



# 港区の景観協議の手引

～屋外広告物編～

港区では港区景観条例に基づき事前協議を行っています。

- 1 屋外広告物の景観誘導を行っています ……P1
- 2 【共通】デザインの配慮事項 ……P3
- 3 【種別別】デザインの配慮事項 ……P5
- 4 【地域別】デザインの配慮事項 ……P7
- 5 手続きの流れ ……P9
- 6 提出書類 ……P10
- 7 手続きに関する Q&A ……P11



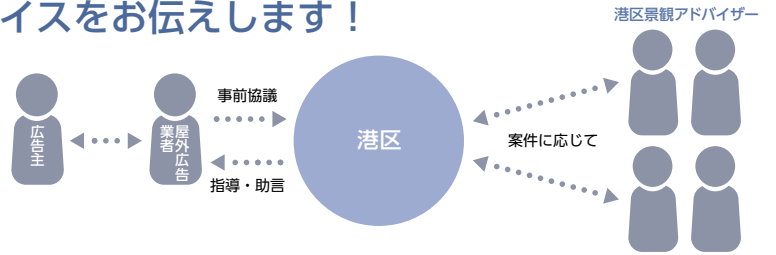
港区では屋外広告物が景観形成において重要な構成要素であることから、「港区景観計画」に定める配慮事項をわかりやすく解説した「港区屋外広告物景観形成ガイドライン」を策定しました。

東京都屋外広告物条例に基づく許可申請が必要な屋外広告物の表示又は設置などをする場合は、港区景観条例に基づき必要書類を提出し、事前協議を行っていただくようお願いいたします。

# 1 屋外広告物の景観誘導を行っています

## ■ 景観事前協議により専門家のアドバイスをお伝えします！

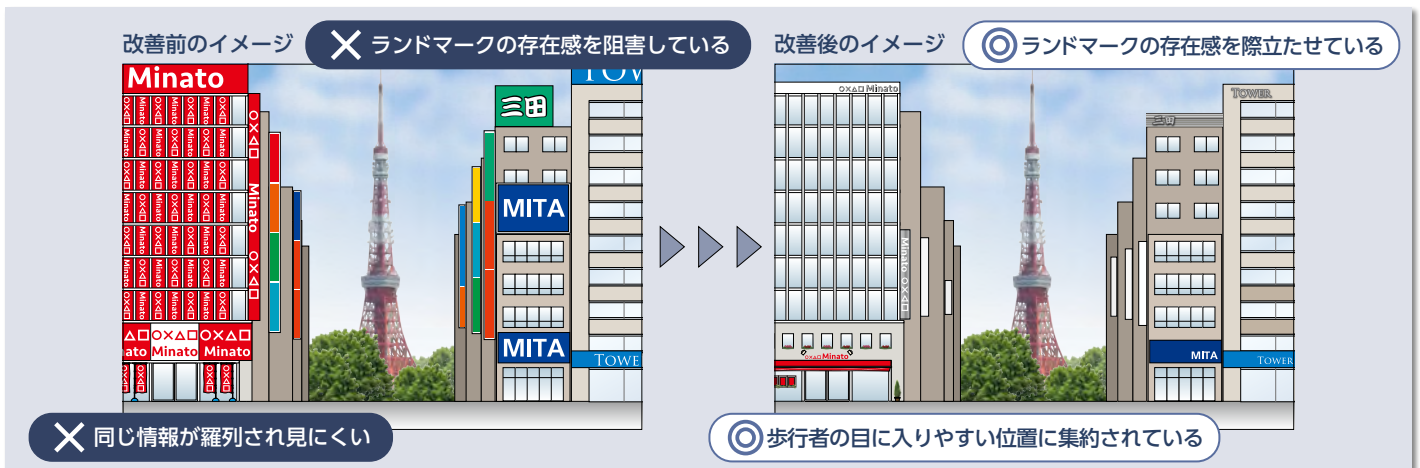
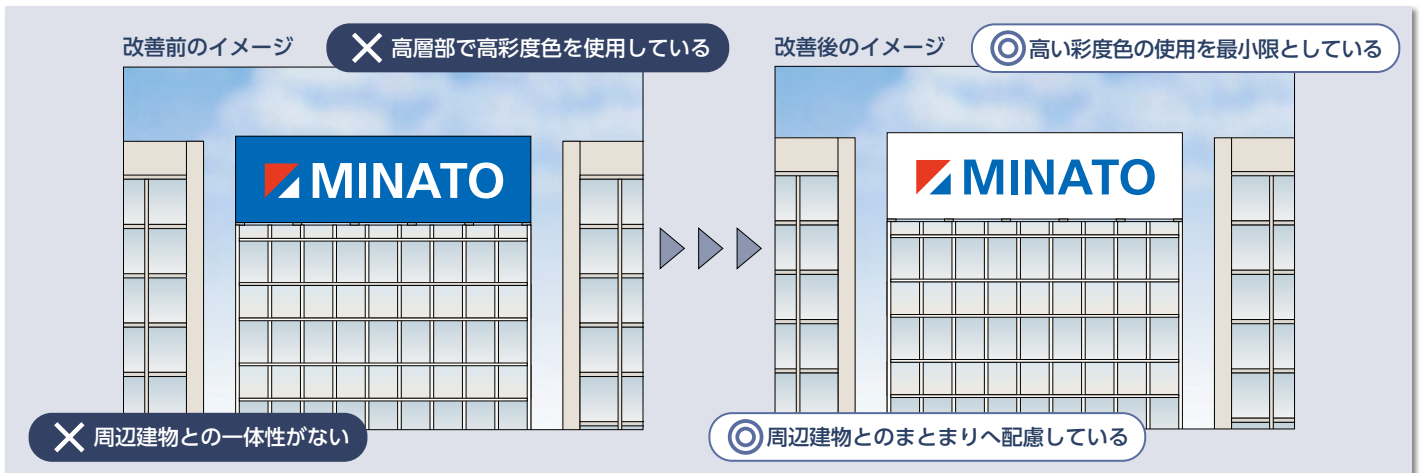
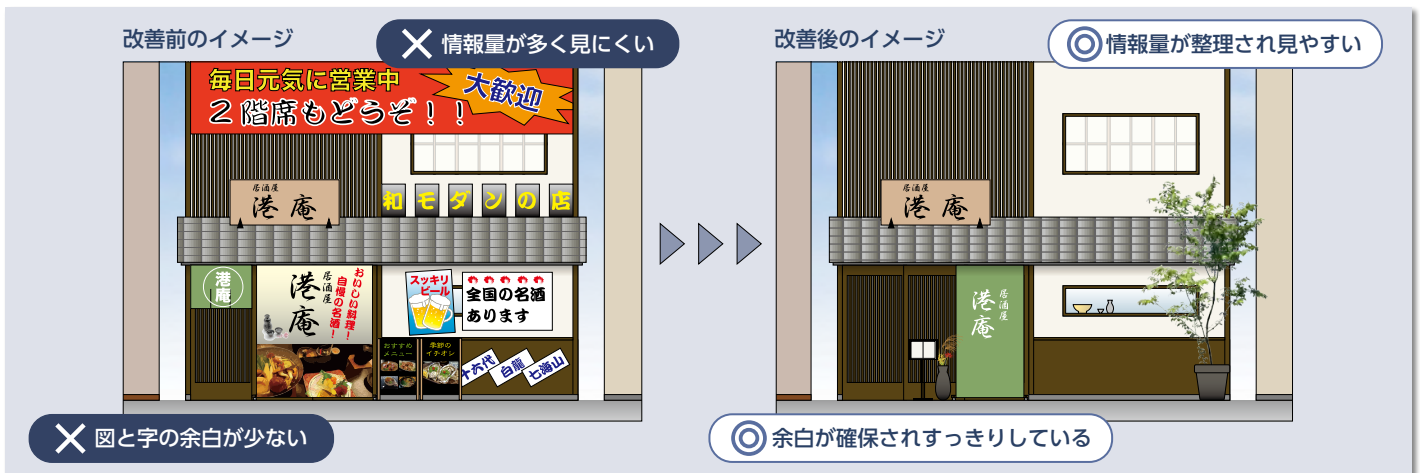
景観事前協議では、景観に関する専門家（景観アドバイザー）に意見を聴き、その意見を踏まえたアドバイス（指導・助言）をお伝えしています。



