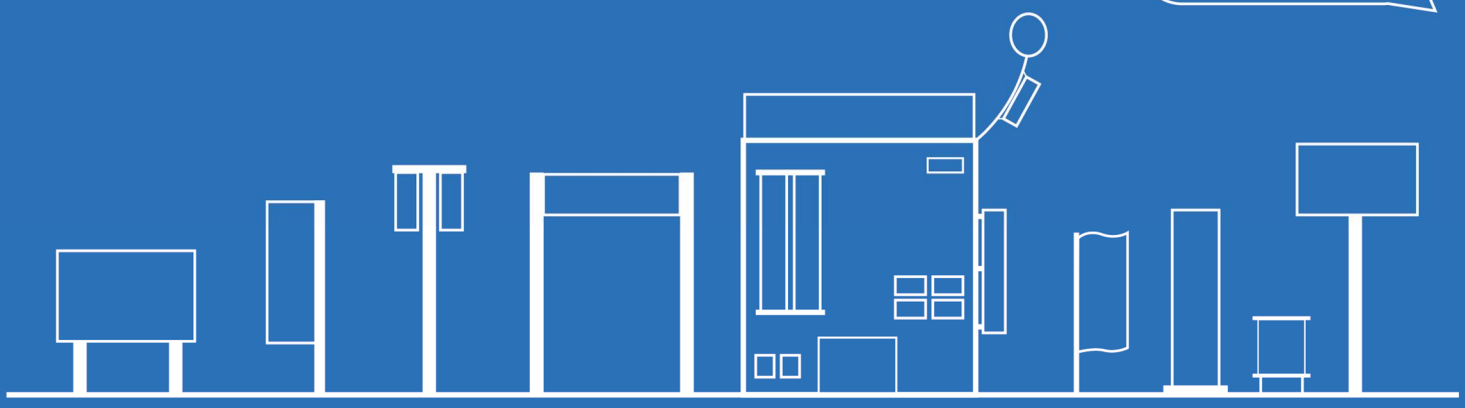
熊谷市

屋外広告物ガイドライン

屋外広告物
ってなに？

企画するときの
ポイントは？

掲出するときの
ルールとは？



OUTDOOR
ADVERTISING
GUIDELINES
KUMAGAYA CITY

目次

1．　はじめに　1

2．　共通ガイドライン　2
屋外広告物って、なに？　2
屋外広告物って、誰のもの？　3
屋外広告物って、どんな機能があるの？　3
“低くしましょう”　4
“少なくしましょう“　5
“高めましょう”　6
“揃えましょう“　7
“演出しましょう“　8
“活かしましょう“　9

屋外広告物の種類と定義について解説するとともに、屋外広告物を企画する際のポイント等を解説します。

3．　種類別ガイドライン　10
屋上利用広告物　10
突出し広告物　12
壁面利用広告物　14
建物から独立した広告物（広告板・広告塔）　16
窓面利用広告物　18
その他の広告物　20

屋外広告物の種類別に情報や表示位置など、屋外広告物を企画する際のポイントを解説します。

4．　地域別ガイドライン　22
住宅地、歴史的資源周辺　22
商業地　23
幹線道路　24
農地・集落地、工業地　25
鉄道、公園・緑地、河川　26
屋外広告物に関する本市の取組み　27
屋外広告物に関する他の地域の取組み　28

地域にあった屋外広告物にするためのポイントを解説します。

5．　熊谷市屋外広告物条例の概要　29
屋外広告物を掲出するときは　29
熊谷市屋外広告物条例とその規制　30
許可等の基準　32
適用が除外される屋外広告物　36
手続と手数料　40
屋外広告物の管理について　43
その他の注意事項　44
屋外広告物設置許可等の申請窓口　45

屋外広告物を掲出する際の許可申請等、条例に基づく手続きや規制、基準等について、解説します。

1．はじめに

熊谷市は、平成 19 年 10 月 1 日に「景観行政団体」となって以降、「熊谷市景観計画」及び「熊谷市景観条例」を施行し、市民・事業者・行政等の協働により、市民の共有財産である本市の景観を活かした景観形成を図ってきました。

その中でも、屋外広告物は景観を構成する重要な要素であり、まちににぎわいや活力をもたらす大きな役割を果たす存在として、デザインや色彩等が周辺の景観と調和し、良好な景観の創出に寄与しています。その一方で、無秩序に掲出されると、まちなみや自然的景観を大きく損ねることにつながり、その管理が適切に行われないと、思わぬ事故を発生させるおそれもあります。

そこで、熊谷市では、屋外広告物の表示や掲出を考えている皆さんの参考となるよう、平成 30 年 3 月に「熊谷市屋外広告物ガイドライン」を策定しました。このガイドラインは法や条例等を遵守することはもとより、景観の中における屋外広告物の役割や、屋外広告物の作成例などを写真、イラストなどを用いてわかりやすく解説したものとなっており、冊子の後半では平成 31 年 4 月 1 日施行の「熊谷市屋外広告物条例」の概要についても掲載しております。

屋外広告物の設置にあたっては、このガイドラインを参考にしていただき、熊谷市の良好な景観の形成が一層進展するよう御協力をお願い申し上げます。

屋外広告物を設置したいと思ったら・・・・

ガイドラインを参考に
みんなで工夫して取り組みましょう

2．共通ガイドライン　2 ページ～

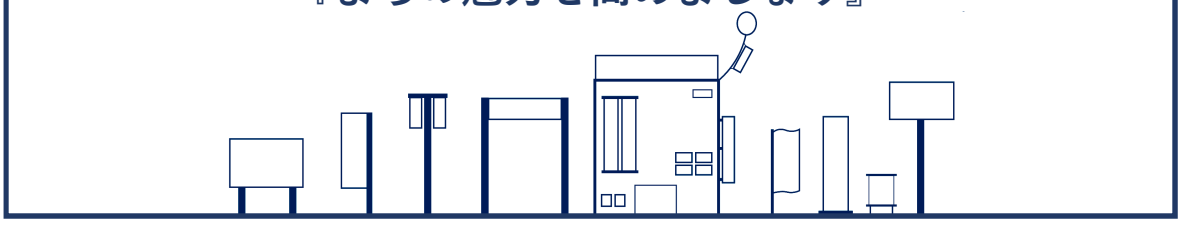
3．種類別ガイドライン　10 ページ～

4．地域別ガイドライン　22 ページ～

法や条例のルールを守りましょう

5．熊谷市屋外広告物条例の概要　29 ページ～

『まちの魅力を高めましょう』



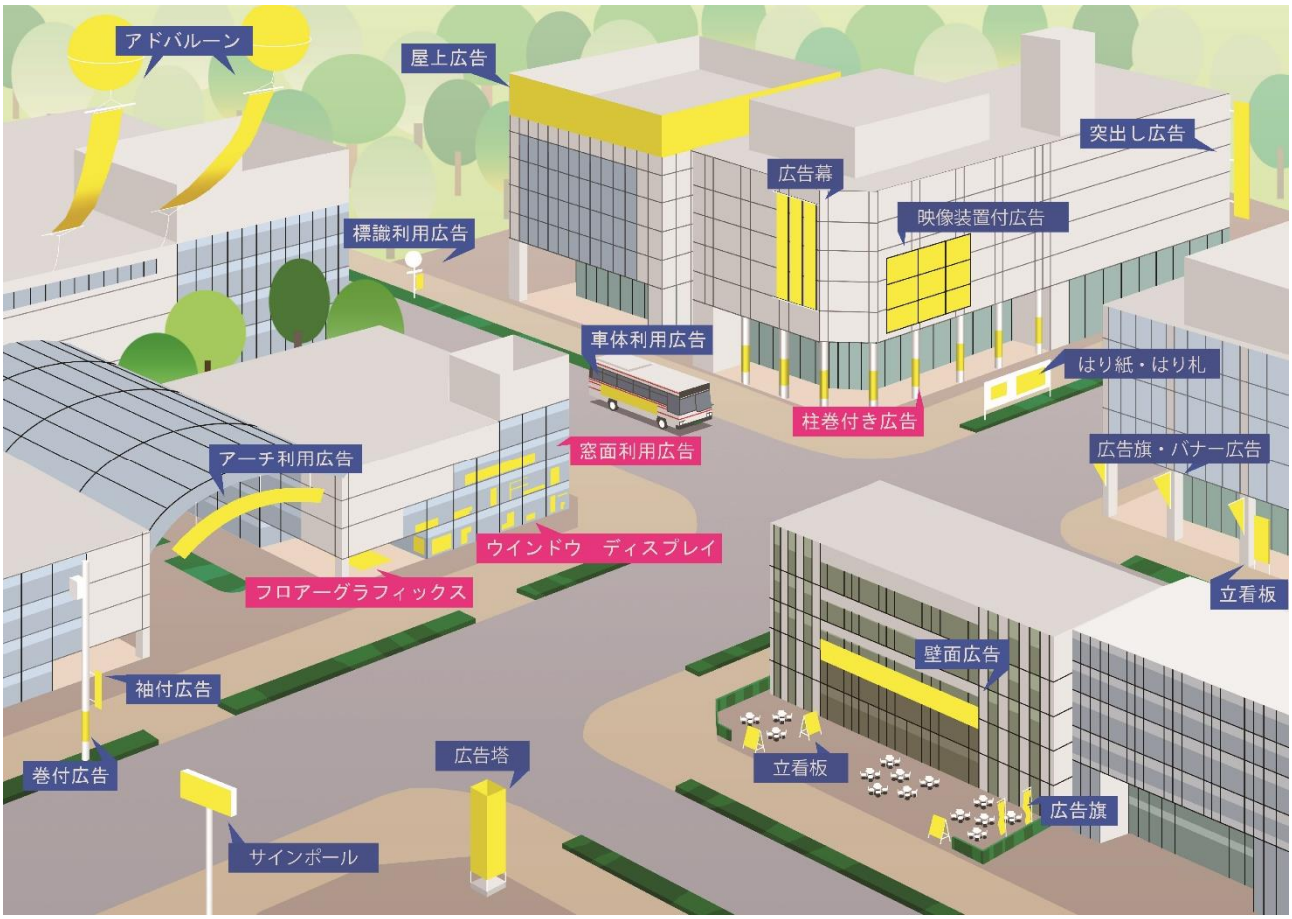
2．共通ガイドライン

屋外広告物って、なに？

・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

（屋外広告物法 第２条第１項）

【屋外広告物の種類】



※「ウィンドウディスプレイ」、「フロアーグラフィックス」、「柱巻付き広告」、「窓面利用広告（屋内側からの掲出）」は、屋外広告物には含まれません。しかし、その機能は屋外広告物と何ら変わりがないことから、屋外広告物と同様の配慮が必要です。

point

営利的な商業広告だけでなく、非営利的なものであっても、上記で示した要件を全て満たしているものであれば、その表示する内容の如何にかかわらず、屋外広告物となります。

屋外広告物って、誰のもの？

屋外広告物は「自分だけのものでなく、みんなのもの」です。

屋外広告物には、２つの面があります。

①商品や店名等を伝える情報源となる

屋外広告物は、商品や店名等を伝えるための情報源となります。

②建築物や風景等とともに景観を形成する

屋外広告物は、建築物や風景等とともに、目に入ることから、地域の景観形成に寄与するという重要な役割も担っています。

このため、景観形成及び風致を維持する観点からも、屋外広告物のあり方について考えていく必要があります。

屋外広告物が無秩序に氾濫すると、広告物本来の役割である情報伝達機能が低下するばかりでなく、周囲との調和が崩れ、景観を損ねることになります。



オレンジ色部分：屋外広告物

屋外広告物って、どんな機能があるの？

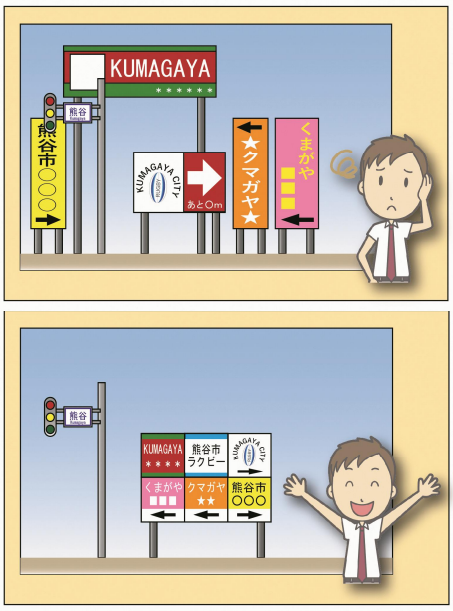
屋外広告物は、地域住民や来訪者との「コミュニケーションツール」です。

普段、相手と会話する際、一方的に話すのではなく、相手の気持ちを理解し、双方向でのやりとりを行い、コミュニケーションを図っています。

屋外広告物は、商品や店名等といったブランドのイメージを顧客に伝えるための重要なコミュニケーションツールです。

そのため、屋外広告物も同様に、地域住民や来訪者の目線に立ち、「どんなお店に行ってみたいか？」「どんなまちに行ってみたいか？」「どんなまちに住んでみたいか？」といったことを踏まえて、その地域の土地柄やまちなみなどに合わせた屋外広告物をデザインすることが大切です。

単に目立つことや強い印象を残すことばかり考えた屋外広告物を掲出してしまうと、見る人によって不快感を与えるとともに、周辺の景観になじまないといった悪い印象を与える恐れがあります。



point

屋外広告物にとって、“目立つこと”は求められる機能のひとつと言えます。しかし、単に“目立つこと”ばかりを求めるのではなく、見る人に好印象を与えること、周辺景観との調和を保つことも重要となります。次頁からは、屋外広告物をつくる際のポイントを記載しております。

