 目的・位置付け

本ガイドラインは、良好な景観の形成や公衆の安全性の確保などを目的に、条例改正によって、新たに広告物の掲出が可能となる駅前広場や歩行者デッキという公共空間において、広告物を掲出する際に新たに必要なルール、基準や審査体制を示すものである。もちろん、当該エリアは景観計画特定地区に含まれるなど、既に様々な基準等が規定されているエリアであることから、基本的にはこれによるものとするが、多くの人が利用する公共空間という観点から、新たに必要となるルールを定め、駅周辺の更なる商業活性化やまちの賑わい創出を図る観点から、柔軟な対応を図ることも可能にすることで、既存の基準等を補完することを目的とするものである。



## (3) 社会実験がもたらす効果や影響の検証

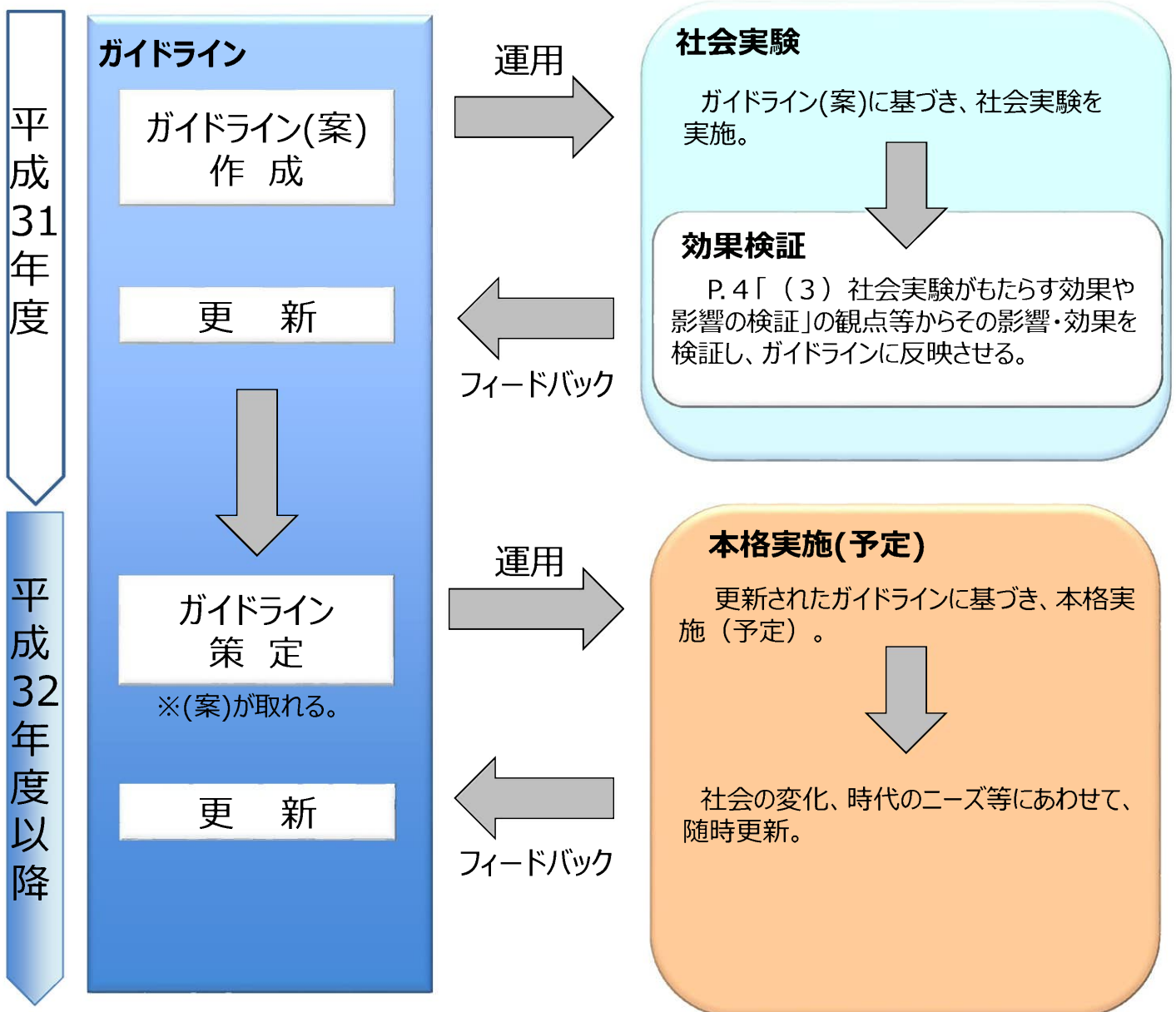
社会実験の実施にあたっては、「周辺の景観形成」、「歩行者等の安全・安心」、「事業性」の3つの観点から、その効果及び影響の検証を行うこととする。