## ■ 屋外広告物の景観形成のイメージ

ちょっとした工夫により、お店の印象が変わります。

地域の特性に沿ったデザインとすることで、街の価値が高まりますので、ご協力をお願いします。



## (1) 港区屋外広告物景観形成ガイドラインについて

港区では、街並み景観において重要な構成要素である屋外広告物について、景観の誘導を図り、にぎわいと落ち着きある街並み景観を創出するため、「港区屋外広告物景観形成ガイドライン」を策定しました。これは、「港区景観計画」で定める屋外広告物の配慮事項を、図番や事例写真、数値などを示しながら、わかりやすく解説したものです。港区で屋外広告物を計画する際は、「港区屋外広告物景観形成ガイドライン」をご活用ください。

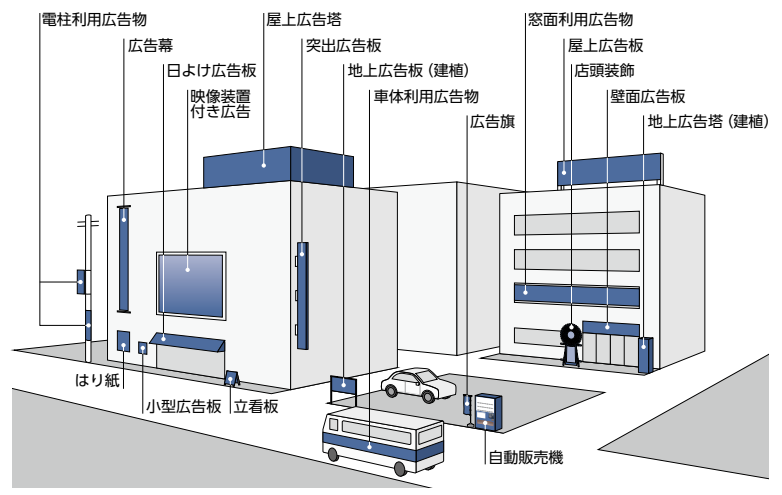


改定された港区景観計画

屋外広告物景観形成ガイドライン

## (2) ガイドラインで対象となる屋外広告物について

港区屋外広告物景観形成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」を対象としています。（詳しくはガイドライン本編 P.7 を参照してください。）



屋外広告物等の種類

## (3) 屋外広告物の景観誘導の概要

港区らしい魅力的な街並み景観を育むため、様々な機会を捉えて、効果的な景観誘導に取り組みます。また、身近な地域で良好な街並み景観を保全・育成するため、意識の向上を目的とした普及啓発を継続的に進めます。

## (4) 事前協議制度の概要

東京都屋外広告物条例に基づく許可申請が必要な屋外広告物の表示又は設置などをする場合、港区景観条例に基づく事前協議が必要となります。（対象となる許可申請は下記の通り。）

