

千代田区屋外広告物 景観まちづくりガイドライン



- 01 ガイドラインについて
- 02 共通編：「要素別」景観配慮事項
- 03 共通編：「種類別」景観配慮事項
- 04 地域編：景観重点地区
- 05 地域編：その他の地域
- 06 屋外広告物の手続きについて

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、界索性や低層部の街並みの魅力、にぎわいを育む視点が大切です。

歴史に育まれた界索性を活かし、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」を策定しました。

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、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。

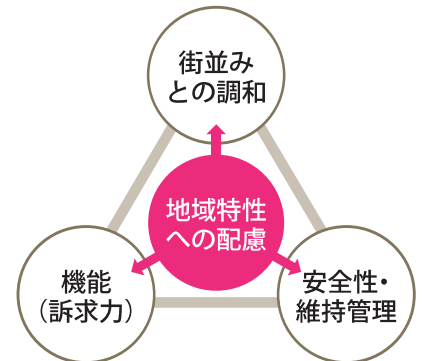


□ 屋外広告物とは

屋外広告物という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、営利的なものや公共的なものはもちろん、文字で表されていない絵、商標、シンボルマークなどもその表している内容に関わらず、屋外広告物になります。

「屋外広告物」は広告の中でも、常時又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。広告として高い効果を上げるためには、以下について心がけることが大切です。

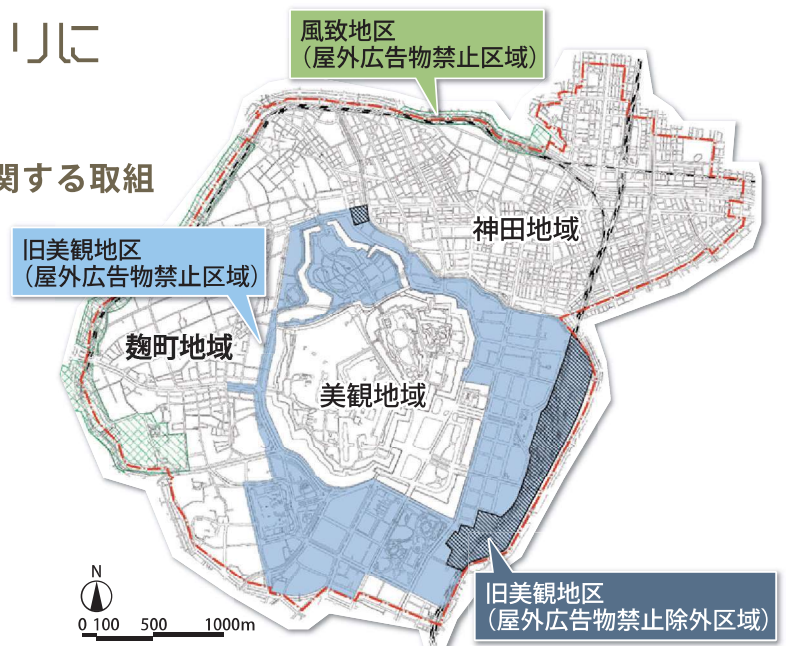
- 歩行者等に向けた訴求力を高めるデザイン
- 建築物や緑が主体となる街並みと調和する居心地のよい空間づくり
- 安全性に配慮した設置、定期的な維持管理
- 地域特性に配慮して地域や界隈の個性を活かしたデザイン



□ 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に関する取組

屋外広告物法施行以前の広告物取締法において、広告物の表示等を禁止する区域と定められていた美観地区は、昭和 24 年に制定された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、景観誘導を行ってきました。

