

素案

千代田区屋外広告物
景観まちづくりガイドライン

令和2年12月

Prologue

千代田区らしい街並みを育てる広告物

江戸及び東京の中心地として歴史的に継承されてきた千代田区では、屋外広告物においても界隈性や、低層部の街並み景観の魅力やにぎわいを育む視点が大切です。また、皇居や外濠等の象徴的な空間を活かすために区民や事業者の皆さまと協働して、地域ごとの街並み景観や眺望を保全・育成してきました。

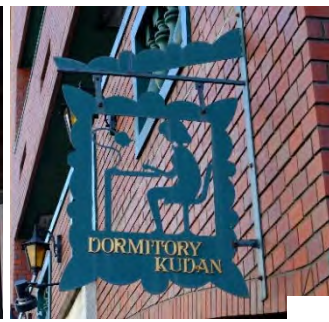
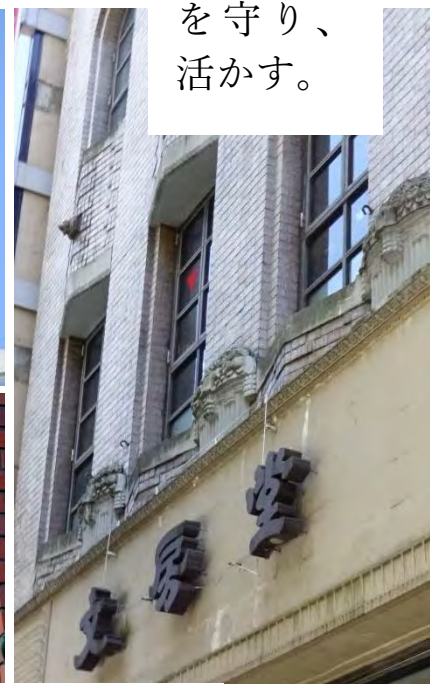
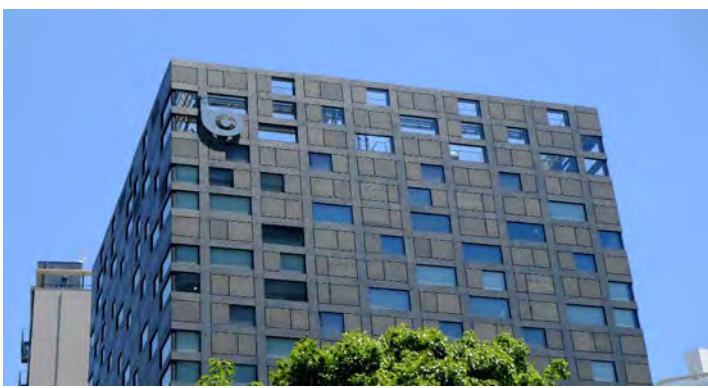
歴史に育まれた界隈性を活かし、世界に開かれた国際都心にふさわしい先端性をもった風格のある都心景観を創出するとともに、内濠・外濠、神田川周辺などの自然景観の保全や活用に向けて、「千代田区屋外広告物景観まちづくりガイドライン」を策定します。デジタルサイネージや壁面用広告シート等の新たな広告手法についても、安全性やにぎわい、快適性の視点を踏まえて景観誘導を行っていきます。

千代田区では、地域の皆さまの誇りとなるような景観を守り育てるために、今後も屋外広告物の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まのご理解とご協力をお願い申し上げます。

歴史的
構造を
活かす。



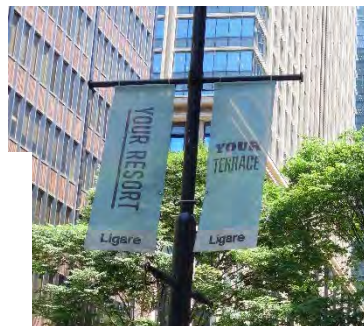
水辺と緑
を守り、
活かす。



界隈の個性
を活かす。



首都としての
の美しさを
創出する。



活気と
やさしさ
を与える。



※5つの目標と屋外広告物の関係については、P.7に詳述しています。

Contents

i . ガイドラインについて 1

1. 屋外広告物とは 1
2. 千代田区の景観まちづくりにおける屋外広告物 2
3. ガイドラインの位置づけと活用方法 5

ii . 共通編 7

1. 基本方針 7

2. 「要素別」景観配慮事項 10

- (1) 規模・配置 10
- (2) デザイン（形態・意匠） 13
- (3) 色彩 16
- (4) 素材 19
- (5) 照明・光 21
- (6) 第三者広告物のあり方 24

3. 「種類別」景観配慮事項 25

- (1) 屋上利用広告物 25
- (2) 壁面利用広告物 26
- (3) 突出広告物 27
- (4) 土地に直接設置する広告物 28
- (5) 広告幕 29
- (6) 広告旗 29
- (7) 立看板・移動看板 30
- (8) 日よけ（オーニング） 30
- (9) デジタルサイネージ 31
- (10) 特定屋内広告物 33
- (11) 車体利用広告 33
- (12) 新たな広告手法への対応 34

iii. 地域編37

- 1. これまでの蓄積を活かした屋外広告物の景観誘導 37
- 2. 本ガイドラインの地域区分について 38

-
- 3. 景観重点地区 40
 - (1) 美観地域重点地区 40
 - (2) 外濠重点地区 44
 - (3) 神田川・日本橋川重点地区 46

-
- 4. その他の地域 48
 - (1) 一般地域 49
 - (2) 幹線道路沿道エリア 50
 - (3) 住宅地エリア 52
 - (4) 神田駅周辺エリア 54
 - (5) 秋葉原駅周辺エリア 56

iv. 屋外広告物の手続きについて59

- 1. 事前協議制度を活用した手続き 59
 - (1) 建築物の新築等 59
 - (2) 屋外広告物の表示・設置等 60
 - (3) 景観まちづくり協議時の提出書類 61
- 2. 協議対象とならない屋外広告物について 62

i ガイドラインについて

1. 屋外広告物とは

屋外広告物の特殊性

屋外広告物というと商業広告がすぐに頭に思い浮かびますが、具体的なイメージや観念を表しているもののうち、屋外で公衆に表示されるものは、営利的なものはもちろん、文字で表示されていない絵、商標、シンボルマークなどもその表示する内容に関わらず、屋外広告物になります。

「屋外広告物」は広告の中でも、常時または一定の期間継続して、屋外で不特定多数の人に向けて表示される「公共物」と言えるものです。このため、屋外広告物を扱う場合は、まずこの特殊性に配慮し、皆が気持ちよく生活できるようなデザインとすることが大切です。

この特殊性を踏まえ、広告として高い効果を上げるためには、歩行者等に向けて訴求力を高めるデザインとすることに加え、建物や緑が主体となる街並み景観と調和する居心地のよい広告づくりや、安全性に配慮した設置、定期的な維持管理が必要となります。

また、屋外広告物は一定期間同じ場所に掲出されるため、場所や地域との関わりが強くなります。このため、屋外広告物を掲出する際には、地域や界隈の個性を活かしたデザインを心がけることが大切です。

近年では、技術の進化や社会情勢の変化により、複数色の光や動画を活用したデジタルサイネージやプロジェクションマッピング等の新たな技術を用いた屋外広告物が見られるようになりました。新たな広告手法においても「公共物」であることを意識し、良好な街並み景観や安全性に配慮した屋外広告物を心がける必要があります。



戦略的な企業広告

事業者が安定的に経営を行っていくためには、リピーターを増やすことが不可欠です。近年注目されているブランド戦略は、まさにその点に着目した考え方で、企業活動を展開する上で重視されるようになってきました。ブランド戦略は大企業だけのものではなく、地域の事業者にも効果的な手法です。

屋外広告物は、時間をかけてじっくりブランド名などを定着させる用途に向いています。また、周辺環境に応じてデザイン（色や形）を調整することも大切で、そういった対応が「地域への配慮を欠かさない事業者」として評価を高めることにつながります。



ブランド戦略で成功している例

2. 千代田区の景観まちづくりにおける屋外広告物

これまでの千代田区の屋外広告物の取組

江戸及び東京の中心地であった皇居とその周辺は、美観地区として東京都心のシンボル空間として際立たせるとともに、貴重な歴史的資産を保全・継承し、周辺環境の整備や風格のある都心景観の形成が求められてきました。

屋外広告物法以前の広告物取締法において、広告物の表示・掲出を禁止する区域と定められていた美観地区は、1949（昭和24）年、東京都屋外広告物条例においても同様の規制の地域として継承されました。また、千代田区では1998（平成10）年に、美観地区の景観保全を基軸とした独自の条例として「千代田区景観まちづくり条例」を制定し、東京都屋外広告物条例の規制体系に則しながら屋外広告物等の景観誘導を行ってきました。

また、大手町・丸の内・有楽町地区のほか、皇居周辺を含めた麹町地区や神田須田町二丁目北部周辺地区の神田川沿い部分では独自のルールを設け、特に麹町地区では屋外広告物条例と連携させながら、風格のある都心景観や内濠・外濠、神田川周辺など自然景観の保全や活用に向けて、屋外広告物の景観誘導を行ってきました。



屋外広告物の役割

屋外広告物は、建築物や工作物などと同様に、街並み景観や眺望景観に大きな影響を与える重要な要素です。屋外広告物は、景観に個性やにぎわいを与える一方で、風格や落ち着きを損なう場合もあります。

そのため、東京都屋外広告物条例第19条で規定する「景観又は風致を害するおそれのある広告物」とならないよう、地域の特性に合わせて景観誘導方針等を定めて、屋外広告物の表示や掲出について景観誘導を行っていきます。

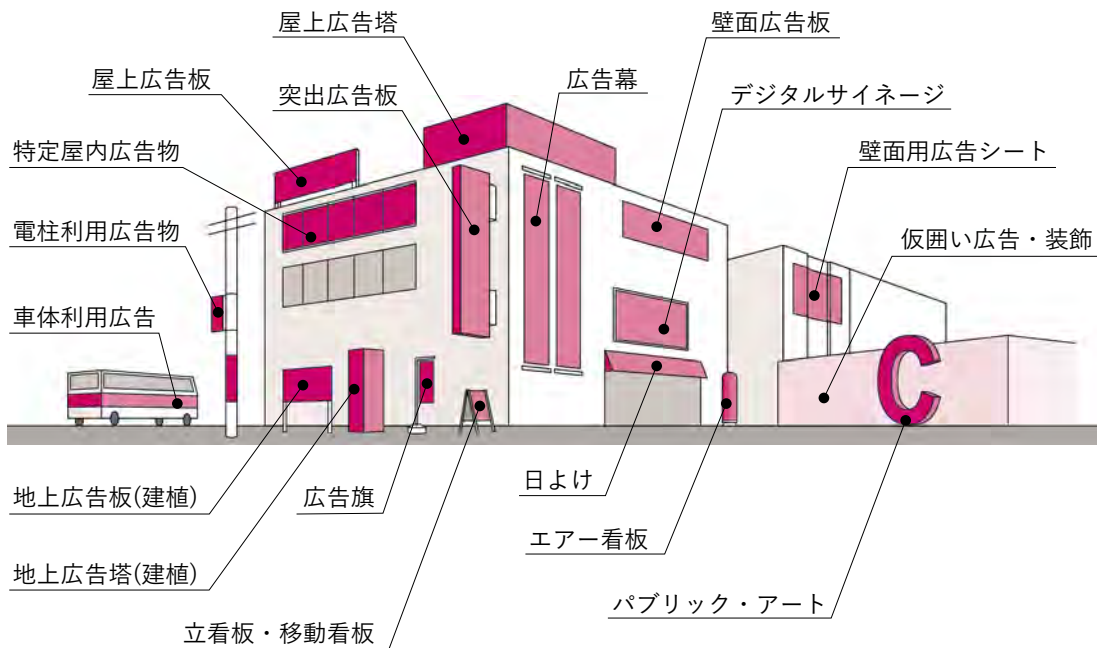
また、景観計画に指定する内容を東京都屋外広告物条例に反映する制度や地区計画等の制度を活用し、地区ごとの景観特性を活かした屋外広告物の誘導を図ります。

東京都景観条例「大規模建築物等の建築等に係る事前協議制度」に基づく事前協議案件は、区と東京都との連携を図ります。

対象となる屋外広告物について

デジタルサイネージ等を含めた東京都屋外広告物条例に定められた屋外広告物を本ガイドラインの対象とします。また、東京都屋外広告物条例の対象となりませんが、千代田区景観まちづくり条例で独自に定める特定屋内広告物（ガラス面等を利用して屋内から屋外に向けて掲出する広告物）についても、近年、区内で多く見られるようになってきており、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。

また、公共団体等が設置する屋外広告物についても対象とします。



屋外広告物の種類

屋外広告物の区分

屋外広告物の表示内容による種別を下表のように分類しました。

エリアマネジメント広告（広告旗・案内サイン・仮囲い広告等）や新たな広告手法（シテイドレッシング等）については、特例許可されている場合があります。

屋外広告物の表示内容による種別

屋外広告物の区分		情報内容等	例
自家用 広告	表札系広告 (ブランディング広告)	情報発信者の実在を表象する広告物。 具体的には、施設関係者の氏名、名称、店名、マークを表示するため、当該施設に表示するもの。	ビル名、企業名、 店舗名、ロゴマーク等
	事業系広告	施設関係者の商標、事業、営業の内容を表示するため、当該施設に表示する広告物。	商品・サービスの告知、 営業時間、カフェのメニュー看板等
一般広告 (第三者広告物)	一般広告 (第三者広告物)	施設関係者以外の商標、事業、営業の内容を表示するマスサインとしての広告物。	施設関係者以外の商品・ サービスの告知等
	エリアマネジメント 広告	一般広告のうち、広告収入を地域のまちづくり活動に還元する広告物。 原則掲出が禁止されている道路等において、地域のにぎわいや広告収入を施設の維持管理へ活用することを目的として、掲出される広告物。	街路灯バナーフラッグ、 街区案内サイン、 工事中仮囲い等 上屋付きバス停、配電地上機器等
エリア広告	エリア広告	地域活性化に資する行事、催物等の案内・告知のために表示する広告物。	イベント告知等
	エリアマネジメント 広告	エリア広告のうち、広告収入を地域のまちづくり活動に還元する広告物。	街路灯バナーフラッグ、 街区案内サイン、 工事中仮囲い等
公共広告	公共広告	公共団体等が公共的目的をもって表示する広告物。	公共のメッセージ告知、 注意看板等
	事業系広告	公共団体等が周辺のイベントや機運醸成を目的に表示する広告物。	下水道人孔蓋広告等
案内広告		公益上必要な道標、案内図等の情報、 便利情報を表示する広告物。	エリアマップ、 主要施設の案内表示等

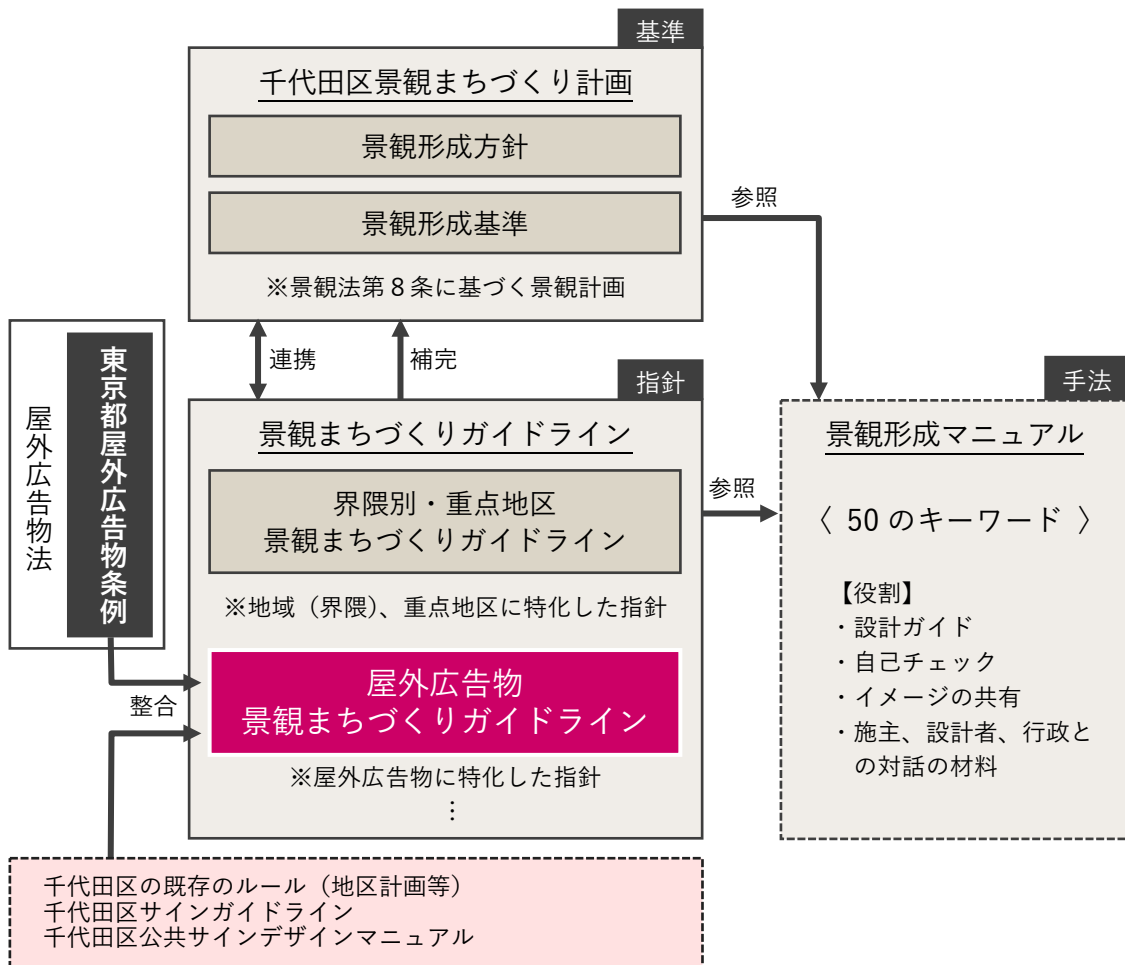
3. ガイドラインの位置づけと活用方法

屋外広告物景観まちづくりガイドラインの位置づけ

本ガイドラインは、「千代田区景観まちづくり計画」を補完し、千代田区内の既存のルール（麹町地区地区計画、神田須田町二丁目北部周辺地区地区計画、大手町・丸の内・有楽町地区まちづくりガイドライン等）を踏まえて策定するものです。また、「東京都屋外広告物条例」や千代田区で策定している「千代田区サインガイドライン」との整合を図っています。更に、千代田区が設置する広告物については、「千代田区公共サインデザインマニュアル」とも整合を図るものです。

千代田区において屋外広告物を表示・掲出する場合は、千代田区景観まちづくり計画の景観形成方針に基づき、地域・界隈別の景観特性を踏まえるとともに、特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ます。

また、新たな広告手法の普及やパブリックスペースの活用等の社会ニーズの高まりや変化、その他地域の動向や要望を踏まえながら、本ガイドラインの内容や運用について、見直しを行っていきます。



