

# 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

---

<b>第1章 基本方針</b> .....	<b>1</b>
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
<b>第2章 位置付けと活用方法</b> .....	<b>8</b>
1. 目的 .....	8
2. 位置付け .....	8
3. 構成 .....	9
4. 対象者と活用方法 .....	9
<b>第3章 景観形成における屋外広告物</b> .....	<b>10</b>
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
<b>第4章 景観形成における屋外広告物の配慮事項</b> .....	<b>17</b>
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
<b>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</b> .....	<b>53</b>
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
<b>参考資料</b> .....	<b>61</b>

※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。





## 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

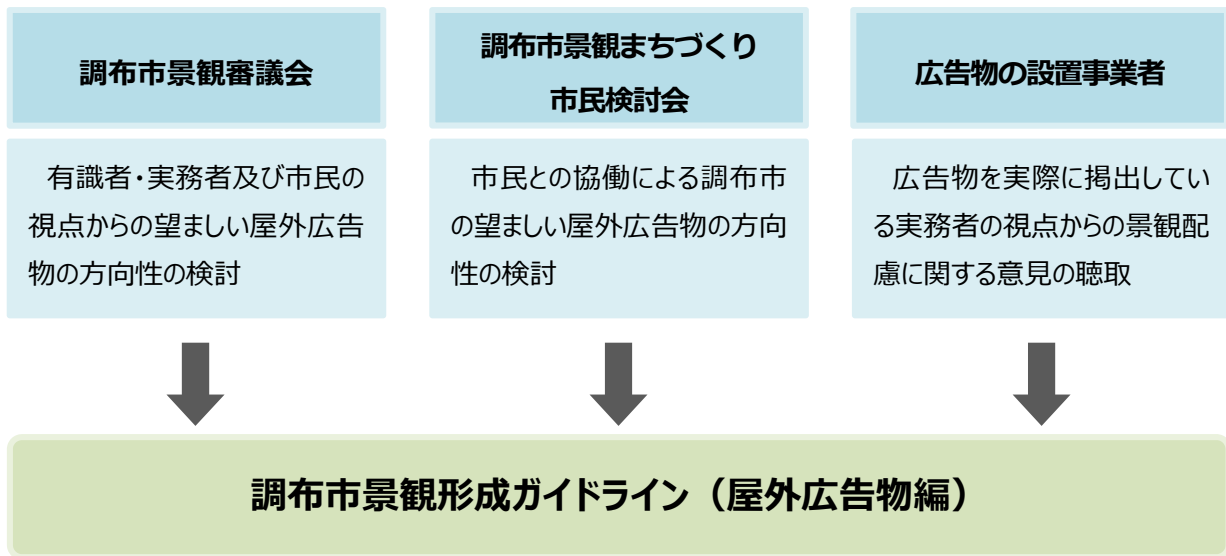
- 1 まちの骨格を際立たせる自然環境の景観価値の向上
- 2 市民生活を支える基盤となる都市施設の魅力的な景観の形成
- 3 地域の歴史文化を感じさせる景観の熟成
- 4 地域コミュニティの存在を感じるほっとする暮らしの景観の育成
- 5 市民のいきいきとした活動がまちの表情を豊かにする景観まちづくり