事前協議書の提出は許可申請の15日前までとなりますが、協議による変更を加味し、出来る限り早い時期に事前相談を開始してください。

手続きの詳細については、9ページを参照してください。

なお、建築物の新築等に合わせて計画される屋外広告物については建築物に対しての事前協議と合わせて協議が可能ですので、別途ご相談ください。

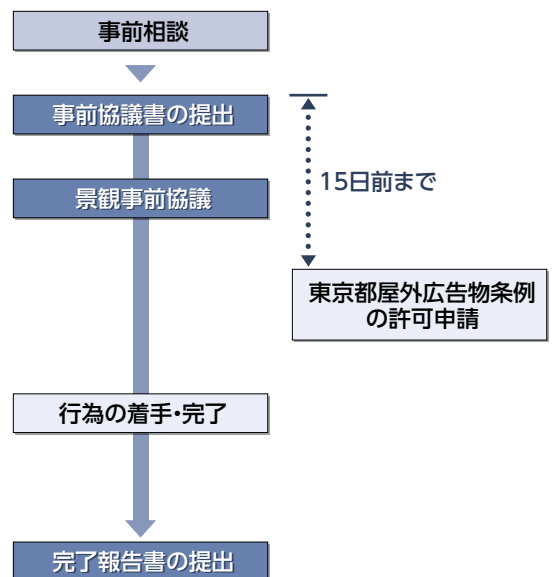
### 協議対象となる屋外広告物

東京都屋外広告物条例の規定による許可申請が必要な屋外広告物

「表示又は設置」…都条例第8条、第15条、第16条又は第30条第1項に規定する許可

「内容の変更又はその改造若しくは移転」…都条例第27条第1項に規定する許可

※屋外広告物許可申請の要否については、土木管理課占用係にご確認ください。



景観事前協議の概要

# 2 【共通】デザインの配慮事項

港区景観計画に基づき、屋外広告物に関する区全域共通のデザインの配慮事項について、事例写真等を用いて解説しています。

「3【種類別】デザインの配慮事項」、「4【地域別】デザインの配慮事項」と合わせて配慮をお願いします。

## (1) 周辺への配慮

- 広告物を表示・掲出する場合は、周辺景観との調和や、建築物との一体性等について配慮する。特に、住宅地では、周辺の落ち着いた街並みとの調和に配慮する。
- 広告物の表示内容は、まちの魅力と価値を高められるようにデザインされたものにする。



周辺景観との調和に配慮し、街の魅力と価値を高めているデザインの例

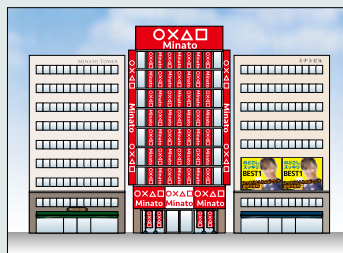
## (2) 規模・位置

- 高層の建築物における広告物は、景観に対する影響が広範囲に及ぶ場合があることから、表示の位置や規模について配慮する。
- 広告物の大きさは、視認上必要な規模とし、必要以上に大きくしないように配慮する。
- 同一の壁面で、同一内容の情報を複数表示しないように配慮する。
- 広告物の設置は、沿道を歩く人からの見やすさを考え、配置位置や配列に配慮する。

屋外広告物の例	視距離	和文文字高	英文文字高
表札・はり紙	10 mの場合	4cm 以上	3cm 以上
立て看板・置き看板	20 mの場合	8cm 以上	6cm 以上
突出し看板	30 mの場合	12cm 以上	9cm 以上
—	算定式	視距離の 1/250	視距離の 1/333 (和文の 75%)
壁面広告物	100 mの場合	40cm 以上	30cm 以上
屋上広告塔	200 mの場合	80cm 以上	60cm 以上
	300 mの場合	120cm 以上	90cm 以上
屋外広告物の視距離は近景の範囲を基本とします。	400 mの場合	160cm 以上	120cm 以上
	500 mの場合	200cm 以上	150cm 以上
	600 mの場合	240cm 以上	180cm 以上

サイン等の視距離と必要な文字の大きさ（『公共交通機関旅客施設の移動円滑化整備ガイドライン』より抜粋編集）

### 改善前のイメージ



### 改善後のイメージ



内容を集約し秩序が感じられる表示としたイメージ前後

## (3) 形態・意匠

- 表示する情報量を抑えて、適度な余白を設け、文字は読みやすい文字を使用するなど内容が簡潔に伝えられるように、見え方に配慮する。
- 地域特性や商店街等のイメージに合わせて、積極的にデザインする。
- 交差点に面した敷地では、交差点に建築物の顔が見える形態・意匠とするなど、広告物が主張し過ぎないように配慮する。



歩行者から見たイメージ (左) と車両から見たイメージ (右)



地域特性や商店街のイメージに合わせてデザインした例

## (4) 色彩

- 色彩は、高彩度色の使用や組み合わせを控えるとともに、色数を抑えて街並みから突出しないように配慮する。



広告物の色数や面積を限定し建物外観のアクセントとした例

高彩度色を用いる場合は、下記について配慮をお願いします。

- ・街並みから突出しないよう、地域性に配慮し、歴史的な景観を守る地域や住宅地では使用を控える。
- ・低層部で用いることとし、高層部では使用を控える。
- ・色数を最小限とし、地色に用いる場合はテーマカラー等の1色とする。
- ・使用面積を最小限とし、外観全体のアクセントとする。
- ・余分な情報をそぎ落とし、すっきりとしたデザインとする。

## (5) 照明・光

- 光源を使用する場合は、過度に点滅するものや必要以上に明るいものは避けるなど、周辺景観に配慮する。
- LED ビジョン等は、派手な色彩や動きの早い動画は避け、周囲の明るさに応じて輝度を調整するなど、周辺景観と調和するように配慮する。なお、高層部には原則設置しない。

照明方式	発光式	外照式	内照式(盤面)	内照式(箱文字)	間接照明式(箱文字)
	ネオンやLED等の光源そのものが表示物となるもの	外付けのスポットライト等により表示面をライトアップするもの	盤面内部に照明装置を内蔵し自ら発光するもの	箱文字内部に照明装置を内蔵し自ら発光するもの	箱文字の裏面や側面の照明装置により壁面をライトアップして輪郭を浮かび上がらせるもの
事例					
考え方	明るく派手な色彩や動きのある表現が可能のため目立つ反面、景観に与える影響が非常に大きい。建物低層部で用いることを基本とし、住環境への配慮が求められる地域では使用を控え、深夜帯には消灯するなど配慮する。	表示面全体を照らすため、規模によっては景観に与える影響が大きい。光源が露出しないようにし、深夜帯には消灯するなど配慮する。	表示面全体が発光しているように見え、鮮やかな色彩表現が可能で、景観に与える影響が大きい。建物低層部で用いることを基本とし、深夜帯には消灯するなど配慮する。	小さい光量で自由な色彩表示が可能のため、小面積で効果的な表現ができる。周辺への影響を配慮した上で、文字やロゴマークなどにコーポレートカラーを表現する場合に用いる。	光量が小さく周辺への影響が少ない。間接光による上品な表現となり、落ち着きや安らぎを演出するのに有効である。建物や企業、店舗等の名称サインに用いる。

照明方式と考え方



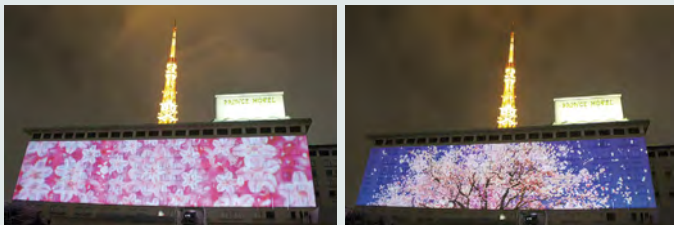
LED ビジョン等のデジタルサイネージは、従来の屋外広告物に比べて周辺に与える影響が大きいため、設置の際は下記事項を確認させていただきます。