# 1. ガイドライン作成の目的と位置付け

## (4) ガイドラインの策定フロー

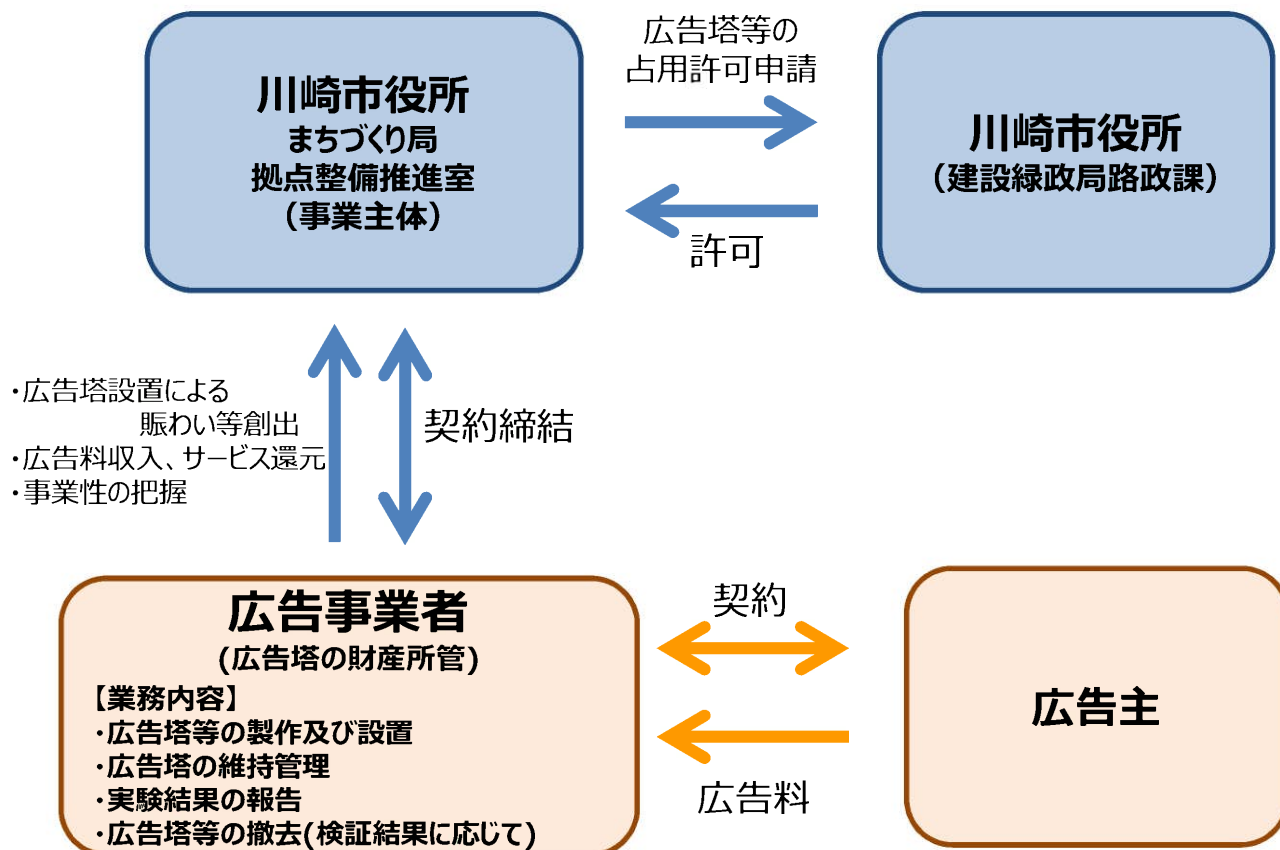
ガイドラインは、下図のフローにより運用し、社会実験の実施段階では、ガイドライン(案)として作成し、これに基づき社会実験を実施し、その効果・課題等を検証した上で、最終的にガイドラインとして策定し、本格実施に移行するものとする。



