資料2

BUNKYO

素 案

文京区屋外広告物景観ガイドライン

―― 建物ファサードを活かし、街と人をつなぐ広告 ――

令和８年９月

文京区

Contents

01 ガイドラインについて …… 1

1 ガイドラインの狙い …… 1
2 ガイドラインの位置づけ …… 1
3 ガイドラインの構成と対象 …… 2

02 屋外広告物の表示等に関するガイドライン …… 3

1 基本方針 …… 3

2 種類別 …… 4
（1）屋上広告物 …… 4
（2）壁面広告物・窓面広告物 …… 4
（3）突出広告物 …… 5
（4）地上設置広告物 …… 5
（5）デジタルサイネージ等 …… 6
（6）仮囲い広告物 …… 7

3 共通 …… 8
（1）配置・配列・形状 …… 8
（2）情報（文字・画像） …… 8
（3）色彩・素材 …… 9
（4）照明・光 …… 10

4 特に配慮すべき地区 …… 11
（1）拠点 …… 11
（2）根津景観形成重点地区 …… 12
（3）文化財庭園等景観形成特別地区 …… 13

03 屋外広告物の協議について …… 14
（1）建築物の新築等 …… 14
（2）屋外広告物の表示・設置等 …… 15

参考 屋外広告物条例（東京都屋外広告物条例・文京区景観づくり条例） …… 16

! ビルオーナーの皆様へ

屋外広告物は、建物の印象やまちなみの景観を左右する重要な要素です。建物所有者として、本ガイドラインの内容をご確認いただき、良好な景観づくりへのご協力をお願いします。あわせて、以下の資料もご参照ください。

国土交通省 HP より
＊「オーナーさんのための看板の安全管理ガイドブック」
＊まちとつながるサイン（本編）　＊まちとつながるサイン（事例編）

０１　ガイドラインについて

１　ガイドラインの狙い

地域の風景と調和し、建物と一体的にしつらえ、
人の目に優しい環境を整える

―― 建物ファサードを活かし、街と人をつなぐ広告 ――

方針１　文京のまちにふさわしい広告・サインを誘導する

東京都屋外広告物条例の規定を補い、文京区の実態を踏まえた広告物の基準を定めて、本区にふさわしい屋外広告物を誘導します。

方針２　広告物を建物の一部と捉えて街並みへの調和を誘導する

文京区景観計画によりデザインコントロールが図られている建物や街並みと調和したものとなるよう、屋外広告物の設置や内容を誘導します。

方針３　良好な景観をリードする、シンプルで分かりやすいデザインを誘導する

優れた広告物は、単に目立とうとすることではなく、地域の良好な景観形成をリードするデザインが求められます。景観と調和した美しい広告物は、結果として企業や商品への関心や価値を高めることにつながります。明確なコンセプトをもとにシンプルで分かりやすい表現、配置や形状の統一感、色彩の工夫等によって、受け手にとって魅力的なデザインを誘導します。

２　ガイドラインの位置づけ

本ガイドラインは、文京区景観計画を踏まえて策定するもので、東京都屋外広告物条例との整合を図っています。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。

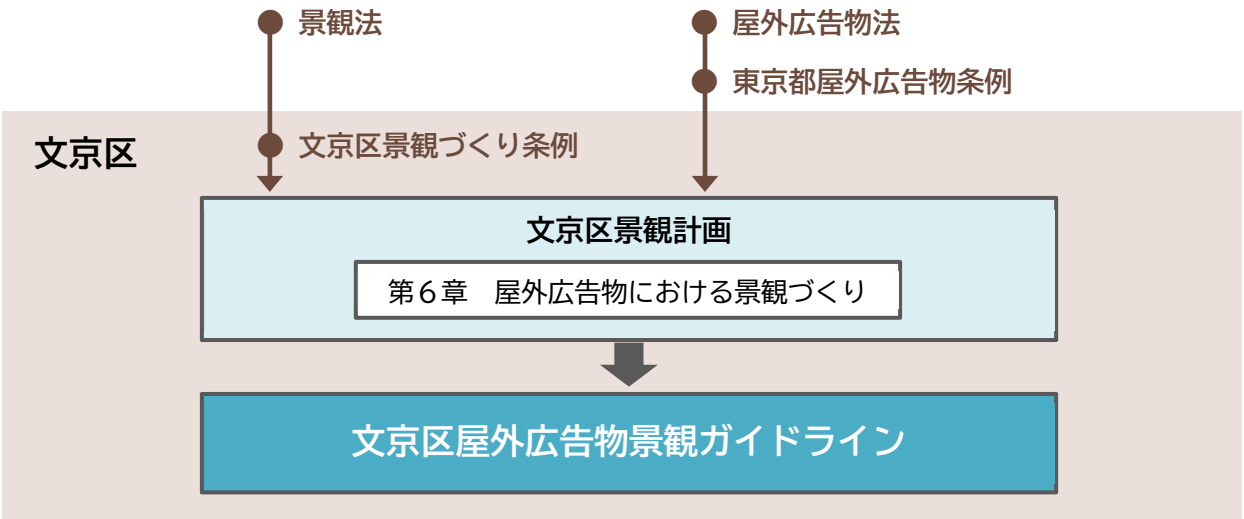


図　文京区屋外広告物景観ガイドラインの位置づけ

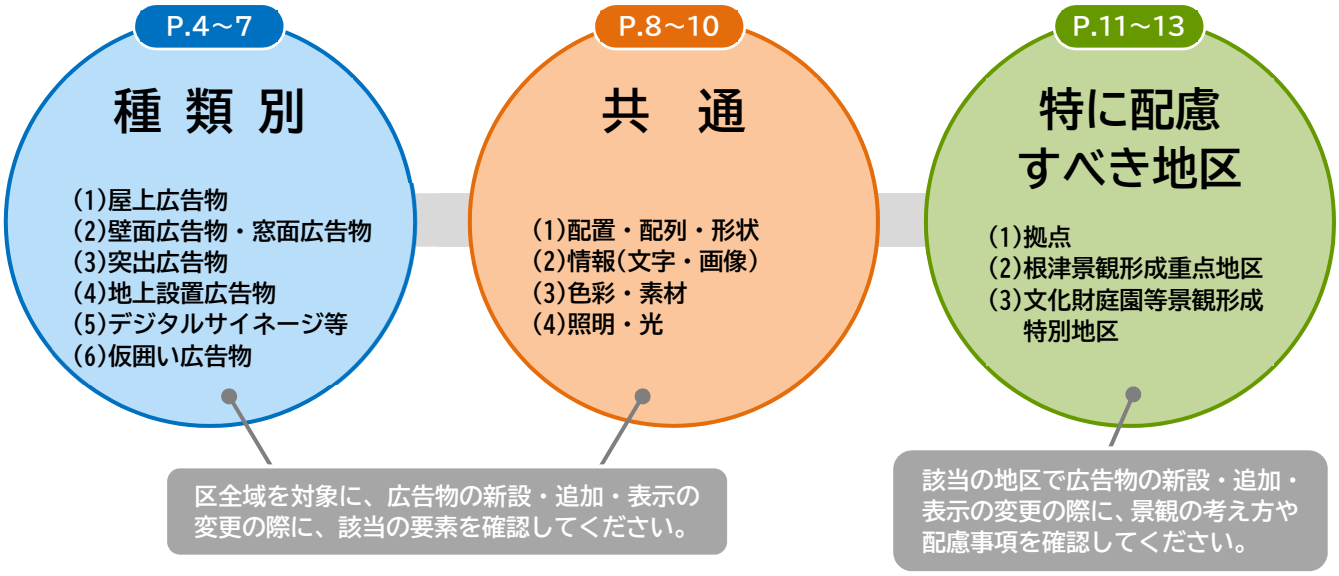
3 ガイドラインの構成と対象

1｜ガイドラインの構成・活用方法

屋外広告物景観ガイドラインは、区全域を対象に屋外広告物の「種類別」に配慮いただきたい事項と、文字や色彩など各要素について「共通」して配慮いただきたい事項に分けて解説しています。