※表示内容が変更となる場合も同様です。

- 設置場所
- 設置期間
- 放映時間
- 輝度設定(昼間～夜間)
- 音声
- LED メーカー
- 基本サイクル  
(例: 1枠 15分掲出×4枠 計1時間を繰り返し放映)
- 単位  
(例: 1画像の放映パターン15秒～15分)
- 運営上の景観に対する配慮  
(例: 派手な色彩や動きの速い動画は避ける、動きや切り替えの速い画像は使用しない、音声は発しないなど)

## (6) 新しい広告手法への対応

- プロジェクションマッピング等は、動きのある大きな映像を映すことが可能となるため、周辺景観に配慮して、企業や商品の宣伝を目的とした映像は避ける。また、安全面や住環境に影響を与えないように配慮する。
- 窓の内側から外部に向けて映像を発信するものは、外部に設置する広告物と同様、周辺景観に配慮する。



ホテル壁面を利用してプロジェクションマッピングを用いたイベントの様子



ガラスによる建築物の外観に配慮した窓面広告物の表示例



店舗ディスプレイの一部としてビジョン広告を活用した例

## (7) 第三者広告物のあり方

- 第三者広告物は、ただ単に目立つことばかりでなく、街を訪れる様々な人の立場に立って、心地のよい表示内容となるよう配慮する。
- 地域特性を加味した大きさや形状、位置、色彩、デザインとし、街並みと屋外広告物が相互に協調しながら場所の特徴を際立たせていくよう配慮する。
- 道路沿道に設置する場合は、信号機や交通標識等とまぎらわしいものは避け、道路交通の安全を妨げないような表示となるよう配慮する。



わかりやすくすっきりとした表示が周辺の街並みと調和した屋外広告物



街並み景観に調和する落ち着いた色彩を基調とした表示

### 屋外広告物の「自家用」と「非自家用(第三者広告物)」

屋外広告物は、自家用広告物とそれ以外の非自家用広告物に分けることができます。

自家用広告物	自己の氏名、名称、店名若しくは商標、事業又は営業の内容を表示するため自己の住所、事業所、営業所又は作業場に表示する広告物等
非自家用広告物(第三者広告物)	自家用広告物以外のもので、他の敷地や建築物等に設置する広告物等(貸し看板等)

# 3 【種類別】デザインの配慮事項

港区景観計画に基づき、屋外広告物に関する種類別のデザイン配慮事項について、事例写真等を用いて解説しています。  
「2【共通】デザインの配慮事項」、「4【地域別】デザインの配慮事項」と合わせて配慮をお願いします。

## (1) 屋上広告物

- 屋上広告物は、屋上広告が少ない地域では周辺景観に配慮して、できる限り設置を控える。



屋上広告物の撤去例  
(費用の一部助成により実現した水辺景観形成特別地区の取組)

## (2) 壁面広告物

- 壁面広告物は、建築物のデザインを損なわないような規模、位置となるように配慮するとともに、建築物の外壁色と広告物の地色ができる限り調和するように配慮する。



建築物のデザインや街並みに合わせて規模や色彩等を調整した壁面広告物の例

## (3) 突出広告物

- 突出広告物は、出幅を抑えて、壁面線を乱さないようにし、できる限り規則正しく設置する。



複数の事業者が面積や位置を揃えた秩序が感じられる表示の例

## (4) 独立広告物

- 独立広告物は、建築物や外構のデザインとの調和に配慮して集約化を図るなど、設置数をできる限り抑える。



透過性のある素材を用いて見通しに配慮し圧迫感を軽減した例

## (5) 仮囲い広告物

- 仮囲い等につける広告物は、歩行者に圧迫感を与えないような大きさにし、複数ある場合はできる限りまとめて表示するようにする。



工事中店舗の商品である和菓子のイラストを用いた仮囲いの例

## (6) 窓面広告物

- 窓面を利用した広告物は、建築物のデザインを損なわないように配慮し、窓をふさぐような表示は避けて、表示面積をできる限り抑える。



季節感のある窓面広告物を組み合わせて商品をより魅力的に見せる演出

### (7) 広告幕 (懸垂幕等)

- 懸垂幕等の広告物は、建築物のデザインを損なわないような規模、位置となるように配慮し、設置数をできる限り抑える。



建築物の雰囲気に合わせて広告幕を活用した効果的な演出

### (8) 広告旗 (のぼり旗・バナー広告等)

- のぼり旗やバナー広告等の広告物は、歩行者や自転車の通行や見通しを妨げないような規模、位置となるように配慮し、期間を限定するなどの時限的な表示とする。



地域性を加味したグラフィックデザインが通りの魅力を創出している例

### (9) 立看板

- 立看板等の広告物は、状況に応じて更新しやすい要素を用いて、季節ごとの変化やもてなしが感じられるよう配慮する。



うるおいを感じさせる植物を用いた例

### (10) 日よけ

- 日よけ等の広告物は、建築物のデザインに調和する規模や色彩とし、低層部での設置を基本とする。



品格が感じられる深みのある色彩の日よけ

### (11) はり紙・はり札

- はり紙・はり札等の広告物は、期間を限定するなど必要最小限とし、できる限り設置を控える。



季節限定の案内を手描きで表示した例

### (12) 映像装置付き広告物

- 映像装置付き広告物は、光や音声などによる周辺環境への影響が最小限となるよう配慮し、高層部は避け、低層部での設置を基本とする。



○ 建築物のデザインに合わせて低層部に設置したLEDビジョンの例



LEDビジョン等のデジタルサイネージは、従来の屋外広告物に比べて周辺に与える影響が大きいため、設置の際は下記事項を確認させていただきます。

※表示内容が変更となる場合も同様です。

- 設置場所
- 設置期間
- 放映時間
- 輝度設定 (昼間～夜間)
- 音声
- LED メーカー
- 基本サイクル (例: 1枠15分掲出×4枠 計1時間を繰り返し放映)
- 単位 (例: 1画像の放映パターン15秒～15分)
- 運営上の景観に対する配慮 (例: 派手な色彩や動きの速い動画は避ける、動きや切り替えの速い画像は使用しない、音声は発しないなど)
- コンテンツ内容は設置後も都度、情報提供をお願いします。

