

# 千代田区屋外広告物 景観まちづくりガイドライン



界隈ごとの歴史・文化・自然を引き継ぎ  
首都としての風格と活気を創出する。



CHIYODA CITY 令和3年3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の魅力、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んと協働して、地域ごとの街並みや眺望を保全・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」を策定しました。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。



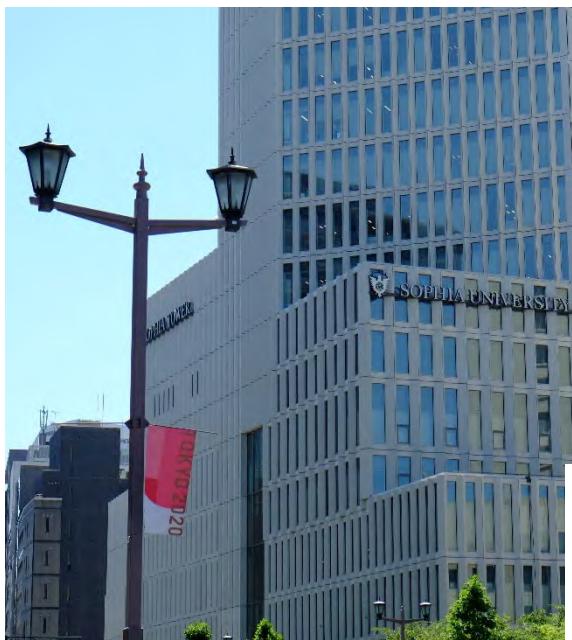
水辺と緑  
を守り、  
活かす。



界隈の個性  
を活かす。



首都として  
の美しさを  
創出する。



活気と  
やさしさ  
を与える。



※写真中の「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

---

---

<b>i. ガイドラインについて .....</b>	<b>1</b>
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
<b>ii. 共通編 .....</b>	<b>7</b>
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屋外広告物.....	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) 車体利用広告物 .....	33
(12) 新たな広告手法への対応 .....	34

---

<b>iii. 地域編 .....</b>	<b>37</b>
1. これまでの取組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
<hr/>	
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
<hr/>	
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
<hr/>	
<b>iv. 屋外広告物の手続きについて .....</b>	<b>59</b>
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
用語集 .....	63



# 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

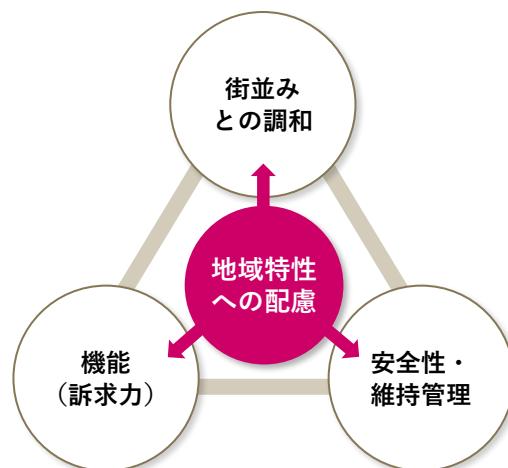
屋外広告物というと商業広告がすぐに頭に思い浮かびますが、具体的なイメージや観念を表しているもののうち、屋外で公衆に表示されるものは、営利的なものや公共的なものはもちろん、文字で表されていない絵、商標、シンボルマークなどもその表している内容に関わらず、屋外広告物になります。

「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。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設置されるため、場所や地域との関わりが強くなります。このため、屋外広告物を設置する際には、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、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。これらの新たな広告手法においても「公共物」であることを意識し、地域の良好な街並み、安全性や維持管理に配慮した屋外広告物となるように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います。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が、周辺環境に調和した屋外広告物のデザイン（色や形）とすることも大切で、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。



ブランド戦略を重視している例

## 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に関する取組

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、1949（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しながら、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。



## 屋外広告物の誘導の方向性

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、屋外広告物の表示等について景観誘導を行っていきます。

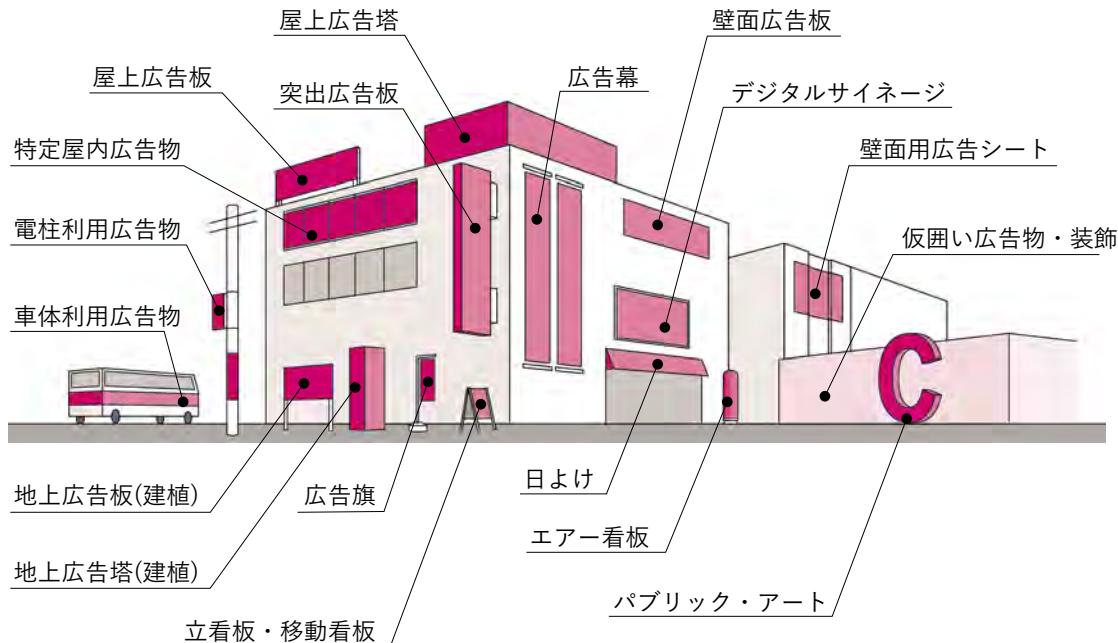
また、景観計画に規定する内容を東京都屋外広告物条例に反映する制度や地区計画等の制度を活用し、地区ごとの景観特性を活かした屋外広告物の誘導を図ります。

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については、区と東京都との連携を図ります。

## 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表示する広告物）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物（広告旗・案内サイン等）や新たな広告手法（仮囲い広告物・シティドレッシング等）については、東京都屋外広告物条例等に基づいて特例許可されている場合があります（P.34～36）。

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 広告物	表札系広告物 (ブランディング広告)	情報発信者の実在を表象する屋外広告物。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	
	事業系広告物	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屋外広告物。	商品・サービスの告知、営業時間、カフェのメニュー看板等	
一般広告物 (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屋外広告物。	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 広告物	エリアマネジメント 広告物	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屋外広告物。	街路灯バナーフラッグ、街区案内サイン、工事用仮囲い広告物、シティドレッシング等	
		原則設置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、設置される屋外広告物。	上屋付きバス停、配電地上機器等	
エリア広告物		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屋外広告物。	イベント告知等	
エリヤマネジメント 広告物		エリヤマネジメント広告のうち、広告収入を地域のまちづくり活動に還元する屋外広告物。	街路灯バナーフラッグ、街区案内サイン、工事用仮囲い広告物等	
公共広告物		公共団体等が公共的目的をもって表示する屋外広告物。	公共のメッセージ告知、注意看板等	
事業系広告物		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屋外広告物。	下水道人孔蓋広告物等	
案内広告物		公益上必要な道標、案内図等の情報、利便情報を表示する屋外広告物。	エリアマップ、主要施設の案内表示等	

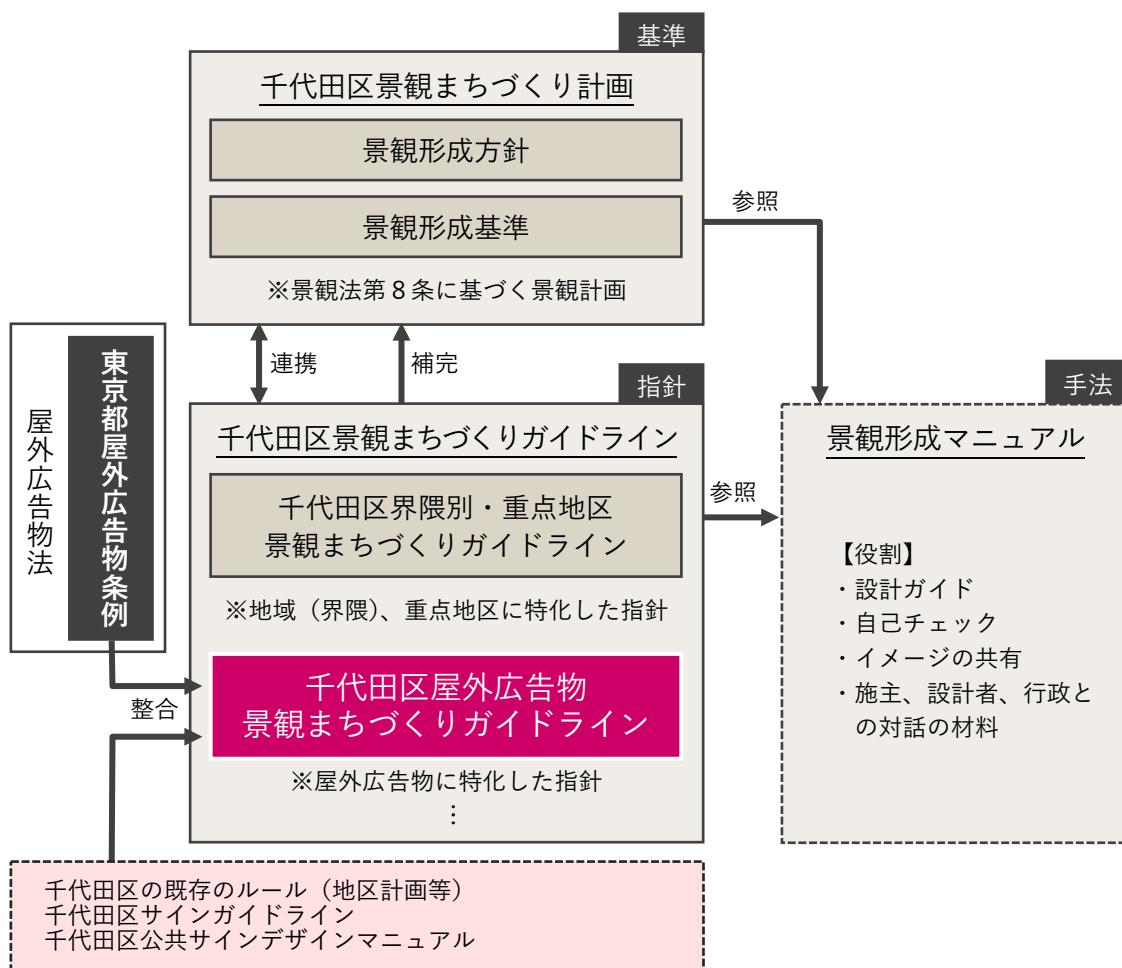
### 3. ガイドラインの位置づけと活用方法

#### 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屋外広告物については、「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あります。

