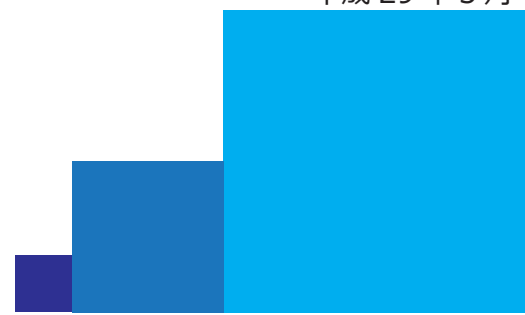


調布市景観形成ガイドライン

(屋外広告物編)

調布市

平成 29 年 3 月



目次

第1章 基本方針	1
1. 調布らしい景観と屋外広告物	1
2. 景観まちづくりの基本目標と方針	3
3. 屋外広告物の景観形成の方向性	4
第2章 位置付けと活用方法	8
1. 目的	8
2. 位置付け	8
3. 構成	9
4. 対象者と活用方法	9
第3章 景観形成における屋外広告物	10
1. 屋外広告物とは	10
2. 屋外広告物の役割	12
3. 景観と屋外広告物	13
4. 景観の視点から見た屋外広告物の見方	14
5. 景観に配慮した屋外広告物	15
第4章 景観形成における屋外広告物の配慮事項	17
1. 配慮事項の構成と活用方法	17
2. 共通の配慮事項	20
3. 地域別の配慮事項	41
4. 種類別の配慮事項	50
第5章 東京都屋外広告物条例及び屋外広告物設置の流れ	53
1. 東京都屋外広告物条例の概要	53
2. 屋外広告物設置の流れ	59
参考資料	61

※本編において、「調布市景観形成ガイドライン（屋外広告物編）」は「ガイドライン」と表記します。

第1章 基本方針

1. 調布らしい景観と屋外広告物

ここでは、市内各所の調布らしい景観とその地域で掲出されている広告物を紹介しています。これらの景観の特性を踏まえて、屋外広告物の景観形成を考えていきましょう。





野川

深大寺

農の風景

みち

個性

2. 景観まちづくりの基本目標と方針

調布市では、景観まちづくりを進める上での基本的な考え方や方向性を示すものとして、平成24年4月に調布市景観基本計画を策定しました。また、平成25年6月には景観行政団体となり、景観まちづくりに取り組んでいます。

調布市景観基本計画では、景観まちづくりの基本目標を次のように定めており、景観の骨格となっている国分寺崖線や多摩川・野川などの豊かな自然環境と、駅周辺などのにぎわいある都市空間、落ち着いた風情を感じる街並み、のどかな農の風景など、地域固有の景観の魅力を市民と共有し、景観価値の向上に取り組めます。

基本目標

人と自然が織りなす ほっとする暮らしがみえるまち 調布

- ・市民の優しい笑顔が景観に表情を与えます。
- ・地域コミュニティが安全で安心感のある景観をつくれます。
- ・たくさんの思い出が染み込んだ景観を次世代に伝えます。



また、基本目標を実現するために、景観特性などに応じた次の5つの景観まちづくりの基本方針を掲げています。

基本方針

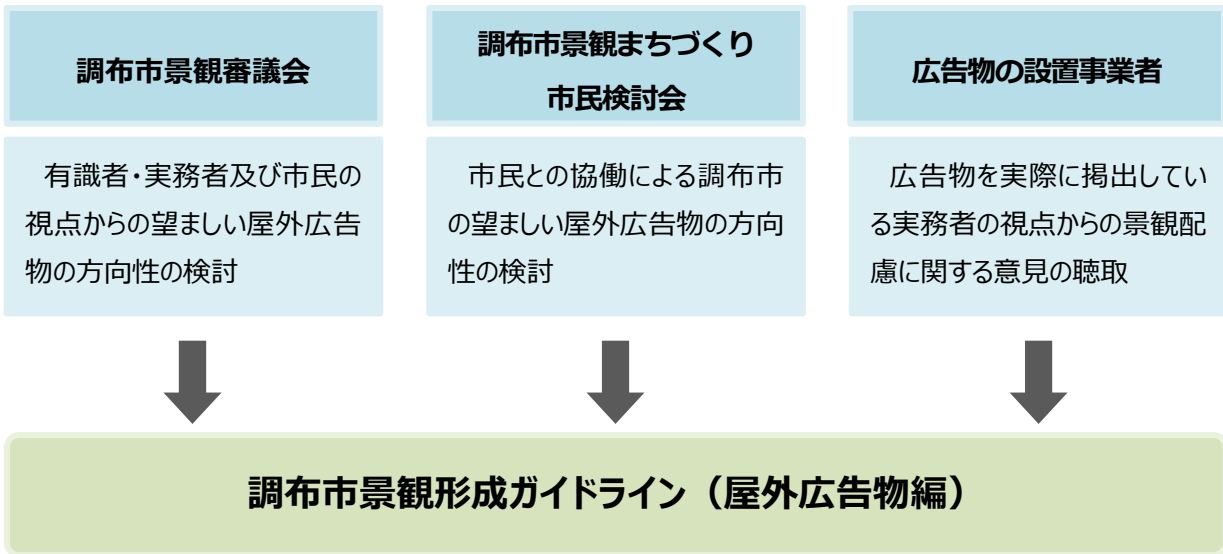
- 1 まちの骨格を際立たせる自然環境の景観価値の向上
- 2 市民生活を支える基盤となる都市施設の魅力的な景観の形成
- 3 地域の歴史文化を感じさせる景観の熟成
- 4 地域コミュニティの存在を感じるほっとする暮らしの景観の育成
- 5 市民のいきいきとした活動がまちの表情を豊かにする景観まちづくり

屋外広告物の景観まちづくりにおいても、上記の景観まちづくりの基本目標と基本方針を前提として調布市の良好な景観の形成に取り組んでいきます。

3. 屋外広告物の景観形成の方向性

ガイドラインの検討経緯

ガイドラインの策定にあたっては、調布市景観条例に基づき学識経験者や市内で活動する団体及び市民等で構成した調布市景観審議会や、要綱に基づき設置された調布市景観まちづくり市民検討会で検討を重ねました。さらに、屋外広告物を設置する事業者や関連団体等の意見も聴取しています。



屋外広告物の景観形成の方向性

市内の屋外広告物における景観形成の方向性については、「2.景観まちづくりの基本目標と方針」を踏まえるとともに、平成 27 年度に実施した調布市景観まちづくり市民検討会での検討をもとに5つの方向性を設定します。

調布市景観まちづくり市民検討会

市民の参加と協働による良好な景観形成の推進を図るため設置された、調布市民 30 人で構成される検討会です。平成 27 年度は、主に屋外広告物とおした景観を題材とし、グループワークや話し合いを行い、「調布市民景観まちづくりビジョン（屋外広告物編）※ P 62 参照」を策定しました。



策定

調布市民景観まちづくりビジョン
（屋外広告物編）

調布市景観基本計画

景観まちづくりの
基本目標と方針

屋外広告物の景観形成の方向性

- 1 魅力的な街並みづくりに貢献する屋外広告物づくり
- 2 調布らしい個性や工夫が感じられる屋外広告物づくり
- 3 地域の景観特性を活かし、周囲に馴染む屋外広告物づくり
- 4 背景となる街並みとの調和が感じられる屋外広告物づくり
- 5 安心・安全で快適な都市空間の創出に貢献する屋外広告物づくり

この5つの屋外広告物の景観形成の方向性を踏まえ、地域の特性を活かした良好な景観形成に向けて取り組んでいきます。

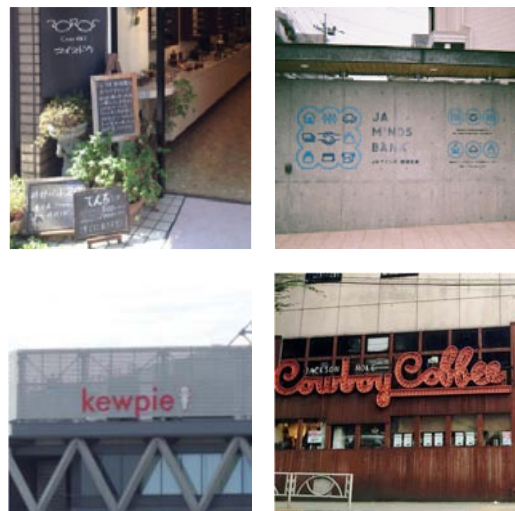
1 魅力的な街並みづくりに貢献する屋外広告物づくり

屋外広告物の景観に与える影響は大きく掲出の内容や方法等により、街の印象を左右します。魅力ある広告物は、魅力ある景観の形成にも繋がることから、洗練されたデザインや周囲とのバランスに配慮した魅力ある屋外広告物づくりを目指します。



2 調布らしい個性や工夫が感じられる屋外広告物づくり

屋外広告物は街の個性を生み出す重要な要素の一つとなっています。デザインや色を工夫することにより、街のアクセントやにぎわいを生みだし、市民や来訪者が調布を感じることでできる屋外広告物づくりを目指します。



3 地域の景観特性を活かし、周囲に馴染む屋外広告物づくり

調布市は駅前や商店街等の商業地、戸建て住宅が並ぶ住宅地、多摩川や国分寺崖線等の自然、深大寺等の歴史的趣のある街並みといった、様々な景観特性を有しています。景観特性それぞれにおいて、好ましい屋外広告は異なってくるため、周囲の景観と馴染む屋外広告物づくりを目指します。



4 背景となる街並みとの調和が感じられる屋外広告物づくり

屋外広告物は、お店や商品の情報を伝達する手段となっており、歩行者等から認識してもらう必要があります。一方で、それぞれの屋外広告物が主張し過ぎた場合、景観を阻害する要因ともなるため、周囲の建物や屋外広告物とのバランスに配慮した屋外広告物づくりを目指します。



5 安心・安全で快適な都市空間の創出に貢献する屋外広告物づくり

屋外広告物は、屋上広告や突出広告など歩行者の頭上に設置されていることが多く、老朽化や災害等により落下した場合、事故に繋がりがねません。また、文字が消えていたり、色が剥げていたりする屋外広告物は、街の魅力を損ねるものとなってしまいます。ユニバーサルデザインに配慮するとともに、安心・安全な設置と適切な維持管理が行われる屋外広告物づくりを目指します。



第2章 位置付けと活用方法

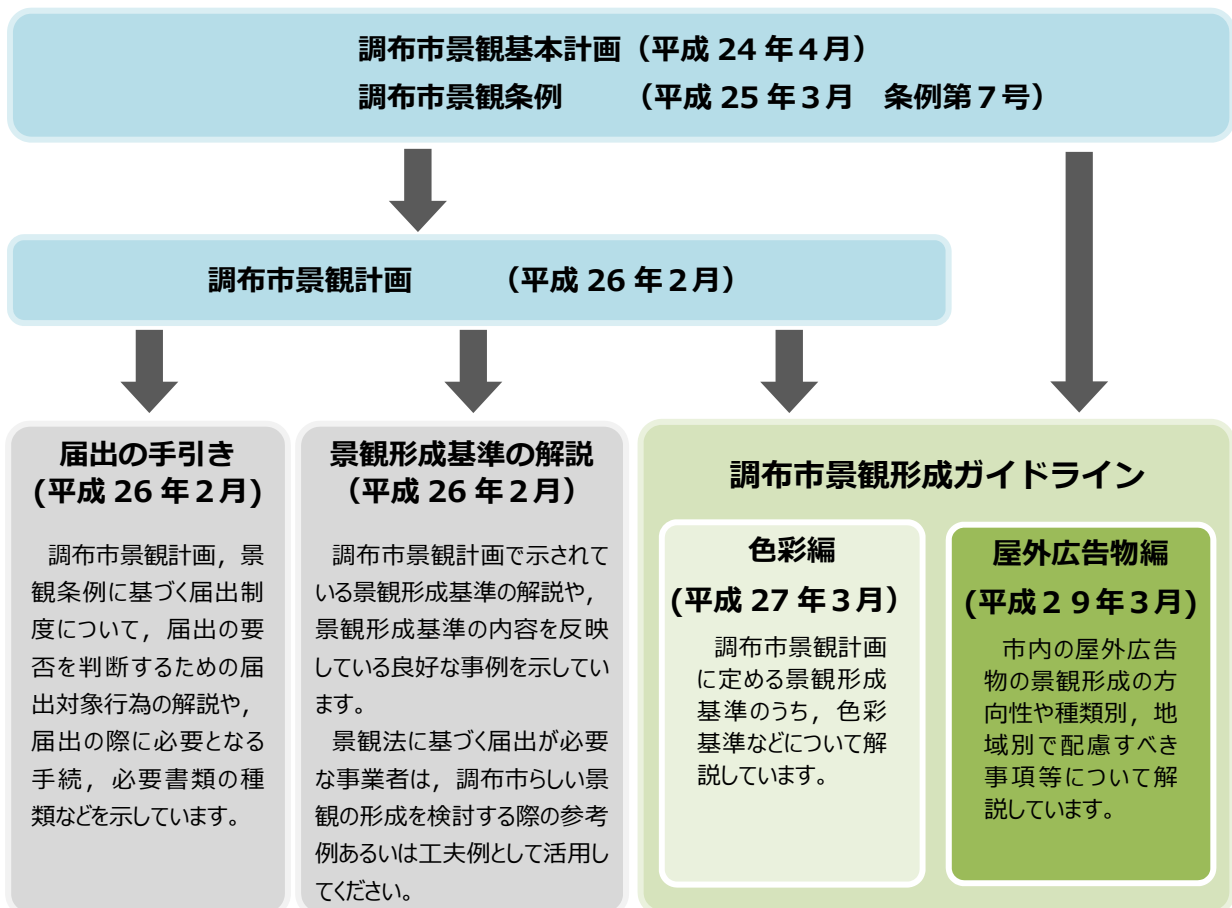
1. 目的

調布市では、平成26年4月から景観法に基づく調布市景観計画を運用しています。

景観を構成する重要な要素である屋外広告物は、現在、屋外広告物法や東京都屋外広告物条例及び施行規則の規定による基準が定められています。さらに、調布市景観計画の「第9章 屋外広告物の表示等」において、東京都屋外広告物条例と調布市景観計画との連携を図りながら、市内の一層良好な街並み景観の形成に取り組んでいくこととしています。

このため、ガイドラインは、屋外広告物法や東京都屋外広告物条例及び施行規則の規定による基準に加え、調布市における屋外広告物の景観形成の方向性や配慮すべき事項等を整理し、調布市の魅力ある景観の形成の推進に役立ていくことを目的としています。

2. 位置付け



3. 構成

章	内容	頁
第1章	基本方針	p.1～
第2章	位置付けと活用方法	p.8～
第3章	景観形成における屋外広告物	p.10～
第4章	景観形成における屋外広告物の配慮事項	p.17～
第5章	東京都屋外広告物条例及び屋外広告物設置の流れ	p.53～

