

1 地域ルール導入の経緯

(東京都屋外広告物条例)

条例では、都市計画法上の用途地域による一律・画一的な規制

平成17年1月「東京都広告物審議会」答申

東京の都市景観は多様であり、用途地域に基づく規制だけでは都内の地域特性にきめ細かく対応できない。

「地域の個性や魅力を生かした広告景観を創出するためのルールを導入する必要がある」

平成17年3月 東京都屋外広告物条例改正など規定整備

地域のまちづくり等による独自の広告物規制を屋外広告物条例にも規定することで実効性のある規制とする仕組みを整備

(新たに追加した条文)

- 条例第9条 「**地区計画等**で定めた広告物等の基準を規則で定めることができる。」
- 条例第11条 「**広告誘導地区**及びしゃれた街並みづくり推進条例に基づく**街並み景観重点地区**で定めた広告物等の基準を規則で定めることができる。」

(既存条文の活用)

- 都、**区市の景観計画**で定めた広告物等の基準を第6条(禁止区域)、第8条(許可区域)に基づき、**告示等で規定**する。

2 地域ルールの仕組み

地域ルールの対象地区・計画

地区計画等

景観計画

広告誘導地区

街並み景観重点地区

知事

諮問・答申

広告物審議会

審議の視点
・良好な景観形成
・風致の維持 などに
寄与すると認められた場合

屋外広告物条例上の基準として条例施行規則等に規定



一之江境川親水公園地区計画で初の地域ルール規程の適用(H20)



文化財庭園、殿ヶ谷戸庭園周辺地区屋外広告物の禁止区域に指定(H28)

3 地域ルールを活用した屋外広告物規制の実績

制定年	区分	地区名	区市町村	制定年	区分	地区名	区市町村
H19	景観計画	浜離宮恩賜庭園	中央	H22	景観計画	向島百花園	墨田
H19	景観計画	旧芝離宮恩賜庭園	港	H22	景観計画	旧安田庭園	墨田
H19	景観計画	新宿御苑	新宿・渋谷	H22	地区計画	麴町地区地区計画	千代田
H19	景観計画	清澄庭園	江東	H24	景観計画	旧東海道品川宿地区	品川
H19	景観計画	水辺景観形成特別地区	中央・港・江東・品川	H24	地区計画	花畑五丁目地区地区計画	足立
H20	景観計画	小石川後楽園	文京	H24	地区計画	西新井三丁目地区地区計画	足立
H20	景観計画	六義園	文京・豊島	H24	地区計画	小山台一丁目地区防災街区整備地区計画	品川
H20	景観計画	旧岩崎邸庭園	文京・台東	H25	地区計画	二之江西地区地区計画	江戸川
H20	景観計画	旧古河庭園	北	H25	地区計画	古川親水公園沿線景観形成地区地区計画	江戸川
H20	地区計画	一之江境川親水公園沿線景観形成地区地区計画	江戸川	H27	地区計画	江戸川五丁目付近地区地区計画	江戸川
H21	景観計画	小笠原景観形成特別地区	小笠原	H27	景観計画	小石川植物園	文京
				H28	景観計画	殿ヶ谷戸庭園	国分寺

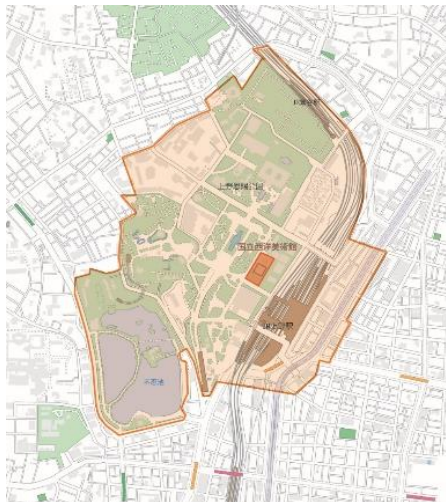
4 今後のスケジュール（予定）について

	令和7年度		令和8年度			
	2月	3月	4月	5月	6月	7月
本審			R8① ● < 審議・答申 >		告示 公布・施行	
規格小	R7② ●			→ ・庁内で告示文案検討、公布 ・一定期間を経て施行 ※施行時期は区と調整		
台東区 景観計画		★ 景観計画 改定			★ 景観計画 施行	

