

表紙デザインは仮です

B
U
N
K
Y
O

素案

文京区屋外広告物 景観ガイドライン

令和8年6月時点

文京区都市計画部住環境課

Contents

01	ガイドラインについて	1
1	ガイドラインの狙い	1
2	ガイドラインの位置づけ	1
3	ガイドラインの構成と対象	2
02	屋外広告物の表示等に関するガイドライン	3
1	基本方針	3
2	「共通」景観配慮事項	4
(1)	配置・配列・形状	4
(2)	情報（文字・画像）	4
(3)	色彩・素材	5
(4)	照明・光	6
3	「種類別」景観配慮事項	7
(1)	屋上広告物	7
(2)	壁面広告物・窓面広告物	7
(3)	突出広告物	8
(4)	地上設置広告物	8
(5)	デジタルサイネージ等	9
(6)	仮囲い広告物	10
4	「エリア別」景観配慮事項	11
(1)	商業地エリア	11
(2)	住宅地エリア	12
03	屋外広告物の協議について	13
(1)	建築物の新築等	13
(2)	屋外広告物の表示・設置等	13
参考	14
	東京都：屋外広告物、文京区：窓面広告物(特定屋内広告物)	
1	東京都屋外広告物条例・文京区景観づくり条例	14
2	屋外広告物に関する取組	15
	景観賞などの取組を掲載予定	

01 ガイドラインについて

1 ガイドラインの狙い

地域の風景と調和し、建物と一体的にしつらえ、
人の目に優しい環境を整える

—— 建物ファサードを活かし、人に親しみやすい広告 ——

方針1 文京のまちにふさわしい広告・サインを誘導する

東京都屋外広告物条例の規定を補い、文京区の実態を踏まえた広告物の基準を定めて、本区にふさわしい屋外広告物を誘導します。

方針2 広告物を建物の一部と捉えて街並みへの調和を誘導する

文京区の景観計画により、デザインコントロールが図られている建物や街並みと調和したものとなるよう、屋外広告物の設置や内容を誘導します。

景観ガイドライン等は
景観計画に統合された

方針3 情報伝達力の向上により必要最小限の規模や内容を誘導する

広告物の大きさや数、過剰な色づかいなどによらず、配置、形状の統一感やレイアウト、配色の工夫等によって情報の伝達力が向上するよう、簡潔で分かりやすい表現を誘導します。

2 ガイドラインの位置づけ

本ガイドラインは、文京区景観計画を踏まえて策定するもので、東京都屋外広告物条例との整合を図っています。また、新たな広告手法の普及やパブリックスペースの活用等の社会ニーズの高まりや変化、その他地域の動向や要望を踏まえながら、本ガイドラインの内容や運用について、見直しを行っていきます。

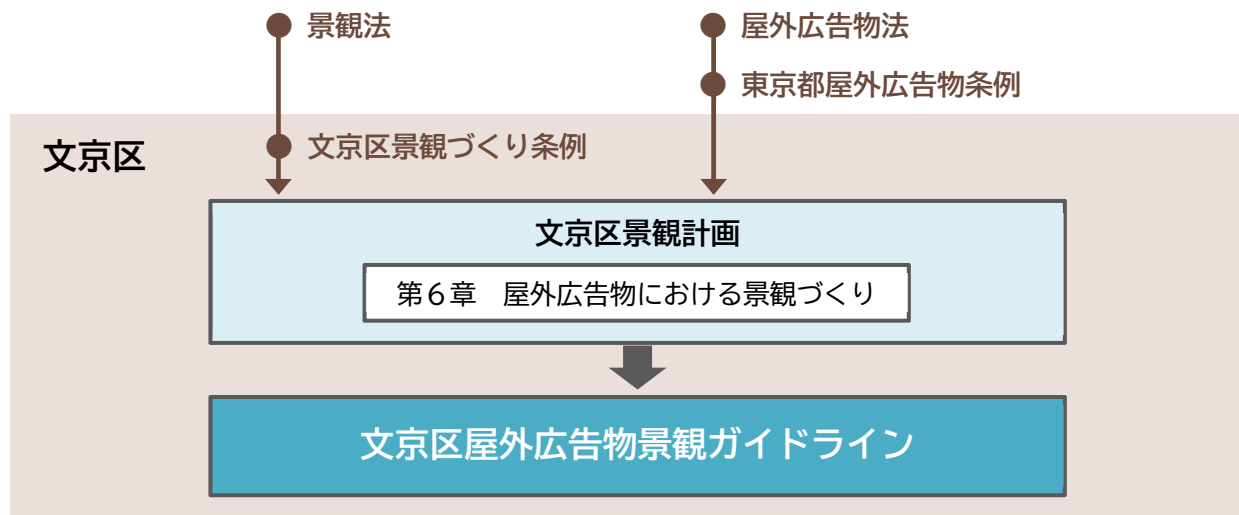


図 文京区屋外広告物景観ガイドラインの位置づけ

本ガイドラインを活用する事業者等が理解しやすい構成に見直し、「共通」「種類別」「エリア別」の景観配慮事項を示すものとする。

3 ガイドラインの構成と対象

屋外広告物景観ガイドラインは、区全域を対象に文字や色彩など各要素について「共通」で配慮いただきたい事項と、屋外広告物の「種類別」で配慮いただきたい事項に分けて解説しています。