千代田区において屋外広告物を表示等する場合は、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、特に景観重点地区や歴史的な建造物等の周辺においては、景観形成・保全の推進に向け、質の高い屋外広告物の表示等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

## ガイドラインの活用方法

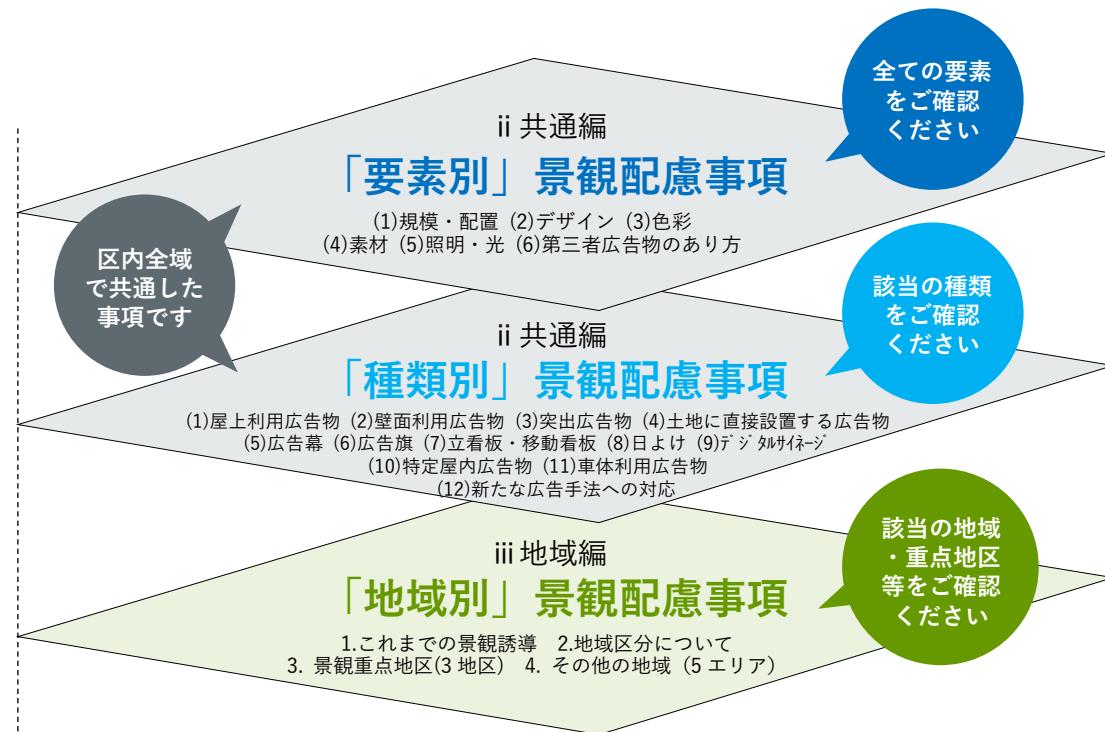
屋外広告物を活かした良好な景観を形成するためには、屋外広告物に関わる広告主（事業者）、屋外広告業者、建築物の設計者、管理者、区民、行政が連携して取組を進めていく必要があります。

本ガイドラインは、屋外広告物をと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くべき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基にした地域区分に加え、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 ii 共通編、iii 地域編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

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、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、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）

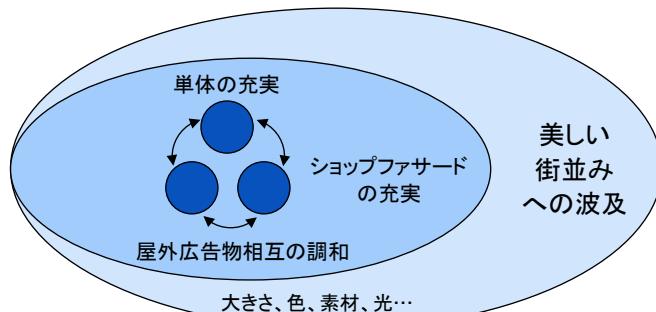
区全体の目標	景観誘導方針
	<ul style="list-style-type: none"> <li>屋外広告物は、屋外広告物条例に基づく許可が必要なものはもとより、自家用、第三者広告物及び公共広告物等を含め、地域特性を踏まえた良好な景観の形成に寄与するように、大きさ、形態・意匠、色彩等に配慮する。</li> <li>大規模な建築物や高層・超高層の建築物における屋外広告物は、景観に対する影響が広範囲に及ぶ場合があることなどから、広域的に影響が及ばないように、大きさ、形態・意匠、色彩等に配慮する。</li> </ul>
歴史的構造を活かす	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul>
水辺と緑を守り、活かす	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>
界隈の個性を活かす	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul>
活気とやさしさを与える	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul>
首都としての美しさを創出する	<ul style="list-style-type: none"> <li>原色や彩度の高い色は局部的、限定的に用いる。</li> <li>過度な装飾の使用は避ける。</li> <li>1つの建築物に設置する屋外広告物はできるだけ集約化させる。</li> </ul>

※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

千代田区の景観まちづくりにおいては、景観屋外広告物単体の良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

## 美しい街並みを育むだけでなく、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、街を歩いていれば自然と目に入るもので、見たくない人の目にも入ってしまう公共性の高いものです。このため、屋外広告物を公共空間に表示等する際には、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表示等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。

「建物を活かす広告」など直接屋外広告物に関するキーワードと、「向こう三軒両隣り」など調和や場所性への配慮として屋外広告物が考慮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の表示等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」等を計画する際は、各キーワードの趣旨を踏まえてください。

## 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
<b>歴史を刻む場所</b>							
歴史の継承と創造	広告物は歴史的な建造物等との調和に配慮し、歴史を創造するような洗練されたデザインや素材を活用しながら、長期的な視点でまちとの調和に配慮する。	★		○		○	○
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。	★		○	○	○	
年輪を重ねる材料	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材料とする。	☆				○	
<b>多様な界隈</b>							
路面のにぎわい	歩行空間に設置する広告物は、魅力やにぎわいを創出するようなデザインとする。	★		○	○	○	○
路地を活かす	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。	★	○	○		○	
まちと共感する広告	まちに無関心な広告がまちなかみを占領しないように、地域性・場所性に配慮した規模や配置とする。	☆	○	○	○	○	
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。	☆	○	○	○	○	○
馴染む色彩	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。	☆			○		
<b>豊かなつながり</b>							
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。	★					○ ○
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。	★	○	○	○	○	○
<b>首都の風格</b>							
通りの秩序	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。	★	○	○	○	○	

☆：直接、広告物に関するキーワード

★：屋外広告物相互や建築物との調和・地域特性に配慮したキーワード

## 2. 「要素別」景観配慮事項

### (1) 規模・配置

#### 規模や位置の配慮

人の視距離に応じた景観の見え方の変化については、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續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。	屋外広告物は、街並みの連續性、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。	屋外広告物は、ビル群などの都市景観、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。
- 屋外広告物が中景・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、想定される視点場や視距離、またそこから算定される広告物の種類に応じた文字の大きさとすることが大切です。

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、一般的には「広告物までの距離 ÷ 250 = 文字の高さ」と定められています。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ことが大切です。

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：『公共交通機関の旅客施設に関する移動等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

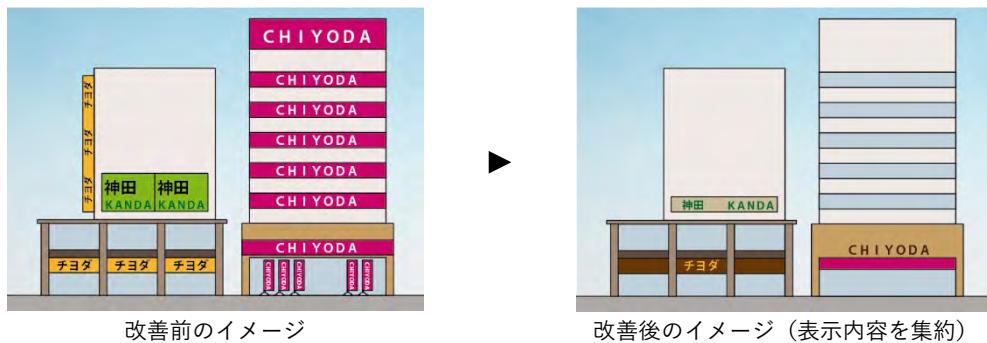
### POINT

- 屋外広告物の文字は必要以上に大きくしない。
- 和文と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、壁面利用広告物、突出広告物、広告旗等の屋外広告物や特定屋内広告物に、同じ情報を反復して表示等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、街並みとしての秩序を保つよう配慮することが大切です。



## POINT

- 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。
- 同じ建築物や敷地内に屋外広告物を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〉

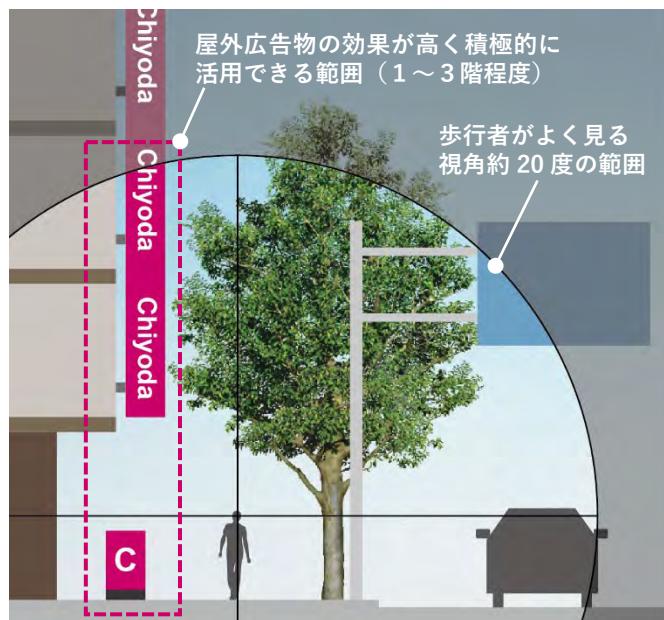
- ・建築物の一壁面に内容を同じくする屋外広告物や掲出物件を表示する場合においては、各広告物等の間隔を 5 m 以上離す。