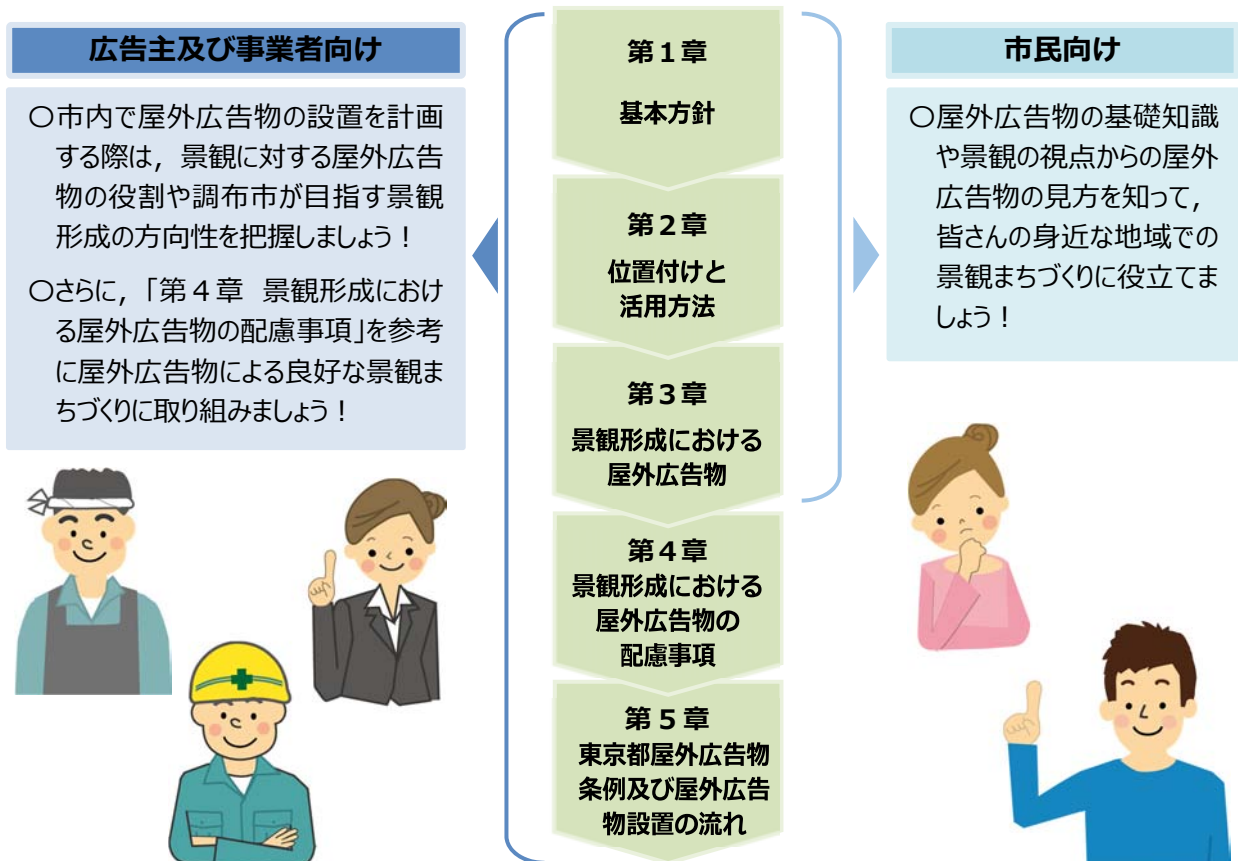
4. 対象者と活用方法

対象者

ガイドラインは、市内で屋外広告物を設置する広告主や事業者を主な対象としています。また、地域の景観づくりの担い手となる市民の皆さんも対象とします。

活用方法

ガイドラインは、利用者の活用にあわせて下記の方法を想定しています。



第3章 景観形成における屋外広告物

1. 屋外広告物とは

屋外広告物とは、屋外広告物法により以下のように定義されています。

また、屋外広告物法及び東京都屋外広告物条例等の規定を踏まえ、ガイドラインでは、対象とする屋外広告物等を下図のように定めます。

なお、屋外広告物法では該当しない窓面の内側を利用した広告物や東京都屋外広告物条例の許可申請対象外である小規模な自家用屋外広告物についても、ガイドラインの対象とし、ガイドラインを参考に良好な景観の形成に取り組んでいくこととします。

■屋外広告物法 第2条

(定義)

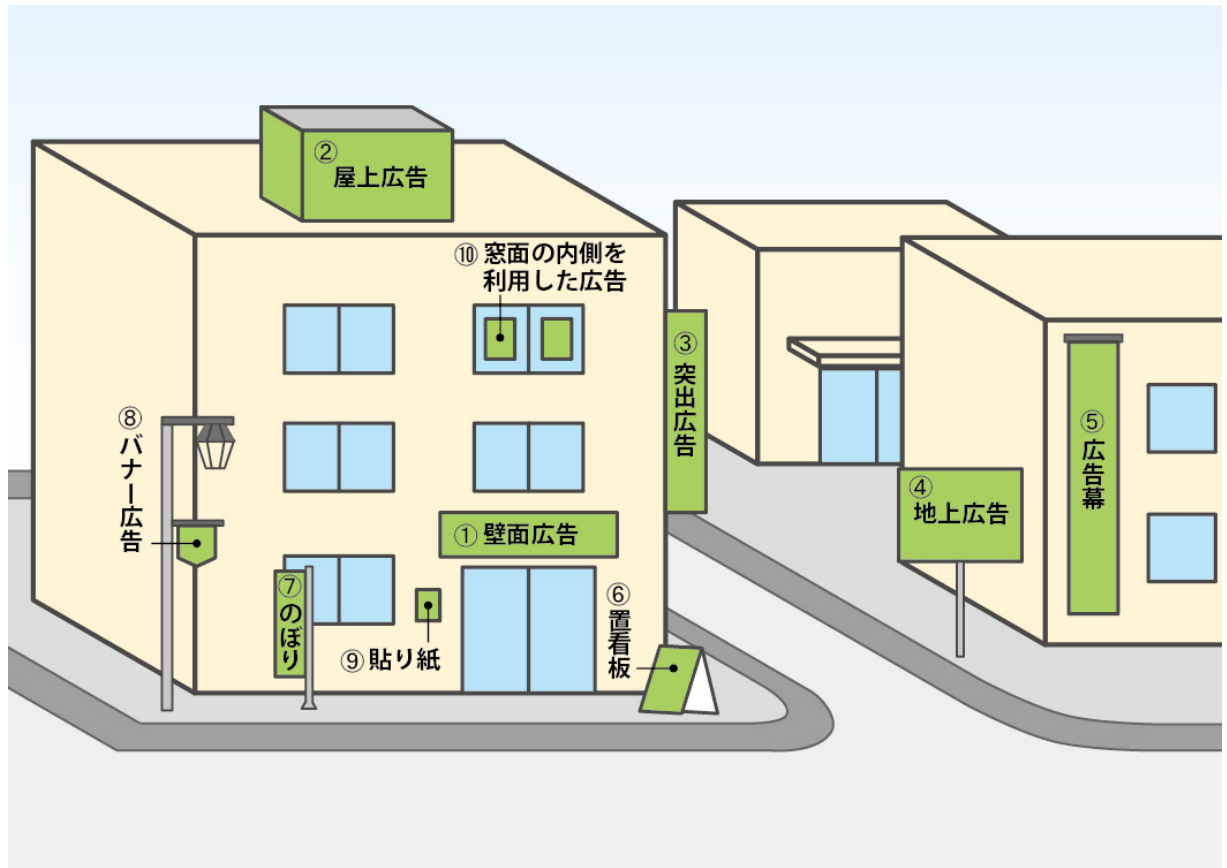
屋外広告物とは、常時又は一定の期間継続して屋外で公衆に表示されるものであって、看板、立看板、はり紙及びはり札並びに広告塔、広告板、建物その他の工作物等に掲出され、又は表示されたもの並びにこれらに類するものをいう。

■ガイドラインの対象となる屋外広告物等

屋外広告物は、設置位置、形状、使用材料、照明方法、表示方法などで分類することができます。ガイドライン（第5章を除く）では、屋外広告物を設置位置で分類しています。

① 壁面広告	建物の外壁面を利用して設置、表示するもの
② 屋上広告	建物の屋上に設置するもの
③ 突出広告	建物の外壁面から突出して取り付けるもの
④ 地上広告	建物に附随せず、土地に独立して設置されたもの
⑤ 広告幕	布製の広告を建物の外壁に吊り下げたもの
⑥ 置看板	地面に独立して設置し、容易に移動が可能なもの
⑦ のぼり	布製の広告を棒と土台で支えて設置したもの
⑧ バナー広告	布製の広告を連続して街路灯や建物の壁面に吊り下げたもの
⑨ 貼り紙	紙製の簡素なもので、外壁や塀、電柱などに貼りつけて掲示するもの
⑩ 窓面の内側を利用した広告	建物の窓面の内側に貼付け、または吊るして表示するもの

■ガイドラインの対象となる屋外広告物等(イメージ図)



コラム 公共サイン

公共サインは、行政などの公的機関が公共空間に設置するもので、街の地理や方向、施設の位置等に関する情報を人々に提供する、標識・地図や案内誘導板等を指します。公共サインは公共的目的で掲出されることから、東京都屋外広告物条例の基準が一部適用外となりますが、適切な情報を提供するためにはルールが必要になります。

■案内サイン

地図などの情報を表示し、現在地や施設等の位置関係を案内するサイン



■誘導サイン

矢印やピクトグラム、距離などを表示し、目的地の方向や距離を示すサイン



調布市では、統一感のある美しい公共サインを整備するため、「調布市公共サイン整備方針(平成 24 年 3 月)」や「調布市公共サイン整備ガイドライン(平成 27 年 3 月)」を策定しました。誰にでもわかりやすく安心・安全に使える公共サインの整備と、調布らしい魅力ある景観形成に向け、取組を進めています。



調布市公共サイン整備ガイドライン

2. 屋外広告物の役割

屋外広告物は、お店や会社の場所を示したり、商品やサービスの情報を提供するなど、必要な情報を伝える手段として広く利用されており、街に活気を与えてくれる役割も果たしています。

また、街並みの中に多く見られる屋外広告物は、建物とともに、景観を構成する重要な要素となっています。



コラム 貸看板（第三者広告）について

「第三者広告」とは、自己の建物や敷地以外に表示又は設置する広告物を指します。

これらの広告物は屋外に掲出されることにより、テレビや雑誌の広告とは異なり、不特定多数の人の目に飛び込んできます。

また、見晴らしの良い農地や空地、多くの人目に触れるような人・車の交通量の多い場所などに掲出されることが多いため、少しでも目立たせようとするばかり、大型化する傾向にあります。

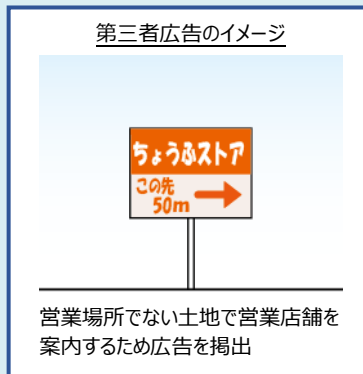
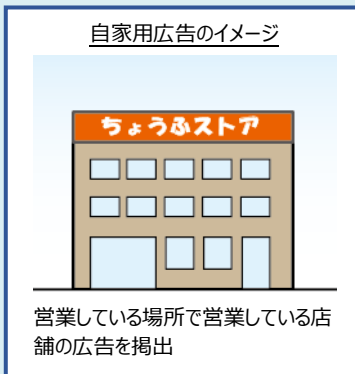
「第三者広告」も、目的とする施設へのルート案内として掲出される場合もあり、必要とする人にとっては大切な情報であり、周辺の街並みや風景に配慮し、一定のルールに基づいた掲出を行うことにより、調布市にふさわしい景観としていくことが必要です。



沿道の地上広告物イメージ



街中のビルの貸看板のイメージ



3. 景観と屋外広告物

景観は、山や川などの自然、田畑や里山などの手入れされた自然、建物や道路などの建造物・構造物、自動車や歩行者など、様々な要素で構成されています。屋外広告物も、こうした景観を構成する要素のひとつです。

右の写真は、市内の商店街を写したものです。屋外広告物だけに着目すると、店舗の前面や路上に壁面広告、突出広告が多く掲出されていることがわかります（写真下）。いつも目にはしている街並みを改めて見直してみると、特に駅前や商店街では、それぞれの店舗で様々な広告物が掲出されています。

また、必要な情報を伝える手段である屋外広告物とはいえ、それぞれが主張し過ぎた場合、街並みは煩雑なものとなってしまい、景観を阻害する要因にもなってしまいます。

屋外広告物は店舗や建物の所有者が個別に掲出するものですが、地域や市全体で景観づくりの共通認識やルールを考えていくことで、よりよい街並みづくりにつなげていくことができます。



商店街の様子



オレンジ色部分：屋外広告

コラム デジタルサイネージ

最近、繁華街の建物壁面や屋上、幹線道路沿いのロードサイド店舗前に立てられる地上広告などに、大型のディスプレイを使い、店舗や商品の商業映像を放映する「デジタルサイネージ」を見かけるようになりました。

デジタルサイネージは、これまでの広告物とは異なり、音声等とあわせた情報の発信媒体です。表示内容も刻々と変化させることができ、利用者のニーズにあった情報提供を行うことができるといった点から、これからも増加することが予想されます。しかし、その一方で、設置に関するルールが明確になっておらず、課題もあります。

今後、ドライバーや歩行者の安全性はもとより、街の風景の一部として、街並みや建物とのバランスを踏まえたヒューマンスケールの大きさ、表現内容や動画のスピード等についても配慮していく必要があります。



ビル壁面に設置された
電光掲示板（港区）

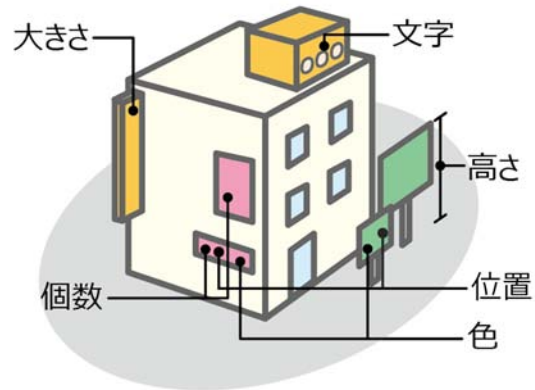


幹線道路沿道に設置された
電光掲示板（横浜市）

4. 景観の視点から見た屋外広告物の見方

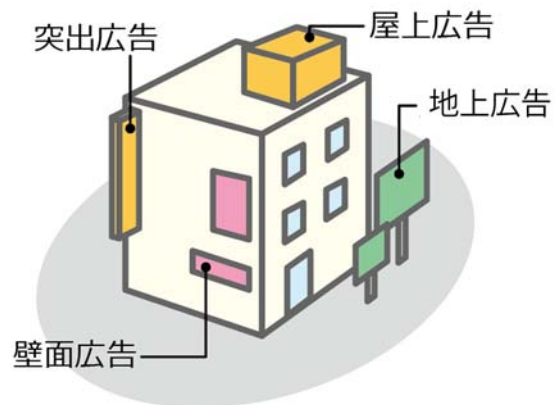
屋外広告物の要素に着目してみよう！

屋外広告物は、大きさや色彩、個数、文字などの要素により、人の目を引かせることで店名や商品の情報を伝えています。これらの要素が、大き過ぎたり、派手な色彩となったり、過剰な文字数となったりすることで、景観を阻害する要因となりかねません。



屋外広告物の種類に着目してみよう！

屋外広告物は、設置位置や形状などによって屋上広告、壁面広告、突出広告や地上広告など様々な種類に分類することができます。それぞれの種類別で広告効果が異なり、大きさや形態の特徴が異なってきます。



屋外広告物が設置されている地域に着目してみよう！

屋外広告物は、同じ種類、大きさ、色彩であっても、設置している地域が駅前、商店街、道路沿道、住宅地、歴史的街並みによって、感じ方は異なり、景観に与える影響も異なってきます。



5. 景観に配慮した屋外広告物

屋外広告物は景観形成の役割も担っており、駅前や商店街では多くの屋外広告物が掲出されていることから、その役割も大きなものとなっています。そのため、景観に配慮した屋外広告物が多くなることは、より良い街並みがつくられることに繋がります。

景観に配慮した屋外広告物は、単体のデザインに工夫がなされているもののほか、背景となる街並みや建物、自然や風土にも配慮した広告物といえます。

景観に配慮した屋外広告物

単体デザイン

- ・見やすい広告物
- ・ユニークな広告物
- ・にぎわいを演出する広告物 等



集合デザイン

- ・街並みへの配慮
- ・掲出する建物との配慮
- ・周辺広告物とのバランス 等

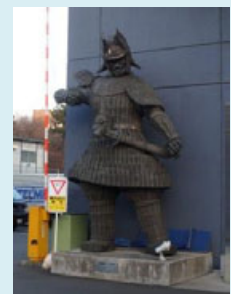


市では、ガイドラインを活用し、景観に配慮した屋外広告物が増えていくよう、誘導を図っていきます。

コラム 立体的な屋外広告物

屋外広告物のなかには、人や動物、キャラクターなどの姿をかたどった立体的な構造物と広告物が一体となった立体的な屋外広告物もあります。

最近では、イベントを始め、建物の壁面や屋上、地上に直接設置されることも多く、また3Dプリンター等の技術発展により、様々なニーズにあわせた需要が高まることも予想されます。



立体的な屋外広告物
(調布市)

コラム 屋外広告物の歴史

■屋外広告物の起源

広告活動の起源は、紀元前に地中海沿岸地方で行われ始めた「タウンクライアの声」による告知といわれています。

地中海沿岸地方では、当時東アジア・西アジアとの交易が盛んで、品物を乗せた船が各地の港を往来していました。この時、船の到着を街中に触れ歩く人が「タウンクライア」でした。人の声が広告メディアだったのです。

タウンクライアは、このほかにも町の市場の日取りや国王の勅令など、公的なニュースを触れ回る役割を担っており、現在でもロンドン市内などでその伝統が受け継がれています。



