

# 3 地域別ガイドライン

新宿区では、個性的で多様なまちの魅力を高めるため、「屋外広告物に関する景観形成の方針」の「地域特性をいかした広告のルールづくり」に基づき、地域別ガイドラインの策定地区を追加していきます。

## 3-1. 様々な視点からの検討

地域別の検討にあたっては、有識者、広告関係団体の代表者、地元関係者と、様々な視点からの意見を踏まえ、適正な景観誘導を検討します。



## 3-2. 方向性と詳細なガイドライン

地域別の検討内容は、景観形成方針と地域別ガイドラインです。

「景観形成方針」は新宿区景観まちづくり計画の区分地区に定めるものであり、建築物・工作物等のほか、屋外広告物に関しても、景観形成上の方向性を示しています。その方向性を受け、地域発意の規制強化、屋外広告物を活用したエリアマネジメントの取組みと連携した規制緩和などを検討します。

「地域別ガイドライン」は、検討区域において「景観誘導項目」を定め、建築物の新築等と屋外広告物の設置時に関する誘導内容を検討します。地域別ガイドラインの内容は、区と広告主が行う景観事前協議の際に活用します。その他、区民、事業者等へ周知啓発で広く活用していきます。

## 3-3. 地域別ガイドライン

### 3-3-1. 地域別ガイドライン（歌舞伎町地区）

#### ガイドラインの適用範囲

歌舞伎町一丁目及び歌舞伎町二丁目各地内

ガイドラインの適用範囲である地図上の赤い点線の範囲には、新宿区景観まちづくり計画の区分地区「エンターテイメントシティ歌舞伎町地区」の屋外広告物に関する景観形成方針が適用されます。