千代田区屋外広告物景観まちづくりガイドラインの位置づけ図

ガイドラインの活用方法

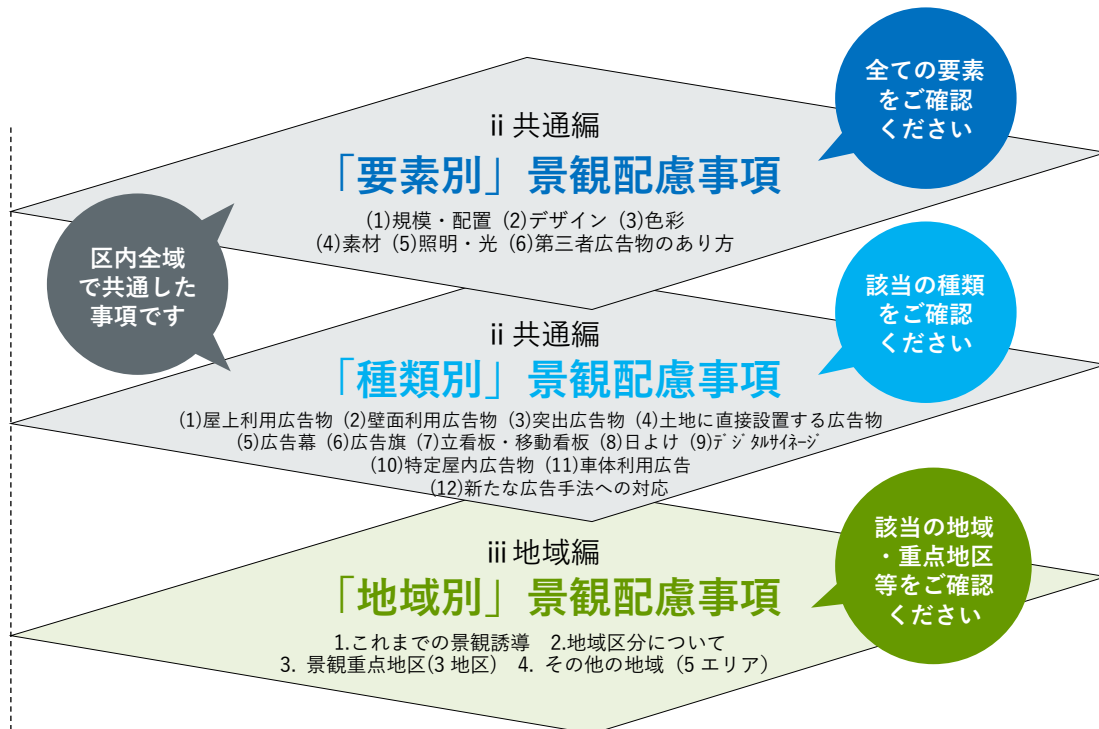
屋外広告物を活かした良好な景観を形成するためには、屋外広告物に関わる広告主（事業者）、屋外広告業者、建築物の設計者、管理者、区民、行政が連携して取組を進めていく必要があります。

本ガイドラインは、屋外広告物を取りまく多様な立場の人々を対象に、配慮事項を図版や事例写真、数値や根拠などを示しながら、わかりやすく解説しています。

「i ガイドラインについて」では、これまでの千代田区の屋外広告物に対する取組や役割、本ガイドラインの主旨や活用方法について解説しています。

「ii 共通編」では、基本方針として区全体の目標や景観誘導方針を示しています。また、要素別（規模・配置、デザイン、色彩、素材、照明・光等）、種類別（屋上利用広告物、壁面利用広告物、突出広告物、デジタルサイネージ等）に分類し、区内全域で共通して配慮していただきたい事項を解説しています。

「iii 地域編」では、東京都屋外広告物条例をもとにした区分に加え、3つの景観重点地区（美観地域重点地区、外濠重点地区、神田川・日本橋川重点地区）や地域の景観特性にあった屋外広告物の景観誘導方針を示しています。



本ガイドラインの構成及び活用方法

ii 共通編

1. 基本方針

千代田区の景観特性を活かした屋外広告物の景観誘導

東京都屋外広告物条例第19条で規定する「景観または風致を害するおそれのある広告物」とならないよう、地域の特性に合わせて景観誘導指針等を策定して、屋外広告物の表示や掲出について景観誘導を行っていきます。

屋外広告物の設置を行う際に景観上配慮すべき事項として、区全域に共通する屋外広告物の景観誘導方針を示します。

屋外広告物の景観誘導方針（区全域）

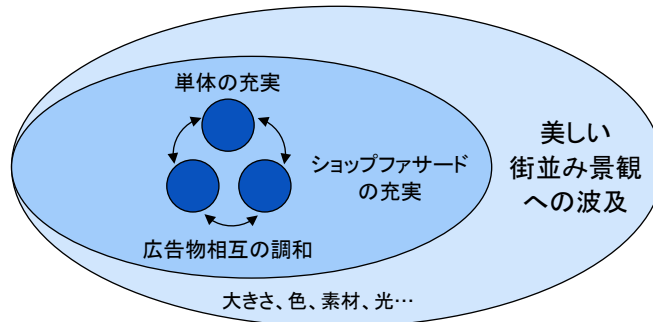
区全体の目標	景観誘導方針
	<ul style="list-style-type: none"> ・屋外広告物は、屋外広告物条例に基づく許可が必要なものはもとより、自家用及び公共広告物等を含め、地域特性を踏まえた良好な景観の形成に寄与するように、大きさ、形態・意匠、色彩等に配慮する。 ・大規模な建築物や高層・超高層の建築物における屋外広告物は、景観に対する影響が広範囲に及ぶ場合があることなどから、広域的に影響が及ばないように、大きさ、形態・意匠、色彩等に配慮する。
歴史的構造を活かす	<ul style="list-style-type: none"> ・骨格軸となる道路や主要な結節点の周辺においては、道路や結節点を引き立てるように、大きさ、形態・意匠、色彩等に配慮する。 ・歴史的な建造物等※の景観資源の周辺においては、歴史的・文化的な面影や雰囲気を残す街並みと調和するように、大きさ、形態・意匠、色彩等に配慮し、できるだけ目立たないようにする。また、経年変化で美しく風化するような素材の活用や歴史的な意匠を継承するなど、地域特性を際立たせるように配慮する。 ・眺望の影響範囲においては、眺望を損なわないように大きさ、形態・意匠、色彩等に配慮する。特に屋上や建築物の高層部にはできるだけ設置しないようにする。
水辺と緑を守り、活かす	<ul style="list-style-type: none"> ・水辺や公園、緑地の周辺においては、水辺や緑、地形、並木等と調和し、自然が美しく引き立つように、大きさ、形態・意匠、色彩等に配慮する。
界隈の個性を活かす	<ul style="list-style-type: none"> ・地域や界隈の特性を踏まえながら、周囲の街路景観になじむように、大きさ、形態・意匠、色彩等に配慮する。 ・各景観重点地区のうち、特に美観地域重点地区や風致地区などでは、自主規制等を含め、多くの事業者の協力と連携の蓄積を尊重するとともに、風格ある景観や風致を損なわないように、大きさ、形態・意匠、色彩等に配慮する。
活気とやさしさを与える	<ul style="list-style-type: none"> ・隣接する建築物や通りを挟んで向かい合う建築物と調和するように、大きさ、形態・意匠、色彩等に配慮する。 ・信号やサインへの視認を妨げないように、大きさ、形態・意匠、色彩等に配慮する。
首都としての美しさを創出する	<ul style="list-style-type: none"> ・原色や彩度の高い色は局部的、限定的に用いる。 ・過度な装飾の使用は避ける。 ・1つの建築物に設置する広告物はできるだけ集約化させる。

※歴史的な建造物等とは、千代田区景観まちづくり条例に基づく「景観まちづくり重要物件」や景観法に基づく「景観重要建造物」「景観重要樹木」、文化財保護法に基づく「重要文化財」「登録有形文化財」等のこと。

屋外広告物を含めた総合的な視景観の充実を目指す

屋外広告物単体の善し悪しを評価するのではなく、屋外広告物のある魅力的なショップファサードやそれが連なる雰囲気の良い街並み景観を育む視点を大切にします。

千代田区ならではの品格やにぎわいが感じられる景観 総合的な視景観の充実



屋外広告物を含めた総合的な視景観の充実のイメージ

街並み景観だけでなく、安全で快適な屋外広告物を目指す

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ある一方、街を歩いていけ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、千代田区に住み、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。

過去には、老朽化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。また、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。そこで、定期的な点検や保守、法令等の規定に従った設置・掲出を心がけてください。



※国土交通省のHPからダウンロードできます。

景観形成マニュアルのキーワードの活用

景観形成マニュアルにある約50のキーワードは、界隈の景観まちづくりの指針としての活用のほか、本ガイドラインの指針としての活用が期待されます。

「ふさわしい材料」や「建物を活かす広告」など直接、広告物に関するキーワードと、「向こう三軒両隣り」や「通りの性格」など調和や場所性への配慮として屋外広告物が達成すべきキーワードがあります。次頁に示す「12のキーワード」は、千代田区の屋外広告物を設置するにあたり活用されるべきものを示したものです。屋外広告物の「規模・配置」「色彩」等を考えるにあたり、各キーワードの趣旨を踏まえ、計画してください。

12のキーワードと屋外広告物のあり方

キーワード	配慮事項	規模・配置	デザイン	色彩	素材	照明・光	活用
1. 歴史を刻む場所							
眺めの映える場所	濠、橋や台地などからの美しい眺望を阻害しないような、広告物の配置、大きさや色彩とする。	★	○	○	○		
壁の表情	建物のファサードデザインを活かした広告物のデザインや素材とする。	★		○	○	○	
ふさわしい材料	都心において、環境や人にやさしい材料を積極的に使用する。歴史的な雰囲気の色濃く残している場所では、経年変化で美しく風化するような材料とする。	☆			○		
先端性の蓄積	先端性のある洗練されたデザインや素材を上手く活用しながら、長期的な視点でまちとの調和に配慮する。	★		○	○	○	
2. 多様な境界							
プロムナード	プロムナードに設置された広告物は、魅力やにぎわいを創出するようなデザインや情報とする。	★		○	○	○	○
活きた路地	路地の広告物は、ヒューマンスケールを意識した心地よいデザインとする。	★	○	○	○		
建物を活かす広告	建物本体のあるべき姿を踏まえ、広告物のデザインはそれを引き立てるものにする。	☆	○	○	○	○	
3. 豊かなコミュニティと繁栄							
向こう三軒両隣り	道路や広場などの共有空間をはさんで両側になりたつ単位のつながりを最大限尊重する。	★	○	○	○	○	
夜のにぎわい	照明や光を上手く活用し、夜間におけるくつろぎやにぎわいを創出する。夜間の安全性にも配慮する。	★				○	○
4. 首都の風格							
通りの性格	通りの個性、性格にふさわしい広告物の大きさやデザインとする。	★	○	○	○	○	
ふさわしい色彩	様々な色の氾濫がまちの風景の混乱をいっそう強めている。広告物の色彩は、緑や人の生活風景を引き立たせるため、街並みの中で慎重に決める。	☆		○			
『都』の魅力	個性的な境界の土地利用や業種構成などを活かし、人々を魅了する情報を提供する。	★					○

☆：直接、広告物に関するキーワード

★：調和や場所性に配慮したキーワード

12の
キーワードや
関連する要素を
ご確認ください

2. 「要素別」景観配慮事項

(1) 規模・配置

位置や規模の配慮

人の視認による景観の見え方の変化については、視距離に応じて近景・中景・遠景などに区分することができます。

高層の建築物に屋外広告物を計画し、中景・遠景から見える場合は、必要以上に目立つことは避ける必要があります。

屋外広告物については、「中景」ではスカイラインや街並みの連続性を阻害しないよう配慮し、「遠景」では「ビル群などの都市景観」、「斜面緑地などの緑のまとまり」、「眺望景観」を阻害しないように配慮することが大切です。

一方で、屋外広告物の識別や認知に重要な区分は「近景」の範囲です。屋外広告物を計画する際は、歩行者の目線に立って、魅力的な街の表情やにぎわいを演出することが求められています。

視距離に応じた景観の見え方と屋外広告物の配慮のポイント

区分	近景	中景	遠景
視距離の目安	400m未満	400m～2.5km	2.5km～
見え方	木材や金属、布など材質によるテクスチャー、花の咲き具合など細部が認識できる。	明暗や色彩の違い、形態をはっきりと認識することができるが、材質感のディテールまでは認識しにくい。	背景の空と一体的に、街並みや山並みがシルエットやまとまりで見える。
屋外広告物の配慮のポイント	屋外広告物の材質、表面の仕上げ、色彩の調和、植物や花による演出等に配慮する。	街並みの連続性、屋根の形や家並み、スカイライン等に配慮した形状や規模とし、鮮やかな色彩の面積を抑える。	ビル群など都市景観、斜面緑地などの緑のまとまりを阻害しないよう、落ち着いた色彩や箱文字・切文字とするなど配慮する。

(参考資料：篠原修『景観のデザインに関する基礎的研究』)

POINT

- 近景・中景・遠景など距離による見え方に合わせて、屋外広告物が景観の一部となるように配慮する。
- 中景・遠景から見える場合は、必要以上に目立たないようにする。

大きさの配慮

屋外広告物は、想定される視点場、またそこから算定される視距離や広告物の種類に応じた文字の大きさとするのが大切です。

公共サインの視認性の各種基準では、視距離に応じた必要な文字の大きさの目安として「広告物までの距離÷250＝文字の高さ」と一般的に定められています。例えば、10m程度離れて見る置き看板では4cmの文字の高さがあれば視認でき、アルファベットなどは和文文字の75%あれば十分認識できるといわれています。

また、必要以上に文字が大きいと、周辺から突出した印象を与え、景観の阻害要因となります。文字の大きさは、大きければ大きいほど良いわけではなく、街並みにふさわしい大きさとするのが大切です。

屋外広告物までの距離と文字の大きさ

視距離（広告物までの距離）	和文文字高	英文等文字高
10mの場合	4cm 以上	3cm 以上
20mの場合	8cm 以上	6cm 以上
30mの場合	12cm 以上	9cm 以上
100mの場合	40cm 以上	30cm 以上
200mの場合	80cm 以上	60cm 以上
300mの場合	120cm 以上	90cm 以上

和文文字高：1

千代田区

英文等文字高：0.75

Chiyoda City

(参考資料：『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)

なお、「千代田区公共サインデザインマニュアル」では、複数の言語を併記する際の読みやすさを考慮し、和文高さ1に対して、英文等の高さを0.5の比率とすることを原則としています。サイン面積が小さい場合や特に強調したい文字がある場合などは、その状況に応じて対応してください。

和文文字高：1

千代田区

英文等文字高：0.5

Chiyoda City

複数の言語を併記する場合の読みやすい文字の大きさ

POINT

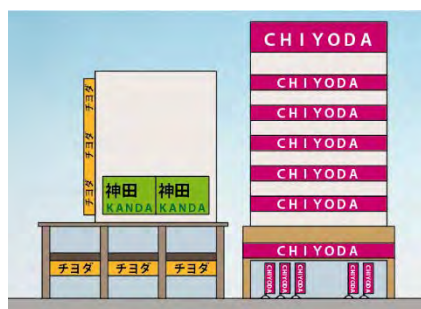
- 文字は必要以上に大きくしない。
- 英文等の文字を併記する場合は、和文高さに対して50%を原則とする。

表示内容の集約

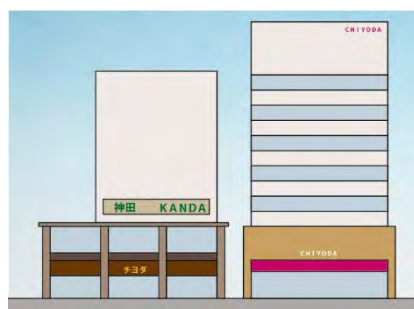
区内では、壁面広告物、窓面広告物、突出広告物、広告旗等の屋外広告物に、同じ情報を反復して掲出している事例が多く見られます。

こうした表示方法は、街並みに視覚情報を氾濫させ、景観を阻害する要因となっています。

屋外広告物を一つの建築物や敷地内に複数設置する場合は低層部やエントランス付近などに表示内容を集約し、街並みとしての景観の秩序を保つよう配慮することが大切です。



改善前のイメージ



改善後のイメージ（内容を集約）

POINT

- 同じ情報を、くり返し掲出しない。
- 同じ建築物や敷地内に複数設置する場合は、低層部やエントランス付近に集約する。

〈東京都屋外広告物条例〉

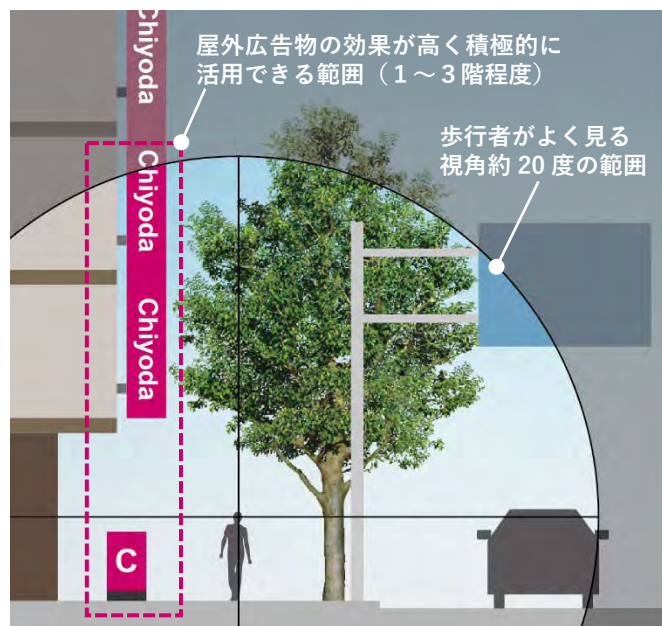
- ・建築物の一壁面に内容を同じくする広告物等を表示する場合には、各広告物等の間隔を5m以上離す。

配置・配列の整序

歩道上から歩行者の目に入りやすい視覚は建築物の1～3階程度の低層部の範囲です。

また、人が視覚的な情報を読み取る場合に、バラバラで秩序のない情報は印象に残りにくく、配置や配列が整った情報の方が、内容を瞬時に理解することができ、記憶に残りやすいとされています。

歩行者の目線に入る位置で、わかりやすく印象に残りやすい屋外広告物を計画することが大切です。



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)

POINT

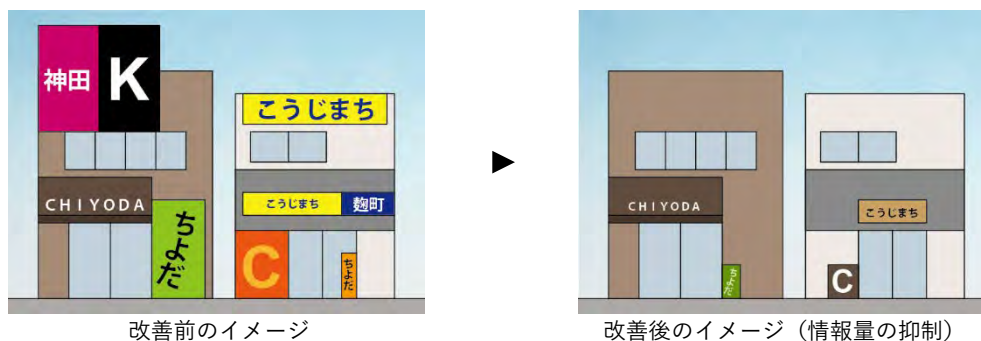
- 歩行者の目線で、建築の低層部に効果的に計画する。
- 壁面利用広告物や突出広告物の高さを揃えるなど配置や配列を整える。

(2) デザイン（形態・意匠）

情報量の抑制

屋外広告物に多く情報を盛り込みすぎると、判読できなくなるなど、利用者にとって逆にわかりにくいものとなってしまいます。

伝えたい情報がたくさんあっても、できるだけ整理して、わかりやすい情報提供を行うことが大切です。広告物の大きさや形態などを考慮して適度な余白を設け、図と地のバランスが取れたすっきりとした表示となるよう配慮してください。



