3 地区別屋外広告物ガイドライン

（新宿区景観まちづくり条例第９条第１項の規定に基づく景観形成ガイドラインとする）

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「地域特性を活かした広告のルールづくり」に基づき、地区別屋外広告物ガイドラインの策定地区を追加していきます。

様々な視点からの検討

地区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。

方向性と詳細なガイドライン

地区別の検討内容は、景観形成方針と地区別屋外広告物ガイドラインです。

「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。

「地区別屋外広告物ガイドライン」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。地区別屋外広告物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。

ガイドラインを活用した景観事前協議の対象

以下の要件が協議の対象です。

⑴ 新宿区景観まちづくり計画等に基づく届出対象行為のうち建築物の新築等 …… 建築物の新築等

⑵ 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表示又は設置等 …… 屋外広告物の表示又は設置等

※屋外広告物の表示又は設置等は①及び②を満たすものです。

①東京都屋外広告物条例*の規定による許可の申請が必要な屋外広告物

②建築物若しくは工作物に附帯し、又は土地に定着する広告塔、広告板（小型広告板を含む）、電柱又は街路灯柱の利用広告、標識利用広告、アーチ及び装飾街路灯並びに建築物若しくは工作物又は土地に表示するプロジェクションマッピング*

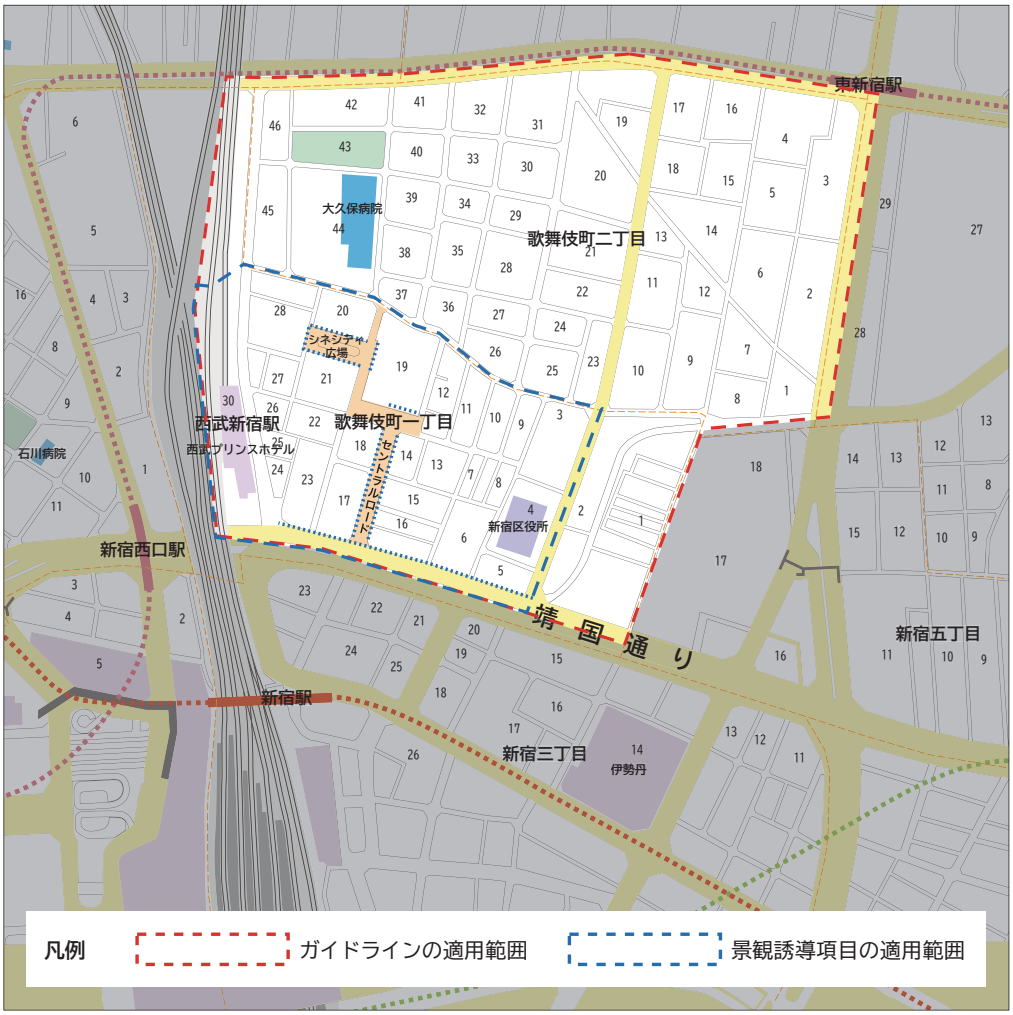
3-1 歌舞伎町地区

ガイドラインの適用範囲

歌舞伎町一丁目地内　及び
歌舞伎町二丁目

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、地区別屋外広告物ガイドライン（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

ガイドラインの中で特に、以下３つを景観誘導項目として設定します。

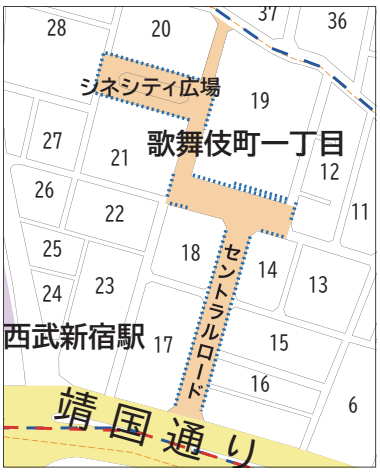
（1）セントラルロード沿道及びシネシティ広場周辺における屋外広告物の景観形成

（2）Ｔ字路のアイストップ*を活かした屋外広告物の景観形成

（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



セントラルロード沿道 及び
シネシティ広場周辺

景観形成の目標

歌舞伎町ならではの
誰もが心地良く楽しめる景観へ

具体的な方策

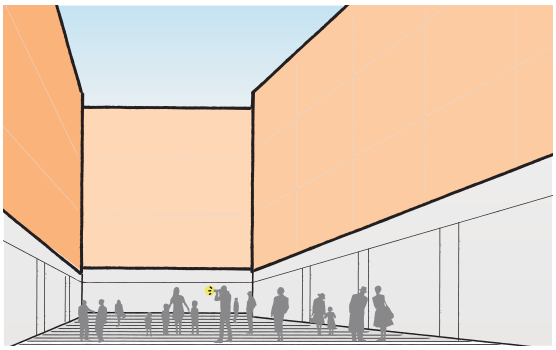
❶ 隣接する屋外広告物と色彩、光などの関係性を持たせ、奥行きを演出する袖看板の計画的な設計を行う

対象となる行為：建築物の新築等　屋外広告物の表示又は設置等

周辺の袖看板と合わせて奥行きのある通りを演出する。

❷ 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

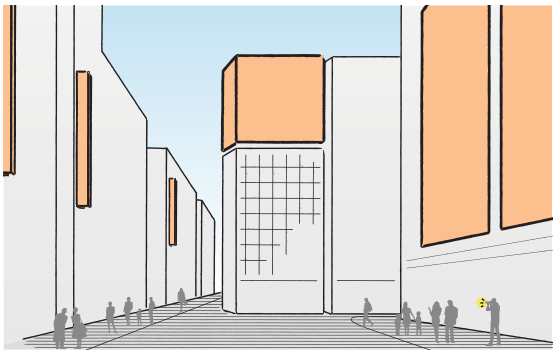
対象となる行為：建築物の新築等　屋外広告物の表示又は設置等



歌舞伎町のまちの構造を活かし、屋外広告物を活用した空間づくりを行う。

❸ 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

対象となる行為：建築物の新築等　屋外広告物の表示又は設置等



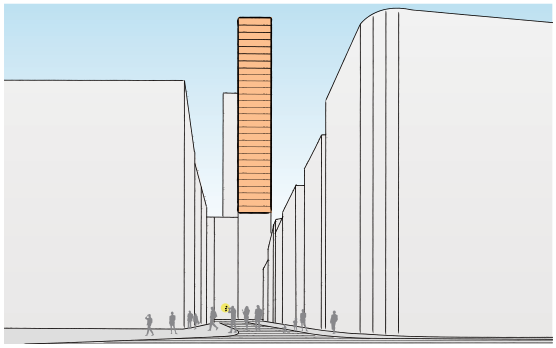
セントラルロードとシネシティ広場を結ぶ重要なアイストップとして、魅力をつなげる屋外広告物を活用した、魅力的な空間を演出する。