# 1. ガイドライン作成の目的と位置付け

## (5) 社会実験のスキーム図

社会実験は、下図のスキームで実施していくものとする。

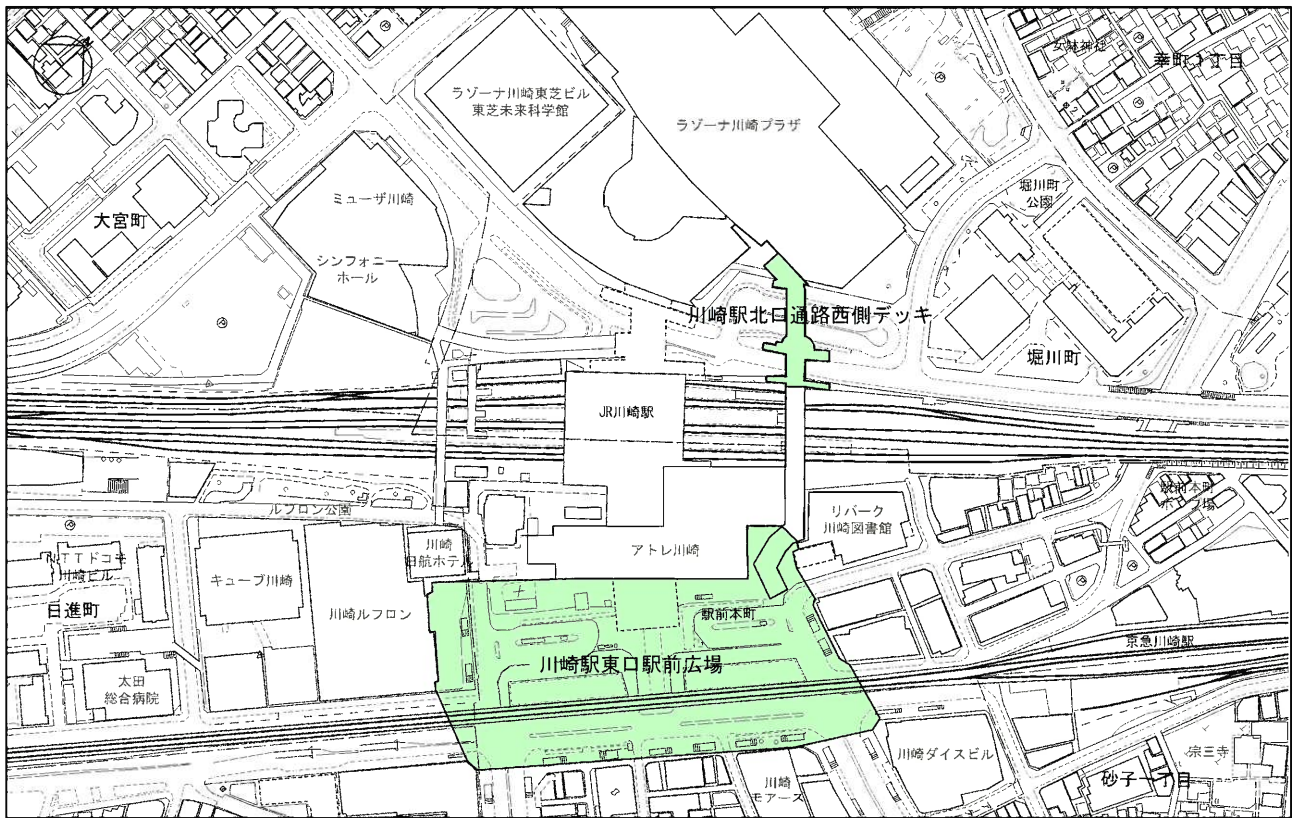




## 2. 推進方策

### (1) 対象となるエリア

対象となるエリアは下図のとおりです。



## 2. 推進方策

### (2) 対象となる広告物

#### ①川崎駅東口駅前広場

対象となる広告物は以下のとおりです。

##### a 川崎駅東口駅前広場 配置図(案)

広告塔の設置については、歩行者等の安全性を考慮し、原則、下図の示す箇所を候補として、市と事業者で協議の上、具体的設置箇所を決定する。但し、候補以外の箇所であっても、市・事業者等で協議の上、安全性が確認された場合は設置を可能とする。