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。

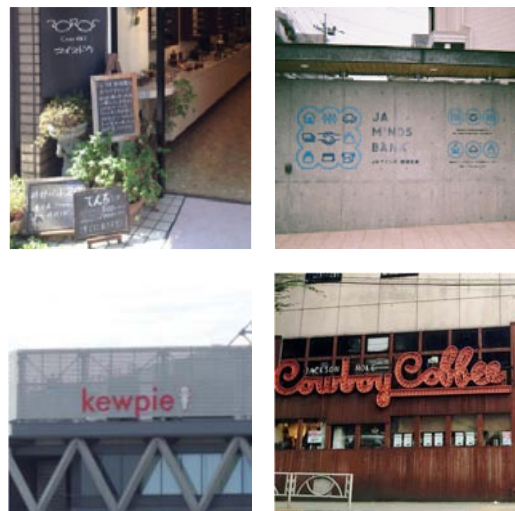
## 1 魅力的な街並みづくりに貢献する屋外広告物づくり

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

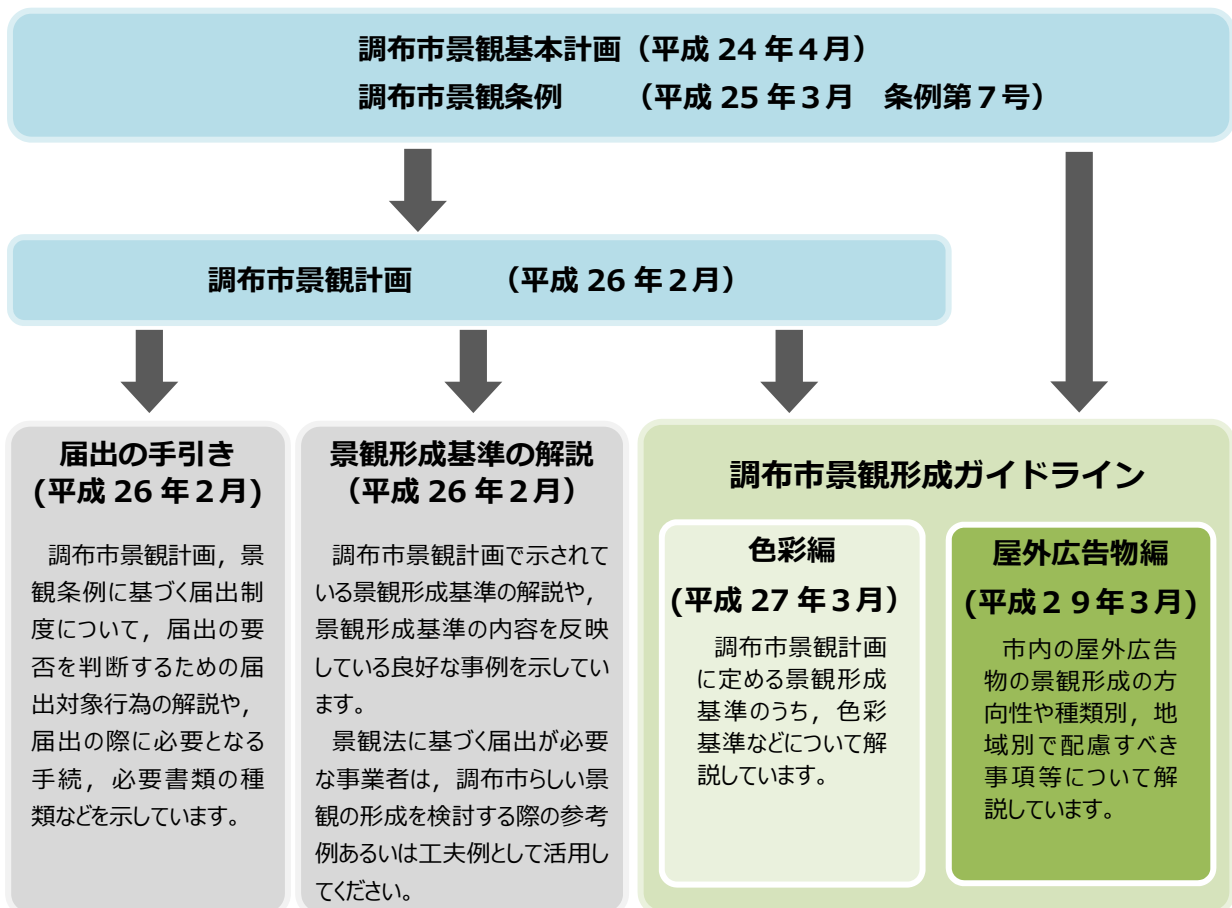
### 1. 目的

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～