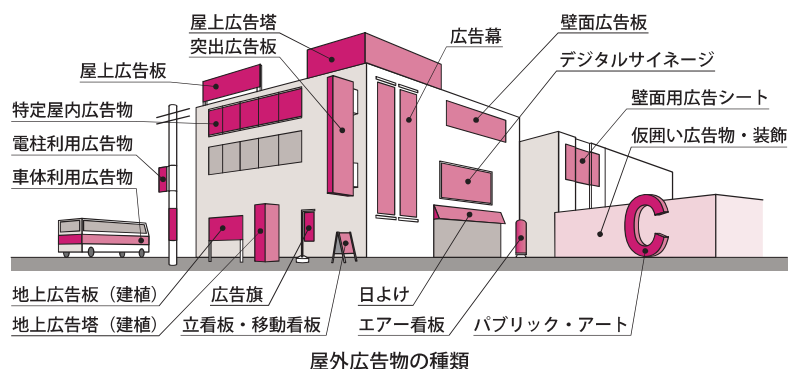


旧美観地区・風致地区の区域図

● ガイドラインで対象とす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のほか、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表示する広告物）についても、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ものについても対象とします。



屋外広告物の種類

02

共通編：「要素別」主な景観配慮事項

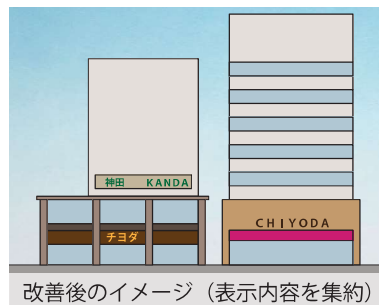
(1) 規模・配置

本編 P.10 ～ 12 参照

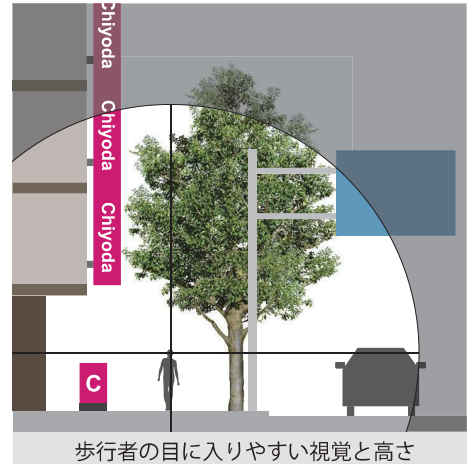
- 近景・中景・遠景など距離による見え方に合わせて、屋外広告物が景観の一部となるように配慮する。
- 屋外広告物の文字は必要以上に大きくしない。
- 同じ情報が表示された屋外広告物をくり返し表示等しない。
- 屋外広告物は歩行者の目線で、建築物の低層部に効果的に計画する。
- 壁面利用広告物や突出広告物の高さを揃えるなど配置や配列を整える。



改善前のイメージ



改善後のイメージ（表示内容を集約）

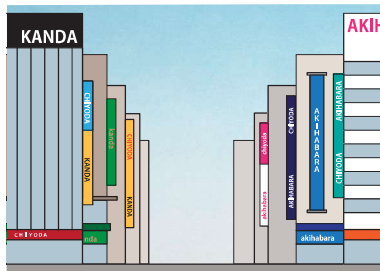


歩行者の目に入りやすい視覚と高さ
(参考資料：『屋外広告の知識 デザイン編』 ぎょうせい)

(2) デザイン（形態・意匠）

本編 P.13 ～ 15 参照

- 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。
- 屋外広告物は、周辺の地域特性にあったデザインとし、その場所の特徴を際立たせるようにする。
- 屋外広告物は、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。
- 建築物の外観デザインと一体的な広告とし、建築物の外観全体がまとまるようにする。

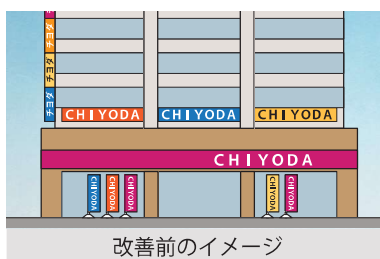


同じ突出広告物を
設置した場合でも
街並みによって
見え方が異なる

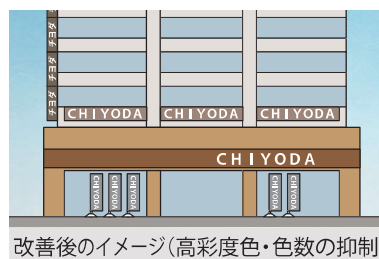
(3) 色彩

本編 P.16 ～ 18 参照

- 高彩度色の大面積での使用を避け、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。
- 高齢者や色覚多様性等に配慮し、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）。