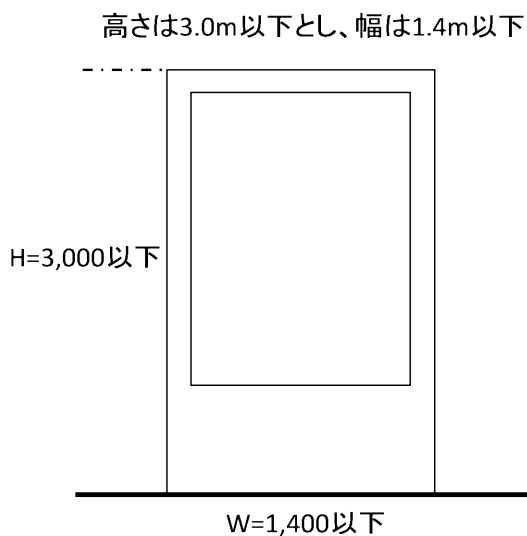


凡例・・・  
■ 広告塔(両面)設置可能箇所  
■ 既存案内サイン添架可能箇所

##### b 種類・規格

###### (a) 広告塔

広告塔は、タイプ別に下記の範囲内の規格とし、景観保全を図る観点から、規格の統一に配慮するものとする。



###### (b) 案内サインへの添架





## 2. 推進方策

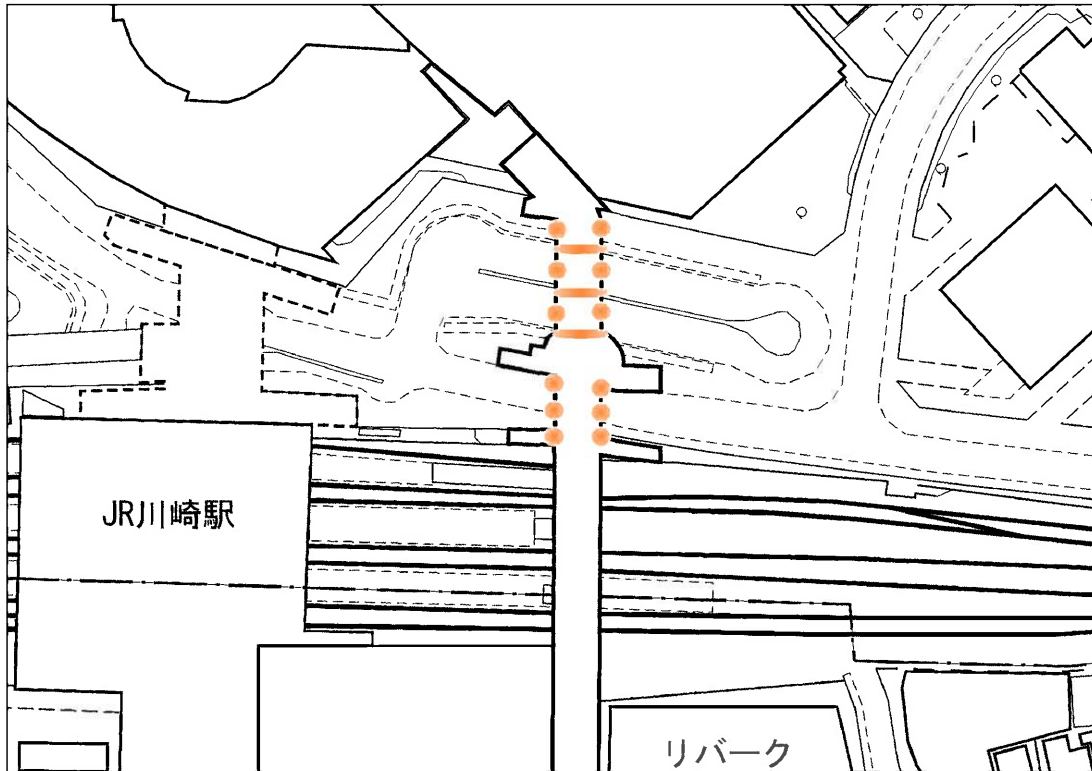
### (2) 対象となる広告物

#### ②川崎駅北口通路西側デッキ

対象となる広告物は以下のとおりです。

##### a 川崎駅北口通路西側デッキ 配置図(案)

既存設置済みのバナーフラッグを活用し、下図に示す箇所へ広告物を設置可能とする。



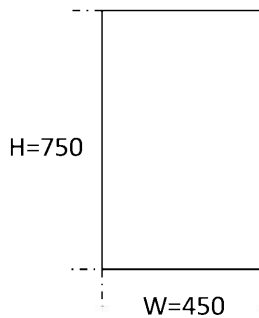
凡例・・・ ● バナーフラッグ設置可能箇所

##### b 種類・規格

バナーフラッグは型毎に下記の範囲内の規格とする。

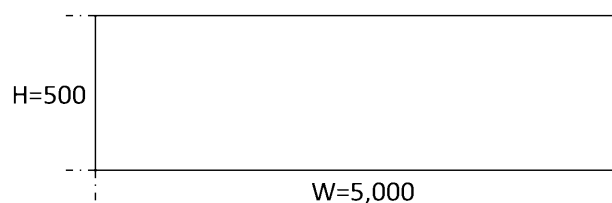
###### (a) バナーフラッグ(縦型)

W=450 H=750



###### (b) バナーフラッグ(横型)

W=5,000 H=500



## 2. 推進方策

### (3) 広告物掲出基準（案）

## 広告物掲出基準（案）

### 第1章 総則

#### （趣旨）

第1条 川崎駅周辺地区における公共空間を活用した屋外広告物掲出ガイドライン（以下、「ガイドライン」という。）の対象エリアにおける屋外広告物の掲出に際しては、既に様々な基準が定められているが、これらの基準は、今回新たに掲出が可能となる公共空間における広告物を想定したものはなっていないことから、この広告物掲出基準（案）では、社会実験時の屋外広告物の掲出に際して、当該エリアにおける屋外広告物関連法令・基準等に加えて、必要な事項を定めるものとする。

#### （基本理念）

第2条 公共空間を活用した屋外広告物は、次の基本理念に基づき掲出するものとする。

- （1）まちの活性化やエリアの賑わいの創出等に寄与していること。
- （2）周辺景観と調和し、市民に好感を与えること。
- （3）川崎駅周辺景観計画特定地区の景観形成方針に合致していること。
- （4）川崎駅東口駅前広場においては、川崎駅周辺総合整備計画に配慮すること。