景観誘導項目の適用範囲である地図上の青い点線の範囲には、地域別ガイドライン（歌舞伎町地区）の景観誘導項目が適用されます。

※エリアマネジメントの取組みと連携した規制緩和の制度を活用する場合があります。



#### 景観誘導項目

歌舞伎町におけるまちづくりや景観特性を鑑み、景観誘導項目は以下3つとします。

##### 景観誘導項目1

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

##### 景観誘導項目2

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

##### 景観誘導項目3

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

## 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

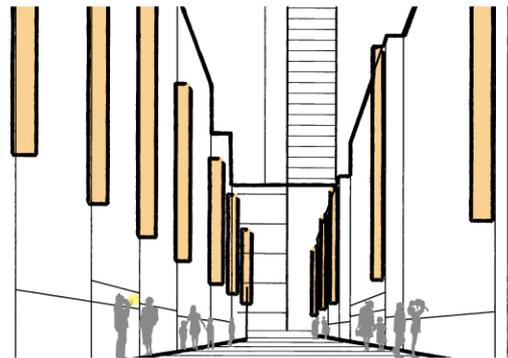
### 景観形成の目標

## 歌舞伎町ならではの誰もが心地よく楽しめる景観へ

具体的な方策1 **建築物の新築等** **屋外広告物の表示及び掲出等**

隣接する屋外広告物と色彩、光などの関係性を持たせ、奥行きを演出する袖看板の計画的な設計を行う

- 対象となるエリア：  
セントラルロード沿道
- 対象となる行為：  
建築物の新築等  
屋外広告物の表示及び掲出等

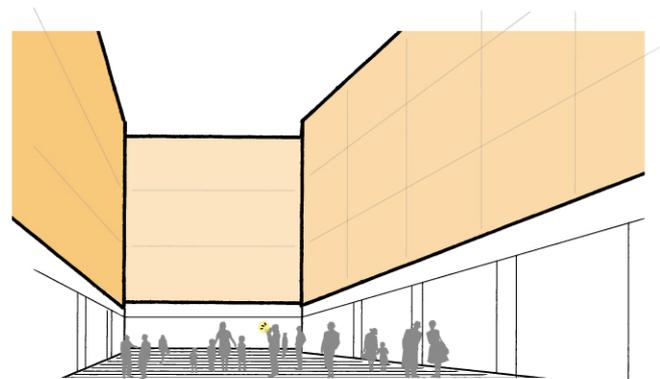


周辺の袖看板と合わせて奥行きのある通りを演出する。

具体的な方策2 **建築物の新築等** **屋外広告物の表示及び掲出等**

大型ビジョン広告やデジタルサイネージの活用など、広場を囲う面や視認性の高い壁面の魅力をつくる

- 対象となるエリア：  
セントラルロード沿道及びシネシティ広場周辺
- 対象となる行為：  
建築物の新築等  
屋外広告物の表示及び掲出等



歌舞伎町のまちの構造をいかし、屋外広告物を活用した空間づくりを行う。

具体的な方策3 **建築物の新築等** **屋外広告物の表示及び掲出等**

人の流れや歩く人の目線を捉え、効果的な屋外広告物の設置計画を行う

- 対象となるエリア：  
セントラルロード沿道及びシネシティ広場周辺
- 対象となる行為：  
建築物の新築等  
屋外広告物の表示及び掲出等



セントラルロードとシネシティ広場を結ぶ重要なアイストップとして、魅力をつなげる屋外広告物を活用した、魅力的な空間を演出する。

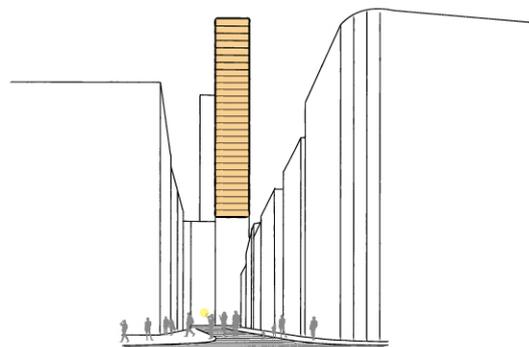
具体的な方策4

屋外広告物の表示及び掲出等

## 地域性、文化、流行等を発信するシンボリックな屋外広告物のデザインに配慮する

- 対象となるエリア：  
セントラルロード及びシネシティ広場周辺
- 対象となる行為：  
屋外広告物の表示及び掲出等

※エリアマネジメントの取組みと連携した規制緩和の制度を活用する場合があります。



歌舞伎町のシンボルとなる屋外広告物をつくる。

具体的な方策5

屋外広告物の表示及び掲出等

## 誰もが心地よく楽しめる歌舞伎町ならではの店舗づくりや屋外広告物のデザインによる賑わいを演出する

- 対象となるエリア：  
セントラルロード及びシネシティ広場周辺
- 対象となる行為：  
屋外広告物の表示及び掲出等



歌舞伎町にしかない華やかなチェーン店、コンビニ等の外装デザインにより賑わいを演出する。

具体的な方策6

屋外広告物の表示及び掲出等

## 夜間は多くの人を引き付ける、屋外広告物による光溢れる賑わいをつくる

- 対象となるエリア：  
セントラルロード及びシネシティ広場周辺
- 対象となる行為：  
屋外広告物の表示及び掲出等



屋外広告物の光は個性的で華やかにデザインし、歌舞伎町の魅力ある景観をつくる。



光を閉ざす広場の空間において、屋外広告物の光などは賑わいの演出として積極的に用いて、歌舞伎町の象徴となる景観をつくる。

## 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

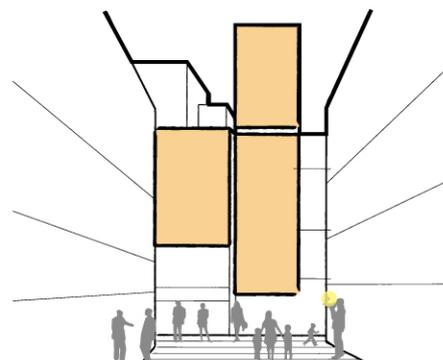
### 景観形成の目標

## 歌舞伎町の都市構造をいかした迷宮的な楽しさを演出する景観へ

具体的な方策1 **建築物の新築等** **屋外広告物の表示及び掲出等**

### 視認性の高い壁面や屋上部に屋外広告物の活用を図る

- 対象となるエリア：  
歌舞伎町一丁目内のT字路のアイストップ
- 対象となる行為：  
建築物の新築等  
屋外広告物の表示及び掲出等

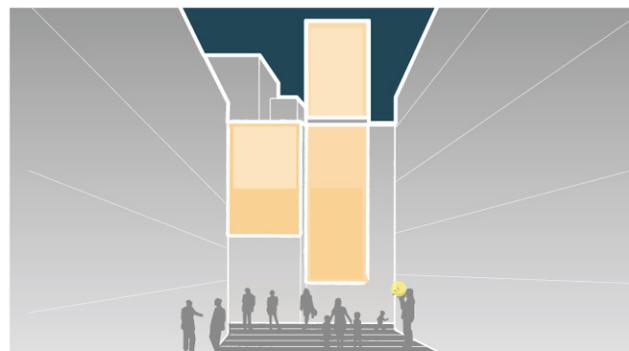


アイストップとなる面を捉え、屋外広告物の活用を図る。

具体的な方策2 **屋外広告物の表示及び掲出等**

### 可変表示式屋外広告物\*、屋外広告物の照明などを用いた光の工夫や演出を図る

- 対象となるエリア：  
歌舞伎町一丁目内のT字路のアイストップ
- 対象となる行為：  
屋外広告物の表示及び掲出等



T字路のアイストップとなる面を光で演出する。

### 屋外広告物を活用したエリアマネジメントの取組みについて（歌舞伎町TMO）

歌舞伎町TMOが主体となり、屋外広告物を活用したエリアマネジメントを行っています。通常は掲出できない工事現場の仮囲いで得た広告収入を地域の公共的な取組みに還元しています。



景観誘導項目3

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

景観形成の目標

歌舞伎町の入口として象徴となる景観へ

具体的な方策1 **建築物の新築等** **屋外広告物の表示及び掲出等**

通りをイメージし、屋外広告物を含めた建築物全体でデザインし、光を演出する

- 対象となるエリア：  
靖国通り沿い
- 対象となる行為：  
建築物の新築等  
屋外広告物の表示及び掲出等



外装全体で光を演出し、歌舞伎町の入口として象徴的な景観をつくる。

具体的な方策2 **屋外広告物の表示及び掲出等**

通りを意識し、賑わいの連続性をつなげる屋外広告物をデザインする

- 対象となるエリア：  
靖国通り沿い
- 対象となる行為：  
屋外広告物の表示及び掲出等



個性ある屋外広告物の連なりで通りの賑わいをつくる。

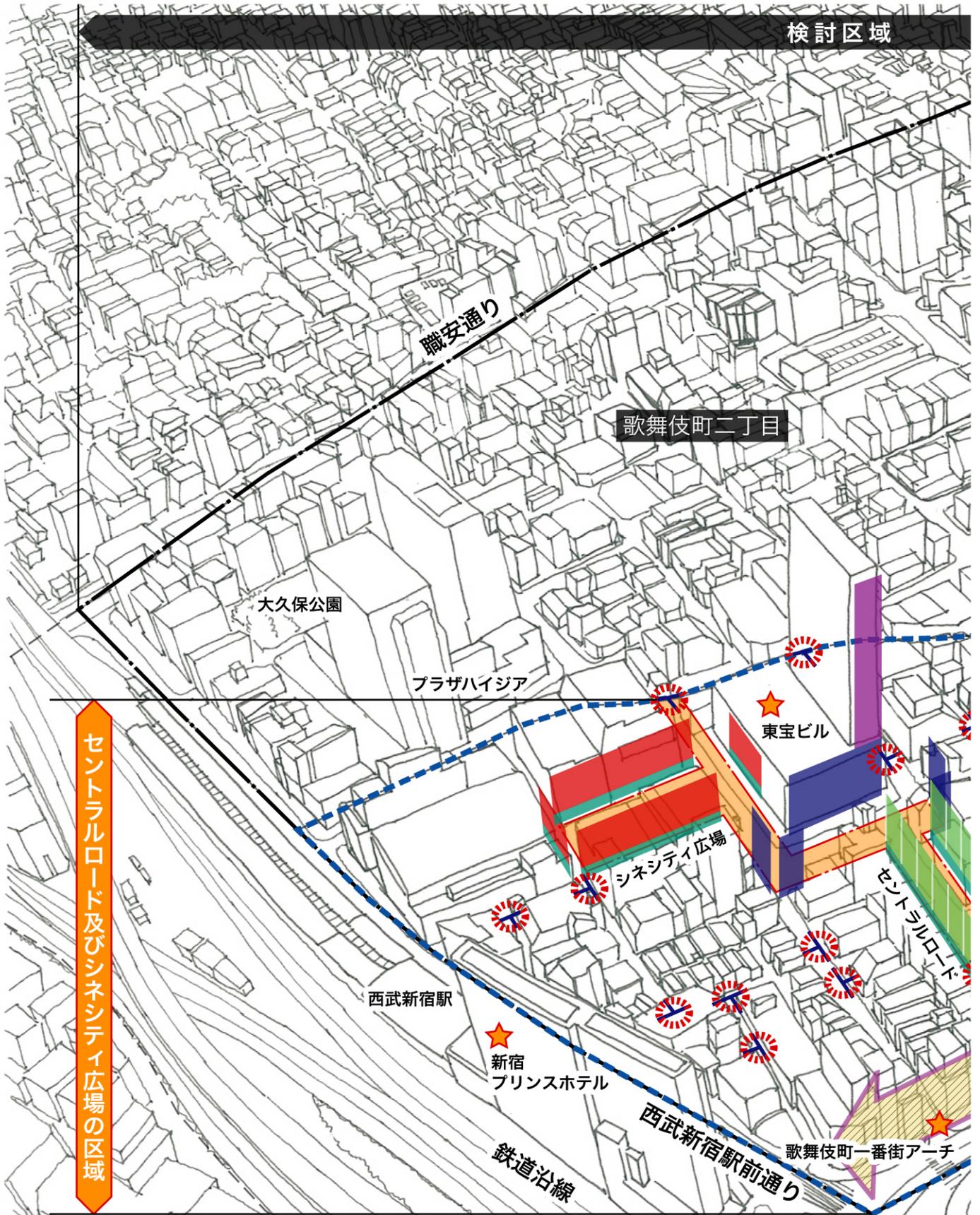
■ガイドラインの拡充・見直し

歌舞伎町二丁目、地区内の主要な街路などについては、まちの変化、地域主体のまちづくりの動き等と併せ、ガイドラインの拡充や見直しを行います。

■エリアマネジメントと連携した景観形成の取組み

今後、屋外広告物を活用したエリアマネジメントと連携し、公益的な取組みと併せて景観まちづくりに取り組んでいきます。工事現場の仮囲いをはじめ、新たな媒体の活用等、屋外広告物によるエンターテインメント性に溢れた景観形成を進めます。