建築物の新築等　屋外広告物の表示又は設置等　P. 358　4 屋外広告物の景観誘導に関する手続き

❹ 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

対象となる行為：屋外広告物の表示又は設置等

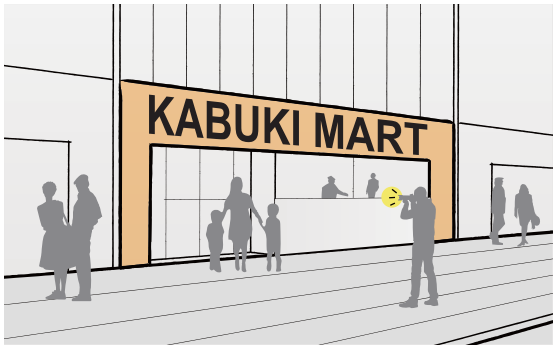
※エリアマネジメントの取組みと連携した規制緩和の制度を活用する場合があります。



歌舞伎町のシンボルとなる屋外広告物をつくる。

❺ 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

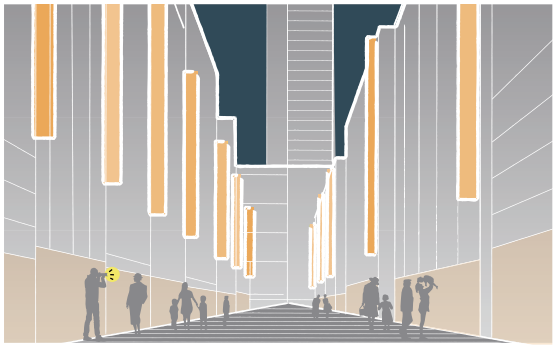
対象となる行為：屋外広告物の表示又は設置等



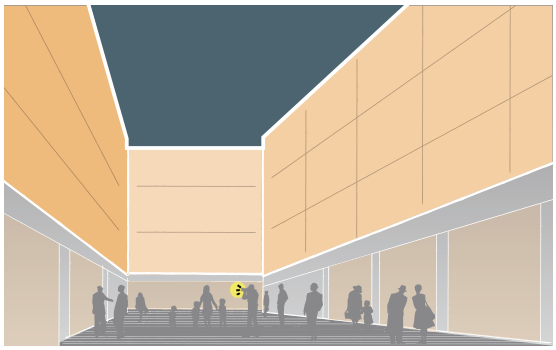
歌舞伎町にしかない華やかなチェーン店、コンビニ等の外装デザインにより賑わいを演出する。

❻ 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

対象となる行為：屋外広告物の表示又は設置等



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。

建築物の新築等 屋外広告物の表示又は設置等 P. 358 4 屋外広告物の景観誘導に関する手続き

景観誘導項目

（2）T字路のアイストップ*を活かした屋外広告物の景観形成

歌舞伎町一丁目内のT字路のアイストップ

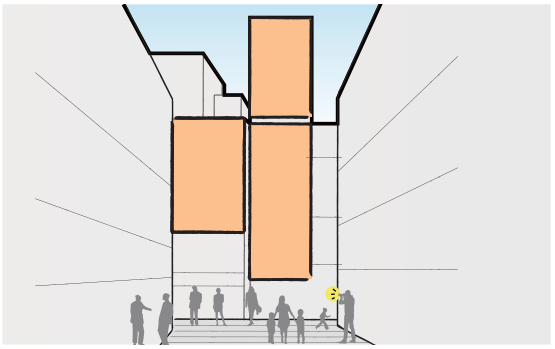
景観形成の目標

歌舞伎町の都市構造を活かした迷宮的な楽しさを演出する景観へ

具体的な方策

❶ 視認性*の高い壁面や屋上部に屋外広告物の活用を図る

対象となる行為：建築物の新築等　屋外広告物の表示又は設置等


アイストップとなる面を捉え、屋外広告物の活用を図る。

❷ 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

対象となる行為：屋外広告物の表示又は設置等

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（歌舞伎町タウン・マネージメント）

歌舞伎町タウン・マネージメントが主体となり、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等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。

建築物の新築等　屋外広告物の表示又は設置等　P. 358
4 屋外広告物の景観誘導に関する手続き

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

靖国通り沿い

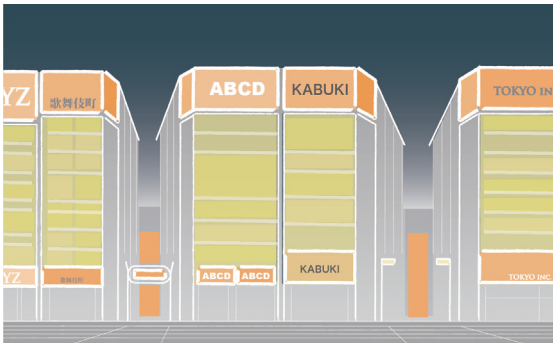
景観形成の目標

歌舞伎町の入口として象徴となる景観へ

具体的な方策

❶ 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

対象となる行為：建築物の新築等　屋外広告物の表示又は設置等



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。

❷ 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

対象となる行為：屋外広告物の表示又は設置等

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

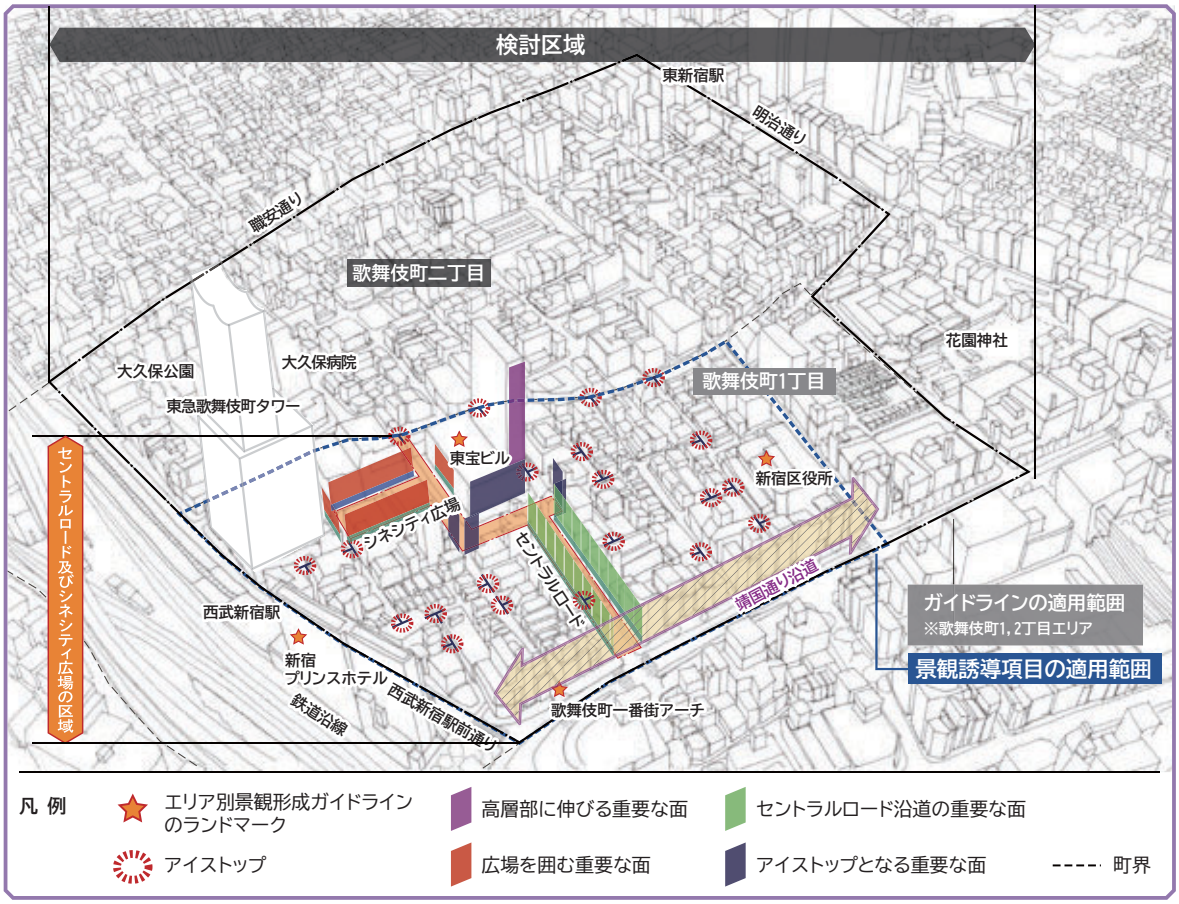
今後、屋外広告物を活用したエリアマネジメントと連携し、公益的な取組みと併せて景観まちづくりに取り組んでいきます。工事現場の仮囲いをはじめ、新たな媒体の活用等、屋外広告物によるエンターテイメント性に溢れた景観形成を進めます。

建築物の新築等　屋外広告物の表示又は設置等　P. 358
4 屋外広告物の景観誘導に関する手続き

参考

ガイドラインの適用範囲（歌舞伎町地区）

※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。



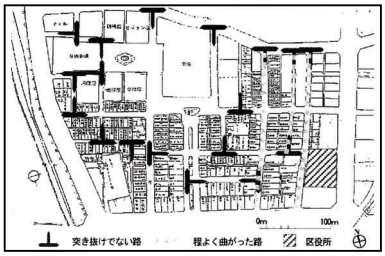
歌舞伎町地区の特性

歌舞伎町は、戦後、石川栄耀を中心に民間主導で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組みが行われています。



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って―」
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みます。