上野地区景観形成ガイドラインと台東区景観計画の位置づけ

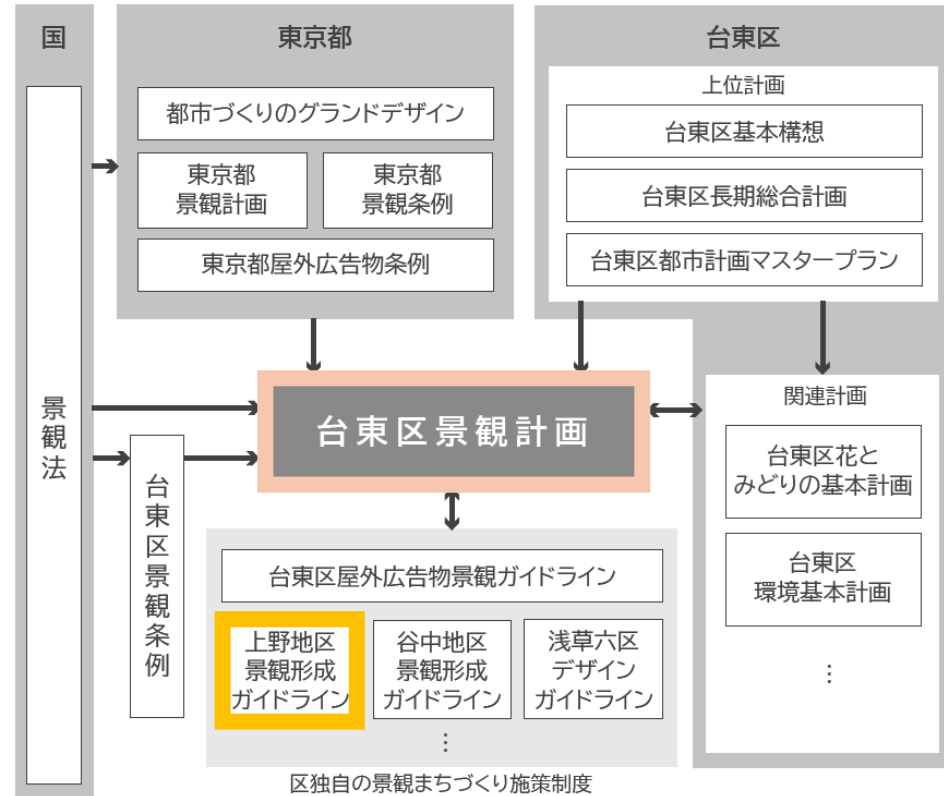
1. 背景・目的

- 国立西洋美術館(NMWA : The National Museum of Western Art)は、建築家ル・コルビュジエの7カ国・3つの大陸に所在する17の建築作品群のひとつとして、2016年ユネスコ世界文化遺産に登録された(正式名称「ル・コルビュジエの建築作品-近代建築運動への顕著な貢献-」)。
- 世界文化遺産周辺は資産の価値を保全するため、**台東区景観計画の景観形成特別地区(上野恩賜公園周辺)Aゾーン、Cゾーンが緩衝地帯(バッファゾーン)に位置づけられ、世界遺産のあるまちにふさわしい景観形成が求められている。**
- なお、国立西洋美術館園地は、造園文化の発展に寄与しているとして、2009年国指定の登録記念物(名勝地関係)に指定されている。



緩衝地帯の範囲 (2016年世界遺産登録時)

2. 上野地区景観形成ガイドラインと台東区景観計画の位置づけ



- 屋外広告物の表示等のルールを反映
上野地区景観形成ガイドライン
令和7年4月策定 同年7月から運用開始
- 台東区景観計画(改定版)
令和8年3月改定 同年6月頃から運用開始予定

台東区景観計画(改定版)における屋外広告物の表示等の制限

国立西洋美術館前庭から見える範囲内における基準【景観法第8条第2項第4号】

世界文化遺産である国立西洋美術館の前庭から見える屋外広告物の表示等については、良好な景観誘導を一体的に行い、周辺のまちなみとの調和を図ります。

文化財庭園など貴重な文化遺産を保存・継承するため、国立西洋美術館前庭の周辺において良好な景観を形成し、前庭からの眺望を保全します。

国立西洋美術館前庭から見える屋外広告物の表示等に関する基準は下記に示す通りとします。

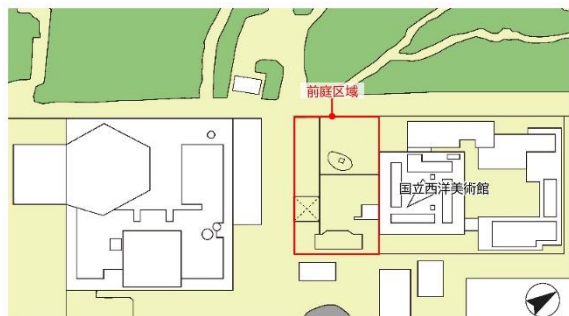
なお、落葉時期における見え方を確認します。

① 表示等を制限する範囲（規制範囲）

景観形成特別地区（上野恩賜公園周辺Aゾーン及びCゾーンに限る）の区域内で、かつ、地盤面から15m以上の部分を規制範囲とします。



< 国立西洋美術館前庭の範囲 >



国立西洋美術館前庭の区域

② 規制範囲内で表示できる屋外広告物

次の広告物に限り、表示できます。ただし、表示等にあたっては下表に定める基準によります。

- ・ 自家用広告物（自社名、ビル名、店名、商標の表示等）
- ・ 公共公益目的の広告物
- ・ 非営利目的の広告物

区分	表示等の制限に関する事項	
屋上設置の広告物	<input type="checkbox"/> 地盤面から15m以上の部分では、建築物の屋上に広告物を表示し、又は設置しない。	
建築物壁面の広告物	<input type="checkbox"/> 地盤面から15m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 (「上野地区景観形成ガイドライン」参照)	<input type="checkbox"/> 建築物の壁面のうち、高さ15m以上の部分を利用する自家用広告物の色彩は低彩度とし、一つの広告物の中で、その表示面積の1/3を越えて使用できる色彩の彩度は次の通り定める。	
	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	
表示等の制限の例外	<input type="checkbox"/> 建築物の背後にある広告物など、国立西洋美術館前庭から見えない広告物は、本表に定める表示等の制限に関わらず、表示できる。	

< 既存不適格となる屋外広告物の件数 >

	屋上広告物	壁面広告物
Aゾーン	0件	0件
Cゾーン	2件	1件