タウンクライア

■日本の屋外広告物の起源

日本では、710年に平城京に遷都しますが、当時の律令（法律）の解説書の中に次の一文が記されています。

「凡市每肆立標題行名」（意味：店舗ごとに看板を立てて、商品名を示せ）

当時平城京で開かれていた市では、このように店ごとに商品を示した目印を立てており、これが日本における看板の始まりと考えられています。

出典：「屋外広告の知識/デザイン編」（第四次改訂版）の内容を編集

■日本の屋外広告物 ～近代～

明治時代に入ると、街の人々の服装や髪型だけでなく、店舗の種類や広告物も文明開化の影響を受けるようになりました。この頃に、街の象徴となる時計塔や、電飾が点滅する広告塔、ネオンサイン、アドバルーンなどが登場しました。

広告物が自由に掲出され、街に無秩序に氾濫し始めたことを受けて、1911年（明治44年）に広告物取締法が公布され、1917年（大正6年）には東京府警視庁が屋外広告物取締通牒を発令、各府県も同様の規制をするようになりました。その後、戦時下の電力調整令により、街のネオンサインなども禁止されます。

第二次世界大戦後の1949年（昭和24年）には屋外広告物法が公示され、これに基づいて各都道府県で屋外広告物条例が制定されるようになりました。東京都屋外広告物条例は、都内の屋外広告物の良好な景観を守るため、同年に制定されており、社会状況の変化に沿った改正を加えながら現在に至っています。

出典：「屋外広告の知識/デザイン編」（第四次改訂版）の内容を編集

第4章 景観形成における屋外広告物の配慮事項

1. 配慮事項の構成と活用方法

配慮事項の構成

「第1章 3. 屋外広告物の景観形成の方向性」で先に設定した5つの方針及び市民の目線で屋外広告物のあり方をまとめた「調布市民景観まちづくりビジョン（屋外広告物編）」の内容を踏まえ、「共通の配慮事項」と「地域別の配慮事項」「種類別の配慮事項」に整理しました。

屋外広告物の景観形成の方向性

- 1 魅力的な街並みづくりに貢献する屋外広告物づくり
- 2 調布らしい個性や工夫が感じられる屋外広告物づくり
- 3 地域の景観特性を活かし、周囲に馴染む屋外広告物づくり
- 4 背景となる街並みとの調和が感じられる屋外広告物づくり
- 5 安心・安全で快適な都市空間の創出に貢献する屋外広告物づくり



配慮事項

共 通

屋外広告物の掲出時に基本的に配慮すべき事項

見やすさ・ わかりやすさ	にぎわい づくり	街並みへ の貢献	調 布 ら し さ	安全性・ 維持管理
大きさ・数	位 置	色 彩	文 字	照 明

地域別

各地域の特性にあわせて配慮すべき事項

駅 周 辺	道 路	商 店 街	自然地・住宅地	深大寺周辺
-------	-----	-------	---------	-------

種類別

広告物の種別に応じて配慮すべき事項

壁面広告	屋上広告	突出広告	地上広告	広告幕
置看板	のぼり	バナー広告	貼り紙	窓面の内側を 利用した広告

配慮事項の活用方法

ガイドラインは、屋外広告物の掲出を計画する際の手引きとして、「2. 共通の配慮事項」の市内の屋外広告物に関する基本的な考え方や屋外広告物の各要素の配慮事項に加え、「3. 地域別の配慮事項」「4. 種類別の配慮事項」の該当項目を確認してください。

配慮事項の活用方法

「共通」の配慮事項：景観形成における屋外広告物に関する基本的な考え方や屋外広告物の各要素の配慮事項について確認します。(P20～P40)

「共通」の配慮事項
共通で配慮すべき基本的な事項

市内の全ての屋外広告物について、基本的に配慮すべき事項について確認しましょう。

「地域別」の配慮事項：各地域の特性にあわせて配慮事項について確認します。(P41～P49)

「地域別」の配慮事項
各地域の特性にあわせて配慮すべき事項

掲出する地域特性を確認し、該当する地域の配慮事項を確認しましょう。

「種類別」の配慮事項：広告種別に関する配慮事項について確認します。(P50～P52)

「種類別」の配慮事項
広告物の種別に応じて配慮すべき事項

掲出する屋外広告物の種類を踏まえて、該当する広告種別の配慮事項を確認しましょう。

配慮事項の見方

P20～P49の見方

共通・地域別

「調布市民景観まちづくりビジョン（屋外広告物編）※P62参照」の内容を踏まえて方向性、課題、配慮事項及びワンポイントアドバイスを整理

共通 安全性・維持管理

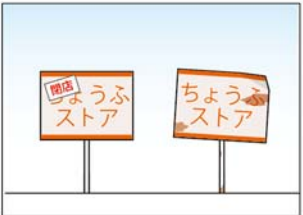
地震等の災害に強い広告物とするとともに、更新・撤去など、適正な維持管理を行う

景観の課題

- ・歩道に張り出すなど、通行に支障をきたす危険な広告物がみられる
- ・構造の劣化や簡素な取付けの広告物は、災害時等に落下や倒壊のおそれがある
- ・腐食やさびなど、老朽化が進んでいる広告物がみられる
- ・表示情報の変更や閉店した店舗の広告物などが放置されている

配慮事項

- 歩行者等の通行や自動車の視認性を妨げないようにしましょう
- 屋外広告物の自重や地震等の災害時に倒壊、落下しないよう、安全性に配慮した設計としましょう
- 汚れにくく、耐久性のある素材を使用しましょう
- 定期的な清掃や、表示情報が変わった場合はすみやかに貼り替えるなど、継続した維持管理を行いましょう
- 不要となった広告物は撤去しましょう



イベント終了等により不要になった広告物や劣化した広告物は、更新・撤去など必要に応じて適切に管理しましょう

管理マニュアルの作成

清掃管理
安全点検
メンテナンス

腐食やさびによる老朽化や劣化等に伴う安全性に配慮するため、管理マニュアルなどを作成し、定期的なメンテナンスを行いましょう。

ワンポイントアドバイス 安全性・維持管理

■ 広告物の維持管理

屋外広告物は一度設置すると10年、20年使い続けることが多くあります。その中で、設置時の美しく良好な状況をできる限りで維持していくことが不可欠になります。そのため、屋外広告物の維持管理については、特に安全、美観、機能の視点を意識して行っていくことが大切になります。

○「調布市民景観まちづくりビジョン（屋外広告物編）」を踏まえて整理した項目と方向性

○市内の屋外広告物の景観の課題を整理

○課題を踏まえ、屋外広告物を設置・管理する際に配慮すべき事項を記載

○配慮事項の内容をイラストや事例写真で示し、具体的な配慮内容を記載

○項目にあわせたワンポイントアドバイスとして、調布市の関連計画や事例紹介及び配慮事項を示した具体的な考え方などを記載


P50～P52の見方

種類別

広告物の種別の配慮事項及び事例写真を整理

壁面広告

- ・建物の表情を活かした外観を形成するため、壁面を極端に覆うような表示は避けましょう。
- ・中高層部への掲出はできる限り控え、歩行者の視野に入りやすい1～2階までの低層部に設置しましょう。
- ・立体的な箱文字や切文字を使用し、建物（ファサード面）と一体的なデザインとなるよう心がけましょう。



視野に入りやすい低層部に掲出し、壁面デザインにあわせてシンプルな切文字を使用した壁面広告

○広告物の種類別の配慮すべき事項を記載

○配慮事項の内容を示す事例写真を掲載

2. 共通の配慮事項

共通 見やすさ・わかりやすさ

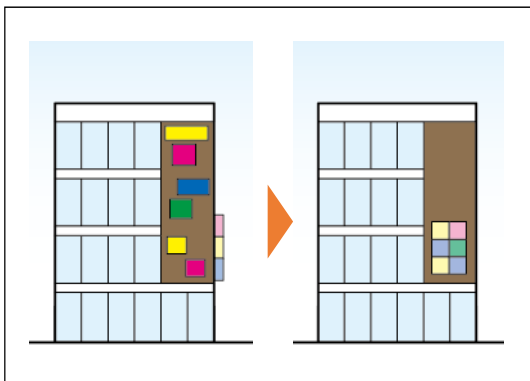
**広告物のデザインをシンプルにすることや統一感を持たせることで、
見やすく、わかりやすくする**

景観の課題

- ・文字や情報量が多い広告物は見づらく、必要な情報がわかりにくい
- ・複数の広告物がある場合、配置やデザインに秩序がないものはひとつひとつが見づらい

配慮事項

- 広告物は店舗名や業種、商品名などの必要な情報を端的に示し、すっきりとした視認性の高いデザインとしましょう
- 商品のモチーフやロゴマークを効果的に使用し、必要な情報がわかりやすい広告物としましょう
- 周辺の広告物の配置や形態、デザインとの調和を考慮し、街並みにまとまりが生まれる広告物としましょう



複数の広告物をバラバラに設置するのではなく、大きさや位置を揃えて、整然としたデザインとしましょう



ロゴマークを中心に示し、業種や店舗が一目でわかるデザインとなっています（調布市）



店舗が複数ある場合は、ひとつの広告物に整理して設置することで見やすくなっています（調布市）



商品をモチーフにしたエンブレムのみを掲出することで、印象的な広告物となっています（京都市）

ワンポイントアドバイス

見やすさ・わかりやすさ

■ 見やすさへの配慮

広告は受け手（見てくれる人）がいることで成り立つ媒体のため、受け手のことを考えた発信ではなく、広告主の一方的な情報発信では、広告自体の意味が薄れてしまうことがあります。また、受け手の考え方には時代とともに変化があり、それぞれの状況にあわせた発信方法を考えていくことが必要になります。

● 見やすさへの配慮（例）

① 文字の大きさを工夫する

掲載できる表示面の大きさを踏まえたうえで、必要不可欠な情報は大きく、努力すればわかる程度で良い情報については小さくするなど、情報の序列を明確にします。

② コントラストを明瞭にする

輪郭を明確にするとともに、近似した色彩（明度や彩度）の使用を控えます。

③ 表現を簡潔にする

広告内容との関係を思い浮かべやすい単純な色合いを使用し、メッセージもシンプルで単純なものとした簡潔な表現とします。

④ 掲示位置を見やすくする

高齢者などは視線を上げて見回すことが難しい場合があるため、必要な情報を優先的に見やすい場所に表示します。

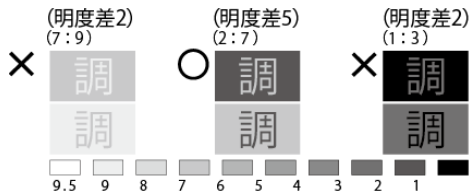
ワンポイントアドバイス ユニバーサルデザインへの配慮

■ カラーバリアフリー（調布市公共サイン整備ガイドライン）

街中での情報収集の手段として不特定多数の人が屋外広告物を利用しています。その中には弱視や色覚障害のある人などが含まれていることを意識しておく必要があります。

屋外広告物の背景と文字の関係を考える際は、下記のポイント等を意識することで、ユニバーサルデザインにも配慮したデザインを考えましょう。

- ・背景色と文字色に、なるべく5以上の明度差をつけます。



- ・赤系統と緑系統の色の直接の組み合わせは避けるようにします。



- ・黄地に白色又はその逆の組み合わせは避けるようにします。



- ・黒地に青色又は赤色を用いる組み合わせは、その部分が黒くみえてしまい認識できない場合があるので、水色に近い青やオレンジに近い赤を用いるようにします。



- ・地色が薄い場合は黒、地色が濃い場合は白で表示すると視認しやすくなります。



- ・色覚障害とは、人の目の網膜にある赤、緑、青の3種類の色を認識する細胞のうち、どれかに変異を生じた状態を指します。赤と緑の区別が付きにくいなどの色の誤認が生じる可能性があります。

- ・高齢化に伴う黄変化について、一般的な老化現象の一つである老人性白内障は、薄暗いところでものが見えにくい、かすんで見えるなどの特徴があるといわれています。

・色の見え方の例

	一般色覚	1型色覚	2型色覚
赤			
ピンク			
オレンジ			
黄色			
黄緑			
緑			
青			
紫			

共通 にぎわいづくり

ユニークな広告物や工夫された広告物により、にぎわいのある街並みを演出する

景観の課題

- ・個性やユーモアの工夫が感じられる広告物が少ない
- ・広告物が個別にデザイン、設置されており、街並み全体の統一感がない

配慮事項

- 個性ある広告物で街並みのアクセントとなるよう、デザインや色づかいを工夫しましょう
- 建物や周辺の広告物とのまとまりを考慮し、大きさや配置を工夫しながら、広告物全体として街並みを彩りましょう
- 歩行者が見やすい低層部を中心に広告物（フラッグ等）を配置し、街並みのにぎわいを演出するとともに、通りの視認性を高めましょう



目を引く色づかいながらも表示を最小限に抑え、特徴的な広告物になっています（調布市）



素材やデザインを工夫し、店舗の商品や個性を印象付ける広告物となっています（調布市）



隣接する広告物や建物と大きさやデザインを揃えることで、街並みを演出しています（伊勢市）



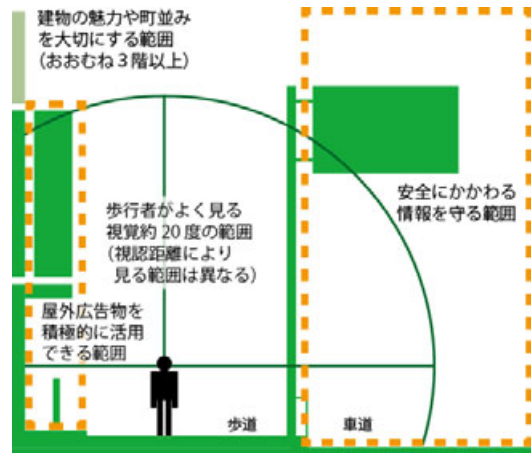
色彩や形状を統一したフラッグ等の広告を設置することで、にぎわいともに連続性のある街並みを演出しています（中央区）

ワンポイントアドバイス にぎわいづくり

■ にぎわいの演出

人の目線には目の行き届きやすい場所があり、その場所に表示することができれば、少し文字が小さくても視認することができます。一方で、その範囲から外れたところでは、どんなに大きくしたとしてもあまり注目されないことがあります。

歩道上では、3階以上の部分には目が行きづらいとされているため、できるだけ2階以下に屋外広告物を掲出し、低層部のにぎわいの演出につなげていきます。一方で3階以上は、シンプルな形状で量も極力少なくすることで、街並みや建物自体の魅力を引き立てるよう配慮しましょう。



目的を意識した場の序列化イメージ

※出典：「屋外広告の知識/デザイン編」（第四次改訂版）の内容を編集

共通 街並みへの貢献

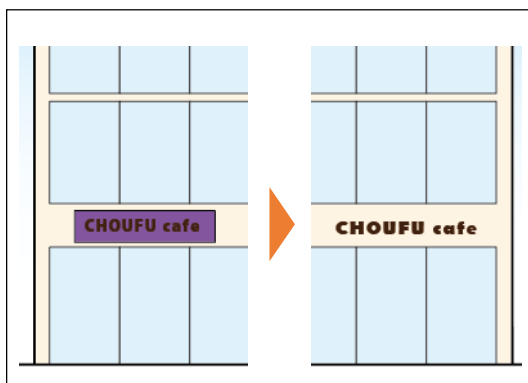
洗練されたデザインの広告物により、街並みの連続性や一体感を創出する

景観の課題

- ・ 広告物を目立たせるための派手な色づかいやデザインは、街並みに調和していない
- ・ 建物や周辺の景観となじんでいない広告物がみられる

配慮事項

- 広告物は切り文字など建物と一体的なデザインとすることで、地域や店舗のイメージを引き立たせ、街並みに貢献するよう工夫しましょう
- 個々の広告物のみを目立たせるのではなく、街並みの中で印象に残るデザインとなるよう心がけましょう
- 広告物は建物や植栽などと一体的に計画し、周辺の街並みに調和するようデザインを工夫しましょう



切り文字を用いるなど、建物と一体的なシンプルなデザインとしましょう



切り文字を用いて建物と一体的にデザインすることで、複数の広告物でも統一感を持たせています（調布市）



企業カラーの使用を控え、建物デザインと調和したデザインの広告物で、洗練された街並みを演出しています（千代田区）



周囲の景観や建物にあわせた落ち着いたデザインのある広告物の街並みを演出しています（宇都宮市）

ワンポイントアドバイス

街並みへの貢献

■ 屋外広告物のデザインに求められる条件

屋外広告物をデザインする際には、「機能」「審美性」「経済性」「景観性」などのバランスに配慮しながらデザインすることを心がけましょう。

「景観性」では、独創的な美しさなどではなく、屋外広告物が設置される背景や隣接する建物などの調和、さらに、それらが形成する街並み景観に寄与できているかということが問われてきます。