### (13) 自動販売機

- 自動販売機等は、建築物の外壁や周辺に調和する設置位置や落ち着いた色彩とし、街並みの雰囲気を損なわないよう配慮する。



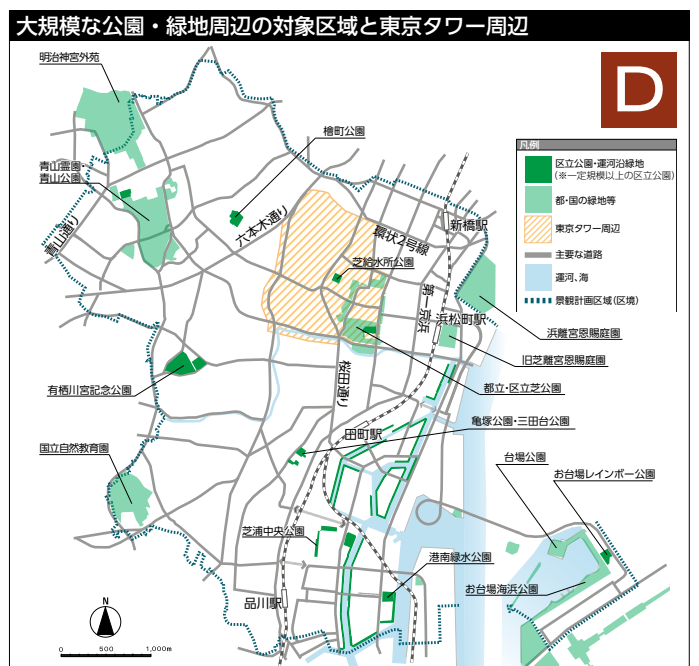
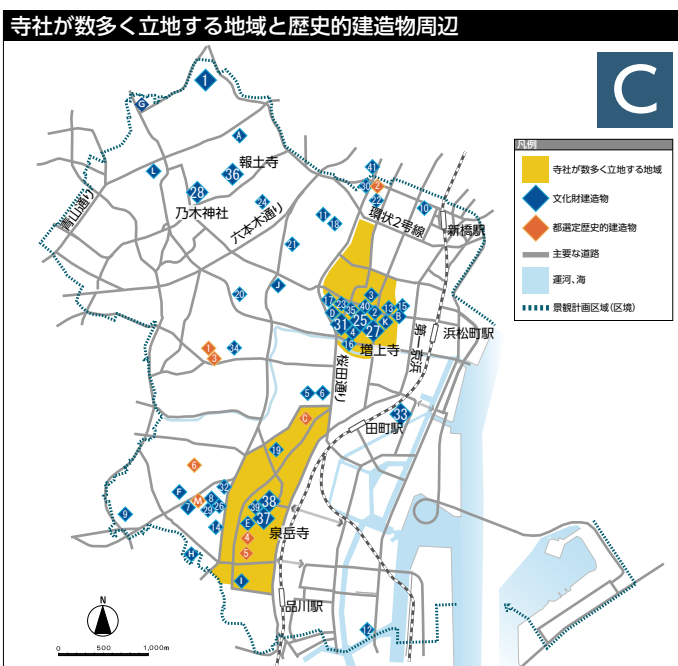
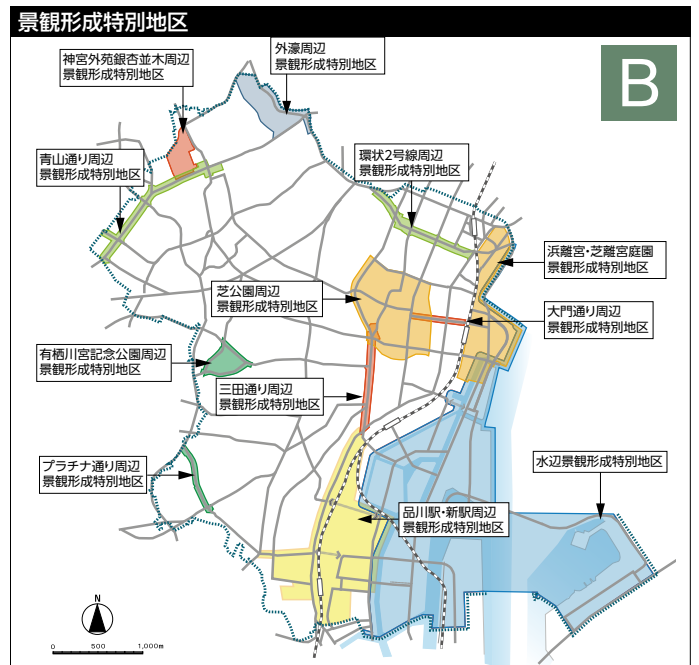
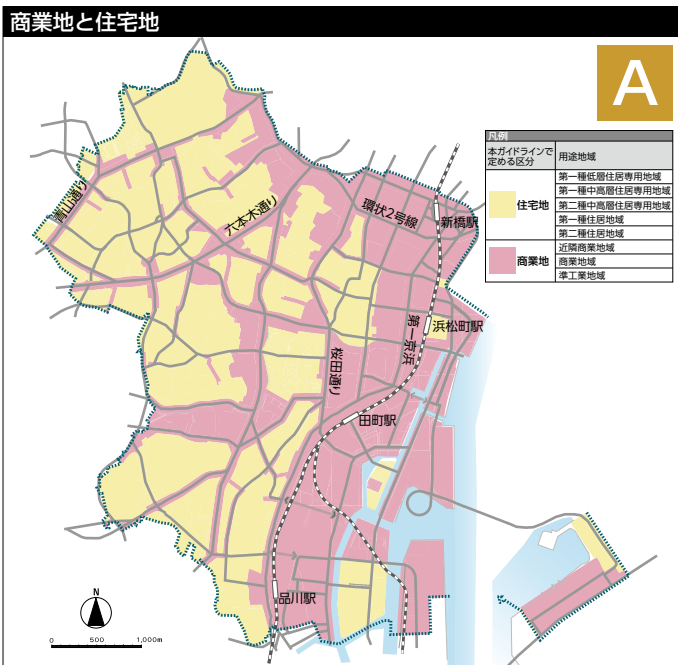
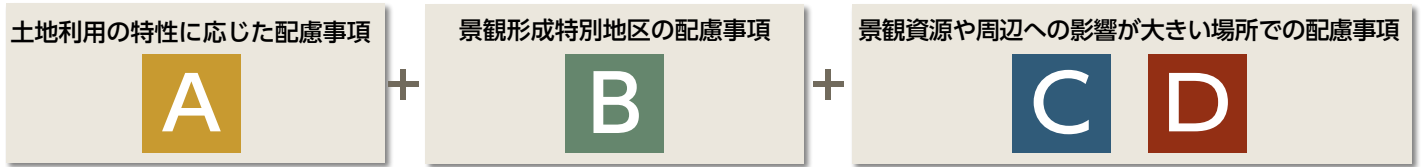
歴史的な地域性に配慮して自動販売機の設置位置や色彩を調整した例

