

令和7年2月28日（金）午前10時～12時
横浜市庁舎18階 共用会議室みなと6・7

第74回 横浜市屋外広告物審議会

1 次第

- (1) 開会
- (2) 審議事項
 - ア 役員の選出について
 - イ 横浜市屋外広告物条例第19条の規定に基づく許可の特例について
- (3) 報告事項
 - ア 刑法の改正に伴う横浜市屋外広告物条例の改正について
 - イ 令和6年度の啓発事業について
- (4) その他
- (5) 閉会

2 配付資料

- (1) 委員名簿
- (2) 席次表
- (3) 役員の選出について……………【審議事項 ア】
- (4) 横浜市屋外広告物条例第19条の規定に基づく許可の特例について…【審議事項 イ】
- (5) 刑法の改正に伴う横浜市屋外広告物条例の改正について……………【報告事項 ア】
- (6) 令和6年度の啓発事業について……………【報告事項 イ】

第35期横浜市屋外広告物審議会委員名簿

(委員名は五十音順)

任期 令和6年12月 1日から

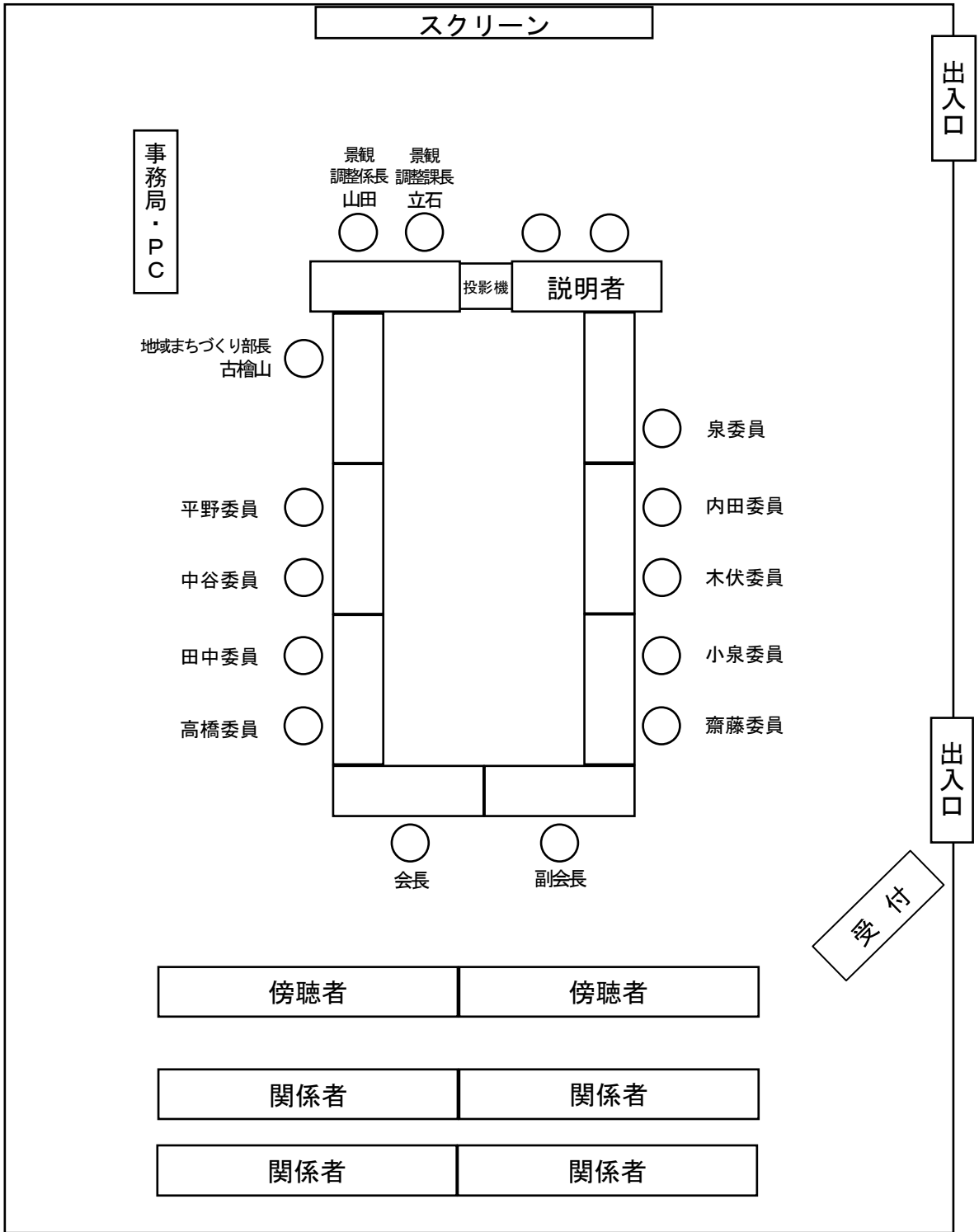
令和8年11月30日まで

	氏 名	役 職 名
委 員	泉 路代	神奈川県弁護士会弁護士
〃	内田 裕子	経済ジャーナリスト／イノベディア代表
〃	木伏 慎治	横浜市商店街総連合会副会長
〃	小泉 雅子	多摩美術大学教授
〃	齋藤 和雄	神奈川県広告美術協会副会長
〃	高橋 晶子	武蔵野美術大学教授
〃	田中 喜芳	人間行動学博士
〃	中谷 忠宏	横浜商工会議所議員
〃	平野 周二	横浜市町内会連合会委員
〃	向原 浩和	神奈川県県土整備局都市部都市整備課長

令和6年12月1日現在

第74回 横浜市屋外広告物審議会 席次表

日時：令和7年2月28日（金）午前10時～12時
会場：横浜市庁舎18階 共用会議室みなと6・7



審議事項 ア 役員の選出について

1 概要

横浜市屋外広告物条例施行規則第 30 条第 1 項及び第 2 項の規定により、第 35 期横浜市屋外広告物審議会（任期：令和 6 年 12 月 1 日から令和 8 年 11 月 30 日まで）の会長及び副会長を選出します。

横浜市屋外広告物条例施行規則（抜粋）

（会長及び副会長）

第 30 条 審議会に、会長及び副会長 1 人を置く。

2 会長及び副会長は、委員の互選によって定める。

3 会長は、審議会を代表し、会務を総理し、会議の議長となる。

4 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるとき、又は会長が欠けたときは、その職務を代理する。

（会議）

第 31 条 審議会の会議は、会長が招集する。ただし、会長が選出されていないときは、市長が行う。

2 審議会の会議は、委員の半数以上の出席がなければ開くことができない。

3 審議会の議事は、出席した委員の過半数をもって決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

4 委員は、自己又は自己と密接な関係のある者の利害に関係する議事に参与することができない。ただし、審議会の同意があるときは、会議に出席し、発言することができる。

審議事項 イ 横浜市屋外広告物条例第19条の規定に基づく許可の特例について
（ア）照明塔への屋外広告物の設置について

1 概要

名 称	照明塔への屋外広告物の設置
申 請 者	株式会社横浜スタジアム
設 置 場 所	横浜市中区横浜公園（横浜スタジアム照明塔）
設 置 期 間	令和7年3月24日から令和7年11月30日まで
種 別 ・ 数 量	壁面看板・4基
表 示 面 積	各26.36㎡
表 示 内 容	横浜DeNAベイスターズの選手イラスト及びロゴ等
特 例 許 可 を 必要とする理由	・照明塔は禁止物件に該当するため

横浜市屋外広告物条例（抜粋）

（禁止物件）

第7条 次に掲げる物件には、広告物等を表示し、又は設置してはならない。

（8）送電塔、テレビ塔、照明塔その他これらに類するもの

（許可）

第9条 市の区域に広告物等を表示し、又は設置しようとする者は、規則で定めるところにより、当該広告物等を表示し、又は設置しようとする日の30日前までに市長に申請し、その許可を受けなければならない。

2 市長は、前項の許可の申請があった場合において、当該申請に係る広告物等が第6条から前条まで、次条第2項及び第13条から第16条までの規定に適合すると認められるときでなければ、当該許可をしてはならない。

（許可の特例）

第19条 市長は、特に良好な景観の形成に寄与すると認められる広告物等又はその表示若しくは設置が公益上の理由その他の理由によりやむを得ないと特に認める広告物等で景観を阻害しないと認められるものについては、第9条第2項（第18条第3項において準用する場合を含む。）の規定にかかわらず、第9条第1項又は第18条第1項若しくは第2項の許可をすることができる。

2 横浜市としての考え方

（1）市としての見解

横浜市屋外広告物条例第19条「その表示若しくは設置が公益上の理由その他の理由によりやむを得ないと特に認める広告物等で景観を阻害しないと認められるもの」に該当し、許可の特例として取り扱うことが適当であると考えます。

（2）理由

ア 公益上の理由その他の理由によりやむを得ないと特に認める理由

横浜市は、第3期横浜市スポーツ推進計画に基づき「大規模スポーツ施設を中核とした賑わいづくり」に取り組んでいます。また、株式会社横浜スタジアム（本件申請者）、株式会社ディー・エヌ・エー及び株式会社横浜DeNAベイスターズとの間で包括連携協定を締結し、「地域経済活性化とまちづくりに関すること」等において連携し協力する関係にあります。これらに基づき、当該表示は来場者への高揚感の創出や、スポーツによる賑わい形成に資することから、当該広告物の設置には公益上の理由があると認められます。

イ 景観を阻害しないと認められる理由

当該広告物の意匠は選手のビジュアルをメインとするものであり、また、球団カラーである青を基調とすることで、横浜スタジアムの壁面と調和するよう配慮されています。加えて、設置場所は周辺の道路から見た際に公園内の樹木によって一部が遮蔽され、かつ横浜スタジアムの外壁の上端とほぼ同じ高さとなる位置であり、配置においても周囲との調和への配慮がなされているため、景観を阻害しないものと認められます。

【参考】これまでの経過

本審議会での審議	特例許可とした広告物	
	設置場所	設置年月
第49回（平成25年3月）	照明塔	平成25年3月
第52回（平成26年1月）	照明塔	平成26年3月
第54回（平成27年1月）	照明塔	平成27年3月
第56回（平成28年1月）	照明塔、人工台地上のトイレ壁面	平成28年3月
第58回（平成29年1月）	照明塔、人工台地上のトイレ壁面	平成29年3月
第60回（平成30年2月）	照明塔、人工台地上の仮囲い	平成30年3月
第62回（平成31年2月）	照明塔	平成31年3月
第65回（令和2年2月）	照明塔	（設置せず）
第67回（令和3年3月）	照明塔	令和3年8月
第69回（令和4年1月）	照明塔	令和4年3月
第70回（令和5年2月）	照明塔	令和5年3月
第72回（令和6年2月）	照明塔	令和6年3月