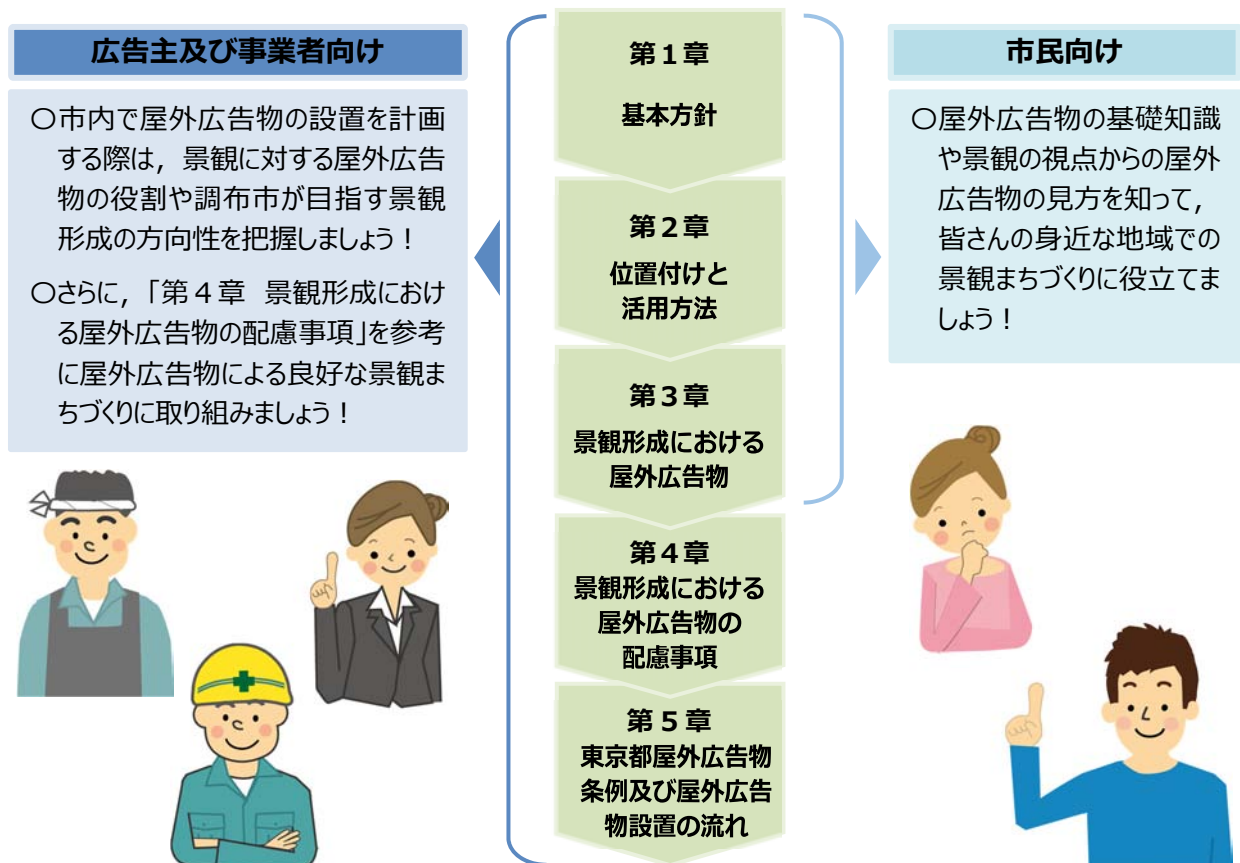
## 4. 対象者と活用方法

## 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)

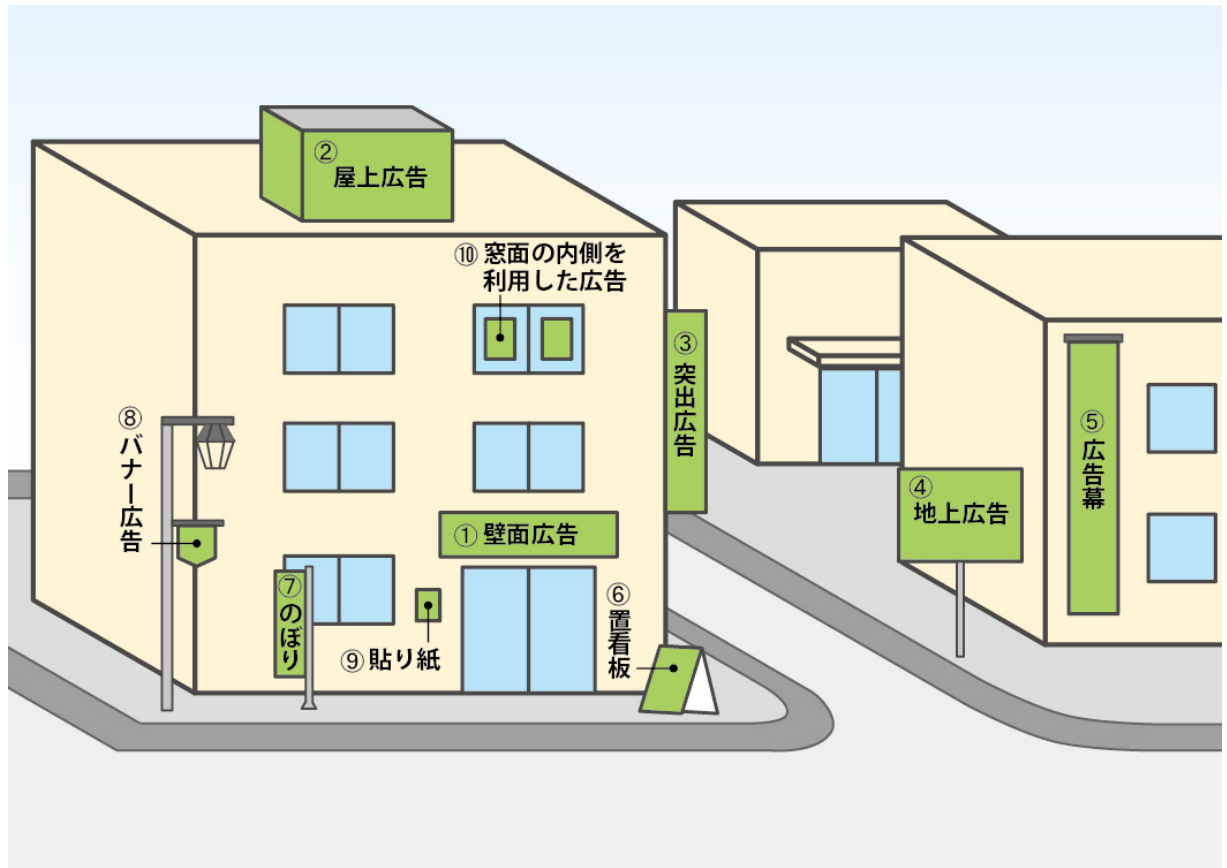
屋外広告物とは、常時又は一定の期間継続して屋外で公衆に表示されるものであって、看板、立看板、はり紙及びはり札並びに広告塔、広告板、建物その他の工作物等に掲出され、又は表示されたもの並びにこれらに類するものをいう。