また、歩行者が瞬間的に判読できる文字数は15文字程度、自動車運転手の場合は走行速度40kmの場合で7文字程度とされています。そのため、屋外広告物の文字数は15文字以内をすることを原則とします。なお、広告物の種類、規模によっては、適切な文字数が多くなる場合もあるため、用途にあった文字数としてください。

地域や界隈の個性を活かした街並み景観や眺望を保全・育成する屋外広告物

改善前

街並みを育てる屋外広告物

改善後（文字数の抑制）

POINT

- 一広告物の文字数は15文字以内を原則とし、すっきりとわかりやすくする。
- 情報の優先順位をつけて、表示内容を整理する。

読みやすい書体選定

屋外広告物は、瞬時に情報を伝えるために、読みやすい文字を使用する必要があります。例えば、ゴシック体は遠くからもしっかりと読みやすく、明朝体を用いる場合は十分な余白を持たせることですっきりと読みやすい表示となります。

また、文字は書体を変えるだけで印象が大きく変わります。企業や店舗、商品などのイメージに合った書体を選ぶことで、人の共感や信頼を得られ、記憶に残るものにする事ができます。

基本書体（ゴシック体）

ヒラギノ角ゴシック
Frutiger ABCD 1234

個性を表現したい場合（明朝体・筆書体）

明朝体（黎ミン）
筆書体（新正楷書 CBSK1）
Sabon ABCD 1234

千代田区のサインの推奨書体（参考資料：千代田区公共サインデザインマニュアル）

POINT

- 文字は、企業や店舗等のイメージに合った書体を選ぶ。

地域特性・イメージの反映

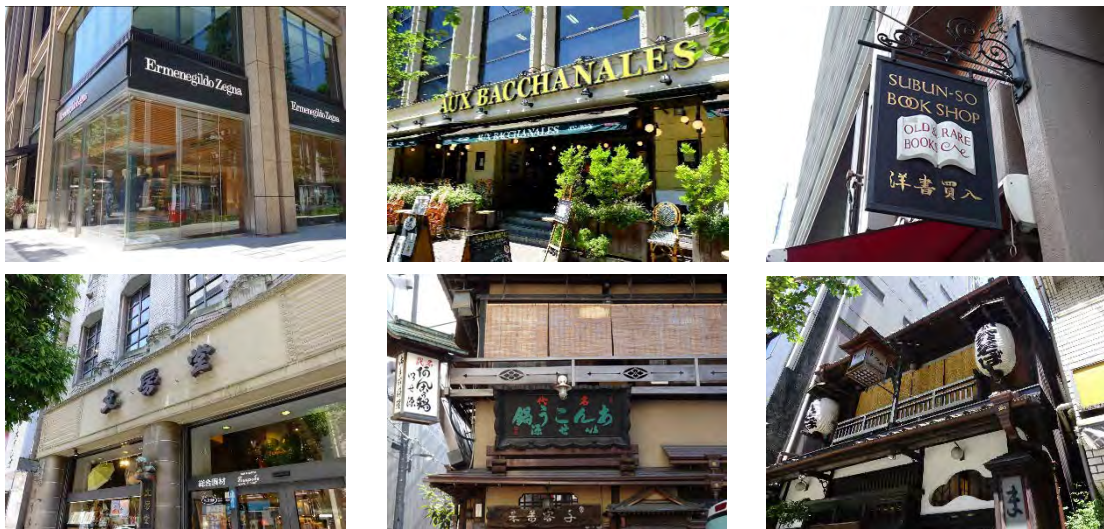
屋外広告物は同じ場所に長い時間設置・掲出されるものや、イベント広告など短期間掲出されるものがあり、どちらも景観に影響を及ぼします。その設置場所は駅前や商店街、歴史的な地域、住宅地など多様です。屋外広告物の大きさや意匠が同じでも、街並みや他の広告物の状況によって、目立つ度合いが変わります。

屋外広告物を計画する際は、地域の景観形成の方針や街並みの現状を把握し、広告物と周辺の要素が相互に協調しながら、設置場所の特徴を際立たせていくように工夫する必要があります。

このため、屋外広告物単体それぞれが目立つことばかりでなく、地域特性を踏まえて、素材や色彩、大きさ、形態などをデザインに取り入れていくこととし、広告主やフランチャイズチェーンについてはフランチャイズ本部等に配慮を求めます。

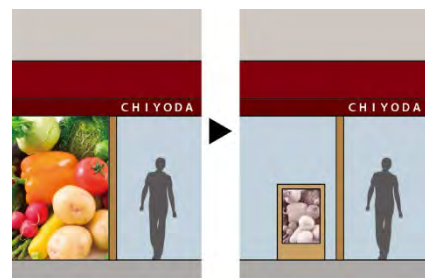


同じ突出広告物を設置した場合でも、地域や街並みによって見え方が異なる



また、人物等の写真を用いたダイレクトな表現は、目立ちやすい一方で、街並みの連続性やまとまりを妨げるほか、歩行者に対して圧迫感が出る要因となるため、表現が過大にならないようにしてください。

歩行者等が歩きやすく快適なスケール感（ヒューマンスケール）に配慮することが大切です。



大きさや色彩を改善したイメージ

POINT

- 周辺の地域特性にあった大きさや形態などをデザインに取り入れ、その場所の特徴を際立たせるようにする。
- 歩行者等が歩きやすく快適なスケール感（ヒューマンスケール）に配慮する。
- 特に人物や飲食物等の大きな写真は控え、使用する場合は、顔の正面を避けたり、モノクロにしたりするなど、配慮する。

建築意匠との整合

屋外広告物のある魅力的な景観を育むためには、広告物を含む建築物全体のファサードをデザインし、雰囲気の良い街並み景観を連続させていくことが大切です。屋外広告物を街並みの一部として捉え、広告物を含む建築物の外観全体がまとまって見えるように、その掲出位置や大きさを揃えるなど、秩序が感じられる計画的な表示としてください。

特に交差点に面した敷地は、地域の顔となります。建築物の外観を活かす計画的な表示とし、地域の街並みに対して広告物が主張し過ぎないように配慮することが大切です。

また、間口が長い建築物は広告物が連続する可能性があるため、一体感の形成が必要です。計画段階から自主規制を設けるなどの配慮を求めます。



建築意匠と一体的な頂部の屋外広告物の例（右図は交差点）

POINT

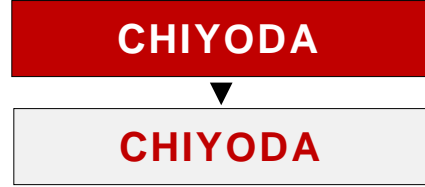
- 計画段階から自主規制を設けるなど、建築物の外観デザインと一体的な広告とし、建築物や街並みがまとまるようにする。複数のテナントが入居する場合は特に配慮する。
- 交差点に面した建築物や敷地に掲出する場合は、主張し過ぎないようにする。

(3) 色彩

高彩度色や色数の抑制

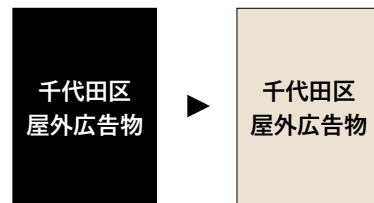
建築物については定量的な色彩のルールが定まっており、街並み景観としては屋外広告物の色彩が特に重要となります。

鮮やかな色彩は高彩度と言われ、目立ちやすい性質があります。高彩度色は屋外広告物に多用されがちですが、このことで街並み本来の落ち着いた色彩や連続性が失われてしまうことがあります。



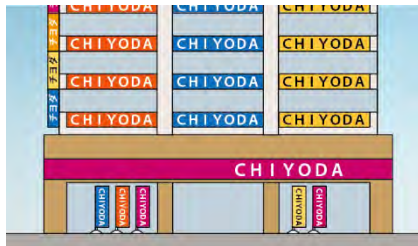
地色を反転して周辺の街並みとの調和に配慮した例

白や黒もコントラストが強く使い方には注意が必要で、地域特性に応じて地の色にベージュやオフホワイトを選択する必要があります。



地色のコントラストを抑えた例

また、屋外広告物に多くの色数を用いると、無秩序な印象となり、統一感のあるイメージを作りにくくなります。屋外広告物の色彩は、高彩度色や色数を抑えて、周辺の街並みとの調和や建築物全体のまとまりに配慮することが大切です。



改善前のイメージ



改善後のイメージ（情報量の抑制）

POINT

- 高彩度色や色数を抑える。
- 白や黒などコントラストの強い色彩が周辺に合わない場合は、地域特性に応じて地色にベージュやオフホワイト等を選択する。

色彩とイメージ訴求

色彩は、鮮やかさや明るさによって、人の心理に与えるイメージが変化します。

こうした色彩のイメージを企業やブランドのイメージ訴求に活かすことは大変有効です。

一方で、色彩のイメージは、プラス・マイナスの両方を併せ持つことから、屋外広告物単体のデザインだけでなく、周辺との調和や地域特性に配慮した心地よい見え方となるよう工夫し、プラスのイメージを活かすことが重要です。



POINT

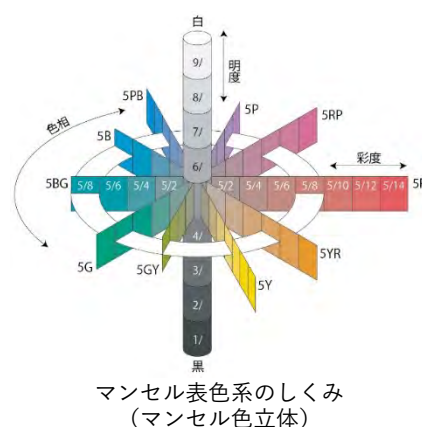
- 周辺の地域特性にあった色彩とする。

屋外広告物と色彩

一般に色彩を、赤や青、黄などの色名で表現します。しかし、色名による表記は捉え方に個人差があり、ひとつの色を正確かつ客観的に表すことはできません。

このため、本ガイドラインでは、東京都景観色彩ガイドラインの色彩基準に使用され、JIS（日本産業規格）にも採用されている国際的な尺度である「マンセル表色系」を採用しています。

「マンセル表色系」では、ひとつの色彩を「色相（しきそう）」「明度（めいど）」「彩度（さいど）」という3つの尺度の組み合わせによって表現します。

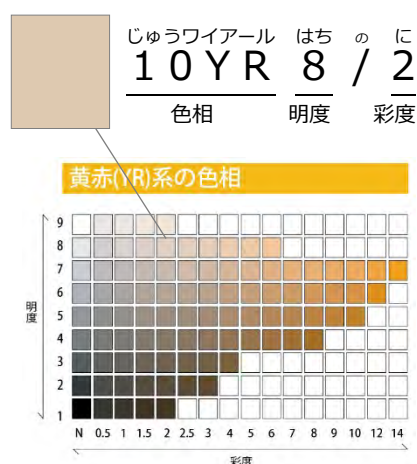


色彩の三属性〈色相・明度・彩度〉

色相：色合いを表します。10種類の基本色（赤、黄赤、黄、黄緑、緑、青緑、青、青紫、紫、赤紫）の頭文字をとったアルファベット（R、YR、Y、GY、G、BG、B、PB、P、PR）とその度合いを示す0から10までの数字を組み合わせ、10YRや5Gなどのように表記します。

明度：明るさを0から10までの数値で表します。暗い色ほど数値が小さく、明るい色ほど数値が大きくなり10に近くなります。

彩度：鮮やかさを0から14程度までの数値で表します。色味のない鈍い色ほど数値が小さく、白、黒、グレーなどの無彩色の彩度は0になります。逆に鮮やかな色彩ほど数値が大きくなり赤の原色の彩度は14程度です。



マンセル記号の読み方

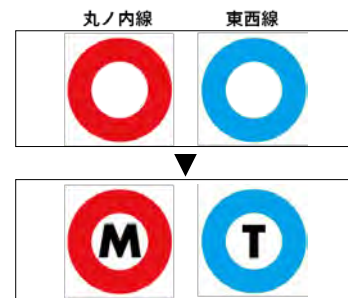
屋外広告物に色彩の性質を活用

色相：カラーユニバーサルデザインに配慮

日本人男性の約5%が遺伝や目の疾患等により、色相を十分見分けることが困難といわれています。高齢者および色弱者の方等に配慮して、色の違いだけでなく明るさの違いや形の違いによる情報を組み合わせて、誰もがわかりやすい情報提供を心掛けてください。

見分けにくい色の組み合わせ例

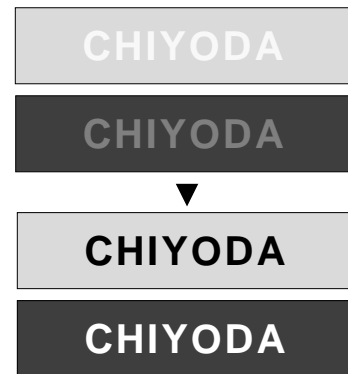
黒色と青色、黒色と赤色、赤色と緑色



カラーユニバーサルデザインに配慮して改善した地下鉄の案内表示の例

明度：判読性・可読性に関係

明度の違い（対比）は、色相の違いや彩度の違いに比べて認識しやすく、文字やマーク等の判読性・可読性に影響します。適度な明度差をつけて、判読しやすい配色とすることが大切です。



明度差をつけて判読性・可読性を高めた例

彩度：目立ちやすさに関係

彩度が高い色＝派手な色ほど目立ちやすく、彩度が低い色＝落ち着いた色ほど周辺に馴染みやすい性質を持っており、このことを色彩の「誘目性」といいます。高彩度色を使う場合は、小さい面積で効果的に用いて、過剰に存在感を誇示しないことが大切です。特に、高層部は遠くからでも目立つため、使用を控えてください。



鮮やかな色の面積を抑えて、落ち着いた広告物の例

POINT

- 高齢者や色弱者等に配慮し、色彩に明るさや形の違いによる情報を組み合わせる（カラーユニバーサルデザイン）。
- 誘目性の高い高彩度色を使用する場合は、小さい面積で効果的に用いる。

(4) 素材

地域特性を際立たせる素材

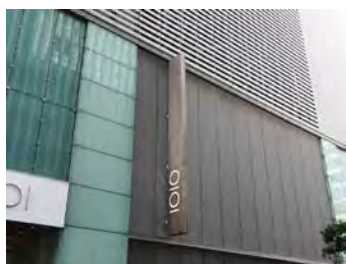
屋外広告物の素材は、風格のある都市景観、歴史的な街並み、古書店街などの下町の雰囲気、水辺や緑の自然景観など、設置場所の地域特性を踏まえて計画する必要があります。

また、都心において、環境や人にやさしい材料を積極的に使用することが大切です。歴史的な雰囲気を色濃く残している場所では、経年変化で美しく風化するような素材が求められています。

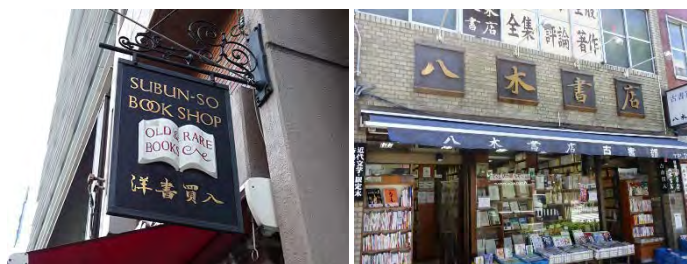
そこで、金属、ガラス、木、石、布など地域特性の特徴を際立たせるような素材を積極的に使用してください。素材によって加工や塗装方法などが異なるため、素材の特徴を活かしたデザインとする必要があります。



木造の歴史的建造物と共通する木材などの伝統的素材を使用して、経年変化により風格や歴史が感じられる広告物の例



建築の外壁と一体感のある「金属」を用いたシックな広告の例



古書店街の文化的な雰囲気にあった「金属」を用いたレトロな広告の例



「ガラス」を用いた透明感や軽快さのある広告の例



「木材」を用いた洒落た雰囲気の広告の例



和や歴史を感じさせる「布」を用いた広告の例

POINT

- 環境にやさしく、経年変化が美しい伝統的素材など地域特性を活かした素材を活用し、素材にあったデザインとする。

建築意匠との整合

千代田区は首都としての品格を象徴する街並みが形成されており、特に建築壁面を利用した広告物は、建築物の外観デザインを損なわないような意匠とし、建築物や街並みと一体に計画することが大切です。金属やガラスなどの質感を活かして、品格のある景観を創出してください。

また、建築物が高層化する中で、ガラス面を利用した特定屋内広告物が多く、景観を阻害しています。特定屋内広告物においても屋外広告物同様に配慮が必要です。

更に近年、急速に普及している壁面用広告シートについては、壁面全体を使って大きな広告物を掲出する事例が増えており建築意匠や街並みへの配慮が必要です。



建築物壁面と一体的な素材の壁面利用広告物の例



ガラス面を利用した特定屋内広告物の例

POINT

- 建築物の外観デザインを損なわないように、金属やガラスなどの質感を活かす。ガラス面を利用した特定屋内広告物においても、屋外広告物同様に配慮する。

(5) 照明・光

高輝度（眩しさ）の抑制

千代田区は首都としての品格やにぎわいある夜間景観を創出しており、屋外広告物においても景観特性に配慮した魅力的な夜間景観を演出する役割が期待されています。一方で、過剰な照明は周辺環境へ悪影響を及ぼすことから「光害（ひかりがい）」と呼ばれています。



そこで、周辺の夜間景観との関係に配慮した、適切な明るさや照明方式が求められています。千代田区では屋外広告物の照明は、原則、内照式もしくはバックライト方式（間接照明式）とし、皇居や歴史的建築物周辺等の品格のある夜間景観や落ち着いた住環境の保全を図ります。なお、内照式は全面発光を避け、文字等の部分の発光に努めるようにしてください。中高層部に関しては遠くからでも目立つため、より柔らかく上品な光となるように配慮することが大切です。

蓄光式など新しい技術が活用される場合もあるため、十分な地域特性の確認と配慮が必要です。

また、歩行者等の安全性に影響があること等から、歩道を含む道路への投影広告物は禁止されています。

屋外広告物の照明方式（内照式・バックライト方式）と考え方

照明方式		事例	考え方
内照式 (箱文字)	箱文字内部に照明装置を内蔵し自ら発光するもの		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。
バックライト方式 (箱文字)	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		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。

POINT

- 建築の照明計画と一体的に検討する。
- 原則、内照式（文字等の部分のみ）もしくはバックライト方式とし、周辺の街並みとの調和に配慮する。
- 中高層部は、より光量を抑え、千代田区ならではの品格のある夜間景観を演出する。
- 周辺の環境に応じて適切な点灯時間を設定する。歴史的建造物等や住宅の周辺では、夜間は消灯する。
- 道路への投影広告は掲出ししない。

〈良好な夜間景観形成のための建築計画の手引（東京都）〉

- ・不快なまぶしさを生じさせないように、周辺環境に応じて適切な輝度を設定する。

点滅、高速モーションの抑制

人は本能的に動くものに反応する性質を持っていることから、道路沿道や交差点付近での点滅などの動光を用いることは大変危険です。

不用意に注意を促す表現は避けることとし、やむを得ず用いる場合は動きを緩慢にするなど安全性や街並みの連続性に十分な配慮が必要です。

POINT

- 安全性や街並みの連続性に配慮し、光源の点滅は避ける。
- 特に道路沿道や交差点付近では、交通安全性にも配慮して高速モーションなどの動光を避ける。やむを得ず掲出する場合は、動きを緩慢にする。