改善前のイメージ



改善後のイメージ（高彩度色・色数の抑制）



鮮やかな色の面積を抑えて、落ち着いた広告物の例

(4) 素材

本編 P.19 ~ 20 参照

- 屋外広告物は環境にやさしく、経年変化が美しい伝統的素材などを活用し、素材にあったデザインとする。
- 特に建築壁面を利用した屋外広告物は、金属やガラスなどの質感を活かす。



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



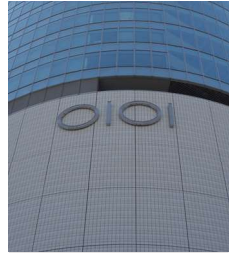
「ガラス」を用いた透明感や爽快感のある広告



「木材」を用いた洒落た雰囲気のある広告



和や歴史を感じさせる「布」を用いた広告



建築物壁面と一体的な素材の壁面利用広告物

(5) 照明・光

本編 P.21 ~ 23 参照

- 原則、内照式（文字等の部分のみ）又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。



内照式（箱文字）：

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）：

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。建築物や企業、店舗等の名称サインに用いる。

- 屋外広告物は、周辺の環境に応じて適切な点灯時間を設定する。
- 道路への投影広告は表示等しない。
- 屋外広告物の光源の点滅は避ける。
- 中高層部の屋外広告物に照明を設置する場合は、白色系とする。
- 新しい映像技術を活用した屋外広告物の設置においては、周辺環境へ十分配慮して計画する。



店舗照明と一体で品格のある夜間景観を創出している内照式サインの例



プロジェクションマッピング（東京駅）

(6) 第三者広告物のあり方

本編 P.24 参照

- 第三者広告物も地域の利益を考えて、景観の向上に寄与するものとする。
- 第三者広告物も、周辺の街並みや住環境等の秩序を保つように配慮する。



お洒落ですっきりとしたバス停の広告

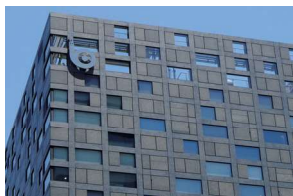
03

共通編：「種類別」主な景観配慮事項

(1) 屋上利用広告物

本編 P.25 参照

- 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。
- 表示方法や表示内容を限定する。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。
- 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、設置を避ける。



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

(2) 壁面利用広告物

本編 P.26 参照

- テナントビルなど複数の事業者が壁面利用広告物を表示等する場合は、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等は避ける。
- 壁面利用広告物は低層部での設置を基本とし、高層部に設置する場合は箱文字・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。



低層部に壁面利用広告物を配置した例
(ピンク枠：屋外広告物)

(3) 突出広告物

本編 P.27 参照

- 突出広告物は、1～3階程度の低層部に設置する。
- 高層部に設置する場合は、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突出広告物を表示等する場合は、面積や位置を揃えるなど規則性を持たせる。



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

(4) 土地に直接設置する屋外広告物

本編 P.28 参照

- 1つの敷地に複数の事業者が広告塔や広告板等を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。
- 広告塔や広告板等は歩行者、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、街並みに調和する落ち着いた色彩や素材とする。

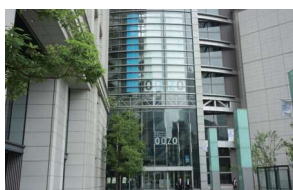


集約看板を計画的に配置し、案内情報等を集約した例

(5) 広告幕

本編 P.29 参照

- 広告幕は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）に設置し、側面に設置しないようにする。
- 取付金物は、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