## 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:『屋外広告の知識 デザイン編』ぎょうせい)

## POINT

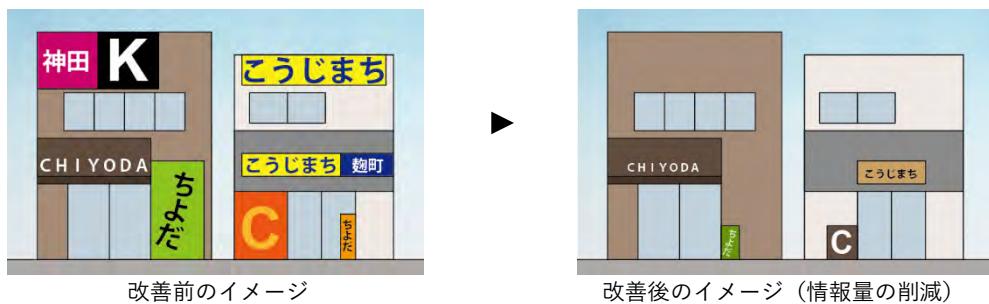
- 屋外広告物は歩行者の目線で、建築物の低層部に効果的に計画する。
- 壁面利用広告物や突出広告物の高さを揃えるなど配置や配列を整える。

## (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。

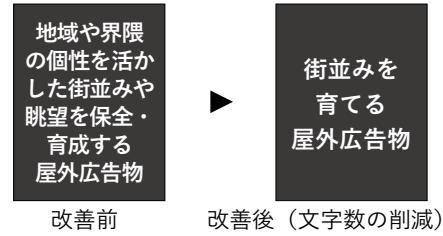
屋外広告物の大きさや形態などを考慮して広告物に適度な余白を設け、図と地のバランスが取れたすっきりとした表示となるよう配慮してください。



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 文字以内とすることを原則とします。なお、屋外広告物の種類、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。

#### 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。
- 屋外広告物は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はっきりと読みやすく、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ことができます。

#### 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・筆書き体）

明朝体（黎ミン）  
筆書き体（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

- 文字の書体は、企業や店舗等のイメージに合ったものを選ぶ。

## 地域特性・イメージの反映

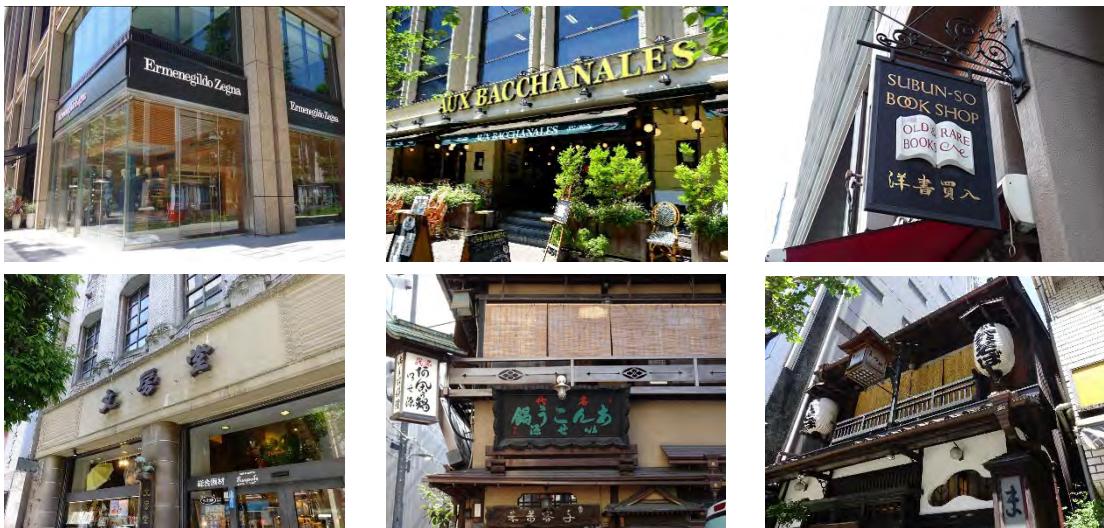
屋外広告物は同じ場所に長い時間設置されるものや、イベント広告など短期間設置されるものがあり、どちらも景観に影響を及ぼします。その設置場所は駅前や商店街、歴史的な地域、住宅地など多様です。また、屋外広告物の大きさや意匠が同じでも、街並みや他の屋外広告物の状況によって、目立つ度合いが変わります。

屋外広告物を計画する際は、街並みの現状や地域の景観形成の方針を把握し、屋外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、個々の屋外広告物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。

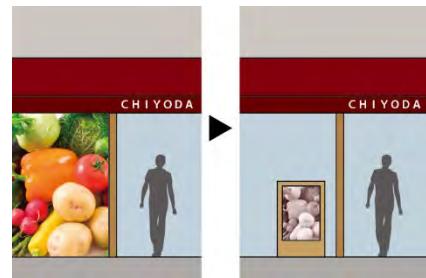


同じ突出広告物を設置した場合でも、街並みによって見え方が異なる



また、人物や飲食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、街並みの連續性やまとまりを妨げるほか、歩行者に対して圧迫感を与える要因となるため、表現が過大にならないようにしてください。

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）に配慮することが大切です。



大きさや色彩を改善したイメージ

## POINT

- 屋外広告物は、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。
- 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、屋外広告物を含む建築物の外観全体がまとまるよう、設置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、街並みに対して屋外広告物が主張し過ぎないよう配慮することが大切です。

また、間口が長い建築物は屋外広告物が連続する可能性があるため、建築物の外観デザインとの一体感が必要です。計画段階から表示位置、面積、デザイン（形態・意匠）に自主規制を設けるなどの配慮を求めるます。



建築意匠と一体化的な頂部の屋外広告物の例（右図は交差点）

## POINT

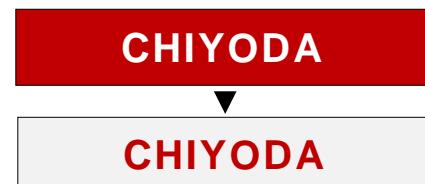
- 計画段階から屋外広告物のデザインに自主規制を設けるなど、建築物の外観デザインと一体化的な広告とし、建築物の外観全体がまとまるようにする。複数のテナントが入居する場合は特に配慮する。
- 交差点に面した建築物や敷地に屋外広告物を表示等する場合は、主張し過ぎないようにする。

### (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、美しい街並みを維持するために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。屋外広告物に高彩度色を使用する場合は、高彩度色の地色と文字を反転するなど、大面積での使用を避けることが大切です。



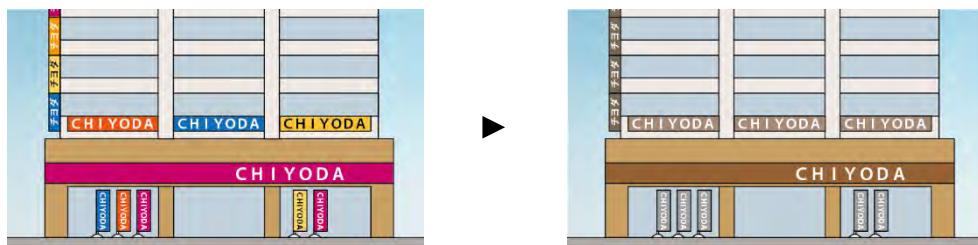
地色を反転して周辺の街並みとの調和に配慮した例

白や黒もコントラストが強く使い方には注意が必要です。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し、建築物や縁が主体となる街並みと調和した屋外広告物と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。



#### POINT

- 屋外広告物は、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。

## 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。



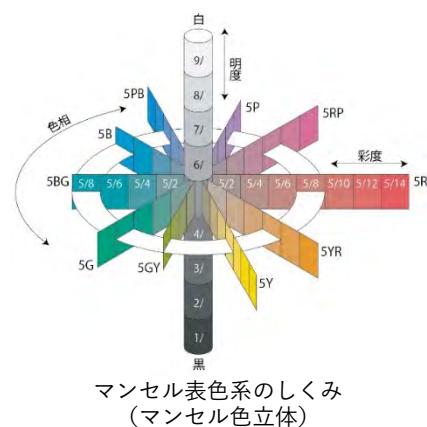
### POINT

- 屋外広告物は、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。

「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。



マンセル表色系のしくみ  
(マンセル色立体)

### 色彩の三属性〈色相・明度・彩度〉

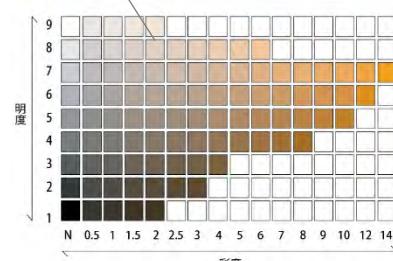
**色相**：色合いを表します。10種類の基本色（赤、黄赤、黄、黄緑、緑、青緑、青、青紫、紫、赤紫）の頭文字をとったアルファベット（R、YR、Y、GY、G、BG、B、PB、P、PR）とその度合いを示す0から10までの数字を組み合わせ、10YRや5Gなどのように表記します。

**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赤の原色の彩度は14程度です。

じゅうわいアル  
10 YR 8 / 2  
色相 明度 彩度

黄赤(YR)系の色相



マンセル記号の読み方

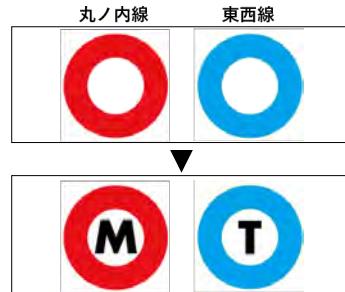
### 屋外広告物に色彩の性質を活用

#### 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。高齢者及び色覚多様性等に配慮して、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、高彩度色の使用は控えてください。



鮮やかな色の面積を抑えて、落ち着いた広告物の例

#### POINT

- 屋外広告物は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）。
- 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、歴史的な街並み景観、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。

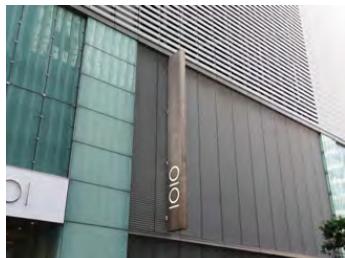


木造の歴史的な建造物と共通する木材などの伝統的素材を使用して、経年変化により風格や歴史が感じられる広告物の例

また、都心部に位置する千代田区において屋外広告物を設置する場合は、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、屋外広告物についても、金属、ガラス、木、石、布など地域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。



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感のある広告の例



「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

- 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屋外広告物は、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緒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、品格のある街並み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増えています。高層階まで表示等している場合があるため遠くからも目立ち、広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と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屋外広告物を表示等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

- 特に建築壁面を利用した屋外広告物は、建築物の外観デザインを損なわないよう、金属やガラスなどの質感を活かす。

## (5) 照明・光

### 高輝度（まぶしさ）の抑制

近年、夜間景観が都市の魅力として注目されており、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。

屋外広告物を設置する場合も、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。屋外広告物の照明は、原則、内照式又はバックライト方式（間接照明式）とし、適切な点灯時間の設定など、皇居の縁や歴史的な建造物等の周辺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、屋外広告物の照明方式を内照式とする場合は、全面発光を避け、文字等の部分の発光に努めるようしてください。中高層部の屋外広告物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（プロジェクターにより路面に店名などを投影する屋外広告物）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。
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。建築物や企業、店舗等の名称サインに用いる。