※プロ野球のシーズンごとの設置とし、各シーズン終了後に除却

資料内には、多数の秘匿情報が含まれます。
情報の取り扱いには、くれぐれもご注意ください。



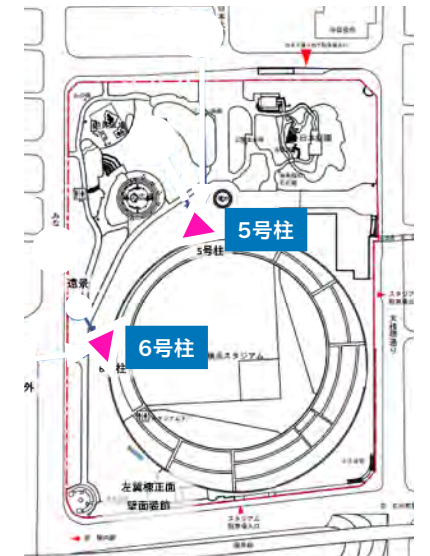
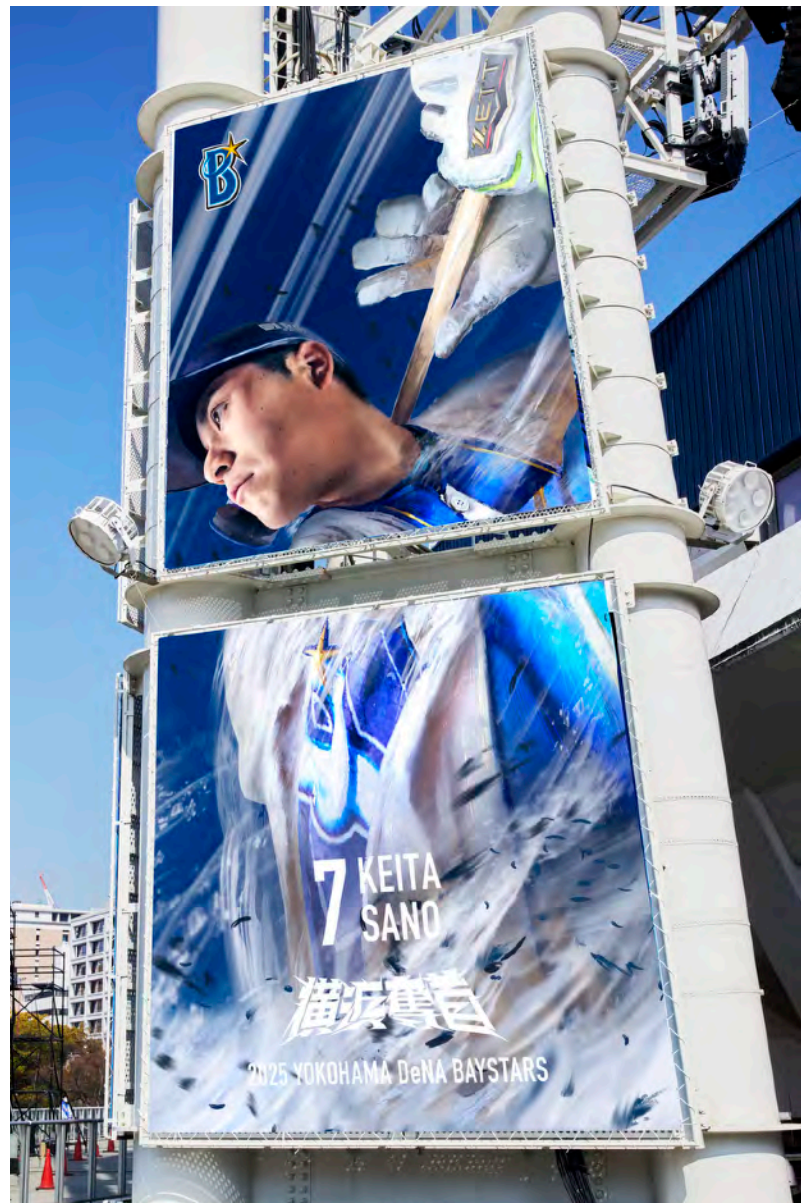
2025年 屋外広告物審議会 資料