基本的に広告物は目立つことは必要ですが、「景観性」をおろそかにすることで、訴求力が低くなり、時代の要請にも応えられなくなることを認識しておくことが必要です。

■ 屋外広告物の地と図の関係

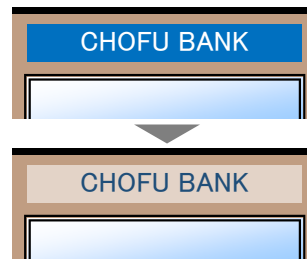
「建物(=図)」のデザインを考える際には、その「背景(=地)」が街中なのか、みどりあふれる場所なのか、住宅地なのか等の地域状況を踏まえてデザインすることで、「建物(=図)」を周辺景観に調和させていくことができます。

また、「屋外広告物(特に建物を利用したもの)(=図)」の場合では、背景にあたるのは「建物(=地)」になります。そのため壁面広告のデザインは、地と図のバランスを考慮した切り文字などの使用を検討しましょう。

やむを得ず板状の広告物を使用する場合も、建物のデザインに違和感を与えないよう、広告物の地色は建物壁面の基調となる色と同系色を選びましょう。



建物デザインとあわせて切り文字を採用した壁面広告物 (栃木県)



広告物の地色を外壁基調色と同系色に変更したイメージ

共通 調布らしさ

**地域のイメージを活かす広告物のデザインや色，素材の使用により，
調布らしさを創出する**

景観の課題

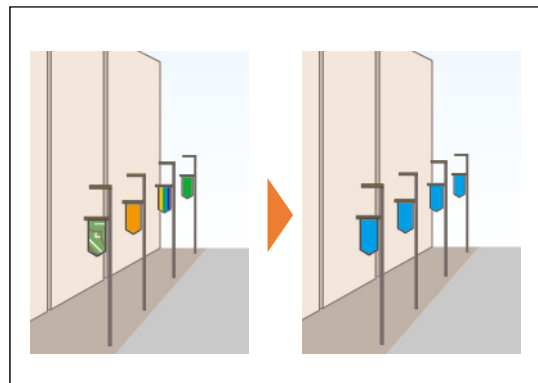
- ・ 広告物のデザインに調布らしさや地域らしさを感じる工夫が必要
- ・ 広告物の色やデザインが様々で，地域のまとまりがない

配慮事項

- 地域のまちづくりのテーマやコンセプトをとらえ，魅力ある地域づくりに貢献するよう工夫しましょう
- 地域でテーマカラーを設定するなど，地域の一体感が感じられるよう工夫しましょう
- 地域のモチーフやテーマカラーを効果的に使用し，店舗だけでなく街全体のイメージアップや調布らしさの創出につなげましょう



隣接する建物の広告物と統一するなど，地域の一体感が感じられるよう工夫しましょう



複数の色を使用するのではなく，テーマカラーを決めて効果的に使用することで，一体感とともに調布らしさのある個性的な街並みを演出しましょう



特徴的な地域特性を踏まえ，周囲の建物との調和を意識した形状や色彩を使用するなど，地域としての一体感を演出しています（川越市）

ワンポイントアドバイス

広告を活用したまちづくり

■地域のアイデンティティと広告

広告物の中には、長い間一定の場所に掲出されていることで、人々に親しまれ、街の顔になり、地域の顔として欠かせない広告物になるケースもあります。

例えばニューヨークのタイムズスクエアでは、ネオン等も使用した大型屋外広告物を高密度に集積することで、その場所らしさを演出し、世界的に知られており、広告物が減ることで場所性を失わないようにしているといわれています。

このように、広告物の中には、地域の努力のもと街並みを形成する特徴的な要素として根付き、本来の目的を超えて、地域のアイデンティティとして認識されるものもあります。

■エリアマネジメント広告

近年、特定地域（エリア）の住民や事業者、来街者などによる組織が主体となって、地域美化活動やイベントを開催したり、街並みや屋外広告物のデザインを誘導するなど、街の課題解決や活性化を行う取組（エリアマネジメント）が様々な地域で進められています。

エリアマネジメントの取組のひとつとして、公道上の屋外広告物を特例許可する「エリアマネジメント広告」があります。そのなかにはバナーフラッグや工事の仮囲いなど、屋外広告物の掲出場所を貸し出すことで、得られた広告収入をまちづくりの財源に充てるなどの手法があります。こうした広告物は、まちづくり組織がそれぞれの街並みにふさわしいデザインについて助言や審査をすることで、第三者広告物でありながら街並みに溶け込んだ景観を創出することができます。



街路灯に掲出された広告物
(千代田区)

共通 安全性・維持管理

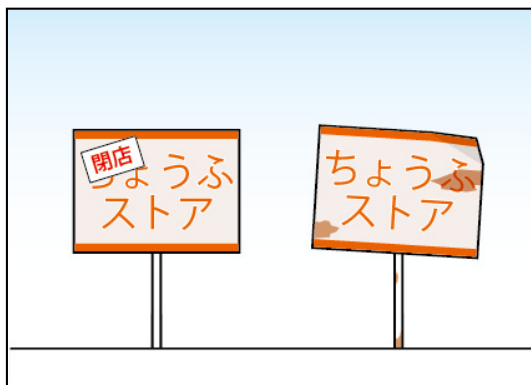
地震等の災害に強い広告物とするとともに、更新・撤去など、適正な維持管理を行う

景観の課題

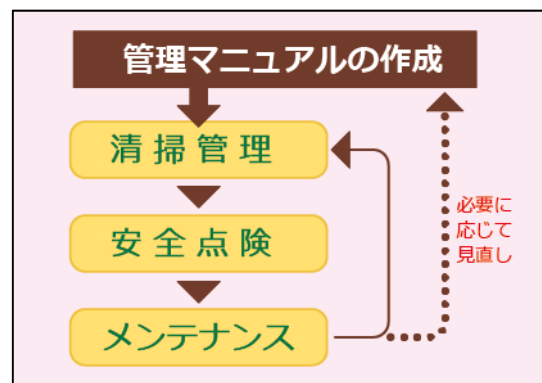
- ・歩道に張り出すなど、通行に支障をきたす危険な広告物がみられる
- ・構造の劣化や簡素な取付けの広告物は、災害時等に落下や倒壊のおそれがある
- ・腐食やさびなど、老朽化が進んでいる広告物がみられる
- ・表示情報の変更や閉店した店舗の広告物などが放置されている

配慮事項

- 歩行者等の通行や自動車の視認性を妨げないようにしましょう
- 屋外広告物の自重や地震等の災害時に落下、倒壊しないよう、安全性に配慮した設計としましょう
- 汚れにくく、耐久性のある素材を使用しましょう
- 定期的な清掃や、表示情報が変更になった場合はすみやかに貼り替えるなど、継続した適正な維持管理を行いましょう
- 不要となった広告物は撤去しましょう



イベント終了等により不要になった広告物や劣化した広告物は、更新・撤去など必要に応じて適切に管理しましょう



腐食やさびによる老朽化や劣化等に伴う安全性に配慮するため、管理マニュアルなどを作成し、定期的なメンテナンスを行いましょう

※ 手続等を行わずに、所有者以外の方が屋外広告物の撤去等を行うことはできません。

ワンポイントアドバイス 安全性・維持管理

■ 広告物の維持管理

屋外広告物は一度設置すると10年、20年使い続けることが多くあります。その中で、設置時の美しく良好な状況をできる限り維持していくことが不可欠になります。

そのため、屋外広告物の維持管理については、特に安全、美観、機能の視点を意識して行っていくことが大切になります。

共通 **大きさ・数**

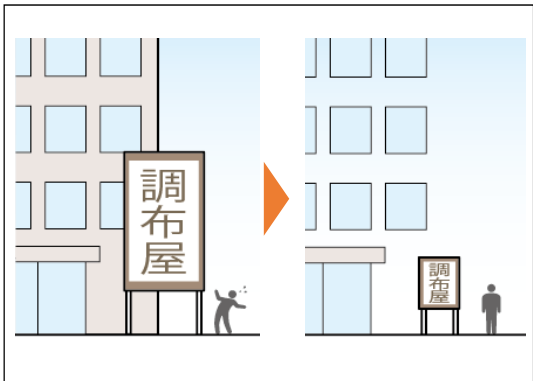
建物や周辺の広告物のバランスに配慮しつつ、必要最低限の数とする

景観の課題

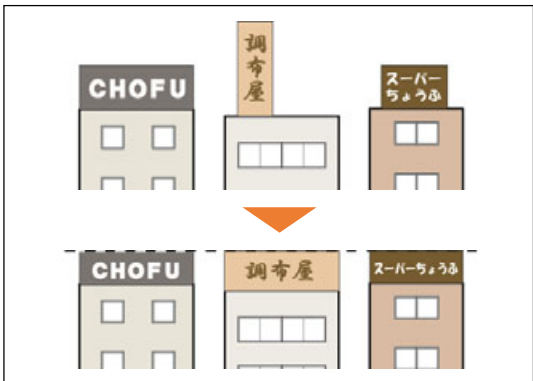
- ・ 大きすぎる広告物は歩行者の目線から見づらく、街並みに調和していない
- ・ 建物や周辺の広告物とのバランスが悪い広告物は見栄えが悪い
- ・ 同じ広告物が過剰に掲出されているのは良くない

配慮事項

- 歩行者に圧迫感を与えないヒューマンスケールに配慮しましょう
- 周辺の建物や広告物とのバランスに配慮し、大きさを揃えましょう
- 街並みから突出しない形状とし、周辺の景観との一体感に配慮しましょう
- 面積を大きくし目立たせるのではなく、デザインや配置を工夫しましょう
- 同じ内容の広告物の過剰な設置は控えましょう
- 同一建物内のテナント広告は、大きさやデザインを揃えるか、ひとつの広告物に集約しましょう



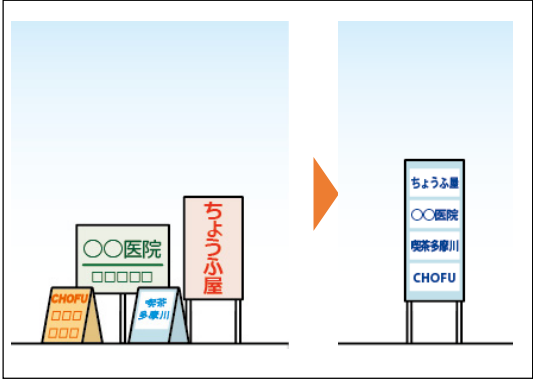
長大な大きさにならないよう、周辺の建物や広告物とのバランスに配慮し、歩行者等に圧迫感のない大きさとしましょう



周囲から突出した高さ等にならないよう、スカイラインを統一するなど、周囲との一体感に配慮しましょう



同一建物で広告物を統一し、歩行者に見やすい大きさとしています（調布市）



同位置への複数の広告物の設置を避けるため、できるだけ規模を統一し、集約化して設置しましょう

※屋外広告物の大きさについては、広告種別でそれぞれ個別に数値等による基準が定められています。（東京都屋外広告物条例・同施行規則）（5章 東京都屋外広告物条例及び屋外広告物設置の流れ／P57～P58 参照）

ワンポイントアドバイス

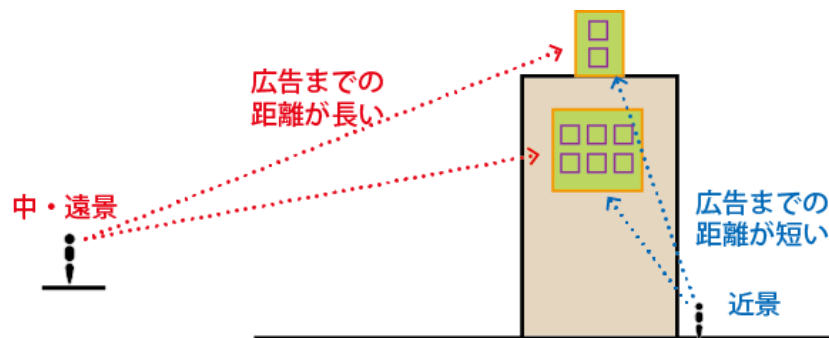
大きさ

■ 広告物の大きさ

○ 視点からの距離

屋外広告物の中には、遠方からの視認性を意識するあまり、規模の大きなものが掲出されることがあります。しかし、それが原因となり、その広告物の足元の街並み景観の連続性が阻害されてしまうことがあります。

広告物の大きさを考える際には、視点からの距離に対し、適正な規模を確保する一方で、それらが掲出されている場所の街並み景観に悪影響を及ぼさないような規模になるよう配慮しましょう。



視点場の違いによる視認距離のイメージ

○ 建物や構造物の規模と広告物の関係

建物や構造物等を設計するときには、広告物が設置されることを考慮してデザインされていないケースも多くあります。

そのため、建設後に、屋上への大規模な広告物の設置や壁面の大部分を覆うような設置、透過性のあるガラス面への設置など、事後に設置された広告物により、設計当初に意図していた景観的な配慮やそのもの自体のデザインを損なってしまうことがあります。

広告物の大きさを考える際には、それぞれの建物や構造物の本来持つ、規模、形態、デザインが大きく改変されることのないよう配慮しましょう。

共通 位置

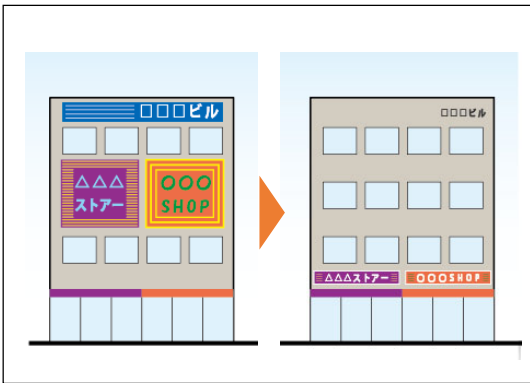
人の視線による実際の見え方を意識し、設置位置を工夫する

景観の課題

- ・複数のテナントの広告物がそれぞれ無秩序に掲出されているのは印象が良くない
- ・建物ごとに広告物の形状や設置位置が異なると、雑然とした街並みになる
- ・目立たせることを優先した位置に設置すると、歩行者や自動車などの通行の妨げになるおそれがある

配慮事項

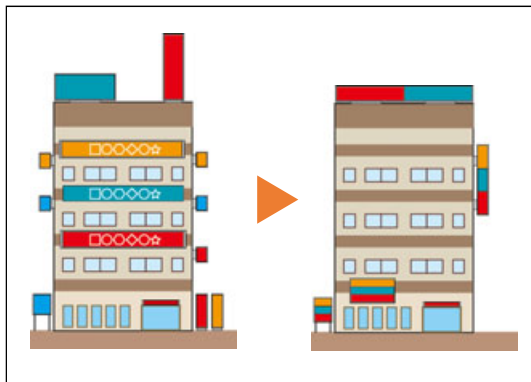
- 広告物の位置は低層部に設置することでにぎわいを創出し、高層部に設置する場合は、建物デザインと調和したシンプルなデザインとしましょう。
- 歩行者や自動車などからの視線や通行の妨げにならないよう、設置位置を工夫しましょう
- 複数のテナントの広告物は、大きさやデザインを揃え、配列を工夫しましょう



大きく目立つように掲出するのではなく、視線の届きやすい1～2階に揃えて掲出するとともに、上層部は建物にあわせたシンプルなデザインにすることで、建物とともに街並みの魅力を演出しましょう



建物デザインに調和したシンプルなデザインで、形状や設置位置を統一することで、落ち着いた街並みを演出しています（調布市）



テナントごとに無秩序に広告物を設置するのではなく、設置基数を抑えるとともに、大きさを揃えて設置しましょう



形状や設置位置を統一することで、歩行者への視認性とともににぎわいを演出しています（松戸市）

※屋外広告物の位置については、広告種別でそれぞれ個別に数値等による基準が定められています。（東京都屋外広告物条例・同施行規則）（5章 東京都屋外広告物条例及び屋外広告物設置の流れ/P57～P58 参照）