#### POINT

- 屋外広告物の照明方式は、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）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。
- 中高層部の屋外広告物は、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。
- 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。歴史的な建造物等や住宅の周辺では、夜間は消灯する。
- 道路への投影広告物は表示等しない。

〈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、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屋外広告物に点滅などの動光を用いることは大変危険です。

したがって、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續性に十分な配慮が必要です。

### POINT

- 安全性や街並みの連續性に配慮し、屋外広告物の光源の点滅は避ける。
- 特に道路沿道や交差点付近に屋外広告物を設置する場合は、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。やむを得ず動光を伴う屋外広告物を設置する場合は、動きを緩慢にする。

〈東京都屋外広告物条例〉

- ・旧美観地区等では、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）に設置する屋外広告物の照明は、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を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。

また、地域でイルミネーションなどを設置する場合は、周辺と調和するように輝度や色温度を調整するなど配慮が必要です。

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					
8000K			曇天		
6500K		昼光色	平均正午 の太陽光		
5000K	白っぽい 光色	昼白色			
4200K 4000K		白色			
3500K		温白色			
3000K ~ 2800K		電球色			
2000K ~ 1800K	赤み がかった 光色	ろうそくの炎	日の出 ・日没		低い色温度を 基調とした景色

K : ケルビン（熱力学温度の単位）

## POINT

- 屋外広告物は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。
- 中高層部の屋外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設置する場合は、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〉

・旧美観地区等では、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の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りました。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、使用的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使用される傾向にあり、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。
- デジタルサイネージ等については、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屋外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屋外広告物の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

### 屋外広告物を含む美しい街並みを育む視点

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、屋外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、屋外広告物単体が優れていることだけではなく、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、屋外広告物を含む街並み全体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、色彩をはじめ屋外広告物のデザインの調整を行うことも必要です。



街並みに調和したフラッグ等の広告

### 新規に第三者広告物を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、住宅に屋外広告物を向け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街並みの秩序を保つようにしてください。

#### POINT

- 屋外広告物は、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。

### 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になります。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物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〉

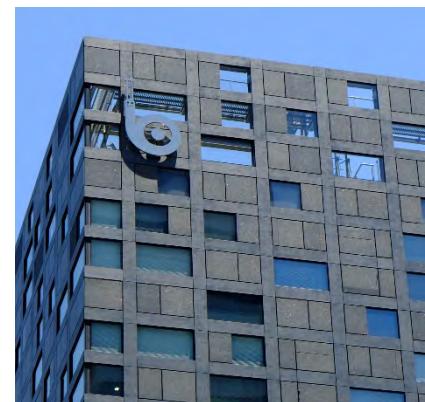
- ・旧美観地区、風致地区、第一種文教地区は設置できない。

〈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。



周辺の街並みから突出した屋上利用広告物の例



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



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）

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

- 屋上利用広告物を設置する場合は、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。
- 色彩については、高彩度色の地色は反転するなど、地色を建築物と共通性のある落ち着いた色彩とする。
- 屋上利用広告物の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、点灯時間については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、設置を避ける。

## (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屋外広告物は、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〉

- ・地盤面から壁面利用広告物の上端までの高さが第1種・第2種住居地域内にあっては33m以下、それ以外にあっては52m以下。
- ・壁面利用広告物の表示面積は50m<sup>2</sup>以下で（商業地域は100m<sup>2</sup>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）に設置する壁面利用広告物については、自社名、ビル名、店名又は商標を表示する屋外広告物に限る。
- ・ビル名の文字などを表示する壁面利用広告物は、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：屋外広告物)



緑と一緒にし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、しゃれた印象の街並み形成された例

### 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。
- 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。
- 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。

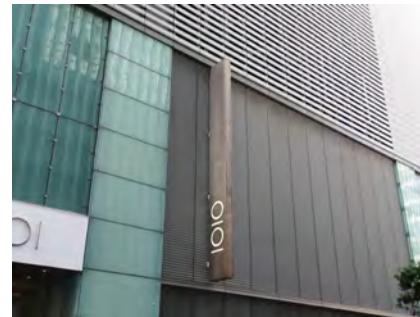
突出広告物は通りに張り出すことにより、通りの見通し景観（ビスタ景観）や街並みの連續性に大きな影響を与えるため、壁面線を乱さないように配慮してください。

#### 〈東京都屋外広告物条例〉

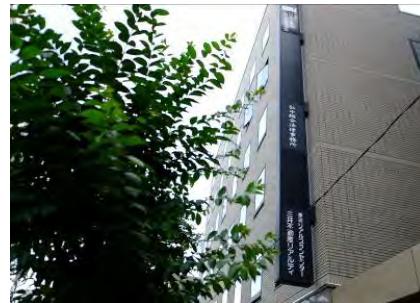
- ・突出広告物の道路境界線から出幅が1m以下、かつ、建築物からの出幅が1.5m以下。
- ・道路面から突出広告物の下端までの高さが歩車道の区別のある道路の歩道上では、3.5m以上（道路境界線から出幅が0.5m以下の場合は2.5m以上）、歩車道の区別のない道路上では4.5m以上。

#### 〈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。



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や素材の突出広告物の例

#### 具体的な配慮事項

- 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。
- デザインや素材は、街並みの連續性に配慮しつつ、地域特性を加味する。

## (4) 土地に直接設置する屋外広告物

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屋外広告物は、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）

- ・ 土地に直接設置する屋外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物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）。



集合看板を計画的に配置し、案内情報等を集約した例

### 具体的な配慮事項

- 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。
- 基礎周辺は緑化したり、透明な素材を用いたりするなど、設置場所に応じた工夫をする。



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



建築物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

- 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。
- 広告幕は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。
- 期間を決めて設置し、街並みの秩序や歩行者等の安全性に配慮する。
- 広告幕の取付金物は、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



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、連続して設置するケースも多く、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、街並みの秩序や歩行者や自転車等の安全性に配慮することが大切です。

### 具体的な配慮事項

- 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。
- 広告旗の支柱等の構造物は、街並みに調和する落ち着いた色彩や素材とする。
- 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。



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を感じられるようにする。

立看板や移動看板は、街並みの秩序や安全性に配慮して、歩道を含む道路への設置が禁止されています。敷地内で、時間を決めて設置してください。

### 具体的な配慮事項

- 立看板や移動看板は、歩道等の敷地外に設置しない。
- 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。



しゃれた雰囲気で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ゃれた立看板の例（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〉

- ・屋外広告物の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。
- ・屋外広告物の下端までの高さが歩車道の区別のある道路の歩道上では、3.5m以上（道路境界線から出幅が0.5m以下の場合は2.5m以上）、歩車道の区別のない道路上では4.5m以上。



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

- 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。
- 日よけの地色は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。

## (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（デジタルサイネージ）」の普及が進んでおり、千代田区内においても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設置については、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、デジタルサイネージの禁止区域と許可区域については、それぞれ以下の方針で表示等を行ってください。

### 〈東京都屋外広告物条例〉

- ・屋外広告物は、旧美観地区では屋上への取付け、光源の点滅、赤色光の使用は禁止（赤色光で表示面積の1/20以下は使用できる）。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屋外広告物や掲出物件を表示する場合は、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、デジタルサイネージ等を設置・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とする。 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デジタルサイネージを設置する場合は、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10m<sup>2</sup>以下、風致地区は5m<sup>2</sup>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/m<sup>2</sup>以下を目安とする。
- 原則、点滅する広告や動画は表示等しない。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表示等する場合も、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表示等する場合は、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）に設置する屋外広告物の照明は、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）〉

- ・デジタルサイネージ等の明るさは、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。
- 歴史的な建造物等の周辺や住宅地など地域の雰囲気にそぐわない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する。なお、信号機付近に設置する場合は、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。
- 表示面の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等する場合も、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は、表示等するコンテンツが容易に変更可能であること、屋外に設置され、大きな面で表示等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。
- 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。
- デジタルサイネージが多く表示等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て、室内から室外に向けて広告を行う特定屋内広告物については、室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、無秩序な表示等が拡大し、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、建築物の外壁の色彩として認識される場合があるため、特定屋内広告物も室外広告物と同様に、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。

### 〈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階を超える部分又は地盤面からの高さが10m以上の部分）については、建築物の窓面の内側から室外広告物及びこれらに類するものを表示しない。



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

### 具体的な配慮事項

- 特定屋内広告物は、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。
- 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) 車体利用広告物

車体利用広告物は、道路等を走行中に第三者広告物を表示等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。

車体利用広告物については、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

- 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設置可能な技術が開発されているため、大きな広告物を設置する事例が増えています。

壁面用広告シートは、建築意匠との乖離や街並み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。

### エアー看板

バルーンを膨らませたエアー看板は、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。

エアー看板を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。

### プロジェクトマッピングやメディアアーティファード

プロジェクトマッピングやメディアアーティファ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

### 仮囲い広告物・装飾

工事などの仮囲いは、街並み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観点で考えてみることが大切です。

また、存在感もあるため、街並み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物の例（九段会館）

#### 具体的な配慮事項

- 壁面用広告シートやエアー看板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。
- 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アーティファードは、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なに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を醸成するために、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表示等すると景観を阻害する場合があり、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。シティドレッシングを実施する場合は、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、シティドレッシングにより窓面を覆うような表示等については、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。歴史的な建造物等や、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を行っています。



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。
- 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。

## エリアマネジメント広告物

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みの一つとして、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、エリアマネジメント広告物を表示等する際は、特に地域特性を踏まえた計画とすることが必要です。