3-2 外濠周辺地区

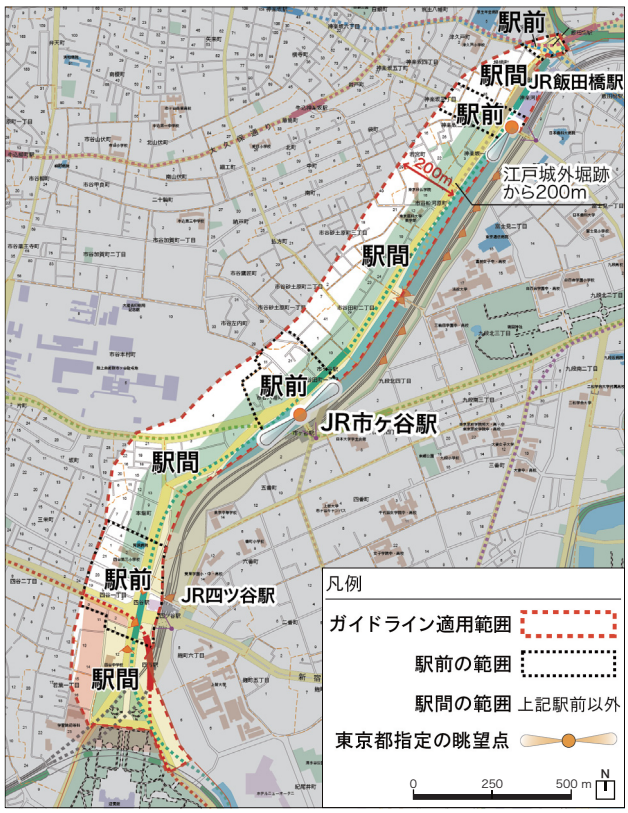
ガイドラインの適用範囲

国史跡江戸城外堀跡 及び
江戸城外堀跡から200mの範囲

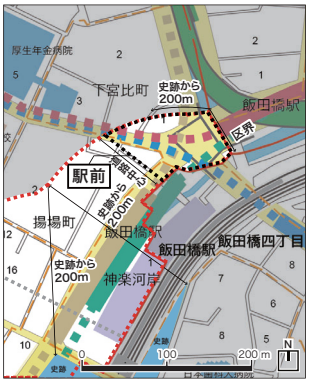
ガイドラインの適用範囲である地図上の赤い点線の概ねの範囲には、新宿区景観まちづくり計画の区分地区「歴史あるおもむき外濠地区」の屋外広告物に関する景観形成方針が適用されます。

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。

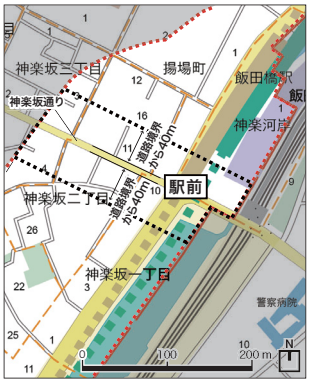
地区別屋外広告物ガイドライン（外濠周辺地区）ではガイドラインの適用範囲を「駅間」と「駅前」に大きく区分けをしています。地図上の黒い点線の範囲を「駅前」とし、その他の範囲は「駅間」となります。



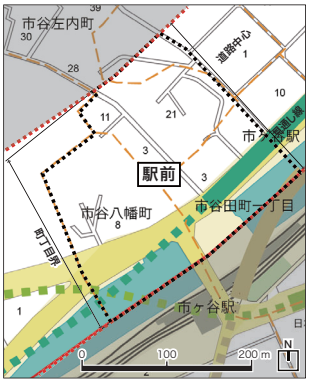
ガイドラインの適用範囲



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。

（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）

（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）

（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）

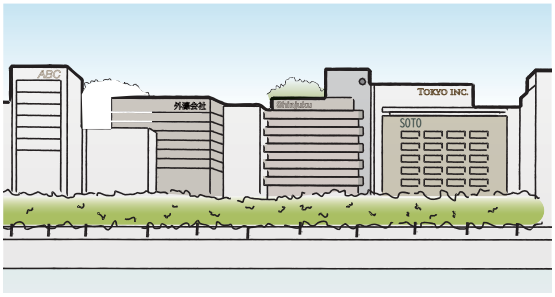
景観形成の目標

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

❶ 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　屋外広告物の表示又は設置等



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。

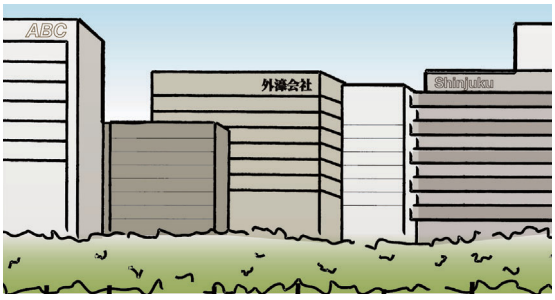
❷ 道路に面した壁面は建築物の形態意匠を主として見せるため、屋外広告物は視認できる必要最小限の大きさで設置計画を行う

対象となる行為：建築物の新築等　屋外広告物の表示又は設置等

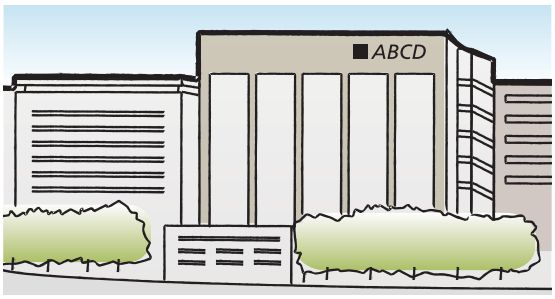
屋外広告物の掲出場所を必要最小限にし、建築物の形態意匠を見せる。

❸ 中層部*、高層部*に設置する屋外広告物は、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：建築物の新築等　屋外広告物の表示又は設置等



建築物と一体的なデザインの屋外広告物を設置し、魅力的なまちなみをつくる。



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。

建築物の新築等　屋外広告物の表示又は設置等　P. 358
4 屋外広告物の景観誘導に関する手続き

❹ 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

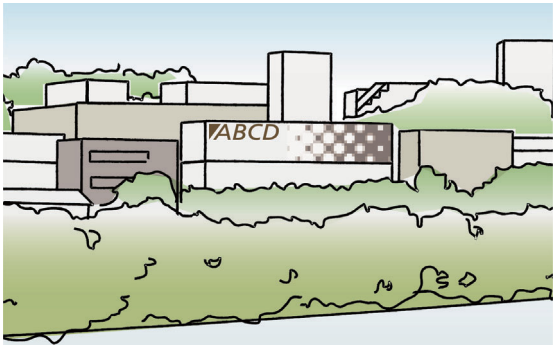
対象となる行為：屋外広告物の表示又は設置等

※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。

隣接する屋外広告物と位置を揃え、連続性を創出する。

❺ 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

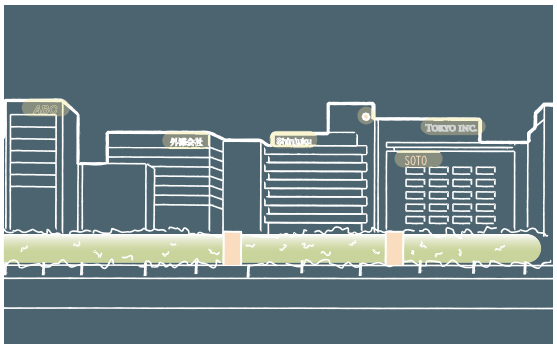
対象となる行為：屋外広告物の表示又は設置等

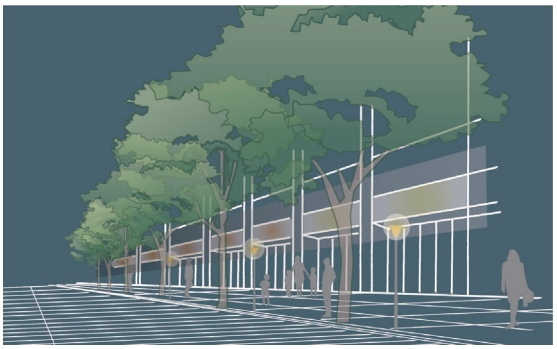


屋外広告物は水とみどりに調和した低彩度の色彩を用いる。

❻ 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：屋外広告物の表示又は設置等




街路灯や建築物の照明と併せて安心して歩ける空間づくりに配慮する。

建築物の新築等 屋外広告物の表示又は設置等 P. 358
4 屋外広告物の景観誘導に関する手続き

景観誘導項目

（2）駅前の屋外広告物の景観形成

（外堀通りから展望できるもの）

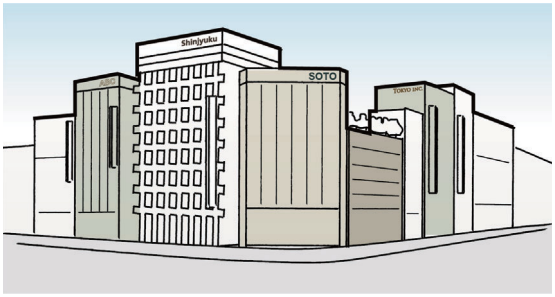
景観形成の目標

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

❶ 駅前やまちかどの顔は建築物の形態意匠*でつくり、建築物と一体的に屋外広告物の設置計画を行う

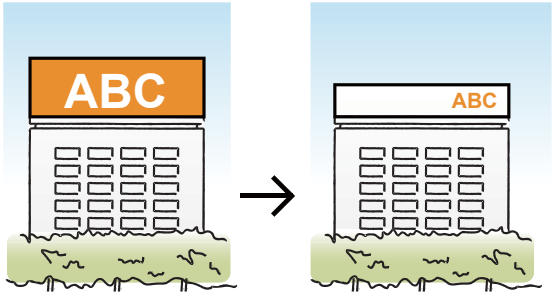
対象となる行為：建築物の新築等　屋外広告物の表示又は設置等



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

❷ 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

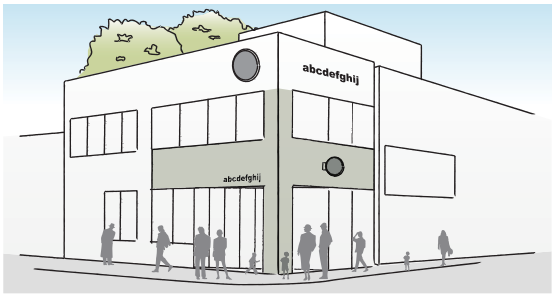
対象となる行為：屋外広告物の表示又は設置等



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

❸ 屋外広告物は高層部*での表示・掲出は抑え、低層部*は賑わいとともに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