低く

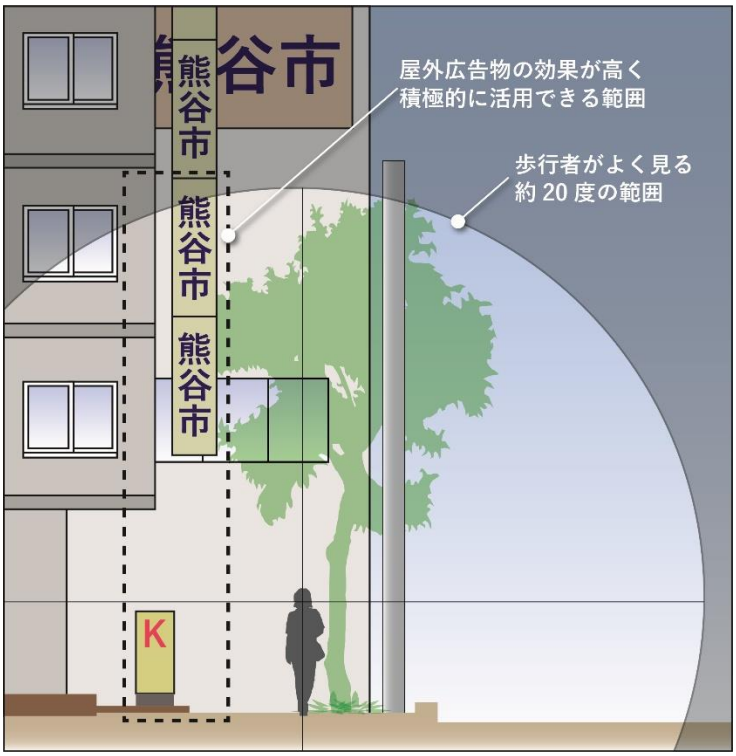
屋外広告物の高さを“低く”しましょう

人の視覚を理解しましょう

歩道上から歩行者の目に入りやすい角度は約 20 度と言われているため、建物の中高層階にはあまり目が行かないことになります。

この範囲に入っていなければ、せっかく掲出した屋外広告物も見てもらいにくいということになります。

歩道上では、3 階以上の部分には目が行きづらいとされているため、できるだけ 2 階以下に屋外広告物を掲出し、低層部の賑わいの演出につなげていきましょう。

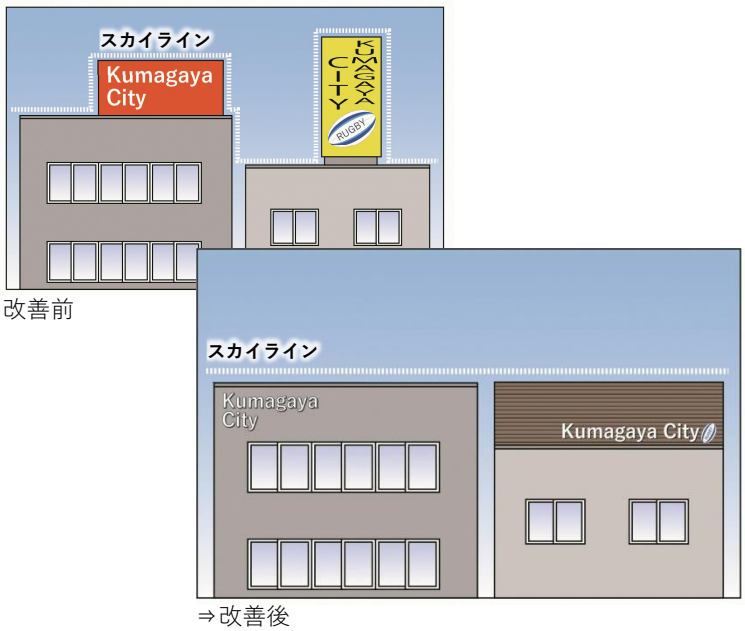


出典：「屋外広告の知識／デザイン編」（屋外広告行政研究会編）の内容編集

眺望に配慮しましょう

屋外広告物は、周辺から突出した印象とならない規模や形とし、建物に設置する場合はスカイラインに配慮しましょう。

また、過剰な高さに屋外広告物を掲出している場合が見受けられるため、場所に応じて周辺の眺望に配慮しましょう。



改善前

⇒改善後

point

スカイラインとは、空を背景とし、高層建築物や山岳の稜線等が描く輪郭線のことです。屋外広告物のスカイラインを揃えることで、空やまちなみを美しく見せることができます。

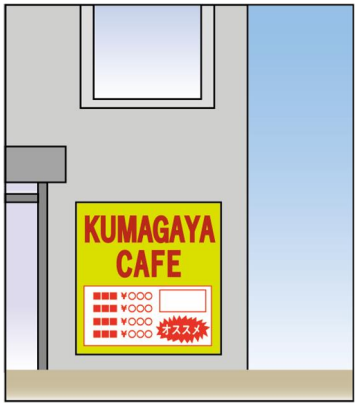
少なく

屋外広告物の情報量や設置台数等を“少なく”しましょう

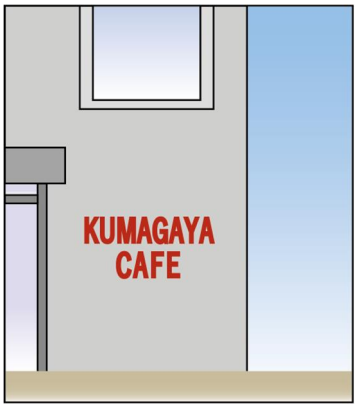
情報量を少なくしましょう

人が短時間で覚えることができる情報量には限界があります。例えば、道を聞いて簡単に覚えられる量は３項目（単語）までと言われています。

記憶に残る屋外広告物の表示内容にするためには、伝えたい事を簡潔に要点のみを表現しましょう。



改善前



⇒改善後

同じ情報の反復を避けましょう

壁面利用広告物、広告旗等の様々な種類の屋外広告物に、同じ情報を反復して掲出している事例が多く見受けられます。情報があふれることで、広告の効果を半減させるだけでなく、掲出費用や維持管理の負担が増加します。



改善前



⇒改善後

point

公共サインの視認性の基準では、両眼矯正視力 0.5 の歩行者が無理なく判断できる適切な文字の大きさの目安として「文字の高さ×250＝視認距離」を定めています。必要以上に文字が大きいと、周辺から突出し、悪印象を与えます。まちなみにふさわしい大きさとすることが大切です。

視認距離	屋外広告物の例	和文文字高	英文文字高
300m	屋上広告塔等	120cm 以上	90cm 以上
200m		80cm 以上	60cm 以上
100m	壁面利用広告物等	40cm 以上	30cm 以上
40m	袖看板／突出し看板／広告旗等	16cm 以上	12cm 以上
30m		12cm 以上	9 cm 以上
20m	はり紙／立看板／立看板等	8 cm 以上	6 cm 以上
10m		4 cm 以上	3 cm 以上

出典：公共交通機関旅客施設の移動円滑化整備ガイドライン（国土交通省）



高める

屋外広告物の安全性を“高め”ましょう

ー身近に潜む看板事故の危険ー

2007 年 6 月、新宿駅西口にある雑居ビルのイタリア料理店が掲出する壁面利用広告物が落下し、女性が下敷きになり、脳挫傷・骨盤骨折の重傷を負いました。看板の大きさは縦 1.5m、横 5 m、地上高約 3 m、材質はスチール製でかなりの重量がありました。看板の施工に問題があった上に老朽化しており、点検も行われていなかったようです。警視庁新宿署は、業務上過失傷害の疑いでビル管理者や店側に事情聴取を行いました。

出典：オーナーさんのための看板の安全管理ガイドブック（屋外広告物適正化推進委員会）

定期的に点検を行いましょう

屋外広告物を掲出する方々には安全管理義務があります。落下や倒壊等による事故を未然に防ぎ、屋外広告物の寿命を延ばすために、適正な維持管理と定期点検のスケジュール化や予算化を行うなど、責任ある安全管理に努めましょう。

老朽化への配慮をしましょう

屋外広告物は、雨や風、強い日差し等の厳しい自然環境により、知らず知らずのうちに、サビ、汚れ、塗装のはがれ等が発生するため、老朽化した屋外広告物は、速やかに改修または撤去しましょう。

盤面だけではなく、骨組みや部材についても、腐食、ゆるみ、亀裂等が発生します。屋外広告物の骨組みだけ残っているものや構造体が劣化している屋外広告物は、自重や災害時等に落下、倒壊する恐れがあり、大変危険なため、特に注意が必要です。

交通安全への配慮をしましょう

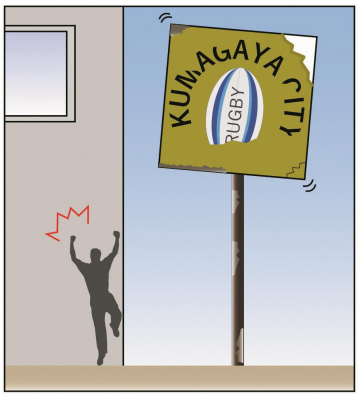
歩道や道路上に立看板や広告旗等の広告物を掲出することは、道路法により原則禁止されています。歩行者や自転車等の通行の妨げとならないよう、敷地内に設置しましょう。

また突出し看板等で道路の上空を占用する場合は、道路管理者（国・県・市）の道路占用許可が必要です。

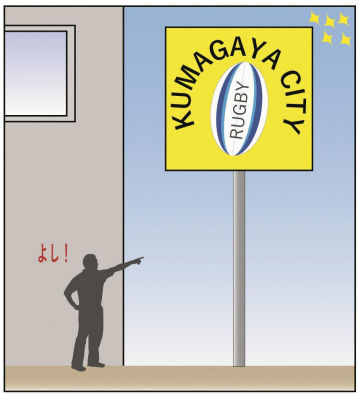
【看板所有者の日常点検項目】

	セルフチェック項目	対象の看板
1	支柱の根元からサビが出ていませんか	建物から独立した広告物
2	看板が傾いていませんか	
3	ブラケット部よりサビが出ていませんか	突出し広告物
4	看板は壁から垂直についていますか	
5	アクリル板にひびが入っていませんか	共通
6	アクリル板が外れそうではありませんか	
7	パネル（表示面）ががたついていませんか	建物から独立した広告物、壁面利用広告物
8	照明の不点灯などはありませんか	共通
9	照明器具は傾いたり、外れかけていませんか	照明がある広告物
10	看板部材が欠落していませんか	共通

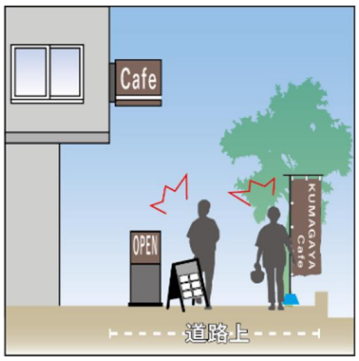
出典：オーナーさんのための看板の安全管理ガイドブック（屋外広告物適正化推進委員会）



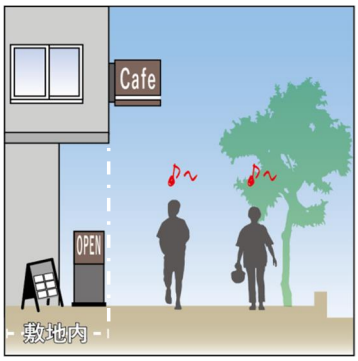
改善前



⇒改善後



改善前



⇒改善後

揃える

屋外広告物の色彩を建築物や周辺の環境に“揃え”ましょう

色数は最小限に抑えましょう

必要以上にたくさんの色を用いると、様々な情報が主張し合い、見る人に混乱を与えます。効果的な方法として、屋外広告物全体のイメージを伝える色と、図、文字などの機能的な色のバランスを考えて、過剰な表現にならないように心がけましょう。



改善前



⇒改善後

【周辺との調和を図るための色の考え方】

周辺との調和を図るためには、視認性に配慮した色の目立ち優先順を考慮する必要があります。

■視認性に配慮した目立ち優先順位の考え方

目立たせるもの ←→ **ひかえめにするもの**

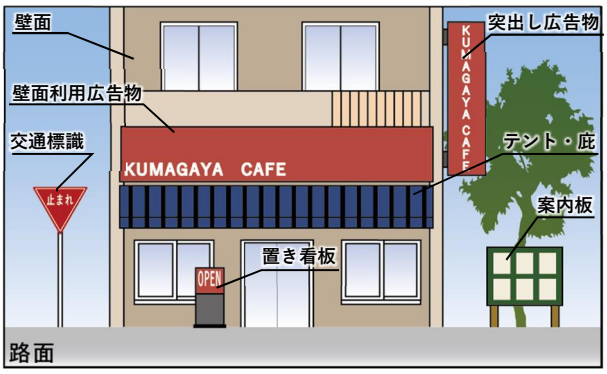
○交通標識　○案内板　○植栽　○**屋外広告物**　○壁面　○路面
○テント・庇

高彩度 ←→ 低彩度



脇役の路面・壁面が強い色調では、交通標識や屋外広告物もわかりにくくなります。路面や壁面を落ち着いた色調にすることで、交通標識や案内板、植栽、屋外広告物の視認性が向上し、周辺との調和したまちなみを形成することができます。

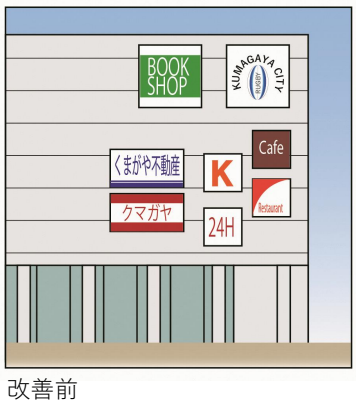




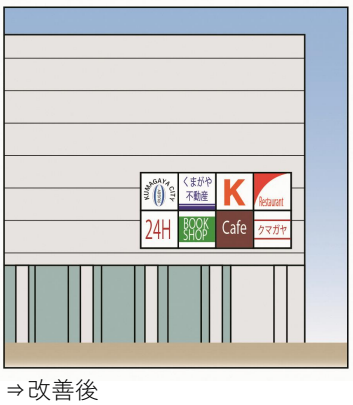
形や大きさを統一しましょう

屋外広告物の形や大きさがバラバラだと、本来伝えたい情報をうまく伝えることができません。

デザインや形、大きさを統一することで、すっきりとした印象を与え、わかりやすい屋外広告物とすることができます。



改善前



⇒改善後

演出する

光と緑で屋外広告物を“演出”しましょう

光で演出しましょう



落ち着いた雰囲気を演出します



暖かい雰囲気を演出します



品格のある雰囲気を演出します

	発光式	外照式	内照式（盤面）	内照式（箱文字）
照明方式	光源の光を直接利用する方式（LED、表示板、ネオンサイン、大型ディスプレイ等）	外部のスポットライトなどを利用して広告物をライトアップする方式	内部や背面などに光源を設置し、その透過光を用いて内部から発光する方式	
事例写真				
ポイント	動きのある表現や明るく派手な色彩表現が可能なため、商業地等で目立った屋外広告物をつくることができます。一方、農地・集落地や住宅地等の落ち着いた環境での使用は控え、深夜帯には消灯する等、周辺に配慮しましょう。	外部から表示面を照らすため、大きな規模の屋外広告物に適しています。しかし、表示面全体を照らすため、規模によって、使用する量を調整したり、光源の位置を低くするなど工夫をしましょう。	表示面全体が発光しているようにみえ、全体的に鮮やかな色彩を表現することができます。全体的に発光されるため、規模によっては、光量の調整や中高層部での使用を避ける等工夫をしましょう。	小さい面積で効果があり、光の量も少なく、自由な表現が可能なため、会社等のロゴや切り文字などの表示の使用に適してします。