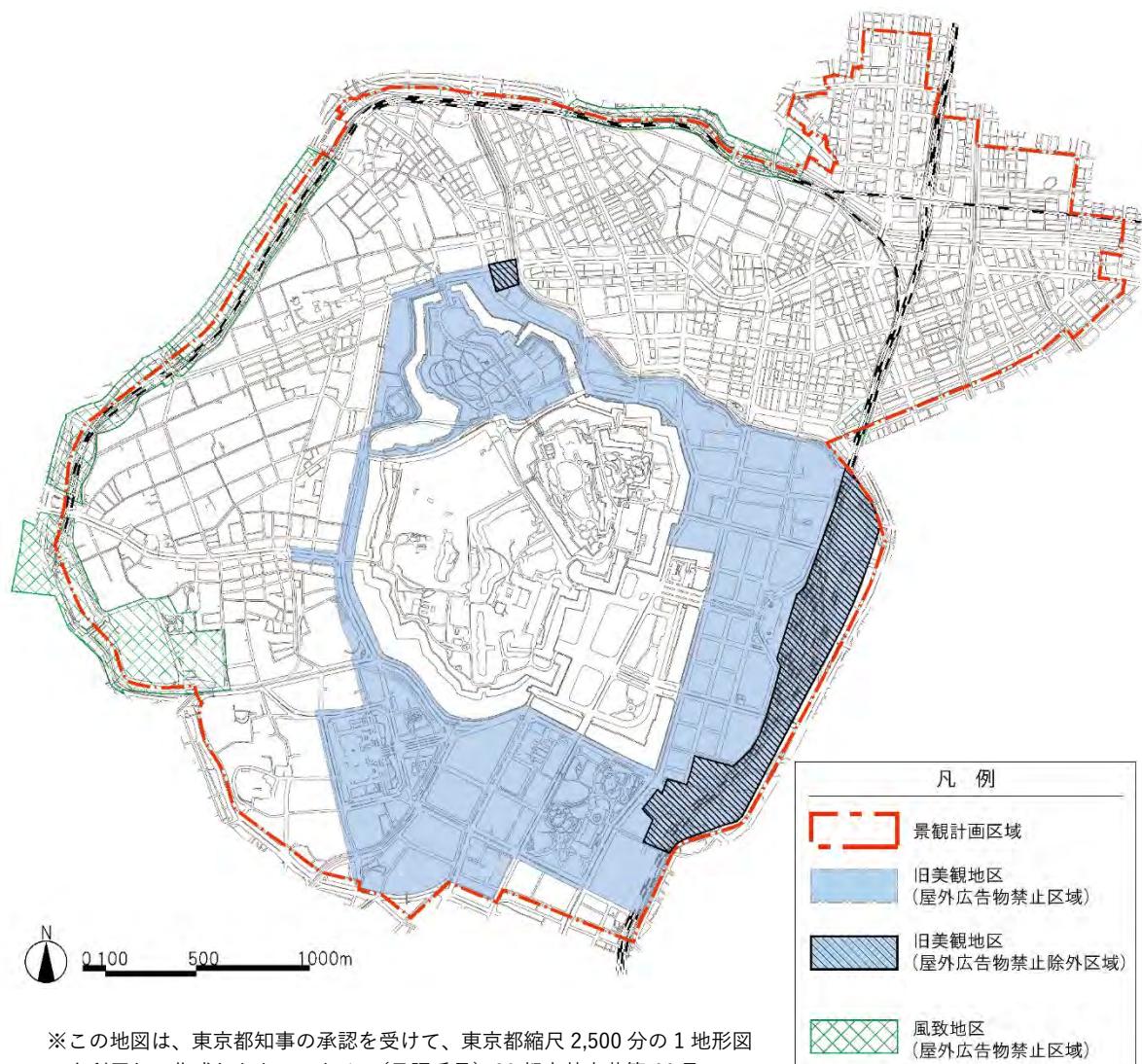
デザイン性の高いバナーフラッグが通りのにぎわいを演出している例

## iii 地域編

### 1. これまでの取組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

千代田区内には、東京都屋外広告物条例により、屋外広告物の表示及び掲出物件の設置を禁止する必要のある地域（禁止地域）として、旧美観地区と風致地区が指定されています。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則しながら、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を育んできました。今後も、これまでの蓄積を活かして、景観誘導を継続・発展させていきます。



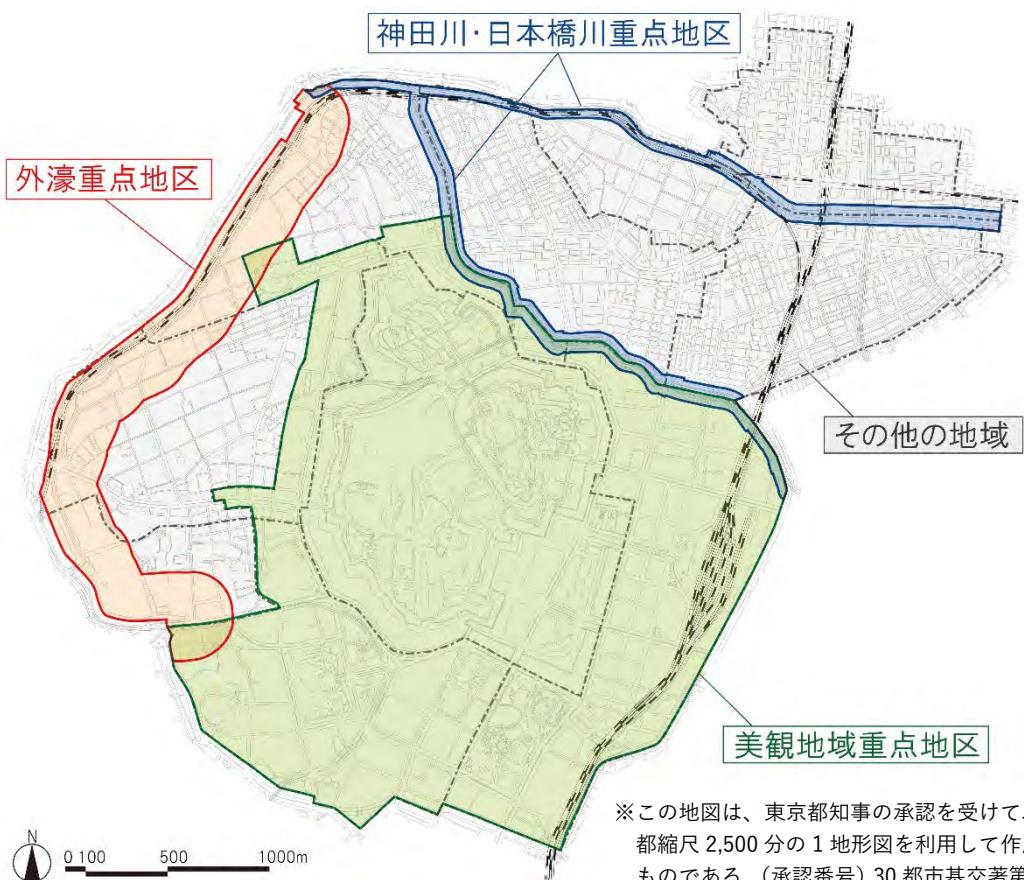
旧美観地区・風致地区的区域図

## 2. 本ガイドラインの地域区分について

本ガイドラインの地域区分は、屋外広告物に関するこれまでの取組と「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、新たに地域区分を設けるなどして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するため、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区や地域にまたがる場合は、屋外広告物を設置する位置が属する地区や地域の景観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

3つの景観重点地区・その他の地域位置図及び概要

### [参考] 3つの地域、12の界隈、景観重点地区

「千代田区界隈別・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、麹町地域、神田地域に大別し、地形や各地域の成り立ち及び景観の特性等を考慮し、12の界隈に区分しています。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、界隈とは別の区分としています。



※この地図は、東京都知事の承認を受けて、東京都縮尺2,500分の1地形図を利用して作成したものである。  
(承認番号) 30都市基交署第44号

地域・界隈・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

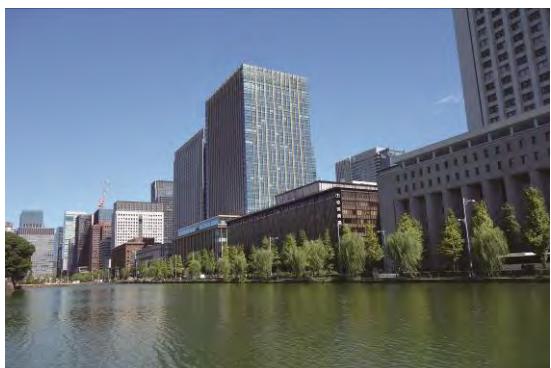
##### 街並みの連続性、昼夜間にぎわいや品格が感じられる低層部

○低層部に屋外広告物を設置する場合は、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、建築物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を形成します。

##### 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

○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。

○特に、皇居周辺において中高層部に屋外広告物を設置する場合は、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阻害しないようにします。



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）



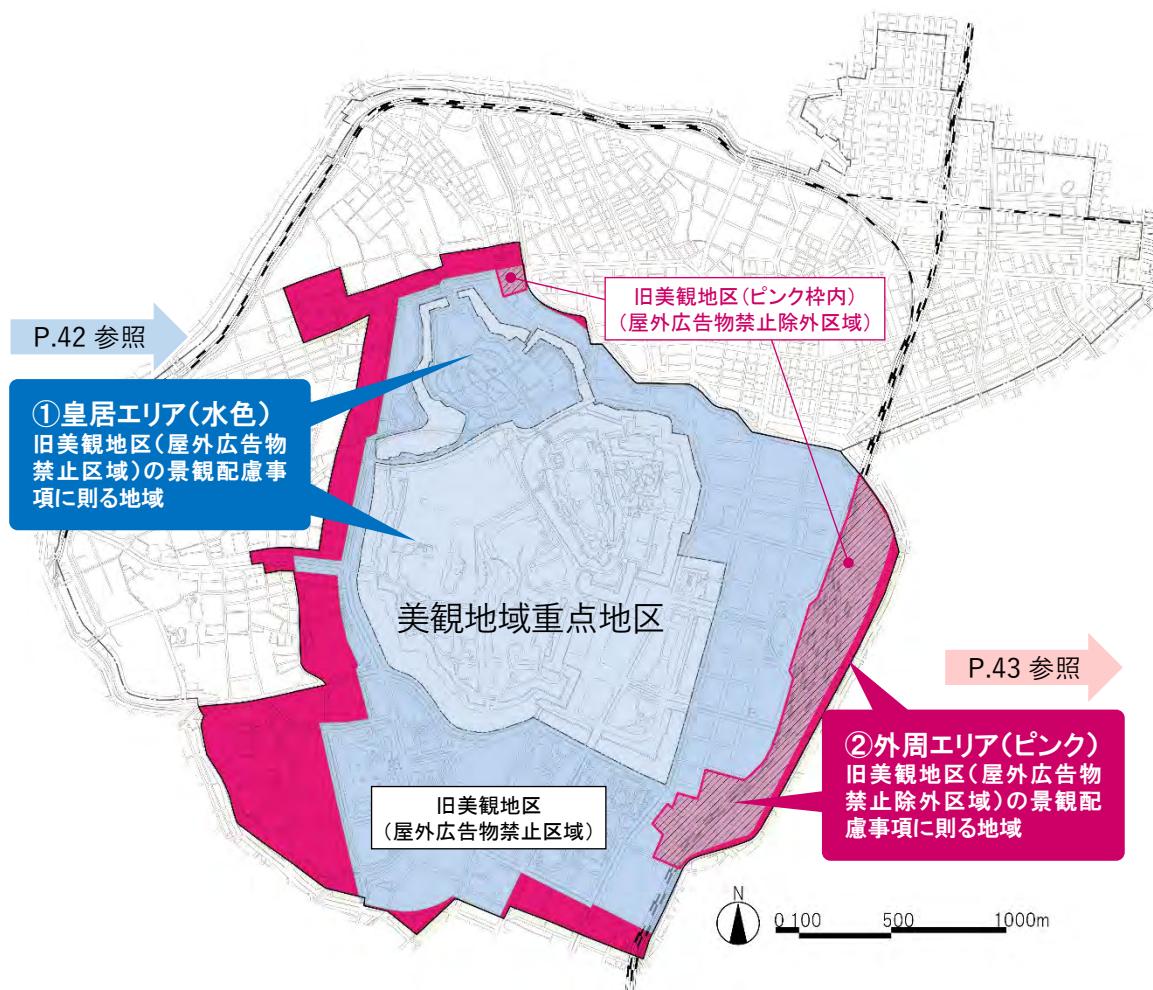
丸の内仲通りの街並み

### 屋外広告物の景観配慮事項

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」と周辺地域の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）。



