



港区
屋外広告物
景観形成
ガイドライン

平成29年(2017年)12月

港区

港区平和都市宣言

かけがえのない美しい地球を守り、世界の恒久平和を願う人びとの心は一つであり、いつまでも変わることはありません。

私たちも真の平和を望みながら、文化や伝統を守り、生きがいに満ちたまちづくりに努めています。

このふれあいのある郷土、美しい大地をこれから生まれ育つ子どもたちに伝えることは私たちの務めです。

私たちは、我が国が『非核三原則』を堅持することを求めるとともに、ここに広く核兵器の廃絶を訴え、心から平和の願いをこめて港区が平和都市であることを宣言します。

昭和60年8月15日

港 区



～屋外広告物による

良好な景観の形成を目指して～

港区長 武井 雅昭

ご挨拶

港区は、平成21年6月に景観行政団体となり、同年8月に「港区景観計画」を策定しました。平成27年12月には、同計画を改定し、きめ細やかに良好な景観形成の誘導を進めています。

このたび、「港区景観計画」に定められている屋外広告物の表示等に関する配慮事項について、広告物の構成要素別や種類別、地域別に、写真やイラストを用いて分かりやすく解説した「港区屋外広告物景観形成ガイドライン」を策定いたしました。

このガイドラインの実効性を高めるため、港区景観条例に基づく事前協議の対象に屋外広告物を追加するとともに、景観アドバイザー制度を活用した助言・指導を行うなど、調和のとれた街並みづくりを進めてまいります。

2年後に迫った東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会開催を契機としたまちづくりが進展する中、港区らしい魅力的な街並み景観の形成が求められています。

「良好な景観」とは、緑、水辺空間、起伏のある地形、歴史的資源やランドマークを核とし、住宅地やにぎわいある商業地など、地域ごとの個性を生かすことで、区民等が誇りと愛着を持ち、訪れる人が魅力を感じるものです。

良好な景観の保全、創出においては、区や地域の皆さんが認識を共有し、それぞれの役割を果たすとともに、相互に連携して取り組むことが重要です。

区は、今後も良好な景観を守り育てるために、良好な景観誘導に積極的に取り組んでまいりますので、区民や事業者の皆さんの一層のご理解とご協力をお願い申し上げます。

このガイドラインの策定にあたり、参画いただいた皆さん、また、ご意見、ご提案をお寄せいただいた皆さんに改めて厚く御礼申し上げます。

平成29年(2017年)12月

港区屋外広告物景観形成ガイドライン 目次

1 屋外広告物景観形成ガイドラインについて	P.1
(1) 屋外広告物景観形成ガイドラインの策定にあたって	P.1
(2) 屋外広告物景観の考え方	P.3
(3) 港区らしい街並みを育む魅力的な屋外広告物	P.4
(4) ガイドラインで対象となる屋外広告物について	P.6
2 【共通】屋外広告物のデザインの配慮事項	P.8
(1) 周辺への配慮	P.8
(2) 規模・位置	P.10
(3) 形態・意匠	P.12
(4) 色彩	P.14
(5) 照明・光	P.16
(6) 新しい広告手法への対応	P.17
(7) 第三者広告物のあり方	P.18
3 【種類別】屋外広告物のデザインの配慮事項	P.20
(1) 屋上広告物	P.20
(2) 壁面広告物	P.20
(3) 突出広告物	P.21
(4) 独立広告物	P.21
(5) 仮囲い広告物	P.22
(6) 窓面広告物	P.22
(7) 広告幕（懸垂幕等）	P.23
(8) 広告旗（のぼり旗・バナー広告等）	P.23
(9) 立看板	P.24
(10) 日よけ	P.24
(11) はり紙・はり札	P.24
(12) 映像装置付き広告物	P.25
(13) 自動販売機	P.25
4 【地域別】屋外広告物のデザインの配慮事項	P.26
(1) 本ガイドラインでの地域区分について	P.26
(2) 土地利用の特性に応じた配慮事項	P.28
①商業地	P.28
②住宅地	P.29