〈東京都屋外広告物条例〉

- ・旧美観地区では、光源の点滅は禁止。

〈良好な夜間景観形成のための建築計画の手引（東京都）〉

- ・高層部（3階以上、地盤からの高さが10m以上）に設置する広告物の照明は、光源が点滅しないものとする。

地域特性に応じた色温度の演出

人間の生活リズムと太陽光の関係から、夕日を思わせる暖かい光は安らぎや落ち着きを感じさせ、一方で晴天を思わせる白っぽい光は活動的な雰囲気演出する効果があります。

屋外広告物に照明を計画する場合は、周辺地域の特性に応じて、住宅地では住環境に配慮して安らぎを演出するなど、地域の雰囲気づくりに貢献することが大切です。

光源の色温度と演出効果

色温度	光の色	人工光源	自然光	雰囲気の演出
12000K	青みがかった光色		快晴の北空	 高い色温度を基調とした景色
10000K			曇天	
8000K				
6500K			昼光色	
5000K	白っぽい光色	昼白色	 低い色温度を基調とした景色	
4200K	白色	日の出・日没		
4000K				
3500K	温白色			
3000K	電球色			
2000K ~1800K	赤みがかった光色			ろうそくの炎

POINT

- 落ち着きや安らぎなどを色温度で演出し、夜間における地域の雰囲気づくりに貢献する。
- 中高層部の広告物に照明を設置する場合は、白色系とする。
- 地域でイルミネーションなどを開催する場合は、周辺と調和するように輝度、色温度を調整する。

〈東京都屋外広告物条例〉

- ・旧美観地区や風致地区では、赤色光の使用は禁止（表示面積の1/20以下は使用できる）。

〈良好な夜間景観形成のための建築計画の手引（東京都）〉

- ・高層部（3階以上、地盤からの高さが10m以上）に設置する広告物の照明は、白色系とする。

動画・プロジェクションマッピング等の効果と配慮

最近では、映像技術が発達し、建築物などの立体的なものに映像を投影するプロジェクションマッピングなど新しい空間演出が注目されており、広告としても活用されるようになってきました。また、建築物の壁面全体を可変的なライティングやデジタルサイネージ等により、グラフィカルに演出する表現も見られるようになっていきます。海外では、ビル単体ではなく都市スケールでのメディアファサードが出現しています。

こうした映像の手法は、楽しく夢のある表現ですが、使用する音や光が周辺環境に漏れるなど、近隣トラブルとなることがあります。また、メディアファサードのように、建築壁面を発光させている建築物については、周辺の建築物への反射による、想定外の視認性の問題も懸念されます。公共空間における音や光による演出にあたっては、周辺環境への配慮を十分に行うことが大切です。



プロジェクションマッピング（東京駅）

また、イベント時に設置されたデジタルサイネージ等については、イベント終了後も継続して広告が流される傾向があり、常設のものとなる場合は、特に配慮が必要です。

POINT

- 新しい映像技術については、周辺環境への配慮を大切に計画する。
- イベント終了後の活用についても事前に計画する。

(6) 第三者広告物のあり方

誰もが共感できる表示内容

屋外広告物は、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。

多くの人に好意的に感じてもらうことができる広告物を表示することで、企業や商品の良好なイメージを形成することが大切です。

1ビジュアル1コピーとするなど、わかりやすくすっきりとした表示となるようデザインを工夫してください。



お洒落ですっきりとしたバス停の広告

広告物を含む街並み景観を育む視点

屋外広告物のデザインを評価する場合、グラフィックデザインなど、広告物単体の善し悪しだけを判断すると捉えられることがあります。

しかし、広告物単体が優れていることだけでなく、屋外広告物も建築物等と同様に景観の一部を担っていることを前提に、広告物を含む街並み景観を評価する視点が大切です。

商品やブランドの広告で表示面の内容が統一されているような場合でも、周辺の景観と調和するように、色彩をはじめデザインの調整を行うことも必要です。



街並み景観に調和したフラッグ等の広告

新規に設置する場合の配慮

交差点や視界が開けた場所で目立ちやすい大きな壁面等には、突如として大規模な第三者広告物が設置されることがあります。

第三者広告物を新規に設置する場合は、地域特性や周辺の街並みへの影響、交通安全、住宅に屋外広告物が向かないこと等を考慮し、設置すべきかどうか十分に検討することが必要です。

また、周辺に既に同様の屋外広告物が設置されている場合は、それらと大きさや設置高さ等を揃えて景観の秩序を保つようにしてください。

POINT

- 広告物は、好意的な印象を与えるものとする。
- 第三者広告物も地域の利益を考慮して、街並み景観の向上に寄与するものとする。
- 第三者広告物も、周辺の景観や住環境等の秩序を保つように配慮する。

3. 「種類別」景観配慮事項

(1) 屋上利用広告物

屋上利用広告物は遠くからでも目立つため、できる限り設置を避ける。

遠くからも目立つということは、広い範囲の景観に影響を与えることとなります。千代田区には、皇居とその周辺の眺望点のほか、外濠や歴史的な社寺など眺望を保全すべき場所が数多く存在します。また、行幸通りなどは、区内に存在する東京を代表する景観資源ですが、東京駅の背景にある屋外広告は区外に立地しており、背景も含めた眺望景観を保全するためには、区界を超えた広域的な連携も必要です。

〈東京都屋外広告物条例〉

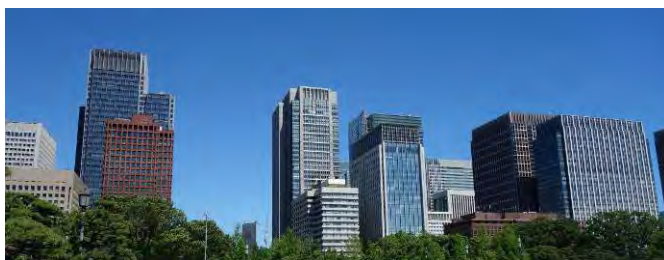
- ・旧美観地区、風致地区、第一種文教地区は設置できない。

〈東京都景観計画〉

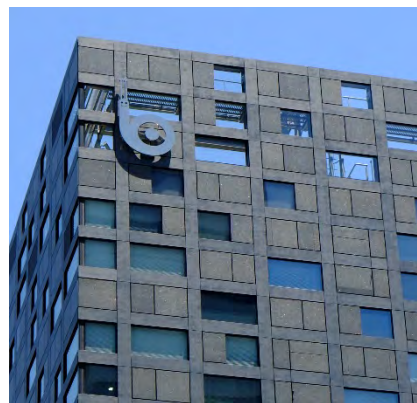
- ・都市開発諸制度などを活用して計画される大規模建築物等については、設置できない。



周辺の建築物から突出した屋上利用広告物の例



屋上利用広告物が抑制された風格ある景観（皇居からの眺望）



表示方法や表示内容が慎重に計画された頂部の屋外広告物の例

このため、高層建築物の頂部に設置する屋外広告物については、眺望点等からの見え方をシミュレーション等によって検証し、やむを得ず設置する場合は、以下に配慮してください。

具体的な配慮事項

- 周辺建築物のスカイラインを崩さないよう配慮し、建築物と一体的な形状や配置とする。
- 第三者広告物の設置を控える。
- 色彩を反転するなど地色を建築物と共通性のある落ち着いた色彩とする。
- 表示方法や表示内容を限定し、建築物と一体的に見せるようにする。特に重要な眺望点から視認される場合については、設置を避ける。
- 文字やロゴは必要以上に大きくしない。
- 夜間照明は原則白色系とし、点灯時間について周辺の環境に応じた自主規制を行う。
- デジタルサイネージは広範囲に大きな影響を与えるため、避ける。

(2) 壁面利用広告物

壁面利用広告物は、建築物の外観デザインを損なわない規模やデザインとする。

千代田区は首都としての品格を象徴する街並みが形成されており、特に建築物の壁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する必要があります。そのためにも、壁面利用広告物は、建築物の一部として計画することが大切です。

〈東京都屋外広告物条例〉

- ・第1種・第2種住居地域内では、地盤面から33m以下。それ以外の地域は52m以下。
- ・50㎡以下で（商業地域は100㎡以下）、表示面積の合計は当該壁面面積の3/10以下。

〈東京都景観計画〉

- ・都市開発諸制度などを活用して計画される大規模建築物等の高層部（3階以上、地盤からの高さが10m以上）については、自社名、ビル名、店名又は商標を表示するものに限る。
- ・ビル名の文字などを表示する壁面広告物は、高さを3m以下、長さをおおむね壁面幅の1/3以下とする。



建築物壁面と一体的なデザインの壁面利用広告物の例



低層部に壁面利用広告物を配置した例（※ピンク枠：広告物）



緑と一体となった壁面利用広告物の例



周辺と協調した壁面利用広告物により、しなやかな印象の街並みが形成された例

具体的な配慮事項

- テナントビルなど複数の事業者が表示する場合は、面積や位置を揃えるなど規則性を持たせ、秩序が感じられる表示とする。
- 壁面やガラス面を大きく覆うような表示は避ける。
- 建築物単体との調和だけでなく、街並みとの調和に配慮する。
- 低層部での設置を基本とし、高層部に掲出する場合は箱文字・切文字などの表示とするなど、建築物壁面と一体的なデザインとする。
- 文字やロゴは必要以上に大きくしない。
- 派手な色彩は避け、色数を抑える。
- 第三者広告物は、建築物の正面（道路に面した壁面）に表示し、側面（隣地側）の表示を控える。

(3) 突出広告物

突出広告物は通りのビスタ景観に配慮し、壁面線を乱さないようにする。

突出広告物は通りに張り出すため、通りの見通し景観（ビスタ景観）や街並みの連続性に大きな影響を与えるため、壁面線を乱さないように配慮してください。

〈東京都屋外広告物条例〉

- ・ 広告物の下端は歩道上では、3.5m以上（道路境界線から出幅が0.5m以下の場合には2.5m以上）。
- ・ 歩車道の区別のない道路上では4.5m以上。
- ・ 道路境界線から出幅が1m以下、かつ、建築物からの出幅が1.5m以下。

〈地区計画の一例〉

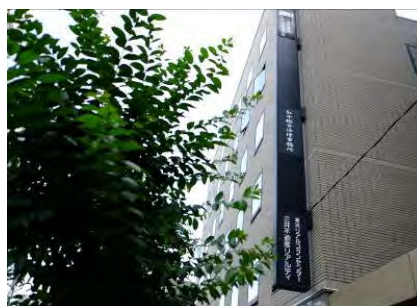
- ・ 壁面を後退した部分については、工作物を設置してはならない。ただし、地盤面から6m以上については、この限りではない。

具体的な配慮事項

- 1～3階程度の低層部に設置する。
- 高層部に掲出する場合は、地色を白色や建築物と共通性のある落ち着いた色彩とする。
- テナントビルなど複数の事業者が表示する場合は、面積や位置を揃えるなど規則性を持たせる。
- 街並みの連続性に配慮しつつ、地域特性を加味したデザインや素材とする。



金属の質感を活かした品格のある突出広告物の例



テナントビルの形態、色彩等を統一した秩序ある突出広告物の例



一建築物の中で規模や高さを揃えて統一感を持たせつつ、地域特性を加味したデザインの突出広告物の例

(4) 土地に直接設置する広告物

広告塔や広告板は、建築物や外構のデザインとの調和に配慮し、集約化する。

広告塔や広告板など土地に直接設置する広告物は、建築物や外構の一部として一体的に計画することが大切です。

〈東京都屋外広告物条例〉

- ・ 広告物の上端は地上 10m 以下（ただし、商業地域内に設置する自家用広告のうちで自分の氏名、名称、店名、商標を表示する場合は 13m 以下）。

具体的な配慮事項

- 1つの敷地に複数の事業者が設置する場合はできるだけ集約化し、大きさや色彩などデザインを揃える。
- 歩行者、自転車、車両の通行や見通しを妨げない大きさ、高さ、意匠とする。
- 支柱などの構造物は、景観に調和する落ち着いた色彩や素材とする。
- 基礎周辺を緑化したり、透明な素材を用いたりするなど、設置場所に合った工夫をする。



集合看板を計画的に配置し、案内情報等を集約した例



エントランスに設置された見通しのきく品格のある広告板の例



建築や広場と一体感のある洗練された案内サインの例

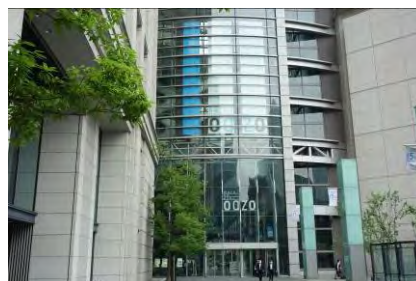
(5) 広告幕

広告幕は、建築物の外観デザインを損なわない規模や設置数とする。

懸垂幕等の広告幕を設置する場合は、建築物のファサードの一部として計画することが大切です。

具体的な配慮事項

- 建築物の外観全体や店舗の雰囲気と調和したデザインとする。
- 建築物の正面（道路に面した壁面）に表示し、側面に表示しないようにする。
- 建築物や周辺とのバランスや街並みに配慮した意匠、最小限の大きさや本数、色数とする。
- 時限的な表示とするなど、街並み景観や歩行者等の安全性に配慮する。
- 取付金物について、建築物の外壁と同等色のものを採用するなど、広告幕が設置されていない期間に目立たないように工夫する。



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



店舗の雰囲気に合わせて広告幕を活用した効果的な演出の例

(6) 広告旗

広告旗は通行や見通しに配慮し、にぎわいや催事の演出を図る。

バナー広告やのぼり旗等の広告旗は、にぎわいや催事の演出に有効ですが、連続して表示するケースも多く、地域の景観に大きな影響を与えるため配慮が必要です。

バナー広告は統一感の中にも色彩や表示内容をパターン化することで、適度なリズム感やにぎわいづくりに貢献できます。

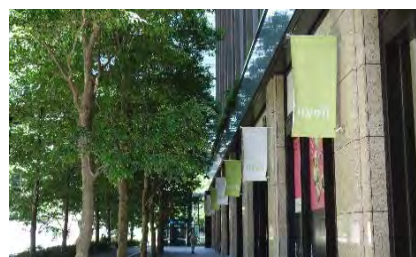
のぼり旗は設置を控え、設置する場合は時間を決めてエントランス付近に集約し、街並み景観の秩序を保つよう配慮することが大切です。

具体的な配慮事項

- 街並みとの調和に配慮し、地域特性を加味したデザインとする。
- 時限的な表示とし、街並み景観や歩行者や自転車等の安全性に配慮する。
- 支柱などの構造物は、景観に調和する落ち着いた色彩や素材とする。
- 複数のバナー等を連続して表示する場合は、テーマカラー等の色彩や表示内容をパターン化するなど統一感や関連性のあるデザインとする。
- のぼり旗は、エントランス付近に集約する。



にぎわいの連続性や統一感を演出しているバナーフラッグの例



統一感のあるバナー広告により、にぎわいの連続性を演出している例

(7) 立看板・移動看板

立看板や移動看板は、季節ごとの変化やもてなしが感じられるようにする。

立看板や移動看板は、街並み景観や安全性に配慮して、歩道を含む道路への掲出が禁止されています。敷地内で掲出してください。

具体的な配慮事項

- 歩道等の敷地外に掲出しない。
- 街並みとの調和に配慮して、落ち着いた色彩や素材とする。
- 手描きによる表現を用いたり、定期的に内容を更新したりするなど、もてなしの心を表現する。
- 季節の植物など変化のある要素と組み合わせる。
- 時限的な表示とするなど、街並み景観や歩行者や自転車等の安全性に配慮する。



しやれた雰囲気と建築物と調和した木の立看板の例（公開空地）



緑との連続性を感じさせるしやれた立看板の例（公開空地）

(8) 日よけ（オーニング）

日よけは、建築物のデザインに調和する規模や色彩とする。

日よけ（オーニング）を設置する場合は、建築物のファサードの一部として計画することが大切です。

〈東京都屋外広告物条例〉

- ・ 広告物の下端は道路上 4.5m 以上（ただし、歩道は歩道上 3.5m 以上）。
- ・ 道路境界線から出幅が 1m 以下、かつ、建築物からの出幅が 1.5m 以下。



建築物や緑と調和した色彩で統一された日よけが設置された街並みの例

具体的な配慮事項

- 文字やロゴマークを表示する場合はワンポイントとする。
- 地色は 1 色とするなど色数を抑え、街並みや建築物、周辺の緑との調和に配慮する。
- 一つの建物に複数設置される場合や周辺の建物に設置されている場合は使用する色や色調を整えるなど自主規制を設ける。

(9) デジタルサイネージ

デジタルサイネージは周辺環境等に配慮して、光、動き、音などを抑える。

近年、技術革新により「光や動きがある広告物」の普及が進んでおり、千代田区内においても、デジタルサイネージは秋葉原など一部の地域で普及しています。

しかし、デジタルサイネージは文字や映像が動く媒体のため、通常の屋外広告物以上に街並みや夜間景観に与える影響は大きく、付随する音声についても周辺環境への影響が懸念されます。

千代田区では、歴史的に継承されてきた皇居周辺の品格や外濠・神田川等の自然景観を保全してきた経緯から、デジタルサイネージの掲出については、特段の配慮が必要と考えています。設置する地域、高さや規模、エリアマネジメントとの連携など運用面についても配慮することが重要です。

このため、屋外広告物禁止区域と許可区域については、それぞれ以下の方針で掲出を行ってください。

〈東京都屋外広告物条例〉

- ・旧美観地区では屋上への取付け、光源の点滅、赤色光の使用（表示面積の1/20以下は使用できる。）は禁止。風致地区では、屋上への取付け、壁面からの突出は禁止。
- ・建築物の一壁面に内容を同じくする広告物等を表示する場合は、各広告物等の間隔を5m以上離す。



緩やかに静止画の画面切り替えを行っているデジタルサイネージの例

デジタルサイネージ等の広告物に係る景観誘導方針

区分	地域・地区	景観誘導方針
禁止区域	旧美観地区（屋外広告物禁止除外区域を除く）・風致地区	原則、デジタルサイネージ等を設置しない。 ただし、東京都屋外広告物条例の特例許可を受け、設置・運用する場合は、以下の特例基準に適合させる。
許可区域	上記以外の区域	デジタルサイネージ等の設置はできる限り控えるようにする。 ただし、周辺の状況からデジタルサイネージ等の活用や自主運用ルールの策定により、周辺地域と一体的な街並みの形成に寄与するような場合は、この限りではない。

なお、屋外広告物禁止区域において、東京都屋外広告物条例の特例により設置する場合は、以下の基準を踏まえてください。

禁止区域における特例基準

- 原則、音は出さない。
- 合計面積は、旧美観地区が10㎡以下、風致地区は5㎡以下とする。
- 低層部以外に設置しない。壁面への収まりに配慮し、上限は3～5m程度とする。
- 深夜（終電～日の出）は原則、消灯するものとし、夜間の輝度については、800cd/㎡以下を目安とする。
- 点滅する広告や動画は表示しない。静止画とし、静止画の画面切り替えは緩やかな速さとする。
- コンテンツについては、できる限りエリア広告、広告以外の環境映像や防災情報など各種情報を提供するなど、地域貢献の要素を取り入れる（広告料の一部をまちづくりに還元する、周辺の設置予定者とデジタルサイネージを共有する等）。
- 窓等の内側から屋外に向けて掲出する場合も、上記の内容に則る。