# 4 【地域別】デザインの配慮事項

港区景観計画に基づき、屋外広告物に関する種類のデザイン配慮事項について、事例写真等を用いて解説しています。  
「2【共通】デザインの配慮事項」、「3【種類別】デザインの配慮事項」と合わせて配慮をお願いします。

## ■ (1) 本ガイドラインでの地域区分について

「土地利用の特性」に応じた区分として、区全域を住宅地と商業地に分けており、該当するいずれかの配慮事項が適用されます。さらに、港区景観計画で定める区分である「景観形成特別地区」と「景観資源や周辺への影響が大きい場所」について、該当する全ての配慮事項が適用されます。



## (2) 土地利用の特性に応じた配慮事項 A

### 商業地

- 商業地では、地域の特徴を取り入れるなど、地域の個性を生かした屋外広告物となるよう配慮する。

### 住宅地

- 住宅地では、暖かく穏やかな色彩を基調とするなど、安らぎを感じさせる表示とし、住宅地の落ち着いた雰囲気や植栽との調和に配慮する。

※港区全区域を商業地と住宅地に区分していますが、実際の土地利用や景観の実態を踏まえ、周辺環境に応じた誘導を図っていきます。

## (3) 景観形成特別地区の配慮事項 (一部抜粋) B

### 青山通り周辺

- 青山通り沿いで建築物の壁面に屋外広告物を表示・掲出する場合は、風格ある街並みを阻害することのないよう、規模、位置色彩等のデザインや建築物との一体性等について配慮する。

### 三田通り周辺

- 三田通り沿いで屋外広告物を表示・掲出する場合は、東京タワーへの眺望を阻害することのないよう、規模、位置、色彩等のデザインや建築物との一体性等について配慮する。

### 大門通り周辺

- 大門通り沿いで屋外広告物を表示・掲出する場合は、大門及び三解脱門への見通しを阻害することのないよう、規模、位置、色彩等のデザインや建築物との一体性等について配慮する。

### プラチナ通り周辺

- プラチナ通り沿いで屋外広告物を表示・掲出する場合は、洗練された通りの雰囲気や街並みと調和するよう、規模、位置、色彩等のデザインや建築物との一体性等について配慮する。

### 有栖川宮記念公園周辺

- 有栖川宮記念公園の外周道路沿いで屋外広告物を表示・掲出する場合は、周辺の落ち着いた街並みと調和するよう、規模、位置、色彩等のデザインや建築物との一体性等について配慮する。

### 芝公園周辺

- 芝公園周辺において屋外広告物を表示・掲出する場合は、周辺の景観と調和した低彩度の色彩を基本とし、低明度の色彩は避けるよう配慮する。

### 神宮外苑銀杏並木周辺

- 神宮外苑銀杏並木周辺において建築物の壁面に屋外広告物を表示・掲出する場合は、銀杏並木と調和するよう、規模位置、色彩等のデザインや建築物との一体性等について配慮する。

### 環状 2 号線周辺

- 環状 2 号線に面する建築物の壁面に屋外広告物を表示・掲出する場合は、シンボルストリートとして統一感ある沿道景観が確保されるよう、低層部にまとめ、規模、色彩等のデザインや建築物との一体性等について配慮する。

### 浜離宮・芝離宮庭園

- 浜離宮・芝離宮庭園景観形成特別地区では、地盤面から 20m 以上の部分においては、一部の屋外広告物に限り、表示・掲出できる。ただし、表示・掲出にあたっては、港区景観計画に定める基準による。

### 水辺

- 屋外広告物の表示・掲出に関する基準は、港区景観計画に示すとおりとする。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る。

### 外濠周辺

- 外堀通り沿道の屋外広告物は、外濠の歴史的な趣きと調和した規模、位置、色彩等のデザインや建築物との一体性等について配慮する。
- 敷地周辺に歴史的資源がある場合は、外濠や歴史的資源と調和した、規模、位置、色彩等のデザイン、形態・意匠に配慮する。

### 品川駅・新駅周辺

- 建築物の壁面に屋外広告物を表示・掲出する場合は、東京の南側の玄関口として風格のある街並みを阻害することのないよう、規模、位置、色彩等のデザインや建築物との一体性等について配慮する。

## (4) 景観資源や周辺への影響が大きい場所での配慮事項 C D

### 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では、歴史的・文化的な面影や雰囲気との調和に配慮する。
- 建築物の壁面に屋外広告物を表示・掲出する場合は、歴史的建造物に調和した街並みを阻害することのないよう、規模、位置、色彩等のデザインや建築物との一体性等について配慮する。
- 建築物の低層部における屋外広告物は、歴史的建造物との調和や街並みの連続性を妨げることのないよう、過度な表示・掲出をしないよう配慮する。

### 大規模な公園・緑地周辺

- 大規模な公園・緑地等の周辺では、緑や地形など地域の景観をつくる背景、建築物や並木など景観を構成する要素との調和に配慮する。

### 大規模建築物等 (大規模建築物を計画する場合)

- 建築物の屋上には屋外広告物を設置しない。
- 【建築物等の 3 階を超える部分又は地盤面からの高さが 10m 以上の部分に設置する広告物】
- 建築物の窓面の内側から広告物及びこれに類するものを表示しない。
- 建築物の壁面に設置する広告物（以下、「壁面広告物」という。）は、自社名、ビル名、店名又は商標を表示するものに限る。
- 壁面広告は、光源を使用するものは、白色系とする。ただし、光源が点滅しないものに限る。
- 壁面を使って投射する広告は使用しない。
- ビル名の文字などを表示する壁面広告は、高さ 3m 以下、長さを概ね壁面幅の 1/3 以下とする。