# ガイドラインの適用範囲（歌舞伎町地区）



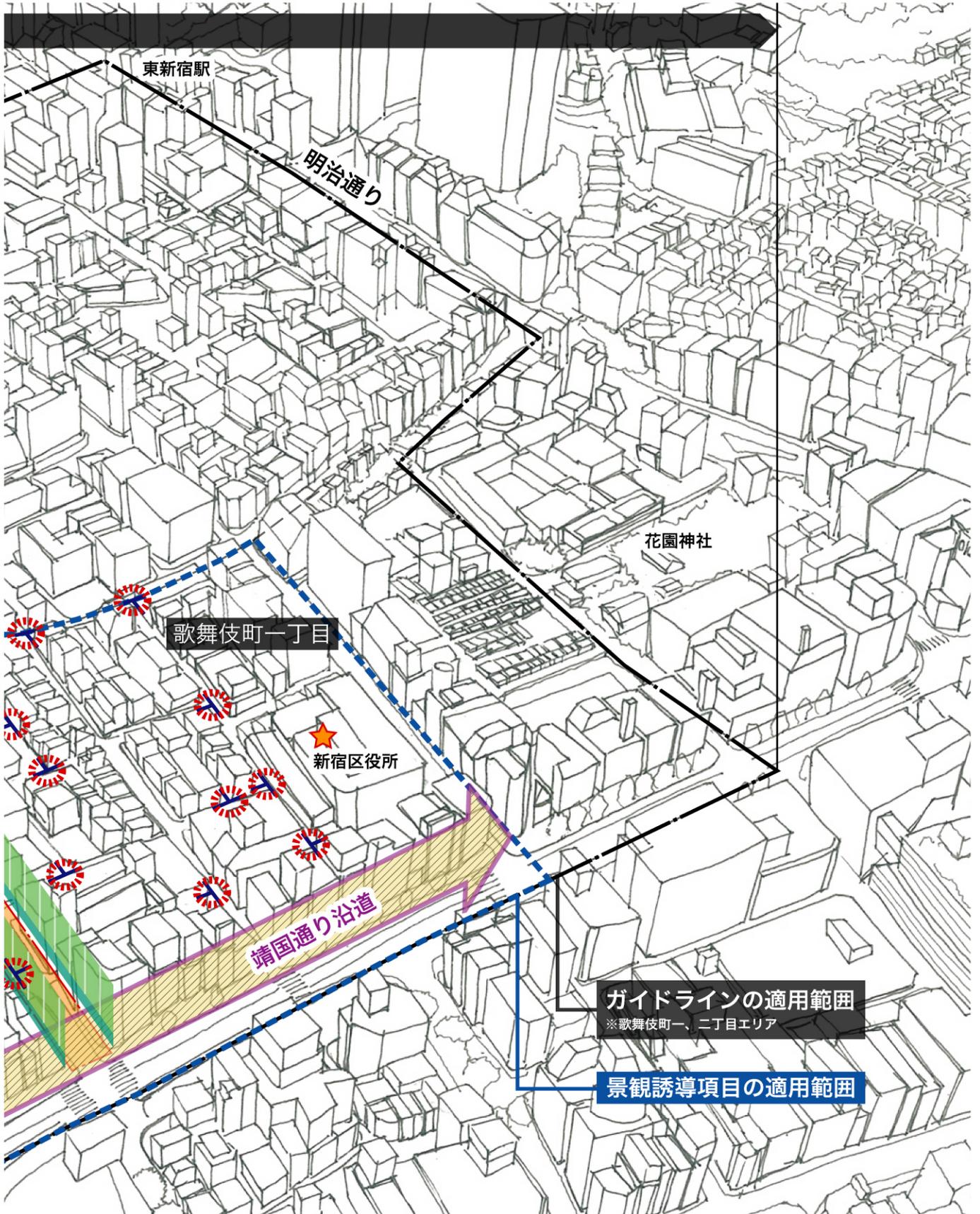
凡例

- ★ エリア別景観形成ガイドラインのランドマーク
- ☼ アイストップ

- 高層部に伸びる重要な面
- 広場を囲む重要な面

- セントラルロード沿道の重要な面
- アイストップとなる重要な面

----- 町界



※エリアマネジメントの取組みと連携した規制緩和の制度を活用する場合があります。

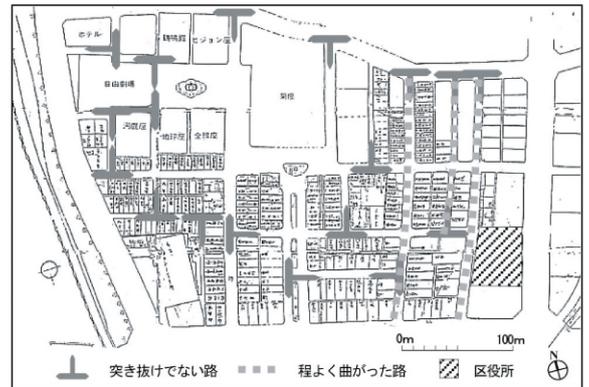
## 歌舞伎町地区の特性

歌舞伎町は、戦後民間主導で取組んだ戦災復興区画整理事業が行われ、計画的な都市構造が現在まで継承されています。外部への視野を遮る広場空間の形成、広幅員の街路とT字路の多用による街区割り等、都市計画上の特徴があります。

また、日本一の乗降客数を誇る新宿駅に隣接する他、世界的に有名なネオン街として外国人観光客の観光名所ともなっており、常に多くの人々で賑わう、日本を代表する繁華街となっています。

歌舞伎町では、区民、事業者、関係機関とともに、誰もが安心して楽しめるまちに再生する「歌舞伎町ルネッサンス」に取り組んでいます。

まちづくりの一環として、商店街灯のフラッグや工事現場の仮囲いを活用した屋外広告物の掲出など、エリアマネジメント等による屋外広告物を活用した先進的な取り組みが行われています。



石川栄耀氏らによる歌舞伎町地区の区画整理事業の原案  
 出典：西成・斎藤(2004)「石川栄耀の広場設計思想—新宿コマ劇場前広場をめぐる—」  
 都市計画論文集NO.39-3、(社)日本都市計画学会



歌舞伎町一番街の夜間の風景

## 景観まちづくり計画における区分地区の景観形成方針

新宿区景観まちづくり計画の「エンターテイメントシティ歌舞伎町地区」において、屋外広告物に関する景観形成方針を示しています。

### 『屋外広告物の活用による新たなエンターテイメントシティ歌舞伎町の創出』

賑わいと活力に溢れる世界を代表する歌舞伎町独自の都市景観を創出するため、屋外広告物を積極的に活用した景観形成に取り組めます。

## ガイドラインを活用した景観事前協議の対象

- ①新宿区景観まちづくり計画に基づく届出対象行為のうち建築物の新築等
- ②新宿区景観まちづくり条例に基づく景観事前協議の対象となる屋外広告物の新設等

建築物の新築等

屋外広告物の表示及び掲出等

※屋外広告物の新設等は以下を全て満たすものとします。

- ・東京都屋外広告物条例に基づく許可申請の対象
- ・土地に定着、あるいは建築物に附帯する屋外広告物（野立看板、袖看板、壁面看板、屋上看板）
- ・今後、新たに設置されるもの