(3) 景観形成特別地区の配慮事項	P.30
①運河沿いや臨海部の良好な景観形成	・水辺景観形成特別地区 P.30
②水と緑の軸を保全、育成する景観形成	・外濠周辺景観形成特別地区 P.31
③歴史的な庭園等からの良好な眺望保全	・芝公園周辺景観形成特別地区 P.32
	・浜離宮・芝離宮庭園景観形成特別地区	
④大規模な道路の整備にあわせた景観形成	・青山通り周辺景観形成特別地区 P.34
	・環状2号線周辺景観形成特別地区	
⑤大規模緑地を生かした風格のある沿道の景観形成	・プラチナ通り周辺景観形成特別地区 P.36
	・有栖川宮記念公園周辺景観形成特別地区	
⑥ランドマークへの眺望が際立つ景観形成	・三田通り周辺景観形成特別地区 P.38
	・大門通り周辺景観形成特別地区	
	・神宮外苑銀杏並木周辺景観形成特別地区	
⑦東京の南側玄関口にふさわしい景観形成	・品川駅・新駅周辺景観形成特別地区 P.40
(4) 景観資源や周辺への影響が大きい場所での配慮事項	P.41
①大規模な公園・緑地周辺	P.41
②寺社が数多く立地する地域と歴史的建造物周辺	・寺社が数多く立地する地域 P.42
	・歴史的建造物(東京タワーを除く)周辺	
③東京タワー周辺	P.44
④大規模建築物等(大規模建築物を計画する場合)	P.45
5 屋外広告物の景観誘導について	P.46
(1) 事前協議制度を活用した景観誘導	P.46
(2) 協議対象とならない屋外広告物について	P.48
(3) 屋外広告物の普及啓発について	P.49
6 東京都屋外広告物条例による許可基準	P.50
(1) 東京都屋外広告物条例とは?	P.50
(2) 港区における禁止区域と許可区域	P.51
(3) 東京都屋外広告物条例による許可基準	P.52
資料	P.54
資料-1 屋外広告物とまちづくり	P.54
資料-2 検討の体制と経緯	P.58
資料-3 用語集	P.63

港区屋外広告物景観形成ガイドラインの構成

基本事項をご確認ください。

区内全域で共通して配慮いただきたい事項をご確認ください。

地域別に配慮いただきたい事項の該当をご確認ください。

土地利用の特性

景観形成特別地区

景観資源や周辺への影響が大きい場所

景観誘導に関して必要な手続を行ってください。

屋外広告物に関する参考情報を記載しています。

1 屋外広告物景観形成ガイドラインについて

P.1～P.7

本ガイドライン策定の背景や活用方法、本ガイドラインで対象とする屋外広告物について解説しています。

2【共通】屋外広告物のデザインの配慮事項

P.8～P.19

港区景観計画に定める配慮事項の解説として、各要素について、配慮のポイント、改善イメージや良好事例を紹介しています。
区全域で適用されますので、計画される屋外広告物と照らし合わせて、配慮をお願いします。

3【種類別】屋外広告物のデザインの配慮事項

P.20～P.25

港区景観計画に定める配慮事項の解説として、屋外広告物の種類別に、配慮のポイント、改善イメージや良好事例を紹介しています。
2章で定める要素別の配慮事項と合わせて、計画される屋外広告物に合わせて、配慮をお願いします。

4【地域別】屋外広告物のデザインの配慮事項

P.26～P.45

区内の特色あるエリアにおける配慮事項を紹介しています。
地域別として「土地利用の特性」、「景観形成特別地区」、「景観資源や周辺への影響が大きい場所」の大きく3つの区分に分けています。