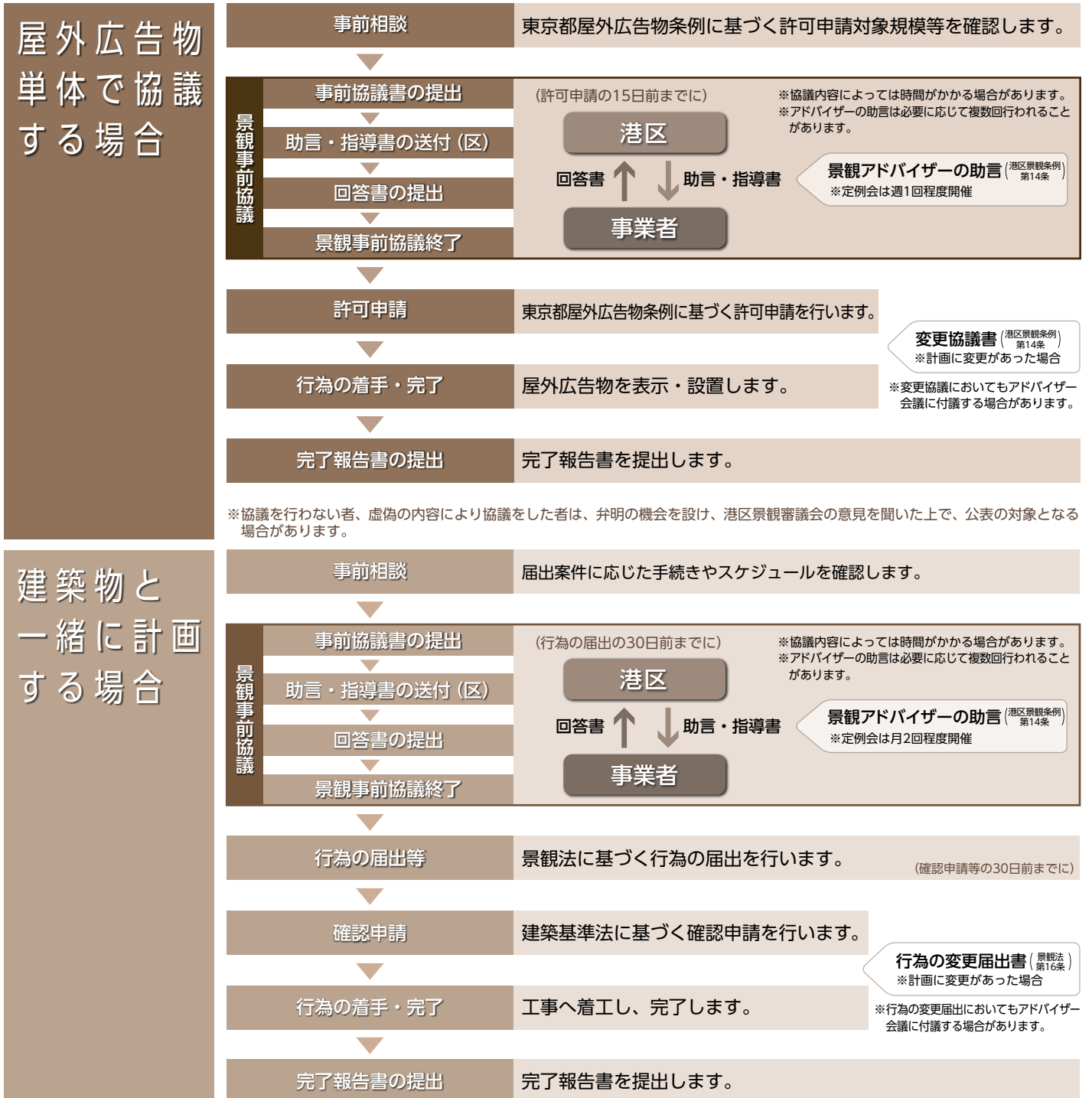
### 東京タワー周辺

- 建築物の高層部における屋外広告物や屋上広告物に光源を使用する場合は、東京タワーのライトアップによる象徴的な絵姿を阻害することがないよう、過度な照明の使用を控えるなど、照明の位置、方法に配慮する。
- 屋外広告物を表示・掲出する場合は、日中においても、東京タワーの象徴的な絵姿を阻害することがないよう、規模、位置、色彩等のデザインや建築物との一体性等について配慮する。

# 5 手続きの流れ

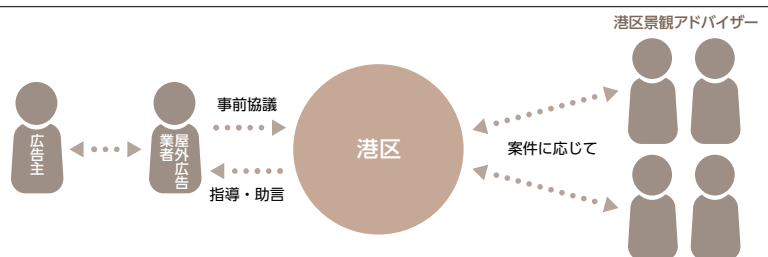
景観事前協議は、東京都屋外広告物条例の規定による許可申請が必要な屋外広告物について行います。許可申請の必要可否について事前に土木管理課占用係の窓口にお問い合わせください。

また、景観事前協議は、下記の流れに沿って、屋外広告物の許可申請の前に行ってください。建築物と一緒に計画される場合は、「港区景観協議の手引き～建築物・工作物・その他編～」も参照してください。