共通 色彩

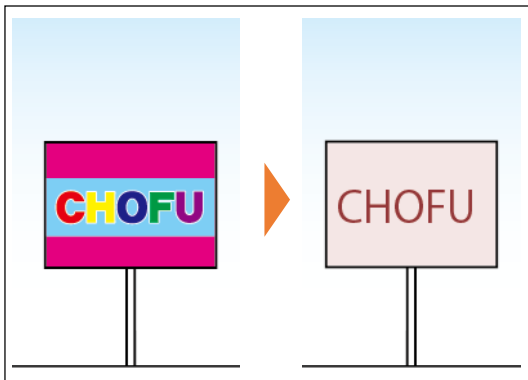
派手な配色や原色の使用は避け、広告物の大きさにも配慮した色づかいとする

景観の課題

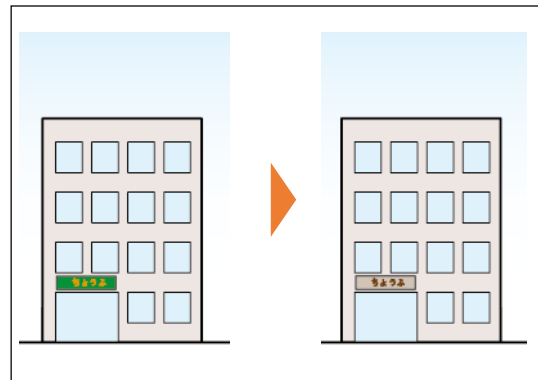
- ・色数が多すぎる広告物は印象が良くない
- ・広告物の地色は必要以上に鮮やかな色や、建物の外壁となじまない色は良くない
- ・高彩度色や原色同士、高コントラストの配色の広告物は見にくい
- ・鮮やかな色彩は目立つが、必要以上に大きい面積での使用は見にくく、周囲になじんでいない

配慮事項

- 広告物に使用する色彩は色数を抑え、落ち着いた色彩としましょう
- 建物に設置する屋外広告物の地色は、周辺の建物の外壁と調和した同系色の色彩としましょう
- 高彩度色・原色は地色での使用を控え、小さい面積でアクセントとして使用しましょう
- 使用する色彩は、原色同士や高コントラストの組合せは避け、配色にも配慮しましょう



周囲から突出した鮮やかな色や多くの色数の使用は控え、2〜3色程度の色ですっきりとしたデザインにしましょう



広告物の地の色に突出した高彩度の色彩の使用を避け、外壁面と調和した色彩を使用しましょう



低彩度で落ち着いた、あたたかみのある色づかいになっています（調布市）



建物と広告物の地を同系色にし、1階部分の店舗を際立たせています（京都市）

ワンポイントアドバイス

色 彩

■ 色彩の基礎知識 (調布市景観形成ガイドライン(色彩編)より)

○ 調布市の建物の色彩

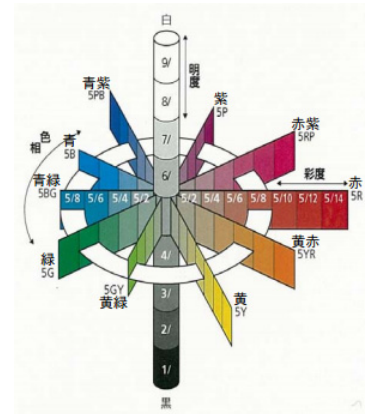
調布市内には、商業施設や中高層マンション、低層の住宅地など、様々な建物が建ち並んでいます。市内の建物の色彩は、概ね茶色系やベージュ系の落ち着いた色彩が中心となっており、調布市景観計画や調布市景観形成ガイドライン(色彩編)でも、建物の色彩について推奨色などを定めています。(色相YR(黄赤)系～Y(黄)系で低彩度・中明度のもの)

屋外広告物の色彩について考える際は、こうした周辺の建物の壁面や屋根の落ち着いた色彩と調和するよう、色づかいや配色を考えましょう。

○ 色の彩度

調布市景観計画の色彩基準では、建物等の色彩をマンセル表色系に基づき、色あい(色相)・明るさ(明度)・鮮やかさ(彩度)の3つの指標で表しています。色の彩度は色相によって異なり、0(無彩色)から16(鮮やかな色)程度までで示します。

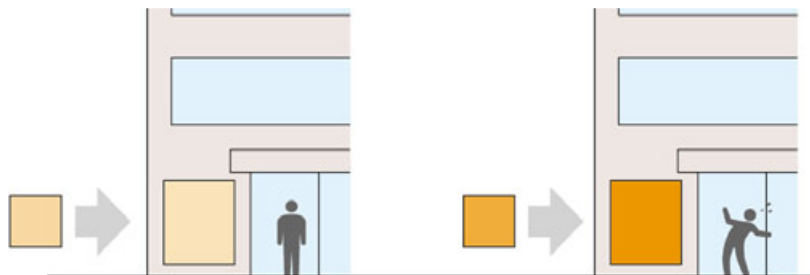
屋外広告物では、彩度が高い色彩は大きな面積で使用すると、周辺の街並みの中で目立つおそれがあります。鮮やかな色は小さい面積で使用するなど、広告物の色づかいは街並みに配慮したものとしましょう。



○ 色の面積効果

ある色を小さい面積で見た場合と大きな面積で見た場合では、明るさや色味に差が生じ、イメージが変化して見えることがあります(色の面積効果)。大きな面積になると、明るい色はより明るく、暗い色はより暗く見えるようになります。

屋外広告物のデザインを考える際には、こうした面積による違いも十分に考慮し、使用する色を決めましょう。

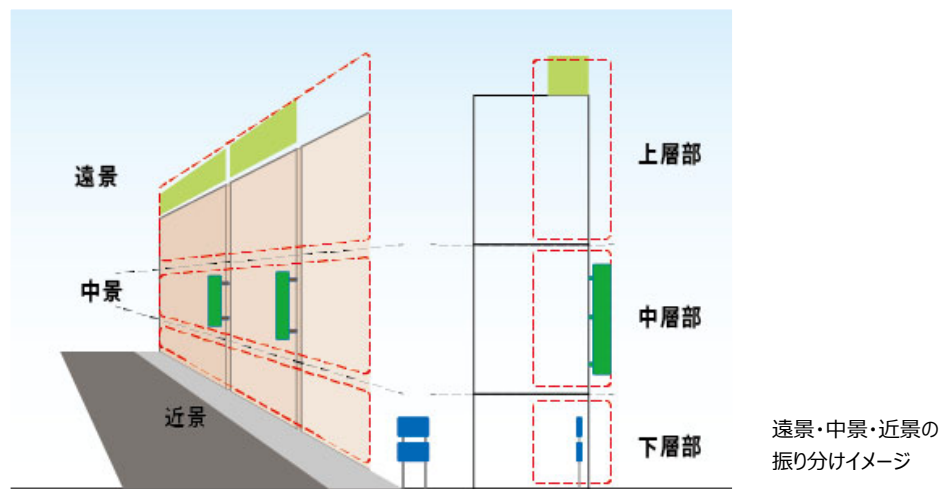


※見え方を疑似的に再現しています。

■屋外広告物の色彩と周辺景観との調和

周辺景観との調和を考えていく際に、屋外広告物の色彩は一つの要素として考えられます。その中で屋外広告物の色彩を調和させるためには、周辺景観の色に類似・融和させる方法と、対比的に調和させる方法等がありますが、屋外広告物の「地色」については基本的に「融和」という方法で調和させていくことが良いといわれています。

屋外広告物の「地色」については、人の目の高さを中心に、その見え方を建物高さを基準に区分した「遠景に対応した上層部広告物」、「中景に対応した中層部広告物」、「近景に対応した下層部広告物」のそれぞれの区分にあわせて調和する色彩を選定しましょう。(区分については下図参照)



区分別の調和する色彩については次のように考えましょう。

①上層～中層部の広告物	<ul style="list-style-type: none"> ・「地色」には周辺景観の基調色を用いましょう。 ・「地色」の明度を周辺景観の基調色にあわせましょう。 ・「地色」の彩度は抑えましょう。
②低層～中層部の広告物	<ul style="list-style-type: none"> ・「地色」を建物の基調色（外壁面等）に類似させましょう。 ・「地色」には建物の基調色と同程度の明度で、類似色相の低彩度色を用いましょう。
③その他	<ul style="list-style-type: none"> ・地域特性（商店街等）や低層～中層部におけるにぎわいや活気のある演出を行う場合は、類似調和に対比調和を加えるなどの工夫をしましょう。

広告物の色彩は視線を引き付ける手段にもなる一方で、嫌悪感を抱かせることもあります。色の持つ意味を知り、場所は背景（地域特性）、目的に応じて適切に使用しましょう。

※出典：「屋外広告の知識/デザイン編」（第四次改訂版）の内容を編集

共通 文字

広告物の大きさや設置位置に合わせ、

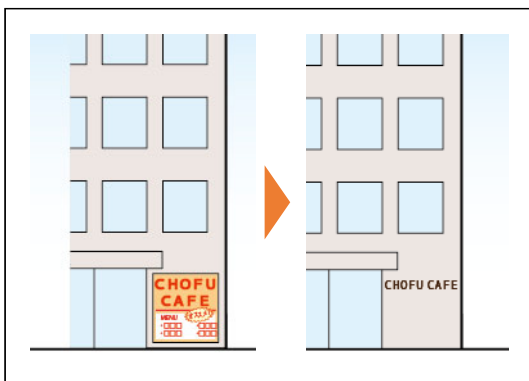
見やすい文字の大きさ・文字数となるよう配慮する

景観の課題

- ・盤面に対して文字や情報量が多いものは読みづらく、必要な情報がわかりにくい
- ・周辺や店舗にあわせ、書体にも工夫があると良い
- ・公共の場に相応しくない語句や内容の広告物は印象が良くない

配慮事項

- 盤面に対して文字や情報を過剰にするのは避け、余白を十分に設けたすっきりとしたデザインとしましょう
- 広告物に表示する文字数は多すぎないようにし、店舗名などの必要な情報のみを明確に伝えるようにするほか、ロゴマークなどのデザインを活用しましょう
- 地域や店舗の特徴をひきたたせるよう、使用する書体にも配慮しましょう
- 公共の秩序に配慮した文言や表現内容としましょう



多くの情報により表示面が煩雑になるのを避けるため、必要最小限の表現としましょう



ロゴマークと手書き風の文字で、手作りの暖かみを感じられる広告物となっています（調布市）



特徴ある飾り文字で、あか抜けた印象の広告物となっています（京都市）



地となる壁面と明度差をつけた同色系の切り文字を使用することで、落ち着いた中にもメリハリのある広告物となっています（志木市）

ワンポイントアドバイス

文字

■ 覚えられる情報量

人が簡単に覚えられる情報量は3項目までであるといわれています。そのため、屋外広告物は簡潔に要点のみを表現するなど、シンプルな表示としましょう。

また、人の目が、1箇所に滞留する時間(0.3秒前後)に読むことができる文字数は、日本語で最大15文字程度といわれています。

そのため、短時間で判読できることで、効果をよりあげるため、屋外広告物に使用する文字数は15文字以内を心がけましょう。

この先に橋がありますから
それを渡って
右手の工場の先の
信号がある交差点を
左に曲がって、
川を越えて、
30m位行ったところに
交番がありますので、
そこを右に曲がって
50m位先の
右手です。

工場の先を左、
交番を右
50m先

※出典：「屋外広告の知識/デザイン編」(第四次改訂版)の内容を編集

共通 照明

街並みを明るくするために活用しながら、過度に明るくなり過ぎないように配慮する

景観の課題

- ・明るすぎる、大きすぎる照明は見にくい
- ・広告物を照らすのみで、色合いや夜間景観への配慮が不足している
- ・光源が露出していたり点滅する照明は、過度に目立ち街並みにふさわしくない

配慮事項

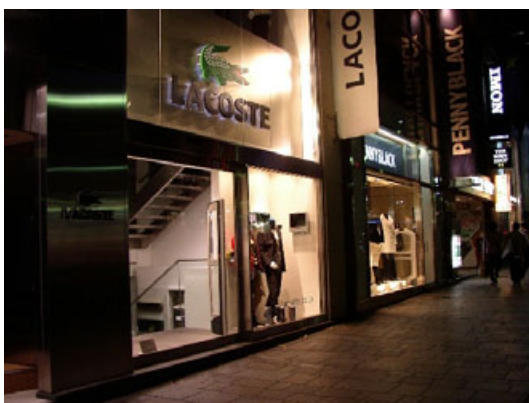
- 照明は過剰に明るくせず、広告物の盤面のみを照らすようにしましょう
- 照明の色や設置方法を工夫し、夜間景観を演出しましょう
- 光源や表示面が過度に点滅する照明は設置しないようにしましょう



小面積の広告照明により、暖かみのある室内照明とのバランスがとれた夜間景観となっています（中央区）



店舗名の照明は控えめにすることで、店舗内の様子をひきたたせています（調布市）



光量や外照とショーウィンドウの照明方法などを工夫することで、落ち着いた夜間景観を演出しています（渋谷区）



光量を抑えた内側からのスポット的な柔らかい光により、落ち着いた中にも情緒的な夜間景観を演出しています（港区）

ワンポイントアドバイス >>> 照明

■ 光の明るさや輝き

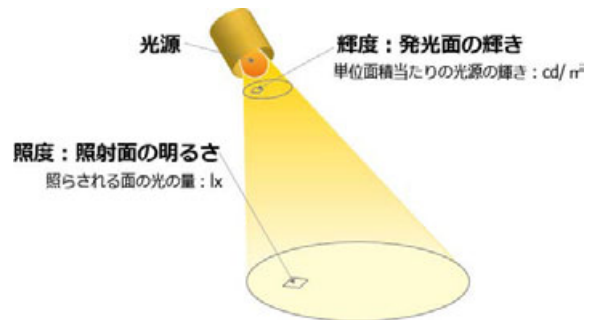
人が光を日常的に感じる際には、「明るい」「暗い」「鮮やか」「ぼやけた」などの感覚的な表現が用いられますが、光は「照度」や「輝度」などという値で表現されます。

照度：光源によって照らされる面に入射する光の量

：単位：ルクス (lx)

輝度：単位面積あたりの光源の明るさ

：単位：カンデラ毎平方メートル(cd/m²)



人の視界の中に、周囲と比較して明るい光（照明器具など）があるとまぶしさを感じることがあります。そのまぶしさを「グレア」と呼び、見ようとしているものがそのまぶしさにより見えにくくなったり、不快に感じることがあります。

まぶしさによる「物が見えにくい」、「不快感」を妨げるためには、まぶしくなりやすい「周囲が暗いほどまぶしい」「光源の輝度が高いほどまぶしい」「光源が近いほどまぶしい」「光源の見かけの面積が大きいほどまぶしい」などの点を考慮していくことが必要です。

また、「グレア」は若年者より高齢者の方が感じやすいとされているため、その点を踏まえた照明方式の選択を心がけましょう。

■ 照明の色の持つイメージ

広告物に使用される照明の光源には温度によって見え方が異なります。

色温度の高い光源は青白く見えるため涼しさやシャープさを感じさせることから都会的なイメージを与え、照明として利用した場合には青・緑系のものが強調されて見えます。

一方、色温度が低い光源は赤っぽく見えるため、暖かみや柔らかさを感じさせることから、住宅地での使用に適しており、照明として利用した場合には赤橙色のものが強調されて見えます。

屋外広告物に照明を利用する際には、地域の特性に合った光源を選択して、良好な夜間景観の演出を工夫しましょう。



ワンポイントアドバイス

照明

■ 広告物の照明方式

屋外広告物の照明方式は大きく「発光式」「外照式」「内照式」の3種類に分類することができます。

<p>発光式</p>	<p>光源の光を直接利用する方式（LED 表示板、ネオンサイン、大型ディスプレイ等）</p>		<p>動きのある表現や派手な色彩表現が可能のため、周辺景観に与える影響が大きくなることがあります。自然地や住宅地等の落ち着いた環境での使用は控えましょう。</p>
<p>外照式</p>	<p>外部の投光器などを利用して広告物をライトアップする方式（屋上や壁面などにスポットライト等を利用する広告等）</p>		<p>外部から表示面を照らすため、照明の規模によっては周辺に与える影響が大きくなる場合があります。使用する量を調整したり、光源の位置を低くするなどの工夫をしましょう。</p>
<p>内照式</p>	<p>内部や背面などに光源を設置し、その透過光を用いて内部から発光する方式（避難口誘導灯・通路誘導灯等）</p>	 	<p>発光式ほどではないが、表示面全体を照らすことが可能なため、周辺に与える影響が大きくなる場合があります。光量の調整や中高層部での使用を避けるなどの工夫をしましょう。</p> <p>自由な表現が可能で小面積で効果があり、光の量も少ないため、使用方法によっては、周辺景観に与える影響が比較的少なく感じさせることができます。会社等のロゴや切り文字などの表示の使用に適しています。</p>

屋外広告物に照明を利用する際には、地域の特性に応じて照明方式を選択し、良好な夜間景観の演出を心がけましょう。

3. 地域別の配慮事項

地域別 駅周辺

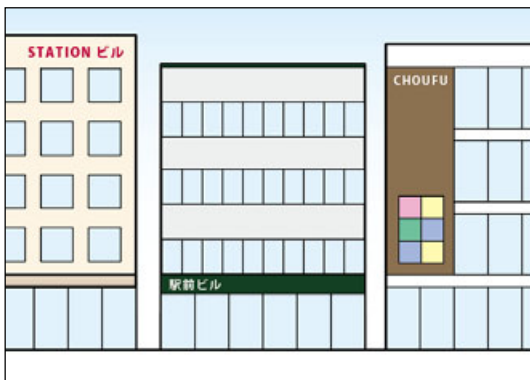
街の顔となる駅周辺の広告物は、周辺との調和やデザインに配慮し、
 品格のなかにも「ほっとする」空間を演出する