屋外広告物禁止区域以外で、デジタルサイネージを掲出する場合は、以下に配慮してください。なお、交通安全、防犯、災害対策等の安全性・緊急性等のための公共広告物等は除きます。

〈東京都景観計画〉

- ・都市開発諸制度などを活用して計画される大規模建築物等の高層部（3階以上、地盤からの高さが10m以上）に設置する広告物の照明は、白色系かつ光源が点滅しないものとする。

〈良好な夜間景観形成のための建築計画の手引（東京都）〉

- ・夜間は昼間の5分の1程度の輝度とするのが適当である。

具体的な配慮事項

設置について

- 原則、音は出さない。
- 壁面への収まりに配慮し、歩行者等が歩きやすく快適なスケール感（ヒューマンスケール）とする。
- 見通しの良い場所や高い場所は広範囲に影響があるため、できる限り設置しないようにする。やむを得ず設置する場合は、大きさや明るさを抑える。
- 周辺の環境に応じて適切な消灯時間を設定する。
- 歴史的建造物の周辺や住宅地など地域の雰囲気にとぐわな場所では設置しない。
- 歩行者等の安全や健康が確保されるように、派手な色彩、過度な発光や点滅、激しい動きは避ける。特に道路沿いは、歩行者だけでなく自動車運転者等からの視認性にも配慮する。
- 信号交差点付近は信号機と誤認されないように、できる限り設置しないようにする。なお、信号機付近に掲出する場合は、信号と同じ色彩（赤、青、黄）や、信号機よりも高い輝度は避ける。
- 夜間は昼間と同じ出力では明る過ぎるので、周辺の明るさ（時間や場所、季節）に応じて輝度を調整する。
- 地色に明度の高い白を使うと輝度が上がって見え難くなるため、ライトグレー、オフホワイト又はアイボリー等を使用し、明度を抑える。
- 隣接するデジタルサイネージ相互や他の広告物との関係に配慮して、設置間隔や広告板のデザイン等を調整する。
- 窓等のガラス面の内側から屋外に表示する場合も、屋外に設置しているものと同様に景観への影響が懸念されるため、上記の内容について配慮する。

また、デジタルサイネージについては表示するコンテンツが容易に変更可能であること、屋外での表示であること、大きな面で表示されることも多いこと等から、テレビ等の放送よりも強い公共性をもつため、運用面も重要です。運用については、以下に配慮してください。

具体的な配慮事項

運用について

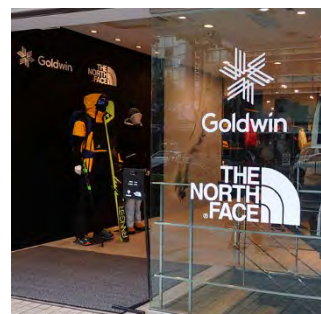
- 展開の速い動画は控え、静止画を織り交ぜたものとする。
- コンテンツについては地域特性を踏まえて計画する。
- 掲出する前の周辺への事前相談や設置後の苦情処理などについては、設置者が責任を持って対応する。
- デジタルサイネージが多く掲出されている地域においても、隣接するデジタルサイネージ相互の関係も考慮し、地域活性化・地域貢献につながる活用を検討する。
- 広告料の一部をまちづくりに還元するなど、まちづくりと一体となった運用を検討する。
- 災害時には、行政と連携し防災情報などの提供を検討する。

(10) 特定屋内広告物

特定屋内広告物は建築物の外観デザインを損なわない規模やデザインとする。

建築物のガラス面等を利用し、屋内から屋外に向けて広告を行う特定屋内広告物については、屋外広告物の定義に当てはまらないことから規制が難しく、無秩序な掲出が拡大し、景観への影響が問題視されてきました。近年では、内貼りのフィルムへ動画を投影する形の広告物も散見されます。

窓面を使用する範囲が広い場合、建物外壁の色彩として認識される場合があるため、特定屋内広告物も屋外広告物と同様に、建築物のデザインを損なわないように配慮し、閉鎖感や圧迫感を与えないよう、設置する場合は以下に配慮してください。



店舗入り口に設置された商品がにぎわいを創出している例

〈東京都景観計画〉

- ・都市開発諸制度などを活用して計画される大規模建築物等の高層部（3階以上、地盤からの高さが10m以上）については、建築物の窓面の内側から広告物及びこれらに類するものを表示しない。

具体的な配慮事項

- 建築物の外観全体と調和した表示とする。
- 低層部で用いることとし、中高層部では使用しないようにする。
- 窓面全体を覆うような表示は避け、歩行者等が歩きやすく快適なスケール感（ヒューマンスケール）、箱文字・切文字とするなど、開口部としての機能を妨げないようにする。
- 色数や情報量を最小限に抑え、すっきりとしたデザインとする。

(11) 車体利用広告

車体利用広告は、道路等を走行中に第三者広告を表示・掲出するものを主な対象としています。

車体の外面を利用した広告物は、様々な地域を走行するため、地域特性に配慮する必要があります。また、交通安全性に配慮したデザインや色彩とすることが大切です。

車体利用広告については、意匠等作成経過報告書の提出が必要な場合があります。詳しい基準については、区の広告物担当の窓口でご確認ください。

具体的な配慮事項

- 走行する地域の特性に配慮したデザインとする。
- 交通安全性に配慮したデザインや色彩とする。

(12) 新たな広告手法への対応

壁面用広告シート

近年、急速に普及している壁面用広告シートについては、工作物と異なり構造的な制約がなく安価で、壁面の仕上げに関わらず掲出可能な技術が開発されているため、大きな広告物を掲出する事例が増えています。

建築意匠との乖離や街並み全体の景観を阻害する可能性が高いため、地域特性を踏まえて規模や設置の有無等について計画する必要があります。

エアーク看板

バルーンを膨らませたエアーク看板は、立体的で誘目性の高い広告手法です。LED 照明を内蔵しており、夜間でも非常に目立ちます。また、未使用時には収納できるため、イベント用にも活用できます。

通りに面して設置する場合は、地域特性や周辺の街並みへの影響、歩行者等の安全性に配慮して計画する必要があります。

プロジェクションマッピングやメディアファサード

プロジェクションマッピングやメディアファサードなど光や映像による演出は、規模が大きく、期間が限定されるものであっても周辺環境への配慮を十分に行う必要があります。

P.23 に詳述

仮囲い広告・装飾

工事などの仮囲いは、街並み景観におけるネガティブな要素として捉えるのではなく、地域特性にあったにぎわいの演出やデザイン性の高い空間となるように計画する必要があります。建築物や周辺の歴史や思い出を想起させるようなデザインとするなど、地域や場所をより豊かにするという視点で考えてみるのが大切です。

また、存在感もあるため、街並み景観との統一感や安全性に配慮してください。

〈東京都屋外広告物条例〉

- ・ 宣伝の用に供されていない絵画、イラスト等では、許可が不要となる場合があります。



地域や場所の歴史や思い出を想起させる仮囲い広告の例（九段会館）

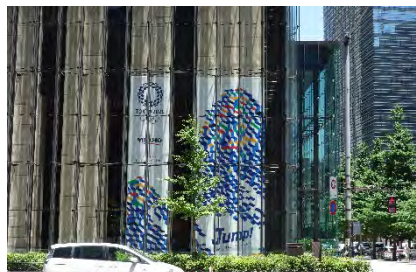
具体的な配慮事項

- 壁面用広告シートやエアーク看板の掲出にあたっては、地域特性を踏まえて計画する。特に旧美観地区内では掲出を避ける。
- 壁面用広告シートは、大きさや設置間隔に配慮する。
- プロジェクションマッピングやメディアファサードは、周辺環境への音や光の影響に十分配慮する。
- 工事などの仮囲いは、街並み景観との統一感や安全性に配慮しつつ、千代田区の地域性が顕在化するようになぎわいの演出や質の高いデザインに配慮する。

シティドレッシング（都市装飾）

オリンピック・パラリンピック競技大会等の国際的なイベントの実施に伴い、東京の街全体で、東京を訪れる人々へのおもてなしの雰囲気醸成するために、大型のポスターや照明等でまちを華やかに装飾する「シティドレッシング」などの取組が行われることがあります。

シティドレッシングは日本でも今後増加していくことが考えられますが、皇居周辺など地域特性を踏まえずに掲出すると景観を阻害する場合があります、更に実施期間中の来街者が持つ都市のイメージを決定づけるものとなる場合があります。イベント期間のみに実施されていることがわかるような工夫や、統一感を持たせながらも設置場所ごとの地域特性に沿った計画が必要です。また、窓面を覆うような掲出については、採光が確保できないなど建築基準を満たせなくなる可能性があります。期間や防災性、安全性に十分配慮が必要です。



東京 2020

ユニークベニュー

千代田区景観まちづくり計画では、『歴史的な景観資源について、夜間にも存在感を感じられるよう、その特徴を光で演出する』こととなっています。歴史的建造物、文化施設等で「ユニークベニュー」の会場となっている場所では、夜の新しい魅力を創出するためにライトアップを行っています。例えば、大手町・丸の内・有楽町地区では、街全体でクリスマスを演出する取組みを行っています。

しかし、周辺の夜間景観や住環境、自然環境に悪影響を及ぼす恐れもあるため、周辺の状況を踏まえた慎重な検討が必要です。



光都東京ライトピア（和田倉噴水公園）

パブリック・アート

パブリック・アートはまちや空間において個性や楽しさを演出することもできますが、一方で、地域の景観や安全性を損なう可能性があります。

パブリック・アートが地域の景観資源となるように、地域特性に配慮して周辺景観との一体感や地域の魅力の発信、安全性や維持管理性に配慮することが大切です。

具体的な配慮事項

- シティドレッシングやパブリック・アートの設置にあたっては、地域特性を踏まえて計画する。特に旧美観地区内では掲出する内容、デザインや掲出期間などについて、特段の配慮を行う。
- シティドレッシングやパブリック・アートの設置にあたっては、防災性、安全性や維持管理性に配慮する。
- 歴史的な景観資源や地区全体のライトアップやイルミネーションについては、周辺の景観や住環境等に十分配慮する。

エリアマネジメント広告

道路、公園などの公共施設やオープンスペースなどの公共的な空間を、地域主体の活動組織がきめ細かい管理を行い、地域の資源として活用することで、地域全体の価値向上を目指す、エリアマネジメントの取組が広がりを見せています。特に区内では、複数の地域で展開され、積極的に取り組まれています。

エリアマネジメントの取組の一つとして、地域で審査・運用できる自主審査体制の構築、地域イベント等の広告料をまちづくりに還元すること等を条件に、東京都屋外広告物条例や道路占用の特例許可が認められる場合があります。そのため、特に地域特性を踏まえた計画とすることが必要です。



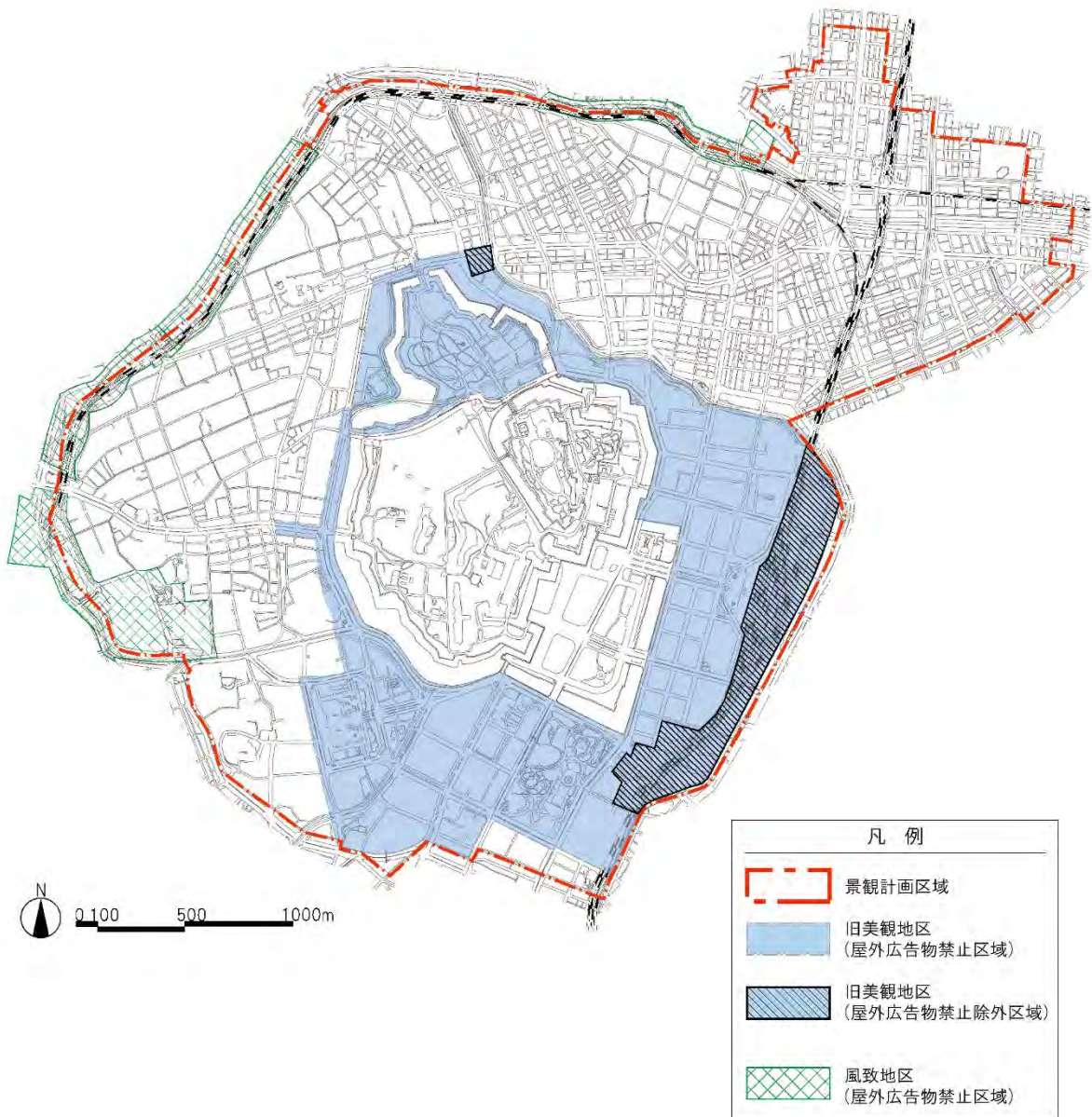
デザイン性の高いバナーフラッグが通りのにぎわいを演出している例

iii 地域編

1. これまでの蓄積を活かした屋外広告物の景観誘導

旧美観地区・風致地区等の区域について

千代田区はこれまで、東京都屋外広告物条例の規制体系に加えて、区独自の屋外広告物の景観誘導を行ってきており、こうした蓄積が、風格とメリハリがある屋外広告物を含めた街並み景観を育んできました。今後も、従来の蓄積を活かした持続的な景観誘導が期待されます。



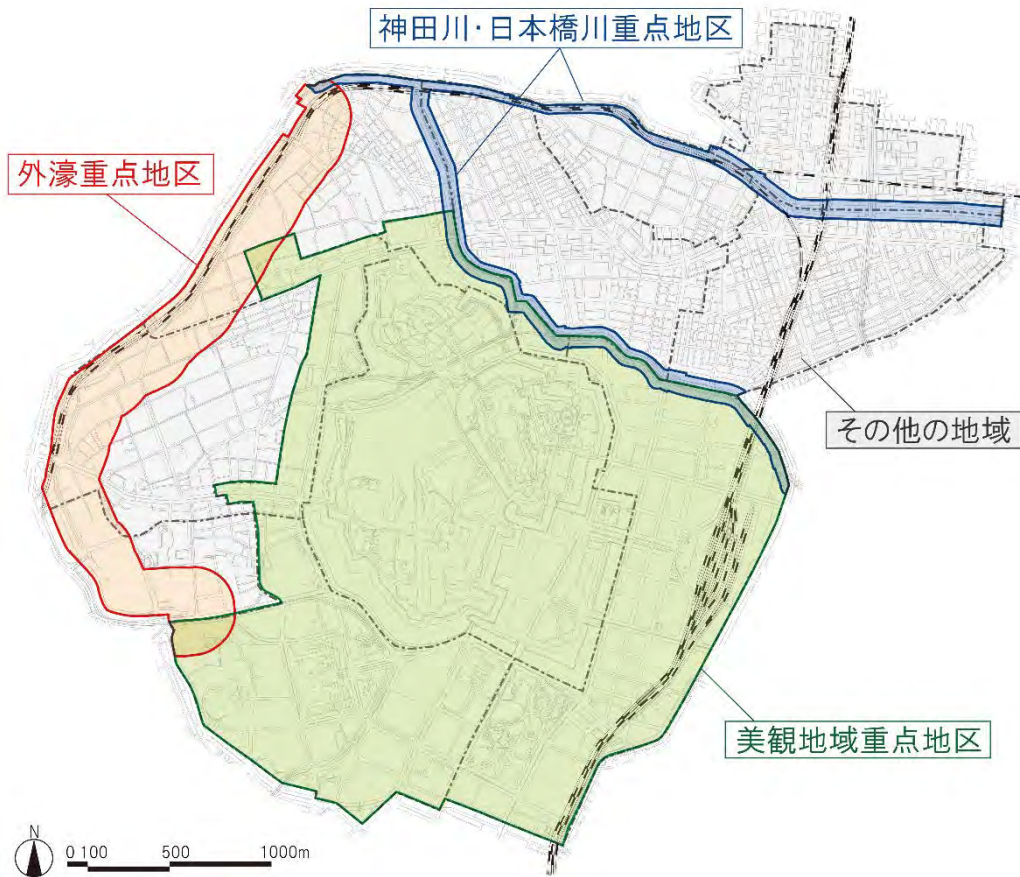
旧美観地区・風致地区の区域図

2. 本ガイドラインの地域区分について

本ガイドラインにおいては、前述した屋外広告物に関するこれまでの取組みと「千代田区景観まちづくり計画」を踏まえ、特に地域の個性や景観資源を活かした景観形成を図る3つの「景観重点地区」とその他の地域に区分します。

その他の地域は景観特性に応じて更に区分し、一定の景観配慮事項を定めます。今後、地域のまちづくりの動向や要望等に応じて、新たな地域区分の景観配慮事項を追加していきます。

これまでの蓄積を活かした景観誘導を継続的に行っていくため、旧美観地区・風致地区、景観重点地区や地域の景観配慮事項に適合するように計画してください。なお、建築物の敷地が複数の地域やエリアに属する場合は、広告物を設置する位置が属する地域の配慮事項を確認してください。



名称	重点地区・その他の地域の範囲
美観地域重点地区	内濠を取り巻く地域で、美観地域の全域。
外濠重点地区	江戸城外堀跡史跡の部分と、史跡から200mの陸上の区域を合わせた部分。
神田川・日本橋川重点地区	神田川・日本橋川の部分と、河川の両側からそれぞれ30mの陸上の区域を合わせた部分。
その他の地域	3つの「景観重点地区」以外の地域

景観重点地区・その他の地域位置図・概要

[参考] 3つの地域、12の境界、景観重点地区位置図

「境界別・重点地区景観まちづくりガイドライン」では、区を美観地域、麴町地域、神田地域に大別し、地形や各地域の成り立ち、景観の特性等を考慮し、12の境界に区分しています。また、3つの景観重点地区が存在し、そのうち地域分類と異なる外濠重点地区、神田川・日本橋川重点地区については、境界とは別の区分としています。