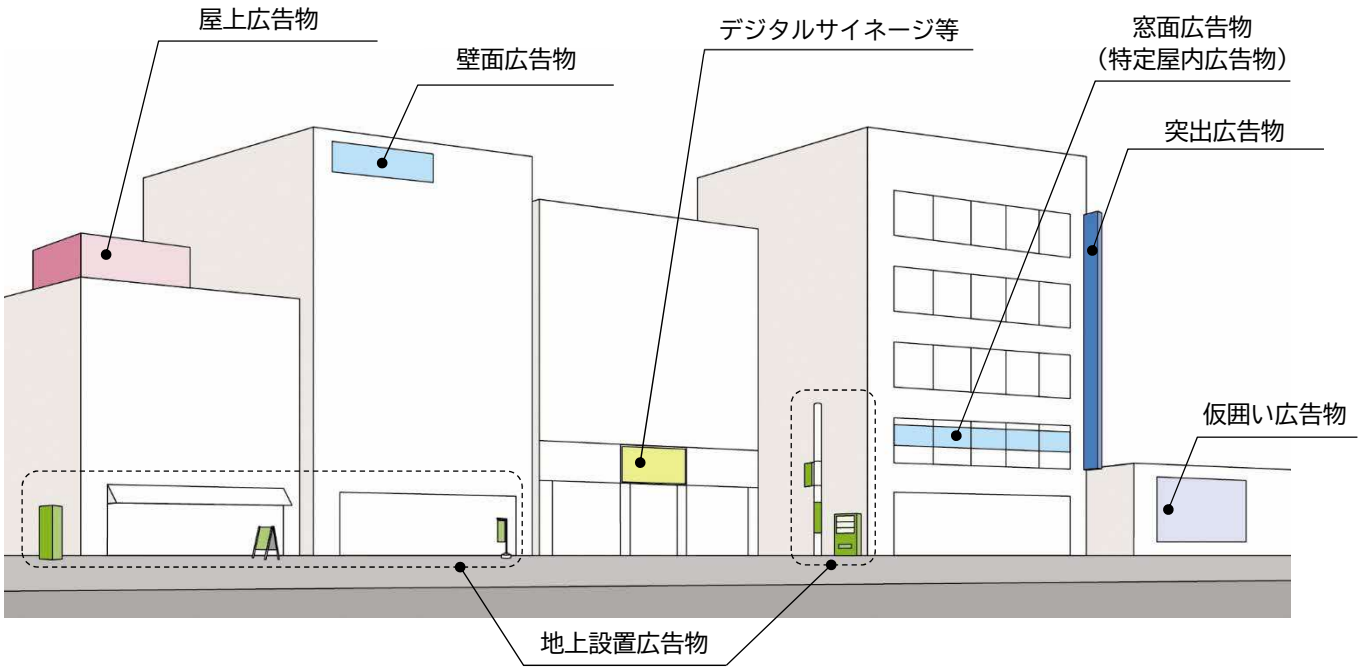
屋外広告物を「新規又は追加」する場合には、広告物１基・１面が対象になります。既設の屋外広告物の「表示の変更」をする場合には、広告物１面ごとに対象となります。

また、文京区の中で「特に配慮すべき地区」については、それぞれの地区の景観の考え方や配慮して頂きたい事項についても解説していますので、「種類別」「共通」とあわせてご確認ください。



2｜ガイドラインで対象となる屋外広告物の種類

本ガイドラインは規模等に関わらず、全ての屋外広告物を対象としており、その種類は次の通りです。



０２　屋外広告物の表示等に関するガイドライン

1　基本方針

1｜テーマ・基本方針

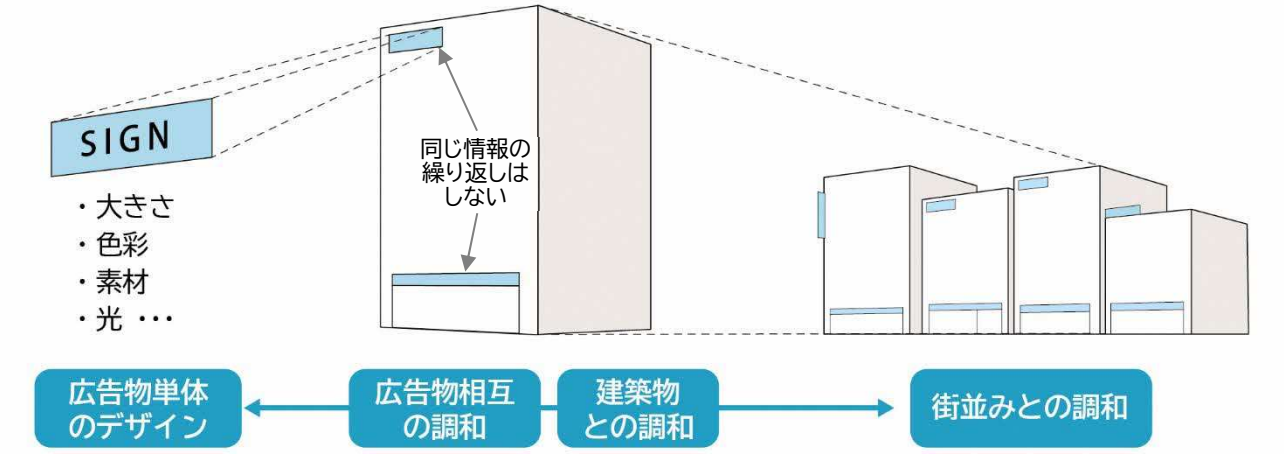
屋外広告物の表示等を行う際は、文京区の自然（水辺・緑）、歴史・文化、都市景観、地域の個性や魅力を活かした良好な景観形成が求められます。