(6) 広告旗

本編 P.29 参照

- バナー広告やのぼり旗等は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。
- バナー広告を連続して設置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。
- のぼり旗は時間を決めてエントランス付近に集約し、街並みの秩序、歩行者や自転車等の安全性に配慮する。



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

本編 P.30 参照

- 立看板や移動看板は、歩道等の敷地外に設置しない。
- 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。
- 時間を決めて設置し、街並みの秩序、歩行者や自転車等の安全性に配慮する。



しゃ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)

(8) 日よけ（オーニング）

本編 P.30 参照

- 日よけに文字やロゴマークを表示等する場合はワンポイントとする。
- 一つの建築物に複数の日よけを設置する場合や、周辺の建築物に日よけが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。



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

(9) デジタルサイネージ

本編 P.31 ~ 32 参照

区分	地域・地区
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、デジタルサイネージ等を設置・運用する場合は、 特例基準 に適合させる。 特例基準は、本編 P.31 参照
許可区域： 上記以外の区域 P.1 の図参照	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。

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。
- ☐ 周辺の明るさ（時間や場所、季節）に応じて夜間は輝度を調整する。
- ☐ 窓等のガラス面の内側から屋外に表示等する場合も、上記の内容について配慮する。

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。
- ☐ 設置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。



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

本編 P.33 参照

(10) 特定屋内広告物

本編 P.33 参照

- ☐ 建築物の外観全体と調和した表示等とする。
- ☐ 特定屋内広告物は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等は避け、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。



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

(11) 車体利用広告物

- ☐ 車体利用広告物は、走行する地域の特性に配慮したデザインとする。
- ☐ 車体利用広告物のデザインや色彩は、交通安全性に配慮する。

(12) 新たな広告物手法への対応

本編 P.34 ~ 36 参照

- ☐ 壁面用広告シートやエアークラフ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設置を避ける。
- ☐ 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にぎわいの演出や質の高いデザインに配慮する。



地域や場所の歴史や思い出を想起させる仮囲い広告物の例（九段会館）



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

- ☐ 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設置する内容、デザインや設置期間などについて、特段の配慮を行う。
- ☐ 歴史的な建造物等の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。



シティドレッシング（東京2020）



光都東京ライトピア（和田倉噴水公園）

04 地域編：景観重点地区

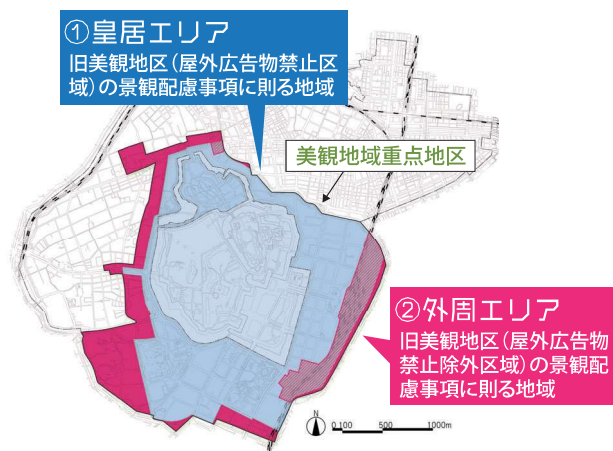
美観地域重点地区

本編 P.40 ～ 43 参照

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
- 皇居等の歴史的資産や首都としての風格のある都市景観を保全する中高層部



日比谷濠沿いの街並み



外濠(市ヶ谷～飯田橋間)