2025.2

横浜DeNAベイスターズ
クリエイティブ グループ

■ 照明柱

2024年シーズン装飾と同様のサイズ・素材で施工します。



■ デザイン

2025年シーズンのデザインは、イラストを中心としたビジュアル展開をします。

チームは「横浜奪首」のシーズンスローガンの元、セントラル・リーグ優勝、2年連続の日本一を本気で奪うために戦います。

このためにも、過去の延長ではなく、新たなチームとして、球団全体でこの戦いに挑みます。

この過去とは異なる変化と、優勝に向かう本気の気持ちをビジュアルでも表現するために

- ・ 過去数年とは異なった表現
- ・ かつ、本気の気迫をより表すことのできる表現

を求めて、今回はイラストを用いたビジュアル表現を選んでいきます。



5号柱

W:3,220mm

H:3,692mm



※照明柱2本（合計4面）に対して施工します

- ・ 宮崎 選手
- ・ 山本 選手

H:3,520mm



W:3,370mm

■ 素材：メッシュターポリン

6号柱

W:3,220mm

※照明柱2本（合計4面）に対して施工します

H:3,692mm



- ・ 佐野 選手
- ・ オースティン 選手

H:3,520mm



■ 素材：メッシュターポリン

W:3,370mm

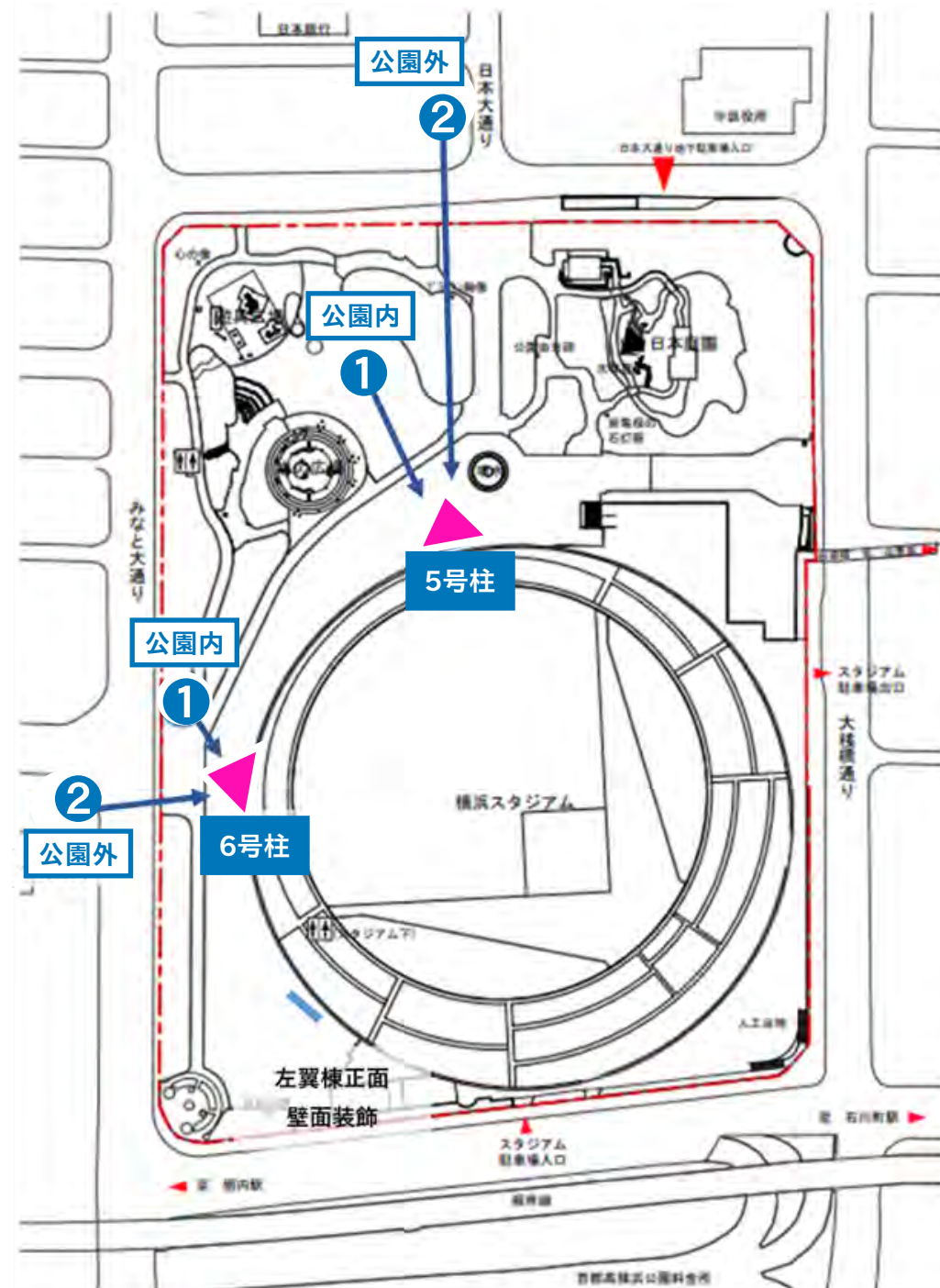
■ 照明柱：見え方のシミュレーション

照明柱：5号柱 / 6号柱

それぞれの

「公園内：①」「公園外：②」

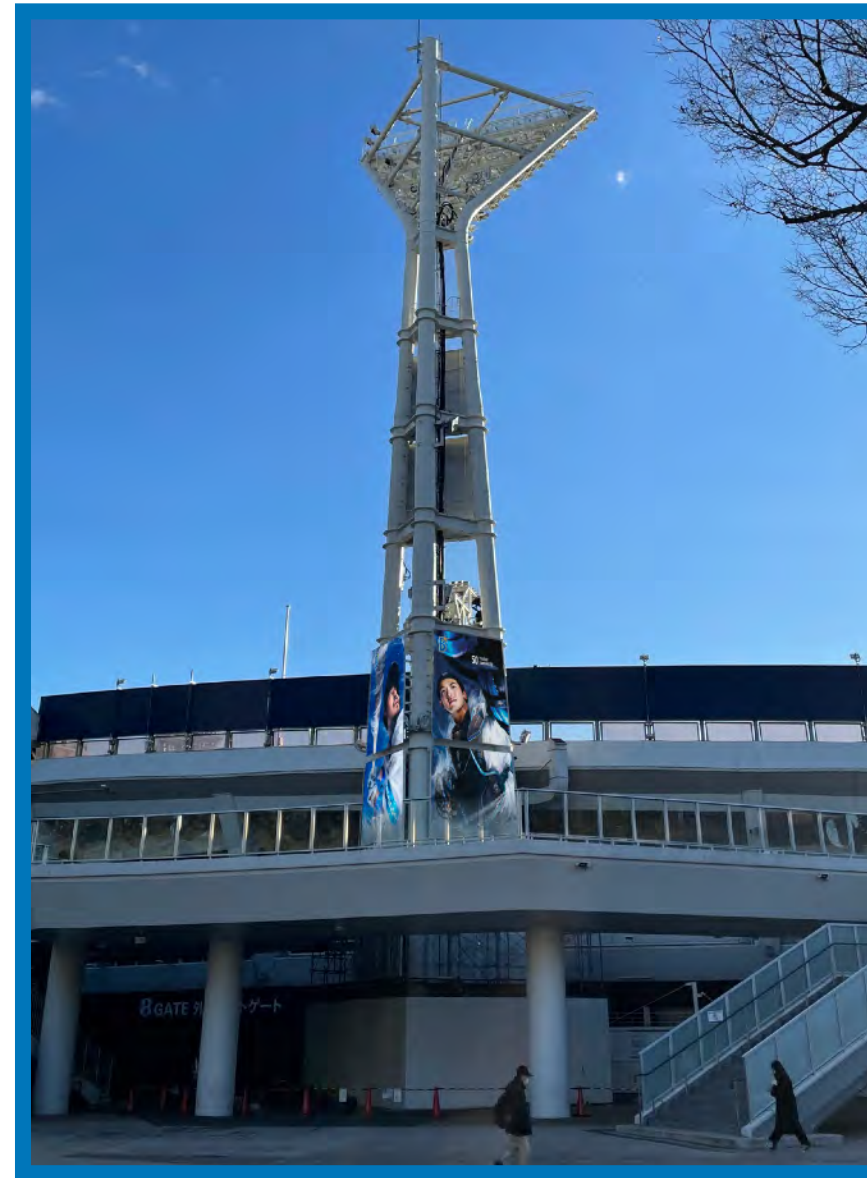
からの見え方のイメージです



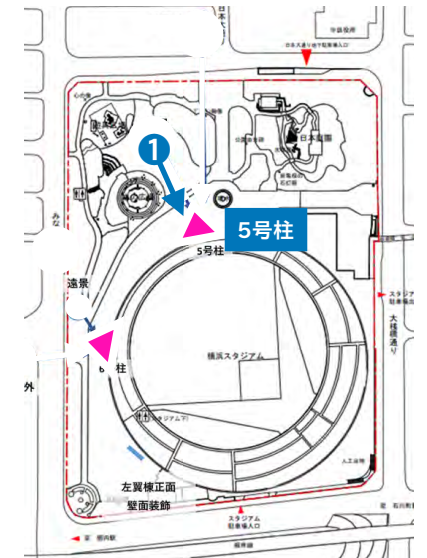
■ 5号柱「公園内：①」 （横浜公園内からの見え方のイメージ）



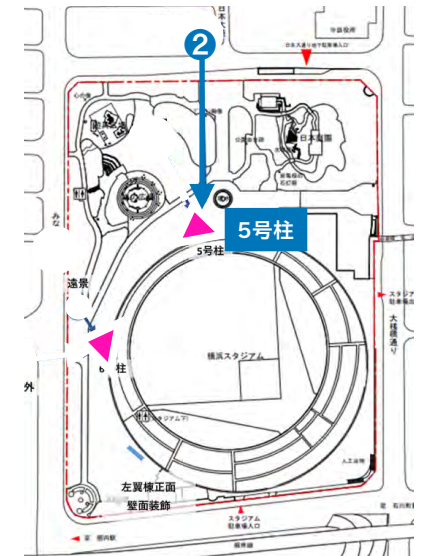
掲出がない状態



掲出時のシミュレーション



■ 5号柱「公園外：②」（日本大通りからの見え方のイメージ）



日本大通りの右上図②の視点からは、
樹木の影になり、照明柱の装飾は視認できません

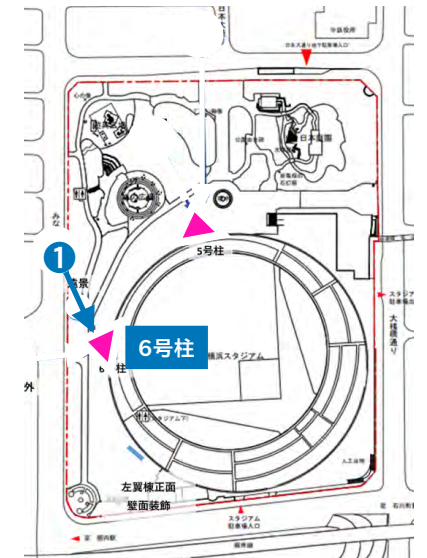
■ 6号柱「公園内：①」（横浜公園内からの見え方のイメージ）



掲出がない状態



掲出時のシミュレーション



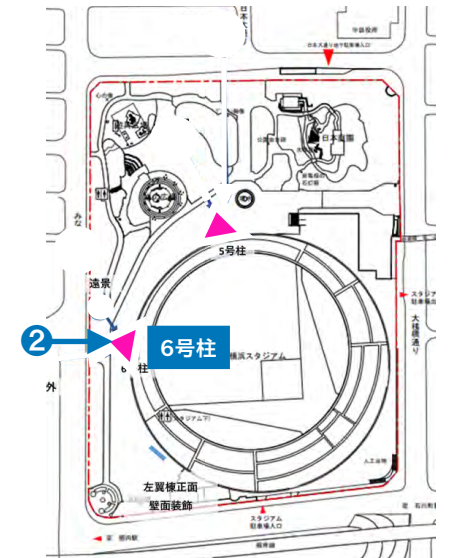
■ 6号柱「公園外：②」（公園外からの見え方のイメージ）



掲出がない状態



掲出時のシミュレーション



審議事項 イ 横浜市屋外広告物条例第19条の規定に基づく許可の特例について
（イ）大型デジタルサイネージの設置について

1 概要

名 称	大型デジタルサイネージの設置
申 請 者	株式会社横浜スタジアム
設 置 場 所	横浜市中区横浜公園（横浜スタジアムレフトウィング）
設 置 期 間	令和8年11月1日から令和11年2月28日まで ※令和8年シーズン終了後に設置工事を開始予定（令和9年シーズン開幕時の表示開始を想定）
種別・数量	壁面看板（映像装置あり）・1基（4面）
表示面積	タテ型：64㎡（高さ16m×幅4m）×2面 ヨコ型：60㎡（高さ6m×幅10m）×2面 合計248㎡
表示内容	（予定）横浜DeNAベイスターズの選手、イベントタイトル等
特例許可を必要とする理由	・4面のうちタテ型の2面が、表示面積（※映像装置のため4倍換算）は設置する外面の面積の10分の3以下とする基準を超過するため ・4面のうちタテ型2面が、設置高さは2階以下とする基準を超過するため
そ の 他	同一壁面の既存の壁面看板4基も基準超過となるため、併せて特例許可の対象とする

横浜市屋外広告物条例（抜粋）

（許可）

第9条 市の区域に広告物等を表示し、又は設置しようとする者は、規則で定めるところにより、当該広告物等を表示し、又は設置しようとする日の30日前までに市長に申請し、その許可を受けなければならない。

2 市長は、前項の許可の申請があった場合において、当該申請に係る広告物等が第6条から前条まで、次条第2項及び第13条から第16条までの規定に適合すると認められるときでなければ、当該許可をしてはならない。

（広告物等に係る基準等）

第16条 次に掲げる広告物等は、その表示又は設置の場所、位置、形状、規模、色彩等について、規則で定める基準に適合しなければならない。

（1） 建築基準法（昭和25年法律第201号）第2条第1号に規定する建築物（以下「建築物」という。）その他の工作物の外面を利用する広告物等

2 前項に定めるもののほか、次の各号に掲げる区域内の広告物等は、当該各号に掲げる基準に適合しなければならない。

（1） 景観法第8条第2項第4号イに掲げる事項が定められた同条第1項に規定する景観計画の区域 規則で定める基準
（許可の特例）

第19条 市長は、特に良好な景観の形成に寄与すると認められる広告物等又はその表示若しくは設置が公益上の理由その他の理由によりやむを得ないと特に認める広告物等で景観を阻害しないと認められるものについては、第9条第2項（第18条第3項において準用する場合を含む。）の規定にかかわらず、第9条第1項又は第18条第1項若しくは第2項の許可をすることができる。

横浜市屋外広告物条例施行規則（抜粋）

（広告物等に係る基準等）

第6条 条例第16条第1項に規定する規則で定める基準は、次のとおりとする。

（1） 外面を利用する広告物等（投影広告物を除く。）に係る基準

ア 広告物等を表示し、又は設置する一の外面における当該広告物等の表示面積（映像装置を使用する広告物等にあつては、映像を表示する部分の表示面積に4を乗じて得た面積とその他の部分の表示面積との合計。（中略））の合計は、当該外面の面積の10分の3以下とすること。

3 条例第16条第2項第1号に規定する規則で定める基準は、別表のとおりとする。

別表

1 景観法第8条第1項に規定する景観計画（以下「景観計画」という。）に示す関内地区（以下「関内地区」という。）に表示し、又は設置する広告物等の基準は、次のとおりとする。

（1） 映像装置を使用する広告物等は、建築物に表示し、又は設置するものにあつては当該建築物の2階以下に表示し、又は設置することとし、その他のものにあつては当該広告物等の上端の高さが地上から5メートルを超えないこと。ただし、催物等のために一時的に表示し、又は設置するもので、景観上支障がないと市長が認めたものについては、この限りでない。

（2） 前号の規定にかかわらず、景観計画に示す関内地区内の特定地区及び準特定地区においては、当該特定地区又は当該準特定地区ごとに景観計画に定められた景観法第8条第2項第4号イに掲げる事項に係る基準に適合すること。

2 横浜市としての考え方

(1) 市としての見解

横浜市屋外広告物条例第19条「その表示若しくは設置が公益上の理由その他の理由によりやむを得ないと特に認める広告物等で景観を阻害しないと認められるもの」に該当し、許可の特例として取り扱うことが適当であると考えます。