区全域を商業地と住宅地に分けた区分として、

- ・「土地利用の特性」

また、港区景観計画で定める区分として、区内の一部地域を

- ・「景観形成特別地区」
- ・「景観資源や周辺への影響が大きい場所」

としています。

屋外広告物を表示・設置しようとする地域に応じて、適用される全ての配慮事項に適合するように配慮をお願いします。

5 屋外広告物の景観誘導について

P.46～P.49

港区景観条例に基づく事前協議について解説しています。東京都屋外広告物条例に基づく許可申請の前に、本ガイドラインへの適用などを確認します。
なお、協議対象外の屋外広告物も各配慮事項に基づく配慮をお願いします。

6 東京都屋外広告物条例による許可基準

P.50～P.53

屋外広告物の表示・設置に関する許可基準として、区内における禁止区域と許可区域など、東京都屋外広告物条例を抜粋して紹介しています。
許可申請に際しては、別途担当部署にお問い合わせください。

資料

P.54～P.64

屋外広告物に関する制度や専門的な用語を解説しています。
本文を読み進みながら、合わせてご覧ください。

1 屋外広告物景観形成ガイドラインについて

(1) 屋外広告物景観形成ガイドラインの策定にあたって

屋外広告物と景観

■街並み景観への影響

屋外広告物は、にぎわいのある街並みを形成する上で欠かせない存在である一方、住宅地などの場所によっては景観を阻害する要因となります。

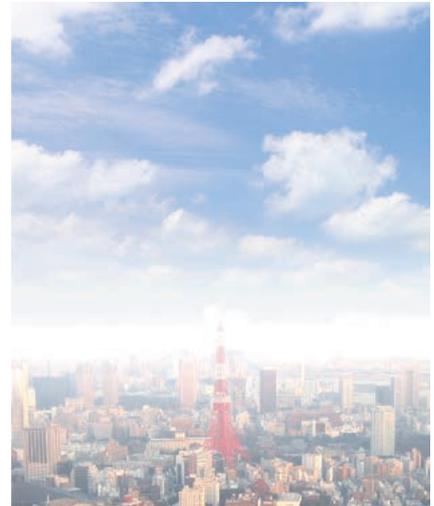
最近では、周辺環境や地域らしさに配慮した屋外広告物が増えていますが、依然として景観を阻害するものも設置されており、景観誘導を推進し、にぎわいと落ち着きのメリハリのある街並みを創出することが必要です。

■屋外広告物の表現手法や媒体の多様化

広告物制作技術や映像技術の進展により、屋外に向けた広告の表現手法・媒体は多様化しており、周辺地域に配慮した表示・掲出となるよう、誘導を図る必要があります。

■魅力的な街並み景観の形成

東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会に向け、質の高い都市空間の形成やまちの魅力の更なる向上が求められています。



港区における景観形成と屋外広告物の取組

■景観計画の策定と改定

港区は、平成 21 年 6 月に景観行政団体となり、同年 8 月に策定した「港区景観計画」に基づいて、建築計画に際しての届出制度を活用し、良好な景観の誘導に積極的に取り組んできました。

その後、景観を取り巻く状況の変化を受け、平成 27 年 12 月に景観計画を改定し、内容の大幅な拡充を図りました。

■景観計画と屋外広告物

屋外広告物が景観形成において重要な構成要素であることから、「港区景観計画」において「屋外広告物の表示等に関する配慮事項」を定め、広告主や屋外広告業者に対し配慮を求めてきました。

景観計画の改定時には、屋外広告物に対し、更なる配慮を求めていく必要があることから、配慮事項の拡充を図りました。一方で、配慮事項の考え方や具体的な方法の明確化や、実効性の高い誘導方策が課題となりました。

■港区屋外広告物景観形成ガイドラインの策定と景観誘導

「港区屋外広告物景観形成ガイドライン」(以下、ガイドラインという。)は、「港区景観計画」で定める屋外広告物の配慮事項を、図版や事例写真、数値などを示しながら、わかりやすく解説することを目的として策定しました。