## 3-3-2. 地域別ガイドライン（外濠周辺地区）

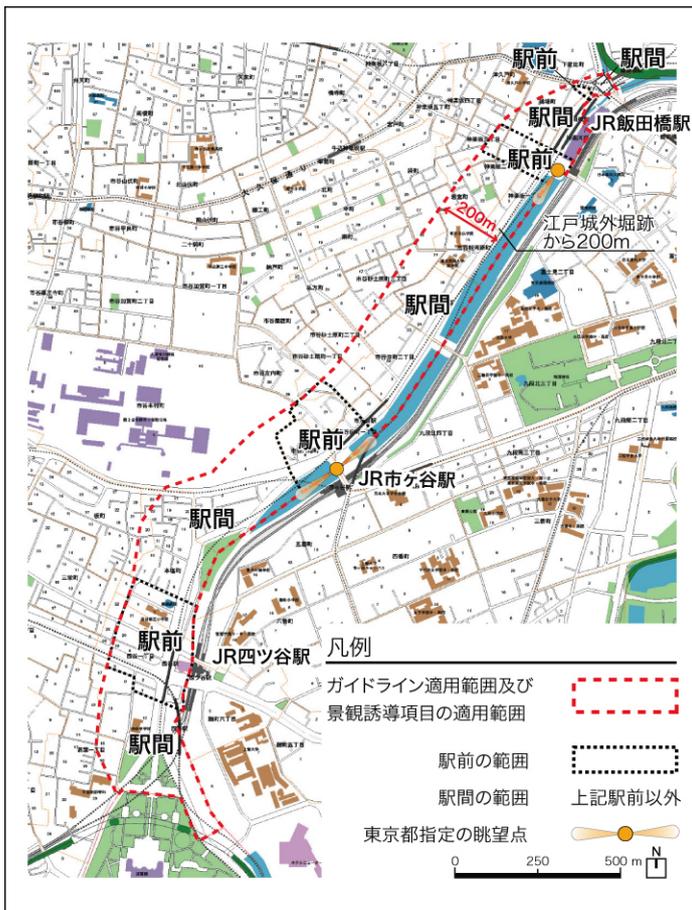
### ガイドラインの適用範囲

国史跡江戸城外堀跡及び江戸城外堀跡から200mの範囲

ガイドラインの適用範囲である地図上の赤い点線の範囲には、新宿区景観まちづくり計画の区分地区「歴史あるおもむき外濠地区」の屋外広告物に関する景観形成方針が適用されます。

景観誘導項目の適用範囲はガイドラインの適用範囲と同じ範囲です。

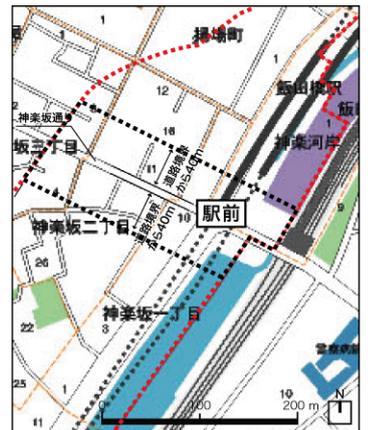
地域別ガイドライン（外濠周辺地区）ではガイドラインの適用範囲を「駅間」と「駅前」に大きく区分けをしています。地図上の黒い点線の範囲を「駅前」とし、その他の範囲は「駅間」となります。



ガイドラインの適用範囲



駅前: JR飯田橋駅東口



駅前: JR飯田橋駅西口



駅前: JR市ヶ谷駅



駅前: JR四ツ谷駅

### 景観誘導項目

外濠の歴史的文化的文化財や風致としての価値、地域の特性等を鑑み、景観誘導項目は以下3つとします。

#### 景観誘導項目1

**駅間の屋外広告物に関する景観形成**  
(外堀通りから展望できるもの、鉄道の車窓から展望できるもの)

#### 景観誘導項目2

**駅前の屋外広告物に関する景観形成** (外堀通りから展望できるもの)

#### 景観誘導項目3

**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**  
(東京都指定の眺望点：水辺・緑地景観)

※景観誘導項目1と2の範囲のうち、眺望点から特に大事な景観誘導項目とする。

## 景観誘導項目1

### 駅間の屋外広告物に関する景観形成（外堀通りから展望できるもの、鉄道の車窓から展望できるもの）

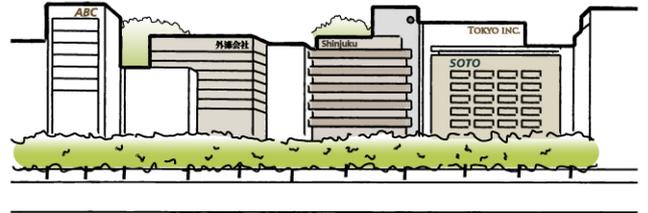
#### 景観形成の目標

## 歴史あるおもむきや水とみどりを四季折々に感じられる景観へ

具体的な方策1 **建築物の新築等** **屋外広告物の表示及び掲出等**

屋外広告物は背景となるまち、台地、みどり等や建築物の形態意匠に配慮した設置計画を行う

- 対象となる行為：  
建築物の新築等  
屋外広告物の表示及び掲出等



背景や建築物に配慮した屋外広告物を計画し、景観に調和させる。

具体的な方策2 **建築物の新築等** **屋外広告物の表示及び掲出等**

道路に面した壁面は建築物の形態意匠を主として見せるため、屋外広告物は視認できる必要最小限の大きさで設置計画を行う

- 対象となる行為：  
建築物の新築等  
屋外広告物の表示及び掲出等

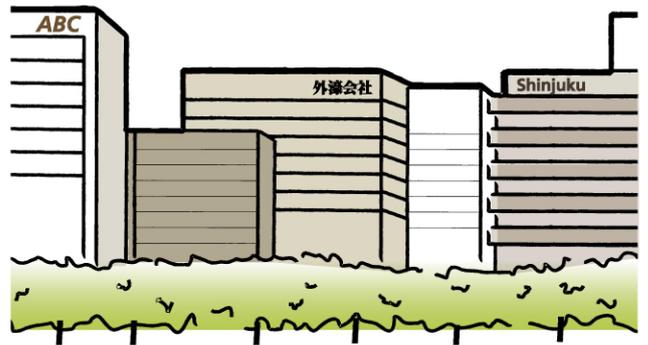


屋外広告物の掲出場所を必要最小限にし、建築物の形態意匠を見せる。

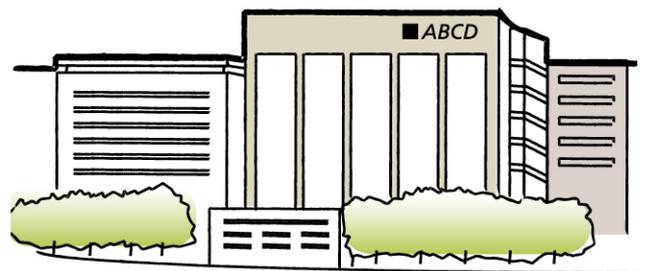
具体的な方策3 **屋外広告物の表示及び掲出等**

中層部、高層部\*に設置する屋外広告は、ロゴと文字の大きさを揃えた切り文字とする、余白を十分に用いるなど周辺景観や建築物に馴染むデザインとする

- 対象となる行為：  
屋外広告物の表示及び掲出等



建築物と一体的なデザインの屋外広告物を設置し、魅力的な街並みをつくる。



ロゴと文字の大きさを揃え、建築物と一体的にデザインする。

具体的な方策4 **屋外広告物の表示及び掲出等**

低層部はみどりや水辺の連続性に配慮しながら、隣接する屋外広告物と位置を合わせる、色彩や素材を揃えるなど、快適に歩いて楽しい空間づくりに配慮する

- 対象となる行為：  
屋外広告物の表示及び掲出等

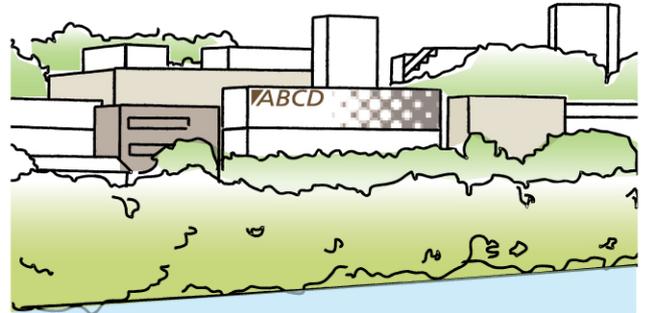


隣接する屋外広告物と位置を揃え、連続性を創出する。

具体的な方策5 **屋外広告物の表示及び掲出等**

屋外広告物のデザインでは高彩度の色彩を避けるなど、外濠のみどりや水辺と調和した落ち着いた色彩を基本とする

- 対象となる行為：  
屋外広告物の表示及び掲出等



屋外広告物は水とみどりに調和した低彩度の色彩を用いる。

具体的な方策6 **屋外広告物の表示及び掲出等**

夜間景観における屋外広告物について、中層部、高層部は通り全体の雰囲気づくりに配慮した明るさとし、低層部は街路灯や建築物の照明と併せ安心して歩ける空間づくりに配慮する