なお、本物件は映像装置であることから、表示内容を頻繁に変更することが可能です。このため、自主審査体制や審査基準の整備により、公益性と景観への配慮を担保することを想定しています。しかしながら、現時点では表示に関する詳細（表示内容、自主審査体制、審査基準）が未確定であることから、それらの方針に支障がないことを確認したうえで、表示開始に際しては改めて許可申請を行うよう条件を付すことで、今回の許可の範囲を掲出物件（サイネージ）の設置に限定することが必要と考えます。

この場合、表示に関する詳細については、再度の許可申請の際に改めて審議会に附議します。



※スケジュールは現段階での想定です。

(2) 理由

ア 公益上の理由その他の理由によりやむを得ないと特に認める理由

横浜市は、第3期横浜市スポーツ推進計画に基づき「大規模スポーツ施設を中核とした賑わいづくり」に取り組んでいます。また、株式会社横浜スタジアム（本件申請者）、株式会社ディー・エヌ・エー及び株式会社横浜 DeNA ベイスターズとの間で包括連携協定を締結し、「地域経済活性化とまちづくりに関すること」等において連携し協力する関係にあります。

加えて、本案件は、市庁舎移転後の関内駅周辺のまちづくりの方針に基づき、他の施設整備と協調しながら、スポーツ等による街の新たな魅力づくりを目指して実施されるものであり、大規模なサイネージは、市民スポーツ施設である横浜スタジアムの盛り上がりや賑わいを街に広げる演出装置としておおいに活用されることが見込まれることから、設置には公益上の理由があると認められます。

イ 景観を阻害しないと認められる理由

- ① 横浜公園内のゾーニングに合わせ、賑わいを誘導すべき場所に限った設置計画となっていること
 - ② 遠方から視認できるタテ型の2面で予定している表示内容は演出的なものに限られており、補完する情報や第三者（企業）広告の表示は、視認できる範囲が主として公園内に限られるヨコ型の2面が担うこととするなど、景観への影響を踏まえた表示方針となっていること
 - ③ 予定している表示内容が、イベント時と通常時でメリハリのついたものとなっていること
- 以上のような理由から、周辺の景観へ十分に配慮した計画となっており、特段景観を阻害するものではないと認められます。

ウ 映像装置に対する許可基準を超える規模（表示面積・設置高さ）が必要な理由

- ① 大規模な表示により遠方からの視認性が確保され、関内駅周辺の街と一体となった演出効果が期待できること
 - ② 表示内容をイベントに応じて変えることができ、同じ位置に現在設置されているシート形式の広告物（本案件のタテ型の2面と同等サイズ）に比べて多様な演出が可能になること
- 以上のような理由から、映像装置に対する基準を超えた表示面積・設置高さを認めることは妥当と考えられます。

横浜スタジアムへのデジタルサイネージの設置について

横浜市都市整備局

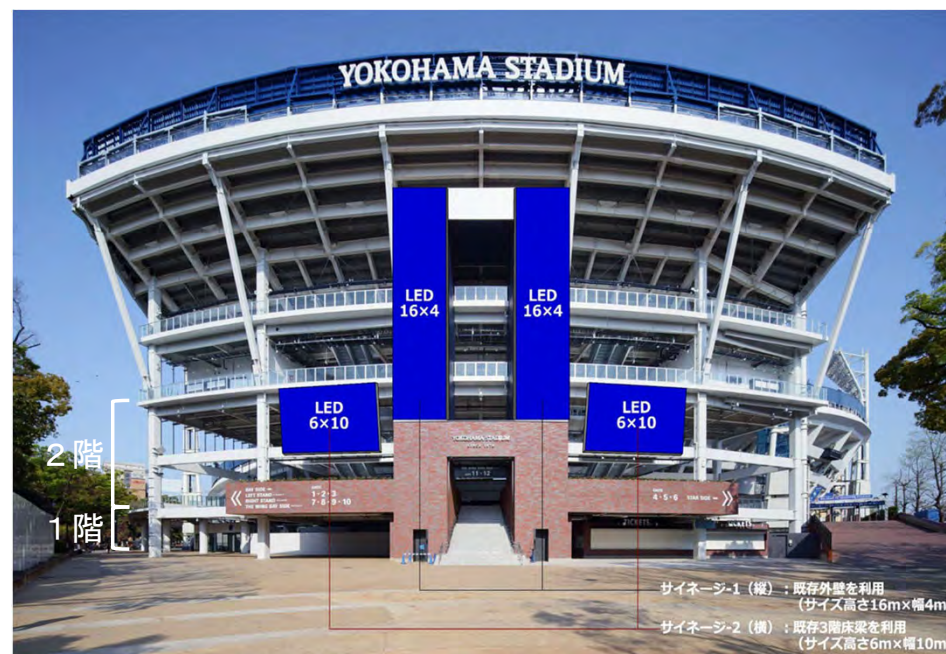
令和7年2月28日

事業者提案の概要

来街者を迎え入れる玄関口である関内駅側にデジタルサイネージを設置し、スタジアムや公園の活用シーンに合わせた演出を行うなど街の魅力向上に資する取組を行います。



現状（シート貼り）
（壁面の10分の3の範囲内）



事業者提案（デジタルサイネージ）

関内駅周辺地区のまちづくり（関内駅周辺地区エリアコンセプトプラン）

横浜公園が立地する関内駅周辺地区では、市庁舎移転を契機とした新しいまちづくりの方針として、令和2年1月に「関内駅周辺地区エリアコンセプトプラン（ACP）」を策定しています。「国際的な産学連携」「観光・集客」をテーマとしたまちづくりを進める中で、求められる機能の一つとして「スポーツ・健康」を掲げています。



■觀光・集客

観光客の目的地となる新たな魅力を誘導することで、都心臨海部における新たな集客の拠点を作り出すとともに、高まる都心臨海部の観光ニーズを関内駅周辺に引き込み、周辺と結ぶことで、関内・関外地区の回遊性を高め、商業需要の向上につなげていきます。

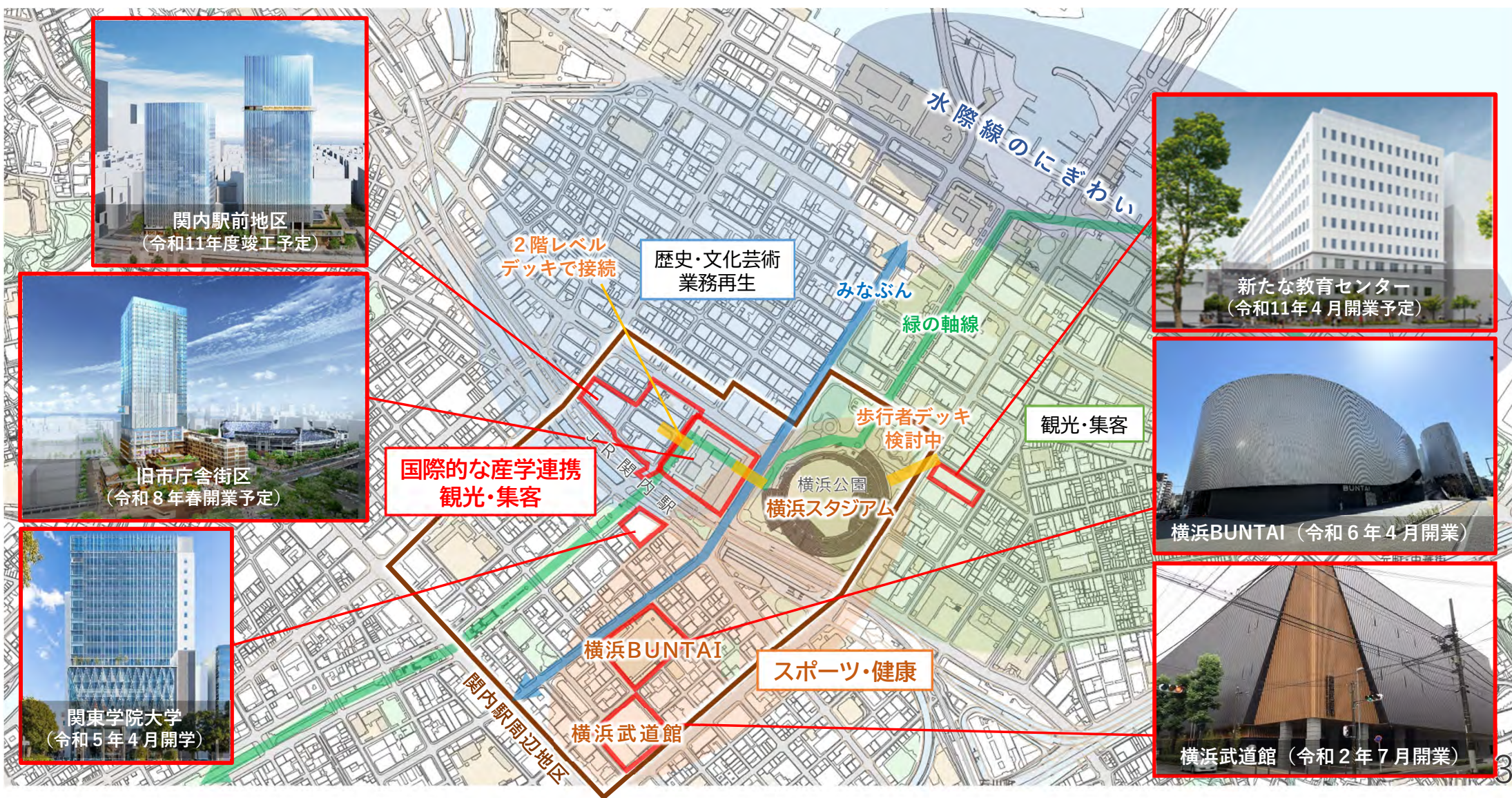
■スポーツ・健康

大規模スポーツイベントの誘致・開催や地元プロスポーツチームとの連携を通じ、市民が一流のプレーを観戦する機会や、夢や感動を共有する機会を創出するとともに、**集客促進や地域経済活性化を目指します。**