過剰な照明は控えましょう

行き過ぎた眩しさ、点滅や動光（文字等を流れるように表示）などは人々に不快感を与えるだけでなく、設置方法によっては通行者の目をくらませることや交通信号機の視認性を低下させる危険もあります。屋外広告物の照明を計画する場合は、明るさを抑え、過剰な照明を控えるなど、場所や目的に応じた照明方式を選びましょう。

point

－光害について－

光害（ひかりがい）とは、良好な「光環境」の形成が、人工光の不適切あるいは配慮に欠けた使用や運用、漏れ光によって阻害されている状況、又はそれによる悪影響と定義されています。屋外広告物の照明を考えるときは周辺への配慮も怠らないようにしましょう。

＜光の性質に関する配慮＞

①点滅をさせないこと
・発光部分を点滅させない。
・特に短い周期で点滅するものを禁止する。

②動かさないこと
・発光部分を動かさない。　・照射範囲を動かさない。

③着色しないこと
・投光器において、フィルターを通した着色などを行わない（環境配慮としてフィルターをかけることは除く）。出典：光害対策ガイドライン（環境省）

四季を彩る花や緑で潤いを創出しましょう

花や緑とバランスよく配置された屋外広告物は、ゆとりと潤いのある空間を演出し、魅力的な通りや店舗等をつくりだすことができます。積極的に四季を彩る花や緑を活用しましょう。

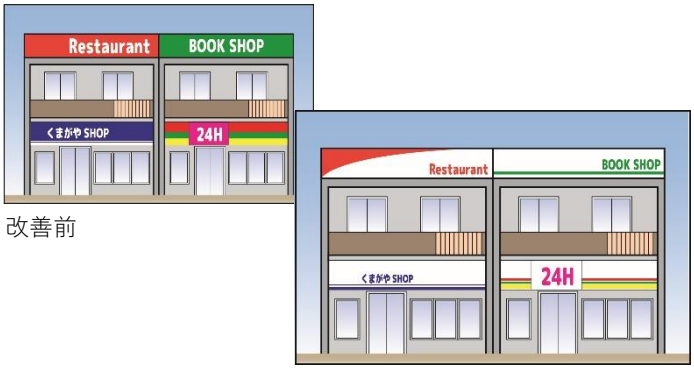


活かす

アクセントカラーや素材を“活かし”ましょう

鮮やかな色彩は小さい面積で効果的に用いましょう

色の鮮やかさを表す彩度は、高くなればなるほど目立つ性質があります。このため、高彩度で派手な色彩を大きい面積に用いると、周囲にけばけばしい印象を与えます。高彩度の色を用いる場合は、使用する面積を抑え、小さい面積で効果的に用いましょう。

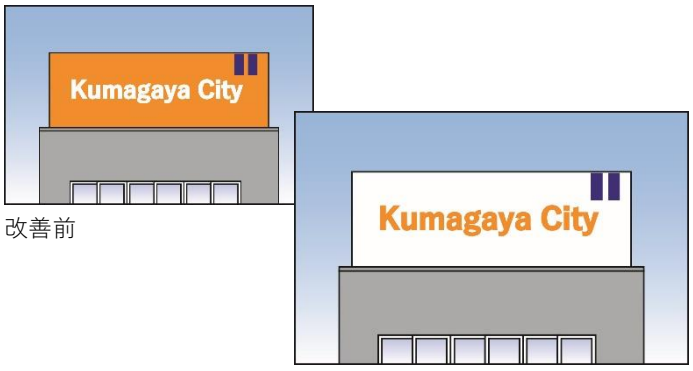


改善前

⇒改善後

屋外広告物の地色に配慮しましょう

地色に鮮やかな色が用いられると本当に伝えたいことが埋没してしまいます。図や文字等の要素に鮮やかな色彩を用いることで、配色のイメージを保ちながらも、見やすい屋外広告物となります。これらに取り組むことで、コーポレートカラーなど、企業イメージを保ちつつ、周囲との調和を図ることができます。



改善前

⇒改善後

素材の色や質感を活かしましょう

屋外広告物によるイメージの形成において、素材の質感による表現は効果的な手段となります。店舗のブランドイメージ等と関連付けた雰囲気を演出することが大切となります。



3．種類別ガイドライン

屋上利用広告物

建物の屋上に掲出される広告物

高所に掲出されるため、広範囲から目に付く一方で、取り外しや点検が困難といった特徴があります。また、広範囲の景観に影響を与えることになるため、屋外広告物を見ることのできる範囲や見え方を検証し、設置する場合は下記のことに配慮しましょう。

周辺の建物やまちなみに調和した規模（面積）・高さとしましょう

屋上利用広告物は、規模が大きくなりがちなため、まちなみの景観に与える影響も大きくなります。

大きく上に突き出した屋上利用広告物はまちなみのスカイラインを乱す恐れがあります。そのため、周辺の建物と高さを揃えて、まちなみの連続性に配慮しましょう。

まちなみや建物に配慮した地色にしましょう

大きな面積を占める背景色を落ち着いた色にする、図となる文字等の色と同系色にする等、地色に配慮することで情報が伝わりやすくなります。また、広告物は企業のイメージをつくるため、まちなみに調和するよう配慮して、見る人に良い印象を与えましょう。

建物のデザインと一体感をもたせるように工夫しましょう

建物と一体的に見えるように、設置位置を揃え、形状や色彩を建物に合わせたものなどとしましょう。また、看板の高さは建物幅以下にする等の配慮をすることで、一体感・安定感を生み出しましょう。





建物と調和した地色を用いることで、まちなみに一体感を与えます



掲出高さを工夫し、スカイラインを揃えることで、まちなみの連続性を確保できます

≪事例≫



シンプルなデザインにすることで、より情報が伝わりやすくなります



広告物の高さを建物の幅以下にすることで、威圧感がなく、良い印象を与えます



背景となる盤面の色の鮮やかさを抑えることで落ち着いた印象を与えます



広告物全面を光らせるのではなく、ポイント的に光らせることで品のある印象を与えます

point

兵庫県姫路市の事例では、広告物の改修に際し、背景と文字の色を反転させています。加えて、表示面積については下部をルーバー形状とすることで規模を抑え、照明についてはネオン管が露出したものから LED の内照式及びバックライトを使用したものに変更しています。

このようにして、企業のイメージやコンセプトを表現しながら姫路城の前景となる駅前景観と調和するよう配慮されています。

＜改善前＞



出典：姫路市 HP

＜改善後＞



出典：姫路市 HP

＜改善後の駅前景観＞



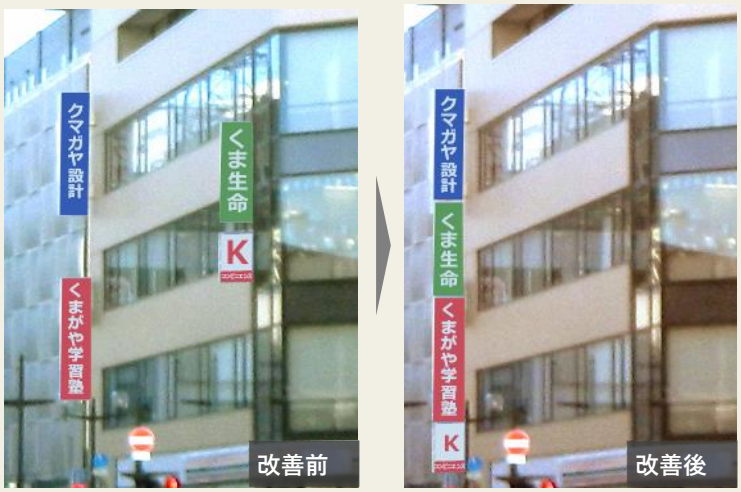
突出し広告物

建物の壁面から突き出して取り付ける方法により掲出される広告物

通り沿いに並び、重なりながら乱雑に設置されることが多いため、下記のことに配慮しましょう。

複数設置するときは、建物のどちらか一端に揃えましょう

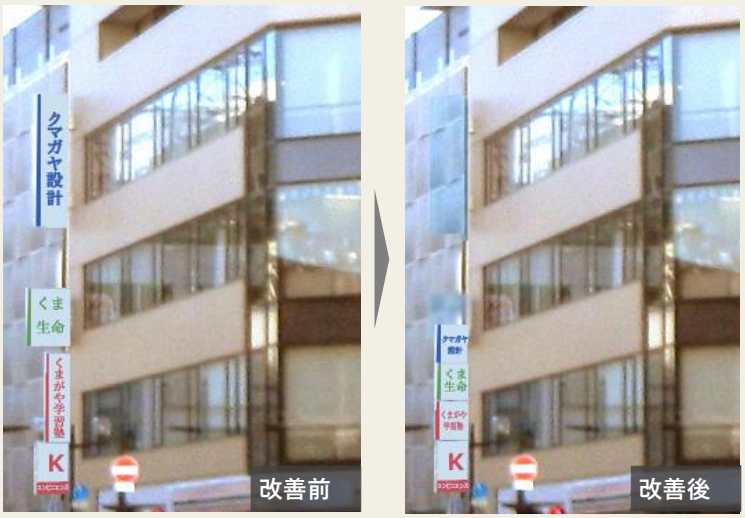
建築物の両端に突出し広告物が設置されていると、乱雑な印象を与え、情報が伝わりにくくなります。そのため、複数設置するときは、建物のどちらか一端に揃え、まちなみに統一感を与えることで、見る人に伝わりやすくなるよう心がけましょう。



掲出位置を建物の一端に揃えることでまちなみに統一感を与えます

突出し幅を揃え、低層部に設置しましょう

突出し幅が不揃いになると乱雑な印象を与えます。また、高層部に設置した場合、歩行者がよく見る角度である 20 度に入らず、宣伝効果が下がる恐れがあります。そのため、突出し広告物を設置するときは、突出し幅を揃え、低層部に設置しましょう。



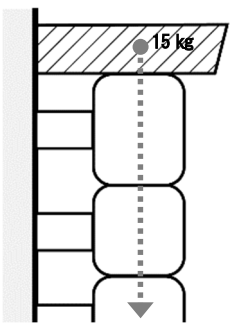
設置位置と突出し幅を揃えることですっきりとした印象を与えます

point

2015 年 2 月、北海道札幌市で突出し広告物が落下する事故が起こりました。

15mの高さから屋外広告物が落下し、当たった歩行者は重症を負っています。事故原因は、看板を外壁に緊結する部分が腐食により強度が低下したことに加え、事故当時吹いていた強風の影響だと考えられています。

このような悲惨な事故を起こさないためにも、定期的な点検をしっかりと行いましょう。



<拡大した落下箇所（斜線部）>



<落下物と同型の看板>

≪事例≫



建物ごとに一端に設置し、位置や突出し幅を揃えることでまちなみに統一感を与えます



縦方向の長さを抑え、建物の低層部に揃えることで、すっきりした印象を与えます





看板の色の鮮やかさを抑えることや、規模を必要以上に大きくしないことにより、落ち着きと品のある印象を与えます

point

突出し広告物は店舗や地域ごとに様々なデザインが見受けられます。地域のイメージをつくりだす要素のひとつになるため、地域で配置や大きさ、形状、デザイン等を揃えることで賑わいや上品さなどを演出することができます。



商店街の賑わいを演出 / 岐阜県岐阜市



上品さを演出 / 兵庫県神戸市

壁面利用広告物

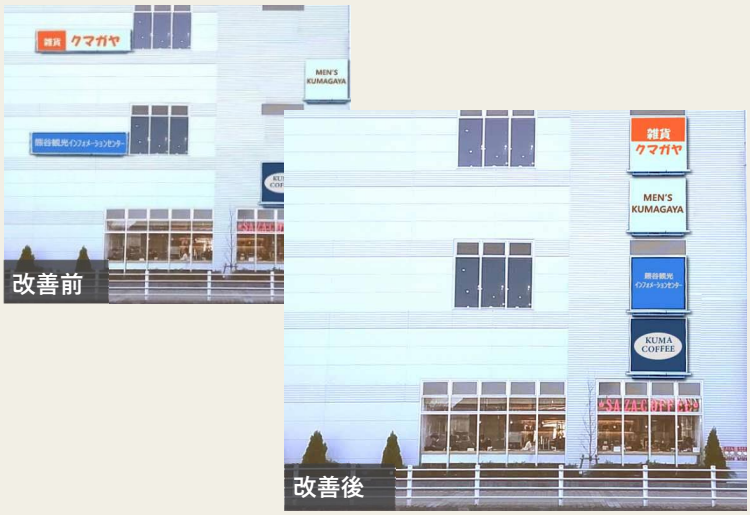
建物の壁面を利用して掲出される広告物
（壁面に塗料等を用いて直接表示する方法も含む）

規模や形状は様々でデザインにも自由があることから、下記のことに配慮しましょう。

複数設置するときは、位置や大きさを揃えましょう

1つの建物に、複数の壁面利用広告物がバラバラに設置されていると、乱雑な印象を与えます。設置位置や大きさを揃えることで整った印象となり、分かりやすい広告物となります。

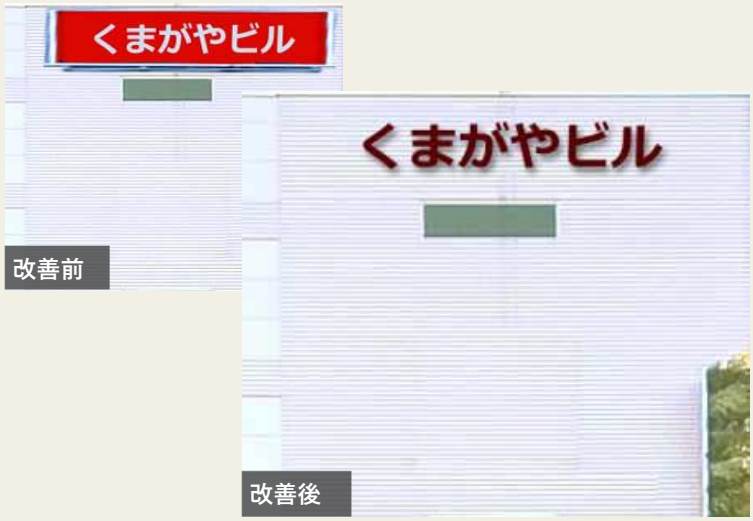
また、低層部に設置位置を揃え、人間がよく見える角度である 20 度以内に収めることで、表示された内容が伝わりやすくなります。



掲出位置を揃えることで、店舗情報を分かりやすく伝えることできます

建物と一体となったデザインにしましょう

極力、背景となる盤面は原色を用いず、文字の色と反転させる等、建物との調和を図りましょう。また、ビル名等は切り文字や箱文字等を使用することで、建物の表情を活かした外観を形成することができます。



切り文字や箱文字を使用することで、建物と一体的なデザインを形成します

point

京都市四条河原町周辺では、良好な景観を創出するために、高さ、色彩、面積などを改善したことが見受けられます。低層部に設置すること、ひとつひとつの広告物の面積を抑えることにより、すっきりとした印象を与えます。