- 対象となる行為：  
屋外広告物の表示及び掲出等



通り全体の雰囲気づくりに配慮した明るさとする。



街路灯や建築物と併せて安心して歩ける空間づくりに配慮する。

## 景観誘導項目2

### 駅前交差点付近の屋外広告物の景観形成（外堀通りから展望できるもの）

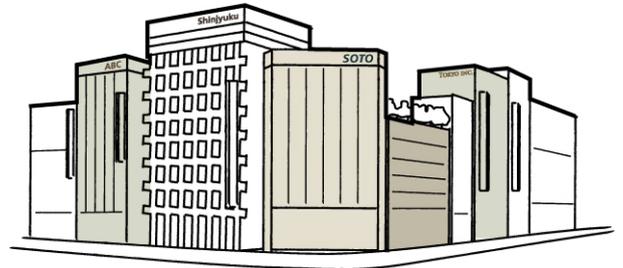
#### 景観形成の目標

## 歴史あるおもむきや水とみどりの連続性を意識した風格と賑わいの景観へ

#### 具体的な方策1 建築物の新築等 屋外広告物の表示及び掲出等

駅前やまちかどの顔は建築物の形態意匠で作り、建築物と一体的に屋外広告物は設置計画を行う

- 対象となる行為：  
建築物の新築等  
屋外広告物の表示及び掲出等

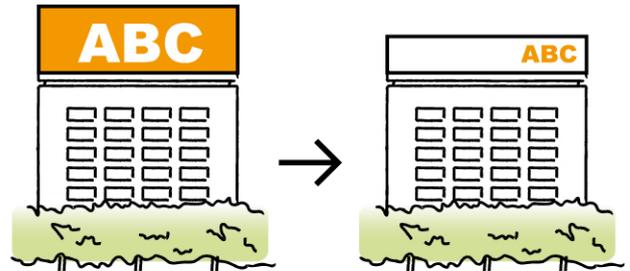


駅前やまちかどの屋外広告は、建築物と一体的に計画し、建築物のデザインをみせる。

#### 具体的な方策2 屋外広告物の表示及び掲出等

屋外広告物のデザインでは高彩度の色彩をできるだけ避ける、若しくは必要最小限の面積に抑えるなど、外濠景観の風格と賑わいの調和を図る

- 対象となる行為：  
屋外広告物の表示及び掲出等

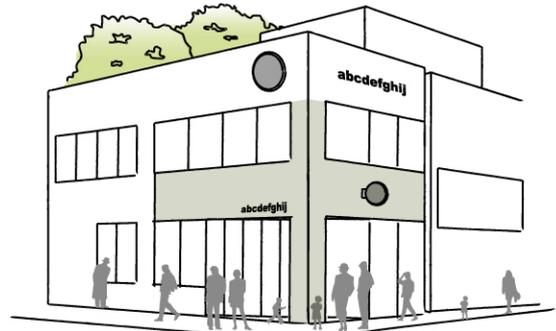


高彩度の色彩は必要最小限に抑えることで外堀周辺の景観などと賑わいの調和を図る。

#### 具体的な方策3 屋外広告物の表示及び掲出等

屋外広告は高層部での表示・掲出は抑え、低層部は賑わいととも外濠周辺の景観などに調和し、洗練された屋外広告物をつくる

- 対象となる行為：  
屋外広告物の表示及び掲出等



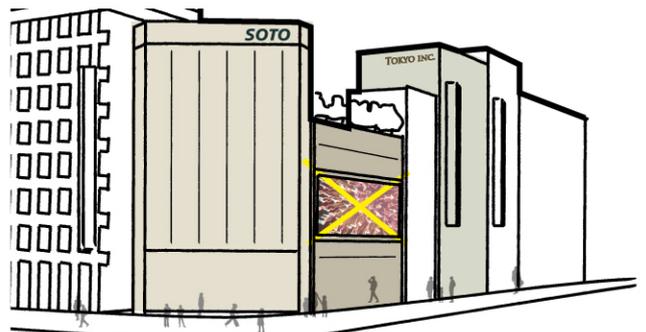
低層部では洗練された広告物をつくり、賑わいと外濠周辺の景観などに調和させる。

#### 具体的な方策4 屋外広告物の表示及び掲出等

可変表示式屋外広告物の表示・掲出は避けるよう努める