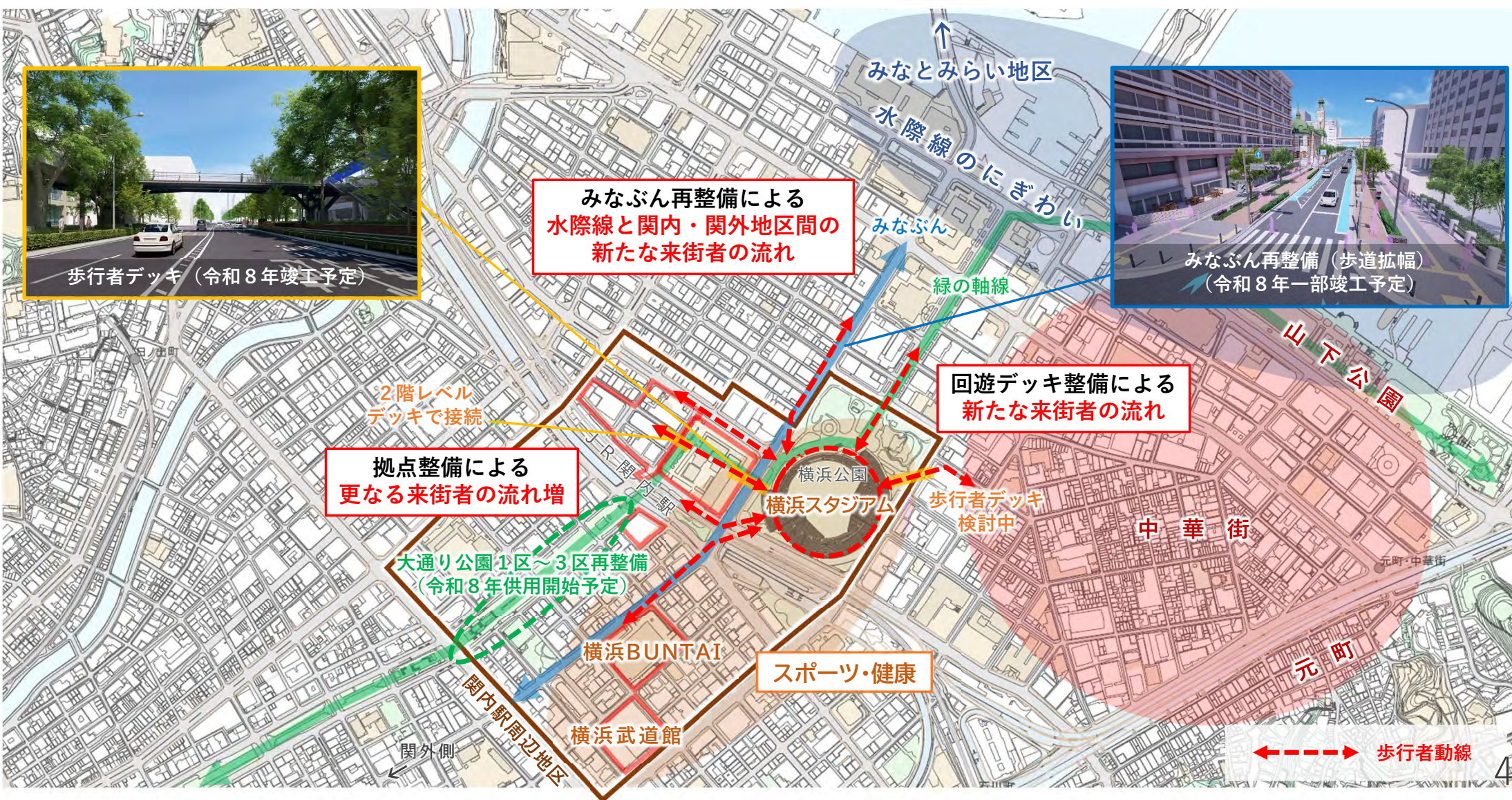
また、誰もが身近な場所でスポーツに親しめる環境づくりを推進し、スポーツや健康を通じた市民の暮らしの充実や街の活性化を図り、スポーツ都市横浜の実現を目指します。

(関内駅周辺地区ACPより抜粋)

関内駅周辺地区エリアコンセプトプランに基づいて進められているまちづくりの状況（拠点整備）



関内駅周辺地区エリアコンセプトプランに基づいて進められているまちづくりの状況（回遊性強化）



横浜公園と周辺の関係（関内駅周辺地区エリアコンセプトプラン（令和2年策定）より抜粋）

① 機能の誘導 ～「国際的な産学連携」「観光・集客」の強化～

（横浜公園について）

明治9年開園の歴史ある公園であり、外国人と日本人双方が利用できたことから「彼我（ひが）公園」と呼ばれていました。緑豊かな公園は市民が憩い・くつろぐ場として貴重なことに加え、横浜スタジアムはプロスポーツや市民スポーツの拠点となっています。歴史と緑を尊重し、周辺環境とも協調しながら、街の賑わい創出につながるよう、公園の魅力を高めます。

② 景観の誘導 ～関内地区の玄関口として、魅力と品格のある景観形成～

関内側エリアは関内地区の玄関口であり、景観面でも、市庁舎が移転した後の関内地区の印象を形作る重要なエリアです。これまで横浜市では、現市庁舎街区の周辺を横浜市景観計画において、「市庁舎前面特定地区」等に位置付け、調和した街並みとゆとりある空間となるよう景観形成に取り組んできましたが、新たなまちづくりを進めるにあたっては、

- 関内地区の玄関口としての風格のある景観と、多くの人で賑わう魅力的な駅前空間の形成
- 大通り公園から横浜公園、さらに海沿いへとつながる緑の軸線沿いの魅力ある歩行者空間の形成
- 「開港の地」としての歴史性

を普遍的な景観形成上の要素として継承しつつ、これまで形成してきた景観がより良いものとなるよう誘導していきます。

また、土地利用転換を行う際には、関内・関外地区の新たなシンボルとなるような景観形成を目指し、建築物の低層部には、人々の活動による賑わいのある景観を誘導するとともに、最高高さ等高層部の景観についても、現行基準の見直しも含めて、地区の象徴となるような魅力と品格のある眺望景観を誘導します。

横浜公園の魅力向上にむけた利用の考え方

横浜公園は、開港以来の歴史と緑を感じさせるとともに、市街地における憩いと安らぎの場や賑わい施設である球場が一体となり魅力を形成していることが特徴です。歴史性を継承し、豊かな緑を育てるとともに、先進的な施設を備えたスタジアムとして機能を向上させることで相乗効果を高め、来街者を迎え入れる新たな魅力創出を図ります。

【水の広場周辺】

公園の景観を特徴づける噴水等を有するゆとりある空間
⇒広い空間を活かし、イベント等にも活用

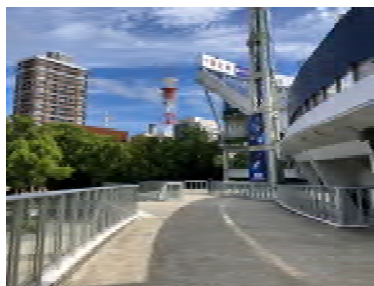


日本大通りと一体となった見通し眺望、景観の調和を図る



【回遊デッキ】

周辺のまちとをつなぐ重要な動線
⇒新設デッキ等の整備に合わせ、地区の回遊性を向上



【関内駅前側】

関内駅側から来街者を迎え入れる空間
⇒スタジアムの機能を向上させるとともに、まち全体の活性化に資する取組を進める



【日本大通り側】

こどもの遊び場や日本庭園を有する都心部のまともある貴重な緑の空間
⇒人々が憩い、楽しめる場であるとともに、都市防災などの多面的機能を発揮



← 歩行者動線 →

横浜スタジアムの機能強化



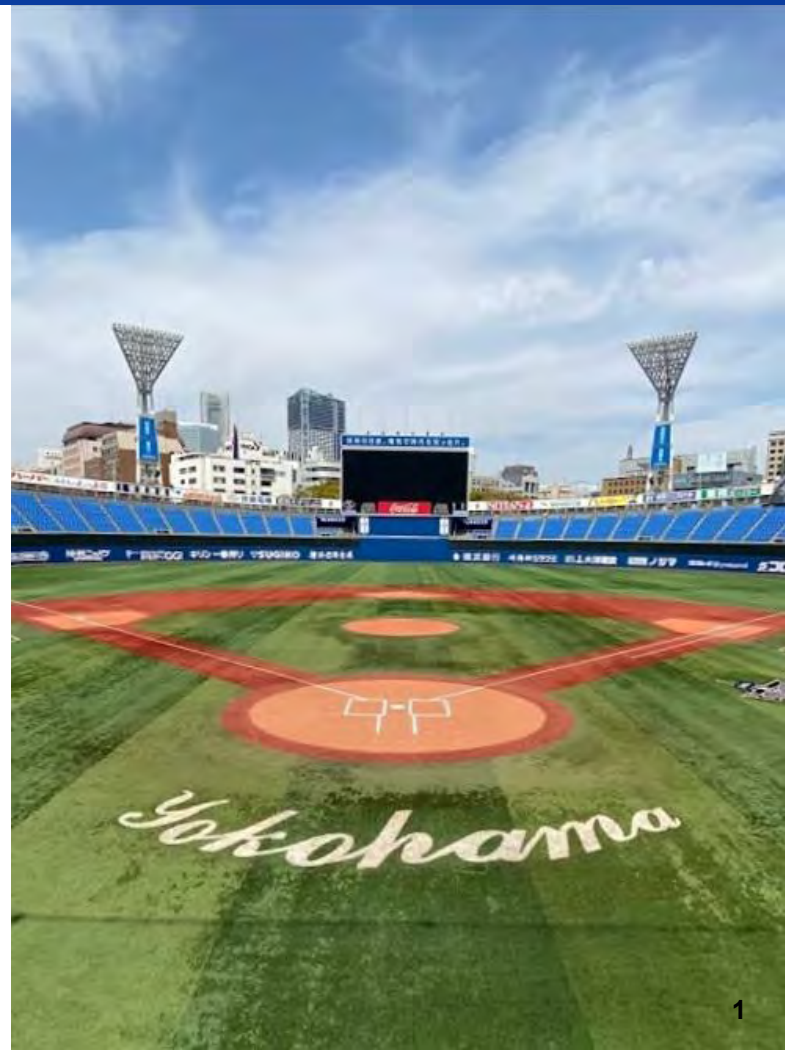
今回のサイネージ計画は、本市が掲げる関内駅周辺地区のまちづくりの方針を基に、事業者が実施するものです。

-横浜市屋外広告物審議会-

横浜スタジアムへの デジタルサイネージの設置について



令和7年2月28日



目次

1 設置概要・目的

2 シーンに応じた演出

2-1 シーン別イメージ

- ・ 01_市民利用・アマチュアスポーツ等
- ・ 02_プロ野球興行
- ・ 03_周辺施設・地域イベント
- ・ 04_市全域で盛り上げるPJの魅力発信・機運醸成
- ・ 05_通常時