※この地図は、東京都知事の承認を受けて、東京都縮尺 2,500 分の 1 地形図を利用して作成したものです。  
(承認番号) 30 都市基交署第 44 号

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、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求められます。

部位	項目	景観配慮事項	Check
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は使用しない（赤色光で表示面積の1/20以下は使用できる）。 <input checked="" type="checkbox"/> 屋外広告物は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"/> 屋外広告物は、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"/> 特定屋内広告物は表示しない。 <input checked="" type="checkbox"/> 壁面利用広告物は、高さを3m以下、長さを壁面幅の1/3以下とする。 <input type="checkbox"/> 壁面利用広告物は、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"/> <input type="checkbox"/>
	形態・意匠	<input checked="" type="checkbox"/> 屋外広告物の設置においては、視点場からの眺望景観に特段の配慮をする。 <input type="checkbox"/> 壁面利用広告物は、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"/> 配色は、多色でコントラストの強いものは避ける。 (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"/> 壁面利用広告物に、光源を使用する場合は、白色系とする。 <input checked="" type="checkbox"/> 壁面に向けて投射する屋外広告物は使用しない。 <input type="checkbox"/> デジタルサイネージ等の屋外広告物は設置しない。	<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"/> 屋外広告物を外構に設置する場合は、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"/> 周囲の屋外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屋外広告物を配置する。 <input type="checkbox"/> 屋外広告物を設置する場合は、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"/> <input type="checkbox"/>
	形態・意匠	<input type="checkbox"/> 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。 <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"/> 配色は、多色でコントラストの強いものは避ける。 <input type="checkbox"/> 素材は、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"/> 屋外広告物に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屋外広告物は設置しない。(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（東京都）」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〉

外周エリアは旧美観地区内ですが、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ます。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。



部位	項目	景観配慮事項	
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"/> 屋外広告物は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"/>
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・壁面への第三者広告物の設置は避ける。 <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"/> 壁面利用広告物は、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"/> 屋外広告物の設置においては、視点場からの眺望景観に特段の配慮をする。 <input type="checkbox"/> 壁面利用広告物は、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"/> 配色は、多色でコントラストの強いものは避ける。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	照明	<input checked="" type="checkbox"/> 壁面利用広告物に、光源を使用する場合は、白色系とする。 <input checked="" type="checkbox"/> 壁面に向け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屋外広告物は避ける。	<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"/> 屋外広告物を外構に設置する場合は、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"/> 周囲の屋外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屋外広告物を配置する。 <input type="checkbox"/> 屋外広告物を設置する場合は、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"/> <input type="checkbox"/>
	形態・意匠	<input type="checkbox"/> 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。 <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"/> 配色は、多色でコントラストの強いものは避ける。 <input type="checkbox"/> 素材は、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屋外広告物は控える。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（東京都）」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

○低層部に屋外広告物を設置する場合は、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

○中高層部に屋外広告物を設置する場合は、外濠の水辺や緑（桜や外濠公園等）と隣接する建築物群と一緒に、外濠にかかる橋、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。

○夜間は落ちて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。



※この地図は、東京都知事の承認を受けて、東京都縮尺2,500分の1地形図を利用して作成したものである。(承認番号) 30都市基交署第44号

## 屋外広告物の景観配慮事項

部位	項目	景観配慮事項	Check
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）	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> 外濠に向けた第三者広告物の設置は避ける。自家用広告物についても規模や位置等に配慮する。</li> <li><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。</li> <li>■ 風致地区においては、突出広告物は設置しない。</li> <li><input type="checkbox"/> 歴史的な建造物等の周辺に設置する屋外広告物は、当該建築意匠を尊重したデザインとする。</li> <li><input type="checkbox"/> 光源が点滅するものや赤色光の使用を避ける。</li> <li>■ 屋外広告物は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。</li> </ul>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <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	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> 建築物の屋上・壁面への第三者広告物の設置は避ける。</li> <li><input type="checkbox"/> 壁面利用広告物は、建築物への収まりや周辺景観との連続性等を考慮する。</li> </ul>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	形態・意匠	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 屋外広告物の設置においては、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。</li> <li><input type="checkbox"/> 壁面利用広告物は、建築物の外観デザインとの一体性を考慮する。</li> <li><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。</li> <li><input type="checkbox"/> 配色は、多色でコントラストの強いものは避ける。</li> </ul>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	照明	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 壁面利用広告物に、光源を使用する場合は、白色系とする。</li> <li>■ 壁面に向けて投射する屋外広告物は使用しない。</li> <li><input type="checkbox"/> デジタルサイネージ等の屋外広告物は設置しない。</li> </ul>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
低層部 (上記以外の部分)	表示内容	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> 文字等の表示は必要最小限とする。</li> <li><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。</li> </ul>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	位置・配置	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> 屋外広告物を外構に設置する場合は、当該敷地に指定された壁面線の外側には設置しない。</li> <li><input type="checkbox"/> 周囲の屋外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緒に屋外広告物を配置する。</li> <li><input type="checkbox"/> 屋外広告物を設置する場合は、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。</li> <li><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。</li> </ul>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	形態・意匠	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> 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。</li> <li><input type="checkbox"/> 色彩は、高彩度色の大面積での使用を避ける。</li> <li><input type="checkbox"/> 配色は、多色でコントラストの強いものは避ける。</li> <li><input type="checkbox"/> 素材は、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。</li> </ul>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	照明	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> デジタルサイネージ等の屋外広告物は控える。設置する場合は、音声の出力や夜間の発光等を避ける。</li> </ul>	<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（東京都）」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。

Check

### (3) 神田川・日本橋川重点地区

## 多彩な表情を持つ界限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、趣ある街並みの一部となるように計画します。



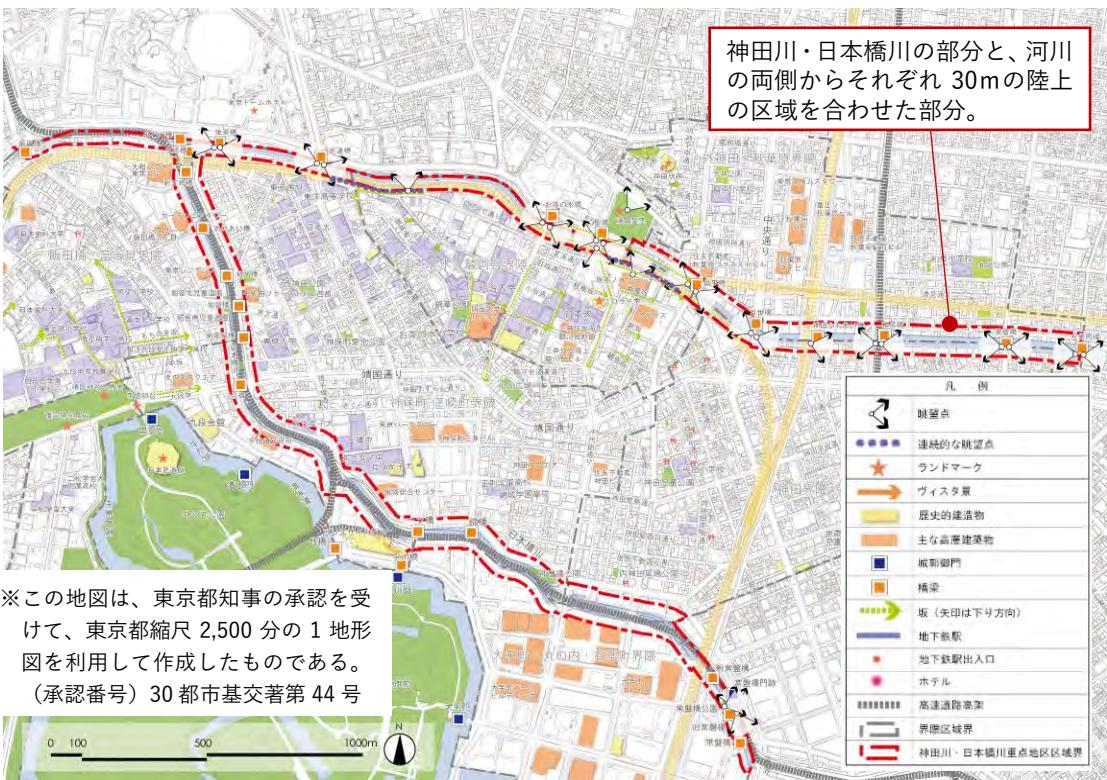
神田川（万世橋の鉄道高架橋）

○低層部に屋外広告物を設置する場合は、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・日本橋川の景観を保全する中高層部

○中高層部に屋外広告物を設置する場合は、神田川や日本橋川に架かる橋、水面上、鉄道、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。



## 屋外広告物の景観配慮事項

部位	項目	景観配慮事項	Check
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・日本橋川に向けた第三者広告物の設置は避ける。自家用広告物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設置する屋外広告物は、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"/> 屋外広告物は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"/> <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・壁面への第三者広告物の設置は避ける。 <input type="checkbox"/> 壁面利用広告物は、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"/>
	形態・意匠	<input checked="" type="checkbox"/> 屋外広告物の設置においては、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"/> 壁面利用広告物は、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"/> 配色は、多色でコントラストの強いものは避ける。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	照明	<input checked="" type="checkbox"/> 壁面利用広告物に、光源を使用する場合は、白色系とする。 <input checked="" type="checkbox"/> 壁面に向けて投射する屋外広告物は使用しない。 <input type="checkbox"/> デジタルサイネージ等の屋外広告物は設置しない。	<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"/> 屋外広告物を外構に設置する場合は、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"/> 周囲の屋外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緒に屋外広告物を配置する。 <input type="checkbox"/> 屋外広告物を設置する場合は、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"/> <input type="checkbox"/>
	形態・意匠	<input type="checkbox"/> 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。 <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"/> 配色は、多色でコントラストの強いものは避ける。 <input type="checkbox"/> 素材は、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屋外広告物は控える。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（東京都）」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。