文京区における屋外広告物の表示等に関するテーマ・基本方針は、次のとおりです。

テーマ	基本方針
（共　通）	・屋外広告物は、屋外広告物条例に基づく許可が必要なものはもとより、自家用及び公共広告物などを含め、規模、位置、色彩などのデザインなどが、地域特性を踏まえた良好な景観の形成に貢献するような表示・掲出とする。 ・大規模な建築物や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、表示の位置や規模などについて十分配慮する。
水辺と緑を守り・活かす	・神田川景観基本軸や公園、緑地、大規模な緑のまとまりを有する敷地の周辺では、緑や地形などの地域の景観をつくる背景、建築物や並木など景観を構成する要素との調和に十分配慮し、屋外広告物を表示・掲出する。
歴史・文化を守り・活かす	・歴史的資産の周辺では、歴史的・文化的な面影や雰囲気を残す景観などに配慮して、屋外広告物を表示・掲出する。
まとまりのある沿道景観を形成する	・幹線道路等においては、道路修景や地域のまちづくりの機会などを捉えて、屋外広告物の表示に関するルールを定めるなど、風格のある沿道の景観形成を進めていく。
地域の個性や魅力を育む	・地域の活性化は、大規模で過剰な広告物の掲出ではなく、美しく落ち着きのある景観の形成をはじめとする地域の魅力向上が重要であるという視点に立って、地域振興やまちづくりを進めていく。 ・地域特性を踏まえた統一感のある広告物は、景観の個性や魅力を高め、観光振興にも効果があることから、広告物の地域ルールを活用した景観形成を積極的に進めていく。

2｜総合的な視景観での屋外広告物のあり方

屋外広告物の表示等を行う際は、広告物単体のデザインの良し悪しにとどまらず、他の広告物や建築物との調和、さらには良好な街並みの創出という広い視野に立って計画することが大切です。



２ 種類別

１｜屋上広告物

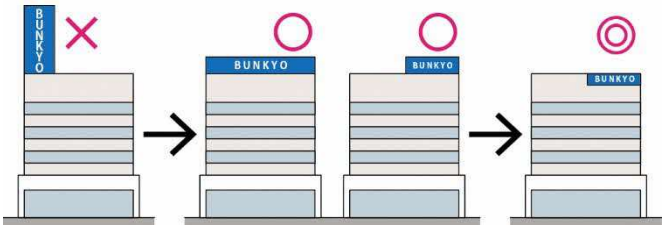
屋上広告物は**建物の壁面の延長と捉えて**、斜線制限を超えるような圧迫感を感じる大きさを避けるとともに、スカイラインの整った美しい街並みを形成するよう、**建物と一体的な形状、配置**を心掛けましょう。

街並みのスカイランを活かす

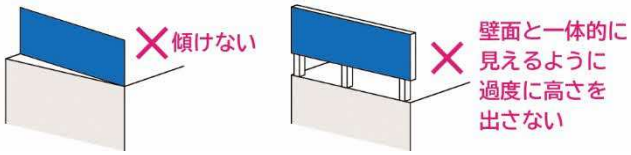
1 広告物の形状は「高さ＜横幅」とする

2 広告物の高さを抑える

3 建物と広告物が一体に見えるよう、道路に面した建物の壁面と広告物の接地面を揃える



広告物の高さは建築物１層分程度に抑える。



建物や壁面と一体的に見えるよう配慮し、過度な傾きや隙間を抑える。後退させて設置する場合は、横側から見て不自然にならない程度とすること。

設置数を抑えてすっきりさせる

4 １つの壁面に対して、２以上の屋外広告物を縦又は横に並べ設置しない

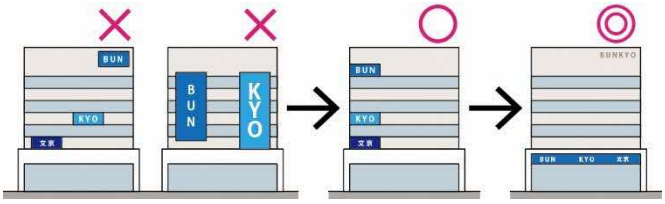
２｜壁面広告物・窓面広告物

壁面広告物は**外壁の一部と捉えて**、外壁のスケール感や素材感など、**本来のファサードデザイン**を隠したり、乱したりすることがないような**大きさ、配置・形状**を心掛けましょう。壁面広告物と類似する窓面等の開口部の内側から屋外に向けて表示する**窓面広告物は屋外広告物の一種**です。

壁面・窓面を活かす

1 フィルム、幕など建物の外壁や窓面を覆い尽くすような大きさ・形状のものを避ける

※開口部の採光等の機能を妨げないように配慮する。



「外壁のパネルや窓枠に合わせて配置する」「広告物の高さを上階の窓枠の下までに抑える」「既存の広告物がある場合、既存の広告物の設置位置に揃える」といった配慮を行う。

2 建物正面以外の面（道路に面していない壁面）には、原則として広告物を設置しない

壁面と一体となるように配慮する

3 広告物を建物外壁デザインと一体となるように配置する

設置数を抑えてすっきりさせる

4 １建物に設置できる壁面広告物は１事業者につき原則１基とする



緑と調和した木の窓面広告物



ロゴや QR コードの事例

3｜突出広告物

突出広告物は**壁面の延長と捉えて**、壁面線が急に飛び出したり、凹んだりすることなく、**沿道を歩く人が心地よく感じるようなリズミカルな配置、配列**を心掛けましょう。

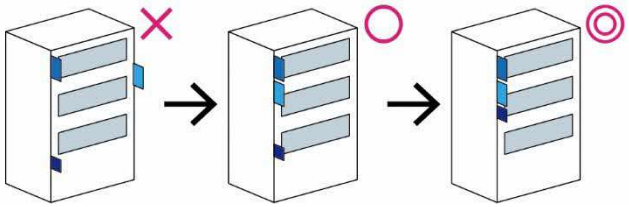
壁面線を整える

1 建物の両端どちらか片方に揃えて設置する

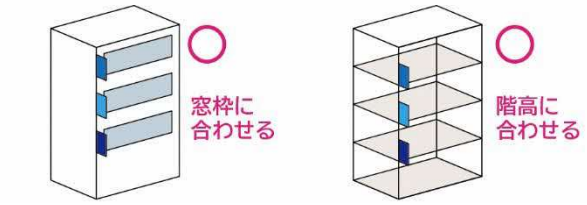
2 壁面デザインに合わせて規則正しく設置する

3 広告物の出幅を揃える

4 壁面に沿った形状とする



「建物の窓枠の高さや階高に広告物の上端又は下端を合わせる」「建物の外壁パネルに広告物の大きさを合わせる」といった配慮を行う。



設置数を抑えてすっきりさせる

5 １建物に設置できる突出広告物は１事業者につき原則１基とする

広告物の出幅は、敷地内／道路上空の違いを問わず、最大でも１m程度に抑える。

広告物の形状は、高さ＞横幅とし、窓面から飛び出したような不安定な形状は避ける。

＊道路上にはみ出して設置する場合は、道路占用許可申請が必要となります。

4｜地上設置広告物

地上設置広告物は、**建物がつくる一定の秩序から抜け出した状態と捉えて**、道行く人を楽しく誘導するような集合看板等の例外を除き、**原則として設置しない**よう心掛けましょう。

設置数を抑えてすっきりさせる

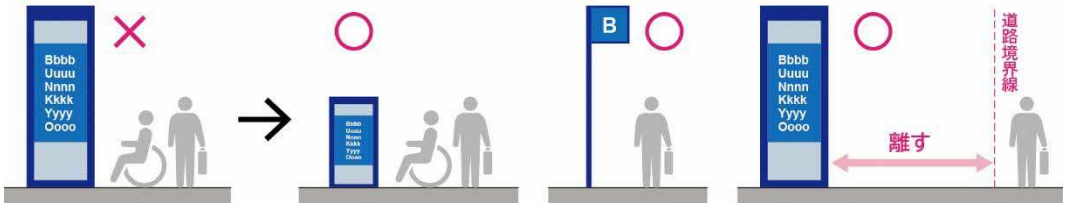
1 地上に設置する代わりに屋上広告物、壁面広告物、突出広告物の３種の中から必要なものを代用する