### 第2章 川崎駅東口駅前広場等における広告塔、案内サイン等

#### （表示内容）

第3条 広告物の表示内容は、川崎市広告掲載基準に適合するとともに、まちの活性化や賑わいの演出にも効果があり、川崎市の玄関口にふさわしい品位の良さを感じられるものや、アート性の高いものとする。

#### （広告物のデザイン）

第4条 広告物のデザインは、賑わいの演出に効果的で、都市景観を向上させるデザインとなるよう、色彩デザイン等について工夫されたものとするとともに、著しく景観を損なわないよう配慮すること。  
2 前項の要件を満たしている場合においても、その他、景観等の観点から本市が適切でないと認めるものは、掲出を不可とすることができる。

#### （映像装置）

第5条 広告塔に映像装置を用いる場合には、第3条及び第4条の要件を基本とするとともに、以下の要件を満たすものとする。

- （1）放映時間は、午前4時から翌午前1時30分の範囲内とする。
- （2）広告は、1回15秒を基本とし、放映は同じ内容が、短時間に連続して繰返すことがないこと。
- （3）自動車運転の視線、交通信号、交通標識が保護されるように、派手な色彩や点滅、動きの速い動画、また視覚的に強い表現等はしないこと。
- （4）「アニメーション等の映像手法に関するガイドライン（日本放送協会、(社)日本民間放送連盟）」に記載される事項について満たすこと。

2 広告塔等に映像装置を用いる場合には、下記の事項を示し、周辺景観を阻害しないかについて、本市と協議を行うものとする。

- （1）放映時間
- （2）輝度設定
- （3）1画像の放映時間
- （4）基本サイクル
- （5）運営上の景観に対する配慮

3 第1項の要件を満たしている場合においても、その他、景観等の観点から本市が適切でないと認めるものは、掲出を不可とすることができる。

## 2. 推進方策

### (3) 広告物掲出基準（案）

#### （配慮事項）

第6条 広告物の掲出にあたっては、次に掲げる事項に配慮しなければならない。

- （1）倒壊、落下、はく離等により道路の構造又は交通に支障を及ぼすことがないような構造とすること。
- （2）反射、発光する素材は使用しないこと。

### 第3章 川崎駅北口通路西側デッキにおけるバナーフラッグ等

#### （表示内容）

第7条 川崎駅北口通路西側デッキは、ネーミングライツ導入施設であることを踏まえ、広告物の表示内容は、第3条に適合するとともに、原則、ネーミングライツの愛称、ネーミングライツパートナーの運営する施設（ラゾーナ川崎プラザ）の事業又は営業の内容、若しくは関連する催事に限るものとする。ただし、まちの活性化や賑わいの演出に寄与すると認められる場合はこの限りではない。

#### （広告物のデザイン）

第8条 広告物のデザインは、第4条によるものとする。

#### （配慮事項）

第9条 広告物の掲出にあたっては、次に掲げる事項に配慮しなければならない。

- （1）倒壊、落下、はく離等によりデッキの構造又は交通に支障を及ぼすことがないような構造とすること。
- （2）台風等の強風で掲出が危険と判断した場合は、バナーフラッグ等を一時撤去すること。
- （3）反射、発光する素材は使用しないこと。