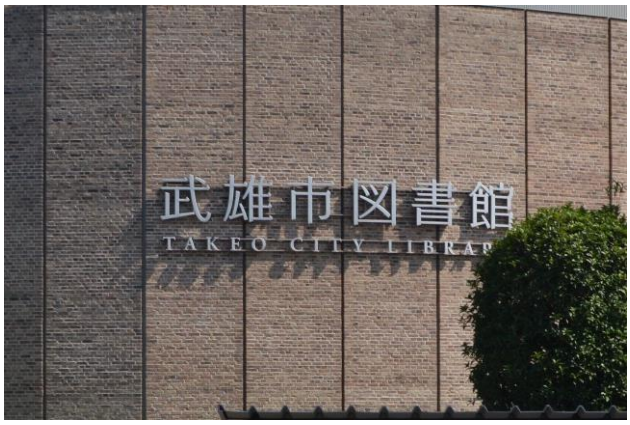
≪事例≫



店舗がある上層部ではなく、低層部に看板を設置することで歩行者の視界に入りやすくなります



位置や高さを揃えることでまちなみに統一感を与えます



色やフォントに配慮することで周辺環境との調和を図ります



ルーバーの角度によって見え方に変化を付けることで、周囲に配慮しつつ、効果的な広告物とすることができます



箱文字の使用と照明を組み合わせることで建物の表情を活かします



サインと壁面とのコントラストを美しく表現することで全体的に高級感を与えることができます

建物から独立した広告物（広告板・広告塔）

建物から独立して土地に設置される広告物
広告板は、その構造が平面的なもの
広告塔は、その構造が角柱または円柱等の立体的なもの

整形・不整形が混在する傾向があり、通り沿いに設置されることが多いため、下記のことに配慮しましょう。

高さや規模を揃えましょう

形や大きさ等がバラバラに設置されると、乱雑な印象を与え、本来伝えたい情報をうまく伝えることができません。

複数の広告板を設置する場合は、できるだけ集約化し、高さや規模を揃え、統一感を出しましょう。

高さを低く抑えましょう

建物から独立した広告物の設置高さを低くすると、規模、情報が抑えられ、すっきりした印象を与えます。また、低層部に設置されていることから点検が容易になります。そのため、設置高さを低く抑え、周辺地域との調和を図りましょう。

盤面以外のデザインにも配慮しましょう

支柱部や支柱足元、盤面の裏面のデザインは無頓着になりがちです。盤面以外のデザインも目に入りやすいものであるため、基礎周辺を緑化する、支柱や盤面の裏面を着色するなど、設置場所に応じた工夫をしましょう。



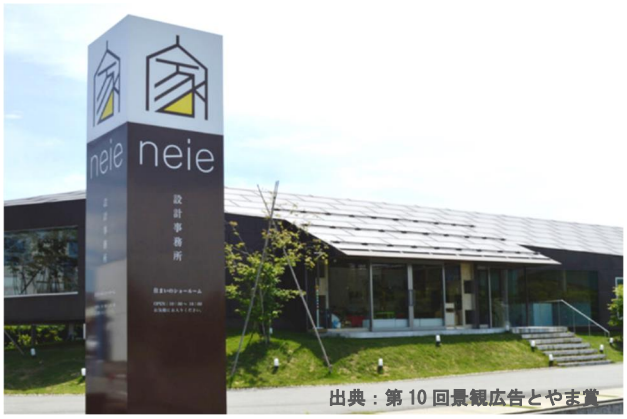


掲出高さを揃えることで、すっきりした印象を与え、まちなみを美しくすることができます



背景色の彩度を抑えることで、店舗情報を分かりやすく伝えることできます

≪事例≫



出典：第 10 回景観広告とやま賞

落ち着いた色使いでありながらも上部の黄色がアクセントとなり、明るい印象を与えます



高さを抑えることで歩行者の視界に入りやすくなります



出典：第 27 回いしかわ屋外広告景観賞

植栽を周囲に配置することで安らぎを与えます



情報量を抑えることで伝わりやすくなります

point

全国展開する企業も地域に合わせて、看板の色を変えています。歴史的な地区などでは色の鮮やかさを抑えることで周辺の建物や自然との調和を図り、景観を阻害することなく、地区の魅力と広告物自体の魅力を高めています。このように、屋外広告物を掲出する際は利用者や地域にも配慮しましょう。



標準の看板



地域に配慮した看板

窓面利用広告物

窓ガラス等の開口部を利用した広告物

屋内から掲出されているものは屋外広告物には該当しませんが、屋外広告物と同様の機能を有するため、まちなみへの影響があります。テナント事業者や建物所有者・管理者双方の取組が重要となってきます。

窓面利用広告物を活用し、店舗等の魅力を創出しましょう

窓面利用広告物を活用することで、店内の雰囲気との連続性の創出、ショーウインドウや照明等との組み合わせによる昼夜の演出などといった魅力づくりを行うことができます。

窓面や開口部を覆うことは避けましょう

窓面が見えなくなる程、広告物で埋め尽くされた建物は、迫られているような息苦しい感じや雑多な印象を与えます。極力、背景色は原色を用いず、文字の色と反転させる等、建物との調和を図りましょう。また、奥行きを感じさせることで、建物の魅力を高めましょう。

複数設置するときは、位置や大きさ、色を揃えましょう

窓面に複数の広告物がバラバラに掲出されていると、乱雑な印象を与えてしまいます。そのため、位置・大きさを揃えるだけでも印象が変わります。また、低層部に掲出位置を揃えることで、ある程度小さな文字でも認識できるようになり、周辺との調和を図ることができます。

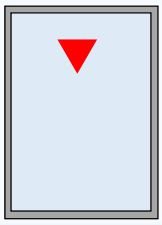






掲出位置や大きさ、地色を揃えることで建物や周辺のまちなみとの統一感を与えます。また、窓面から距離を取って掲出することで屋内外の連続性を感じさせます。

※非常用進入口について
建築基準法では、建物の高さ 31m以下の部分にある３階以上の階には、火災時等の非常用進入口の設置が義務づけられています。広告物で非常用進入口を塞ぐ等、救出を妨げるような掲出はやめましょう。



≪事例≫



切り文字を使用し、シンプルに表示することで見る人に伝わりやすくなります



店内の様子が見えるように掲出し、店内への連続性を感じさせることで、外から見る人の興味を引き立てます



窓面から距離を取ることで、立体的に見せることができます



窓面をデザインすることでディスプレイや店舗の魅力を高めます

point

窓面利用広告物は、掲出の自由度が高く、掲出者の工夫が多く見られます。また、夜間照明を活用することで他の広告物とは異なった演出が可能になることから、見る人に楽しさや安心感を与えます。

広告物を出す人と見る人のどちらもが喜べる広告物にしましょう。





その他の広告物

その他にも、袖付広告、巻付広告、標識利用広告等といった方法があります。設置する場合は、下記のことに配慮しましょう。

広告幕

建物や工作物等を利用して取り付けられた幕に表示されたもの

建物等とのバランスに配慮し、まちなみに適した最小限の大きさと本数にしましょう。また、風によって破れたり、落下して通行する人や自転車に損害を与える恐れがあるため、注意しましょう。



袖付広告

電柱、街灯柱等に取り付けられているもの



出典：まちとつながるサイン（屋外広告物適正化推進委員会）

巻付広告

電柱、街灯柱等に巻き付けられ、または塗料等も用いて直接表示されているもの



出典：東京屋外広告コンクール入賞作品（公益社団法人東京屋外広告協会）

標識利用広告

標識等の下に枠等を用いて取り付けられているもの



袖付広告、巻付広告、標識利用広告については、取り付ける際、管理者に問い合わせる必要があります。掲出を考えている場合は必ず電柱等の管理者に問い合わせて下さい。

映像装置付広告物（LED ビジョンやデジタルサイネージ等）

平面ディスプレイやプロジェクター等によって映像や文字を表示するもの

表示された内容が動きや光、音を伴うため、他の屋外広告物よりも目立つ存在になります。周辺に配慮し、極度に強い光を放つもの、激しい点滅を伴うものは避けましょう。
可動できるデジタルサイネージ等は敷地内に設置し、歩行者や自転車等の通行の妨げとならないようにしましょう。



広告旗・バナー広告

容易に移動させることができる状態で立てられているもの、または取り付けられている広告用の旗

歩行者や自転車等の通行の妨げとならないよう、設置高さや設置場所に注意しましょう。また、風によって破れたり、落下して通行する人や自転車に損害を与えること、長期間の掲出による劣化にも注意しましょう。



立看板

工作物等に立て掛けられているもの、または自立しているもので容易に移動できるもの

敷地内に設置し、歩行者や自転車等の通行の妨げとならないようにしましょう。



はり紙・はり札

建物や工作物等に張り付けられた、または取り付けられたもの

建物等に直接貼り付けず、フレームや掲示板等を使用するなど集約して設置しましょう。



※広告旗、立看板、はり紙・はり札のうち下記の要件を満たすものは、屋外広告物法により、除却する旨を所有者に伝えることなく除却することが認められています。
要件：①屋外広告物条例に明らかに違反しているもの、②管理されずに放置されているもの（はり紙を除く）

4．地域別ガイドライン

本市では、様々な景観資源が相互に係り合い、重なり合うことによってひとつの景観を構成しています。それぞれの地域では以下のことに配慮しましょう。

住宅地

配慮事項

・生活する人にとっては毎日目にするものとなります。窓やベランダを遮蔽する等、近隣の迷惑とならないよう、住環境に配慮した規模、高さ、色としましょう。
・光源を用いる場合は動光・点滅を避けるとともに深夜帯（概ね夜10時以降）には消灯する等、住環境に配慮しましょう。
・緑と調和する色彩や素材を使用しましょう。



市内の住宅地



周辺の住宅に配慮して、看板の高さを抑えましょう



色やフォントを工夫し、落ち着いたデザインにしましょう



看板の周りを植栽や花と組み合わせて、ゆとりと潤いのある空間を演出しましょう

※第一種低層住居専用地域、第二種低層住居専用地域は禁止地域となっています。自家広告物等の例外を除き、屋外広告物は出せません。

歴史的資源周辺

配慮事項

・寺社などの歴史的資源周辺では、自然素材を使用する等、歴史的な建物やまちなみとの調和を図りましょう。
・鮮やかな色を多用することは避け、落ち着いた色を使用し、歴史的なまちなみとの調和を図りましょう。
・旧中山道跡など宿場の名残がある「熊谷中心市街地にぎわい景観誘導地区」や門前町の面影をとどめる「妻沼聖天山周辺歴史景観誘導地区」においては、地区の特徴に合わせ歴史的なまちなみを演出・創出しましょう。
（※各景観誘導地区についての詳細は「熊谷市景観計画」をご覧ください）



妻沼聖天山「歓喜院聖天堂」



木材の使用等、素材を工夫することで歴史的な建物やまちなみとの調和を図りましょう



下屋上に看板を設置することで伝統的な建物と調和し、地域の魅力を高めます



地区の特徴に合わせたデザインを用いることで歴史的なまちなみを演出しましょう

商業地

配慮事項

・建物全体に無秩序に掲出された看板は見えにくいだけでなく、雑多な印象を与えます。そのため、建物の低層部に揃える等、まちなみに配慮して掲出しましょう。
・行き過ぎた眩しさや光の動きなどは不快感を与えます。本市の玄関口となる熊谷駅や籠原駅の駅前広場においては広告物を装飾するＬＥＤ、電球、チューブ照明等を点滅させないようにしましょう。
・隣接する店舗や建物と広告物の掲出位置や大きさ、デザイン等を揃えることで地域固有の賑わいづくりを図りましょう。
・鮮やかな色は目立つ一方、多用すると不快な印象を与えます。そのため、鮮やかな色はアクセントとして使用しましょう。



熊谷駅正面口



情報量を少なくし、使用する色数を少なくする等、見る人に伝わりやすくなるよう、配慮しましょう



商業地は多くの人が集まるため、照明を活用して夜間の賑わいと品のある空間を演出しましょう



窓面を活用し、屋外からでも屋内の賑わいが感じられるよう配慮しましょう

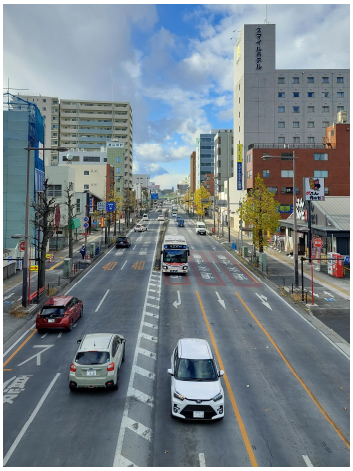


箱文字を使用することで、建物の表情を活かしましょう

幹線道路

配慮事項

・誘導看板は、店舗や事業所から離れた場所に設置されるため破損等をすぐに見つけられません。そのため、定期的な点検を行うなど維持管理を怠らないようにしましょう。
・市街地では、店舗が多く、広告物が煩雑になりがちです。「歩行者」や「自動車」等、見て欲しい対象に合わせた大きさ、高さ、設置方法を検討しましょう。
・郊外では、運転者が広告物の内容を容易に認識できるように、適切な情報量や文字の大きさとしましょう。また、一か所に複数の広告物を設置する場合は、各々の広告物が伝えたい情報を取捨選択し、その内容が分かりやすいものとなるようにしましょう。
・郊外では、夜間は周囲が暗いため、明るすぎる光源を使用すると、運転者を幻惑し、交通事故を引き起こす可能性があります。そのため、照明を使用するときは光量、向きなどに注意しましょう。



一般国道 17 号



よく見える角度である 20 度以内に抑えることで見る人に伝わりやすくなります
過剰な大きさを避け、高さを抑えましょう



広告物の配色をシンプルにすることで、景観を美しくしましょう



走行中は歩行者よりもスピードがあり、看板を注視する時間が短くなります
情報量を少なくし、適切な文字の大きさにしましょう



無秩序に設置するのではなく、情報を集約することで、見やすくしましょう

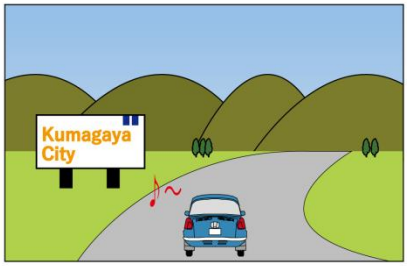
農地・集落地

配慮事項

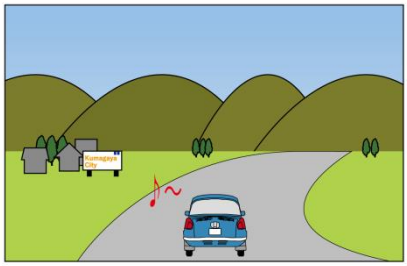
・広告物が農作物の成長に影響を与えないよう、その大きさや設置場所に配慮しましょう。
・農業機械の通行や作業を妨げないように配慮しましょう。
・農地は概して地盤が弱いので、設計の際は十分に強度を見込んで、転倒を防ぎましょう。
・風雨にさらされる事により劣化しやすいため、定期的な点検を怠らないようにしましょう。
・照明は農作物の生育に影響を及ぼしたり、害虫を誘引したりすることもあります。種類や設置位置、照度等に留意しましょう。