景観の課題

- ・駅周辺の広告物は、目立たせるために色彩や大きさが過剰なものが目立つ
- ・様々な形態や種類の広告物が掲出されており、乱雑な印象となっている
- ・窓面広告が多数表示されており、防災上の観点から対応が必要

配慮事項

- 街の顔として、市民や来訪者がほっとする空間形成に寄与するような広告物のデザイン、規模、数としましょう
- 周辺店舗やテナントと協力して、駅前広場からの眺望に配慮した屋外広告物による良好な景観を形成し、快適な歩行空間と調和させましょう
- 壁面広告は切り文字や箱文字等を用いるなど、すっきりとしたデザインとしましょう
- 窓面に広告物を表示することは避けるか、駅前広場の景観との調和を考慮したデザインで、最小限のものとし、開口部を覆うようなものは避けましょう



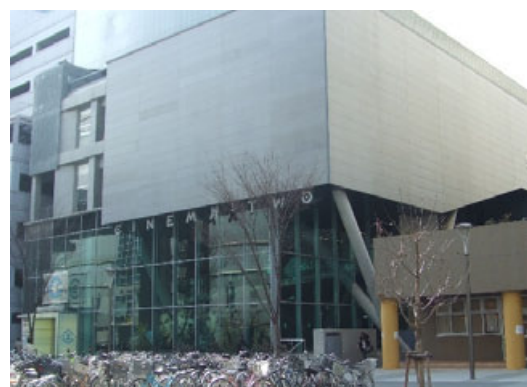
広告物はすっきりとしたデザインとし、街の顔となるようにぎわいと品格を演出しましょう



切り文字や箱文字を用いることで、シンプルな印象となっています（川崎市）



大きさを統一し、集約して掲出することで、見やすくすっきりした印象となっています（川崎市）



壁面と同系色の切り文字を用いた洗練されたデザインで、風格ある駅前を演出しています（立川市）

ワンポイントアドバイス

駅周辺

■ 地域別の景観形成方針と景観形成イメージ（調布市景観計画より）

調布市景観計画では、地域別の景観形成方針と、それぞれの方針に沿った景観形成イメージを作成しています。

屋外広告物を掲出する際は、こうした方針やイメージを踏まえた上で計画しましょう。

「駅」の景観形成推進地区／調布市景観計画

○ 景観形成方針と景観形成イメージ

- ・ 中心市街地の拠点となる調布駅周辺の景観形成を図ります。
- ・ 地域特性に応じた個性的な駅周辺の景観誘導を図ります。
- ・ 駅周辺の建築物や屋外広告物などの様々な景観要素へ配慮します。
- ・ 京王線連続立体交差事業による中心市街地の新たな景観形成を図ります。



調布駅周辺は、これまで京王線により南北の地域が分断されていましたが、鉄道の地下化が完了したことに伴い、分断が解消され、今後は人々の交流が駅を中心に一層活発化していくことが予想されます。

このため、調布駅周辺は、上記の景観形成方針を踏まえたうえで、これまで以上に市の主な「玄関口」として、また市の「顔」となるよう、活気とにぎわいの中にも一定の秩序が感じられる、魅力的な都市景観の形成を目指します。

○ 調布駅周辺の景観形成方針

- ・ 人々の交流を促す憩いの空間を創出する。
- ・ ゆとりの感じられる連続的な歩行者空間を創出する。
- ・ 建築物の低層部は、歩行者の視線に配慮した連続性のあるにぎわいを演出する。
- ・ 駅、駅前広場、主要な道路などからの眺望景観が魅力的になるよう工夫する。
- ・ 積極的な緑化により、潤いの感じられる街並みを形成する。



地域別 道路

沿道の広告物は、道路幅に応じた大きさやデザインとし、良好な沿道景観を創出する

景観の課題

- ・幅員の狭い道路では、自動車に向けた大規模な広告物はそぐわない
- ・幹線道路沿道では必要以上に派手な色彩で大きな広告物が目立つ
- ・自動車に向けた規模の広告物は、歩行者の目線からは見えづらい

配慮事項

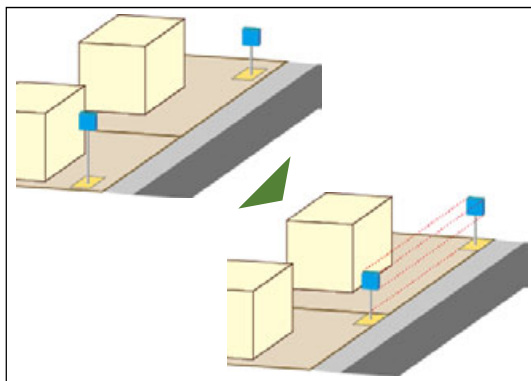
- 道路の幅員にあわせ、歩行者の目線から圧迫感のない大きさとしましょう
- 甲州街道沿道では、街路樹の妨げとならない広告物の設置高さとしたり、地色は彩度の低い落ち着いた色彩とするなど、けやき並木との調和に配慮しましょう
- 幅員の狭い道路沿いでは、ヒューマンスケールを意識し、広告物をできるだけ低層部に設置するようにしましょう
- 幹線道路や直線的な道路の沿道では、設置場所や設置高さをできるかぎり揃えましょう



歩行者にとって圧迫感のない大きさや、街路樹と調和した色彩を用いましょう



2階の軒先を超えない高さとする事で、周辺の街並みの景観を妨げないようにしています（高山市）



それぞれの場所でバラバラに設置するのではなく、設置場所や設置高さを揃えることで、連続した街並み景観を演出しましょう



街路樹や周囲の建物から突出しない高さに設置することで、圧迫感を軽減しています（茅ヶ崎市）

ワンポイントアドバイス >>> 道路

■ 地域別の景観形成方針と景観形成イメージ（調布市景観計画より）

調布市景観計画では、地域別の景観形成方針と、それぞれの方針に沿った景観形成イメージを作成しています。

屋外広告物を掲出する際は、こうした方針やイメージを踏まえた上で計画しましょう。

「道」の景観形成推進地区／調布市景観計画

○ 景観形成方針と景観形成イメージ

- ・まちとまちを結び、快適な市民生活を支える主要な道路の景観形成を図ります。
- ・誰もが安全・安心に移動できる歩道空間の景観形成を図ります。
- ・連続した街並みを意識した沿道の景観誘導を図ります。
- ・宿場町の面影を生かした旧甲州街道沿いの街並み景観の熟成を図ります。

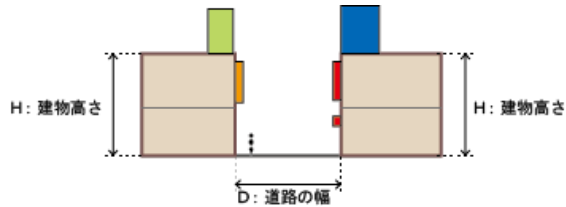


■ 街路スケールと広告物

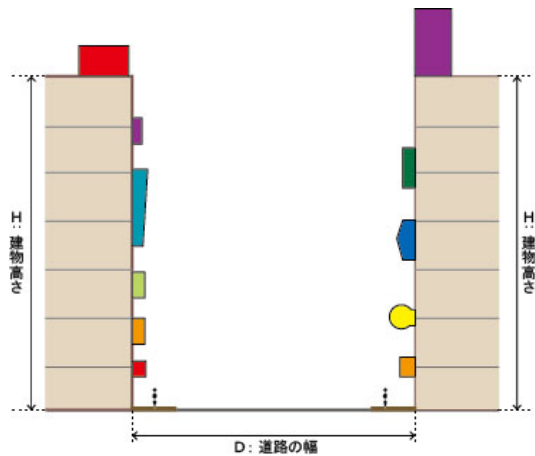
道路の沿道景観を形成する屋外広告物の規模は、道路とその両側の建物の大きさや高さと同調させることが重要になります。

例えば、幅の狭い道路で、両側が低層の建物の街並みに大規模な屋外広告物が設置すると、広告物の大きさに違和感を覚える一方で、幅の広い道路で、高層建物の街並みに小規模な屋外広告物が乱立する状態では、雑然とした街並み景観になってしまうケースがあります。

そのため、沿道に広告物の設置を考える際には、道路の幅と建物高さの比を意識することが必要です。



幅の狭い道路の低層建物の街並みに大規模の屋外広告物が設置されているイメージ



幅の広い道路の高層建物の街並みに小規模の屋外広告物が乱立しているイメージ

地域別 商店街

商店街の広告物は、各商店街での統一感や

個性を感じさせる工夫をすることで、にぎわいを演出する

景観の課題

- ・商店街の広告物は、数が多く、無秩序に掲出されている場所もみられる
- ・多様な広告物が街の活気を生み出している一方で、個々の広告物が主張しているものもあり、雑多でまとまりのない街並みとなっている

配慮事項

- 各商店街の特性にあったデザインとし、にぎわいづくりに貢献するよう工夫しましょう
- 歩行者の視認性や回遊性を意識し、歩行者にとって見やすい大きさの広告物とし、低層部を中心に設置するようにしましょう
- 広告物のデザインや色彩は周辺の広告物と統一感を持たせ、地域のまとまりに配慮しましょう



店舗で共通したデザインの広告物を掲出するなど、地域のまとまりをつくるよう工夫しましょう



落ち着いたデザインを低層部を中心に設置し、街並みを演出しています（千代田区）



低層部の見やすい位置に形状、色彩を統一した突出広告、フラッグを設置することで、にぎわいともに連続性のある街並みを演出しています（宇都宮市）

地域別

自然地・住宅地

自然豊かな場所や住宅地などの広告物は、

色やデザインを落ち着いたものとするこで、街並みに調和させる

景観の課題

- ・住宅地や緑が多い場所では、派手なデザインや色彩の広告物はそぐわない
- ・川沿いや農地などの広がりのある場所では、広告物が目立ち過ぎるのはよくない

配慮事項

- 周辺の住環境や自然環境に配慮し、控えめで落ち着いたデザインとしましょう
- 自然素材や、それに近い色彩やデザインを積極的に採用しましょう
- 国分寺崖線や農地の周辺では、緑の連続性を遮らないよう、稜線や建物から突出しない高さとしましょう
- 照明を使用する際は、周辺の住環境や自然環境に配慮した落ち着いた照明としましょう



建物や後背の崖線と調和しない鮮やかな色彩の使用を避けて、自然環境となじむ落ち着いた色彩やデザインとしましょう



ピクトグラムを効果的に使用し、住宅地に溶け込みながらも印象的な広告物となっています（調布市）



住宅地の緑や軒先のプランターや建物デザインに配慮したシンプルな切り文字の広告物にすることで、落ち着きと潤いのある店先を演出しています（国立市）



背景となるみどりと調和する茶系をベースカラーに使用することで、自然地に溶け込みながら、見やすいデザインの広告物となっています（那須塩原市）

ワンポイントアドバイス

自然地・住宅地

■ 自然豊かな場所に掲出する広告物

○ 掲出位置

自然豊かな場所においては、掲出位置による広告の効果と周辺景観に与える影響とのバランスに気をつけていくことが必要になります。

そのため、遠くからの視認性を意識した大規模なものも設置は控え、近景～中近景のスケール感の中で、視認する人との距離や位置関係を踏まえたデザインや掲出位置を選択しましょう。

○ 素材

自然景観では、自然素材は、景観的な調和を期待できるといわれています。

ただし、広告物に利用できる素材は木質系や石質系のものが大半であり、それぞれ、構造や耐候性、加工方法などでデメリットがある場合もあります。

そのため、自然素材のみを使用するのではなく、それぞれの素材の長所を活かし、人工的な素材をミックスするなど、状況に応じた選択を心がけましょう。

広告物の色づかいは街並みに配慮したものとしましょう。

○ 色彩

自然景観においては、広告物自体の存在を強調するのではなく、彩度や明度を抑えた色調にすることで、自然地の色彩と同化させていくことで、周辺景観との調和を図っていきましょう。



遠景からの視認性を意識した大規模な広告物



近景～中景からの視認性を意識したスケール感の広告物



自然素材を使用した広告物



木質系素材とコンクリートを使用した広告物



自然地にあわせて彩度や明度を抑えた色調にした広告物

地域別 深大寺周辺

深大寺周辺の広告物は、自然と調和した色づかいや素材に配慮することで、
街の歴史・文化・自然に溶け込ませる

景観の課題

- ・ 深大寺周辺の落ち着いた雰囲気や自然環境になじまない色づかいや大きさの広告物は良くない
- ・ 夜間景観への配慮が必要

配慮事項

- 深大寺を中心とした歴史・文化を感じることでできる街並みに貢献するよう、デザインや大きさ、色づかいを工夫しましょう
- 落ち着いた色彩や自然に近い色彩を使用しましょう
- 樹木や建物から突出しない高さとしましょう
- 自然素材や、それに近い色彩やデザインを積極的に採用しましょう
- 照明を使用する際は、深大寺周辺の雰囲気に配慮した落ち着いた照明としましょう



深大寺周辺の自然環境や建物の雰囲気に調和した色彩や大きさの広告物としましょう



深大寺周辺の街並みに調和する、落ち着いた和風の雰囲気を取り入れています（調布市）



周辺の自然環境になじむよう、木材や、似た質感の素材や色彩を採用しています（調布市）



企業カラーの使用を控え、落ち着いた色使いの広告物となっています（調布市）

■ 深大寺通り周辺景観形成重点地区

調布市景観計画では、市の「顔」や「骨格」となる重要な地区や、地域住民の景観形成に対する取組意欲の高い地区等の、景観形成に対して積極的に取り組んでいく地区を景観形成重点地区に指定し、地区ごとに景観形成目標、景観形成方針とそれぞれの方針に沿った景観形成イメージを作成しています。

屋外広告物を掲出する際は、こうした方針やイメージを踏まえた上で計画しましょう。

○ 景観形成目標

国分寺崖線の豊かな水と緑を保全・活用し、安らぎある武蔵野の原風景を再生します。また、“真壁造り”等の特徴的な建築形態に表れる深大寺の歴史・文化を継承しながら観光文化歴史拠点を形成するとともに、落ち着いた感じられる街並み景観を形成します。

○ 景観形成方針と景観形成イメージ

- ・水と緑の豊かな自然環境の保全
- ・自然環境を生かした落ち着いた感じられる街並み景観の形成
- ・地域の歴史・文化を継承した魅力ある街並み景観の形成
- ・訪れる人にもゆとりと潤いを提供する景観の形成



■ 歴史的景観との関係

歴史的街並みの多くは、商業地として発展した経緯を持つところも少なくありません。寺社の境内とその参道における広告物や門前の街並みにおける商業的な広告物には、歴史的に継承されてきたものも多く含まれており、それらは地域の景観を特徴づける重要な要素にもなっています。

そのため、歴史的景観の中で屋外広告物を掲出する際は、伝統的な広告物が掲出されてきた場所での掲出を基本とし、広告物の規模やデザイン、素材などは、歴史的景観と調和したものを選択するよう心がけましょう。



歴史的な街並みを演出する建物と広告物
(栃木市)

4. 種類別の配慮事項

広告物の種類別に配慮すべき事項は、次のとおりです。

壁面広告

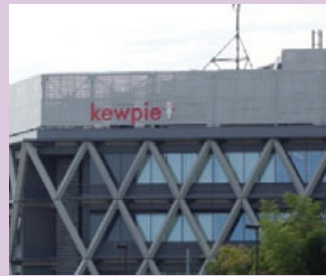
- ・建物の表情を活かした外観を形成するため、壁面を極端に覆うような表示は避けましょう。
- ・中高層部への掲出はできる限り控え、歩行者の視野に入りやすい1～2階までの低層部に設置しましょう。
- ・立体的な箱文字や切り文字を使用し、建物（ファサード面）と一体的なデザインとなるよう心がけましょう。



視野に入りやすい低層部に掲出し、壁面デザインにあわせてシンプルな切り文字を使用した壁面広告

屋上広告

- ・建物1棟につき1基としましょう。
- ・連続するスカイラインを崩さぬよう、隣接する建物や街並みの連続性に配慮した高さや大きさとしましょう。
- ・原則、横長とし、安定感のある形状とし、建物と一体的なデザインとなるよう配慮しましょう。
- ・ネオン管や映像使用など動きや点滅を伴う照明等の使用を控えましょう。