### 第4章 広告の内容等に関する審査

#### （自主審査の実施）

第10条 広告を設置する者は、本ガイドラインに沿った自主審査基準を作成し、必要な基準を定めること。

#### （自主審査委員会等の設置）

第11条 広告の内容等に関する審査については、事業者において、学識経験者が参加する自主審査委員会等の審査を受け、広告掲載の可否を判断するものとする。

## 2. 推進方策

### (4) 審査体制等

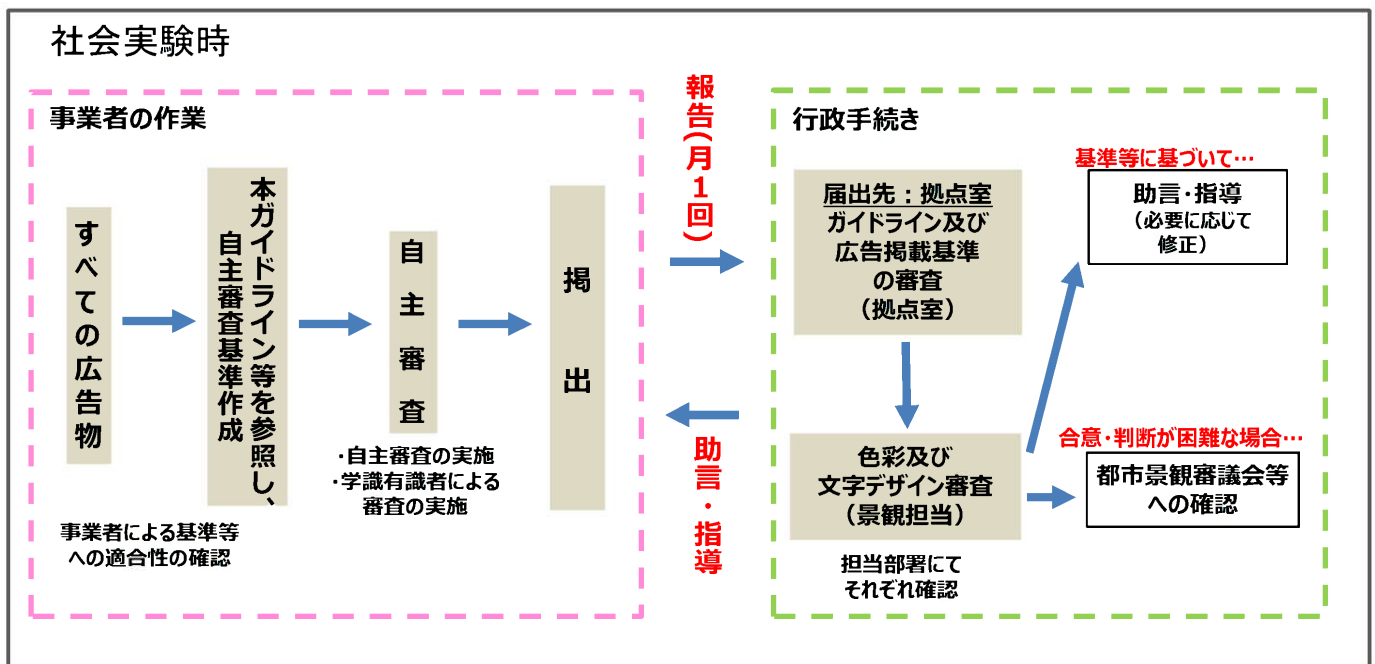
#### 1) 本ガイドラインの運用

本ガイドラインの効果的な運用を図るため、社会実験時は本市（まちづくり局）が主体となり、広告事業者、その他関係者等へ周知を図るとともに、公民の協力・協調による本ガイドラインの運用に努める。

#### 2) 広告物の審査

本ガイドラインに則って掲出するすべての広告物は審査の対象であり、本ガイドラインをもとに審査を実施する体制を構築する。

### 【審査体制】



## 【参考】川崎駅周辺地区における広告物関連法令・基準等

- (1) 川崎市屋外広告物条例
- (2) 川崎市屋外広告物条例施行規則
- (3) 川崎駅周辺景観計画特定地区 景観形成方針・基準
- (4) 川崎市広告掲載要綱
- (5) 川崎市広告掲載基準
- (6) 川崎市道路占用規則
- (7) 道路占用許可基準