屋外広告物を「新規又は追加」する場合には、広告物1基・1面が対象になります。既設の屋外広告物の「表示の変更」をする場合には、広告物1面ごとに対象となります。

また、商業地や住宅地によって配慮して頂きたい事項が異なるため、「エリア別」の景観の考え方や配慮事項についても解説しています。

図表の新規作成

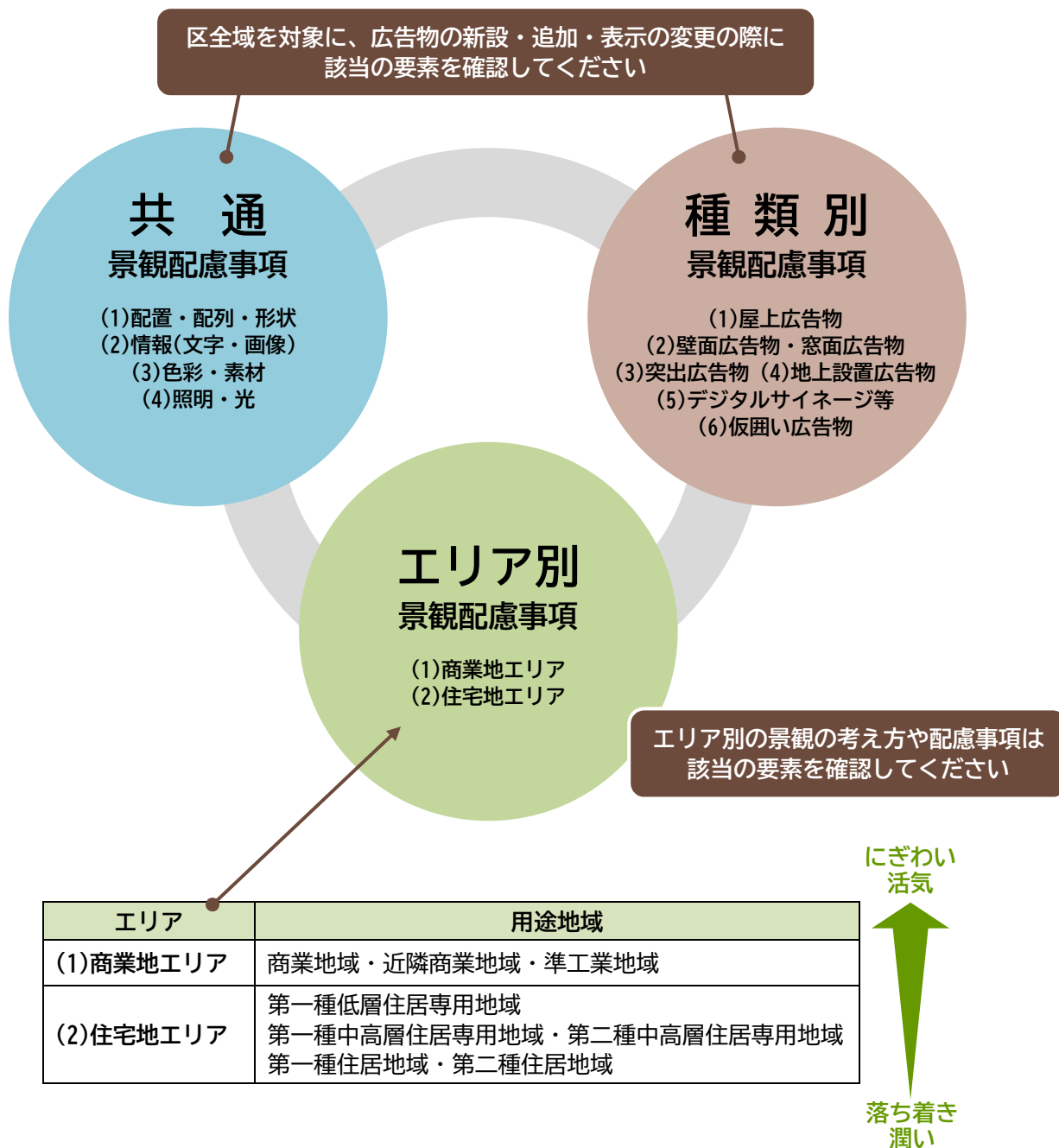


図 文京区屋外広告物景観ガイドラインの活用方法と対象

02 屋外広告物の表示等に関するガイドライン

1 基本方針

屋外広告物の表示等を行う際は、文京区の自然（水辺・緑）、歴史・文化、都市景観、地域の個性や魅力を活かした良好な景観形成が求められます。

文京区における屋外広告物の表示等に関するテーマ・基本方針は、次のとおりです。

景観計画の基本方針が伝わりやすくなるようにテーマを追加

表 屋外広告物の表示等に関するテーマ・基本方針

テーマ	基本方針
水辺と緑を守り・活かす	<ul style="list-style-type: none"> ・神田川景観基本軸や公園、緑地、大規模な緑のまとまりを有する敷地の周辺では、緑や地形などの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に十分配慮し、屋外広告物を表示・掲出する。
歴史・文化を守り・活かす	<ul style="list-style-type: none"> ・歴史的資産の周辺では、歴史的・文化的な面影や雰囲気を残す景観などに配慮して、屋外広告物を表示・掲出する。
まとまりのある沿道景観を形成する	<ul style="list-style-type: none"> ・幹線道路等においては、道路修景や地域のまちづくりの機会などを捉えて、屋外広告物の表示に関するルールを定めるなど、風格のある沿道の景観形成を進めていく。
地域の個性や魅力を育む	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の活性化は、大規模で過剰な広告物の掲出ではなく、美しく落ち着いた景観の形成をはじめとする地域の魅力向上が重要であるという視点に立って、地域振興やまちづくりを進めていく。 ・地域特性を踏まえた統一感のある広告物は、景観の個性や魅力を高め、観光振興にも効果があることから、広告物の地域ルールを活用した景観形成を積極的に進めていく。
(共通)	<ul style="list-style-type: none"> ・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、自家用及び公共広告物などを含め、規模、位置、色彩などのデザインなどが、地域特性を踏まえた良好な景観の形成に貢献するような表示・掲出とする。 ・大規模な建築物や高層の建築物における屋外広告物は、景観に対する影響が広範囲に及ぶ場合があることなどから、表示の位置や規模などについて十分配慮する。