「壁面後退により突出広告物が見えにくくなる場合」「テナント等を集約して表示する案内板」「公共的な案内、サイン」など屋上広告物、壁面広告物、突出広告物等に代わりに設置する場合には、ガイドラインの内容に準拠して、周辺へ配慮したものであることを前提に、設置について協議を行う。

居心地のよい歩行空間とする

2 歩行者に圧迫感を与えないような大きさ、配置・形状とする

「人の目線程度の高さ／人の肩幅程度の横幅に抑える」「地上から一定以上の高さに持ち上げる」「歩道から充分に離れた場所に設置する」といった配慮を行う。



5｜デジタルサイネージ等　＊プロジェクションマッピング含む

デジタルサイネージ等は、動き、光、音を伴い景観や環境に大きな影響を与えるため、**住宅地や歴史的な地域への設置は控え**ましょう。設置する場合は**街並みや安全に配慮した明るさや動き、表示内容等**を心掛け、**原則として音は出さない**ようにしましょう。

周辺環境に配慮した設置とする

1 住宅地域や、商業地域でも周辺に住宅や歴史的な建物がある場合は設置を避ける

2 地域境界で設置する場合は、表示される先の地域の基準（下表）に合わせる

3 交差点など見通しの良い場所、遠くから目立つ高い場所、急カーブ付近への設置は避ける

4 他の屋外広告物よりも周辺への影響が大きいため、より大きさを抑え、低層部に集約して設置する

点滅・激しい動きを避け、周辺環境に配慮する

5 過度の点滅、激しい動きは避ける※1

6 静止画の画面の切り替えや動画はゆっくりとした表現とする

※1)「アニメーション等の映像手法に関するガイドライン（日本放送協会・一般社団法人日本民間放送連盟）」に準ずる。

消灯時間の設定や明るさに配慮する

7 明るさ（輝度）を抑える

8 深夜・早朝は消灯する

※2)「光害対策ガイドライン（環境省）」の「CIE：150-2003」障害を抑制するための照明技術特性値の許容最大値（E4：都市→商業地域、E3：郊外→工業地域、E2：地方→住宅地域を引用。

▼設置する場合は以下の景観配慮事項に準ずる。

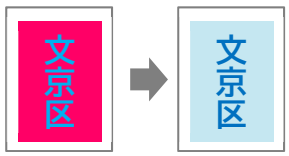
地域	昼 6～18 時	夜 18～22 時	深夜・早朝 22～6 時
商業地域	2, 500cd/㎡ 以下	1, 000 cd/㎡※2 以下	消灯
工業地域		800 cd/㎡※2 以下	
住宅地域		400 cd/㎡※2 以下	

落ち着いた色彩（彩度や明度）とする

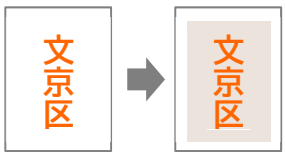
9 高彩度の大面積での使用には十分配慮する

10 地色は明度の高い白は控え、文字・図との色彩の関係は適度なコントラストとする

11 信号交差点周辺は信号機と誤認するような赤・青・黄など高彩度色を使用しない



地色の派手なピンクは水色へ



地色の白はベージュへ

原則として、音は出さないようにして、周辺環境に配慮する

12 近隣への迷惑とならないよう音声は出力しない（商業地域でやむを得ず音を出す必要がある場合は、周辺環境への影響を考慮し、音量や時間帯を調節する）

コンテンツ（表示内容）に配慮する

13 公序良俗に反するもの、公衆に不快感や不安を与えるものは避ける

14 地域特性を踏まえた表現、地域貢献につながる活用を検討する

15 デジタルサイネージ等は特に周辺への影響が大きいため、設置前の周辺への事前相談や設置後（コンテンツ変更時含む）の苦情処理等について、設置者が責任を持って対応する

＊窓面等の開口部の内側から屋外に向けて表示するデジタルサイネージ等も対象となります。

６｜仮囲い広告物

工事などの仮囲いは、**地域特性に合わせたにぎわい創出**や、**歴史・地域資源の魅力を伝えるデザイン**を取り入れ、設置される限られた期間を豊かに彩る特別な場所としてデザインしましょう。

また、街なかで存在感を放つ要素だからこそ、**周辺の街並みとの連続性や安全性に配慮**することが大切です。

街並みや安全に配慮する

1. 単調さや圧迫感を軽減し、歩行者等の安全性に配慮する
2. 奇抜なデザインではなく、街並みとの連続性に配慮する



可能性アートプロジェクト仮囲い広告物（文京区）

文京区の地域性を演出する

3. 地域特性に合った賑わいの演出や、質の高いデザインとする
4. 建築物の周辺の歴史や思い出を想起させるようなデザインとするなど、地域や場所をより豊かにするという視点でデザインを考える
5. 街区案内を表示する場合は、コーナー部や長い壁面の中央部など、歩行者等の利便性が高く、見やすい位置とする



旧九段会館建替え工事の仮囲い広告物（千代田区）

コラム　パブリック・アートについて



東洋学園大学の壁画

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るため、配慮を心掛けましょう。

●街並みや安全に配慮する

パブリック・アートは、道行く人々の目に触れるからこそ、その存在感がまちに与える影響は少なくありません。設置場所や周辺からの見え方を工夫し、歩行者等の安全性に配慮することが大切です。また、周辺の景観と一体感や、街並みの連続性に配慮し、地域に自然に溶け込む心地よい空間を創出しましょう。