地域・境界・景観重点地区位置図

3. 景観重点地区

(1) 美観地域重点地区

皇居や内濠等の歴史的資産の保全・継承と 風格ある都市景観の創出

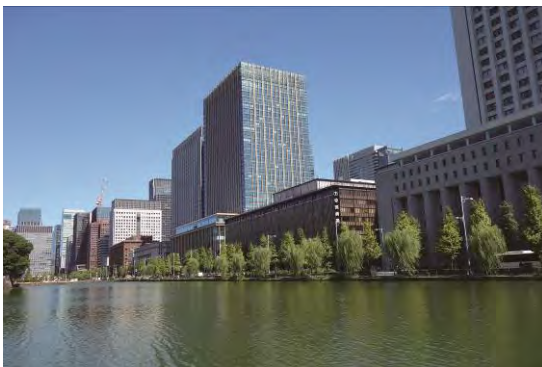
屋外広告物の方向性

街並みの連続性、昼夜間のにぎわいや品格が感じられる低層部

○低層部は、素材色の箱文字を採用してバックライト方式の照明を施すなど建築と一体的に見えるような質の高いデザインとし、昼夜間におけるにぎわいや品格のある街並み景観を形成します。

皇居等の歴史的資産や首都としての風格ある都市景観を保全する中高層部

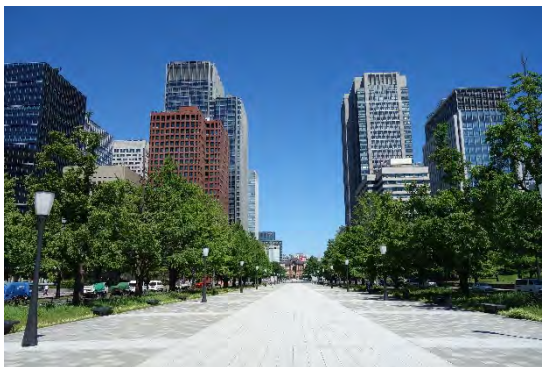
- 皇居周辺においては、皇居周辺の水辺や緑の眺望、東京駅や国会議事堂等へのビスタ景を保全していきます。
- 中高層部に屋外広告物を設置する場合は、金属等の素材色などを採用して建築物の外観デザインとの一体性に配慮します。



日比谷濠沿いの街並み



国会議事堂へのビスタ景



行幸通り（東京駅へのビスタ景観）



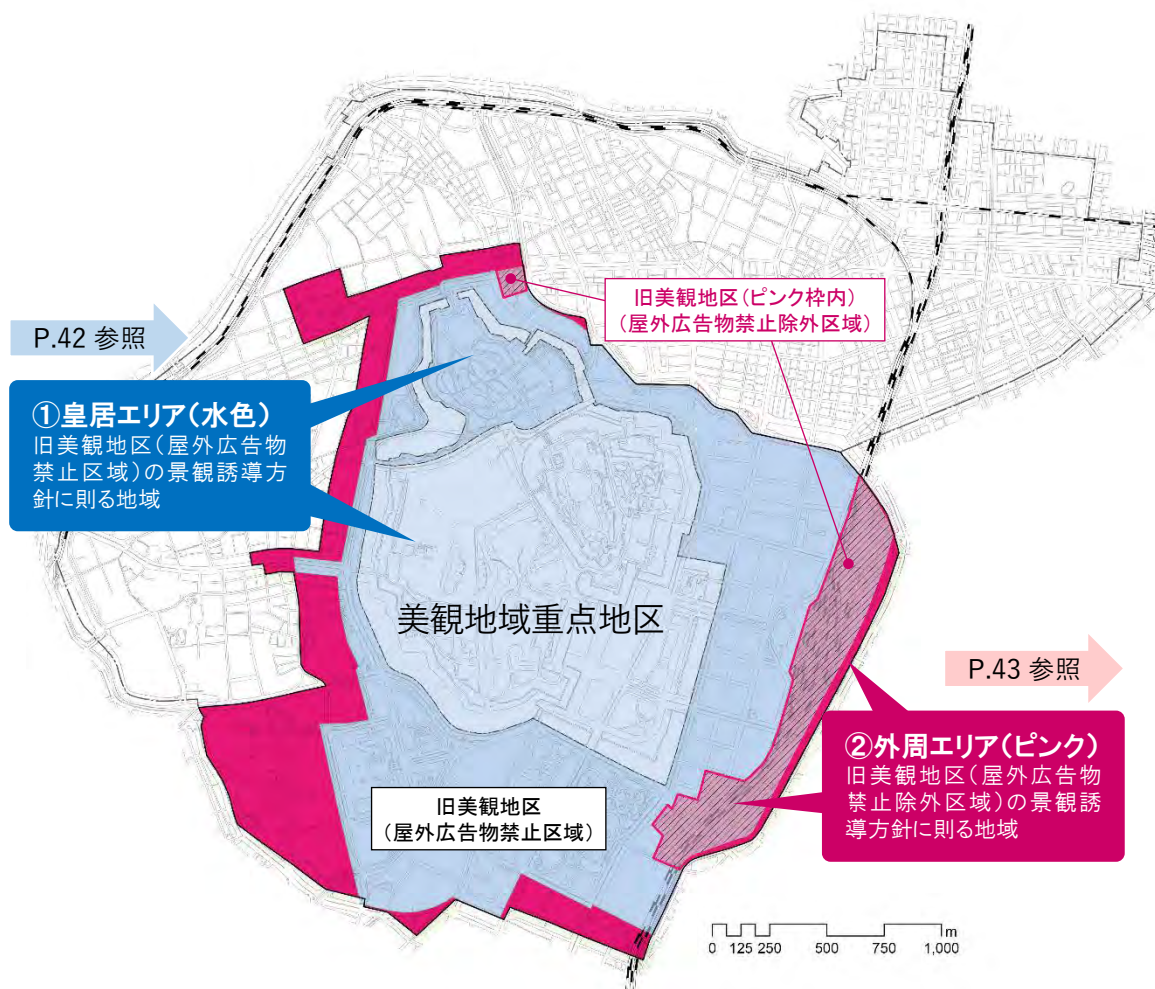
丸の内仲通りの街並み

屋外広告物の配慮事項と景観誘導方針

美観地域重点地区は、旧美観地区と一部重複するため、旧美観地区の屋外広告物禁止区域と屋外広告物禁止除外区域については、それぞれの景観配慮事項に則ることとします。

旧美観地区より内側（皇居）については、歴史的資産や自然景観の保全・継承が求められます。そのため、旧美観地区（屋外広告物禁止区域）と合わせて「皇居エリア（水色）」とし、このエリアについて景観配慮事項を定めます（P.42）。

一方、「皇居エリア」と周辺地域間に位置するエリアは、商業施設等の集積や隣接する地域との緩衝エリアとして、にぎわいや風格のある都市景観の形成が求められます。そのため、旧美観地区（屋外広告物禁止除外区域）と合わせて「外周エリア（ピンク）」とし、このエリアについて景観配慮事項を定めます（P.43）。



美観地域重点地区のエリア位置図

①皇居エリア：旧美観地区〈屋外広告物禁止区域〉

「皇居エリア」は、旧美観地区として東京都屋外広告物条例による屋外広告物禁止区域であり、皇居や外濠の緑や首都としての風格を感じさせる景観と調和した屋外広告物が期待されます。

Check

部位	項目	配慮事項	
全体	地域で維持したい景観特性（地域における従来の取組の継承）	<input type="checkbox"/> 屋外広告物は皇居側に向けて設置しない。 <input type="checkbox"/> 懸垂幕は屋外への設置を避ける。 <input checked="" type="checkbox"/> 光源が点滅するものや赤色光（表示面積の 1/20 以下は使用できる）は使用しない。 <input checked="" type="checkbox"/> 不快なまぶしさを生じさせないよう、周辺環境に応じて適切な輝度や点灯時間を設定する。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
中高層部 （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）	表示内容	<input checked="" type="checkbox"/> 屋外広告は、自社名、ビル名、店名又は商標を表示するものに限る。	<input type="checkbox"/>
	位置・配置	<input checked="" type="checkbox"/> 建築物の屋上には屋外広告物を設置しない。 <input checked="" type="checkbox"/> 特定屋内広告物を表示しない。 <input checked="" type="checkbox"/> 壁面広告は、高さを3m以下、長さを壁面幅の1/3以下とする。 <input type="checkbox"/> 壁面広告は、建築物への収まりや周辺景観との連続性等を考慮する。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	形態・意匠	<input checked="" type="checkbox"/> 視点場からの眺望景観に特段の配慮をする。 <input type="checkbox"/> 壁面広告は、建築物の外観デザインとの一体性を考慮し、箱文字による表示とする。 <input type="checkbox"/> 色彩は、金属等の素材色又は無彩色、低彩度色などの落ち着いた表現とし、高彩度色の使用は避ける。 <input type="checkbox"/> 多色でコントラストの強い配色は避ける。 （色彩は、登録商標等の表示についても同様とする）	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	照明	<input checked="" type="checkbox"/> 壁面広告は、光源を使用する場合は、白色系とする。 <input checked="" type="checkbox"/> 壁面を使って投射する広告は使用しない。 <input type="checkbox"/> デジタルサイネージ等の広告物を設置しない。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
低層部 （上記以外の部分）	表示内容	<input type="checkbox"/> 文字等の表示は必要最小限とする。 <input type="checkbox"/> 写真や図版等を用いる場合は、威圧感を伴う過大な表現を避け、歩行者等のヒューマンスケールに配慮する。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	位置・配置	<input type="checkbox"/> 広告物を外構へ設置する場合は、当該敷地に指定された壁面線の外側には設置しない。 <input type="checkbox"/> 周囲の広告物の規模や高さを踏まえ、建築物の外観デザインと一体的に配置する。 <input type="checkbox"/> 歩行者や車両の見通しを確保し、安全性や快適性に配慮する。 <input type="checkbox"/> 特定屋内広告は、閉鎖感や威圧感を与えないようにする。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	形態・意匠	<input type="checkbox"/> 建築物の外観デザインや敷地全体の広告物の一体性を考慮した意匠とする。 <input type="checkbox"/> 色彩は中低彩度色による落ち着いた表現を基本とし、高彩度色の大面積での使用を避ける。 <input type="checkbox"/> 多色でコントラストの強い配色は避ける。 <input type="checkbox"/> 自然素材や金属、ガラスなど、質感豊かな材料を適切に使い分けるよう工夫する。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	照明	<input type="checkbox"/> 光源を使用する場合は、複数色の使用は避ける。 <input type="checkbox"/> 原則、デジタルサイネージ等の広告物を設置しない。（特例的に設置する場合は、P.31（9）デジタルサイネージの項目参照）	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

※上記の■は禁止事項（「東京都屋外広告物条例」を準用）、■は遵守事項（「東京都景観計画」「良好な夜間景観形成のための建築計画の手引」を準用）、青字は地域で異なる事項

※大規模建築物等の建築等に係る景観形成基準、麹町地区地区計画及び旧美観地区内の屋外広告物に関する基準等は、「千代田区景観まちづくり計画（第10章）」を参照してください。

②外周エリア：旧美観地区〈屋外広告物禁止除外区域〉

旧美観地区内ではありますが、商業施設等の集積により屋外広告物禁止区域から除外されているエリアです。しかし、禁止区域に隣接することから、周辺との連続性を考慮し、禁止区域に準じた配慮が必要です。外周エリアについても、旧美観地区と一体的なエリアとして、景観重点地区に定めたことから、同様の配慮が必要です。

Check

部位	項目	配慮事項	
全体	地域で維持したい景観特性（地域における従来の取組の継承）	<input type="checkbox"/> 屋外広告物は皇居側に向けて設置しない。 <input type="checkbox"/> 光源が点滅するものや赤色光の使用を避ける。 <input checked="" type="checkbox"/> 不快なまぶしさを生じさせないように、周辺環境に応じて適切な輝度や点灯時間を設定する。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
中高層部 （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）	位置・配置	<input type="checkbox"/> 建築物の屋上・壁面は、第三者広告物の設置を避ける。 <input checked="" type="checkbox"/> 第三者広告物は、特定屋内広告物を表示しない。 <input type="checkbox"/> 壁面広告物は、建築物への収まりや周辺景観との連続性等を考慮する。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	形態・意匠	<input checked="" type="checkbox"/> 視点場からの眺望景観に特段の配慮をする。 <input type="checkbox"/> 壁面広告は、建築物の外観デザインとの一体性を考慮する。 <input type="checkbox"/> 色彩は、金属等の素材色又は無彩色、低彩度色などの落ち着いた表現とし、高彩度色の使用は避ける。 <input type="checkbox"/> 多色でコントラストの強い配色は避ける。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	照明	<input checked="" type="checkbox"/> 壁面広告は、光源を使用する場合は、白色系とする。 <input checked="" type="checkbox"/> 壁面を使って投射する広告は使用しない。 <input type="checkbox"/> デジタルサイネージ等の広告物を避ける。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
低層部 （上記以外の部分）	表示内容	<input type="checkbox"/> 文字等の表示は必要最小限とする。 <input type="checkbox"/> 写真や図版等を用いる場合は、威圧感を伴う過大な表現を避ける。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	位置・配置	<input type="checkbox"/> 広告物を外構へ設置する場合は、当該敷地に指定された壁面線の外側には設置しない。 <input type="checkbox"/> 周囲の広告物の規模や高さを踏まえ、建築物の外観デザインと一体的に配置する。 <input type="checkbox"/> 歩行者や車両の見通しを確保し、安全性や快適性に配慮する。 <input type="checkbox"/> 特定屋内広告は、閉鎖感や威圧感を与えないようにする。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	形態・意匠	<input type="checkbox"/> 建築物の外観デザインや敷地全体の広告物の一体性を考慮した意匠とする。 <input type="checkbox"/> 色彩は、高彩度色の大面積での使用を避ける。 <input type="checkbox"/> 多色でコントラストの強い配色は避ける。 <input type="checkbox"/> 自然素材や金属、ガラスなど、質感豊かな材料を適切に使い分けるよう工夫する。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	照明	<input type="checkbox"/> デジタルサイネージ等の広告物を控える。設置する場合は、音声の出力や夜間の発光等を避ける。	<input type="checkbox"/>

※上記の■は禁止事項（「東京都屋外広告物条例」を準用）、■は遵守事項（「東京都景観計画」「良好な夜間景観形成のための建築計画の手引」を準用）、青字は地域で異なる事項

※大規模建築物等の建築等に係る景観形成基準は、「千代田区景観まちづくり計画（第10章）」を参照してください。

(2) 外濠重点地区

歴史的・文化的価値の高い外濠の水辺や緑の保全

屋外広告物の方向性

にぎわいの中にも品格が感じられる低層部

- 低層部は、歩行者からの視点やヒューマンスケールに配慮して過剰な大きさ、多色、過度な照明等の屋外広告物を避け、周辺の景観特性を踏まえた品格が感じられる景観を形成します。



外濠（市ヶ谷～飯田橋間）

外濠の景観を保全する中高層部

- 中高層部は、外濠の水辺や緑（桜や外濠公園等）と隣接する建物群と一体となり、外濠に架かる橋、水面上、鉄道、土手、対岸等からの眺望を阻害しないようにします。
- 夜間は落ち着いた水辺景観を阻害しないように、屋外広告物の照明は抑えます。



外濠重点地区の景観方針図

屋外広告物の配慮事項と景観誘導方針

部位	項目	配慮事項	
全体	地域で維持したい景観特性（地域における従来の取組の継承）	<input type="checkbox"/> 外濠に向けて、第三者広告物の設置を避ける。自家用広告についても規模や位置等に配慮する。	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/> 皇居から望むことのできる屋外広告物は、皇居側に向けて設置しない。	<input type="checkbox"/>
		<input checked="" type="checkbox"/> 風致地区においては、突出広告物は設置しない。	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/> 光源が点滅するものや赤色光の使用を避ける。 <input checked="" type="checkbox"/> 不快なまぶしさを生じさせないように、周辺環境に応じて適切な輝度や点灯時間を設定する。	<input type="checkbox"/>
中高層部 （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）	位置・配置	<input type="checkbox"/> 建築物の屋上・壁面は、第三者広告物の設置を避ける。 <input type="checkbox"/> 壁面広告は、建築物への収まりや周辺景観との連続性等を考慮する。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	形態・意匠	<input checked="" type="checkbox"/> 外濠の橋上や土手等の視点場、鉄道からの眺望景観に特段の配慮をする。 <input type="checkbox"/> 壁面広告は、建築物の外観デザインとの一体性を考慮する。 <input type="checkbox"/> 色彩は、金属等の素材色又は無彩色、低彩度色などの落ち着いた表現とし、高彩度色の使用は避ける。 <input type="checkbox"/> 多色でコントラストの強い配色は避ける。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	照明	<input checked="" type="checkbox"/> 壁面広告は、光源を使用する場合は、白色系とする。 <input checked="" type="checkbox"/> 壁面を使って投射する広告は使用しない。 <input type="checkbox"/> デジタルサイネージ等の広告物を設置しない。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	表示内容	<input type="checkbox"/> 文字等の表示は必要最小限とする。 <input type="checkbox"/> 写真や図版等を用いる場合は、威圧感を伴う過大な表現を避ける。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
低層部 （上記以外の部分）	位置・配置	<input type="checkbox"/> 広告物を外構へ設置する場合は、当該敷地に指定された壁面線の外側には設置しない。 <input type="checkbox"/> 周囲の広告物の規模や高さを踏まえ、建築物の外観デザインと一体的に配置する。 <input type="checkbox"/> 歩行者や車両の見通しを確保し、安全性や快適性に配慮する。 <input type="checkbox"/> 特定屋内広告は、閉鎖感や威圧感を与えないようにする。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	形態・意匠	<input type="checkbox"/> 建築物の外観デザインや敷地全体の広告物の一体性を考慮した意匠とする。 <input type="checkbox"/> 色彩は、高彩度色の大面積での使用を避ける。 <input type="checkbox"/> 多色でコントラストの強い配色は避ける。 <input type="checkbox"/> 自然素材や金属、ガラスなど、質感豊かな材料を適切に使い分けるよう工夫する。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	照明	<input type="checkbox"/> デジタルサイネージ等の広告物を控える。設置する場合は、音声の出力や夜間の発光等を避ける。	<input type="checkbox"/>

Check

※上記の■は禁止事項（「東京都屋外広告物条例」を準用）、■は遵守事項（「東京都景観計画」「良好な夜間景観形成のための建築計画の手引」を準用）、青字は地域で異なる事項
 ※大規模建築物等の建築等に係る景観形成基準、麹町地区地区計画及び風致地区内の屋外広告物に関する基準等は、「千代田区景観まちづくり計画（第10章）」を参照してください。