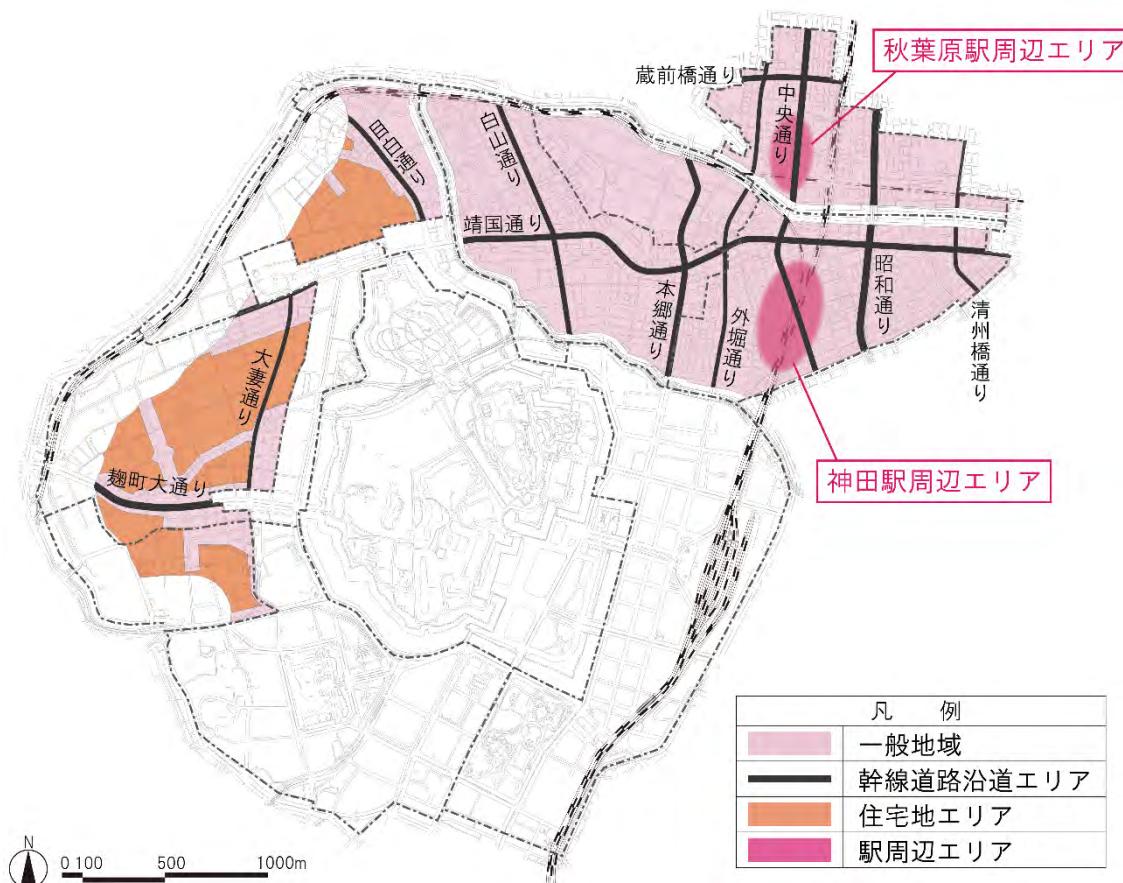
Check

## 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。



※この地図は、東京都知事の承認を受けて、東京都縮尺2,500分の1地形図を利用して作成したものである。  
(承認番号) 30都市基交著第44号

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、景観配慮事項を示します。低層部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、眺望等に配慮した節度ある屋外広告物が期待されます。

### 屋外広告物の景観配慮事項

部位	項目	景観配慮事項	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"/> 歴史的な建造物等の周辺に設置する屋外広告物は、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"/> 屋外広告物は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)	位置・配置	<input type="checkbox"/> 建築物の屋上への第三者広告物の設置は控える。 <input type="checkbox"/> 壁面利用広告物は、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"/>
	形態・意匠	<input checked="" type="checkbox"/> 屋外広告物の設置においては、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"/> 壁面利用広告物は、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"/> 配色は、多色でコントラストの強いものは避ける。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	照明	<input checked="" type="checkbox"/> 壁面利用広告物に、光源を使用する場合は、白色系とする。 <input checked="" type="checkbox"/> 壁面に向けて投射する屋外広告物は使用しない。 <input type="checkbox"/> デジタルサイネージ等の屋外広告物は避ける。	<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"/> 周囲の屋外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緒に屋外広告物を配置する。 <input type="checkbox"/> 屋外広告物を設置する場合は、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"/> 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。 <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"/> 配色は、多色でコントラストの強いものは避ける。	<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屋外広告物は控える。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。	<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（東京都）」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。

Check

## (2) 幹線道路沿道エリア

### 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

○低層部に屋外広告物を設置する場合は、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形成する中高層部

○自家用広告物以外の屋外広告物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。自家用広告物を設置する場合は、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屋外広告物の照明等については、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なります。



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、スカイラインが整っている  
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

## 屋外広告物の景観配慮事項

部位	項目	景観配慮事項	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は避ける。自家用広告物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"/> 屋外広告物は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"/> <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"/> 建築物の屋上への第三者広告物の設置は避ける。自家用広告物についても、建築物の屋上への設置は控える。 <input type="checkbox"/> 壁面利用広告物は、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"/>
	形態・意匠	<input checked="" type="checkbox"/> 屋外広告物の設置においては、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"/> 壁面利用広告物は、建築物の外観デザインとの一体性を考慮する。 <input type="checkbox"/> 屋上利用広告物は、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"/> 配色は、多色でコントラストの強いものは避ける。	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	照明	<input checked="" type="checkbox"/> 壁面利用広告物に、光源を使用する場合は、白色系とする。 <input checked="" type="checkbox"/> 壁面に向けて投射する屋外広告物は使用しない。 <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は避ける。	<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"/> 周囲の屋外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緒に屋外広告物を配置する。 <input type="checkbox"/> 屋外広告物を設置する場合は、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"/> 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。 <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"/> 配色は、多色でコントラストの強いものは避ける。	<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屋外広告物は控える。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。 <input type="checkbox"/> 交通安全性に配慮し、屋外広告物の交差点付近への設置は避ける。	<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（東京都）」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）」を参考してください。

Check

### (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

- 低層部に屋外広告物を設置する場合は、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することを基本とし、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タランスサイン

###### 街並みの基調色や連續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、建築物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。



中高層部への屋外広告物の表示等が控えられている落ち着いた街並み

## 屋外広告物の景観配慮事項

部位	項目	景観配慮事項	Check
全体	地域で維持したい景観特性	<ul style="list-style-type: none"> <li><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。</li> <li><input type="checkbox"/> 屋外広告物は、緑と調和する落ち着いたデザイン、色彩や素材とする。</li> <li><input type="checkbox"/> 光源が点滅するものや赤色光の使用を避ける。</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> 屋外広告物は不快なまぶしさを生じさせないよう、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。</li> </ul>	<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	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> 建築物の屋上や頂部への屋外広告物の設置は避ける。</li> <li><input type="checkbox"/> 壁面利用広告物は、建築物への収まりや周辺景観との連続性等を考慮する。</li> </ul>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	形態・意匠	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> 壁面利用広告物は、建築物の外観デザインとの一体性を考慮する。建築物の頂部に壁面利用広告物を設置する場合は、箱文字による表示とするなど特段の配慮をする。</li> <li><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。</li> <li><input type="checkbox"/> 配色は、多色でコントラストの強いものは避ける。</li> </ul>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	照明	<ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> 壁面利用広告物に、光源を使用する場合は、白色系とする。</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> 壁面に向けて投射する屋外広告物は使用しない。</li> <li><input type="checkbox"/> デジタルサイネージ等の屋外広告物は設置しない。</li> </ul>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
低層部 (上記以外の部分)	表示内容	<ul style="list-style-type: none"> <li><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。</li> </ul>	<input type="checkbox"/>
	位置・配置	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> 周囲の屋外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緒に屋外広告物を配置する。</li> <li><input type="checkbox"/> 屋外広告物を設置する場合は、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。</li> <li><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。</li> </ul>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	形態・意匠	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> 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。</li> <li><input type="checkbox"/> 色彩は、高彩度色の大面積での使用を避ける。</li> <li><input type="checkbox"/> 配色は、多色でコントラストの強いものは避ける。</li> </ul>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	照明	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> デジタルサイネージ等の屋外広告物は避ける。設置する場合は、音声の出力や夜間の発光等は避ける。</li> </ul>	<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（東京都）」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。

Check

## (4) 神田駅周辺エリア

### 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

- 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。
- 神社、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、低層部で行うことと基本とします。高層部は、建築物等と一体的に見えるようなデザインとします。

※この地図は、東京都知事の承認を受けて、東京都縮尺2,500分の1地形図を利用して作成したものである。(承認番号)30都市基交署第44号



神田駅周辺エリアの位置図

## 屋外広告物の景観配慮事項

部位	項目	景観配慮事項	Check
全体	地域で維持したい景観特性	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 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。</li> <li>□ <b>にぎわいが連続するように小規模な屋外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。</b></li> <li>□ 神社・稻荷や老舗飲食店、近代建築物等の周辺に設置する屋外広告物は、当該建築意匠を尊重したデザインとする。</li> <li>□ 光源が点滅するものや赤色光の使用を避ける。</li> <li>■ 屋外広告物は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。</li> </ul>	<input type="checkbox"/> <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	景観配慮事項	Check
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 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屋外広告物については、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。</li> </ul>	<input type="checkbox"/>
	位置・配置	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 周囲の屋外広告物の規模や高さを踏まえ、<b>大きさや高さを統一した突出広告物を設置するなど、街並みの連續性に配慮する。</b></li> <li>□ 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。</li> </ul>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	形態・意匠	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 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。</li> <li>□ 色彩は、高彩度色の大面積での使用を避ける。</li> <li>□ 配色は、多色でコントラストの強いものは避ける。</li> </ul>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	照明	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 屋外広告物に光源を使用する場合は、白色系とする。</li> <li>■ 壁面に向けて投射する屋外広告物は使用しない。</li> <li>□ デジタルサイネージ等の屋外広告物は控える。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。</li> </ul>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

### 路地に面する部分

部位	項目	景観配慮事項	Check
低層部 ※ 中高層部については一般地域を参照	表示内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 写真や図版等を用いる場合は、<b>大きな人や食品の写真の使用、威圧感を伴う過大な表現を避ける。</b></li> </ul>	<input type="checkbox"/>
	位置・配置	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 周囲の屋外広告物の規模や高さを踏まえ、<b>大きさや高さを統一した突出広告物を設置するなど、建築物の外観デザインと一体的に配置する。</b></li> <li>□ 屋外広告物を設置する場合は、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。<b>特に道路上に立看板等を設置する場合は、交通機能に配慮する。</b></li> <li>□ 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。</li> </ul>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	形態・意匠	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 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。</li> <li>□ 色彩は、高彩度色の大面積での使用を避ける。</li> <li>□ 配色は、多色でコントラストの強いものは避ける。</li> </ul>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	照明	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ デジタルサイネージ等の屋外広告物は控える。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。</li> </ul>	<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（東京都）」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）」を参考してください。