●文京区の地域性を演出する

パブリック・アートは、地域の魅力を一層引き出す景観資源となり得ます。歴史・文化、緑といった地域固有の特性に配慮し、地域ならではの魅力を発信しましょう。

3 共通

1｜配置・配列・形状

歩行者等の目に入りやすい位置で**瞬時に内容が理解でき**、**秩序ある街並みに配慮**した広告物の配置・配列・形状を心掛けましょう。

歩行者等から視認しやすい配置

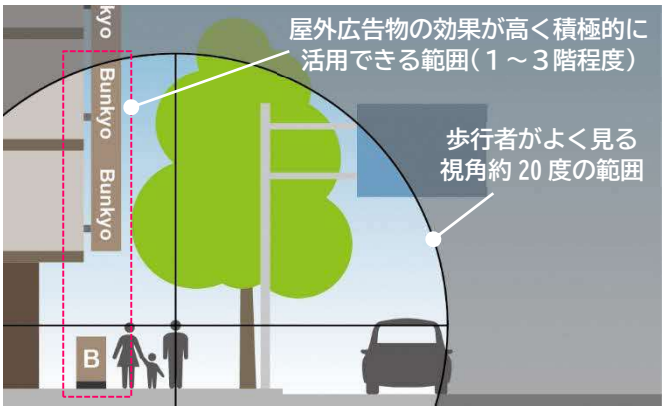
1 広告物は歩行者等の目線で建築物の１～３階程度の低層部に配置する

印象に残りやすい効果的な配列

2 壁面利用広告物や突出広告物等の高さを揃えるなど配置や配列を整える

街並みと調和しやすい形状

3 特殊な形状をした広告物は原則、設置しない



2｜情報（文字・画像）

広告物に掲載する情報は、**掲示する内容が簡潔に伝えられるよう**、その量を必要最小限に整理し、見やすく、メリハリをつけたデザインを心掛けましょう。

情報量を整理して簡潔に伝える-文字

1 広告物に掲出する情報量は必要最小限に抑え、同じ情報の繰り返しを避ける

2 文字に対する特殊な効果の使用を控える

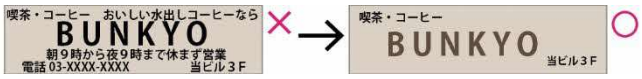
3 文字の大きさによって情報の序列化を図る

4 文字自体の視認性を高めるため、行間、文字間等に十分な余白を確保する

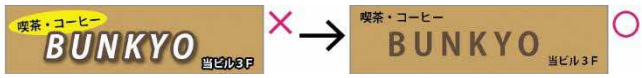
5 読みやすく、すっきりとした印象を与える細めのフォントを用いる

6 いびつな形状の文字は使用しない

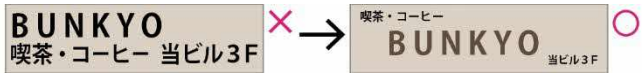
7 視認距離に対して不必要な大きな文字を使用しない（ヒューマンスケールに配慮）



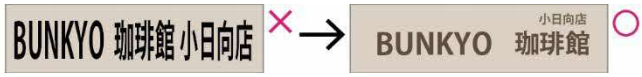
情報量は事業所の名称や店舗名、業種など必要最小限とし、事業所の所在、連絡先、営業時間等の掲載は控える。



文字の縁取りや囲み、影付き文字や傾き文字、文字の背景への色づけ、イラストの配置など特殊な効果の使用は控える。



内容の重要度にあわせて、文字の大きさを変える。



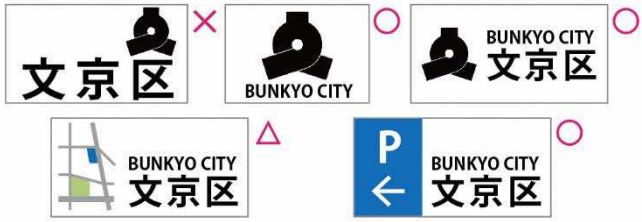
文字の高さの 1/10～1/5 まで文字をつぶさない。

デザインされた情報で伝える-画像

8 ロゴを用いる場合には文字との大きさのバランスに配慮する

9 情報量の多い写真やイラストの使用は控える（方向等を誘導するための矢印などを除く）

10 写真やイラストを用いる場合には、イメージや背景として、構図や色合い、文字の配置も含めた全体の情報量のバランスに配慮する



ロゴ・文字・イラストの大きさ・バランスに配慮する。

３｜色彩・素材

広告物に用いられる色彩は、広告物に掲載された情報を伝達する１手段であることを踏まえて、**周辺の環境、景観を損なうような色づかいを避け、すっきりと情報を際立たせるような表現**を心掛けましょう。

また、駅前や商店街、歴史的な地域、住宅地など**地域特性にあった色彩や素材**を心掛けましょう。

情報をすっきりと際立たせる

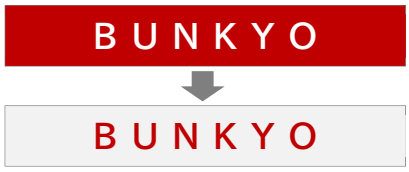
1 広告物の基調色※1は建物の外壁に使用されている色と調和する色とする　特に屋上広告物や壁面最上部においては、空とも調和した色づかいを心がける

2 広告物１面に使用する色数を最小限に抑える（白も含めて４色まで）

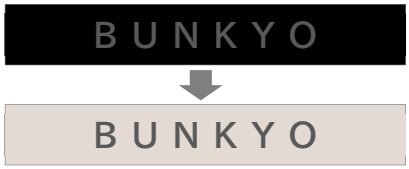
3 広告物の基調色には鮮やかすぎる彩度※2の使用を避ける

4 高齢者や色覚多様性等にも配慮し、地色と文字・図との色彩の関係は明度差を十分確保し、判読性を高める（カラーユニバーサルデザイン）

5 グラデーションなど特殊な色づかいを控える



地色を反転（壁面や空との調和）



地色をベージュへ（適度な明度差）

※1）ここでは、文字等の情報に対して背景にあたる箇所に塗られる色（複数の色が背景に使用されている場合には、アクセントとして効果を加える一部を除くすべての色）を基調色と定義します。

※2）広告物の基調色として避けた方が良い色彩は、下表を目安とする。

色相	0.0 R ～ 1.24 R	1.25 R ～ 6.24 R	6.25 R ～ 8.74 R	8.75 R ～ 10.0 R	0.0 YR ～ 1.24 YR	1.25 YR ～ 3.74 YR	3.75 YR ～ 6.24 YR	6.25 YR ～ 8.74 YR	8.75 YR ～ 1.24 Y	1.25 Y ～ 3.74 Y	3.75 Y ～ 4.99 Y	5.0 Y ～ 8.74 Y	8.75 Y ～ 1.24 GY	1.25 GY ～ 3.74 GY	3.75 GY ～ 6.24 GY	6.25 GY ～ 10.0 G	0.0 BG ～ 1.24 B	1.25 B ～ 6.24 B	6.25 B ～ 8.74 B	8.75 B ～ 10.0 B	0.0 PB ～ 1.24 PB	1.25 PB ～ 3.74 PB	3.75 PB ～ 6.24 PB	6.25 PB ～ 1.24 P	1.25 P ～ 6.74 P	6.75 P ～ 3.74 RP	3.75 RP ～ 10.0 RP
彩度	5.0 以上	5.5 以上	8.5 以上	9.5 以上	9.5 以上	9.5 以上	10.5 以上	10.5 以上	10.5 以上	8.5 以上	6.0 以上	5.5 以上	4.75 以上	4.75 以上	4.25 以上	4.25 以上	4.25 以上	4.25 以上	4.75 以上	5.5 以上	5.5 以上	6.5 以上	5.5 以上	4.25 以上	4.0 以上	4.0 以上	4.75 以上

色彩とイメージ訴求

6 周辺の地域特性や用途に合った色彩とする

7 歴史的な地域では「日本の伝統色」なども参考にする



日本の伝統色の例（地域特性・広告の用途にあわせて活用）

地域特性を際立たせる素材

8 品格や洗練された印象や落ち着きを感じさせる地域では、金属・ガラスなどの素材を工夫する（商業地域等）

9 歴史や親しみ・暖かみを感じる地域では、木材・石・布などの素材を工夫する（住宅地域・歴史的な地域等）


商業地域の金属の広告物


歴史的地域ののれんの広告

4｜照明・光

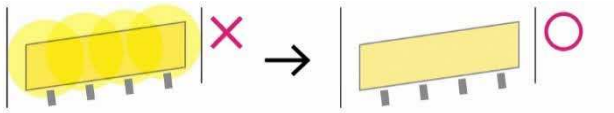
広告物に用いられる照明は、広告物の内容を伝える手段であるだけでなく、**夜間のにぎわいと安らぎの演出**という相反する目標があることを理解し、**周辺の環境、景観と調和した表現**を心掛けましょう。