※都市計画に位置づけがあり、防災上に資するものはこの限りではありません。

- 対象となる行為：  
屋外広告物の表示及び掲出等



東京都屋外広告物条例を準用してビジョン広告やデジタルサイネージの表示・掲出は避けるよう努める。

景観誘導項目3

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（東京都指定の眺望点：水辺・緑地景観）

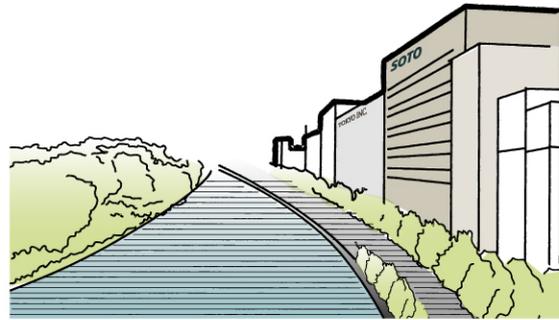
景観形成の目標

歴史あるおもむきや水とみどりの空間を主役とした東京を代表する美しい眺望景観へ

具体的な方策1 建築物の新築等 屋外広告物の表示及び掲出等

屋外広告物は眺望点からの見え方に配慮し、  
建築物と一体的に設置計画を行う

- 対象となる行為：  
建築物の新築等  
屋外広告物の表示及び掲出等



眺望を保全するため屋外広告物は建築物と一体的に計画する。

具体的な方策2 屋外広告物の表示及び掲出等

原則、屋外広告物の表示・掲出は自家用広  
告物のみとし、眺望点から視認できる必要  
最小限の大きさとする

- 対象となる行為：  
屋外広告物の表示及び掲出等

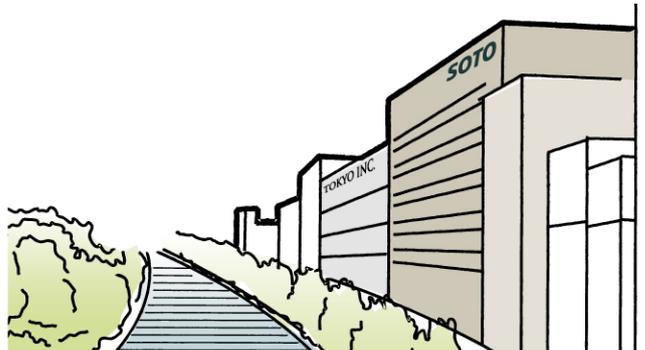


原則自家用広告物のみとし、大きさを抑える。

具体的な方策3 屋外広告物の表示及び掲出等

屋上広告物は設置しないよう努める  
建築物と一体的に計画するよう努める

- 対象となる行為：  
屋外広告物の表示及び掲出等

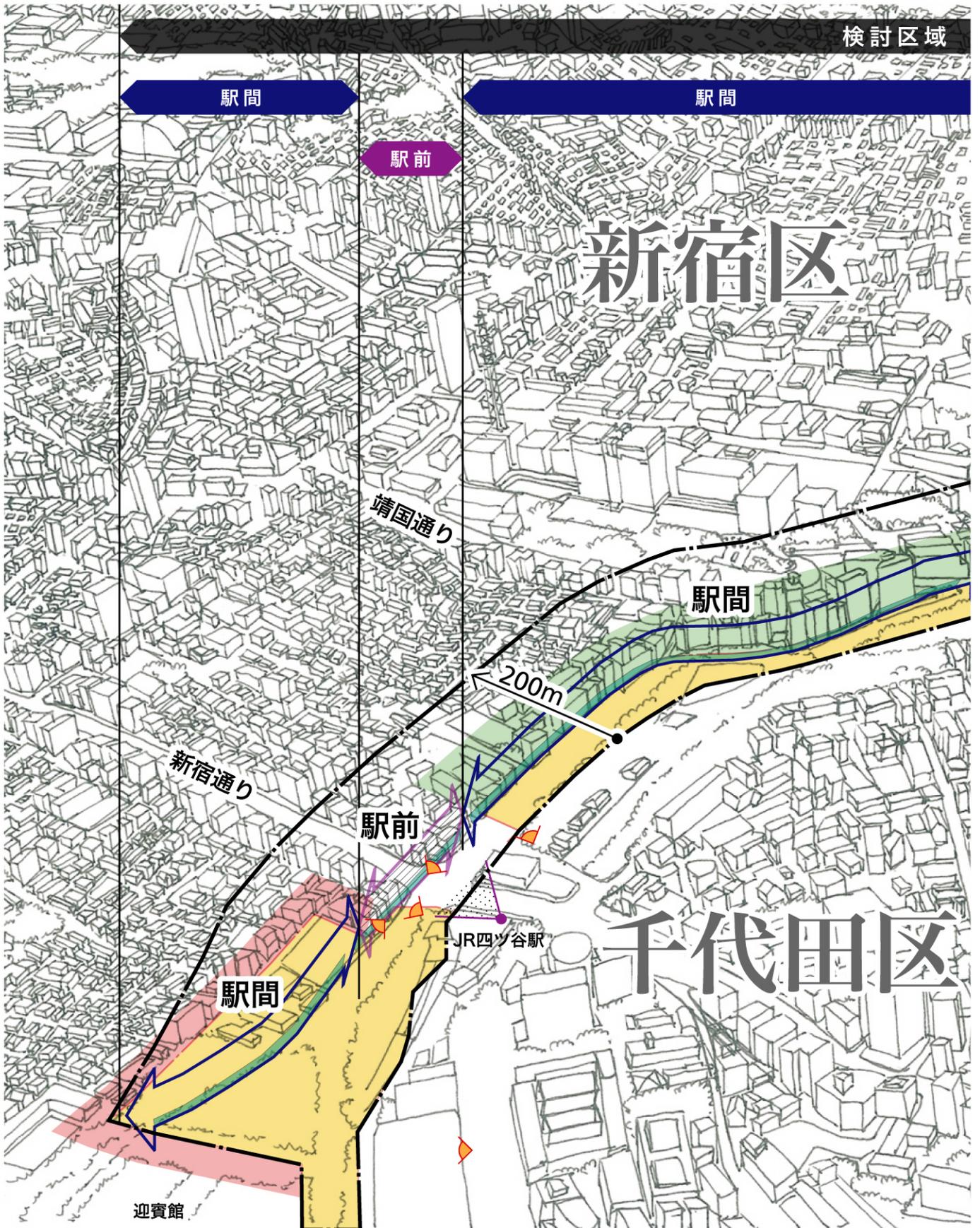


建築物と一体的に計画するよう努め、眺望景観を保全する。

■ガイドラインの拡充・見直し

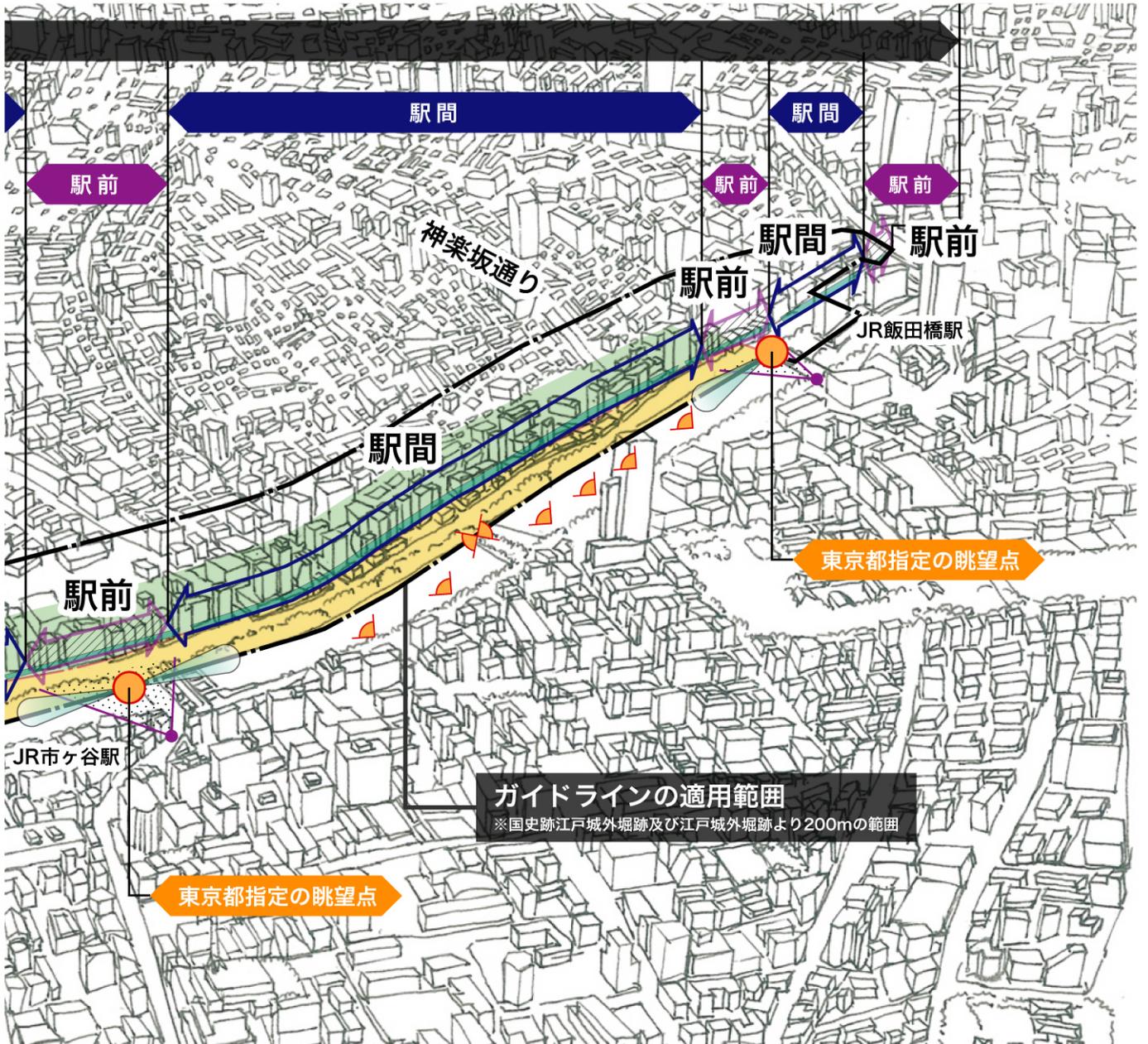
都市計画道路の整備、外濠の整備等、まちの変化と併せ、ガイドラインの拡充や見直しを行います。