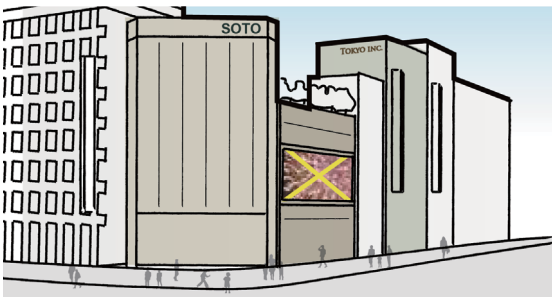
対象となる行為：屋外広告物の表示又は設置等



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

❹ 可変表示式屋外広告物*の表示・掲出は避けるよう努める

対象となる行為：屋外広告物の表示又は設置等



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。

※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。

建築物の新築等　屋外広告物の表示又は設置等　P. 358　4 屋外広告物の景観誘導に関する手続き

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）

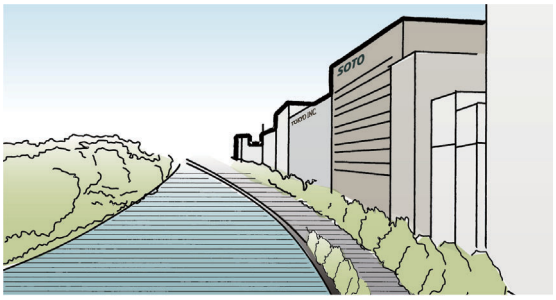
景観形成の目標

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

❶ 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　屋外広告物の表示又は設置等



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。

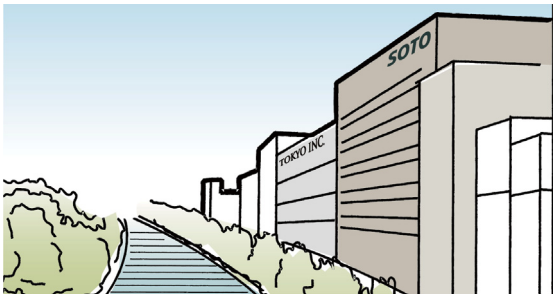
❷ 原則、屋外広告物の表示・掲出は自家用広告物のみとし、眺望点から視認できる必要最小限の大きさとする

対象となる行為：屋外広告物の表示又は設置等

原則自家用広告物のみとし、大きさを抑える。

❸ 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：屋外広告物の表示又は設置等



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。

建築物の新築等　屋外広告物の表示又は設置等　P. 358
4 屋外広告物の景観誘導に関する手続き

参考

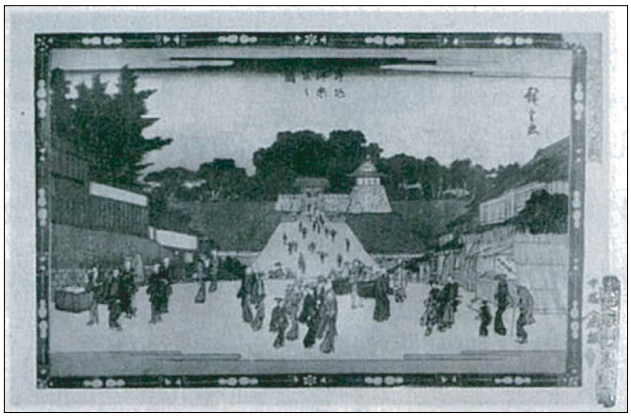
外濠周辺地区の特性

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、その地形が活用されたように、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。



「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

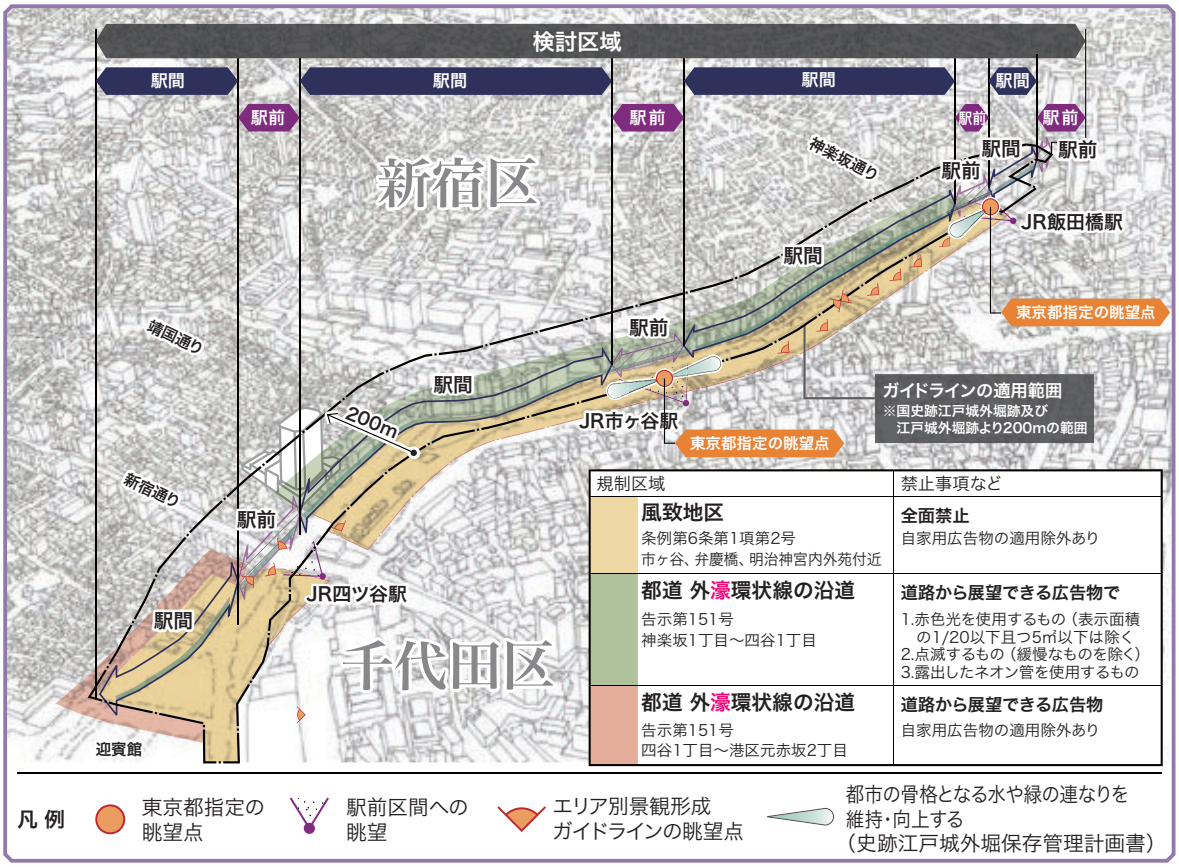
新宿区景観まちづくり計画の「歴史あるおもむき外濠地区」において、屋外広告物に関する景観形成方針を示しています。

『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、屋外広告物の景観誘導を進めます（P. 29 参照）。