すっきりと際立たせる

1 必要以上に大きな面積を照らさない

2 強い光の点滅で人目を引くものとしない

3 LEDなど省エネ効果の期待できる照明を積極的に導入する



「空に向かって漏光しているもの」「広告物以外の壁面を広く照らしているもの」「路上を照らす場合で、歩行者の目に直接入るようなもの」の使用は控える。

夜間の安らぎ/にぎわいの演出

4 景観特性に合わせた適切な照明を設置する（下表）

5 景観特性に合わせた色温度※の演出（下図）

※）色温度は、ある光源が発している光の色を、定量的な数値で表現する尺度（単位）のことです。単位には熱力学的温度のK（ケルビン）を用います。

	間接照明式(箱文字)	内照式(箱文字)	内照式(盤面)	外照式	発光式
照明方式	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	箱文字内部に照明装置を内蔵し、自ら発光するもの	壁面内部に照明装置を内蔵し、自ら発光するもの	外付けのスポットライト等により表示面をライトアップするもの	ネオンや電光掲示板、デジタルサイネージ等、光源そのものが表示物となるもの
事例					
考え方	洗練された雰囲気、落ち着きや安らぎを演出するのに有効である 住宅地域 商業地域		商業地域以外では、建物低層部で用いることを基本とし、深夜帯は消灯するなど配慮する	光源が露出しないようにし、深夜帯は消灯するなど光害に配慮する	歴史や自然の保全、住環境への配慮が求められるエリアや場所では使用を控える

住宅地域　2800~3500K
住宅地や歴史的な雰囲気の地域では暖かみのある低めの色温度を基調とします。

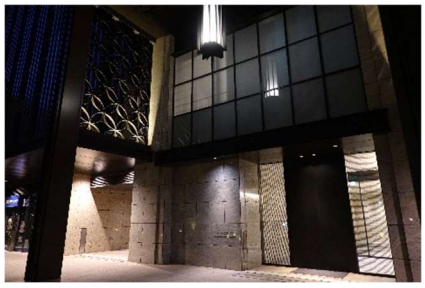
商業地域　2800~6000K
商業地では地域の特性や建物の用途などに応じて幅広い色温度の設定が考えられます。



図　地域特性に合った色温度の考え方

6 通りの魅力づくりや安心感につながるように、建築物壁面やエントランスの照明計画と一体的に広告物を計画する





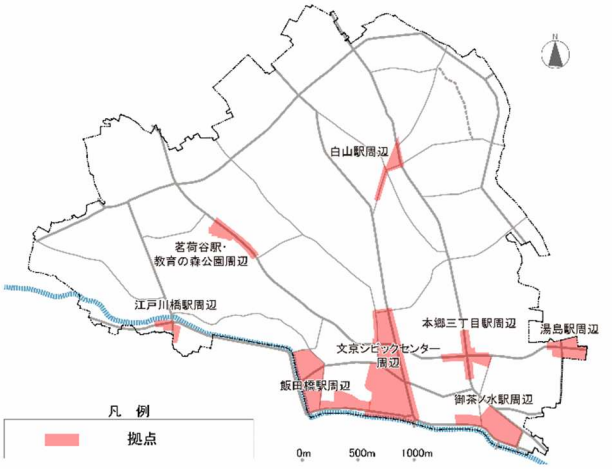
左図：歴史的風情あるエントランス
右図：商業・業務施設のエントランス

4 特に配慮すべき地区

1 ｜拠点

文京区には東京ドームや文京シビックセンター、飯田橋などの商業地やオフィス街、多くの大学などが集積した御茶ノ水や茗荷谷、下町風情の残る湯島や白山、本郷三丁目などの**個性豊かな拠点が点在**しています。また、周辺には**神田川や庭園などの自然**が多く残っています。

屋外広告物においても**歴史や自然と調和し、各拠点の個性を活かした魅力と賑わいある景観を形成**することが重要です。



商業地・オフィス街｜　透明感のある素材で低層部に集約化、統一されたコンパクトな広告





文教地区｜　箱文字や切り文字などの建物と一体的なデザイン





下町風情が残る地域｜　店舗や通りの下町の雰囲気に合わせた、木やのれん等の広告物

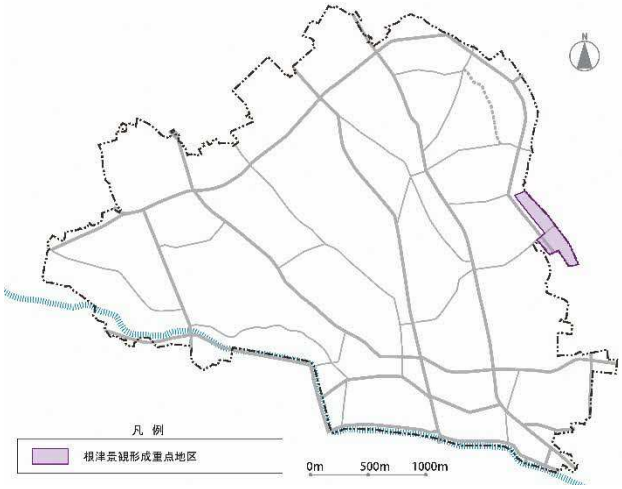




２｜根津景観形成重点地区

根津景観形成重点地区は、木造の建物が残り、**歴史や文化が感じられる下町風情ある街並み**を形成しています。また、江戸時代からの町割りが引き継がれ、路地や裏通りなどがまちを形づくっています。

屋外広告物の表示・掲出においては、こうした街並みの魅力を尊重しながら、**根津らしい個性豊かな景観を形成**することが求められます。また、**温かさや落ち着きなど風情ある夜間景観を演出**することも大切です。