また、東京都屋外広告物条例に基づく許可申請の機会を捉えた事前協議制度や、各種の普及啓発により、総合的な屋外広告物の景観誘導に、新たに取り組めます。



改定により拡充された港区景観計画

▼屋外広告物の解説

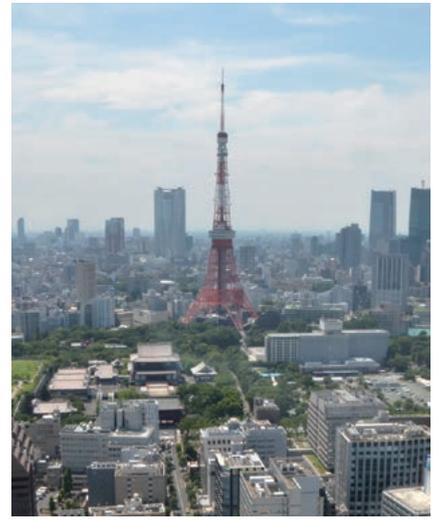


屋外広告物景観形成ガイドライン

屋外広告物景観形成ガイドラインの位置づけ

本ガイドラインは、港区景観計画（平成27年12月改正）に基づき策定するものです。

港区において屋外広告物を表示・掲出する場合は、港区景観計画の「景観形成の基本方針」に基づき、景観特性に応じた地域区分や景観形成特別地区ごとの特性を踏まえるとともに、歴史的建造物の周辺においては、景観形成・保全の推進に向け、質の高い広告物の表示・掲出となるよう誘導してまいります。