2-2 表示コンテンツの考え方（案）

3 表示コンテンツの審査

3-1 初期審査体制（案）

3-2 将来目指す審査体制（案）

3-3 審査基準（案）

4 設置位置等の検証

4-1 縦型サイネージの設置位置

4-2 横型サイネージの設置位置

4-3 周辺からの視認性

- ・ 01_みなぶん（BUNTAI前）
- ・ 02_横断歩道手前
- ・ 03_公園内

4-4 面積の確認

1 計画概要・目的

■ 概要



多様なシーンに合わせた演出を行うことにより、魅力的な景観創造を実現するため、横浜スタジアムのレフトウィングに縦型・横型のデジタルサインージを設置する。横浜公園・横浜スタジアムらしい景観を維持し、魅力創造や賑わい創出に寄与するため、表示コンテンツについては独自の基準を定め、自主審査会による審査を行う。審査方法は運用開始後も継続的にアップデートし、時代に合ったよりよい景観形成に取り組んでいく。

【目的】

横浜スタジアム利用時の 演出機能の強化

※市民利用、アマチュアスポーツ、プロ野球、ライブイベント等のさまざまな使われ方を想定

周辺施設・地域と
連携した演出による
回遊促進・賑わい創出

多様な
シーンに
合わせた
演出

横浜市全域で盛り上げる
プロジェクトの魅力発信・
機運醸成

※GREEN×EXPO 2027等、
市域全体で盛り上げる演出への参加

横浜公園・
横浜スタジアムらしい
品格ある新たな景観を演出

2 シーンに応じた演出

市民利用・アマチュアスポーツ等



プロ野球興行



周辺施設・地域イベント



市全域で盛り上げるPJ魅力発信・機運醸成



縦型と横型の役割分担

縦型サイネージ

横浜スタジアム・横浜公園での活動、イベント等を公園の内外に向けて象徴的に表すもの。

また、横浜スタジアム・横浜公園として、関内駅周辺街区全体で行われる活動やイベント等への連帯・連携を示すもの。

横型サイネージ

横浜スタジアム・横浜公園のエンタランスとして、横浜スタジアム内、横浜公園内でのイベントや活動の盛り上げに寄与し、賑わいに資するもの。

また、そのために必要な原資となる第三者広告の掲出や、公共目的の情報発信を行うもの。

2-1 シーン別イメージ 01_市民利用・アマチュアスポーツ等



(例) 高校野球

【概要（シーン）】

- ① 試合前の盛り上げ
縦：大会タイトル
横：当日の対戦カード、スケジュール
- ② 試合中の情報提供
縦：チームカラー、ロゴ
横：試合の途中経過（得点等）
- ③ 試合後の余韻を楽しむ
縦：勝利チームへの祝福コメント
（「甲子園出場おめでとう」等）
横：ヒーローインタビュー、
チームの集合写真

【演出のポイント】

- 縦：来場者へのウェルカム感と
結果に対しての盛り上げ
横：大会及び試合に関する情報を
来場者、来園者に伝達

2-1 シーン別イメージ 02_プロ野球興行



プロ野球興行

【概要（シーン）】

① 試合前の盛り上げ

縦：当日の先発投手が投球、
バッターがバットを振る

横：対戦カードチームロゴ、
試合内イベントの情報

② 試合中の熱狂を街にしみ込ます

縦：ホームランを打った選手の演出

横：ホームランシーンや
スタジアム内の熱狂を発信

③ 試合後の興奮の余韻を留める

縦：勝利時の特別演出、
活躍した選手を表示

横：試合ハイライト、試合結果

【演出のポイント】

縦：登場する選手が状況によって変化。
街に試合の躍動を感じさせる

横：試合に関する情報を来場者、来園者
に伝達

全体：ベ이스ターズ本拠地としての熱狂
を街に伝播させる

2-1 シーン別イメージ 03_周辺施設・地域イベント



(例) 横浜 BUNTAI との連携

【概要（シーン）】

横浜スタジアムも関連イベントを実施するなど、街の賑わい創出への積極的な参加や周辺地域をあげて行うシティドレッシングへの参加

縦：横浜BUNTAIで開催される試合に合わせた応援演出

横：公園内で行う関連イベントの情報

【演出のポイント】

- ・ 周辺施設との連携による関内駅周辺地区の賑わい創出
- ・ 周辺地域のイベントとの連携・情報発信

2-1 シーン別イメージ 04_市全域で盛り上げるPJ※の魅力発信・機運醸成



(例) GREEN×EXPO2027

【概要（シーン）】

①演出の盛り上げ

縦：プロジェクトのキービジュアル

横：イベントを盛り上げるCM、
メッセージ表現

②現地の賑わいの発信

縦：プロジェクトのキービジュアル、
タイトル

横：イベント情報、来場者のコメント、
現地の様子、お祝いメッセージ
（「祝・来場者〇万人」等）

【演出のポイント】

- ・横浜市全域の賑わいや情報発信
- ・プロジェクトのアピール

※オリンピック・パラリンピックやラグビーW杯のような、横浜市全域でシティドレッシングが行われるプロジェクトを想定

2-1 シーン別イメージ 05_通常時



【概要（シーン）】

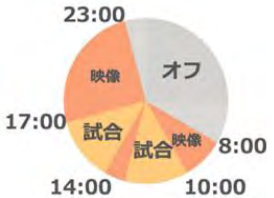
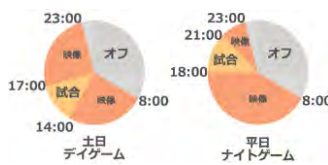
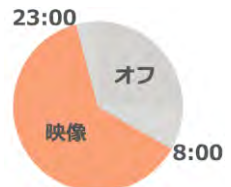
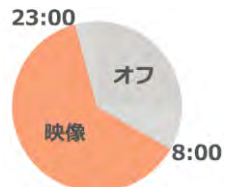
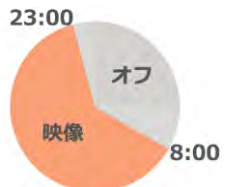
- ・横浜スタジアムの歴史を現在に追っていく
- ・縦や横にスライドしながら流れる
- ・ポイントとなる出来事（例：1978年横浜スタジアム開業）を流れるように表現
- ・花の開花や植物の様子をコンテンツとして活用（季節ごとの移り変わり）

【演出のポイント】

- ・横浜公園や横浜スタジアムの雰囲気や積み重ねてきた歴史を穏やかに伝える

2-2 表示コンテンツの考え方（案）

今後、横浜市と協議を重ねて詳細化およびブラッシュアップ予定

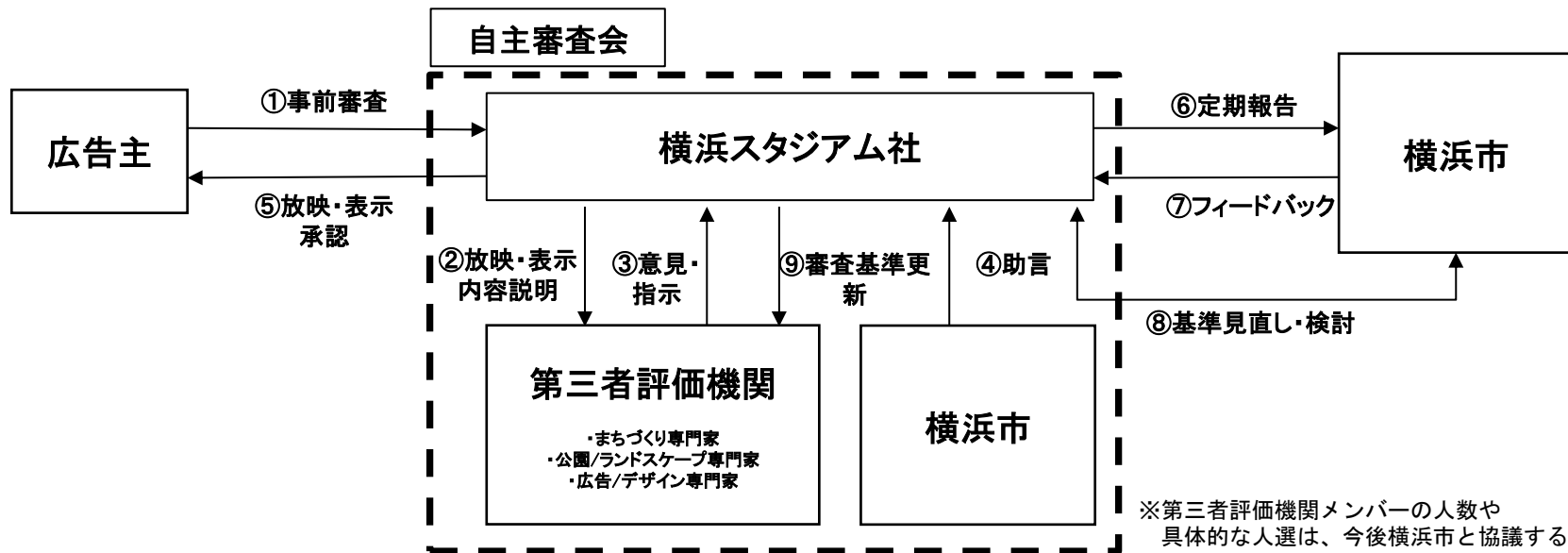
シーン	市民利用・アマチュアスポーツ等	プロ野球興行・ライブ	周辺施設・地域イベント	市全域で盛り上げるPJの 魅力発信・機運醸成	通常時
種類	縦：原則静止画 ※一部モーション付 横：動画あり	縦：原則静止画 ※一部モーション付 横：動画あり	縦：原則静止画 横：動画あり	縦：原則静止画 横：原則静止画 ※状況に応じて協議	縦：原則静止画 横：原則静止画 ※状況に応じて協議
音響	あり（公園外への影響に配慮）	あり（公園外への影響に配慮）	あり（公園外への影響に配慮）	原則なし	原則なし
第三者 広告	・横サイネージを活用して放映 ・主催者からの情報提供型CM も想定 ・原則音響なし	・横サイネージを活用して放映 ・試合やライブのスポンサーと の連動も想定 ・原則音響なし	・開始当初は原則掲出しない ・周辺環境の変化に合わせ、 あらためて横浜市と協議する	・原則掲出しない	・原則掲出しない
表示 時間	 <ul style="list-style-type: none"> ・試合前後3時間程度は、より盛り上がりに向けた演出に注力 ・それ以外の時間は通常時演出（23時～8時は消灯） 	 <ul style="list-style-type: none"> ・試合前後3時間程度は、より盛り上がりに向けた演出に注力 ・それ以外の時間は通常時演出（23時～8時は消灯） 	 <ul style="list-style-type: none"> ・日中から夜間にかけて、平準的にコンテンツを表示 ・対象イベントの開催状況や主催者の意向に応じて変更の可能性あり 	 <ul style="list-style-type: none"> ・日中から夜間にかけて、平準的にコンテンツや環境映像を表示 ・対象PJの状況に応じて変更の可能性あり 	 <ul style="list-style-type: none"> ・日中から夜間にかけて、平準的にコンテンツや環境映像を表示