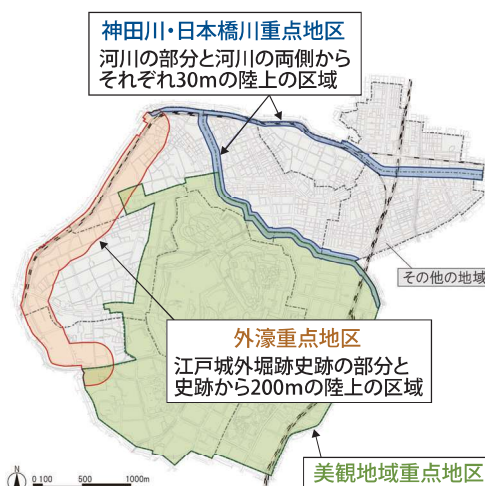
外濠重点地区

本編 P.44 ～ 45 参照

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
- 外濠の景観を保全する中高層部



神田川・日本橋川重点地区

本編 P.46 ～ 47 参照

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
- 神田川・日本橋川の景観を保全する中高層部

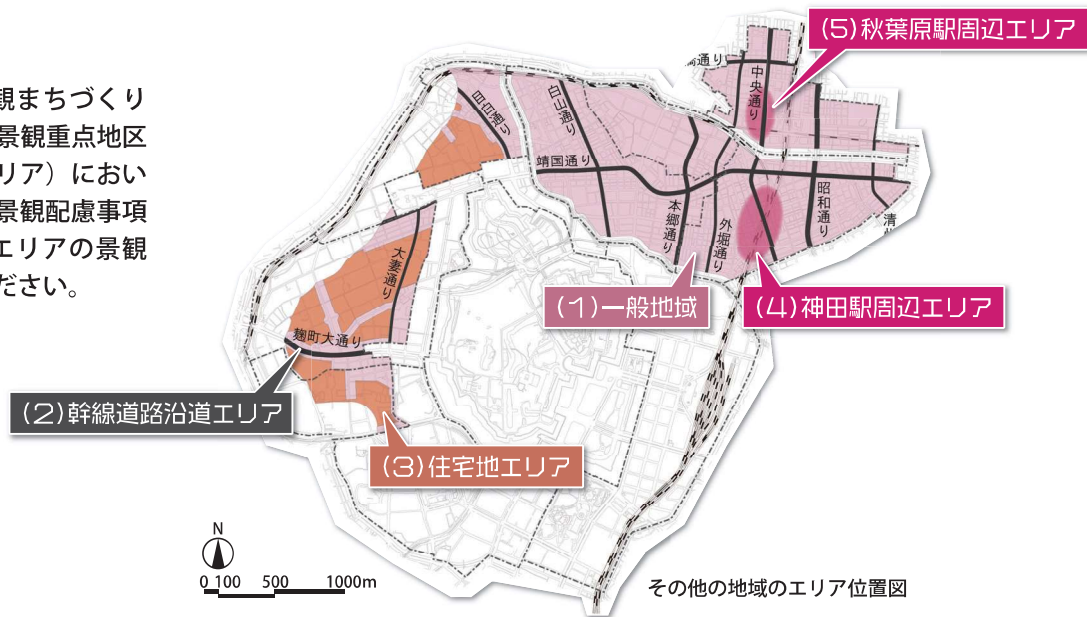


屋外広告物の方向性や景観配慮事項は、
該当の地域をご確認ください。

05

地域編：その他の地域

「千代田区屋外広告物景観まちづくりガイドライン」では、前述の景観重点地区とその他の地域（5つのエリア）において、屋外広告物の方向性や景観配慮事項を定めています。各地域・エリアの景観配慮事項は本編をご確認ください。



(1) 一般地域

本編 P.49 参照

●景観配慮事項（一般地域一部抜粋）

黒字：その他の地域共通の景観配慮事項

部位	項目	景観配慮事項（一部）	check
全体	地域で維持したい景観	☐ 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。 ☐ 歴史的な建造物等の周辺に設置する屋外広告は、当該建築意匠を尊重したデザインとする。 ☐ 光源が点滅するものや赤色光の使用を避ける。	☐ ☐ ☐
低層部	形態・意匠	☐ 意匠は、建築物の外観デザインや敷地全体の屋外広告物の一体性を考慮したものとする。 ☐ 色彩は、高彩度色の大面积での使用を避ける。 ☐ 配色は、多色でコントラストの強いものは避ける。	☐ ☐ ☐
	照明	☐ デジタルサイネージ等の屋外広告は控える。設置する場合は、過度の発光、急激な場面転換や音声の出力等を避ける。	☐