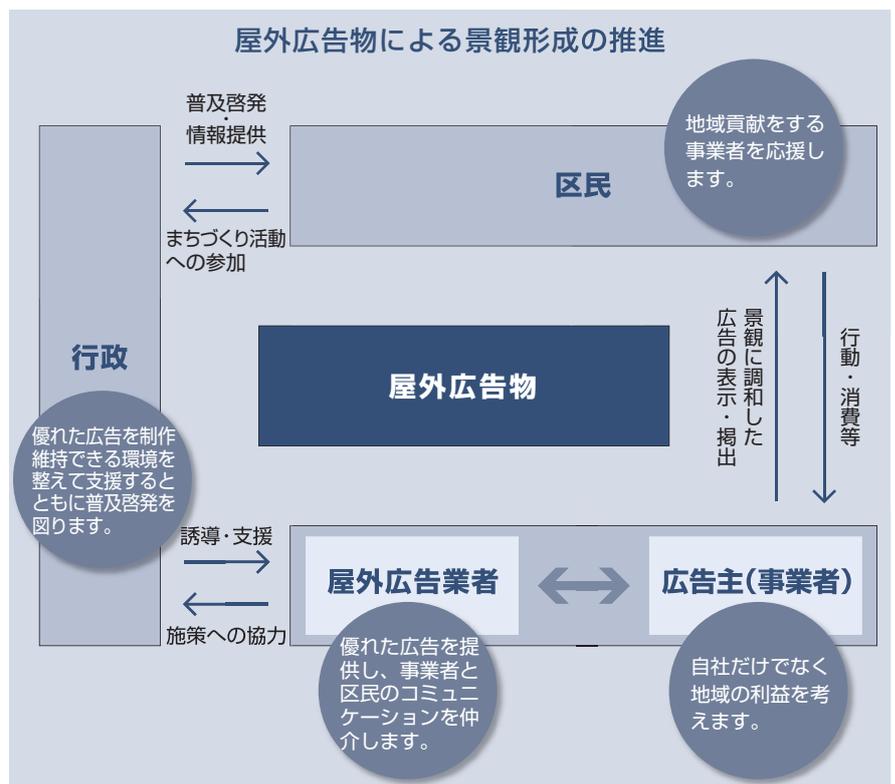


屋外広告物景観形成ガイドラインの位置づけ図

みんなで育てる屋外広告物景観 — 広告主・屋外広告業者・区民・行政の役割

屋外広告物を生かした良好な景観を形成するためには、屋外広告物に関わる広告主（事業者）、屋外広告業者、区民、行政が連携して取組を進めていく必要があります。

それぞれが責任を果たし、地域全体で屋外広告物による景観づくりに取り組みます。



広告主・屋外広告業者・区民・行政の役割

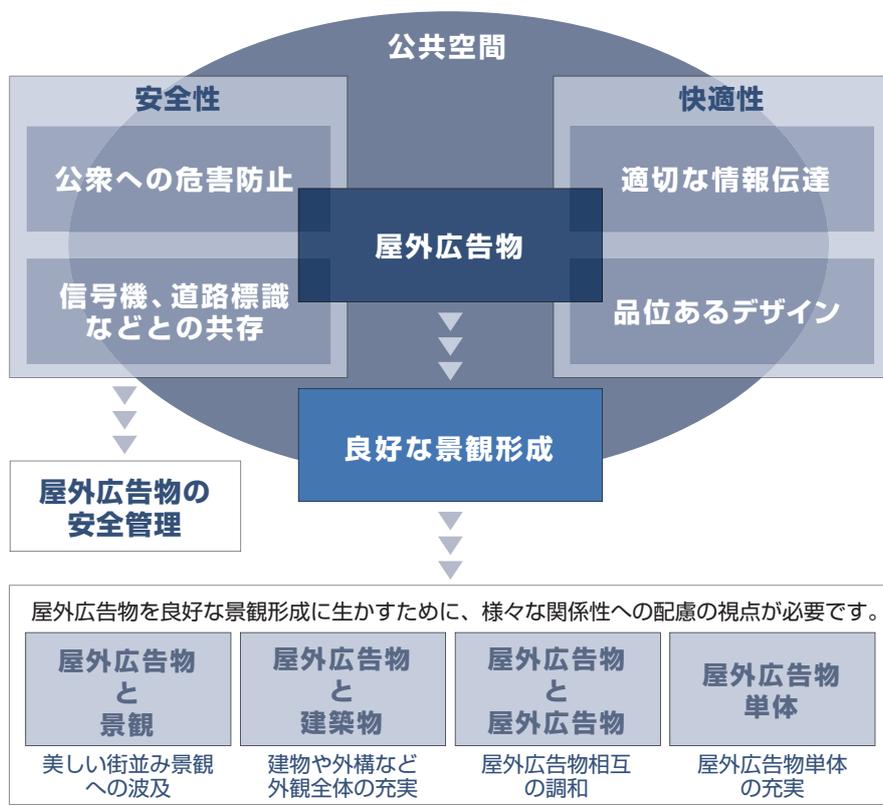
(2) 屋外広告物景観の考え方

屋外広告物に求められる良好な景観形成の視点

屋外広告物は、必要な情報を提供してくれる欠かすことのできない存在です。一方で、テレビや新聞などの広告と違い、街を歩いていれば自然と目に入るもので、見たくない人の目にも入ってしまう公共性の高いものです。

このため、屋外広告物を公共空間に表示・掲出する際には、周辺の地域特性を総合的に考慮し、港区に住み、働き、学び、訪れる全ての人々にとって安全で快適な表示である必要があります。

港区では、屋外広告物の表示内容について、良好な景観形成に寄与する質の高いものとなるよう、きめ細かな指導・誘導に取り組んでまいります。



屋外広告物に求められる良好な景観形成の視点

美観だけでなく、安全にも配慮を

屋外広告物は、建築物の外壁面や屋上等に設置されることが多く、風雨や直射日光に晒されるため、設置した直後から劣化が始まります。また、大きさや仕様、表示の更新頻度も様々であり、管理が行き届いている屋外広告物は少ない可能性があります。

過去には、老朽化等により屋外広告物が落下し、歩行者が重傷を負う重大な事故が発生しています。このような事故が発生した場合は、広告主、所有者が責任を問われることとなるため、定期的な点検と、劣化の進行を防ぐ保守は欠かすことができません。