※イベントの開催時間や内容により、消灯時間帯は変動する可能性あり

3 表示コンテンツの審査

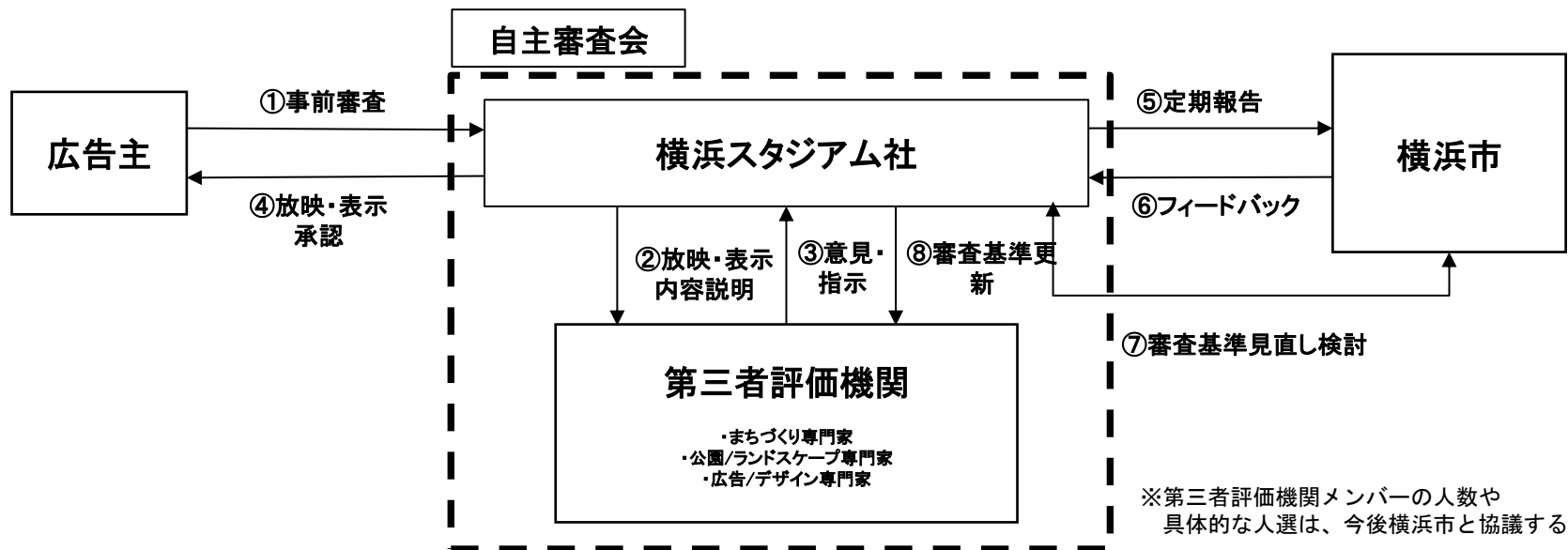
3-1 初期審査体制（案）

- 横浜市がオブザーバーとして自主審査会に参画
- 表示する全コンテンツを審査対象とする
- 本体制とフローで運用を開始
- PDCAを一定期間回し、審査基準や運用フローを継続的にアップデートする



3-2 将来目指す審査体制（案）

- 初期審査体制で一定程度の実績を積んでから、以下の体制への移行を目指す
- 横浜市へは定期的な報告として、コンテンツ品質は維持しながらも、審査の効率化を目指す体制
- 引き続き、表示する全コンテンツを審査対象とする
- 審査基準は、引き続き継続的にアップデートを行う



3-3 審査基準（案）

本件デジタルサイネージの適切な運用・管理にあたり、自主審査会での運用ルールを定める。
 審査基準は「考え方」「基本ルール」及び今後策定する「個別（シーン別）ルール」で構成する。
 魅力ある景観の創出を目指し、運用開始後も横浜市と協議しながら継続的にアップデートを行う。

【考え方】

- 横浜関内の地域性を踏まえた、地域の賑わいづくりに資するものであること
- 横浜スタジアム周辺の大きな変化を踏まえた、斬新で新鮮なアイデアに挑戦すること
- 横浜公園及び公共施設に掲出されることを踏まえた、都市公園の景観形成を向上させるものであること
- 横浜市民にとって、品格があり、かつ上質な魅力ある景観創出に寄与していること

【基本ルール】

- 1条（一般基準）：次の要件を満たすものでなければならない
 - 公園利用者・通行者の安全を阻害する恐れのないもの
 - 周辺景観との調和を損なわないもの
 - 関係法令に則ったもの
 - その他、自主審査会が必要と認めたもの
- 2条（内容基準）：広告物の内容が次の各号のいずれかに該当するときには、原則としてこれを掲出しない
 - 公の秩序または善良な風俗に反するもの
 - 人権の侵害、差別、名誉棄損に当たるもの
 - 青少年保護、消費者被害防止の観点からふさわしくないもの
 - たばこ、風俗営業、パチンコ等に係る広告
 - 政治性、宗教性のあるもの
 - 社会問題についての主義主張
 - その他、自主審査会が不適切と判断したもの
- 3条（ビジュアル表現基準）：一般広告のビジュアル表現について次号のいずれかに該当するときは、原則としてこれは掲出しない。
 - 情報過多、文字情報が多いもの
 - 色彩が景観と調和しないと判断されるもの
 - 見る人に著しく暗いイメージを与えるもの
 - 道路交通の安全を損なう恐れや注意表示と誤認される可能性があるもの
 - 金額訴求が主なるデザインとなるもの
 - 性的表現・暴力的表現・差別的表現がなされていると判断されているもの
 - その他、自主審査会が不適切と判断したもの
- 4条（映像装置等に関する放映基準）：映像装置を用いる場合は、第1条、第2条の要件に加え、以下の要件を満たすものでなければならない
 - 短期間毎に連続して同じ内容を繰返し、見る人に不快を与えないもの
 - 情報内容が第2条及び第3条に該当しないこと
 - 音響や音色が見る人に不快感を与えないこと
 - 視覚的に強い表現等をしないこと
- 5条（その他）
 - 横浜市広告掲載要綱および横浜市広告掲載基準を遵守すること
 - 自主審査会が不可と判断した広告は、原則としてこれを掲出しない。また運営会社は別途内規を定めることができる

4 設置位置等の検証

4-1 縦型サイネージの設置位置

縦型サイネージは、これまでもシート貼りでシーズンごとに選手等の表示を行い、すでにハマスタを象徴するアイコン・写真スポットとなっている場所と同じ、メインエントランス上部への設置とする。

スタジアムの活用シーンに合わせた魅力ある演出がしみだされ、まちの賑わい創出に貢献する。



2020オリンピック野球・ソフトボール開催時

4-2 横型サイネージの設置位置

横型サイネージは、横断歩道を渡り公園内に入った際の映像情報提供を目的とする。

設置にあたり、既存躯体への荷重検討、避難安全条件をクリアし、かつ、縦型との干渉や周辺への影響も考慮しながら、賑わいづくりへの貢献について議論を重ねた。歩行者・公園利用者がもっとも映像と情報を見やすい位置の検討を行っている。



案	検討A案	検討B案	検討C案
大きさ	幅12m×高さ7m	幅16m×高さ9m	幅10m×高さ6m
設置階	2階	3階	2階
検討	設置面が手前となり構造フレームがないため、サイネージの荷重が構造的に負担できない。下部の緑化にも影響する。	構造フレームを利用しサイネージを固定。景観上、大きく好ましくない。屋外避難階段の開放性確保できず、たて型と映像が干渉。距離が離れ情報の視認性は悪い。	構造フレームを利用してサイネージを固定。階段の開放性を確保し、たて型との映像の干渉なく、距離が近く、情報の視認性が良い。

4-3 周辺からの視認性 01_みなぶん（BUNTAI前）

- ・ みなぶん通りの軸線上に、縦型サイネージの設置位置が見える。
- ・ 横型サイネージの設置位置は、木により遮蔽され視認できない。



みなぶん通りからハマススタ方向を見る

4-3 周辺からの視認性 02_横断歩道手前

- ・横型は、植栽により遮蔽されほぼ視認できない（予定位置にブルーシートを設置して確認）。
- ・縦型は障害なく視認可能。
- ・スタジアムを象徴するアイコンとして、現状のシート広告より小さくすると賑わい創出の演出が難しいと判断。



2024.09.24 現地での立会確認（A点）



信号待ちの人々の正面にたて型サイネージが見える

4-3 周辺からの視認性 03_公園内

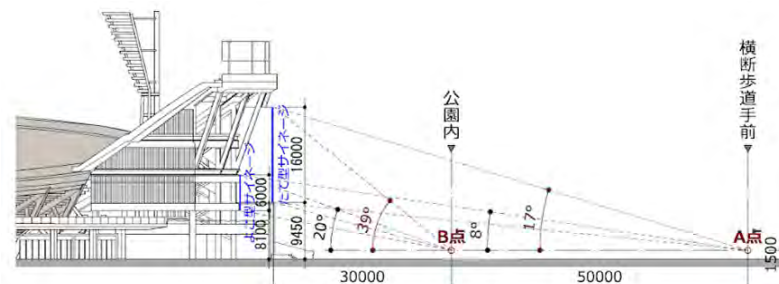
- ・横型の予定サイズのブルーシートを設置し、縦型と干渉しないことなどを確認。
※横型の上端は写真とは若干異なり、3階床より低い位置とする。
- ・仰角についても横断歩道前とともに検証し、見やすい角度であることを確認。