## 景観アドバイザー制度の活用

屋外広告物と景観に関する知見を有する景観アドバイザーの助言を活用し、地域特性を踏まえた魅力的な街並み景観づくりに貢献する表示・設置となるよう誘導しています。



# 6 提出書類

景観事前協議にあたっては、下記書類を用意し、電子申請手続きしてください。各様式については港区ホームページ「景観協議」からダウンロードできます。

## 景観事前協議時の提出書類（電子申請）

1	事前協議書	様式あり（ホームページ参照）。 届出者は東京都屋外広告物条例の規定による許可申請者と同一の者とする。押印は不要です。
2	景観計画説明書	様式あり（ホームページ参照）。
3	措置状況説明書	様式あり（ホームページ参照）。広告物の種別や設置位置に応じて、該当する項目の様式を添付する。
4	付近見取図	屋外広告物の掲出予定地及び当該敷地の周辺の状況を表示する。
5	配置図・屋上平面図（建築物）	各図面は兼用可。当該敷地内における屋外広告物の位置を表示する。
6	立面図（建築物）	建築物の壁面の状況がわかる図面に、計画される広告物の位置と表示面積を表示する。 既存広告物があるときは、その位置と表示面積も記載する。
7	デザイン図	屋外広告物の意匠図。マンセル値を表記した上で着色する。文字高さ（文字の大きさ）を記載する。
8	仕様書詳細	照明演出やデジタルサイネージ、プロジェクションマッピングなどを実施する際には、コンテンツの自社基準、輝度設定や放映時間、制作会社、基本サイクルなどがわかる書類を添付する。
9	施工図・構造図	屋外広告物の内部構造やそれを支持する構造のわかる書類を添付する。
10	現況写真	屋外広告物の掲出予定地と周辺の状況（近景・遠景）がわかる写真を添付する。写真撮影方向がわかるよう、付近見取図も合わせて添付する。
11	工程表	屋外広告物の許可申請日、工事着手予定日及び掲出期間がわかるものを添付する。
12	参考資料	景観シミュレーション（既存街並みに完成予想図を組み入れたもの）。必要に応じて材料などのサンプルを添付する。

## 行為の変更時の提出書類（電子申請）

1	行為の変更協議書	様式あり（ホームページ参照）。 届出者は東京都屋外広告物条例の規定による許可申請者と同一の者とする。押印は不要です。
2	変更となる図面	事前協議書から変更となる図面を前後で添付する。

## 行為の完了時の提出書類（電子申請）

1	行為の完了報告書	様式あり（ホームページ参照）。 届出者は東京都屋外広告物条例の規定による許可申請者と同一の者とする。押印は不要です。
2	行為が完了した状況を示す写真及び撮影方向を示した付近見取図	屋外広告物の掲出状況がわかる写真を添付する。写真撮影方向がわかるよう、付近見取図も合わせて添付する。

### 電子申請の対象手続き：事前協議書、行為の変更協議書、行為の完了報告書

電子申請 URL → <https://logofom.jp/form/Mt5V/389494>



#### 【電子申請手順】

- ①港区のホームページから様式をダウンロードし、必要書類（資料一式を pdf データに変換したもの）を整える。
- ②上記 URL 又は QR コード、若しくは港区ホームページの「屋外広告物の景観協議」のページに掲載している LoGo フォームのリンクより、電子申請受付フォームにアクセスする。
- ③電子申請受付フォームに必要事項を記入のうえ、書類をアップロードする。

※事前協議書の提出・申請メ切は、アドバイザー会議開催日の3開庁日前の午前中です。（例：火曜日開催の場合、前週木曜日の昼12時メ切）

※書類に不備等があった場合、メ切日から直近のアドバイザー会議に付議できない可能性があります。

# 7 手続きに関する Q&A

## 配慮事項および配慮のポイントについて

### Q 色彩の制限はあるのか。

A 景観事前協議では、マンセル値における彩度は 13 以下となるよう指導をしています。また、水辺景観形成特別地区、浜離宮・芝離宮庭園景観形成特別地区では東京都屋外広告物条例上の制限がありますので、ガイドライン本編 P.30 及び P.32 を参照してください。ガイドライン本編 P.14 及び P.15 にて色彩の配慮事項を示しています。加えて、地域別の配慮事項においても、色彩に関する配慮事項や配慮のポイントを示しています。

### Q 住宅地と商業地で明確に適用される配慮事項が区別されているのか。

A 景観事前協議にあたっては、実際の土地利用や景観の実態を踏まえ、周辺環境に応じて誘導を図っていきます。商業地であっても、住宅地付近であれば、住宅地からの見え方や、夜間演出について配慮をお願いする場合があります。

## 完了報告書について

### Q 完了の立会い検査などはあるのか。

A 必要に応じて実施します。通常は完了写真をもって事前協議書の内容と差異がないか確認しますので、なるべく掲出状況がわかる写真を添付してください。

## その他

### Q 事前協議にかかる日数はどれくらいか。

A 港区景観条例により、東京都屋外広告物条例の規定に基づく許可申請の 15 日前までに事前協議書の提出が必要です。事前協議にかかる日数の目安は 15 日間ですが、協議内容によってはそれ以上かかる場合があります。

### Q 事前協議の対象となる屋外広告物はどういったものか。

A 東京都屋外広告物条例の規定に基づく許可申請が必要な屋外広告物が、事前協議の対象です。東京都屋外広告物条例の規定に基づく許可申請の要否については、土木管理課占用係にご確認ください。

### Q 変更が生じた場合はどうすればよいか。

A 事前にご相談のうえ、行為の変更協議書をご提出ください。

### Q 掲出済みの屋外広告物について事前協議は必要か。

A 東京都屋外広告物条例の規定に基づく許可申請が必要な場合は、事前協議が必要です。事前にご相談のうえ、手続きしてください。

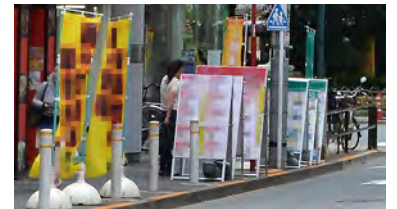
### Q 音声のみの PR などについても、協議対象となるのか。

A 音声のみの表現については、屋外広告物に該当しないことから、景観事前協議の対象になりません。ただし、ガイドラインでは映像と音が併用される屋外広告物については、一連の表現方法として、音に関する具体的な配慮例を設けています。

## 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。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。道路上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、適切な管理をお願いします。



✕ 通行障害の原因となる道路上に設置された屋外広告物

〒105-8511 港区芝公園 1-5-25

港区街づくり支援部 開発指導課 景観指導係

電話：03-3578-2232 <https://www.city.minato.tokyo.jp/>

発行番号 2025010-5031

MINATO CITY



港区は、みどりの保全とごみの減量に努めています。  
この印刷物は、古紙を活用した再生紙を使用しています。