(3) 神田川・日本橋川重点地区

多彩な表情を持つ界隈を結ぶ水辺景観の保全

屋外広告物の方向性

にぎわいの中にも品格が感じられる低層部

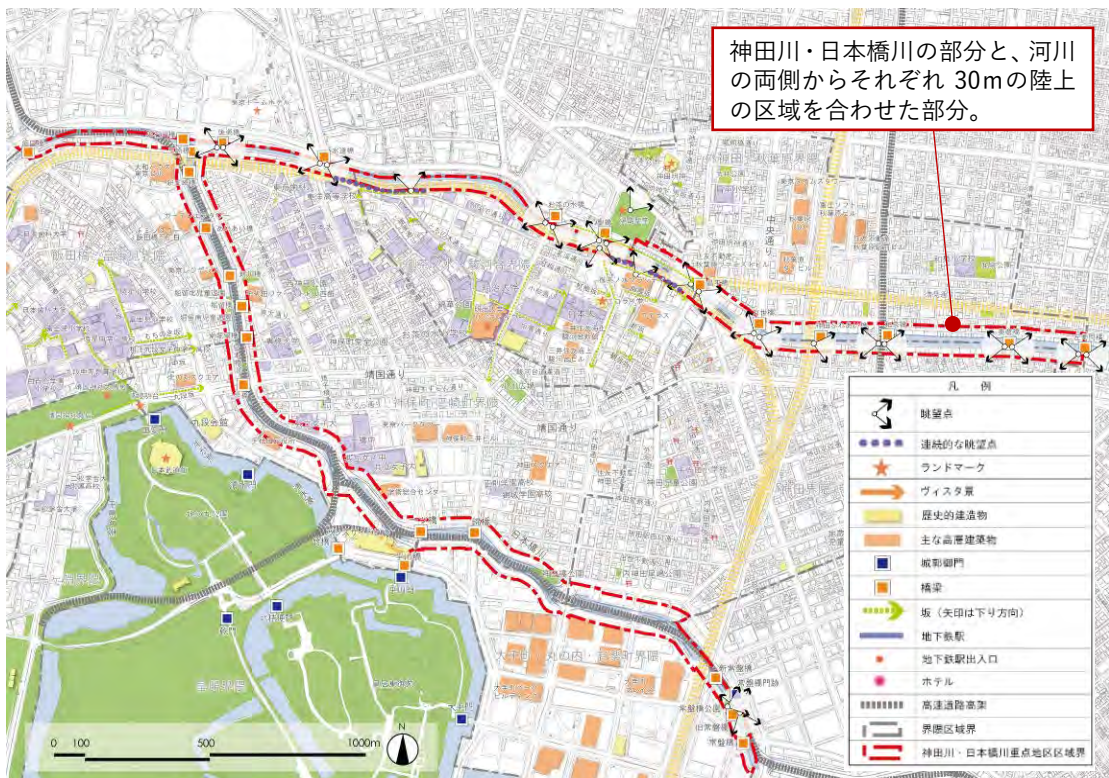
- 屋外広告物は、聖橋などの橋梁、万世橋の煉瓦高架橋や日本橋川に残る石積みなどの歴史的・文化的資源を活用しながら、屋外広告物が趣ある街並みの一部となるように計画します。
- 低層部は、来訪者に心地よい情報提供を行うため、情報が過剰にならないように広告物を集約するなど、すっきりとした空間となるよう工夫します。



神田川（万世橋の鉄道高架橋）

神田川・日本橋川の景観を保全する中高層部

- 中高層部は、神田川や日本橋川に架かる橋、水面上、鉄道、土手、対岸等からの眺望を阻害しないようにします。特に、屋外広告物が地域の個性を創出している秋葉原駅周辺エリアであっても、隣接する神田川の景観保全に配慮します。
- 夜間は落ち着いた水辺景観を阻害しないように、屋外広告物の照明は抑えます。



神田川・日本橋川重点地区の景観方針図

屋外広告物の配慮事項と景観誘導方針

部位	項目	配慮事項	
全体	地域で維持したい景観特性（地域における従来の取組の継承）	<input type="checkbox"/> 神田川・日本橋川に向けて、第三者広告物の設置を避ける。自家用広告についても規模や位置等に配慮する。 <input type="checkbox"/> 万世橋の煉瓦高架橋周辺においては、当該建築意匠を尊重したデザインとする。 <input type="checkbox"/> 皇居から望むことができる屋外広告物は、皇居側に向けて設置しない。 <input checked="" type="checkbox"/> 風致地区においては、突出広告物は設置しない。 <input type="checkbox"/> 光源が点滅するものや赤色光の使用を避ける。 <input checked="" type="checkbox"/> 不快なまぶしさを生じさせないよう、周辺環境に応じて適切な輝度や点灯時間を設定する。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
中高層部 （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）	位置・配置	<input type="checkbox"/> 建築物の屋上・壁面は、第三者広告物の設置を避ける。 <input type="checkbox"/> 壁面広告は、建築物への収まりや周辺景観との連続性等を考慮する。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	形態・意匠	<input checked="" type="checkbox"/> 神田川・日本橋川の橋上や川沿いの歩行者空間、鉄道等の視点場からの眺望景観に特段の配慮をする。 <input type="checkbox"/> 壁面広告は、建築物の外観デザインとの一体性を考慮する。 <input type="checkbox"/> 色彩は、金属等の素材色又は無彩色、低彩度色などの落ち着いた表現とし、高彩度色の使用は避ける。 <input type="checkbox"/> 多色でコントラストの強い配色は避ける。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	照明	<input checked="" type="checkbox"/> 壁面広告は、光源を使用する場合は、白色系とする。 <input checked="" type="checkbox"/> 壁面を使って投射する広告は使用しない。 <input type="checkbox"/> デジタルサイネージ等の広告物を設置しない。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
低層部 （上記以外の部分）	表示内容	<input type="checkbox"/> 文字等の表示は必要最小限とする。 <input type="checkbox"/> 写真や図版等を用いる場合は、威圧感を伴う過大な表現を避ける。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	位置・配置	<input type="checkbox"/> 広告物を外構へ設置する場合は、当該敷地に指定された壁面線の外側には設置しない。 <input type="checkbox"/> 周囲の広告物の規模や高さを踏まえ、建築物の外観デザインと一体的に配置する。 <input type="checkbox"/> 歩行者や車両の見通しを確保し、安全性や快適性に配慮する。 <input type="checkbox"/> 特定屋内広告は、閉鎖感や威圧感を与えないようにする。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	形態・意匠	<input type="checkbox"/> 建築物の外観デザインや敷地全体の広告物の一体性を考慮した意匠とする。 <input type="checkbox"/> 色彩は、高彩度色の大面積での使用を避ける。 <input type="checkbox"/> 多色でコントラストの強い配色は避ける。 <input type="checkbox"/> 自然素材や金属、ガラスなど、質感豊かな材料を適切に使い分けるよう工夫する。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	照明	<input type="checkbox"/> デジタルサイネージ等の広告物を控える。設置する場合は、音声の出力や夜間の発光等を避ける。	<input type="checkbox"/>

Check

※上記の■は禁止事項（「東京都屋外広告物条例」を準用）、■は遵守事項（「東京都景観計画」「良好な夜間景観形成のための建築計画の手引」を準用）、青字は地域で異なる事項

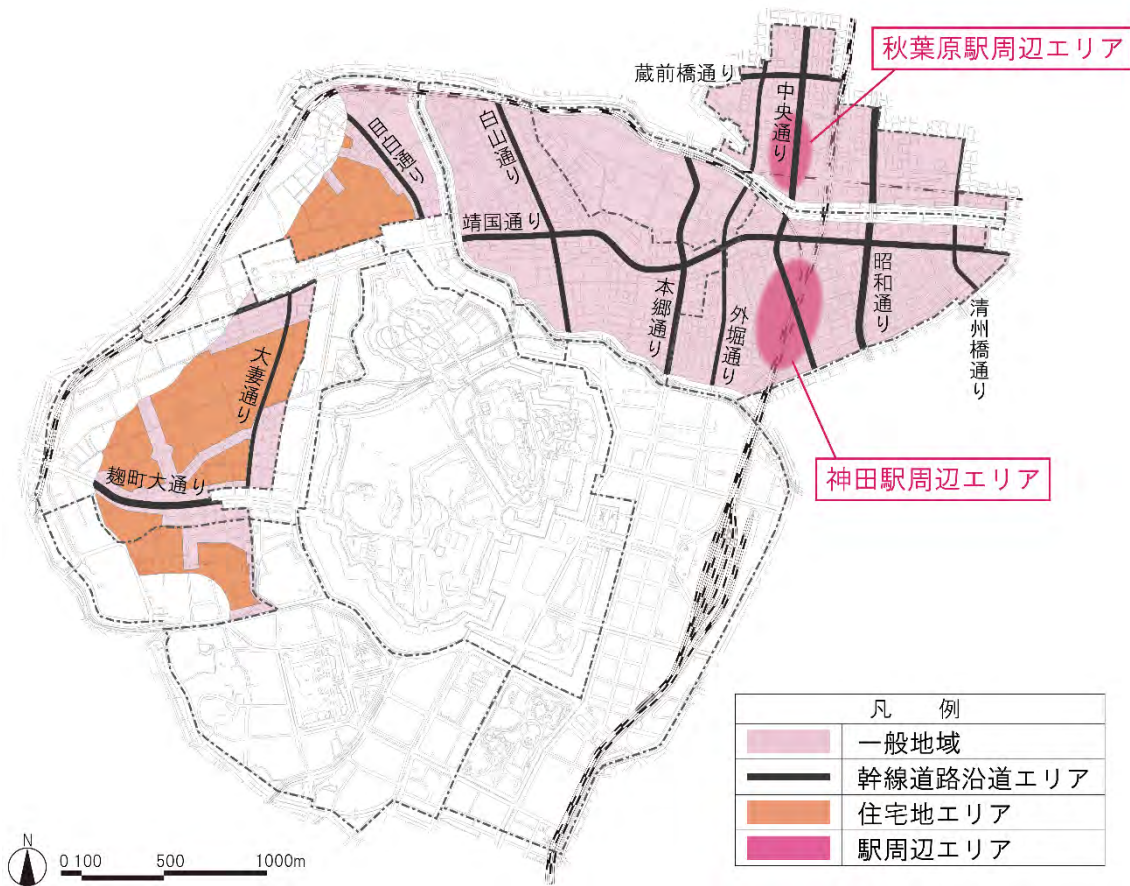
※大規模建築物等の建築等に係る景観形成基準、風致地区内等の屋外広告物に関する基準は、「千代田区景観まちづくり計画（第10章）」を参照してください。

4. その他の地域

その他の地域のエリア区分について

その他の地域は、土地利用の特性に応じた区分として、商業地を中心とした「一般地域」と閑静な「住宅地エリア」に分けました。更に、風格ある街並みや都市の骨格を形成している「幹線道路沿道エリア」、屋外広告物が地域の個性を創出している「神田駅周辺エリア」と「秋葉原駅周辺エリア」によって区分し、屋外広告物の景観配慮事項を定めました。

これら5つのエリアにおいては、それぞれの景観配慮事項に適合するように計画してください。



その他の地域のエリア位置図

(1) 一般地域

一般地域における屋外広告物について、配慮事項と景観誘導方針を示します。低層階においては周辺に即してにぎわいの創出が求められる場合もありますが、街並みへの影響が大きい中高層部においては、眺望等も加味した節度ある屋外広告物が期待されます。

屋外広告物の配慮事項と景観誘導方針

部位	項目	配慮事項	
全体	地域で維持したい景観特性	<input type="checkbox"/> 皇居から望むことができる屋外広告物は、皇居側に向けて設置しない。	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/> 光源が点滅するものや赤色光の使用を避ける。	<input type="checkbox"/>
		<input checked="" type="checkbox"/> 不快なまぶしさを生じさせないように、周辺環境に応じて適切な輝度や点灯時間を設定する。	<input type="checkbox"/>
中高層部 (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)	位置・配置	<input type="checkbox"/> 建築物の屋上は、第三者広告物の設置を控える。 <input type="checkbox"/> 壁面広告は、建築物への収まりや周辺景観との連続性等を考慮する。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	形態・意匠	<input checked="" type="checkbox"/> 重要な視点場からの眺望景観に特段の配慮をする。 <input type="checkbox"/> 壁面広告は、建築物の外観デザインとの一体性を考慮する。 <input type="checkbox"/> 色彩は中低彩度色による落ち着いた表現を基本とし、高彩度色の大面積での使用を避ける。 <input type="checkbox"/> 多色でコントラストの強い配色は避ける。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	照明	<input checked="" type="checkbox"/> 壁面広告は、光源を使用する場合は、白色系とする。 <input checked="" type="checkbox"/> 壁面を使って投射する広告は使用しない。 <input type="checkbox"/> デジタルサイネージ等の広告物を避ける。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	表示内容	<input type="checkbox"/> 写真や図版等を用いる場合は、威圧感を伴う過大な表現を避ける。	<input type="checkbox"/>
低層部 (上記以外の部分)	位置・配置	<input type="checkbox"/> 周囲の広告物の規模や高さを踏まえ、建築物の外観デザインと一体的に配置する。 <input type="checkbox"/> 歩行者や車両の見通しを確保し、安全性や快適性に配慮する。 <input type="checkbox"/> 特定屋内広告は、閉鎖感や威圧感を与えないようにする。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	形態・意匠	<input type="checkbox"/> 建築物の外観デザインや敷地全体の広告物の一体性を考慮した意匠とする。 <input type="checkbox"/> 色彩は、高彩度色の大面積での使用を避ける。 <input type="checkbox"/> 多色でコントラストの強い配色は避ける。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	照明	<input type="checkbox"/> デジタルサイネージ等の広告物を控える。なお、過度の発光、急激な場面転換や音声の出力等を避ける。	<input type="checkbox"/>
	表示内容	<input type="checkbox"/> 写真や図版等を用いる場合は、威圧感を伴う過大な表現を避ける。	<input type="checkbox"/>

Check

※上記の■は遵守事項（「東京都景観計画」「良好な夜間景観形成のための建築計画の手引」を準用）、
青字は地域で異なる事項

※大規模建築物等の建築等に係る景観形成基準、麹町地区地区計画内の屋外広告物に関する基準等は、「千代田区景観まちづくり計画（第10章）」を参照してください。

(2) 幹線道路沿道エリア

低層部の街並みの活気や風格のある沿道景観の形成

屋外広告物の方向性

にぎわいの中にも品格が感じられる低層部

- 低層部は、歩行者からの視点やヒューマンスケールに配慮して過剰な大きさ、多色、過度な照明等の屋外広告物を避け、周辺の景観特性を踏まえた品格が感じられる沿道景観を形成します。

街並みの連続性や風格のある沿道景観を保全する中高層部

- 自家用広告以外は建築物の屋上や頂部への設置を避け、建築物のスカイラインに配慮します。自家用広告を設置する場合は、街並みや外観デザインとの一体性に配慮した配置・規模、デザインや素材等を工夫します。
- デジタルサイネージや照明等については、交通安全性にも配慮して中高層部や交差点付近への設置を避けます。
- 屋外広告物の設置により、皇居や神田川等に架かる橋や水面上からの眺望を阻害しないようにします。



低層部に屋外広告物が集約された風格のある本郷通り (左)・外堀通り (右)



屋上には広告物がなく頂部が連続するスカイラインとなっている靖国通り

中高層部の屋外広告物は落ち着いた色彩となっている目白通り

屋外広告物の配慮事項と景観誘導方針

部位	項目	配慮事項	Check
全体	地域で維持したい景観特性	<input type="checkbox"/> 皇居から望むことができる屋外広告物は、皇居側に向けて設置しない。 <input type="checkbox"/> 神田川や日本橋川から望むことができる第三者広告物の設置を避ける。自家用広告についても規模や位置等に配慮する【iii章3(3)神田川・日本橋川重点地区参照】。 <input type="checkbox"/> 建築物のスカイラインに配慮し、建築物の屋上や頂部の屋外広告物の設置、規模やデザインに配慮する。 <input type="checkbox"/> 光源が点滅するものや赤色光の使用を避ける。 <input checked="" type="checkbox"/> 不快なまぶしさを生じさせないように、周辺環境に応じて適切な輝度や点灯時間を設定する。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
中高層部 (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)	位置・配置	<input type="checkbox"/> 建築物の屋上は、第三者広告物の設置を避ける。自家用広告についても、建築物の屋上への設置は控える。 <input type="checkbox"/> 壁面広告は、建築物への収まりや周辺景観との連続性等を考慮する。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	形態・意匠	<input checked="" type="checkbox"/> 神田川・日本橋川の橋上や川沿いの歩行者空間等の視点場からの眺望景観に特段の配慮をする。 <input type="checkbox"/> 壁面広告は、建築物の外観デザインとの一体性を考慮する。 <input type="checkbox"/> 屋上利用広告は、建築物のスカイラインに十分考慮する。 <input type="checkbox"/> 色彩は中低彩度色による落ち着いた表現を基本とし、高彩度色の大面積での使用を避ける。 <input type="checkbox"/> 多色でコントラストの強い配色は避ける。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	照明	<input checked="" type="checkbox"/> 壁面広告は、光源を使用する場合は、白色系とする。 <input checked="" type="checkbox"/> 壁面を使って投射する広告は使用しない。 <input type="checkbox"/> 交通安全性にも配慮し、デジタルサイネージ等の広告物を避ける。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
低層部 (上記以外の部分)	表示内容	<input type="checkbox"/> 写真や図版等を用いる場合は、威圧感を伴う過大な表現を避ける。	<input type="checkbox"/>
	位置・配置	<input type="checkbox"/> 周囲の広告物の規模や高さを踏まえ、建築物の外観デザインと一体的に配置する。 <input type="checkbox"/> 歩行者や車両の見通しを確保し、安全性や快適性に配慮する。 <input type="checkbox"/> 特定屋内広告は、閉鎖感や威圧感を与えないようにする。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	形態・意匠	<input type="checkbox"/> 建築物の外観デザインや敷地全体の広告物の一体性を考慮した意匠とする。 <input type="checkbox"/> 色彩は、高彩度色の大面積での使用を避ける。 <input type="checkbox"/> 多色でコントラストの強い配色は避ける。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	照明	<input type="checkbox"/> デジタルサイネージ等の広告物を控える。なお、過度の発光、急激な場面転換や音声の出力等を避ける。 <input type="checkbox"/> 交通安全性に配慮し、交差点付近への設置を避ける。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

※上記の■は遵守事項（「東京都景観計画」「良好な夜間景観形成のための建築計画の手引」を準用）、
 青字は地域で異なる事項
 ※大規模建築物等の建築等に係る景観形成基準等は、「千代田区景観まちづくり計画（第10章）」を参照してください。

(3) 住宅地エリア

落ち着きやうるおいのある閑静な住宅地景観の形成

屋外広告物の方向性

緑との調和や安らぎの中にも品格が感じられる低層部

- 低層部は、連続する街路樹、庭木やガーデニングなどの緑と調和する落ち着いた色彩や素材を活用した屋外広告物を基本とし、安らぎが感じられる住宅地の雰囲気を守ります。
- 屋外広告物のデザイン性を高め、安らぎの中にも品格が感じられる閑静な住宅地景観を形成します。