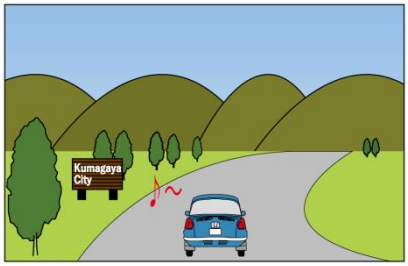
市内の農地



横長の形状にすることで高さを抑え、山の稜線を遮らないようにしましょう



建物付近に設置することで農地や集落地の景観を阻害しないよう、配慮しましょう



自然素材を使用することで周辺の自然との調和を図りましょう

工業地

配慮事項

・素材色の活用や緑を組み合わせるなど、周辺の住宅等に配慮しましょう。
・威圧感を与えないような、適切な大きさや色の屋外広告物にしましょう。
・建物に広告物を設置する場合は、周辺の景観に配慮し、箱文字を使用するなどシンプルでデザイン性のあるものにしましょう。
・殺風景になりやすいため、ロゴマークを使用したり、フォントや色を工夫することで周辺の景観に配慮しましょう。



市内の工業地



威圧感を与えない大きさや色にしましょう



鮮やかな色はアクセントとして使用することで建物全体とのバランスを図りましょう



フォントや色を工夫する等、周辺の景観に配慮しましょう

鉄道





配慮事項

・高さや大きさを抑え車窓からの眺めに配慮し、良好な沿線景観を作りましょう。
・使用する色数や鮮やかさを抑えるなど、周辺の景観との調和を図りましょう。
・走行中の車内からは沿線に掲出された屋外広告物を認識することは難しいため、情報量を少なくして伝わりやすくしましょう。

※JR 東日本及び秩父鉄道の鉄軌道は市内全区間が禁止地域となっています。自家広告物等の例外を除き、屋外広告物は出せません。

公園・緑地





配慮事項

・高さや大きさを抑え園内や緑地内からの眺めに配慮し、良好な周辺景観を作りましょう。
・使用する色数や鮮やかさを抑える事に加え、自然素材を使用するなどの配慮により、周辺の景観との調和を図りましょう。

※都市公園は禁止地域となっています。自家広告物等の例外を除き、屋外広告物は出せません。

河川





配慮事項

・高さや大きさを抑え河川周辺の眺めに配慮し、良好な周辺景観を作りましょう。
・使用する色数や鮮やかさを抑える事に加え、自然素材を使用するなどの配慮により、周辺の景観との調和を図りましょう。

※一級河川荒川の河川区域やその周辺の一部は禁止地域となっています。自家広告物等の例外を除き、屋外広告物は出せません。

共通の配慮事項

上記の 3 つの地域には屋外広告物の掲出が禁止されている地域も多く、また、その周辺は景観や眺望を屋外広告物で阻害することが好まれない場所となります。高さや大きさを抑える、使用する色数や鮮やかさを抑えるなど眺望に配慮し、良好な周辺景観をつくりましょう。

屋外広告物に関する本市の取組み

エリアマネジメント広告

本市では地域における公共的な取組に要する費用への充当を目的とする広告物の掲出について規制緩和を行っています。

これにより、地域の活性化や賑わいの創出、公民連携の継続したまちづくりを促進します。

※原則として、本市がまちづくりに関連して公表している計画やビジョンの記載に準拠する活動が対象となります。

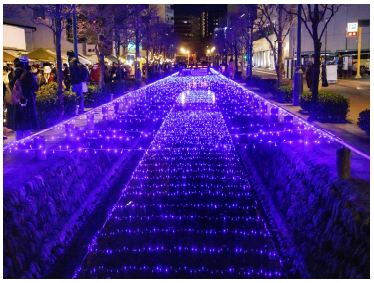


広告料収入を充当して行った星川イルミネーション（令和５年度）





エリアマネジメント広告として掲出される広告物



令和６年度の星川イルミネーション

◆地域における公共的な取組とは

地方公共団体、公共交通事業者、特定非営利活動法人、商店街組織、自治会その他地域の主体等が行う道路環境の向上、その他営利を主目的としない活動又は事業であって、それが行われることにより道路利用者の利便性の向上や、地域の活性化や賑わいの創出等に寄与するもの。

◆規制が緩和される禁止地域

すべての禁止地域で広告物の掲出が可能となります。

◆規制が緩和される禁止物件

- 星川シンボルロードの人道橋（祇園橋、祭橋、屋台橋、八坂橋、神輿橋、提灯橋）
- 石垣、擁壁
- 信号機の設置された標柱の下端から道路に沿って前後 10ｍまでの地点の両側３ｍ以内にある電柱、街灯柱、その他電柱に類するもの
- 送電塔、送受信塔、照明塔
- 煙突、ガスタンク、水道タンク、その他のタンク
- 形像、記念碑、景観重要樹木

※掲出を希望する場合は、事前に都市計画課までご相談ください。

屋外広告物に関する他の地域の取組み

はままつ広告景観賞

浜松市では、2013 年度に市民の暮らしに寄り添うサインに着目した「はままつ広告景観賞」を創設しました。浜松市のまちをステキに彩る看板や店舗を「みんなでみつけて、みんなでほめる」をコンセプトにした市民参加型の表彰制度です。

単に表彰するのではなく、子ども講座やワークショップを通して、屋外広告物や景観をより身近なものとして考えてもらう取組みが行われています。



地域が主体となった活動の様子

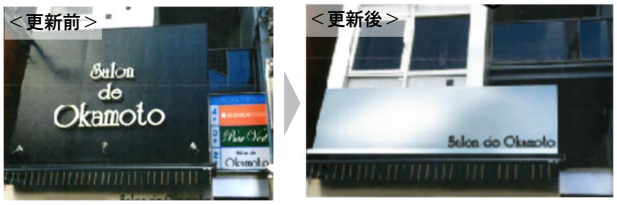

まちを彩る屋外広告物

出典：まちとつながるサイン（屋外広告物適正化推進委員会）

美しい街岡本協議会

神戸市岡本地区では、地区内すべての人を協議会員として、「美しい街岡本協議会」を設立しています。この協議会で屋外広告物を掲出する前に協議を行うことによって、①生活基盤のととのったまち、②住宅と店舗が共存・共栄するまち、③美しさと文化性が感じられるまちの実現を目指しています。

このように、住民が主体となって地域の景観をつくりだすことが、その地域の価値を高めていきます。



実際に協議を行い、建物全体の掲出広告を見直す

出典：美しい街岡本協議会

松山市ロープウェイ通り

松山城へのエントランスであるロープウェイ通りでは、地元商店街振興組合が地域の衰退を契機に、沿道の自主的なまちづくりに関する協定とデザインガイドラインを締結しました。そして、看板等のデザインの統一化や壁面カラーの修景等を行い、美しいまちなみと賑わい空間づくりを実現しました。


統一されたデザインの看板


デザインガイドラインに基づく店舗看板

出典：国土交通省

先斗町まちづくり協議会

先斗町まちづくり協議会では、地域景観づくりを主体として、先斗町界わいでの住民、事業者による先斗町の発展を目指しています。また、先斗町まちづくり協議会では、京都市内に指定された地区での屋外広告物の新規設置行為及び改変行為に対して、意見交換を必要としています。内容は、まず建築主や事業主がどのような屋外広告物を設置するかについて説明を行い、次に計画内容が先斗町にふさわしい景観になるように意見交換を行います。このような取り組みによって、美しいまちの景観をつくりだしています。


看板が乱雑に掲出されていた通りの景観が改善された事例

出典：国土交通省

5．熊谷市屋外広告物条例の概要

屋外広告物を掲出するときは

屋外広告物を掲出する際の注意点

屋外広告物の掲出にはルールがあります。以下の点を確認しましょう。

禁止広告物ではありませんか？ →詳しくは P30 を参照	良好な景観の形成、風致の維持、公衆に対する危害の防止の観点から掲出が禁止されている広告物を「禁止広告物」と呼び、該当する広告物を出すことはできません。経年劣化により該当してしまう場合もありますので、注意が必要です。
禁止物件ではありませんか？ →詳しくは P30 を参照	良好な景観形成の妨げとなったり、風致を害したり、あるいはその物件が本来持っている機能や効用を害することになる物件を「禁止物件」と呼び、原則として屋外広告物を出すことはできません。
禁止地域ではありませんか？ →詳しくは P31 を参照	特に良好な景観形成への配慮や風致の維持の必要性が高い地域や場所、あるいは都市公園や学校など屋外広告物を出すことが好ましくない地域を「禁止地域」と呼び、自家広告物等の例外を除き、原則として屋外広告物を出すことはできません。
基準を超えていませんか？ →詳しくは P32～39 を参照	表示面積や上端・下端の高さ、彩度などの守るべき基準があります。広告物の種類や、許可を得て掲出する場合、自家広告物等で適用が除外される場合等によっても基準が変わりますので、デザインや仕様などを考える前に確認しておきましょう。
他人の土地の場合 承諾や許可は得ましたか？ →詳しくは P40	土地などを借りて掲出する場合は、設置場所を貸している方（地主、建物所有者）から承諾を得る必要があります。また、道路や河川等の公共用地の上空を占用する場合には、管理者からの占用許可を得る必要があります。
熊谷市屋外広告物条例に基づく 許可手続等はお済みですか？ →詳しくは P40～42 を参照	自家広告物等の一部の例外を除き、屋外広告物の掲出には、あらかじめ許可の手続が必要となります。許可に代わり掲出後に届出が必要な景観誘導広告物（P33）もありますので、事前によく確認しておきましょう。
熊谷市屋外広告物条例以外の 必要な手続はお済みですか？ →詳しくは P40 を参照	高さが 4m を超える場合には建築基準法に基づく工作物の確認が、道路敷地内の上空を占用する場合には道路法に基づく道路占用許可がそれぞれ必要となるなど、他の関連法令に基づく手続が必要な場合がありますので、注意しましょう。
設置を依頼する業者は県知事の 登録を受けた業者ですか？ →詳しくは P44 を参照	埼玉県知事の登録を受けた屋外広告業者でなければ、熊谷市内で屋外広告物の設置はできません。屋外広告物の設置を業者に依頼する場合は、必ず知事の登録を受けた屋外広告業者に依頼してください。

熊谷市屋外広告物条例とその規制

禁止広告物

次に該当する屋外広告物は、出すことが禁止されています（「禁止広告物」といいます。）

禁止広告物【条例12】

① 著しく汚染し、退色し、又は塗料等の剥離したもの
② 著しく破損し、又は老朽したもの
③ 倒壊や落下のおそれがあるもの
④ 信号機や道路標識等に類似するものと、これらの効用を妨げるようなもの
⑤ 道路交通の安全を阻害するおそれのあるもの

また、屋外広告物の規制の目的から、次の共通基準があります。

共通基準【規則11】

① 同系統の中間色を使用することにより色調を整えてあること
② 蛍光、発光若しくは反射を伴う塗料又は材料を使用していないこと（映像装置の場合を除く）
③ 裏面及び側面が美観を損なわないものであること

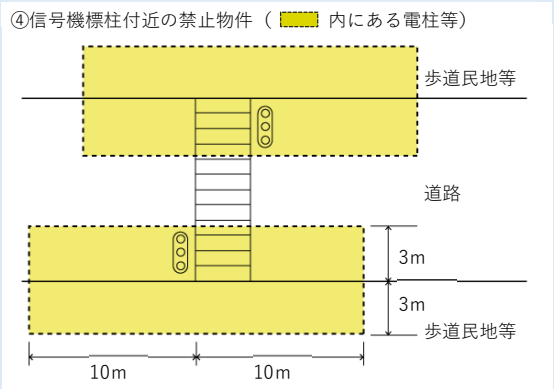
※法令に基づく広告物、国又は地方公共団体等の公共的な広告物など、一部例外があります。

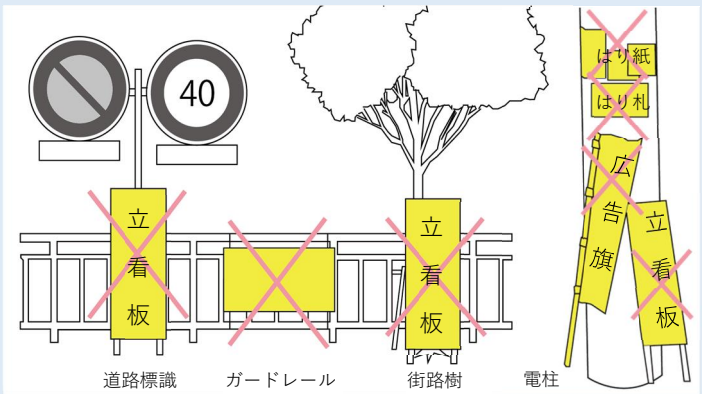
禁止物件

良好な景観形成の妨げとなったり、風致を害したり、あるいはその物件が本来持っている機能や効用を害することになる物件を「禁止物件」と呼び、原則として屋外広告物を出すことはできません。

（1）すべての屋外広告物の表示又は設置を禁止する物件【条例6】

① 橋（陸上橋、歩道橋を含む）、トンネル、高架構造物、分離帯
② 石垣、よう壁
③ 街路樹、路傍樹
④ 信号機、道路標識、歩道柵（ガードレールを含む）、駒止め、里程標
⑤ 信号機の設置された標柱の下端から道路に沿って前後 10m までの地点の両側 3 m 以内にある電柱、街灯柱、その他電柱に類するもの
⑥ 消火栓、火災報知器、火の見やぐら
⑦ 郵便ポスト、電話ボックス、路上変電塔
⑧ 送電塔、送受信塔、照明塔
⑨ 煙突、ガスタンク、水道タンク、その他のタンク
⑩ 形像、記念碑、景観重要樹木





（2）はり紙、はり札、広告旗、立看板の表示を禁止する物件【条例7】

◇国道・県道・市道の市内全区間
◇上記に面する場所にある電柱、街灯柱、その他電柱に類するもの

禁止地域

景勝地、美しい街並みや沿道など、特に良好な景観形成への配慮や風致の維持の必要性が高い地域や場所、あるいは都市公園や学校など屋外広告物を出すことが好ましくない地域を「禁止地域」と呼び、自家広告物（※）等の例外を除き、原則として屋外広告物を出すことはできません。**【条例4】**

