

屋外広告物の景観誘導推進について

1. 屋外広告物施策の現状及び第二次実行計画化の経緯

平成16年の景観法施行に伴う屋外広告物法の一部改正を受け、東京都は平成17年に東京都屋外広告物条例を改正した。都条例では、良好な景観形成、風致の維持、公衆への危害防止を目的に、屋外広告物の掲出・表示について禁止区域・許可区域等を設け、それぞれ基準を定めている。新宿区は、都条例に基づき屋外広告物の許可制度を運用している。

一方、新宿区は平成20年7月に景観行政団体となり、平成21年4月から景観まちづくり計画の運用を開始した。東京都との景観行政団体同意協議の段階から、新宿区は屋外広告物に対する独自の取組みを検討しており、平成20年度と平成21年度に景観まちづくり計画の景観重要公共施設のうち道路沿道において、屋外広告物景観調査を行った。調査内容については、平成22年8月に開催した第43回景観まちづくり審議会において報告を行っている。

屋外広告物は景観上の影響が大きい要素であり、区民からも景観誘導の必要性について多くの意見が寄せられている。このため新宿区は、屋外広告物の景観誘導推進を第二次実行計画における新規事業として位置づけ、平成24年度からの4年間で、独自の景観誘導施策の策定・運用を目指す。

2. 新宿区景観まちづくり計画における屋外広告物の基準（現行）

（1）区分地区ごとの景観形成基準

工作物として一定規模以上の屋外広告物の新設等に対し、各区分地区ごとに景観形成基準を定め、景観事前協議を行っている。→【課題】大規模で限定的な屋外広告物のみが対象で誘導が十分ではない。

（2）屋外広告物の表示および屋外広告物を掲出する物件の設置に関する行為の制限

●屋外広告物景観誘導の基本的な考え方

- ①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広告や公共広告も含め、規模や位置、色彩等が地域特性を踏まえた良好な景観形成に寄与するものとする。
- ②大規模な公園や緑地等の周辺では、みどりや地形など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を十分に配慮する。
- ③歴史的な景観資源の周辺では、歴史的・文化的な面影や雰囲気を残すまちなみなどに配慮する。
- ④大規模な建築物や高層建築物における屋外広告は、景観に対する影響が広範囲におよぶ場合があることなどから、表示の位置や規模等について十分に配慮する。
- ⑤景観上重要な道路の沿道においては、道路修景や沿道地域のまちづくりの機会を捉え、屋外広告物の表示に関する基準を定め、地域にふさわしい沿道景観の形成を進める。
- ⑥繁華街等においては、まちの賑わいを創出するような屋外広告物の表示の基準を定め、地域の活性化を図る。

●新宿御苑みどりと眺望保全地区における屋外広告物の基準

東京都の景観計画を引き継いだ内容を基準化し、東京都屋外広告物条例に基づく許可基準として定め、運用している。→【課題】新宿区独自の屋外広告物を対象とした景観誘導の施策がない。

3. 区政モニターアンケートの実施

区政モニターアンケートとは、区政課題への迅速な対応や的確な事業執行を進める上で基礎資料とするため、区政モニター（区民）を対象にアンケート調査を実施し、区政運営の参考とするものである。

平成23年度第3回（11月実施）の調査で、屋外広告物の景観誘導に関する事項を取り上げた。

問「屋外広告物の景観誘導によりまちの魅力を高められる地域はどこか」（選択問題一人5地域回答）
⇒1位 神楽坂地域 2位 歌舞伎町 3位 新宿御苑周辺 4位 新宿駅東口周辺

問「屋外広告物について景観の取組を行ううえで、どのような点が重要か」（自由意見）抜粋

- ⇒・地域毎のルールづくりが重要
・地域の住民の理解が大切
・企業の経済活動に配慮が必要
・テーマに沿って長いスパンで取組を継続する努力が必要 等

4. 第二次実行計画の位置付け

新宿区は、第二次実行計画において、「景観に配慮したまちづくりの推進」の計画事業の中で、「屋外広告物の景観誘導推進」を新規事業に位置付けた。平成26年度に屋外広告物景観誘導施策の策定、また、平成27年度からの運用開始を目標に、屋外広告物の景観誘導推進に取り組む。

27年度末の目標	年度別計画			
	24年度	25年度	26年度	27年度
屋外広告物景観誘導施策の策定（26年度）／ 施策の運用、周知啓発（27年度）	・施策手法の選定 ・景観誘導内容の調査検討	・施策案の作成 →	・施策の策定	・施策の運用、周知啓発
事業費（千円）28,138	8,979	9,199	5,475	4,485

5. 屋外広告物の景観誘導推進の取組み（案）

（1）対象候補地区

下記の候補地区の中から、重点的に景観誘導を行う地区を選定する。

①＜景観まちづくり計画における地区等＞

◆地域の景観特性に基づく区分地区：6地区

水とみどりの神田川・妙正寺川地区
歴史あるおもむき外濠地区
新宿御苑みどりと眺望保全地区
粋なまち神楽坂地区
エンターテインメントシティ歌舞伎町地区
落合の森保全地区

◆景観重要公共施設：12施設

【道路】新宿通り（区道・国道）
外堀通り・神楽坂通り・早大通り
【公園】新宿御苑・新宿中央公園
おとめ山公園・下落合野鳥の森公園
甘泉園公園
【河川】神田川・妙正寺川



②＜地区計画・まちづくりを進める地区等＞

（2）誘導内容

地域特性に応じた屋外広告物の景観誘導を図るため、屋外広告物の色彩、屋上広告の設置、表示面積、1壁面における表示面積等に関する事項を定める。誘導手法は、東京都屋外広告物条例による基準化で法的に誘導を図る方法と、ガイドラインによる誘導方針で緩やかに誘導を図る方法が想定できる。

（3）平成24年度の進め方

現在の東京都屋外広告物条例の基準、関係法規及び行政計画、先進的な自治体の事例を整理する。また、区民参加によるワークショップ等を開催し、新宿区全域の基本方針を定める。そして、平成25年度に向け、誘導手法・誘導内容の検討、誘導対象地区を検討する。