近年では関係機関により、点検技能の習得を目的とした講習会が開催されるなど、普及の取組が進められています。看板のオーナーに向けた「看板の安全管理ガイドブック」が発行されていますので、ご参考ください。

歩道の広告旗や立看板等

道路に広告旗や立看板等の屋外広告物を許可なく設置・放置すると、街並み景観を阻害するばかりではなく、歩行者や自転車の衝突、緊急車両の通行障害などを引き起こす原因となります。屋外広告物は、各種法令等の規定に従って、設置・掲出しなくてはなりません。



✕ 通行障害の原因となる道路上に設置された屋外広告物



看板の安全管理ガイドブックは国土交通省等のウェブサイトからダウンロードすることができます。

(3) 港区らしい街並みを育む魅力的な屋外広告物

区内では、多くの魅力的な屋外広告物が、個性的な街並みの表情となり、港区らしい景観を創出しています。

誰もが楽しく歩ける、にぎわいや風格のある通りを創る



歴史や文化を伝える景観を守り、生かす



(4) ガイドラインで対象となる屋外広告物について

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）。

（なお、東京都屋外広告物条例に関しては、P.50の東京都屋外広告物条例による許可基準をご参照ください。）

対象となる屋外広告物について

本ガイドラインにおいては、視点場の多様性に考慮し、小さな広告物も含めた「全ての規模の屋外広告物等」を対象とします。

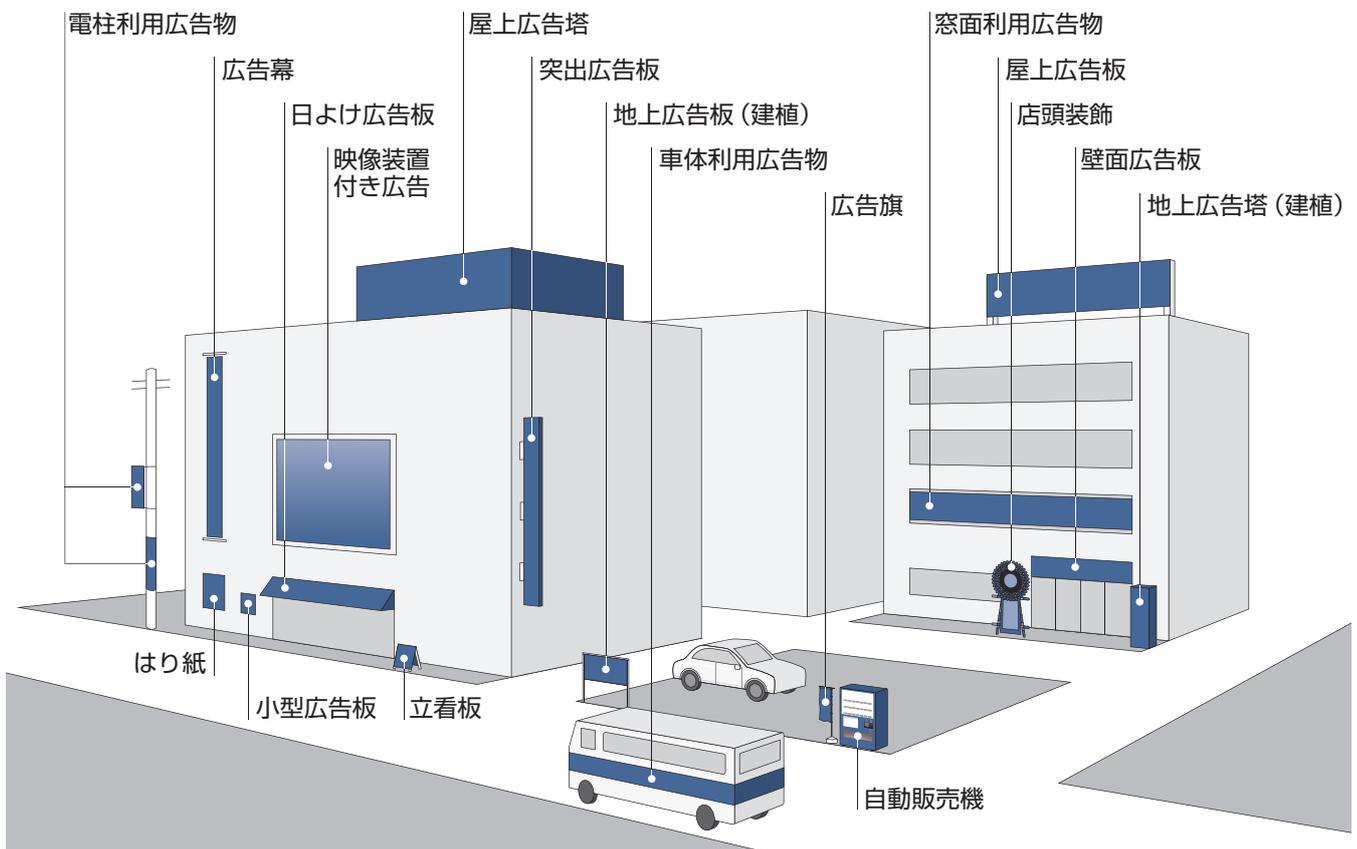
近年、区内で多く見られるようになってきた窓面利用広告物、映像装置付き広告、自動販売機についても、屋外広告物法に定められていませんが、景観に与える影響が大きいことから、屋外広告物と同様に本ガイドラインの対象とします。