※部位：「全体」「中高層部」「低層部」（駅周辺エリアについては部位が異なります）

※項目：「地域で維持したい景観特性」「表示内容」「位置・配置」「形態・意匠」「照明」

青字：エリア独自の景観配慮事項

(2) 幹線道路沿道エリア

本編 P.50 ~ 51 参照

低層部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
- 街並みの連続性や風格のある沿道景観を形成する中高層部



低層部に屋外広告物が集約された風格のある本郷通り



屋上には広告物がなく、スカイラインが整っている靖国通り

(3) 住宅地エリア

本編 P.52 ~ 53 参照

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
- 街並みの基調色や連続性を保全する中高層部



木の建築部材やベンチと調和した素材・色彩のエントランスサイン



中高層部への屋外広告物が控えられている落ち着いた街並み

(4) 神田駅周辺エリア

本編 P.54 ~ 55 参照

下町の街並みの保全・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
- 街並みの基調色を感じさせる中高層部



神田駅高架下の商業施設



路地の提灯看板の灯り

(5) 秋葉原駅周辺エリア

本編 P.56 ~ 57 参照

電気街のにぎわいの創出と 隣接する神田川の景観保全

〈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
- 低層部ににぎわいが感じられる周辺道路に面する部分



中央通りに面する秋葉原電気街

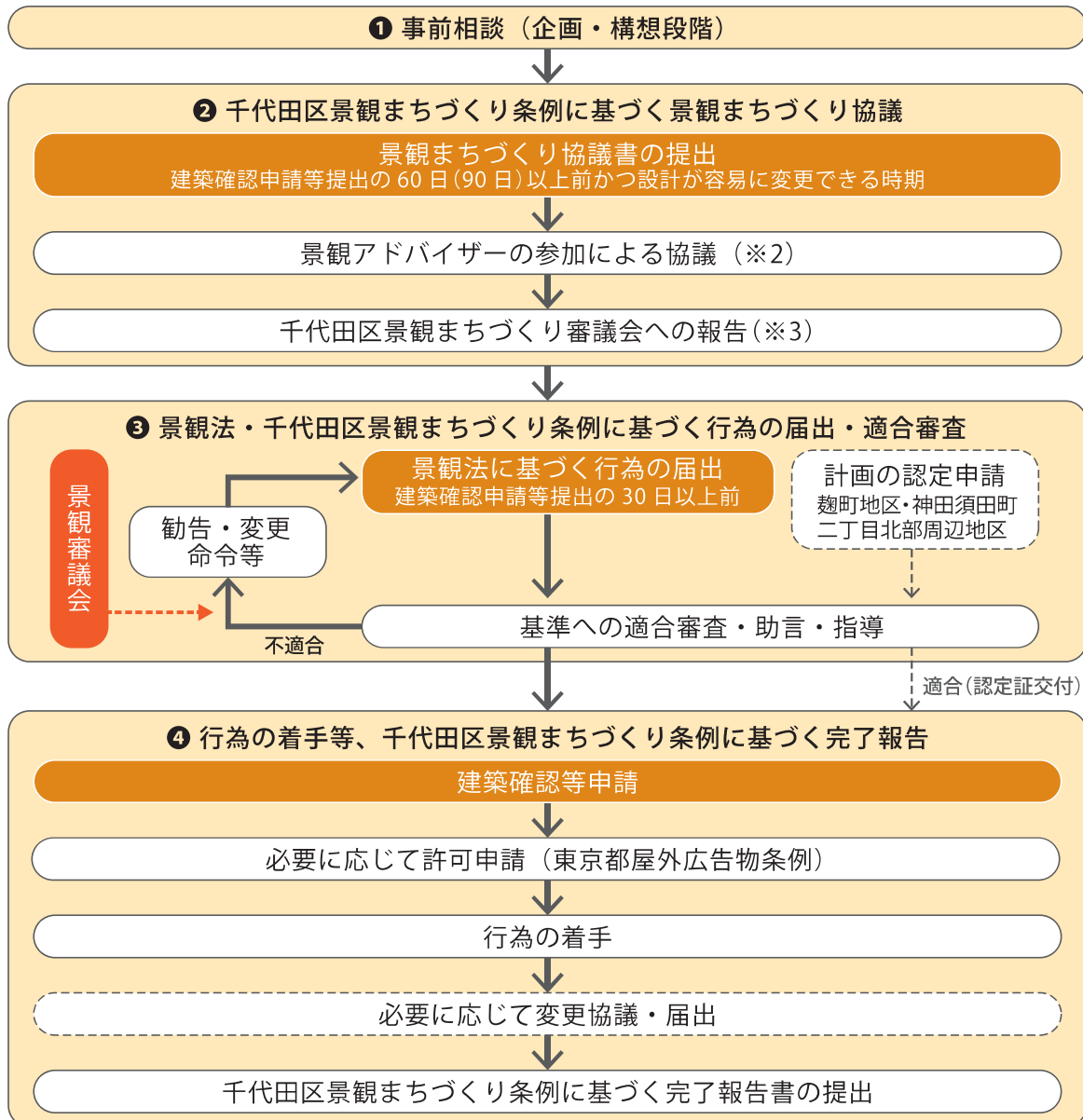


神田川から見た万世橋と街並み

□ 事前協議制度を活用した手続き

● 建築物の新築等（建築物と一緒に計画する場合）

景観法、千代田区景観まちづくり条例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。



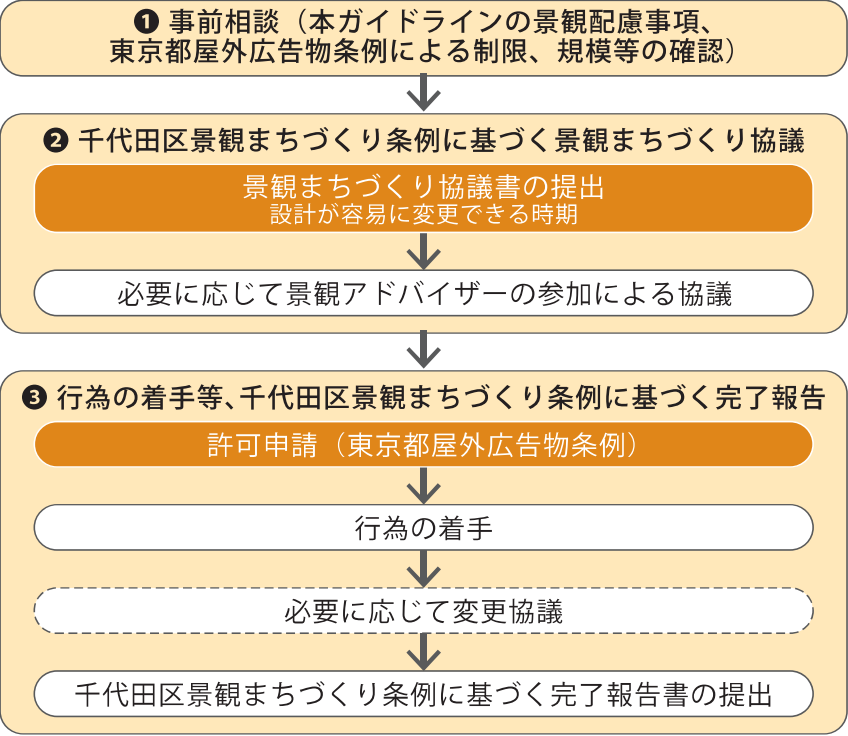
※1) 建築物の新築等の対象となるものは、景観重点地区では全て、麹町・神田地域では高さが10mを超えるもの。