参考

ガイドラインの適用範囲（外濠周辺地区）



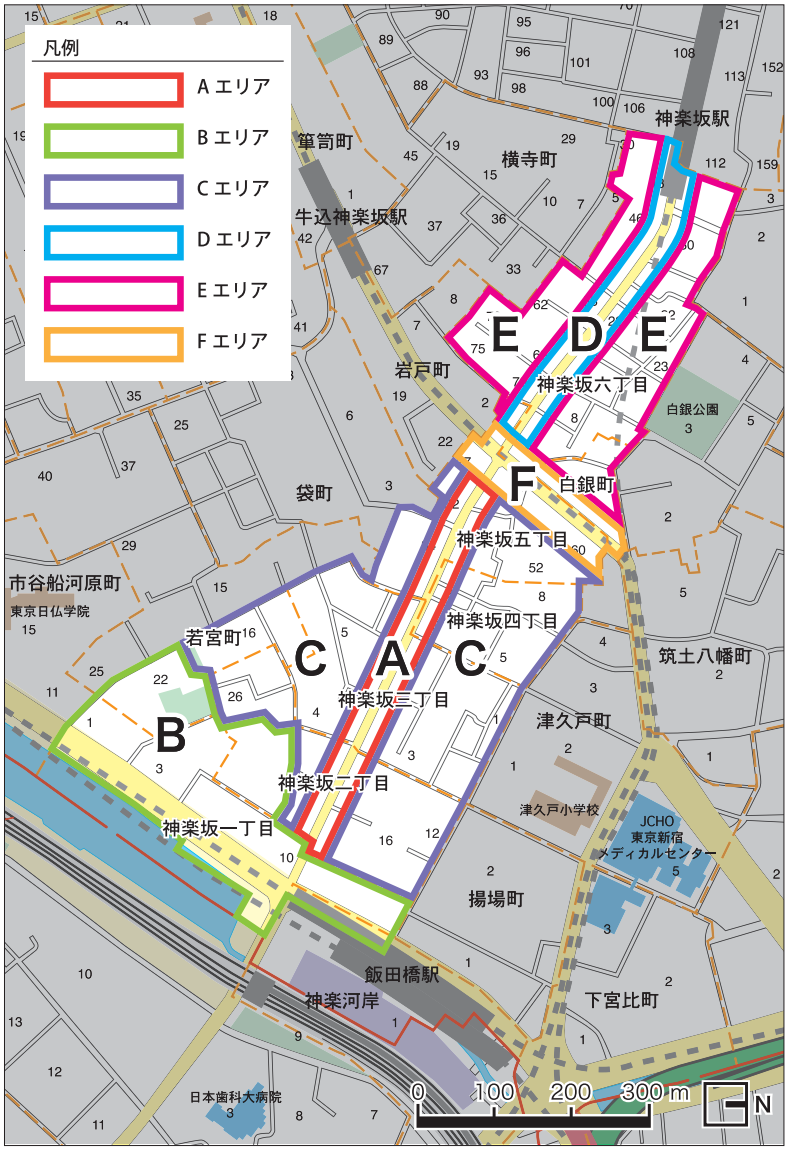
3-3 神楽坂地区

ガイドラインの適用範囲 ｜ 神楽坂一～六丁目、白銀町地内 及び 若宮町地内

地区別屋外広告物ガイドライン（神楽坂地区）ではガイドラインの適用範囲を以下の６つのエリアに大きく区分けをしています。

屋外広告物を設置する際は、東京都屋外広告物条例*の許可申請の有無に関わらず、地元まちづくり組織と協議が必要です。

P. 347 ❼ 地元関係者組織との協議



Dエリア
（神楽坂五、六丁目の神楽坂通りに面するエリア）

Eエリア
（神楽坂六丁目及び白銀町の路地に面するエリア）

Fエリア
（大久保通りに面するエリア）

Aエリア
（神楽坂二～五丁目の神楽坂通りに面するエリア）

Bエリア
（外堀通り沿道一帯エリア）

Cエリア
（神楽坂二～五丁目及び若宮町の路地に面するエリア）

神楽坂地区全体の特性

坂道と街路樹の美しい神楽坂通りを中心に、伝統と現代がふれあう多様性のある地区です。商業施設と居住施設が共存した地域や伝統的な路地地域を彩る粋な屋外広告物が求められます。

各エリアの特性

Aエリア（神楽坂二～五丁目の神楽坂通りに面するエリア）の特性

神楽坂通りを中心に、来街者で賑わう活気のあるエリアです。寺社や老舗が醸し出す伝統と、新進の店舗が醸し出す現代的な雰囲気が融合した商業空間が形成されています。

Bエリア（外堀通り沿道一帯エリア）の特性

外濠に面し、飯田橋駅から神楽坂地区に向かう来街者の入り口となる賑やかなエリアです。外濠の水とみどりに配慮したまちづくりを進めています。

Cエリア（神楽坂二～五丁目及び若宮町の路地に面するエリア）の特性

飲食店や商店が軒を連ね、石畳や行灯、黒塀が特徴の情緒あふれる路地のあるエリアです。
小粋な横丁にふさわしく、道路の美装化がなされた地域もあり、歴史あるまちなみを継承しながら伝統的な路地の雰囲気が保たれています。

Dエリア（神楽坂五、六丁目の神楽坂通りに面するエリア）の特性

商業施設と居住施設が共存するエリアです。良好な居住環境を保ちつつ、神楽坂らしい商業空間の演出が見られます。

Eエリア（神楽坂六丁目及び白銀町の路地に面するエリア）の特性

住宅が多いエリアです。生活する場としての落ち着いた雰囲気が感じられます。各所に点在する店舗がまちのアクセントとなっています。

Fエリア（大久保通りに面するエリア）の特性

大久保通りを中心としたエリアです。ＡＢＣエリアからＤＥエリアへの連続性に配慮したまちづくりを進めています。

景観誘導項目

各エリアの建築構造や店舗業種などの特性を鑑み、以下の７つを景観誘導項目として設定します。

（1）神楽坂地区全体に共通する屋外広告物の景観形成
（2）Ａエリアの屋外広告物に関する景観形成
（神楽坂二～五丁目の神楽坂通りに面するエリア）
（3）Ｂエリアの屋外広告物に関する景観形成
（外堀通り沿道一帯エリア）
（4）Ｃエリアの屋外広告物に関する景観形成
（神楽坂二～五丁目及び若宮町の路地に面するエリア）
（5）Ｄエリアの屋外広告物に関する景観形成
（神楽坂五、六丁目の神楽坂通りに面するエリア）
（6）Ｅエリアの屋外広告物に関する景観形成
（神楽坂六丁目及び白銀町の路地に面するエリア）
（7）Ｆエリアの屋外広告物に関する景観形成
（大久保通りに面するエリア）

景観誘導項目

⑴神楽坂地区全体に共通する屋外広告物の景観形成

景観形成の目標

伝統と現代がふれあう粋なまち　―神楽坂―

具体的な方策（全ての広告物）

❶ 周囲のまちなみに配慮する

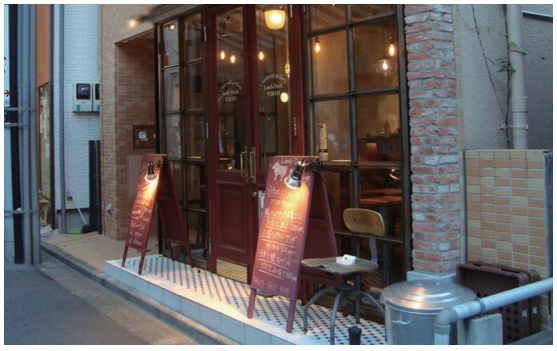
- ◆ 屋外広告物は建築物外装と調和させながら、近隣の建築物や塀、植栽、工作物など周囲の景観との調和にも配慮し、通りの連続性を確保する。
- ◆ 建築物のファサード*で趣を出し、屋外広告物の掲出をできるだけ控える。
- ◆ 屋外広告物は、掲出する高さに配慮する。

近隣店舗で建築物外装のイメージを統一した例

❷ 安全性に配慮する

- ◆ 道路など敷地の外には、置き看板やのぼり旗、行灯などを置かず、安心して通行ができる、歩く人にやさしいまちをつくる。
- ◆ 敷地内においても歩行者の通行や見通しを妨げない大きさや設置位置とする。

※道路：公道及び私道


小スペースに広告物やオブジェを配置した例

❸ 広告物設置を計画的に行う

- ◆ 設置場所については建築物との一体化を目指し、計画的な配置により集約するなどまちなみに配慮する。
- ◆ 特にテナントビルなど複数の事業者が掲出する場合は、ビル全体で管理し、集合看板を設置するなど各テナントへの集客に配慮しつつ秩序が感じられるよう工夫する。

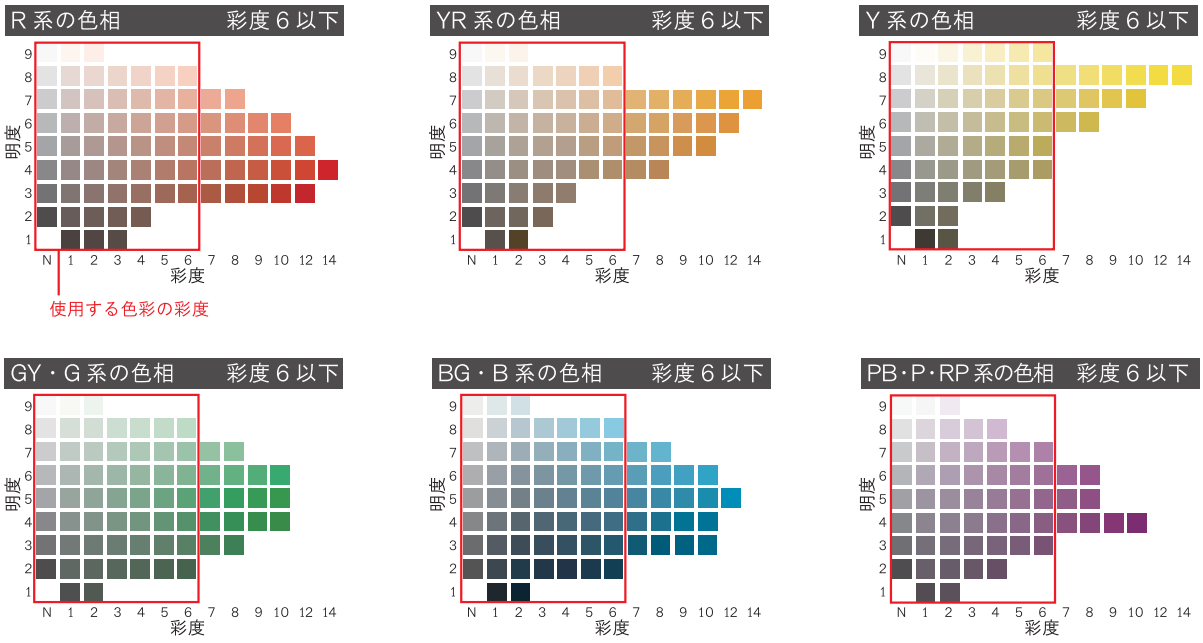
建築物と一体化したテナントビルの集合看板の例

◆：神楽坂のまちなみへの配慮事項
◇：神楽坂らしさを演出する工夫

❹ 色彩に配慮する

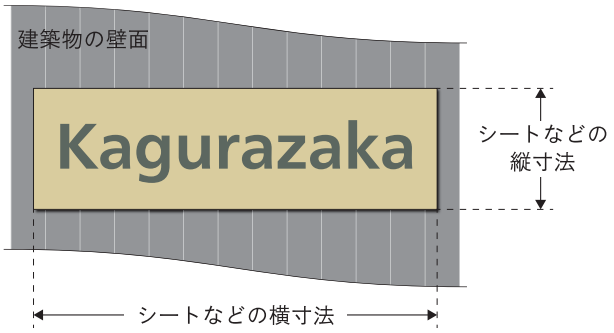
◆ ＡＢＤＥＦエリアでは、使用する色彩の彩度*を以下のマンセル値*に抑える。その他の色彩を使用する場合は広告表示面積の 30%以内にとどめる。

