

## 屋外広告物に関する景観形成ガイドライン（素案）の概要について

### 1. 位置づけ

新宿区景観まちづくり条例第9条第1項に基づく景観形成ガイドラインとする。

### 2. 東京都屋外広告物条例との関係性

#### (1) 「新宿区景観まちづくり計画及び新宿区景観まちづくり条例」による景観誘導

[基準の内容] 景観・デザイン（誘導型）

[基準の考え方] 地域の景観特性、地域主体のまちづくり

#### (2) 「東京都屋外広告物条例」による制限

[基準の内容] 高さ、割合、総量等（規制型）

[基準の考え方] 用途地域、道路・鉄道・文化庭園等

### 3. 屋外広告物に関する景観形成ガイドラインの概要

「屋外広告物に関する景観形成ガイドライン」は区全域を対象とする。2つの「景観誘導の視点」と4つの「啓発の視点」が構成される。

なお、地域特性に応じた景観誘導を行うため、地域別（歌舞伎町地区及び外濠周辺地区）のガイドラインを策定する。

#### (1) 区全域

民間事業者が設置する「商業広告」、行政機関が設置する「公共サイン」に分類される。景観誘導の視点には、詳細に項目を分け誘導を行う。

#### 景観誘導の視点1 周辺環境や景観に配慮した屋外広告物に関する景観形成

##### 景観誘導項目

- ① 住居エリアにおける屋外広告物に関する景観形成
- ② 商業エリアにおける屋外広告物に関する景観形成
- ③ オフィス街、工業エリアなどにおける屋外広告物に関する景観形成
- ④ 歴史・自然などの景観資源周辺における屋外広告物に関する景観形成
- ⑤ 駅前交差点・幹線道路などにおける屋外広告物に関する景観形成
- ⑥ 昼間と夜間の魅力を高める屋外広告物に関する景観形成

#### 景観誘導の視点2 建築物や敷地の特性に配慮した屋外広告物に関する景観形成

##### 景観誘導項目

- ① 建築物と広告デザイン
- ② 外構計画、店舗意匠計画と広告デザイン

#### 啓発の視点1 快適な都市空間づくり・ユニバーサルデザイン

#### 啓発の視点2 信頼性と安全性のある広告づくり

#### 啓発の視点3 窓面広告・置き看板等の景観づくり

#### 啓発の視点4 定期点検、維持管理、更新や除去等の責任ある設置管理

#### 公共サインに関する更なる取組み事項

## (2) 地域別ガイドライン（歌舞伎町地区・外濠周辺地区）

地域別ガイドラインでは、景観誘導項目を定め、地域特性に応じた誘導を行う。まちの変化、地域主体のまちづくりの動き等と併せ、今後拡充や見直しを行う。

今後、東京都屋外広告物条例の関連制度と連携し、歌舞伎町地区ではエリアマネジメントの取組みと連携した規制緩和、外濠周辺地区では地域発意による東京都広告物条例の規制強化をすることを想定している。

### 歌舞伎町地区

<適用範囲>

歌舞伎町一丁目及び歌舞伎町二丁目地内

<景観誘導項目>

- セントラルロード沿道及びシネシティ広場周辺における屋外広告物の景観形成
- T字路のアイストップをいかした屋外広告物の景観形成
- 歌舞伎町を印象づける靖国通り沿いにおける屋外広告物の景観形成

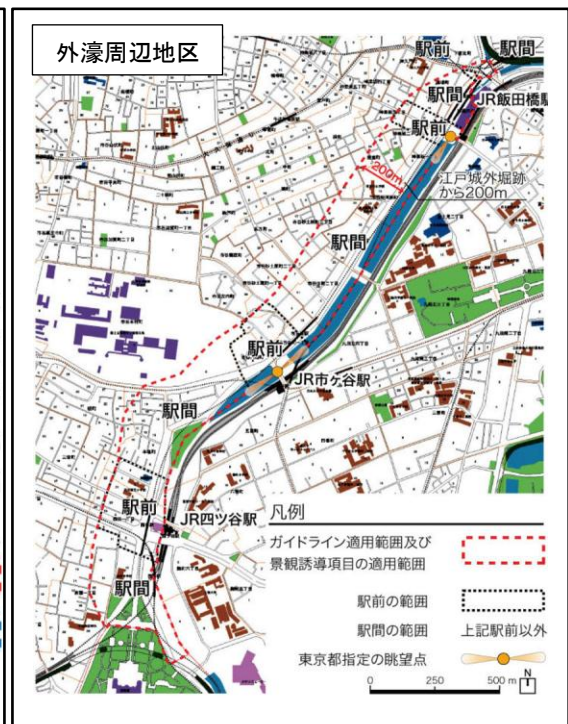
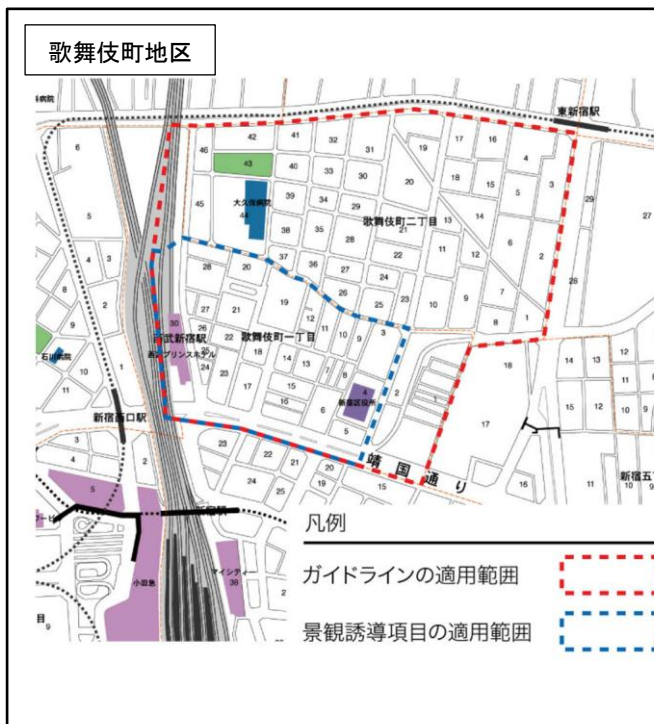
### 外濠周辺地区

<適用範囲>

国史跡江戸城外堀跡及び江戸城外堀跡から200mの範囲

<景観誘導項目>

- 駅間の屋外広告物に関する景観形成
- 駅前の屋外広告物に関する景観形成
- 眺望景観の保全を目的とした屋外広告物に関する景観形成



### 【東京都屋外広告物条例の関連制度】

#### ◆ 東京都「屋外広告物を活用したエリアマネジメント」活動の支援（平成24年）

- 広告収入をエリアマネジメントの公益的な取組みに充当  
⇒エリアマネジメントの取組みと連携した規制緩和（東京都知事の特例）
- ※歌舞伎町地区ではモデル事業実施中（平成24年～）

#### ◆ 東京都屋外広告物条例改正（平成17年）

- 地域の個性や美しさを創出するためのルールを導入  
⇒地域発意による東京都広告物条例の規制強化