歴史・文化を感じる街並みとの調和

1 落ち着いた暖色系の低彩度色を基調とする

2 木造の建物や街並みと調和、店舗のイメージにあわせて、木材や石材などの自然素材を活用する

3 植木や庭木と組み合わせて、四季や緑が感じられる潤いや賑わいが感じられる景観を創出する





歴史の風情を感じる夜間景観

4 照明等を用いる場合は最小限とし、深夜帯は消灯する

5 歴史の風情を感じる行燈や提灯、店先等の格子やのれんと調和する照明とする

6 歴史の風情を感じる暖かみのある低めの色温度（3000K以下）とする

7 デジタルサイネージ等の設置を避ける

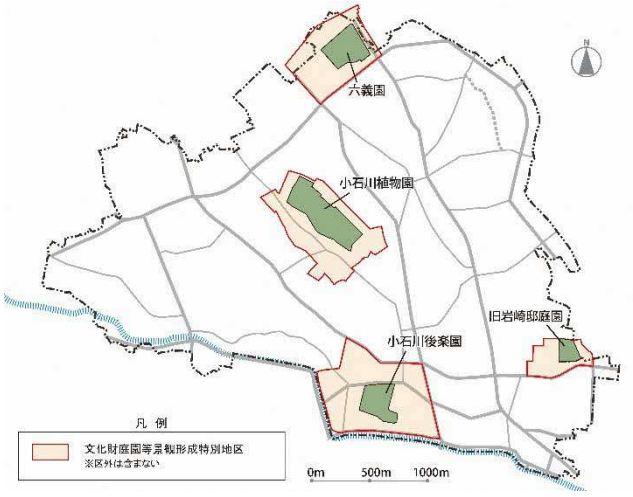




３｜文化財庭園等景観形成特別地区の基準※　※文京区景観計画で定めている

文化財庭園等、貴重な文化遺産を保存・継承するため、庭園等の周辺において良好な景観を形成し、**庭園等の内部からの眺望を保全**しています。

文化財庭園等景観形成特別地区に指定した文化財庭園等の周辺での屋外広告物の表示・掲出に関する基準は次に示すとおりです。



■ 屋外広告物の表示等の制限

〈表示等を制限する範囲（規制範囲）〉

景観形成特別地区の区域内で、かつ、地盤面から20m以上の部分を規制範囲とする。

〈規制範囲内で表示できる屋外広告物〉

次の広告物に限り、表示することができる。ただし、表示等に当たっては、次の表に定める基準による。

・自家用広告物（自社名、ビル名、店名、商標の表示など）

・公共公益目的の広告物

・非営利目的の広告物

表　文化財庭園等景観形成特別地区における基準

区分	表示等の制限に関する事項
屋上設置の広告物	□ 地盤面から20m以上の部分では、建物の屋上に広告物を表示し、又は設置しない
建物壁面の広告物	□ 地盤面から20m以上の部分では、広告物に光源を使用しない。
広告物の色彩	□ 建物の壁面のうち、高さ 20m以上の部分を利用する自家用広告物の色彩は、庭園景観と調和した低彩度を基本とし、一つの広告物の中で、その表示面積の１/３を超えて使用できる色彩の彩度は次のとおり定める。
表示等の制限の例外	□ 建物の背後にある広告物など、庭園内から見えない広告物は、本表に定める表示等の制限にかかわらず、表示できる。

色相	彩度
0.1R　～　10R	５以下
0.1YR　～　5Y	６以下
5.1Y　～　10G	４以下
0.1BG　～　10B	３以下
0.1PB　～　10RP	４以下

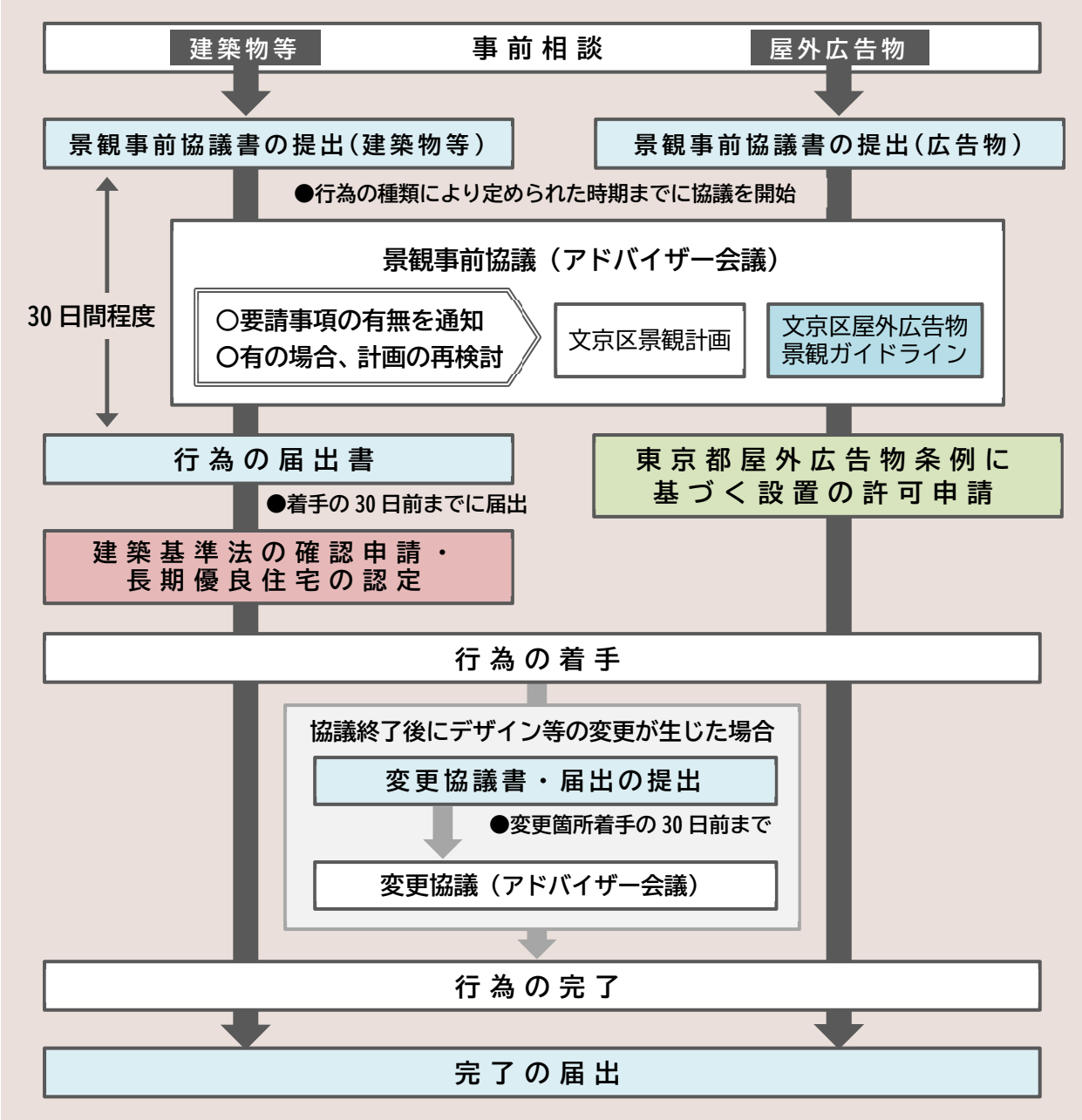
０３　屋外広告物の協議について

文京区では、東京都屋外広告物条例上の許可手続きとは別に、文京区屋外広告物景観ガイドラインを活用しながら、景観づくりの側面から景観やデザインについて、屋外広告物の景観協議を行います。