※ 下のマンセル表は参考であり、正確なマンセル値を表すものではありません。



広告表示面積の算定方法

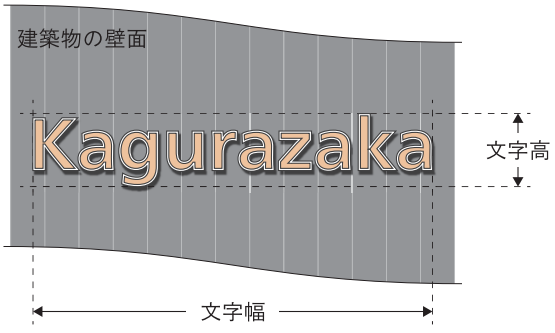
シート貼りなど



広告表示面積＝シートなどの縦寸法 ×横寸法

※ 文字部分の面積は右の箱文字などと同様の考え方で算定する。

箱文字*など



広告表示面積＝文字高 ×文字幅

※ 文字等の間隔が文字等の大きさ以上に空いている場合は、個々の文字等を表示面積として算定する。

❺ 素材を工夫する

◆ 金属を使用する場合には、ぎらつきを抑える。

◇ まちなみに馴染むような自然素材や、時間の経過とともに「美しさ」や「味わい」の増す素材を活用する。

経年により味わいの増した広告物の例

◆：神楽坂のまちなみへの配慮事項
◇：神楽坂らしさを演出する工夫

❻ 雰囲気づくりに配慮した照明計画を行う

◆ 光源の露出を避け、点滅装置や色の変化する電飾装置、電光ディスプレイなどの映像・映写装置は設置しない。

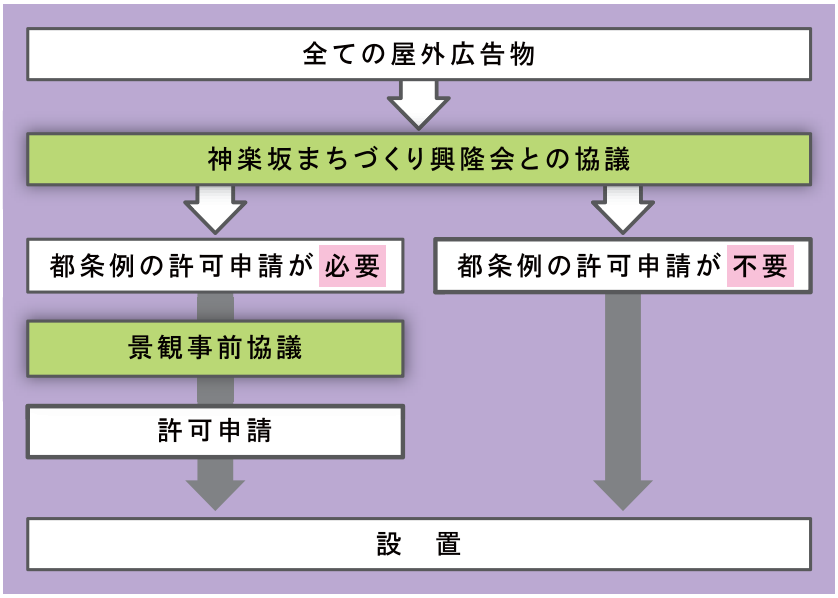
◆ 光源を使用する場合は、建築物の照明計画と一体的にデザインし、周囲の明るさに応じて輝度*を調整する。

◆ 設置にあたっては照明の角度や、照明によって照らされる範囲などに配慮する。

雰囲気づくりに配慮した照明演出の例

❼ 地元関係者組織との協議

◆地域の個性を活かした屋外広告物の景観誘導を推進するため、屋外広告物を設置する前に地元まちづくり組織「神楽坂まちづくり興隆会」と協議する。



神楽坂地区の屋外広告物設置の流れ

具体的な方策（広告物種類別）

❶ 屋上広告物に配慮する

◆ 屋上広告物は設置しない。

❷ 窓面広告*を工夫する

◆ ガラス面に直接貼り付けず、ガラス面から離して間接的に掲出する。

◆ 低層部*（原則として地上７m以下）までの掲出とし、窓面積に対し20%までの表示とする。

◆ 外から店内が見えるような窓面広告とするため、箱文字*や切り文字*とするなど表示面積を抑える。

◆ 発光させる場合は、間接照明や箱文字とするなど明るさを抑える。

窓面から離し店内に箱文字を設置した例

◆：神楽坂のまちなみへの配慮事項
◇：神楽坂らしさを演出する工夫

❸ のれん類・テント・オーニングに配慮する※

◆ 定期的にメンテナンスを行い綺麗な状態を保つ。
◆ 色彩は無彩色＋有彩色１色までとする。
◆ テント・オーニングに文字や図を入れる場合、その面積を壁面広告物の面積として取り扱う。

※のれん類・テント・オーニングは敷地内に設置する。

のれんで店舗入口を演出している例

❹ 置き看板・行灯・のぼり旗に配慮する※

◆ 置き看板は、原則として高さ 120 cm × 幅 45 cm × 奥行き 45 cmに収まる大きさとし、内照式としない。
◆ 置き看板は１店舗につき１台までの設置とし、１つの建築物に複数の店舗がある場合は、集合看板による案内などを検討する。
◆ 行灯は、原則として高さ 60 cm × 幅 30 cm × 奥行き 30 cmに収まる大きさで、持ち手の付いたものとし、色温度*「電球色（3000K 以下）」の内照式とする。
◆ のぼり旗は、期間を決めて掲出する。

※置き看板・行灯・のぼり旗は敷地内に設置する。

店舗入口で行灯を活用した例

❺ はり紙類の掲示に配慮する

◆ 期間を決めて掲出し、できるだけ掲示を控える。
◆ 一壁面に対して同じ内容のはり紙類を複数掲出しない。
◇ フレームや掲示板を使用するなど、品格の感じられる掲出を工夫する。

建築物外装と調和したフレーム内に掲示したはり紙の例

具体的な方策（集合看板について）

❶ 集合看板でテナントを案内する

◆ 上層階にある店舗を案内するため、テナントビル入口に集合看板を設置する。

集合看板の例

◆：神楽坂のまちなみへの配慮事項
◇：神楽坂らしさを演出する工夫

景観誘導項目

（2）Aエリアの屋外広告物における景観形成

（神楽坂二～五丁目の神楽坂通りに面するエリア）

景観形成の目標

魅力と活気あふれる商業空間を誘導し、伝統と現代がふれあう粋なまちのシンボルと賑わいの景観へ

具体的な方策

❶ ◆ 光源の色温度*を「昼白色（5000Ｋ以下）」「電球色（3000Ｋ以下）」とする。

❷ 壁面広告物

◆低層部（原則として地上７m以下）までの掲出とする。
◆一壁面における合計面積は、低層部面積の 20%以下とする。
◆一点の面積は 10 ㎡を上限とする。
◆金属を使用したフレームはぎらつきを抑え、低彩度色とする。
◇切り文字や箱文字の表示を活用する。

❸ 突出広告物

◆１店舗につき１台までの設置とする。
◆壁面からの出幅を１m以内に収め、全体の下端の高さを地上3.5mとする。
◆複数ある場合は、下から縦１列に並べる。
◆金属を使用したフレームはぎらつきを抑え、低彩度色とする。
◇表示面は、縦横比を1:1または2:1の比率とし、大きさを抑える。

❹ 敷地内の自立広告物

◆歩行者の通行や見通しを妨げない大きさとする。
◆金属を使用したフレームはぎらつきを抑え、低彩度色とする。

❺ のれん

◇伝統的な情緒を演出するため、のれんを活用する。

◆：神楽坂のまちなみへの配慮事項
◇：神楽坂らしさを演出する工夫

景観誘導項目

（3）Bエリアの屋外広告物における景観形成

（外堀通り沿道一帯エリア）

景観形成の目標

外堀通り沿道景観に配慮し、神楽坂へのゲートとしてふさわしい景観へ

具体的な方策

❶ ◆ 光源の色温度*を「昼白色（5000Ｋ以下）」「電球色（3000Ｋ以下）」とする。

❷ 壁面広告物

◆外堀通りに面していない壁面に広告物を掲出する場合は、低層部（原則として地上７m以下）までの掲出とする。
◆外堀通りに面した壁面で中高層部（地上７m以上）に掲出する場合は、自家用広告物のみの設置とし、建築物と一体的に計画する。
◆一壁面における合計面積は、低層部面積の 20%以下とする。
◆一点の面積は 10 ㎡を上限とする。
◆金属を使用したフレームはぎらつきを抑え、低彩度色とする。
◇切り文字や箱文字の表示を活用する。