※自家広告物については 39 ページを参照

【熊谷市内の禁止地域】

① 都市計画法に基づく第一種低層住居専用地域、第二種低層住居専用地域、生産緑地地区

② 市民農園整備促進法に基づく市民農園

◇JA くまがや・ふれあい農園（久保島地内）

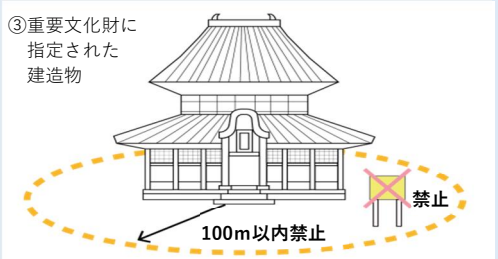
③ 文化財保護法等により指定された建造物とその周囲１００m 以内の地域、史跡名勝天然記念物として指定等された地域

◇文化財保護法等により指定された建造物

・平山家住宅　・歓喜院聖天堂　・貴惣門

・龍泉寺の観音堂　・雷電神社本殿付扉

・上之村神社本殿　・諏訪神社本殿



○熊谷市内の文化財について、詳しくは江南文化財センターで確認できます。

【江南文化財センター】　電話：048-536-5062

◇史跡名勝天然記念物として指定等された地域

・宮塚古墳　・幡羅官衙遺跡群　・別府氏墓　・別府城跡　・中条氏館跡　・甲山古墳

・とうかん山古墳　・塩古墳群　・元荒川ムサシトミヨ生息地

④ 埼玉県自然環境保全条例により指定された県自然環境保全地域

◇熊谷市大沼県自然環境保全地域（小江川、須賀広、柴地内）

⑤ ＪＲ東日本（新幹線鉄道含む）及び秩父鉄道の全区間（鉄道の敷地内）

⑥ 都市公園法に規定する都市公園

⑦ 一級河川荒川河川区域のうち、荒川大橋から下流１，３００m の地点までの河川区域及び当該河川区域から下流に向って左側１００m 以内の区域



⑧ 駅前広場

◇熊谷駅正面口

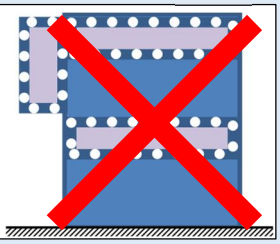
◇熊谷駅南口

◇熊谷駅東口

◇籠原駅北口

◇籠原駅南口

⑧駅前広場では敷地内の禁止とあわせ、駅前広場に面する建造物に、点滅し、動光し、又は回転する光源を有する広告物（映像装置を除く。）を駅前広場に向けて掲出することを禁止しています。**【条例5、規則3】**



⑨ 官公署、学校、図書館、公会堂、公民館、体育館、公衆便所の建物とその敷地

⑩ 延床面積 200 ㎡以上の博物館、美術館、病院とその敷地

⑪ 古墳及び墓地

⑫ 社寺、教会、火葬場の建物とその境域

許可地域

禁止地域以外の地域は市長の許可を受けると屋外広告物を出すことができる「許可地域」といいます。

許可地域における許可の基準については、32～35 ページを参照してください。

許可等の基準

許可地域において屋外広告物を掲出するときは原則として市長の許可が必要です。**【条例8、規則4】**
熊谷市では、屋外広告物をその種類と掲出方法によって次のように分類して、それぞれに許可の基準を設けています。**【条例13、規則11、規則別表第3】**

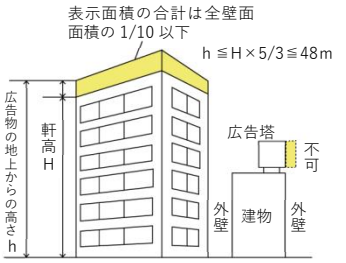
建物を利用して出される屋外広告物の基準

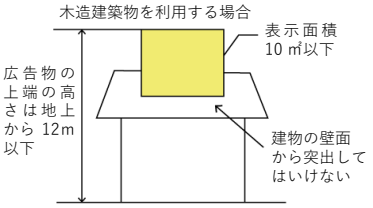
建物の屋上や壁面を利用して出される屋外広告物の基準は、次のとおりです。

屋上利用広告：建物の屋上に出す屋外広告物

① 表示面積の合計は、建物の全壁面面積の 10 分の 1 以下であること。ただし、10 分の 1 が 10 ㎡に満たないときは 10 ㎡以下であること。
② 広告物の上端の高さは、地上から軒高の 3 分の 5 以下で、かつ、48m 以下であること。ただし、3 分の 5 が 12m に満たないときは、地上から 12m 以下であること。
③ 建物の壁面から突き出さないこと。
④ 新幹線鉄道の路端から 500m 以内の地域に出す場合は、新幹線鉄道に向けて表示しないこと（商業地域は除く）。

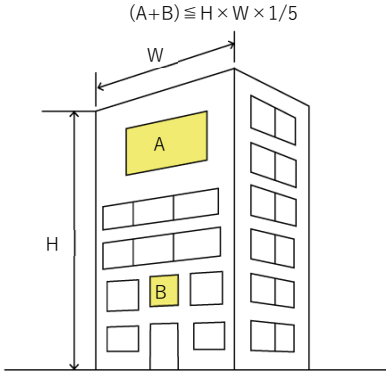
※なお、建物が木造の場合の上記①～③の基準は右図のとおりです。





壁面利用広告：建物の壁面に平行して出す屋外広告物

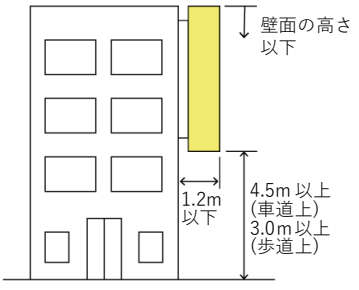
① 表示面積は、広告物を出す壁面の面積（開口部分を含む）の 5 分の 1 以下であること。ただし、都市計画法第 8 条第 1 項の規定により定められた近隣商業地域及び商業地域にあたっては、10 分の 3 以下であること。
② 同一の壁面に複数の広告物を出す場合は、その合計面積が①の表示面積の基準以下であること。
③ 3 階以上の階にある窓又は開口部の全部又は一部をふさがないこと。
④ 新幹線鉄道の路端から 500m 以内の地域に出す場合は、新幹線鉄道に向けて表示しないこと（商業地域は除く）。



突出し広告：建物の壁面から突き出す屋外広告物

① 壁面からの突出し幅は、1.2m 以下であること。
② 上端の高さは壁面の高さ以下であること。
③ 道路上に出る場合（※）の下端の高さは、歩道上では路面から 3m 以上、車道上では路面から 4.5m 以上であること。

※道路上に出る場合、道路法に基づく道路占用許可が必要となります。



建物から独立して出される屋外広告物の基準

建物から独立して出される屋外広告物のうち、広告板、広告塔、サインポールなどを掲出する場合は、「市街化区域」と「市街化調整区域」では基準が異なります。

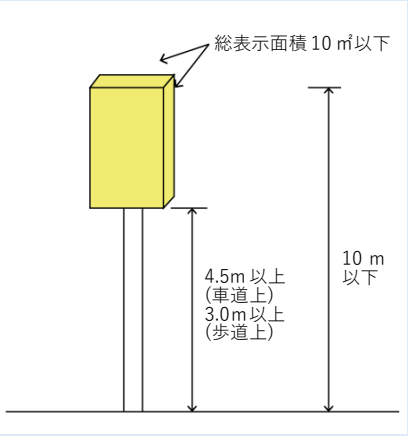
また、高さを4メートル以下に抑えるなどの条件を満たす場合には「景観誘導広告物」として、許可手続の代わりに掲出後に届出手続が必要となります**【条例10】**

（１）上端の高さが地上から４ｍを超え、10m以下の場合　【許可手続が必要です】

① 表示面積は、10 ㎡以下であること。
ただし、自家広告にあっては 60 ㎡以下であること。
（表裏のように複数の表示面がある場合には、その合計面積を対象とします。なお、複数の広告板で構成される広告物は、広告板の枚数にかかわらず一つの広告物とします。）

② 上端の高さは、地上から 10m以下であること。

③ 道路上に突き出していないこと。
ただし、自家広告については、道路上に突き出す場合(※)の下端の高さは、歩道上では路面から３ｍ以上、車道上では路面から 4.5m 以上であること。
※道路上に出る場合、道路法に基づく道路占用許可が必要となります。



④ 【市街化調整区域の場合のみ】
使用されている色のうち、面積が最大のものの彩度(産業標準化法に基づく日本産業規格 Z8721 に規定する彩度の表示方法。いわゆる「マンセル値」。)が 6 を超えないこと。ただし、自家広告については、この限りではない。

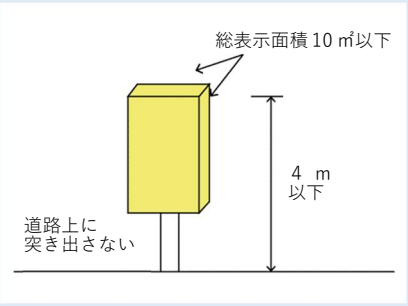
（２）表示面積が 10 ㎡以下、上端の高さが地上から４ｍ以下の場合（景観誘導広告物）【掲出後に届出手続が必要です】

① 表示面積は、10 ㎡以下であること。
（表裏のように複数の表示面がある場合には、その合計面積を対象とします。なお、複数の広告板で構成される広告物は、広告板の枚数にかかわらず一つの広告物とします。）

② 上端の高さは、地上から４ｍ以下であること。

③ 道路上に突き出していないこと。

④ 【市街化調整区域の場合のみ】
使用されている色のうち、面積が最大のものの彩度(産業標準化法に基づく日本産業規格 Z8721 に規定する彩度の表示方法。いわゆる「マンセル値」。)が 6 を超えないこと。ただし、自家広告については、この限りではない。



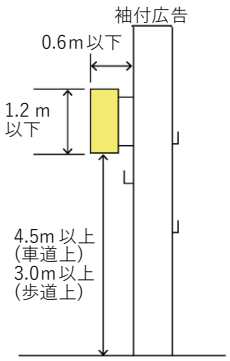
※継続して掲出する場合、３年毎に点検結果の提出が必要です。
※自家広告物については届出不要です。

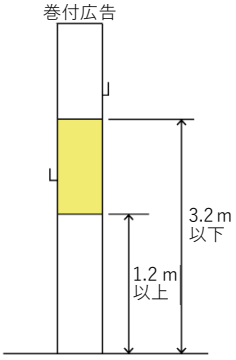
その他の屋外広告物の基準

広告物の種類			許可の基準
電柱・街灯柱等利用広告	袖付広告	縦・出幅	1.2m以下×0.6m以下
		路面からの下端までの高さ	歩道上:3m以上　車道上:4.5m以上
		その他	車道寄りの歩道部分に位置する電柱等を利用する場合は、歩道の中央部分に向けて突き出すこと
	巻付広告	上端の高さ	地上から 3.2m以下
		下端の高さ	地上から 1.2m以上
標識利用広告		表示面積	0.5 ㎡以下/面
アーチ利用広告	アーチ部分利用	路面から上端までの高さ	歩道上:5.5m以下　車道上:7.5m以下
		路面から下端までの高さ	歩道上:3.5m以上　車道上:5m以上
	支柱部分利用	上端までの高さ	地上から 3m以下
		下端までの高さ	地上から 1.2m以上
自動車利用広告		広告宣伝用自動車※	広告宣伝用自動車であること
		広告宣伝用自動車以外	各側部 1 ㎡以下　後部 0.3 ㎡以下
掛看板		表示面積	2 ㎡以下
		路面から下端までの高さ	歩道上: 3 m以上　車道上:4.5m 以上
広告幕		長さ・幅	15m以下×1.2m以下
		路面から下端までの高さ	5m以上
アドバルーン		気球の大きさ	直径 3 m以下
		広告幕（網）の長さ・幅	15m以下×1.5m以下
		上端の高さ	地上から 45m以下
はり紙		表示面積	1 ㎡以下
はり札		表示面積	1 ㎡以下
		その他	表示者の連絡先を明示すること
広告旗		縦・横	1.8m以下×0.6m以下
		高さ	3m以下
		その他	道路上に突き出していないこと
			表示者の連絡先を明示すること
立看板		縦（脚部を含む）・横	1.8m以下×0.6m以下
		その他	表示者の連絡先を明示すること

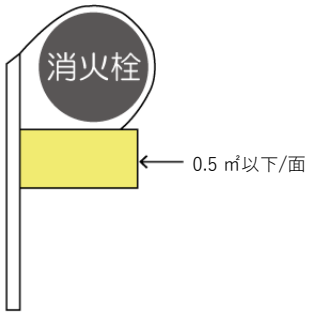
○道路上に出る場合、道路法に基づく道路占用許可が必要となります。
※「広告宣伝用自動車」とは、車検証の「車体の形状」欄に「放送宣伝車」又は「広報車」と記載された特殊用途車両です。