# ガイドラインの適用範囲（外濠周辺地区）



凡例

-  東京都指定の眺望点
-  駅前区間への眺望
-  エリア別景観形成ガイドラインの眺望点
-  都市の骨格となる水や緑の連なりを維持・向上する(史跡江戸城外堀保存管理計画書)



規制区域	禁止事項など
 <p><b>風致地区</b>                      条例第6条第1項第2号                      市ヶ谷、弁慶橋、明治神宮内外苑付近</p>	<p><b>全面禁止</b>                      自家用広告物の適用除外あり</p>
 <p><b>都道 外環状線の沿道</b>                      告示第151号                      神楽坂1丁目～四谷1丁目</p>	<p><b>道路から展望できる広告物で</b>                      1.赤色光を使用するもの(表示面積の1/20以下且つ5㎡以下は除く)                      2.点滅するもの(緩慢なものを除く)                      3.露出したネオン管を使用するもの</p>
 <p><b>都道 外環状線の沿道</b>                      告示第151号                      四谷1丁目～港区元赤坂2丁目</p>	<p><b>道路から展望できる広告物</b>                      自家用広告物の適用除外あり</p>

## 外濠周辺地区の特性

外濠周辺地区は、国史跡江戸城外堀跡を含み、江戸時代から継承される歴史的資源である濠や見附城門跡に、近代以降、橋や鉄道、公園などが設置され、江戸から今日に至る都市の記憶の重層性を見ることができる地区です。

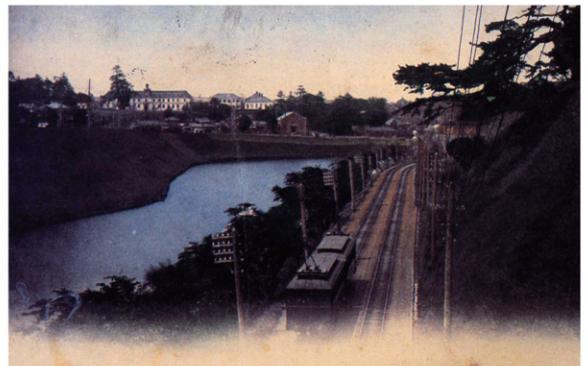
同時に、大都市の貴重な水辺空間であり、かつて外濠の構築にあたり、その地形を活用されたように、変化に富んだ地形を有しています。

現在は、周辺を含め豊かな水辺とみどりに囲まれ、春の桜、秋の紅葉、また昼間の賑わいや水辺の夜景など、季節や時間帯によって様々な表情をみせる潤いと安らぎの空間となっています。

また、地区計画の策定、再開発事業などのまちづくりが盛んな地域でもあります。その他、東京都の皇居周辺地域の景観誘導や、千代田区・港区・新宿区の3区連携による広域的な景観の取組みを行っています。



タイトル・出典：「東都名所坂づくし 牛込神楽坂之図」  
歌川広重画（新宿歴史博物館蔵）



甲武鉄道四ツ谷見付ヨリ陸軍幼年学校遠望の景  
明治末期（新宿歴史博物館蔵）

## 景観まちづくり計画における区分地区の景観形成方針

新宿区景観まちづくり計画の「歴史あるおもむき外濠地区」において、屋外広告物に関する景観形成方針を示している。

### 『歴史あるおもむきや水とみどりの空間における屋外広告物の景観誘導』

変化に富んだ地形、連続する水とみどりなど外濠の景観特性に応じた屋外広告物のデザイン誘導を進め、新宿区を代表する美しい都市景観を形成していきます。また、眺望景観の保全を目的に、東京都屋外広告物条例の制度と連携し、表示等の制限に関する事項の検討を進めます。

## ガイドラインを活用した景観事前協議の対象

- ①新宿区景観まちづくり計画に基づく届出対象行為のうち建築物の新築等
- ②新宿区景観まちづくり条例に基づく景観事前協議の対象となる屋外広告物の新設等

建築物の新築等

屋外広告物の表示及び掲出等

※屋外広告物の新設等は以下を全て満たすものとします。

- ・東京都屋外広告物条例に基づく許可申請の対象
- ・土地に定着、あるいは建築物に附帯する屋外広告物（野立看板、袖看板、壁面看板、屋上看板）
- ・今後、新たに設置されるもの



