港区屋外広告物景観形成ガイドライン【概要版】

平成29年12月

1 屋外広告物景観形成ガイドラインについて

…案 P.1 ～ P.7

1章では、港区屋外広告物景観ガイドラインの目的や役割、屋外広告物景観の考え方、ガイドラインで対象となる屋外広告物について解説しています。

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、配慮事項の考え方と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っていました。

改定により拡充された港区景観計画

■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、新たに取り組みます。

屋外広告物景観形成ガイドラインの位置づけ

屋外広告物景観形成ガイドラインは、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

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。

対象となる屋外広告物について

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、自動販売機等、屋外広告物法に定められていないものについても、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屋外広告物景観形成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、屋外広告物景観形成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、屋外広告物景観形成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、屋外広告物景観形成ガイドラインに沿った配慮を行うこととします。

2 【共通】屋外広告物のデザインの配慮事項

…案 P.8 ～ P.19

2 章では、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。下記（1）～（7）の要素別の配慮事項のうち、一部を抜粋して紹介します。

（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。

建築物の形態に合わせたサイン表示

（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。

歩行者の目に入りやすい視覚と高さ
（参考資料：『屋外広告物の知識 デザイン編』ぎょうせい）

（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。

ガラスによる建築デザインに合わせて広告物を計画的に設置したテナントビル

（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。

地色を反転して周辺の街並みとの調和に配慮した例

（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。

	内照式（箱文字）	間接照明式（箱文字）
照明方式	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	小さい光量で自由な色彩表示が可能なため、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。

（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

（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

屋外広告物は、下表のように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】屋外広告物のデザインの配慮事項

…案 P.20 ～ P.25

3 章では、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。下記（1）～（13）の種類別の配慮事項のうち、一部を抜粋して紹介します。

（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。

改善前

▶ 改善後

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。

まちのルールを遵守して建築物や外構との調和に配慮してデザインされた例

（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。

建築物の外観全体と調和するよう位置や色彩等を調整した懸垂幕の例

(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）

(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】屋外広告物のデザインの配慮事項

…案 P.26 ～ P.45

４章では、港区景観計画に基づき、屋外広告物に関する、地域別のデザインの配慮事項について、景観形成のイメージ図等を用いて解説しています。下記の地域区分のうち、一部を抜粋して紹介します。

(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。

屋外広告物を表示・掲出しようとする地域に適用される全ての配慮事項に適合するように計画してください。

該当区分がご不明な場合は、こちらへお問い合わせください。 **港区 開発指導課 景観指導係 tel.03-3578-2232**

地域区分

景観計画で定める区分

区全域

(2) 土地利用の特性に応じた配慮事項

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

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 • 浜離宮・芝離宮庭園景観形成特別地区	P.32
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 • 環状2号線周辺景観形成特別地区	P.34
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 • 有栖川宮記念公園周辺景観形成特別地区	P.36
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 • 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	P.38
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

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 • 歴史的建造物（東京タワーを除く）周辺	P.42
③ 東京タワー周辺	P.44
④ 大規模建築物等 ※	P.45

※大規模建築物等とは、P.45に示す制度を利用して建築するものです。

対象区域

Step1 周辺の地域特性を考慮し全域での区分を確認します。

Step2 景観形成特別地区の該当がないか確認します。

Step3 景観資源周辺等の該当がないか確認します。

（2）土地利用の特性に応じた配慮事項

周辺の地域特性を考慮し、商業地・住宅地別に全域での区分を確認します。

※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。

① 商業地

配慮のポイント

・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。

ファッション街で周辺に配慮し色彩を抑えた飲食店看板

界隈性豊かな路地に連なる昔ながらの赤提灯

開発事業地周辺のスタイリッシュな和風の店舗と看板

開発事業地周辺の高層部での箱文字表示

② 住宅地

配慮のポイント

・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。

屋外広告物による景観形成のイメージ

改善前

改善後

商業地と住宅地

凡例

本ガイドラインで定める区分	用途地域
住宅地	第一種低層住居専用地域
	第一種中高層住居専用地域
	第二種中高層住居専用地域
	第一種住居地域
	第二種住居地域
商業地	近隣商業地域
	商業地域
	準工業地域