○電柱・街灯柱等利用広告

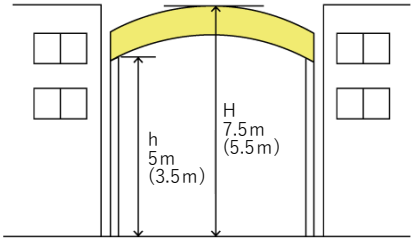




○標識利用広告

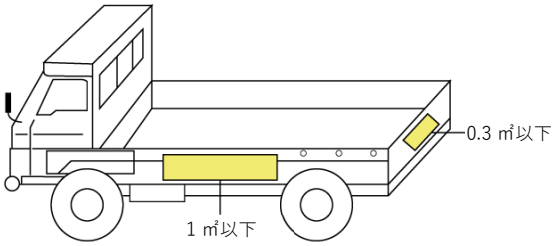


○アーチ利用広告

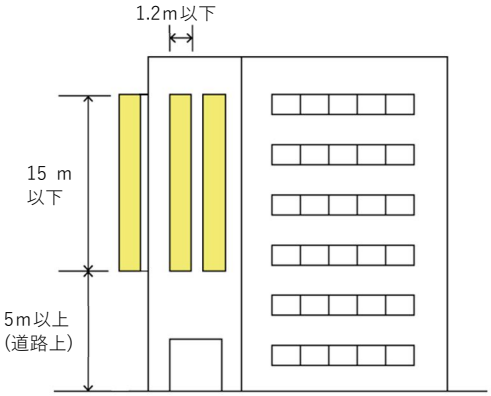


H は車道上 7.5m以下、歩道上 5.5m以下
h は車道上 5.0m以上、歩道上 3.5m以上

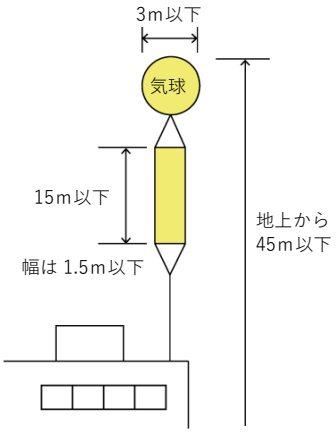
○自動車利用広告



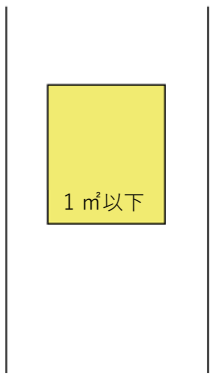
○広告幕



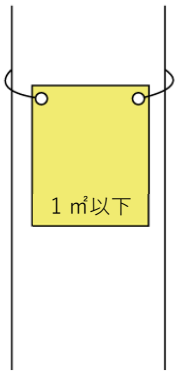
○アドバルーン



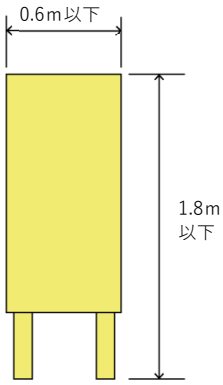
○はり紙



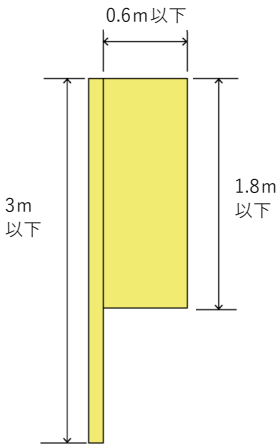
○はり札



○立看板



○広告旗



適用が除外される屋外広告物

適用除外となる屋外広告物

屋外広告物を出す場合にはさまざまな制約がありますが、個人の住宅の表札や商店などが店に出す看板など、私たちが日常生活を営む上で最小限必要なものについては、広範囲に例外を認めています。これを「適用除外」といいます。**【条例9】**

適用除外となる屋外広告物については、禁止地域、禁止物件あるいは許可制度に関する規制の全部又は一部が緩和されます。

適用除外となる屋外広告物の種類と内容、取り扱いについては 36～39 ページの表のとおりです。

自家広告物

適用除外となる屋外広告物の代表的なものに「自家広告物」があります。

自家広告物＝　①　自己の事業所等がある建物やその敷地内に
②　自己の氏名、店名や事業内容等などを表示するもので
③　規則で定める基準に適合するもの

これらの３つの条件を満たすことで、自家広告物として適用除外の対象となります。

自家広告物の基準については、38～39 ページの表のとおりです。なお、広告物の表示面積や高さなどの基準の捉え方、計算方法については、32～35 ページの許可の基準と同様です。

（１）適用除外となる屋外広告物の基準

広告物の区別	条例第９条 項一号	内容	禁止地域(P31 参照)でも出せる	禁止物件(P30 参照)でも出せる	はり紙等禁止物件(P30 参照)でも出せる	適用除外となる基準等
法令の規定により表示する広告物	1-1		◎	◎	◎	
選挙運動のために表示する広告物	1-2	公職選挙法による選挙運動期間中に、同法の規定に基づき表示するもの	◎	◎	◎	
国等が表示する広告物	1-3	国又は地方公共団体が公共的目的をもって表示する広告物	◎	◎	◎	表示期間が一年を超える、上端の高さが 10ｍを超える、表示面積が 10 ㎡を超える、いずれにも該当する場合は市長への協議が必要
市長が指定する団体等が表示する広告物で市長が指定するもの	1-4	熊谷商工会議所、くまがや市商工会、市内の商店街、熊谷市観光協会、本市を活動拠点とするスポーツチームであって本市と連携協定を結んでいるものが表示する広告物	◎	◎	◎	指定する団体等の設立目的に資するものとして、団体等の統一した意思により掲出するものであること等の条件を満たすもの
自家広告物	2-1	自己の住所又は事業所、営業所若しくは作業場に、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もの	P38～39 を参照ください			
乗用車又は貨物自動車に表示する広告物	2-5	乗用車又は貨物自動車に、自己の氏名、店名、会社名等及び商標、商品名等のみを表示するもの	◎			
石垣、擁壁、送電塔、送受信塔、照明塔、煙突、ガスタンク、水道タンク、その他のタンク、景観重要樹木に表示する広告物	3-1		×	○	×	石垣、擁壁＝表示面積 5 ㎡以下 送電塔、送受信塔、照明塔、煙突、ガスタンク、水道タンク、その他のタンク、景観重要樹木＝表示面積 15 ㎡以下
管理用広告物	2-2	自己の管理する土地又は物件に管理上の必要に基づき表示するもの	◎	×	×	表示面積:2 ㎡以下/個
禁止物件に表示する広告物	3-2		×	○		所有者又は管理者が管理上の必要に基づき表示する広告物
	4-3		×		○	

広告物の区別	条例第９条 項一号	内容	禁止地域(P31 参照)でも出せる	禁止物件(P30 参照)でも出せる	はり紙等禁止物件(P30 参照)でも出せる	適用除外となる基準等
冠婚葬祭等の広告物	2-3 4-2	冠婚葬祭、祭礼等のため一時的に表示するもの	◎	×	○	冠婚葬祭、祭礼、季節的行事又は地域の年中行事のために一時的に表示する広告物
催し物用の広告物	2-4	講演会等のため、その会場の敷地内に表示するもの	◎	×	×	
タクシーに表示する広告物	2-5	タクシーに他者の広告物を表示するもの	◎			表示面積:各側部 1 ㎡以下、後部 0.3 ㎡以下
バスに表示する広告物	2-5	路線バスや貸切バス、シャトルバスに他者の広告物を表示するもの	◎			表示面積:底部を除く表面積の 10 分の 3 以下(窓、ドア等のガラス面は表示不可)
人、動物、車両（自動車を除く）、船舶に表示する広告物	2-7	人、動物、車両(自動車を除く)、船舶に表示するもの	◎			
公共掲示板に表示する広告物	2-8	地方公共団体が設置する公共掲示板に、その団体の許可等を得て表示する	◎			当該地方公共団体の許可
工事現場の仮囲いに表示する広告物	2-9	宣伝を目的とせず、周囲の景観に調和した絵もしくは写真、又は工事施工者名等の表示	◎			工事施工者等の氏名、名称、店名又は商標を表示する場合は、仮囲いの平面積の 20 分の 1 以下
自治会等が設置する掲示板に表示する広告物	2-10	自治会、町内会その他の町又は字の区域その他市内の一定の区域に住所を有する者の地縁に基づいて形成された団体が公共的目的をもって設置する掲示板に表示する広告物	◎			自治会等が公共的目的をもって設置する掲示板に当該自治会等の定めるところにより表示するもの
煙突及びガスタンク、水道タンクその他のタンクに表示する広告物	3-3	周囲の景観に調和することを目的に表示する広告物	×	○		空、動物、植物、風景その他周囲の景観に調和したものを描写した絵画又は被写体とした写真であること
営利を目的としない立看板等	4-1		×	×	○	表示期間が 15 日を超える
	8	政治、労働、宗教等の営利を目的としない活動のためのはり紙、はり札、広告旗、立看板	×	×	◎	表示面積等: はり紙:1 ㎡以下 はり札:1 ㎡以下 広告旗:縦 1.8m 以下×横 0.6m 以下で高さは 3m 以下、道路上に突き出していないこと 立看板:縦(脚部を含む)1.8m 以下×横 0.6m 以下 表示内容:表示の始期と終期を明記 はり札、広告旗及び立看板は、表示者の氏名、住所も明示 表示期間:15 日以内
案内用の広告物	5-2	公共的目的又は公衆の利便に供する目的のために表示する道標、案内図板など	○	×	×	表示面積 10 ㎡以下
市長が指定する公益上必要なものに表示する広告物	5-3	公益上必要な施設又は物件で市長が指定するものに表示するもので、広告料収入を当該施設若しくは物件の設置又は管理に要する費用に充てるもの	○	×	×	表示面積 10 ㎡以下 広告料収入を当該施設又は物件の設置又は管理に要する費用に充てるもの
地域における公共的な取組に要する費用に広告料収入を充てるもの	6	広告料収入を地域における公共的な取組であって市長が定めるものに要する費用の全部又は一部に充てるもの	○	一部○	×	広告物の種類により基準が異なります
寄贈者名を表示するための広告物	7	公益上必要な施設又は物件に寄贈者名等を表示するもの	◎	◎	◎	表示面積:表示方向から見た施設等の面積の 20 分の 1 以下で、かつ 0.5 ㎡以下

◎：適用除外基準に合致すれば許可手続不要で表示可能　○：許可を受ければ表示可能
×：表示することができない

（2）自家広告物の基準

自家広告物に係る基準【許可地域】

区分			許可不要で出せる（条例第９条第２項第１号、規則別表第１）	許可を受ければ出せる（条例第８条第１項、規則別表第３）
建造物を利用した広告	屋上利用広告	表示面積	全壁面面積の 10 分の 1 以下（木造建造物の場合は 10 ㎡以下） ただし、10 分の 1 が 10 ㎡未満の場合は 10 ㎡以下	左記を超えるものは掲出不可
		広告物の上端の高さ	地上からの高さが軒高の 3 分の 5 以下で、かつ 48m 以下 ただし、3 分の 5 が 12m未満の場合は 12m 以下(木造建造物の場合は地上から 12m以下)	
		その他	壁面から突き出していないこと	
	壁面利用広告	表示面積	一面の壁面につきその壁面面積(開口部分を含む)の 5 分の 1 以下 ただし、都市計画法第 8 条第 1 項の規定による近隣商業地域及び商業地域にあっては 10 分の 3 以下	左記を超えるものは掲出不可
		広告物の上端の高さ	（基準なし）	
		その他	3 階以上の窓又は開口部の全部又は一部をふさがないこと	
	突出し広告	表示面積	（基準なし）	同左
		広告物の上端の高さ	壁面の高さ以下	
		広告物の下端の高さ	（基準なし）	
		壁面からの突出し幅	1.2m以下	
		その他	道路上に突き出していないこと	道路上に出る場合の基準有り※
建造物から独立した広告（広告板、広告塔、サインポール）		表示面積	10 ㎡以下	60 ㎡以下
		広告物の上端の高さ	地上から 10m以下	同左
		広告物の下端の高さ	（基準なし）	歩道上:3m 以上、車道上:4.5m 以上
		設置個数	高さ 4 mを超えるものについては 4 個以下	（基準なし）
		その他	道路上に突き出していないこと	（色彩基準不適用）
掛看板		表示面積	2 ㎡以下	同左※
広告幕		広告物の長さ	15m以下	同左※
		広告物の幅	1.2m以下	
広告旗		表示面積等	2 ㎡以下	左記を超えるものは掲出不可
		高さ	3 m以下	
		その他	道路上に突き出していないこと	
はり紙、はり札及び立看板		表示面積等	はり紙、はり札は 1 ㎡以下 立看板は縦（脚部を含む）1.8m 以下×横 0.6m 以下	左記を超えるものは掲出不可
		その他	道路上に突き出していないこと	

※道路上に出る場合、道路法に基づく道路占用許可が必要となります。（32～35 ページに路面からの高さの基準があります。）

自家広告物に係る基準【禁止地域】

区分			許可不要で出せる（条例第９条第２項第１号、規則別表第１）	許可を受ければ出せる（条例第９条第５項第１号、規則別表第３）
建造物を利用した広告	屋上利用広告	表示面積	5 ㎡以下	全壁面面積の 10 分の 1 以下（木造建造物の場合は 10 ㎡以下）。ただし、10 分の 1 が 10 ㎡未満の場合は 10 ㎡以下
		広告物の上端の高さ	地上からの高さが 10ｍ以下で、かつ、広告物自体の高さは 2m 以下	地上からの高さが軒高の 3 分の 5 以下で、かつ 48m 以下 ただし、3 分の 5 が 12m未満の場合は 12m 以下(木造建造物の場合は地上から 12m以下)
		その他	壁面から突き出していないこと	壁面から突き出していないこと
	壁面利用広告	表示面積	10 ㎡以下	一面の壁面につきその壁面面積(開口部を含む)の 5 分の 1 以下 ただし、表示面積が 10 ㎡以下であるときはこの限りではない
		広告物の上端の高さ	軒高以下	同左
		その他	3 階以上の窓又は開口部の全部又は一部をふさがないこと	同左
	突出し広告	表示面積	3 ㎡以下	6 ㎡以下
		広告物の上端の高さ	壁面の高さ以下	同左
		広告物の下端の高さ	（基準なし）	歩道上：3 m以上、車道上：4.5m 以上
		壁面からの突出し幅	1 m以下	1.2m 以下
		その他	道路上に突き出していないこと	道路上に出る場合の基準有り※
建造物から独立した広告（広告板、広告塔、サインポール）		表示面積	5 ㎡以下	10 ㎡以下
		広告物の上端の高さ	地上から 7 m以下	地上から 10m以下
		広告物の下端の高さ	（基準なし）	歩道上:3m 以上、車道上:4.5m 以上
		設置個数	3 個以下	4 個以下
		その他	道路上に突き出していないこと	道路上に出る場合の基準有り※
掛看板		表示面積	1 ㎡以下	2 ㎡以下
広告幕		広告物の長さ	10m以下	15m以下
		広告物の幅	1 m以下	1.2m以下
広告旗		表示面積等	縦 1.8m以下×横 0.6m以下	2 ㎡以下
		高さ	3 m以下	同左
		その他	道路上に突き出していないこと	同左
はり紙、はり札及び立看板		表示面積等	はり紙、はり札は 1 ㎡以下 立看板は縦（脚部を含む）1.8m 以下×横 0.6m 以下	左記を超えるものは掲出不可
		その他	道路上に突き出していないこと	