今後も、技術革新による媒体の多様化などによって、本ガイドラインで示す屋外広告物の種類と定義にあてはまらない広告物の出現が想定されます。その際には、個別の案件ごとに、広告物としての効果や街並み景観に与える影響を検証の上、本ガイドラインの適否を検討することとします。

また、行政機関が設置する案内標識や注意喚起等の「公共サイン」についても重要な視覚要素となることから、本ガイドラインに沿った配慮を行うこととします。

屋外広告物とそれに類する表示物

東京都屋外広告物条例に定められた屋外広告物の他、以下に示す屋外広告物に類する表示物等も対象となります。



屋外広告物等の種類

本ガイドラインで対象とする広告物の種類と定義

No.	広告物の種類	定義（東京都屋外広告物条例の対象となるもの）	
1	広告塔	屋上	多角柱又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（球形及び多面体を含む。）
		地上（建植）	
2	広告板	屋上	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。）
		地上（建植）	
		壁面	
		突出	
	日よけ		
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、プラスチック板及びブリキ板のように、比較的軽易な材質の板に紙その他のものを貼り、若しくは差し込む等により定着させ、又は直接印刷したものを工作物等に針金等でつるし、若しくはくくりつける等容易に取り外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、容易に取り外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、電話柱又は街路灯柱に取り付けた広告物	
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）に取り付けた広告物	
10	広告宣伝車	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	バス又は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又はバスに表示した広告物及び乗用車又は貨物自動車に表示した広告物	
13	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り付けたもの（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。	
14	装飾街路灯	街路灯自体が広告と認められるもの	
15	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	

※上記は東京都屋外広告物条例に基づく種類分けになります。許可申請については、担当部署までお問い合わせください。

No.	広告物の種類	定義（本ガイドラインで対象とするもの）	
16	窓面利用広告物	外側	建築物の窓等の開口部に設けられた窓ガラス等に、直接又は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もの
		内側	
17	映像装置付き広告（デジタルサイネージ等）	平面ディスプレイ（液晶ディスプレイ、プラズマパネル、LEDパネル等）や映像プロジェクターなどによって、常時又は一定の期間継続して屋外の公衆に映像や情報を表示するもの	
18	自動販売機	貨幣またはこれに代わるカードなどの挿入により、自動的に物品、サービス、情報などを販売する機械装置	

※上記においても、東京都屋外広告物条例上、掲出不可の場合もあります。掲出にあたっては、関係法令に適合していることが原則となります。