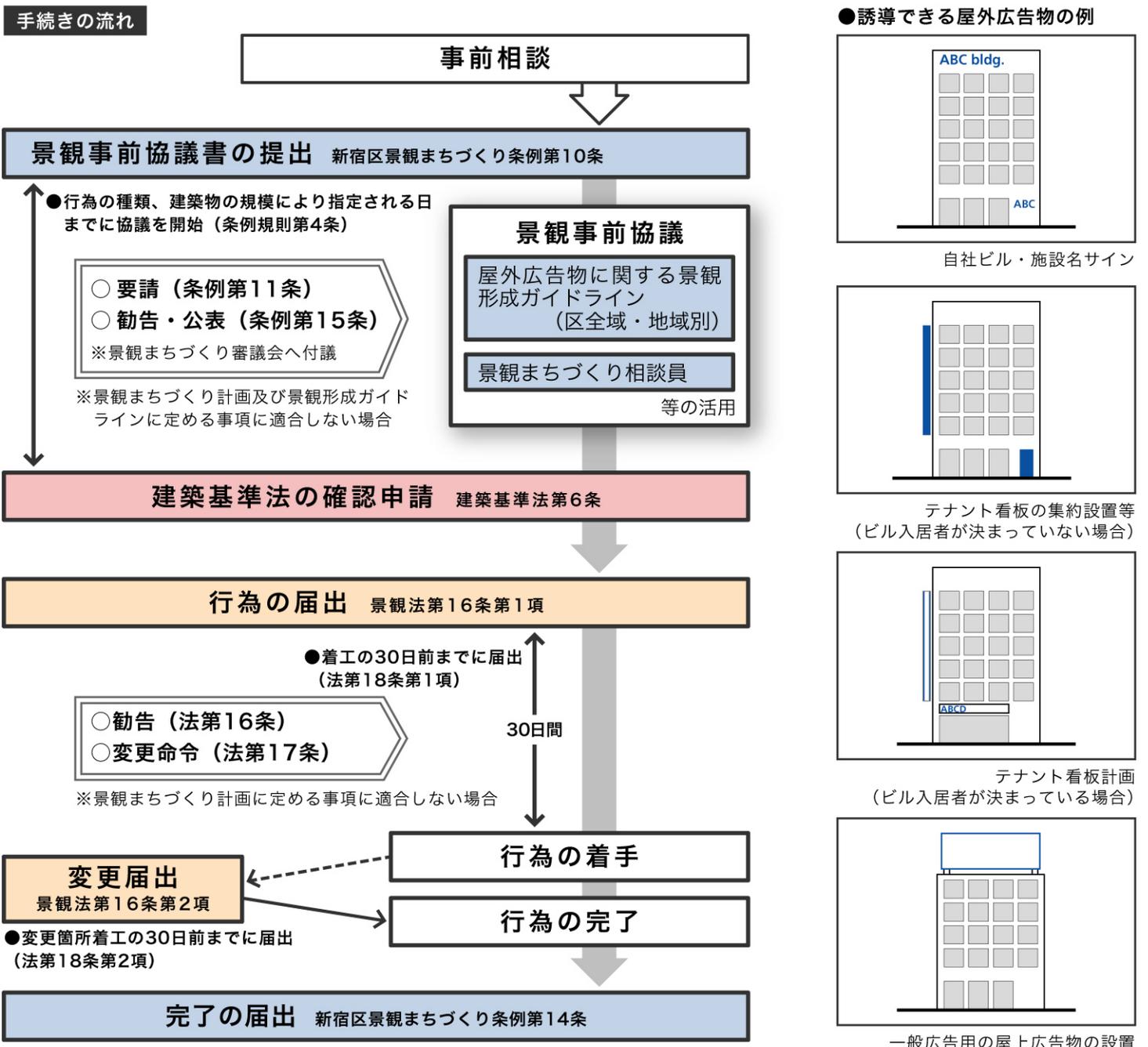
# 4 屋外広告物の景観誘導に関する手続き

新宿区では、屋外広告物条例上の許可手続きとは別に、景観まちづくりの側面から景観やデザインに関して、屋外広告物に関するガイドラインを活用し、屋外広告物の景観誘導を行います。

建築物の新築等、また、屋外広告物の新設等において、景観事前協議による誘導を行います。また、事業者、関係団体等への啓発活動を継続的に取組んでいきます。

## 4-1. 建築物の新築等における誘導

- 誘導方法：景観事前協議及び行為の届出の運用の中で建築物に付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、周辺景観や建築物に配慮した屋外広告物の事前計画
- 届出対象：新宿区景観まちづくり計画で定められる届出対象となる行為
- 措置等：新宿区景観まちづくり条例に基づく「要請」、「勧告」、「公表」  
景観法に基づく「勧告」、「変更命令」等



【参考】届出対象：屋外広告物

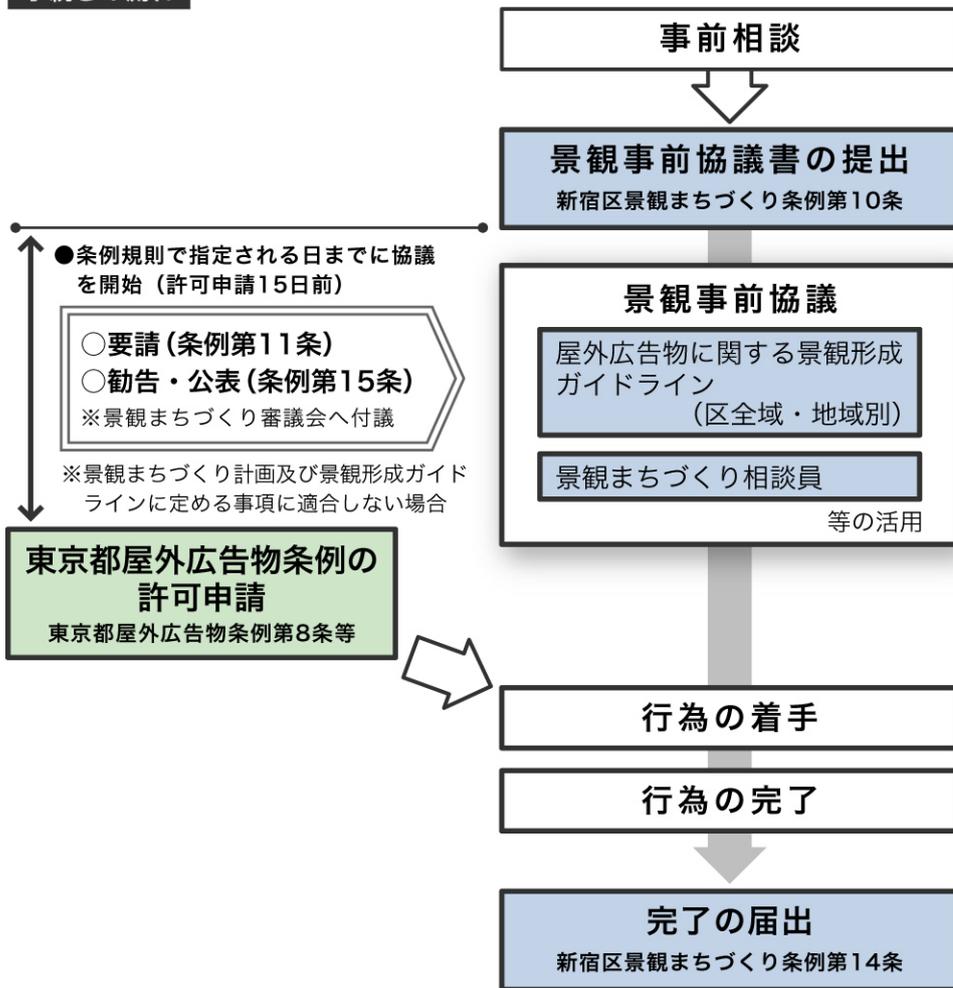
以下を全て満たすものを対象とする

- ・東京都屋外広告物条例に基づく許可申請の対象
- ・土地に定着、あるいは建築物に附帯する屋外広告物（野立看板、袖看板、壁面看板、屋上看板）
- ・今後、新たに設置されるもの

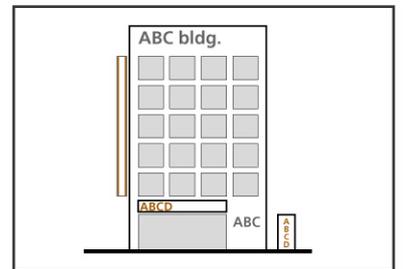
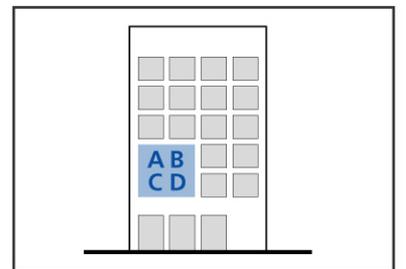
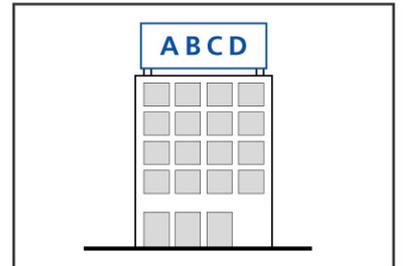
## 4-2. 屋外広告物の新設等における誘導

- 誘導方法：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誘導を行う
- 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・掲出
- 届出対象：新宿区景観まちづくり条例で規定する屋外広告物の設置等の行為
- 措置等：新宿区景観まちづくり条例に基づく「要請」、「勧告」、「公表」

手続きの流れ



●誘導できる屋外広告物の例



### 啓発活動

景観事前協議による屋外広告物の景観誘導の他、広告主、事業者、建物所有者、関係団体等へ広く区の実施について周知啓発を進め、ガイドライン等に沿った自主的な取組みを促していきます。

また、区民参画の表彰制度、区ホームページでの紹介の実施等により、区は良好な事例について積極的に顕彰を行っていきます。

# 5 よりよい景観形成に向けた継続的な見直し等

屋外広告物は経済状況や社会情勢等により日々変化を続けています。屋外広告物に関する景観形成ガイドラインは、PDCAサイクルにより継続的に見直し等を行っていきます。

なお地域別ガイドラインは、まちづくりの進捗に併せて、地域と合意形成を図りながら順次追加していきます。

※P=Plan、D=Do、C=Check、A=Action、計画を実施し不適合な箇所について、随時チェックしながら見直す取組み