2024.09.24 現地での立会確認（B点）

2階に納めます

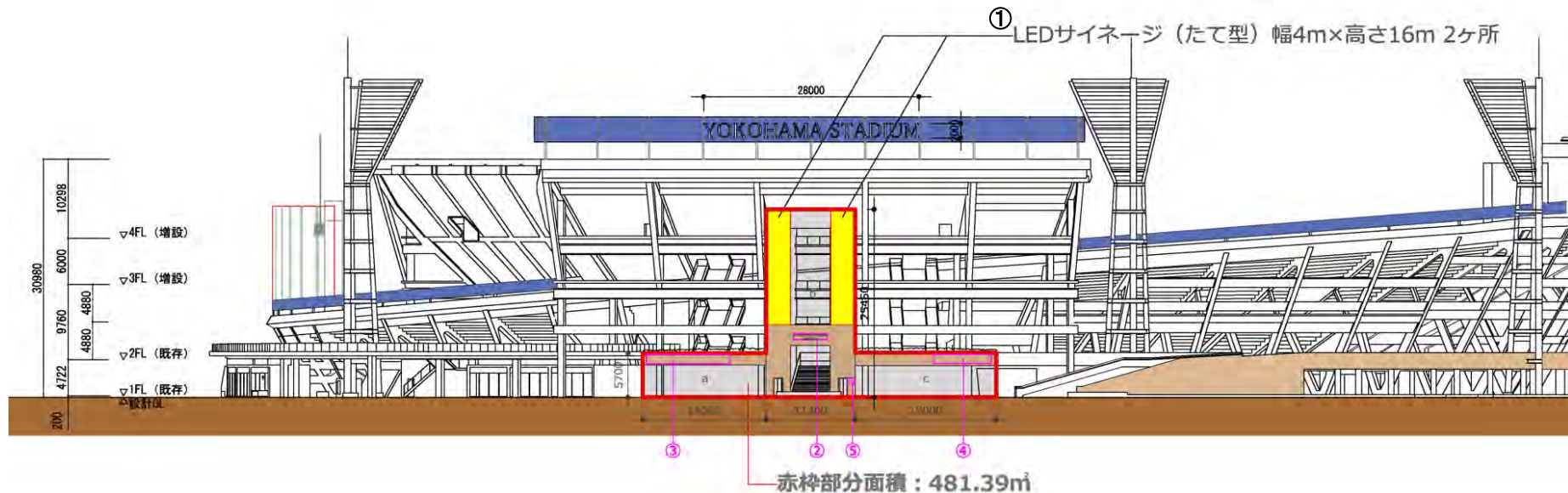
横断歩道前（A点）及び公園内（B点）からの仰角検討



縦型サイネージ：地上から上端までの高さ25.45m（設置高さ9.45m）

横型サイネージ：地上から上端までの高さ14.1m（設置高さ8.1m）

4-4 面積の確認（縦型）



対象壁面積

a. 16×5.7	= 91.2㎡
b. 11.3×25.45	= 287.59㎡
c. 1.8×5.7	= 10.26㎡
合計	481.39㎡

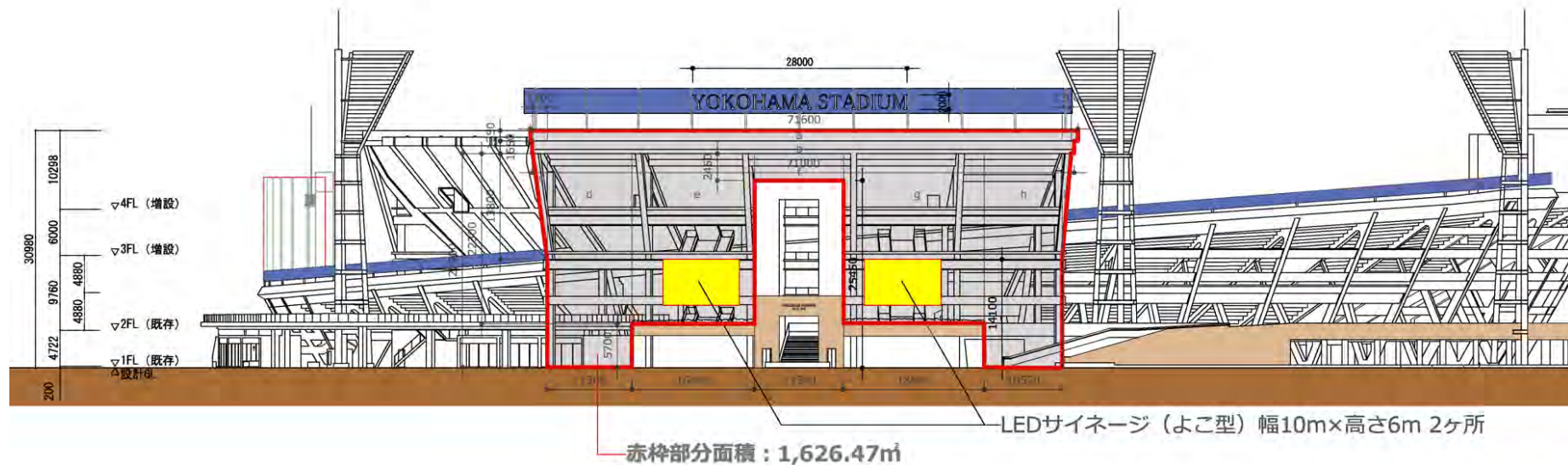
LEDサイネージ たて型2ヶ所の面積割合

広告面積 (LEDサイネージ)	$64 \times 2 = 128$
4を乗じた面積	512㎡
広告面積 (既存4ヶ所)	31.33㎡
広告面積	543.33㎡
当該外面の面積	481.39㎡ (赤色枠部分)
計算式	$543.33 / 481.39 = 112.87\% > 30\% \cdots \text{NG}$

広告面積 (既存4ヶ所)

② 0.69×4.43	= 3.06㎡
③ 1.63×11.18	= 18.22㎡
④ 1.16×7.54	= 8.75㎡
⑤ 1.00×1.30	= 1.30㎡
合計	31.33㎡

4-4 面積の確認（横型）



対象壁面積

a, 71.6×1.35	=96.66㎡
b, 71×1.65	=117.15㎡
c, 1.9×13.8×1/2	=13.11㎡
d, 11.3×27.9	=315.27㎡
e, 16×22.2	=355.2㎡
f, 11.3×2.45	=27.69㎡
g, 18×22.2	=399.6㎡
h, 10.52×27.9	=293.51㎡
i, 1.2×13.8×1/2	=8.28㎡
合計	1,626.47㎡

LEDサイネージ よこ型2ヶ所（2階に設置）の面積割合

広告面積（LEDサイネージ）	60×2=120
----------------	----------

4を乗じた面積	480㎡
---------	------

当該外面の面積	1,626.47㎡（赤色枠部分）
---------	------------------

計算式	480/1,626.47=29.51% <30%…OK
-----	-----------------------------

4-4 面積の確認（既存表示の状況）



4-4 面積の確認（既存表示）

No.2



$$0.69\text{m} \times 4.43\text{m} = 3.06\text{m}^2$$

No.3



$$1.63\text{m} \times 11.18\text{m} = 18.22\text{m}^2$$

No.4



$$1.16\text{m} \times 7.54\text{m} = 8.75\text{m}^2$$

No.5



$$1.00\text{m} \times 1.30\text{m} = 1.30\text{m}^2$$



報告事項 ア 刑法の改正に伴う横浜市屋外広告物条例の改正について

1 概要

令和 4 年 6 月 17 日に公布された刑法等の一部を改正する法律により、刑の種類のうち「懲役」及び「禁錮」が廃止され、これらに代えて「拘禁刑」が創設されたことに伴い、横浜市屋外広告物条例についても、関係条文の改正を行いました。

2 改正日

令和 7 年 2 月 25 日

3 施行日

令和 7 年 6 月 1 日（改正法の施行日と同日）

4 改正内容

規定に違反した者等への罰則規定である「懲役」を「拘禁刑」に改正

5 新旧対照表（条文部分のみ）

新	旧
第 7 章 罰則 (罰則) 第 54 条 次のいずれかに該当する者は、 1 年以下の <u>拘禁刑</u> 又は 500,000 円以下の 罰金に処する。 (1) 第 30 条第 1 項又は第 3 項の規定に 違反して登録を受けないで屋外広告業 を営んだ者（第 44 条第 1 項に規定す る者を除く。） (2) 不正の手段により第 30 条第 1 項又 は第 3 項の登録を受けた者 (3) 第 43 条第 1 項又は第 44 条第 6 項 の規定による営業の停止の命令に違反 した者	第 7 章 罰則 (罰則) 第 54 条 次のいずれかに該当する者は、 1 年以下の <u>懲役</u> 又は 500,000 円以下の罰 金に処する。 (1) 第 30 条第 1 項又は第 3 項の規定に 違反して登録を受けないで屋外広告業 を営んだ者（第 44 条第 1 項に規定す る者を除く。） (2) 不正の手段により第 30 条第 1 項又 は第 3 項の登録を受けた者 (3) 第 43 条第 1 項又は第 44 条第 6 項 の規定による営業の停止の命令に違反 した者

報告事項 イ 令和 6 年度の啓発事業について

1 安全点検まち歩き

一般社団法人 神奈川県広告美術協会と協定を締結し、市内の商店街を対象として実施している事業で、店主の方々に「看板の安全性をチェックし、危険を感じた場合は専門家に点検してもらい、必要な処置を行う」といった自主的な安全管理を促し、落下等の事故を未然に防ぐことを目的としています。

看板の専門家による講義とまち歩きがセットになっており、事前に行う講義では、屋外広告物の安全管理の重要性和安全点検のポイントについて解説します。まち歩きでは、実際に商店街に設置されている屋外広告物を見て回りながら、予見される危険性や、必要な処置等をお伝えしています。

令和 6 年度は、計 3 商店街にて以下のとおり実施しました。

実施日	商店街名	所在区
令和 6 年 10 月 17 日 (木)	鶴見銀座商店街	鶴見区
令和 6 年 10 月 22 日 (火)	和田町商店街	保土ヶ谷区
令和 6 年 12 月 12 日 (水)	ドンドン商店会	南区



2 「横浜サイン」の取組

横浜市では、機能性やデザイン性が高く、横浜の魅力ある景観をつくる広告物を「横浜サイン」と名付け、平成25年度から普及啓発に取り組んでいます。

令和6年度は、「屋外広告物からはじまる街の魅力づくり」をテーマに掲げ、「横浜サイン展2025」を開催しました。

これから看板を出したいと考えている方のヒントとなるような身近な看板を例に、街やお店を魅力的にするポイントをキーワード形式でご紹介し、看板ごとに見られる工夫についても簡潔にご紹介しました。



■「横浜サイン展2025」実施概要

日 時 令和6年2月8日（土）～2月19日（水）

場 所 横浜市庁舎2階 プレゼンテーションスペース

協 力 一般社団法人 神奈川県広告美術協会

展示内容 屋外広告物の解説、魅力的な看板のポイント、横浜サイン賞の歴代受賞作品等

アンケート回答数 71件

アンケート主な意見

- ・横浜のおしゃれな街並みはこういう広告のおしゃれさにも関係しているのかなと思った
- ・屋外広告物をめぐるMAPや各区のおすすめの広告があると楽しい
- ・店を出す人に見てもらおうと良い
- ・もっといろんな看板を見たい
- ・有意義な展示で今後も継続してほしい
- ・もっと広報すべき