木の建築部材やベンチと調和した素材や色彩のエン
トランスサイン

街並みの基調色や連続性を保全する中高層部

- 建築物の頂部に屋外広告物を設置する場合は、箱文字を採用するなど建築と一体的に見えるようなデザインとし、周辺の街並みと調和するものとします。



街並みや外観デザインと調和した箱文字表現や落ち着いた色彩の屋外広告物

屋外広告物の配慮事項と景観誘導方針

部位	項目	配慮事項	Check
全体	地域で維持したい景観特性	<input type="checkbox"/> 皇居から望むことができる屋外広告物は、皇居側に向けて設置しない。 <input type="checkbox"/> 緑と調和する落ち着いたデザイン、色彩や素材とする。 <input type="checkbox"/> 光源が点滅するものや赤色光の使用を避ける。 <input checked="" type="checkbox"/> 不快なまぶしさを生じさせないように、住宅エリアとして住環境に配慮した適切な輝度や点灯時間を設定する。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
中高層部 (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)	位置・配置	<input type="checkbox"/> 建築物の屋上や頂部は、屋外広告物の設置を避ける。 <input type="checkbox"/> 壁面広告は、建築物への収まりや周辺景観との連続性等を考慮する。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	形態・意匠	<input type="checkbox"/> 壁面広告は、建築物の外観デザインとの一体性を考慮する。建築物の頂部に設置する場合は、箱文字による表示とするなど特段の配慮をする。 <input type="checkbox"/> 色彩は中低彩度色による落ち着いた表現を基本とし、高彩度色の大面積での使用を避ける。 <input type="checkbox"/> 多色でコントラストの強い配色は避ける。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	照明	<input checked="" type="checkbox"/> 壁面広告は、光源を使用する場合は、白色系とする。 <input checked="" type="checkbox"/> 壁面を使って投射する広告は使用しない。 <input type="checkbox"/> デジタルサイネージ等の広告物を設置しない。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
低層部 (上記以外の部分)	表示内容	<input type="checkbox"/> 写真や図版等を用いる場合は、威圧感を伴う過大な表現を避ける。	<input type="checkbox"/>
	位置・配置	<input type="checkbox"/> 周囲の広告物の規模や高さを踏まえ、建築物の外観デザインと一体的に配置する。 <input type="checkbox"/> 歩行者や車両の見通しを確保し、安全性や快適性に配慮する。 <input type="checkbox"/> 特定屋内広告は、閉鎖感や威圧感を与えないようにする。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	形態・意匠	<input type="checkbox"/> 建築物の外観デザインや敷地全体の広告物の一体性を考慮した意匠とする。 <input type="checkbox"/> 色彩は、高彩度色の大面積での使用を避ける。 <input type="checkbox"/> 多色でコントラストの強い配色は避ける。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	照明	<input type="checkbox"/> デジタルサイネージ等の広告物を避ける。設置する場合は、音声の出力や夜間の発光等は避ける。	<input type="checkbox"/>

※上記の■は遵守事項（「東京都景観計画」「良好な夜間景観形成のための建築計画の手引」を準用）、

青字は地域で異なる事項

※大規模建築物等の建築等に係る景観形成基準等は、「千代田区景観まちづくり計画（第10章）」を参照してください。

(4) 神田駅周辺エリア

下町の街並み景観の保全・継承と商業地の活気の創出

屋外広告物の方向性

下町のにぎわいの中にも秩序が感じられる低層部

- 神田駅周辺の路地は地域の個性を創出している小規模な屋外広告物を活かしつつ、一定の秩序を維持します。
- 夜間は屋外広告物を光で演出するとともに、快適性や安全性に配慮して過度な照明は避けます。
- 老舗飲食店や近代建築物、万世橋の煉瓦高架橋など、歴史的・文化的資源を活かしながら、屋外広告物が趣ある街並みの一部となるように計画します。



神田駅高架下の商業施設



路地の提灯看板の灯り


街並みの基調色を感じさせる中高層部

- 屋外広告物によるにぎわいの演出は、低層部で行うことを基本とします。高層部は、建築等と一体的に見えるようなデザインとします。




神田駅周辺エリアの位置図


屋外広告物の配慮事項と景観誘導方針

部位	項目	配慮事項	
全体	地域で維持したい景観特性	<input type="checkbox"/> 皇居から望むことができる屋外広告物は、皇居側に向けて設置しない。 <input type="checkbox"/> 賑わいが連続するように小規模な広告物の個性を活かしつつ、品位や秩序を維持した表示内容、配置、デザインとする。 <input type="checkbox"/> 稲荷や老舗飲食店、近代建築物等の周辺においては、当該建築意匠を尊重したデザインとする。 <input type="checkbox"/> 光源が点滅するものや赤色光の使用を避ける。 <input checked="" type="checkbox"/> 不快なまぶしさを生じさせないように、周辺環境に応じて適切な輝度や点灯時間を設定する。	<input type="checkbox"/>  <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

JR 高架下や高架に面する部分

部位	項目	配慮事項	
中高層部 ※低層部については路地に面する部分を参照	表示内容	<input type="checkbox"/> 写真や図版等を用いる場合は、威圧感を伴う過大な表現を避ける。鉄道駅のホーム等に向けた広告物については、歩行者や鉄道からの視線に配慮した大きさや表示内容とする。	<input type="checkbox"/> 
	位置・配置	<input type="checkbox"/> 周囲の広告物の規模や高さを踏まえ、大きさを統一した袖看板を設置するなど、街並みの連続性に配慮する。 <input type="checkbox"/> 歩行者や車両の見通しを確保し、安全性や快適性に配慮する。 <input type="checkbox"/> 特定屋内広告物は、閉鎖感や威圧感を与えないようにする。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	形態・意匠	<input type="checkbox"/> 建築物の外観デザインや敷地全体の広告物の一体性を考慮した意匠とする。 <input type="checkbox"/> 色彩は、高彩度色の大面積での使用を避ける。 <input type="checkbox"/> 多色でコントラストの強い配色は避ける。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	照明	<input type="checkbox"/> デジタルサイネージ等の広告物を控える。なお、過度の発光、急激な場面転換や音声の出力等を避ける。	<input type="checkbox"/>

路地に面する部分

部位	項目	配慮事項	
低層部 ※中高層部については一般地域を参照	表示内容	<input type="checkbox"/> 写真や図版等を用いる場合は、大きな人や食品の写真を避け、威圧感を伴う過大な表現を避ける。	<input type="checkbox"/> 
	位置・配置	<input type="checkbox"/> 周囲の広告物の規模や高さを踏まえ、大きさを統一した袖看板を設置するなど、建築物の外観デザインと一体的に配置する。 <input type="checkbox"/> 歩行者や車両の見通しを確保し、安全性や快適性に配慮する。特に道路上に掲出する場合は、交通機能に配慮する。 <input type="checkbox"/> 特定屋内広告物は、閉鎖感や威圧感を与えないようにする。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	形態・意匠	<input type="checkbox"/> 建築物の外観デザインや敷地全体の広告物の一体性を考慮した意匠とする。 <input type="checkbox"/> 色彩は、高彩度色の大面積での使用を避ける。 <input type="checkbox"/> 多色でコントラストの強い配色は避ける。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	照明	<input type="checkbox"/> デジタルサイネージ等の広告物を控える。なお、過度の発光、急激な場面転換や音声の出力等を避ける。	<input type="checkbox"/>

※上記の■は遵守事項（「東京都景観計画」「良好な夜間景観形成のための建築計画の手引」を準用）、
 青字は地域で異なる事項

※大規模建築物等の建築等に係る景観形成基準等は、「千代田区景観まちづくり計画（第10章）」を参照してください。

(5) 秋葉原駅周辺エリア

電気街のにぎわいの創出と隣接する神田川の景観保全

通りの
性格で
分類

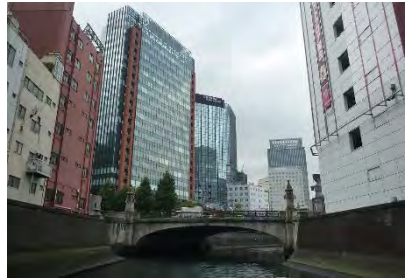
屋外広告物の方向性

ダイナミックな街並みを演出する中央通りに面する部分

- 中央通りに面する部分は、一定の品位や秩序を維持しつつ、建築物の高さに関係なく屋外広告物を掲出し、にぎわいある街並みや地域の個性を創出します。
- 中央通りに面する部分においても、神田川に架かる橋からの眺望や近隣の住環境を阻害しないように、特に中高層部への掲出には配慮します。
- 夜間におけるにぎわいを創出しつつ、デジタルサイネージや照明は、快適性や安全性に配慮して過度の発光、急激な場面転換や音声は避けます。



秋葉原電気街



神田川から見た万世橋と街並み

低層部ににぎわいが感じられる路地に面する部分

- 路地においては、低層部のにぎわいの連続性に配慮しつつ、ヒューマンスケールにあった屋外広告物とします。



秋葉原駅周辺エリアの位置図

屋外広告物の配慮事項と景観誘導方針

部位	項目	配慮事項	
全体	地域で維持したい景観特性	<input type="checkbox"/> 神田川沿いは、川側に向けて、第三者広告物の設置を避ける。自家用広告についても規模や位置等に配慮する【iii章3(3)神田川・日本橋川重点地区参照】。	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/> 秋葉原電気街周辺においては、広告物の個性を活かしつつ、一定の品位や秩序を維持した表示内容、配置、デザインとする。	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/> 光源が点滅するものや赤色光の使用を控える。	<input type="checkbox"/>
		<input checked="" type="checkbox"/> 不快なまぶしさを生じさせないように、周辺環境に応じて適切な輝度や点灯時間を設定する。	<input type="checkbox"/>

Check

中央通りに面する部分

部位	項目	配慮事項	
低～高層部	位置・配置	<input type="checkbox"/> 近隣の住環境を踏まえ、中央通りに面する部分以外からの視認性に配慮した表示とする。	<input type="checkbox"/>
	形態・意匠	<input checked="" type="checkbox"/> 神田川の橋上や川沿いの歩行者空間、鉄道等の視点場からの眺望景観に特段の配慮をする。	<input type="checkbox"/>
	照明	<input checked="" type="checkbox"/> 壁面広告物は、光源を使用する場合は、白色系とする。 <input checked="" type="checkbox"/> 壁面を使って投射する広告物は使用しない。 <input type="checkbox"/> デジタルサイネージ等の広告物を設置できるものとし、過度の発光や点滅、急激な場面転換や音声の出力等を避ける。なお、大きさは視認性に配慮した最低限のものとし、低層部は 10 m ² 以下を目安とする。高さは 20m以下とする。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Check

周辺道路に面する部分

部位	項目	配慮事項	
低層部 ※中高層部については一般地域を参照	表示内容	<input type="checkbox"/> 写真や図版等を用いる場合は、威圧感を伴う過大な表現を避ける。	<input type="checkbox"/>
	位置・配置	<input type="checkbox"/> 周囲の広告物の規模や高さを踏まえ、建築物の外観デザインと一体的に配置する。 <input type="checkbox"/> 歩行者や車両の見通しを確保し、安全性や快適性に配慮する。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	形態・意匠	<input type="checkbox"/> 建築物の外観デザインや敷地全体の広告物の一体性を考慮した意匠とする。	<input type="checkbox"/>
	照明	<input type="checkbox"/> デジタルサイネージ等の広告物を設置できるものとし、過度の発光や点滅、急激な場面転換や音声の出力等を避ける。なお、大きさは 10 m ² 以下を目安とし、高さは 10m以下とする。	<input type="checkbox"/>

Check

※上記の■は遵守事項（「東京都景観計画」「良好な夜間景観形成のための建築計画の手引」を準用）、
青字は地域で異なる事項

※大規模建築物等の建築等に係る景観形成基準等は、「千代田区景観まちづくり計画（第10章）」を参照してください。

iv 屋外広告物の手続きについて

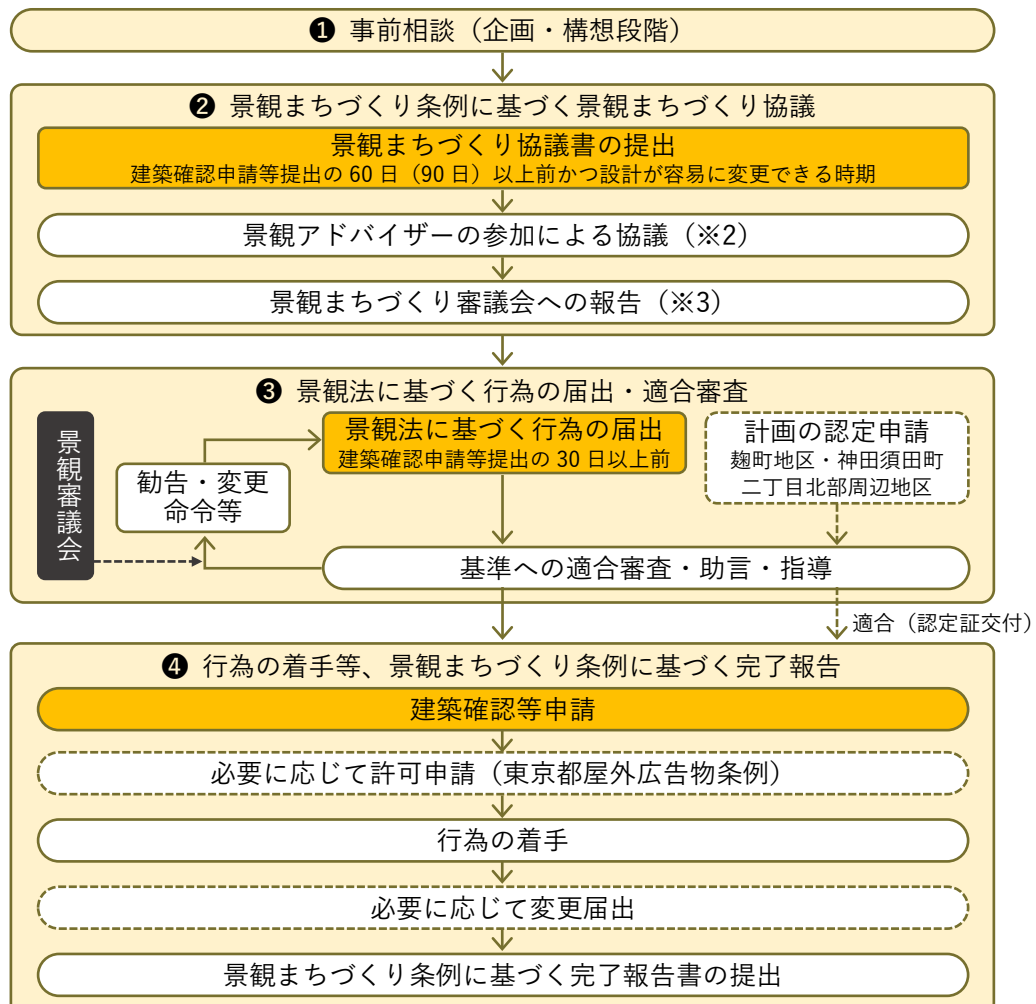
1. 事前協議制度を活用した手続き

(1) 建築物の新築等

景観法による行為の届出を必要とする建築物（※1）の新築等に合わせて、屋外広告物を計画する場合は、建築物等と一体で審査を行います。

手続きの流れ

建築物等の計画に合わせ屋外広告物を表示・設置する場合は、下記の流れに沿って手続きをお願いします。



- ※1) 建築物の新築等の対象となるものは、景観重点地区では全て、麹町・神田地域では高さが10mを超えるもの。
 ※2) 景観アドバイザーの参加による協議の対象となるものは、敷地面積500㎡又は延べ面積3,000㎡以上の建築物の建築のほか、周辺景観に大きな影響があると認められるもの。
 ※3) 景観まちづくり審議会への報告の対象となるものは、(1)景観重点地区内で、高さが100メートルを超える建築物の建築、(2)東京都環境影響評価条例に該当する建築物の建築、(3)都市計画法第12条第1項第4号の市街地再開発事業として行う建築物の建築、(4)区長が特に景観上重要と認めるもの。

(2) 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）前に景観まちづくり協議を行ってください。

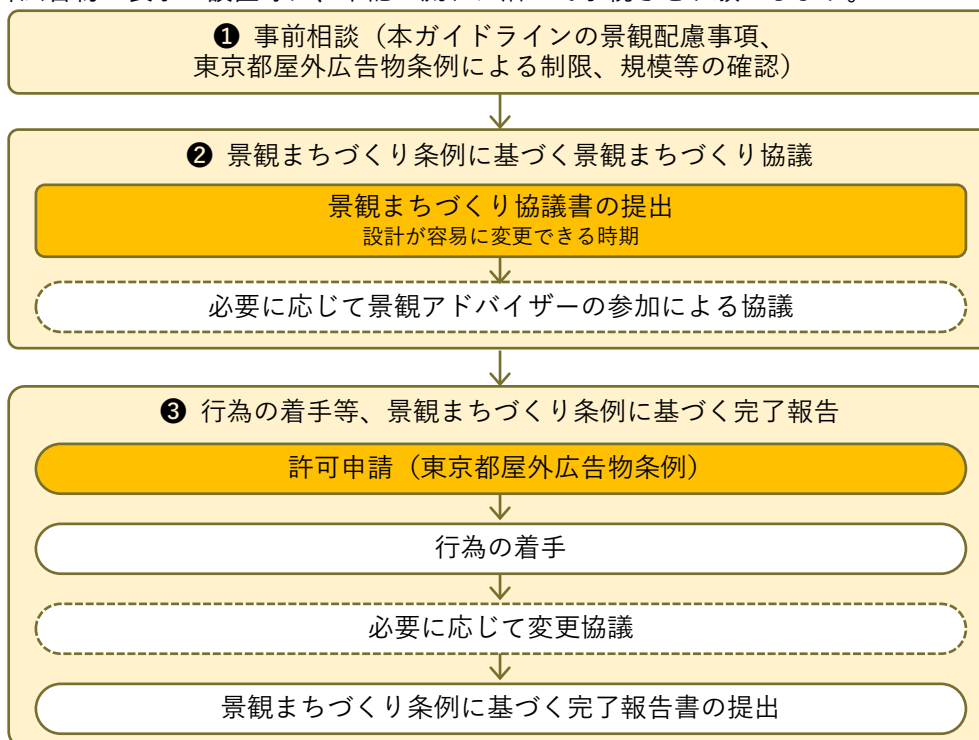
協議対象となる屋外広告物

良好な景観形成に影響を与える恐れがあるもの及びこれまでの景観まちづくりを発展させるものとして、以下の①から④のいずれかに該当するものを景観事前協議の対象とします。ただし、設置期間が2日以内又は地下に表示、設置するものは除きます。

- ①景観重点地区に表示等を行う屋外広告物
- ②東京都屋外広告物条例の規定による許可の申請が必要な屋外広告物
「表示又は設置」…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」…第27条第1項に規定する許可
- ③デジタルサイネージ
- ④特定屋内広告物（屋外広告物禁止除外区域を除く旧美観地区又は風致地区に設置するものただし、表示面積の合計が2㎡以下のものを除く）

手続きの流れ

屋外広告物の表示・設置等は、下記の流れに沿って手続きをお願いします。



協議を行わない者、虚偽の内容により協議をした者は、千代田区景観まちづくり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。

(3) 景観まちづくり協議時の提出書類

景観まちづくり協議をスムーズに進めるために、屋外広告物の内容がわかる以下の書類を提出してください。

必要な書類リスト

書類リスト		check
1	景観まちづくり協議書	<input type="checkbox"/>
2	付近見取図（住宅地図の写しなど、方位や主要な交通施設などの地形地物がわかるもの）	<input type="checkbox"/>
3	配置図、着色立面図	<input type="checkbox"/>
4	完成予想図	<input type="checkbox"/>
5	現況写真（行為地及び周辺の状況を示すもの、撮影位置及び方向を図示）	<input type="checkbox"/>

※立面図には、屋外広告物の設置位置、寸法等を示してください。

※景観への配慮として広告物の規模を縮小する、又は、色彩の彩度を下げた場合などは、配慮前、配慮後として、それらがわかるように明記してください。

※植栽等による屋外広告物に対する修景を検討している場合には、植栽図も添付してください。

2. 協議対象とならない屋外広告物について

事前協議の対象とならない屋外広告物についても、千代田区景観計画及び本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。

また、地区計画の区域内では、事前協議の対象とならない屋外広告物についても、規模によって、都市計画法に基づく届出が必要な場合があります。

小さな屋外広告物

屋外広告物は小規模なものであっても、街並み景観に影響を与える大事な要素です。

地域らしさを表した質の高い屋外広告物を設置・表示することで、千代田区らしい魅力的な景観まちづくりを、より一層進めることができ、まちの価値を高めることにもつながります。

そのため、小さな広告物であっても、周辺の街並みに配慮してください。