（3）景観形成特別地区の配慮事項

景観形成特別地区の該当がないか確認します。

下記に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）での配慮例を示します。

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

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

□ 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。

□ 建築物の屋上に屋外広告物を設置する場合は、周辺の建築物群のスカイラインと調和が図られるよう、規模や高さ等について配慮する。

具体的な配慮例

・眺望に影響する中高層部での表示は、地色を建物と共通性のある低彩度色とするか、箱文字デザインとし、広告物は歩行者に近い低層部に集約する。

・建物頂部に設置する場合は、周辺の建物や類似する広告物等と規模や高さを揃え、ランドマークの存在感を妨げないデザインとする。

景観形成特別地区

凡例

基本方針を踏まえた重点的な取組の方向性

- 運河沿いや臨海部の良好な景観形成を推進する
- 水と緑のつながりを強め、水と緑の軸を保全、育成する
- 歴史的な庭園等からの良好な眺望を保全する
- 東京の南側玄関口にふさわしいシンボル的な景観を創る
- 大規模な道路の整備にあわせて沿道の街並みを育む
- 大規模緑地を生かした風格のある沿道の街並みを育む
- ランドマークへの眺望を際立たせる

屋外広告物による景観形成のイメージ

改善前

改善後

地域特性を伸長する屋外広告物の例

素材の質感を生かした粋な広告物

和風のファサードと一体的な広告デザイン

低層部に集約されたサイン

地域特性を表したフラッグ

(4) 景観資源や周辺への影響が大きい場所での配慮事項

景観資源周辺等の該当がないか確認します。

下記に歴史的建造物(東京タワーを除く)周辺(寺社が数多く立地する地域と歴史的建造物周辺)での配慮例を示します。

寺社が数多く立地する地域と歴史的建造物周辺

大規模な公園・緑地周辺の対象区域と東京タワー周辺

② 寺社が数多く立地する地域と歴史的建造物周辺

地区	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
寺社が数多く立地する地域	□ 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。
歴史的建造物（東京タワーを除く）周辺 歴史的建造物の敷地（敷地内墓地を含む）に直接接する敷地内及び歴史的建造物の外壁 100m 以内 ※	□ 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。

屋外広告物による景観形成のイメージ

改善前

改善後

5 屋外広告物の景観誘導について

…案 P.46 ～ P.49

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。

(1) 事前協議制度を活用した景観誘導

建築物の新築等や屋外広告物の許可申請の機会を捉え、景観アドバイザーの助言を活用した事前協議に新たに取り組みます。

屋外広告物の表示・設置等

屋外広告物を単体で表示･設置する場合は、屋外広告物の許可申請（東京都屋外広告物条例）前に事前協議を行ってください。

手続の流れ

屋外広告物の表示・設置等は、下記の流れに沿って手続をお願いします。

事前相談	東京都屋外広告物条例に基づく許可申請対象規模等を確認します。
景観事前協議：事前協議書の提出	（許可申請の15日前までに） ※協議内容によっては時間がかかる場合があります。 ※アドバイザーの助言は必要に応じて複数回行われることがあります。
景観事前協議：助言・指導書の送付（区）	港区 ↑↓ 事業者 回答書 ↑ ↓ 助言・指導書 景観アドバイザーの助言（港区景観条例 第14条） ※定例会は週1回程度開催
景観事前協議：回答書の提出	
景観事前協議：景観事前協議終了	
許可申請	東京都屋外広告物条例に基づく許可申請を行います。 変更事前協議書（港区景観条例 第14条） ※計画に変更があった場合
行為の着手・完了	屋外広告物を表示・設置します。
完了報告書の提出	完了報告書を提出します。

※協議を行わない者、虚偽の内容により協議をした者は、弁明の機会を設け、港区景観審議会の意見を聞いた上で、公表の対象となる場合があります。

(2) 協議対象とならない屋外広告物について

景観事前協議の対象とならない屋外広告物についても、港区景観計画及び屋外広告物景観形成ガイドラインに沿った屋外広告物の計画・デザインとしてください。

(3) 屋外広告物の普及啓発について

景観事前協議による屋外広告物の景観誘導だけでなく、広告主、事業者、建物所有者、関係団体、地域組織等へ区の取組について周知啓発を進め、屋外広告物景観形成ガイドラインに沿った自主的な取組を促します。

また、表彰制度や区民参画イベント等を開催し、出来る方策を組み合わせて複合的に普及啓発に取り組みます。

平成 28 年度景観街づくり賞奨励賞を受賞した店舗