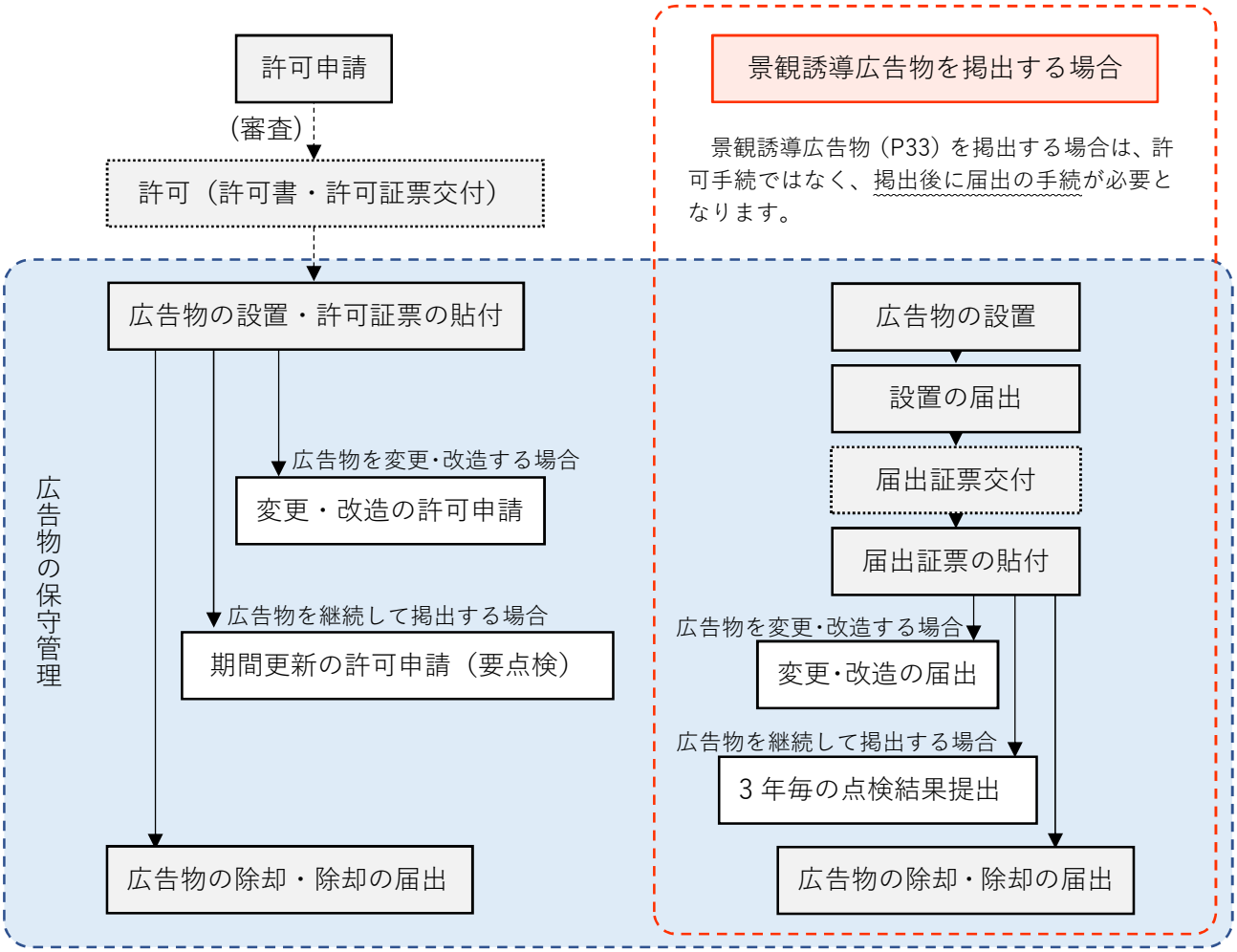
※道路上に出る場合、道路法に基づく道路占用許可が必要となります。（32～35 ページに路面からの高さの基準があります。）

手続と手数料

許可等の手続の流れ

屋外広告物を掲出する際の大まかな手続の流れは、次のとおりです。

屋外広告物を表示又は掲出物件を設置しようとする方（一般的には、その屋外広告物又は掲出物件の所有者）が申請者となります。



屋外広告物条例以外にも手続が必要な場合があります。以下の代表的な例を参考にしてください。

事項	必要な許可等の種類	申請書等の提出先・問い合わせ先
道路敷地内の上空を占用する場合	道路占用許可（道路法）	道路管理者（国・県・市）
設置時に道路敷地を使用する場合	道路使用許可（道路交通法）	熊谷警察署
工作物の高さが 4m を超える場合	工作物の確認（建築基準法）	熊谷市建築審査課、指定確認検査機関
農地の場合	農地転用等の手続（農地法）	熊谷市農業委員会事務局
河川の場合	河川占用許可（河川法）	河川管理者（国・県・市）
設置場所を借りている場合	広告物の設置場所の持ち主の方から承諾を得ましょう。	
ネオン管、水素使用のアドバルーンなどは、「消防法」の規定による届出が必要となる場合があります。		市内の消防署・分署
「医療法」「歯科技工士法」「介護保険法」「薬事法」などで記載内容が制限される場合があります。		熊谷保健所など

許可申請及び届出に係る必要書類等

区分	様式の名称	添付書類					審査手数料
		掲出場所及び周囲の状況の図面又は写真	広告物の仕様書及び設計図	屋外広告物等点検結果報告書（様式第２号）	所有者等の借用承諾書等	管理者等の資格を証する書類	
新たに許可申請するとき	屋外広告物等許可申請書（様式第１号）	○	○	—	▲	△	○
（既に設置されている広告板等に広告物を表示することになったとき）				○			
許可期間を更新するとき	屋外広告物等許可期間更新申請書（様式第６号）	写真	○	○	▲	△	○
表示内容のみ変更するとき	屋外広告物等（変更・改造）許可申請書（様式第７号）	×	○	—	×	×	○
広告物を掲出する物件自体の規模等を変更するとき				○			
景観誘導広告物（P33）を設置及び変更又は改造したとき（自家広告物を除く）	景観誘導広告物等設置（変更・改造）届出書（様式第５号）	広告物と周囲の状況を知り得る写真		○	○	—	—
上記の景観誘導広告物を設置後、３年ごとの点検を行ったとき	—	広告物の状況を知り得る写真		○	○	—	—
許可された広告物及び設置の届出をした広告物を除却したとき	屋外広告物等除却届出書（様式第13号）	広告物の除却された状況を知り得る写真		×	×	×	—
管理者を新たに設置したとき	屋外広告物等管理者設置（廃止）届出書（様式第17号）	×	×	×	×	△	—
表示・設置者又は管理者が変更になったとき	屋外広告物等表示・設置者（管理者）変更届出書（様式第18号）	×	×	×	×	△	—
許可された広告物及び設置の届出をした広告物が滅失したとき	屋外広告物等滅失届出書（様式第19号）	×	×	×	×	×	—

▲：自家広告物以外のもの及び国又は地方公共団体の土地等（道路等）に掲出するものについては○

△：上端の高さが４ｍを超えるものについては○

各様式は熊谷市都市整備部都市計画課ホームページからダウンロードできます。

http://www.city.kumagaya.lg.jp/about/soshiki/toshi/toshikeikaku/kyokatodokede/okugaikoukokubutu.html

許可の手数料と許可期間を定める基準

許可申請の際には、屋外広告物の種類や面積に応じて下表の許可手数料の納付が必要です。**【条例36】**
なお、納付方法は、窓口での現金納付又は本市の納付書による納付を受付けています。
また許可期間は、３年を限度としており、種類に応じて次の基準があります。**【条例14、規則12】**
許可された期間後も継続する場合は、許可期間満了前に許可更新が必要です。

種類		単位	金額	許可期間基準
広告塔又は広告板 （屋上利用広告、壁面利用広告、突出し広告を含む）		1 ㎡	350 円	3 年以内
電柱、街灯柱その他電柱に類するものの利用広告		1 個	350 円	
標識利用広告		1 個	170 円	
アーチ利用広告		1 基	3,500 円	
自動車利用広告	広告宣伝用自動車を利用するもの	1 台	2,000 円	
	その他のもの	1 台	800 円	
掛看板		1 個	700 円	1 年以内
広告幕（つり下げを含む）		1 張	350 円	3 月以内
アドバルーン		1 個	1,750 円	
立看板	紙製又は布製	1 個	170 円	1 月以内
	上記以外		350 円	
はり紙		50 枚	350 円	
はり札		10 枚	350 円	
広告旗		1 本	350 円	

※広告塔又は広告板で単位 1 ㎡未満のものは、 1 ㎡として計算します。
※はり紙で単位 50 枚未満のものは、50 枚として計算します。
※はり札で単位 10 枚未満のものは、10 枚として計算します。
※政治資金規正法第６条第１項の規定による届出を経た政党、協会その他の団体がはり紙、はり札、広告旗又は立看板を表示するための許可を受けようとするときは、許可手数料の納付は不要です。

許可と届出の証票

広告物の新設や改造・変更、許可期間の更新の許可を受けた場合及び景観誘導広告物の設置の届出をした場合には、許可の証票又は届出の証票（シール）が交付されます。

手続きがされたことを証するものとなりますので、必ず屋外広告物に貼付してください。

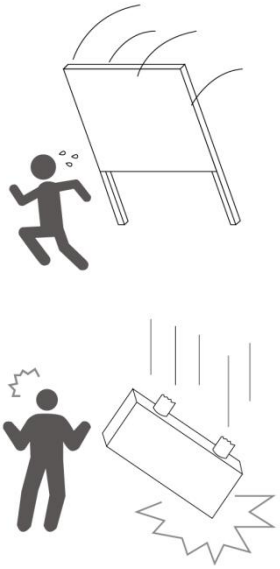
なお、はり紙など証票のなじみにくいものには許可の押印をします。





屋外広告物の管理について

安全性の確保義務



屋外広告物の設置や管理が適切に行われないと、強風や地震等により倒壊や落下するなどして、通行する人などに被害を与える事故が発生する恐れがあります。事故を未然に防ぐために、屋外広告物は十分信頼の置ける品質で強度的にも余裕のある材料を用いて製作してください。

また、架構部材や取付部分などに腐食や変形がないかなどを定期的に点検し、事故を防止するために万全の注意を払ってください。

許可を受けて掲出された広告物は期間更新時等に、景観誘導広告物の設置の届出をした屋外広告物は３年ごとに、接合部、支持部分等の劣化及び損傷状況の点検結果の提出が義務付けられています。**【条例22、規則18、20】**

管理者制度

近年では、広告物の大型化などに伴い、広告物による事故の可能性が大きくなっています。このような背景から広告物の適正な管理と安全性の向上を図るため、許可を受けて設置する広告物のうち、上端の高さが地上から４ｍを超えるものについては、専門知識を有する管理者を置いて管理しなければなりません。**【条例21②、規則17】**

なお、管理者を置いたとき、変更したとき及び廃止したときは、届出が必要です。**【条例34①、規則26①】**

専門知識を有するとは、次のいずれかに該当する場合をいいます。**【条例21③、埼玉県屋外広告物条例25①】**

① 埼玉県知事による屋外広告業の登録を受けた者
② 埼玉県及び他の都道府県、指定都市又は中核市が開催する屋外広告物の講習会を修了した者
③ 屋外広告法に基づく登録試験機関が行った試験に合格した者（屋外広告士）
④ 職業能力開発促進法に基づく次に掲げる者
　・広告美術仕上げに係る職業訓練指導員免許を受けた者
　・広告美術仕上げに係る技能検定に合格した者
　・広告美術仕上げに係る職業訓練を修了した者
⑤ 埼玉県知事が講習会の修了者と同等以上の知識を有するものと認定した者

除却義務

屋外広告物を表示する必要がなくなったときや、許可期間が満了したとき、又は許可が取り消されたときには、５日以内にその屋外広告物を除却しなければなりません。**【条例23①】**

許可された広告物及び設置の届出をした広告物を除却したときは、除却した旨を届け出なければなりません。**【条例23②、規則21】**

その他の注意事項

屋外広告物の設置を依頼する場合

埼玉県知事の登録を受けた屋外広告業者でなければ、熊谷市内で屋外広告物の設置はできません。屋外広告物の設置を業者に依頼する場合は、必ず埼玉県知事の登録を受けた屋外広告業者に依頼してください。

なお、登録を受けている広告業者は、埼玉県都市整備部都市計画課のホームページ等で確認できます。

熊谷市内で屋外広告物の表示や設置に関する工事等を請け負う等、屋外広告業を営む方は必ず埼玉県知事の登録を受けましょう。**【埼玉県屋外広告物条例23】**

屋外広告業に関する窓口

所在地	担当課名	担当係名	電話
〒330-9301 埼玉県さいたま市浦和区高砂 3-15-1	埼玉県都市整備部 都市計画課	屋外広告物担当	048-830-5528

※さいたま市、川越市、川口市及び越谷市で屋外広告業を営む方は、各市の登録を受けなければなりません。
※埼玉県内全域で屋外広告業を営む方は、埼玉県、さいたま市、川越市、川口市及び越谷市への登録が必要です。

【屋外広告物制度に関する埼玉県公式ページ】
http://www.pref.saitama.lg.jp/a1102/okugai-top/

違反広告物に対する措置

違反広告物に対する勧告・公表・措置命令

屋外広告物条例に違反して出された屋外広告物については、その表示者や設置者、管理者に対し、除却、改修、移転などの勧告を行う場合があります。また、勧告に従わない場合には住所、氏名（法人の場合は主たる事務所の所在地、名称並びに代表者の職及び氏名）の公表を行う場合があります。公表をされた後にも勧告に従わなかったときや公衆に対する危害を防止するために特に必要がある場合は除却、改修、移転などの措置が命じられます。**【条例25、26①、規則22】**

また、これに応じない場合は、強制的に除却することがあります。**【法7②~④、条例26②】**

簡易除却制度について

はり紙、はり札、広告旗、立看板のうち、下記の要件を満たすものは、屋外広告物法により、除却する旨を所有者に伝えることなく除却することが認められています。これを「簡易除却」といいます。

簡易除却の対象となる広告物の要件は次のとおりです。

○屋外広告物条例に明らかに違反しているもの
○管理されずに放置されているもの（はり紙についてはただちに対象となります）

罰則

屋外広告物条例に違反した場合は、懲役又は罰金刑に処される場合があります。**【条例 39~42、埼玉県屋外広告物条例 28、29、30】**

●許可が必要な屋外広告物を無許可で出したとき
●禁止地域や禁止物件に屋外広告物を出したとき
●除却、改修、移転などの措置命令に従わなかったとき
●登録を受けないで屋外広告業を営んだとき

屋外広告物設置許可等の申請窓口

所在地	担当課名	担当係名	電話
〒360-0195 埼玉県熊谷市中曽根 654 番地 1	熊谷市都市整備部 都市計画課	計画係	0493-39-4813

【屋外広告物制度に関する熊谷市公式ページ】

http://www.city.kumagaya.lg.jp/about/soshiki/toshi/toshikeikaku/kyokatodokede/okugaikoukokubutu.html



OUTDOOR ADVERTISING GUIDELINES

KUMAGAYA CITY

熊谷市都市整備部都市計画課

〒360-0195　埼玉県熊谷市中曽根 654 番地 1（大里庁舎）

電話：0493-39-4813

FAX：0493-39-5603

E メール：toshikeikaku@city.kumagaya.lg.jp

【屋外広告物制度のホームページ】

http://www.city.kumagaya.lg.jp/about/soshiki/toshi/toshikeikaku/kyokatodokede/okugaikoukokubutu.html

令和 7 年 4 月版