#### ■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、多くの人の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。

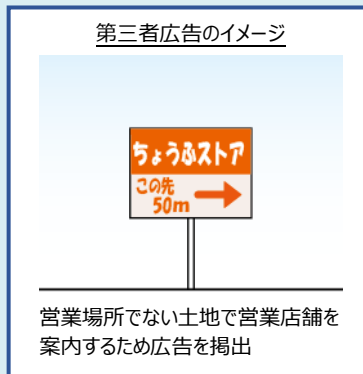
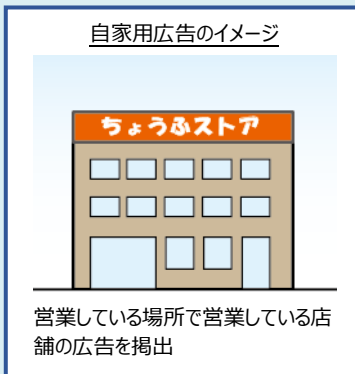
「第三者広告」も、目的とする施設へのルート案内として掲出される場合もあり、必要とする人にとっては大切な情報であり、周辺の街並みや風景に配慮し、一定のルールに基づいた掲出を行うことにより、調布市にふさわしい景観としていくことが必要です。



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）

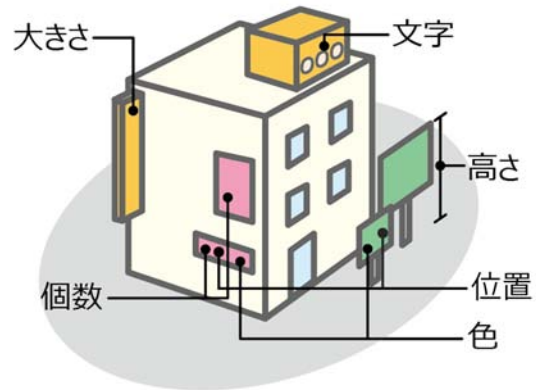


幹線道路沿道に設置された  
電光掲示板（横浜市）

## 4. 景観の視点から見た屋外広告物の見方

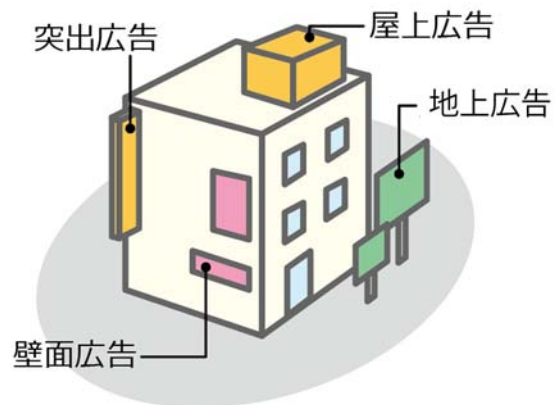
### 屋外広告物の要素に着目してみよう！

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

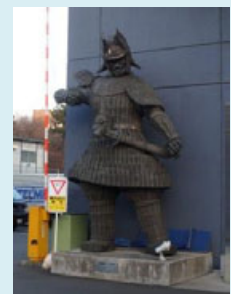


市では、ガイドラインを活用し、景観に配慮した屋外広告物が増えていくよう、誘導を図っていきます。

## 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