建築物の新築等、屋外広告物の表示又は設置等において、景観事前協議による協議を行います。

（１）建築物の新築、増築、改築若しくは移転、外観を変更することとなる修繕若しくは模様替え又は色彩の変更

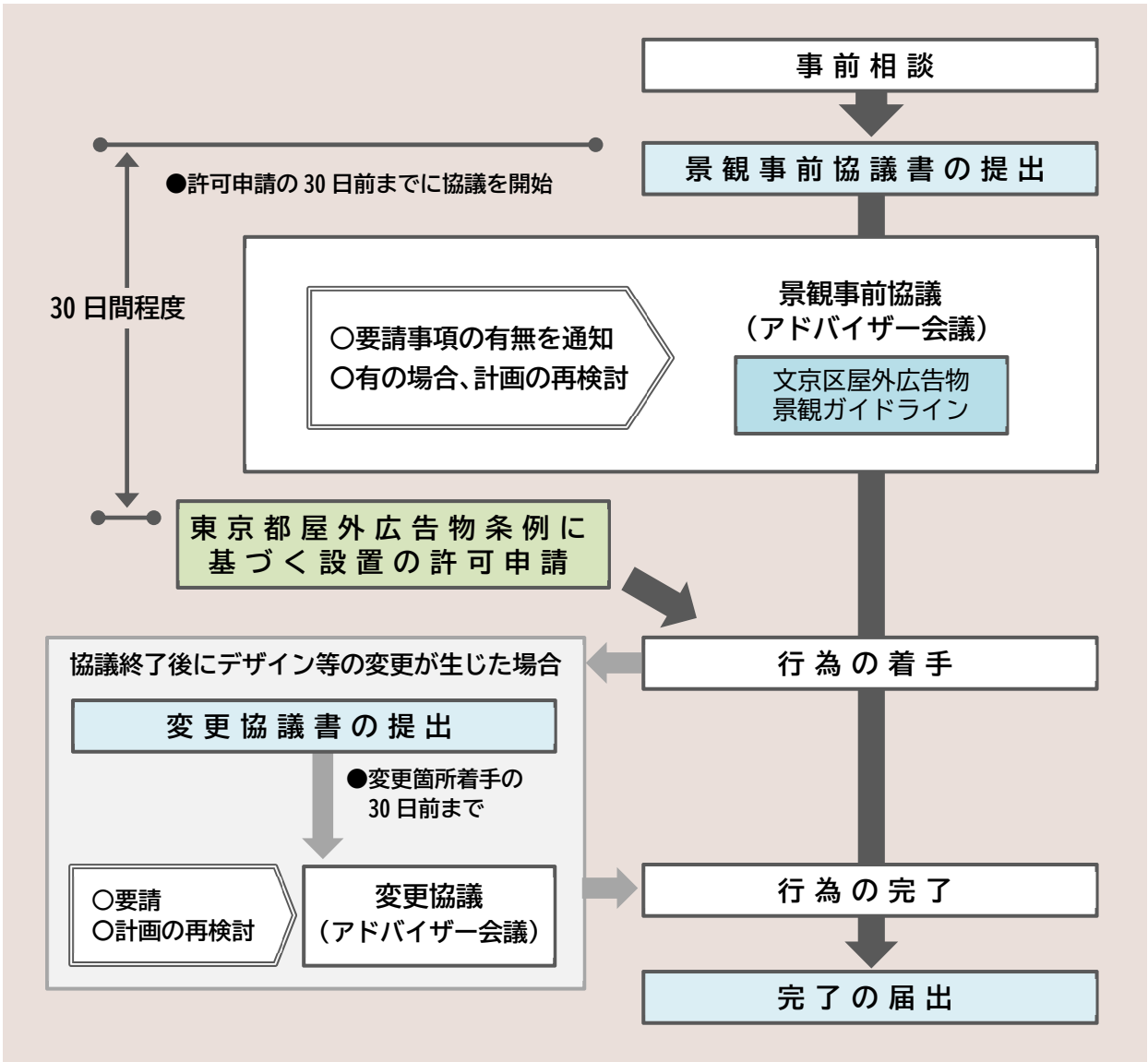
○行為規模：景観事前協議及び行為の届出等の運用の中で建築物等に附帯する屋外広告物の誘導を行う
○誘導内容：建築物の設計において、周辺景観や建築物等に配慮した屋外広告物の事前計画
○届出対象：文京区景観計画で定められる届出対象となる行為



文京区屋外広告物の協議の流れ（建築物の新築等）

（２）屋外広告物の表示、設置、改造若しくは移設又は表示の変更

〇協議方法：屋外広告物の新設等を景観事前協議の対象とし屋外広告物個別の協議を行う
〇誘導内容：周辺景観や建築物等へ配慮した屋外広告物の表示又は設置等
〇届出対象：文京区景観づくり条例で規定する屋外広告物の設置等の行為



文京区屋外広告物の協議の流れ（屋外広告物の表示・設置等）

参考　屋外広告物条例

（1）東京都屋外広告物条例

●屋外広告物の禁止地域や禁止事項、屋外広告物の種類ごとの大きさや設置高さ等については、「東京都屋外広告物条例」に準拠する。

（2）文京区景観づくり条例（窓面広告物の基準）

●窓面広告物（特定屋外広告物）は、「文京区景観づくり条例施行規則第９条第２項第７号」に以下の基準を定めている。

<table>
<tr><th>地域地区等</th><th>事項</th><th>表示面積の合計</th></tr>
<tr><td>1　第１種低層住居専用地域、第２種低層住居専用地域、第１種中高層住居専用地域、第２種中高層住居専用地域
2　風致地区
3　特別緑地保全地区
4　国立公園、国定公園及び東京都自然公園の特別地域
5　第１種文教地区</td><td>1　ネオン管を使用していないこと。
2　道路、鉄道及び軌道の路線用地並びに路線用地に接続する地域（ただし、知事の定める範囲内にある地域を除く）に表示し、又は設置するもので、当該特定屋内広告物を表示し、又は設置する地域の路線用地から展望できるもの（以下「路線用地から展望できるもの」という。）については、次のとおりであること。
（1）光源が点滅していないこと。
（2）赤色光を使用していないこと（ただし、その使用する部分の面積が当該特定屋内広告物の表示面積の20分の1以下である場合はこの限りでない。以下同じ。）</td><td>５㎡以下</td></tr>
<tr><td>6　東京都屋外広告物条例（昭和24年東京都条例第100号）第６条第４号及び第５号の規定により定められた地域</td><td>1　光源を使用していないこと。
2　当該特定屋内広告物の表示面積の３分の１を超えて使用する色彩のマンセル値が、次の表の上欄に掲げる色相の区分に応じて、同表の下欄に定める彩度を超えていないこと。
<table>
<tr><th>色相</th><th>彩度</th></tr>
<tr><td>0.1R　～　10R</td><td>5</td></tr>
<tr><td>0.1YR　～　5Y</td><td>6</td></tr>
<tr><td>5.1Y　～　10G</td><td>4</td></tr>
<tr><td>0.1BG　～　10B</td><td>3</td></tr>
<tr><td>0.1PB　～　10RP</td><td>4</td></tr>
</table>
3　路線用地から展望できるもの（文化財等から展望できないものを含む。）については、次のとおりであること。
（1）光源が点滅していないこと。
（2）赤色光を使用していないこと。
（3）露出したネオン管を使用していないこと。</td><td>1　上欄１から５までに掲げる地域地区等については５㎡以下

2　１以外に掲げる地域地区等については10㎡以下</td></tr>
<tr><td>7　第２種文教地区</td><td>路線用地から展望できるものについては、次のとおりであること。
（1）光源が点滅していないこと。
（2）赤色光を使用していないこと。</td><td rowspan="2">10㎡以下</td></tr>
<tr><td>8　第１種住居地域、第２種住居地域、近隣商業地域、商業地域、準工業地域</td><td>路線用地から展望できるものについては、次のとおりであること。
（1）光源が点滅していないこと。
（2）赤色光を使用していないこと。
（3）露出したネオン管を使用していないこと。</td></tr>
</table>