横長形状とし、壁面デザインと一体的な屋上の目隠しを活用した、シンプルな切り文字の屋上広告

突出広告

- ・複数設置を避け、集約化するなど小さい面積で効果的な表現を心がけましょう。
- ・街並みの連続性に配慮し、近隣の建物と設置位置や突出し幅を揃えましょう。
- ・交通標識や信号等を遮らない位置に設置しましょう。



1箇所に集約し、1事業者の大きさも建物1層以下の大きさとして、それぞれの高さも合わせた突出広告

地上広告

- ・複数設置を避け、集約化するなど小さい面積で効果的な表現を心がけましょう。
- ・歩行者、自転車、車両の通行や見通しを妨げない大きさ、高さとしましょう。
- ・支柱等は、建物や周辺景観と調和した落ち着いた色彩を使用しましょう。
- ・ネオン管や映像使用などの動きや点滅を伴う照明等の使用を控えましょう。
- ・道路上は禁止区域のため、原則、設置はできません。



セットバック空間に都市部にあわせたすっきりしたステンレス素材を活用し、集約して設置した地上広告

広告幕

- ・窓面等の開口部をふさがないように設置しましょう。
- ・枠を設けるなどして設置場所を限定し、最小限の大きさと本数の設置としましょう。
- ・色あせや劣化のないように適切な時期で交換しましょう。



店舗の雰囲気にあわせて、シンプルな和風デザインで、壁面と調和した色彩を使用した広告幕



ガラス面を避け、設置枠を設けて、掲出している懸垂幕

置看板

- ・歩行者、自転車、車両の通行や見通しを妨げない大きさ、高さとしましょう。
- ・同一のものや同じ情報の複数設置を避け、必要最小限の数としましょう。
- ・店先の緑などと一体的な演出を心がけましょう。
- ・色あせや劣化への対応、営業時間外は屋内に保管するなど、適切に管理を行いましょう。
- ・道路上は禁止区域のため、原則、設置はできません。



店構えにあわせて木質系素材を使用し、手書きの表現によりおもてなしの心を演出した置看板

のぼり

- ・歩行者、自転車、車両の通行や見通しを妨げない大きさ、高さとしましょう。
- ・支柱も含めた形状や素材、また色などは、建物や周辺景観と調和したシンプルなものとしましょう。
- ・同一のものや同じ情報の複数設置を避け、必要最小限の数としましょう。やむを得ず、複数設置する場合は、色彩を統一するなど、街並みの連続性や周囲との調和に配慮しましょう。
- ・色あせや劣化のないように適切な時期で交換しましょう。
- ・道路上は禁止区域のため、原則、設置はできません。



歩行者の通行の妨げにならない場所に店舗の装いにあわせてデザインで掲出したのぼり

バナー広告

- ・歩行者、自転車、車両の通行や見通しを妨げない形態とし、交通標識や信号等を遮らない位置に設置しましょう。
- ・複数設置する場合は、同一のものを同位置、同間隔で設置するなど、街並みの連続性に配慮しましょう。
- ・色あせや劣化のないように適切な時期で交換しましょう。
- ・道路上は禁止区域のため、原則、設置はできません。



街路灯や沿道の雰囲気にあわせて、色数を抑え、シンプルながらもデザイン性の高いバナー広告

貼り紙

- ・貼り紙・貼り札は、耐久性がなく美観が損なわれやすいことから、期間を限定するなど必要最小限とします。
- ・同一のものや同じ情報を複数枚、連続しての掲出は控えましょう。
- ・建物等に直接貼り付けず、フレームや掲示板等を使用するなど集約して設置しましょう。
- ・道路上は禁止区域のため、原則、設置はできません。



スペースを設け、1箇所に集約して掲出し、壁面と掲出スペースと調和した貼り紙広告

窓面の内側を利用した広告

- ・窓面等の開口部をふさがないように設置しましょう。
- ・窓ガラス等の開口部に直接貼り付けて表示するなどの掲出はできる限り控えましょう。
- ・やむを得ず表示する場合は、必要最小限の大きさとし、色数を抑えたシンプルなデザインとしましょう。
- ・窓面等に電飾を設置し、光源や表示面を過度に点滅させるなどの照明の使用は控えましょう。



窓面から距離をおいて掲出した窓面の内側を利用した広告

第5章 東京都屋外広告物条例及び屋外広告物設置の流れ

1. 東京都屋外広告物条例の概要

調布市内で屋外広告物を掲出するには、屋外広告物法や東京都屋外広告物条例及び施行規則による基準が定められています。東京都屋外広告物条例では、良好な景観を形成し、若しくは風致を維持し、または公衆に対する危害を防止することを目的とし、地域や物件、広告物の大きさ、種類によって設置の基準が定められています。

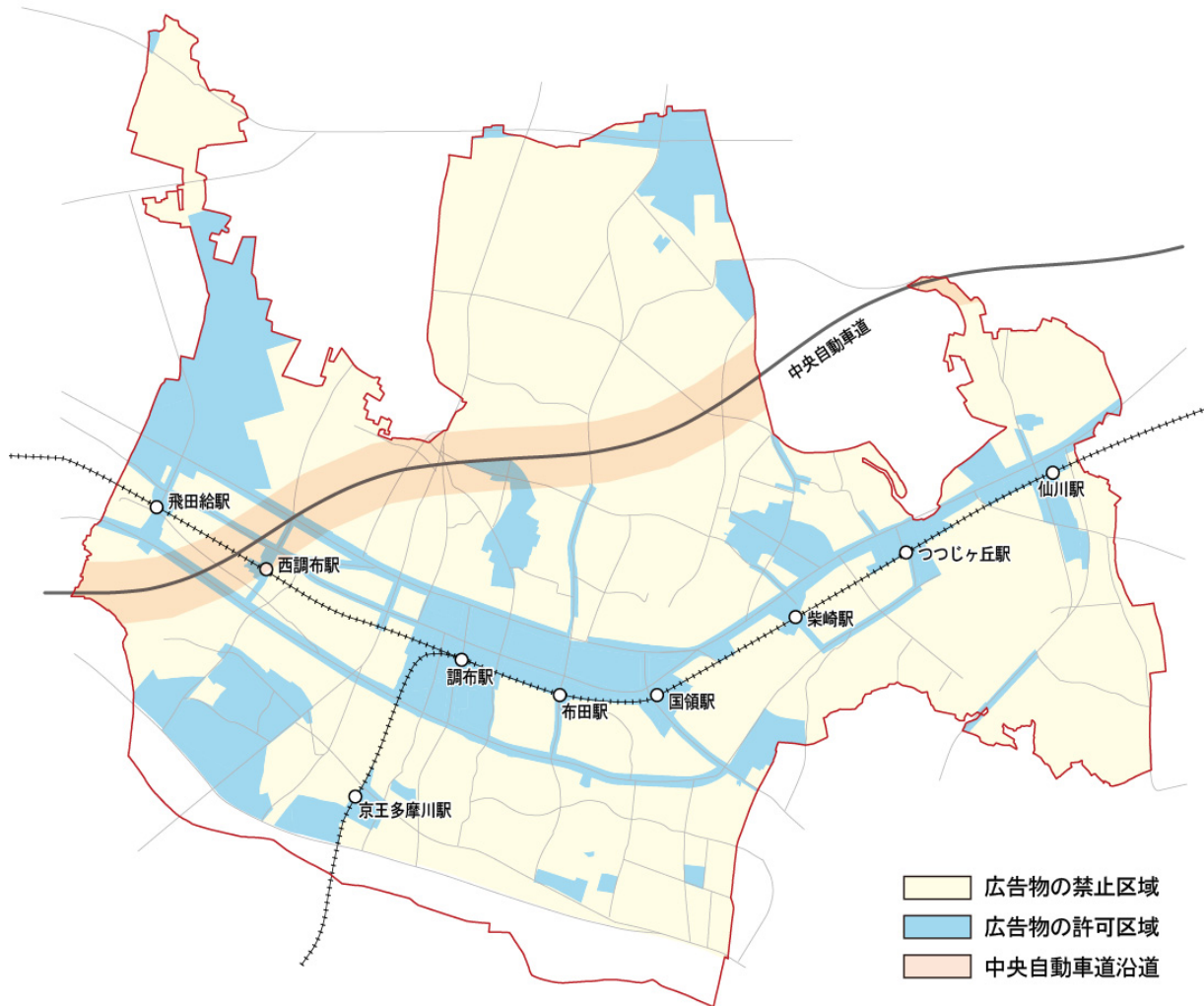
なお、本章で屋外広告物の許可の基準概要等について記載していますが、詳細については、東京都屋外広告物条例及び施行規則、屋外広告物のしおり（東京都）を参照して下さい。

禁止区域・許可区域等

東京都屋外広告物条例では、広告物を掲出できる地域・できない地域や、広告物を出すことのできない禁止物件などを定めています。

分類	内容
禁止区域	屋外広告物を掲出することのできない地域
許可区域	都知事の許可を得て、屋外広告物を掲出することのできる地域
禁止物件	地域にかかわらず、屋外広告物を掲出することのできない物件
適用除外広告物	上記に該当していても、一定条件を満たすことで掲出することのできる広告物

許可区域・禁止区域



地域	位置	内容
禁止区域	第一種低層住居専用地域 第一種・第二種中高層住居専用地域 特別緑地保全地区 等	・自家用広告物以外は掲出不可 ・5㎡以上の自家用広告物は申請が必要 ・総量で20㎡までしか許可できない
許可区域	禁止区域以外の地域	・自家用広告物以外も掲出可能 ・10㎡以上の広告物は申請が必要
中央自動車道沿道	中央自動車道の起点から飛田給2丁目まで200m以内, 飛田給3丁目から終点まで300m以内	・自家用広告物以外は掲出不可

禁止されている広告物

広告物を表示できない物件	設置してはいけない広告物
<ul style="list-style-type: none"> ・橋，高架道路，高架鉄道及び軌道 ・道路標識，信号機，ガードレール，街路樹 ・郵便ポスト，公衆電話ボックス，送電塔，照明灯，形像，記念碑 等 ・石垣，崖，土手，堤防，擁壁 ・その他都知事が定める物件（パーキングメーター等）など 	<ul style="list-style-type: none"> ○形状，規模，色彩，意匠その他表示の方法が景観または風致を害するおそれのあるもの ○腐朽し，腐食し，または破損しやすい材料を使用した危険なもの ○構造または設置の方法が危険なもの ○風圧，地震，振動，衝撃等により容易に破損し，落下し，倒壊する等のおそれのあるもの ○信号機または道路標識等に類似し，またはこれらの効用を妨げるなど，道路交通の安全を阻害する恐れのあるもの

適用除外広告物

許可を受けて出せる広告物	許可のいない広告物
<ul style="list-style-type: none"> ○自家用広告物で条件にあうもの ○道標・案内図板等の広告物で，公共的目的をもって表示するもの ○電柱等を利用し公衆の利便等の用に供するもの ○知事が指定した専ら歩行者の一般交通に供する道路に表示するもの ○規則で定める公益上必要な施設又は物件に表示するもの 	<ul style="list-style-type: none"> ○自家用広告物で条件にあうもの ○他の法令の規定により表示するもの等 ○国又は公共団体が公共的目的をもって表示するもの ○公益を目的とした集会や催し物等のために表示するはり紙，はり札等，広告旗，立看板等，広告幕及びアドバルーン ○自己の管理する土地等に管理上必要な事項を表示するもの ○冠婚葬祭や祭礼のためのもの

自家用広告物の適用除外

地域・地区等	禁止されている事項	中央自動車道等の禁止事項	許可が要らない合計面積	禁止区域内で許可できる合計面積
第一種・第二種 低層住居専用地域 第一種・第二種 中高層住居専用地域 特別緑地保全地区	○屋上への取り付け ○壁面からの突出 ○ネオン管の使用	○光源の点滅 ○赤色光の使用 (表示面積の 1/20 以下は使用可)	合計 5 m ² 以下	合計 20 m ² 以下 (学校・病院は 50 m ² 以下) (事業・営業内容を含めることはできない)
第一種・第二種 住居地域, 準住居地域, 近隣商業・商業地域, 準工業地域		○光源の点滅 ○赤色光の使用 ○露出したネオン管の使用 (表示面積の 1/20 以下は使用可)	合計 10 m ² 以下	

許可の基準の概要

許可が必要なものはもちろんのこと、適用除外等により許可を受けずに出すことのできる広告物についても守らなければならない広告物の基準です。

①通則的基準の主なもの（東京都屋外広告物条例第19条ほか）

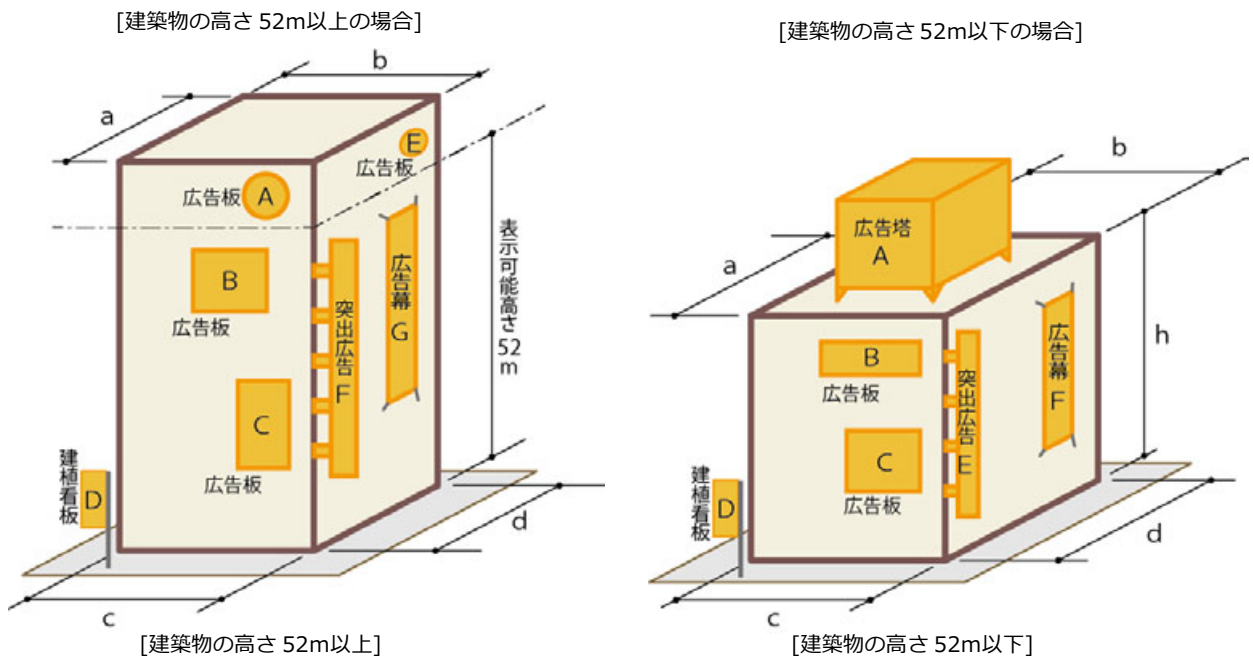
全体	<p>○形状、規模、色彩、意匠その他の表示の方法が景観風致を害するおそれのある広告物等を表示又は設置することはできません。</p> <p>○公衆に危害をおよぼすおそれのある広告物等を表示又は設置することはできません。</p> <p>○原則として、蛍光塗料及び蛍光フィルムは使用できません。</p>
-----------	--