※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) 千代田区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。

●屋外広告物の表示・設置等（屋外広告物単体で協議する場合）

屋外広告物を単体で表示等する場合は、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

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、屋外広告物の設置期間が2日以内又は地下に表示等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）

！ 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。

※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。また、麹町地区地区計画の区域では、屋外広告物に関する独自の基準を定めています。

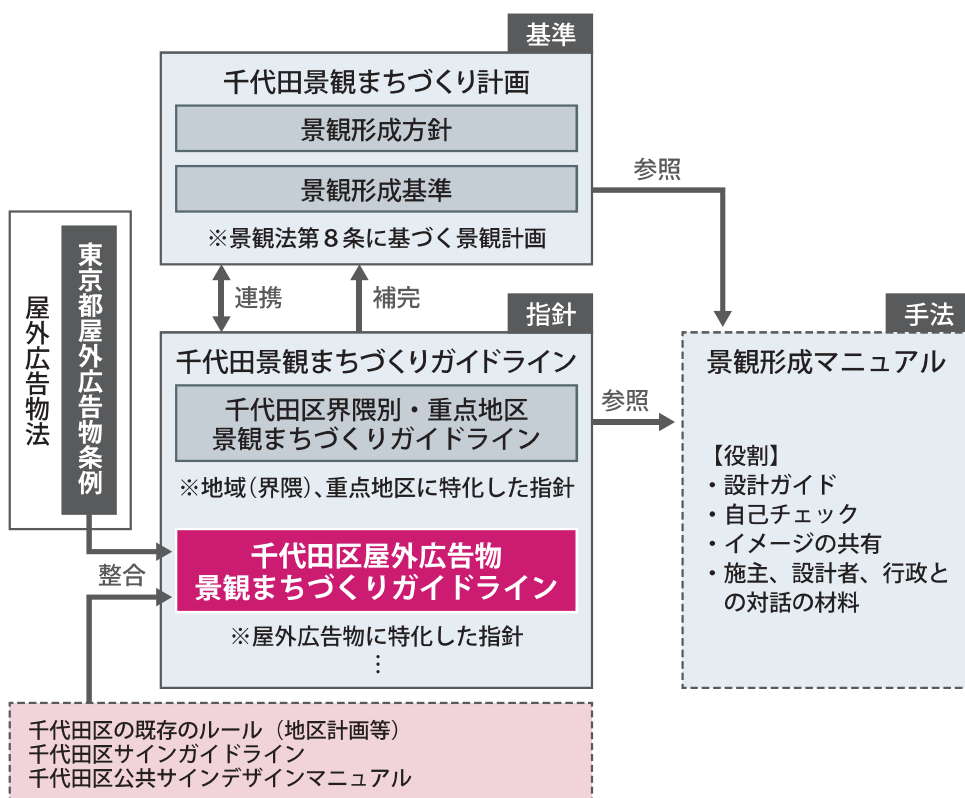
□ 景観まちづくり協議時の提出書類

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。

書類リスト		check
1	景観まちづくり協議書	☐
2	委任状（代理者が手続きを行う場合）	☐
3	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）	☐
4	配置図、着色立面図	☐
5	完成予想図	☐
6	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）	☐

- ※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、変更前、変更後として、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。

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を踏まえて策定するものです。



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

事前相談や協議・届出
の際は、事前に予約を
お願いします。

●お問い合わせ先

千代田区 環境まちづくり部 景観・都市計画課 景観指導係

〒102-8688 東京都千代田区九段南 1-2-1 TEL：03-5211-3639（ダイヤルイン）／FAX：03-3264-4792
E-mail：keikan-toshikeikaku@city.chiyoda.lg.jp