❸ 突出広告物

◆１店舗につき１台までの設置とする。
◆壁面からの出幅を１m以内に収め、全体の下端の高さを地上 3.5m※とする。
◆複数ある場合は、下から縦１列に並べる。
◆金属を使用したフレームはぎらつきを抑え、低彩度色とする。
◇表示面は、縦横比を1:1または2:1の比率とし、大きさを抑える。

※歩車道の区別がない道路上に掲出する場合、東京都屋外広告物条例に基づき地上 4.5m以上に設置してください。

❹ 敷地内の自立広告物

◆歩行者の通行や見通しを妨げない大きさとする。
◆金属を使用したフレームはぎらつきを抑え、低彩度色とする。

❺ のれん

◇神楽坂通り沿道では、伝統的な情緒を演出するため、のれんを活用する。

◆：神楽坂のまちなみへの配慮事項
◇：神楽坂らしさを演出する工夫

景観誘導項目

（4）Cエリアの屋外広告物における景観形成

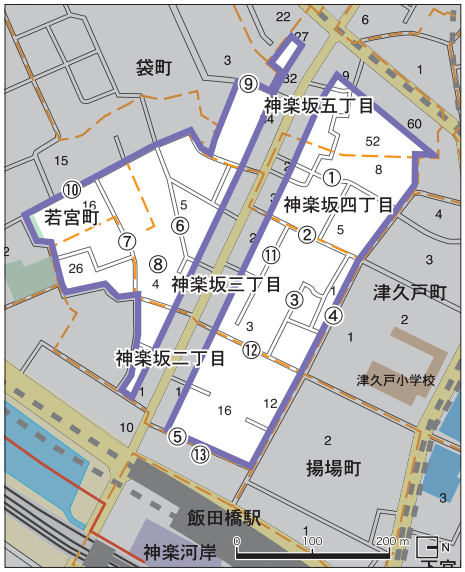
（神楽坂二～五丁目及び若宮町の路地に面するエリア）

景観形成の目標

風情ある雰囲気をもった路地景観を継承し、路地空間にふさわしい魅力ある商業施設と居住施設が共存するまちなみ景観へ

Cエリアの景観

Cエリアでは通りや路地によって景観が様々です。それぞれの景観特性に配慮した屋外広告物のデザインや掲出方法が求められます。



① 兵庫横丁

神楽坂を代表する風情ある石畳の路地景観が見られ、料亭などの飲食店が並ぶ。

② 本多横丁

飲食店が多く賑わう、神楽坂最大の横丁。風情のある小道が東西に広がる。

③ かくれんぼ横丁

黒塀に囲まれた飲食店が軒を連ね、花柳界の雰囲気がのこる石畳のある小道。

④ 軽子坂

神楽坂通りから各横丁の終着点。色々な横丁の雰囲気を持った店舗飲食店が並ぶ。

⑤ 神楽小路

飲食店が所狭しと密集している通り。みちくさ横丁、軽子坂と繋がる。

⑥ 見番横丁

芸者衆の稽古を行う見番が沿道にあり、情緒ある三味線の音が聞こえてくる。

⑦ 小栗通り

泉鏡花・北原白秋旧居跡辺りから熱海湯に続く通りにはお洒落な飲食店が並ぶ。

⑧ 熱海湯階段

石畳のある小道と 1954 年に開業した熱海湯に繋がる石畳の階段がある。

⑨ 地蔵坂（わらだな）　⑩ 庚嶺坂　⑪ 芸者新道　⑫ 神楽坂仲通り　⑬ みちくさ横丁※

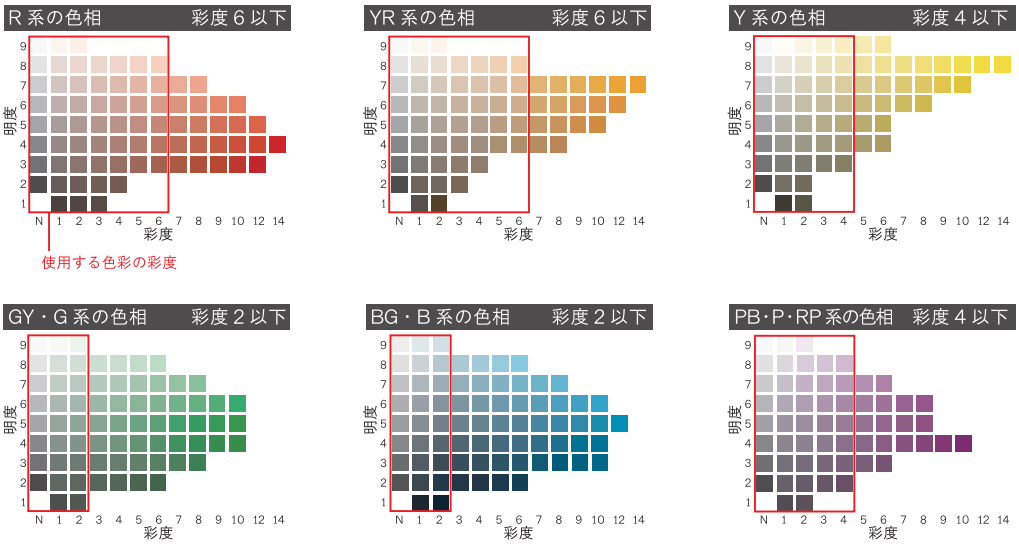
※⑬みちくさ横丁は神楽小路に面しているため、C エリアの方策を適用します。

具体的な方策

❶ ◆ 光源の色温度*を「昼白色（5000Ｋ以下）」「電球色（3000Ｋ以下）」とする。ただし、道幅が 3m 未満の通りでは「電球色（3000Ｋ以下）」とする。

❷ ◆ 使用する色彩の彩度を以下のマンセル値*に抑える。その他の色彩を使用する場合は広告表示面積の 5%以内にとどめる（広告表示面積の算定方法：P. 346 参照）。

※ 下のマンセル表は参考であり、正確なマンセル値を表すものではありません。



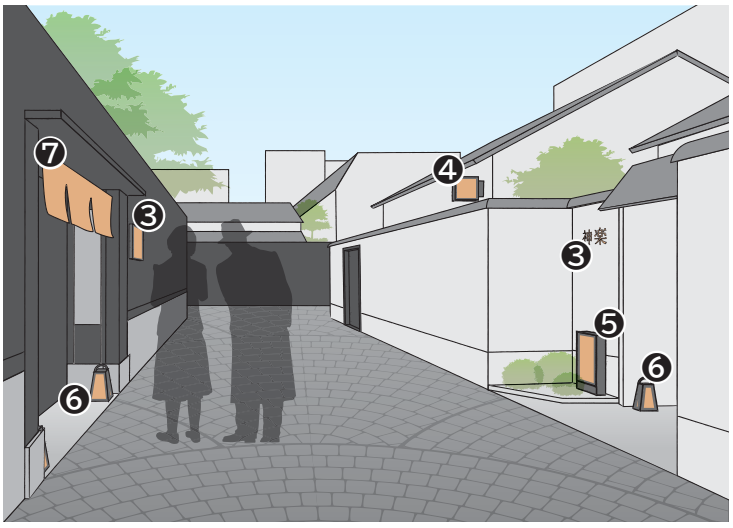
以下、屋外広告物が面する道幅に応じて方策が異なります。

❸ 壁面広告物

◆道幅４m以上：１階部（原則として地上４m下）までの掲出とする。一壁面における合計面積は１階部面積の 15%以下とし、一点の面積は 1.5 ㎡を上限とする。
◆道幅３m以上４m未満：１階部（原則として地上４m以下）までの掲出とする。一壁面における合計面積は１階部面積の10%以下とし、一点の面積は１㎡を上限とする。
◆道幅３m未満：戸口高さ（原則として地上２m以下）までの掲出とする。一壁面における合計面積は戸口高さ面積の５%以下とし、一点の面積は 0.5 ㎡を上限とする。
◆金属を使用したフレームはぎらつきを抑え、黒色とする。
◇切り文字や箱文字の表示を活用する。

❹ 突出広告物

◆道幅４m以上：１店舗につき1台までの設置とし、壁面からの出幅を 50cm 以内に収める。
◆道幅３m以上４m未満：１店舗につき１台までの設置とし、壁面からの出幅を 25cm 以内に収める。
◆道幅３m未満：突出広告物は設置しない。
◆複数ある場合は、下から縦１列に並べる。
◆金属を使用したフレームはぎらつきを抑え、黒色とする。
◇表示面は、縦横比を 1:1 または 2:1 の比率とし、大きさを抑える。



❺ 敷地内の自立広告物

◆道幅４m以上：歩行者の通行や見通しを妨げない大きさとする。
◆道幅４m未満：自立広告物は設置しない。
◆金属を使用したフレームはぎらつきを抑え、黒色とする。
◇表示面は、縦横比を 1:1 または 2:1 の比率とし、大きさを抑える。