②個別的基準の主なもの（東京都屋外広告物条例施行規則・別表第3第4の規格）

広告塔・広告板	土地に直接設置するもの	<p>ア 広告物等の上端は、地上 10m以下としてください。ただし、商業地域内に設置する自家用広告物のうち、自己の氏名、名称、店名又は商標等を表示する場合については、13m以下とすることができます。</p> <p>イ 道路の上空に突出するものは、道路境界線からの出幅を 1m以下としてください。また、広告物等の下端は、歩車道の区別のある歩道上にあっては地上 3.5m以上（道路境界線からの出幅が 0.5m以下の場合は、2.5m以上）とし、歩車道の区別のない道路上にあっては地上 4.5m以上としてください。</p>
	建築物の屋上を利用するもの	<p>ア 木造建築物の屋上に設置するものの高さは、地盤面から 10m以下としてください。</p> <p>イ 鉄筋コンクリート造、鉄骨造等の建築物の屋上に設置する広告物等（地盤面から広告物等の上端までの高さが 10m以下のものは除きます。）は、地盤面から設置する箇所までの高さの 3分の2以下で、かつ、地盤面から広告物等の上端までの高さは、第1種・第2種・準住居地域内にあっては 33m以下、その他の用途地域においては 52m以下としてください。なお、PH（階段室・昇降機塔等）に設置するものは、窓口に御相談ください。</p> <p>ウ 建築物の壁面の直上垂直面から突出して設置しないでください。</p>
建築物の壁面を利用するもの	建築物の壁面を利用するもの	<p>ア 地盤面から広告物等の上端までの高さが、第1種住居地域、第2種住居地域及び準住居地域内にあっては 33m以下、その他の用途地域においては 52m以下としてください。</p> <p>イ 壁面の外郭線から突出して表示することはできません。</p> <p>ウ 窓又は開口部を塞いで表示しないでください。ただし、広告幕の場合は、非常用出入口、避難器具が設置された開口部以外は除かれます。</p> <p>エ 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以上離してください。</p> <p>オ 広告物等（広告幕を除きます。）一面の面積は、商業地域内においては 100㎡以下、商業地域以外においては 50㎡以下としてください。また、広告物等（広告物等の表示期間が 7日以内のものを除きます。）を表示・設置する壁面における各広告物等の表示面積の合計は、当該壁面面積の 10分の3以下としてください。</p> <p>カ 自己の事業や営業の内容を含まない自家用広告物については、上記（ア）の規定を超えて設置することができる場合があります（自家用広告物の適用除外を参照）。この場合は、特別なケースとなりますので、窓口に御相談下さい。</p>
		建築物から突出する形式のもの

②個別的基準の主なもの（東京都屋外広告物条例施行規則・別表第3第4の規格）	
道路に沿い、又は鉄道及び軌道の沿線に設置するもの	ア 鉄道及び軌道の路線用地から展望できる野立広告物及びこれに類するものは、距離・間隔・高さ・面積・表示方法等について規制があります。 イ その他一部の道路沿いの広告物については、別に基準・規格がありますので、市の屋外広告物担当にお問い合わせください。
電車又は自動車の車体の外面を利用する広告物等	ア 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。 イ 詳しい基準については、多摩建築指導事務所の窓口でご確認ください。
自転車に表示する広告物	ア 車体のフレーム本体（前かごを含む。）への表示のみが可能です。掲出物件等を搭載・設置することはできません。
電柱・街路灯柱及び標識を利用する広告物等の規格	ア 多摩建築指導事務所の屋外広告物担当にお問い合わせください。
第1種・第2種住居地域内における広告物等の規格	ア 第1種・第2種住居地域内に設置する広告物等（自家用広告物及び工事現場の板塀等に表示される宣伝の用に供されていない絵画以外）の表示面積は、10㎡以下としてください。
第1種・第2種低層住居専用地域の境界線から50m以内に設置する広告物等の禁止事項	ア 光源の点滅はしないでください。ただし、展望できないものは除かれます

③広告物の総表示面積の規制（東京都屋外広告物条例第22条 同規則第20条）	
総量規制	○近隣商業地域及び商業地域内に高さが10mを超える建築物に表示する広告物の総表示面積は、一建築物の総壁面面積（※52mまでの高さの部分の面積）の60%を超えない面積としてください。ただし、表示期間が7日以内のものは除きます。 ※総量規制においても「②個別的基準の主なもの」は適用されます。

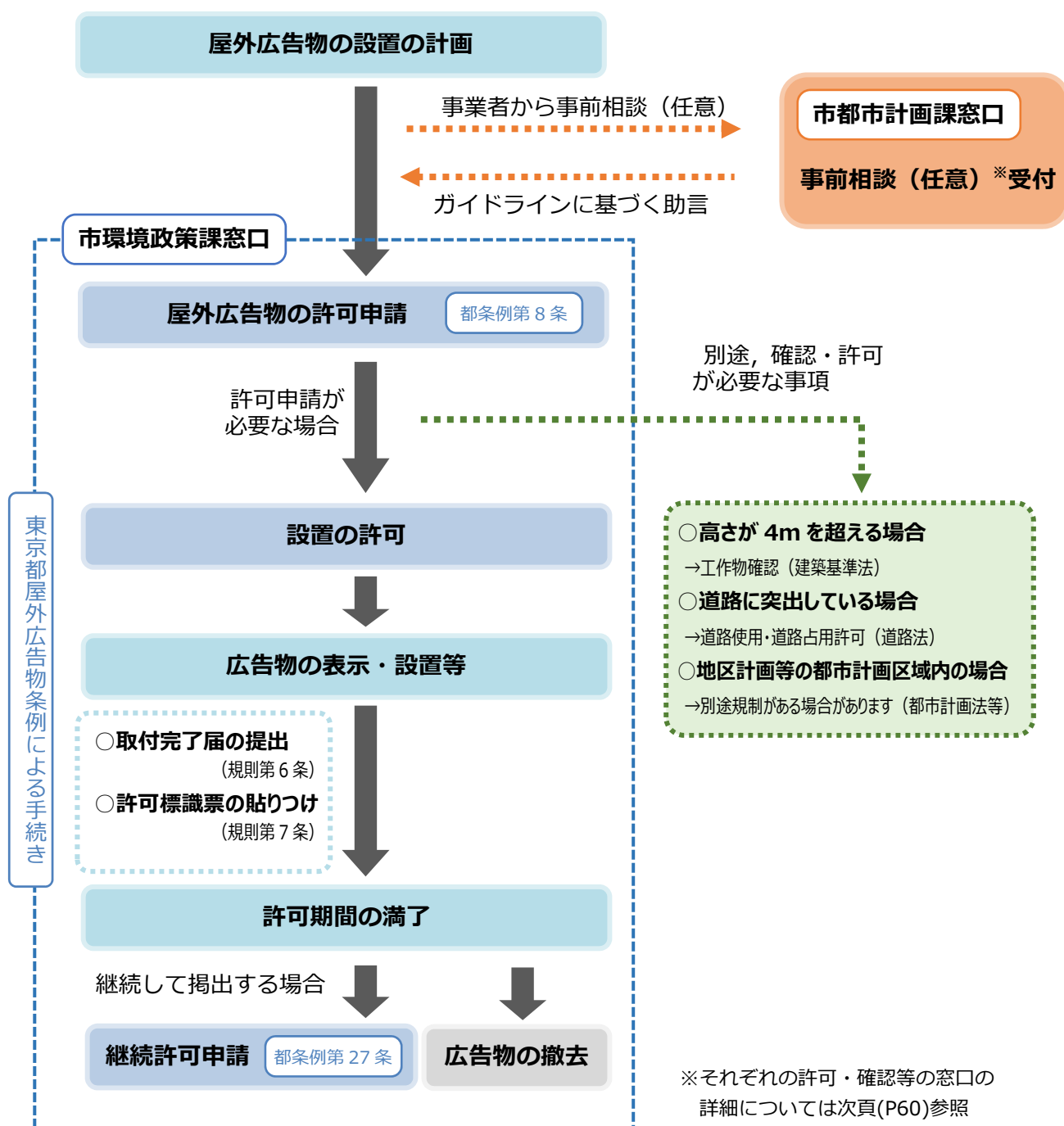


[建築物の高さ 52m以上]
 総壁面面積(W) = (a + b + c + d) × 52m
 広告物の総表示面積 = A + B + C + D + E + F + G ≤ W × (6/10)

[建築物の高さ 52m以下]
 総壁面面積(W) = (a + b + c + d) × h
 広告物の総表示面積 = A + B + C + D + E + F ≤ W × (6/10)

2. 屋外広告物設置の流れ

市内に屋外広告物を設置する場合には、以下の図（青点線内）に示す手順に沿って、手続きが必要です。また、屋外広告物等の掲出の計画時に、ガイドラインの内容等を踏まえた助言等を行う事前相談（任意）を受け付けます。



※事前相談（任意）とは・・・

屋外広告物の掲出を計画する際に、調布市景観計画及び関連するガイドラインとの関係性に配慮しつつ、本ガイドラインの内容を踏まえ、市都市計画課が相談を受け付け、助言を行います（許可申請の有無に関わらず事前相談を受け付けます）。必要に応じて外部の有識者である景観アドバイザー（屋外広告物担当）にも助言をいただきます。

ガイドラインの内容及び事前相談に関する窓口

ガイドラインの内容に関する事項及び事前相談を受け付けます

該当するもの	窓口
○ガイドラインの内容に関する事項 ○事前相談（任意）	都市計画課

屋外広告物の許可の申請窓口

市内の許可区域内に屋外広告物を表示等される場合は、表示する場所や広告物の種類により下記の窓口に許可申請書類を提出する必要があります。

表示・掲出するもの	窓口
○電柱利用の広告物等 ○標識利用の広告物等 ○車体利用の広告物等 ○表示・設置届が必要な場合	多摩建築指導事務所管理課
上記以外の広告物	環境政策課

その他の確認・許可の申請等窓口

屋外広告物の許可のほか、次のような場合は、それぞれ決められた手続をしてください。

① 広告塔・広告板などの高さが4mを超える場合

建築基準法に基づく工作物の確認が必要となります。

建築指導課

② 広告物等を道路上(上空も含まれます。)に掲出する場合

道路法に基づく道路占有の許可が必要となります。

国道：相武国道事務所（国土交通省）
都道：北多摩南部建設事務所（東京都）
市道：道路管理課

道路交通法に基づく道路使用許可が必要となります。

広告物等のある所轄の警察署

③ 地区計画等の都市計画区域内に掲示する場合

地区計画区域内では、都市計画法に基づく工作物等の届出が必要になります。(※1)

都市計画課

都市開発諸制度の基準等に基づき、工作物について協議、申請が必要になります。(※2)

都市計画課

※1：都市計画法第58条の2（建築等の届出等）に基づき、工作物についても政令第38条の5第2号ロに掲げるもの以外のものは、届出が必要になります。

※2：特定街区、再開発等促進区を定める地区計画運用基準、東京都高度利用地区及び総合設計の4制度について、東京都特定街区運用基準、東京都再開発等促進区を定める地区計画運用基準、東京都高度利用地区指定方針及び指定基準、東京都総合設計要綱及び実施細目の運用基準があります。

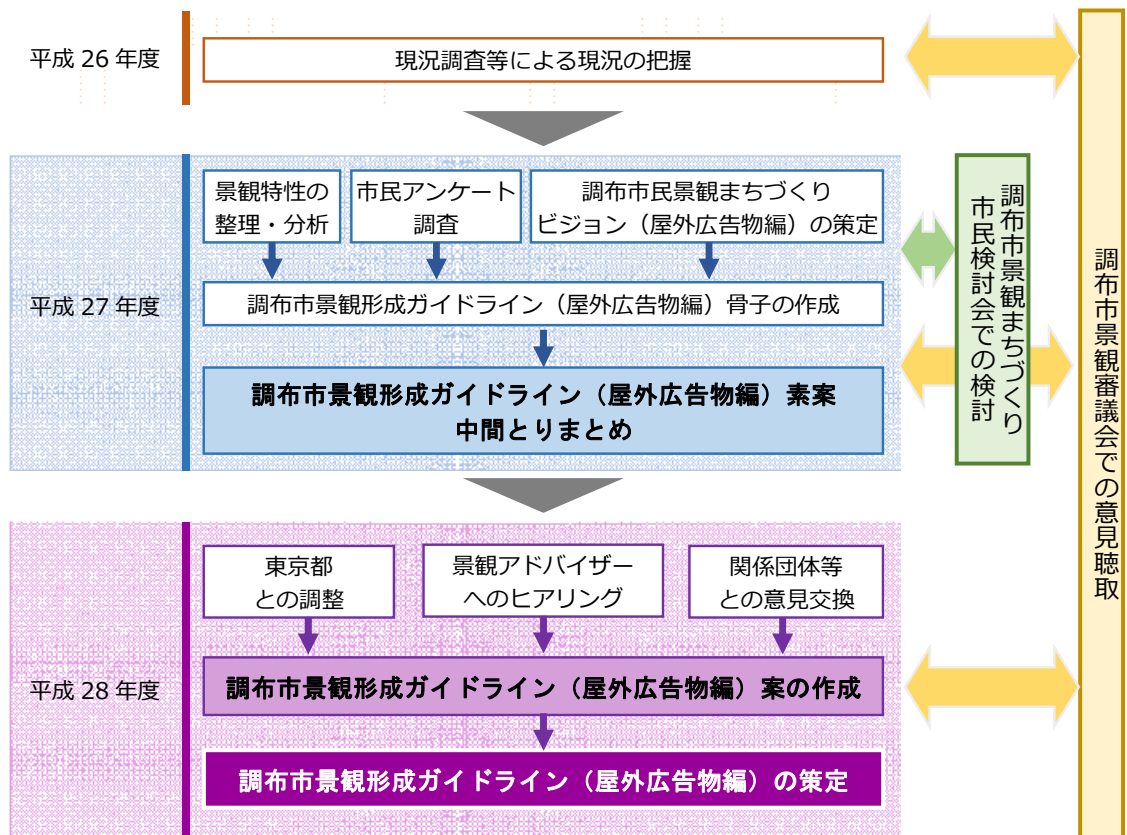
違反等に関する窓口

屋外広告物は許可を得て掲出する必要があります。(適用除外物件を除く)

違反等に該当するもの	窓口
○電柱等の禁止物件に掲出された広告物等 ○許可区域に許可を得ずに掲出された広告物等	環境政策課 道路管理課

参考資料

ガイドラインの策定経緯



調布市景観まちづくり市民検討会の検討状況

日時	回数	開催テーマ	主な内容
平成 27 年 8 月 21 日 (金)	第 1 回	○屋外広告物を知ろう！	<ul style="list-style-type: none"> ・屋外広告物の基本的な知識や景観の視点から屋外広告物の要素の解説 ・他都市の写真を活用し、実際の屋外広告物の見え方や感じ方について意見交換
平成 27 年 10 月 22 日 (木)	第 2 回	○屋外広告物を知ろう！	<ul style="list-style-type: none"> ・市民委員が各自で撮影した屋外広告物の写真を持ち寄り、それぞれ撮影した身近な屋外広告物の写真の気になる点（良い・気になる・改善すべき）について意見交換
平成 27 年 12 月 17 日 (金)	第 3 回	○屋外広告物のあり方をまとめよう！	<ul style="list-style-type: none"> ・意見交換の内容をもとに整理した「調布市民景観まちづくりビジョン（屋外広告物編）」（素案）のとりまとめ

平成 28 年 2 月 「調布市民景観まちづくりビジョン（屋外広告物編）」の作成

※「調布市民景観まちづくりビジョン（屋外広告物編）」については次頁参照

調布市民景観まちづくりビジョン（屋外広告物編）

見やすさ・わかりやすさ	ユニークな広告物や工夫された広告物は街のにぎわいづくりにつながる
にぎわいづくり	洗練されたデザインの広告物は、街並みの印象を良くする
街並みへの貢献	広告物のデザインをシンプルにすることや、複数の広告物に統一感を持たせることで、見やすくわかりやすくなる
調布らしさ	広告物のデザインや色を工夫することで調布らしさをつくる
安全性・維持管理	地震等の災害に強い広告物とするとともに、更新・撤去など、適正な維持管理を行う
駅周辺	街の顔となる駅周辺の広告物は、周辺との調和やデザインに配慮し、落ち着いたなかにも品格あるものとする
道路	沿道の広告物は、道路幅に応じて大きさやデザインを使い分け、良好な沿道景観をつくる
商店街	商店街の広告物は、各商店街での統一感や個性を感じられる工夫をすることで、にぎわいを演出する
自然・住宅地	自然豊かな場所や住宅地などの広告物は、色やデザインを落ち着いたものとするなどで、街並みに調和させる
深大寺	深大寺周辺の広告物は、自然と調和した色づかいや和風の広告物にすることで、街並みに溶け込ませる
大きさ	広告物の大きさは、建物や周辺の広告物の大きさとバランスに配慮する
色彩	広告物の色彩は、派手な配色や原色の使用は避け、広告物の大きさにも配慮した色づかいとする
数（かず）	広告物の数は、同じ内容のものを複数設置することは避け、必要最低限の個数で配列を揃えることなど工夫する
文字	広告物の文字は、広告物の大きさや高さに合わせ、見やすい大きさ・文字数となるよう配慮するとともに適切な表現内容とする
照明	広告物の照明は、街並みを明るくするために活用しながら、過度に明るくなり過ぎないように配慮する

登録番号 (刊行物番号)
2016-240

調布市景観形成ガイドライン（屋外広告物編）

発行日：平成29年3月

発行：調布市

編集：都市整備部 都市計画課

〒182-8511 調布市小島町2-35-1

Tel 042-481-7746

※調布市景観形成ガイドライン（屋外広告物編）では、調布市景観まちづくり市民検討会に参加された市民検討委員による提供写真を使用させていただいております。

※無断での転載、複製を禁じます。