## (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、建築物の中高層部にも屋外広告物の設置を許容すること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、特に中高層部への屋外広告物の設置には配慮します。
- デジタルサイネージや屋外広告物の照明は、夜間におけるにぎわいを創出しつつ、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周辺道路に面する部分

- 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

### 屋外広告物の景観配慮事項

部位	項目	景観配慮事項	Check
全体	地域で維持したい景観特性	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> 神田川沿いは、川側に向けた第三者広告物の設置は避ける。自家用広告物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】。</li> <li><input type="checkbox"/> 秋葉原電気街周辺においては、屋外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。</li> <li><input type="checkbox"/> 光源が点滅するものや赤色光の使用を控える。</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> 屋外広告物は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。</li> </ul>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

### 中央通りに面する部分

部位	項目	景観配慮事項	Check
低～高層部	位置・配置	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> 建築物の中央通りに面する部分以外に屋外広告物を設置する場合は、近隣の住環境を踏まえて眺望に配慮した表示とする。</li> <li><input type="checkbox"/> 低層部に屋外広告物を設置する場合は、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。</li> </ul>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	形態・意匠	<input checked="" type="checkbox"/> 屋外広告物の設置においては、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	<ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> 壁面利用広告物に、光源を使用する場合は、白色系とする。</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> 壁面に向けて投射する屋外広告物は使用しない。</li> <li><input type="checkbox"/> デジタルサイネージ等の屋外広告物を設置できるものとすると、過度な発光や点滅、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10m<sup>2</sup>以下を目安とする。高さは20m以下とする。</li> </ul>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

### 周辺道路に面する部分

部位	項目	景観配慮事項	Check
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	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> 周囲の屋外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緒に配置する。</li> <li><input type="checkbox"/> 屋外広告物を設置する場合は、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。</li> </ul>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	形態・意匠	<input type="checkbox"/> 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。	<input type="checkbox"/>
	照明	<input type="checkbox"/> デジタルサイネージ等の屋外広告物を設置できるものとすると、過度な発光や点滅、急激な場面転換や音声の出力等を避ける。なお、大きさは10m <sup>2</sup> 以下を目安とし、高さは10m以下とする。	<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（東京都）」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）」を参考してください。



## iv 屋外広告物の手続きについて

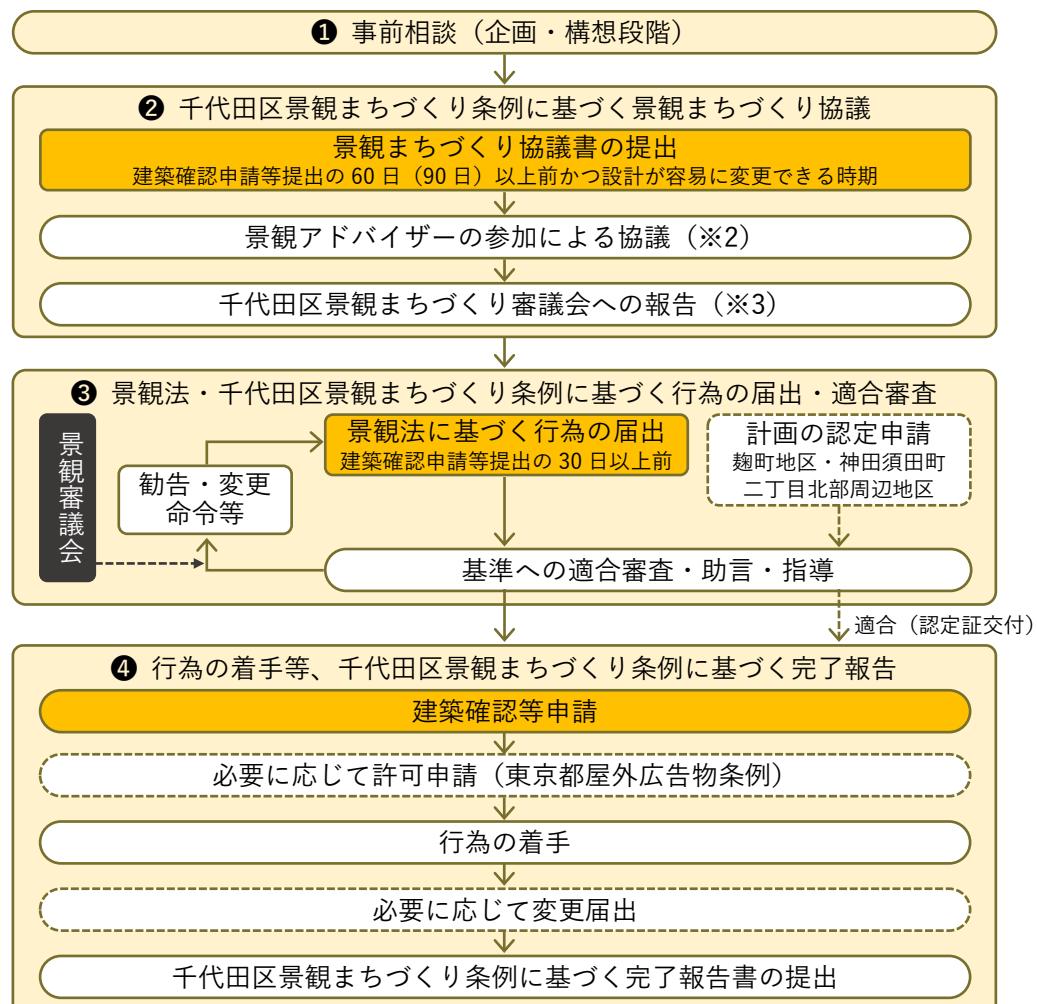
### 1. 事前協議制度を活用した手続き

#### (1) 建築物の新築等

景観法、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、建築物等と一緒に審査を行います。

##### 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500m<sup>2</sup>又は延べ面積3,000m<sup>2</sup>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。

## (2) 屋外広告物の表示・設置等

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

良好な景観形成に影響を与えるおそ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、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2m<sup>2</sup>以下のものを除く）

### 手続きの流れ

屋外広告物の表示等は、下記の流れに沿って手続きをお願いします。

① 事前相談（本ガイドラインの景観配慮事項、  
東京都屋外広告物条例による制限、規模等の確認）

② 千代田区景観まちづくり条例に基づく景観まちづくり協議

景観まちづくり協議書の提出  
設計が容易に変更できる時期

必要に応じて景観アドバイザーの参加による協議

③ 行為の着手等、千代田区景観まちづくり条例に基づく完了報告

許可申請（東京都屋外広告物条例）

行為の着手

必要に応じて変更協議

千代田区景観まちづくり条例に基づく完了報告書の提出

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、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。

## 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、千代田区景観まちづくり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、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、小さな屋外広告物であっても、周辺の街並みに配慮してください。

## 用語集

ア

### エリアマネジメント広告物

まちづくりの担い手が、景観向上のためのルールに基づき、公道上並びに民有地の屋外広告物を活用し、企業等から得られた広告収入をエリアマネジメント（地域課題解決や地域価値向上などの地域のまちづくり活動）に還元する事業。

### 屋外広告物

常時又は一定の期間継続して屋外で公衆に表示されるものであって、看板、立看板、はり紙及びはり札並びに広告塔、広告板、建築物その他工作物等に掲出され、又は表示されたもの並びにこれらに類するもの（屋外広告物法第2条）。

カ

### 開口部

建築物の屋根、壁、床、天井などに設けられた窓や出入り口などにより屋外や室外に開放された部分のこと。

### 外構

建築物の外まわりの総称で、塀や生け垣、門扉、車庫、庭、アプローチなど。

### カラーユニバーサルデザイン

色の見え方には個人差があり、目の疾患や遺伝子の特性の違いなどにより、色を見分けにくい人が多く存在する（色覚多様性）。こうした多様な色の見え方に配慮して、できるだけ多くの人が利用しやすい製品や環境、サービス、情報を提供するという考え方。

### 輝度

光源などの発光面が、ある方向から見たときにどれだけ明るく見えるかを表す数値のこと

と。屋外広告物ではデジタルサイネージ等の画面の明るさの度合いのこと指し、単位はcd/m<sup>2</sup>（カンデラ毎平方メートル）を用いる。

サ

### 視距離

視点場から主対象までの距離。

### シティドレッシング（都市装飾）

大規模イベントのPRのために、大型のポスター、照明やイルミネーション等で街中を装飾すること。

### 視認性

目で見たときの認識のしやすさの度合い。

### スカイライン

山並みや稜線などの地形や、都市の建築物群が連続して街並みの輪郭を形成する空との境界線。

### 図と地

「図」とは絵や写真・風景を眺めた時に形として浮かび上がって見える部分や領域のことを指し、「地」とは図の背後に広がる部分のことを指す。屋外広告物においても、図と地を反転させることで見え方が変わる。

タ

### デジタルサイネージ

ディスプレイなどの電子的な表示機器を使って情報を発信するメディアの総称を指す。また、電光掲示板等の「光」及び「動き」のある屋外から見える広告物等を含む。

### 動光

光源が点滅したり、明るさの強弱が変動したり、色が変わるなど、動きのある光。

### 特定屋内広告物

建築物の開口部に設けられた窓ガラス、ガラス扉その他これに類するものの内側において、常時又は一定の期間継続して屋外の公衆に表示するもの。

ハ

### 箱文字

金属板等を箱状に曲げてつくった厚みのある文字やマークのこと、チャンネル文字とも呼ばれている。

### バナー広告・バナーフラッグ

商店街などで、イベントやキャンペーンに合わせて街灯などに取り付けるフラッグ(旗)。

### パブリック・アート

公共空間に設置された芸術作品。道路、広場、公園など屋外の彫刻や立体造形物、公共施設内の壁面など。

### 判読性・可読性

文字などの情報の意味を判断しながら読める度合い。

### ヒューマンスケール

人間の身体や体の一部分の大きさを尺度として、そのもの自体の大きさや人と空間の関係を考えること。屋外広告物においては、歩行者等が歩きやすく快適なスケール感。

### 光害（ひかりがい）

過剰又は不適切な光により、夜空が明るくなり天体観測に障害を及ぼしたり、人に眩しさなどの不快感を与えること、交通信号等の重要情報の認知力を低下させるなど、光による様々な悪影響のこと。

### プロジェクションマッピング

ビデオやCGなどの映像を、プロジェクター

によって直接建造物・自然物などを含めた立体物に投影し、様々な立体感や表情をつくり出す表現方法。

マ

### メディアファーサード

建築物や外部構造物の表面に複数の光源モジュールを取り付け、光の明るさや色合いに変化をつけたり、光そのものを動かしたりして、動的な画像や映像を表示する照明演出。

ヤ

### 誘目性

人目を引きつける度合い。

### ユニークベニュー

歴史的建造物、文化施設や公的空間等で、会議・レセプションを開催することで特別感や地域特性を演出できる会場のことを指す。