❻ 行灯

◇伝統的な情緒を演出するため、行灯を活用する。

❼ のれん

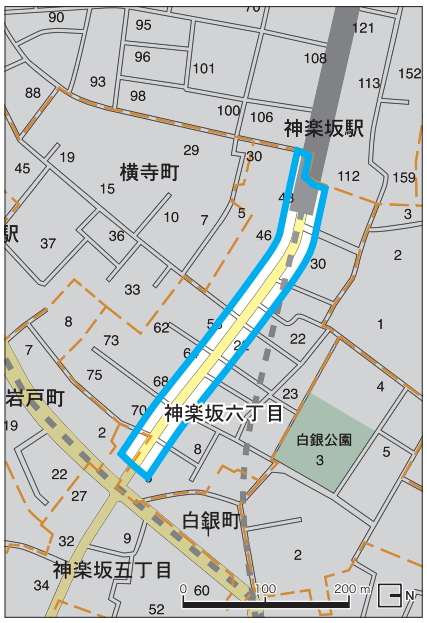
◇伝統的な情緒を演出するため、のれんを活用する。

◆：神楽坂のまちなみへの配慮事項
◇：神楽坂らしさを演出する工夫

景観誘導項目

（5）Dエリアの屋外広告物における景観形成

（神楽坂五、六丁目の神楽坂通りに面するエリア）



景観形成の目標

魅力と活気あふれる商業空間を誘導し、居住施設と商業空間が共存するヒューマンスケール*のまちなみ景観へ

具体的な方策

❶ ◆ 光源の色温度*を「昼白色（5000Ｋ以下）」「電球色（3000Ｋ以下）」とする。

❷ 壁面広告物

◆低層部（原則として地上７m以下）までの掲出とする。
◆一壁面における合計面積は、低層部面積の 20%以下とする。
◆一点の面積は 10 ㎡を上限とする。
◇切り文字や箱文字の表示を活用する。

❸ 突出広告物

◆１店舗につき１台までの設置とする。
◆壁面からの出幅を１m以内に収め、全体の下端の高さを地上3.5mとする。
◆複数ある場合は、下から縦１列に並べる。

❹ 敷地内の自立広告物

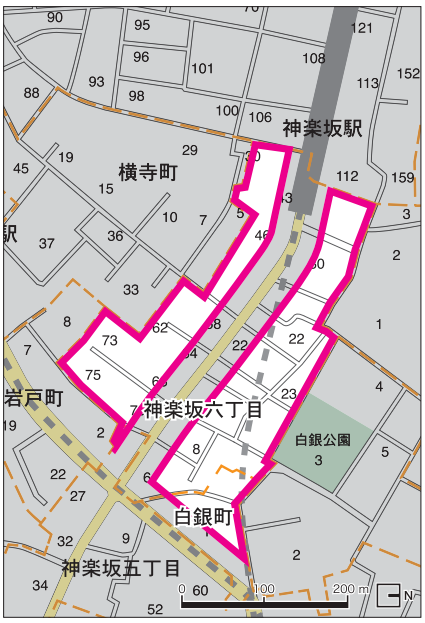
◆歩行者の通行や見通しを妨げない大きさとする。

◆：神楽坂のまちなみへの配慮事項
◇：神楽坂らしさを演出する工夫

景観誘導項目

（6） Eエリアの屋外広告物における景観形成

（神楽坂六丁目及び白銀町の路地に面するエリア）



景観形成の目標

住宅地内の店舗が賑わいを醸し出す、歩いて快適なまちなみ景観へ

具体的な方策

❶ ◆ 光源の色温度*を「昼白色（5000Ｋ以下）」「電球色（3000Ｋ以下）」とする。

❷ 壁面広告物

◆１階部（原則として地上４m以下）までの掲出とする。
◆一壁面における合計面積は、１階部面積の 10%以下とする。
◆一点の面積は１㎡を上限とする。
◇切り文字や箱文字の表示を活用する。

❸ 突出広告物

◆１店舗につき１台までの設置とする。
◆壁面からの出幅を 25cm 以内に収める。
◆複数ある場合は、下から縦１列に並べる。

❹ 敷地内の自立広告物

◆歩行者の通行や見通しを妨げない大きさとする。

◆：神楽坂のまちなみへの配慮事項
◇：神楽坂らしさを演出する工夫

景観誘導項目

（7） Ｆエリアの屋外広告物における景観形成

（大久保通りに面するエリア）

景観形成の目標

神楽坂地区の交流の場として神楽坂通りの連続性を保ち、歩行者中心のまちなみ景観へ

具体的な方策

大久保通り拡幅事業の進捗に合わせ、屋外広告物の景観形成方策を適宜見直す。

❶ ◆ 光源の色温度*を「昼白色（5000Ｋ以下）」「電球色（3000Ｋ以下）」とする。

❷ 壁面広告物

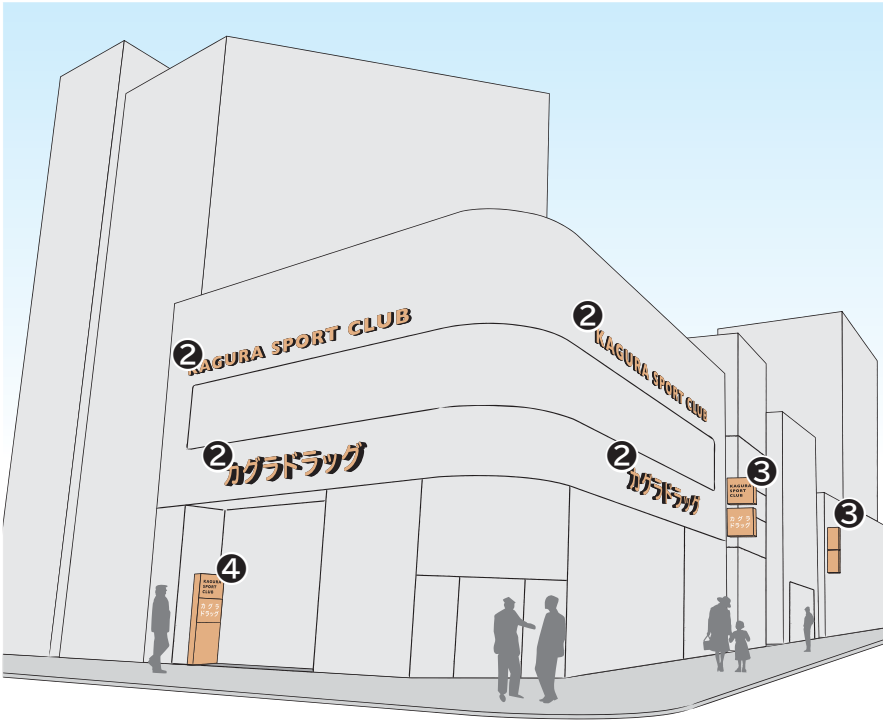
◆低層部（原則として地上７m以下）までの掲出とする。
◆一壁面における合計面積は、低層部面積の 20%以下とする。
◆一点の面積は 10 ㎡を上限とする。
◇切り文字や箱文字の表示を活用する。

❸ 突出広告物

◆１店舗につき１台までの設置とする。
◆壁面からの出幅を１m以内に収め、全体の下端の高さを地上 3.5mとする。
◆複数ある場合は、下から縦１列に並べる。

❹ 敷地内の自立広告物

◆歩行者の通行や見通しを妨げない大きさとする。



◆：神楽坂のまちなみへの配慮事項
◇：神楽坂らしさを演出する工夫

参考

神楽坂地区について

神楽坂地区は、歴史と伝統に支えられ、多くの来訪者を惹きつけてやまない魅力ある街です。

神楽坂の名称は、神事にまつわる「神楽」にちなんだ諸説が伝わっており、和の情緒を漂わせるゆかしい地名です。

江戸時代には武家屋敷が置かれ、明治に入ると毘沙門様の名前で知られる「善國寺」の門前町として発展しました。その後、花街や繁華街としての賑わいを見せはじめ、多くの文人や芸人が集まる文化の発信地として栄えました。

戦後を迎えバブル期を経た現在でもなお、神楽坂は賑やかさと風情があふれるまちとなっています。

「善國寺」周辺の神楽坂通り

夜間の路地

神楽坂地区におけるまちづくり

神楽坂地区では現在に至るまで、下記のようにまちづくりが進められてきました。

まちづくりのアクション

昭和 63 年　神楽坂地区を「まちづくり推進地区」に指定
平成 3 年　「神楽坂地区まちづくりの会」発足
平成 4 年　まちづくり推進計画／神楽坂まちづくりの会
平成 6 年　まちづくり憲章／神楽坂まちづくりの会
平成 9 年　神楽坂通り沿道・1~5丁目地区まちづくり協定
平成 15 年　NPO 法 人「粋なまちづくり倶楽部」発足
平成 16 年　「神楽坂まちづくり興隆会」発足
平成 17 年　神楽坂本多横丁地区小粋な横丁づくり協定
平成 19 年　「神楽坂三･四･五丁目地区地区計画」都市計画決定
平成 23 年　「神楽坂通り地区地区計画」都市計画決定
平成 23 年　「神楽坂三･四･五丁目地区地区計画」都市計画変更決定

まちづくりのビジョン

＜まちづくりの目標＞

「伝統と現代がふれあう粋なまち - 神楽坂」

①商業と住宅が共存したまちづくり

②伝統的情緒に彩られたまちづくり

③楽しく散策できるまちづくり

＜まちづくり憲章＞

1 坂と石畳のみちを中心に、歩くひとにやさしいまちをつくります

2 神楽坂の歴史や伝統を背景に文化のかおり高いまちをつくります

3 安心して買物のできる、うるおいのある商店街のまちをつくります

4 住む人が暮らしやすい、やわらかなまちをつくります

5 まちづくり協定を定め、未来の神楽坂をつくります

ガイドラインの適用範囲（神楽坂地区）

規制区域		禁止事項など
	風致地区 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	**全面禁止** 自家用広告物の適用除外あり
	都道 外環状線の沿道 告示第151号 神楽坂1丁目～四谷1丁目	**道路から展望できる広告物で** 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