2 「共通」景観配慮事項

(1) 配置・配列・形状

歩行者等の目に入りやすい位置で瞬時に内容が理解でき、秩序ある街並みに配慮した広告物の配置・配列・形状を心掛けましょう。

●歩行者等から視認しやすい配置

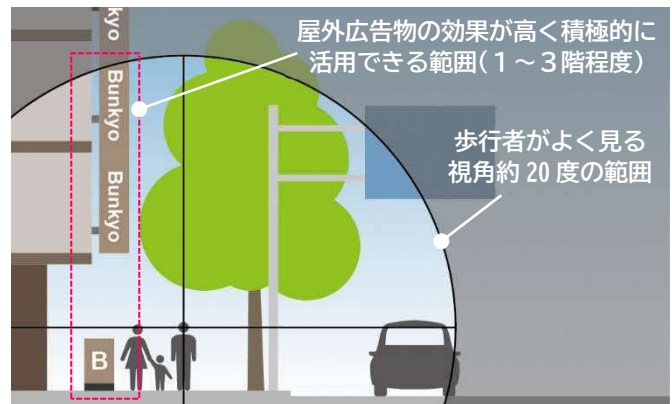
- ① 広告物は歩行者等の目線で建築物の1～3階程度の低層部に配置する

●印象に残りやすい効果的な配列

- ② 壁面利用広告物や突出広告物等の高さを揃えるなど配置や配列を整える

●特殊な形状は避ける

- ③ 特殊な形状をした広告物は原則として設置しない



(2) 情報(文字・画像)

広告物に掲載する情報は、掲示する内容が簡潔に伝えられるよう、その量を必要最小限に整理し、見やすく、メリハリをつけたデザインを心掛けましょう。

●情報量を整理して簡潔に伝える-文字

- ① 広告物に掲出する情報量は必要最小限に抑える
- ② 文字に対する特殊な効果の使用を控える
- ③ 文字の大きさによって情報の序列化を図る
- ④ 文字自体の視認性を高めるため、行間、文字間等に十分な余白を確保する
- ⑤ 読みやすく、すっきりとした印象を与える細めのフォントを用いる
- ⑥ いびつな形状の文字は使用しない
- ⑦ 視認距離に対して不必要な大きな文字を使用しない(ヒューマンスケールに配慮)*

※「誘導案内設備に関するガイドライン(国土交通省)」の文字の大きさの選択の目安を参考にする。

●デザインされた情報で伝える-画像

- ⑧ ロゴを用いる場合には文字との大きさのバランスに配慮する
- ⑨ 情報量の多い写真やイラストの使用は控える(方向等を誘導するために使用される矢印などを除く)
- ⑩ 写真やイラストを用いる場合には、イメージや背景として、構図やイラストを用いる場合には、イメージや背景として、構図や色合い、文字の配置も含めた全体の情報量のバランスに配慮する

イラスト等

(3) 色彩・素材

広告物に用いられる色彩は、広告物に掲載された情報を伝達する1手段であることを踏まえて、周辺の環境、景観を損なうような色づかいを避け、すっきりと情報を際立たせるような表現を心掛けましょう。

また、駅前や商店街、歴史的な地域、住宅地など地域特性にあった色彩や素材を心掛けましょう。

●情報をすっきりと際立たせる

- ① 広告物の基調色^{※1}は建物の外壁に使用されている色と調和する色とする 特に屋上広告物や壁面最上部においては、空とも調和した色づかいを心がける
- ② 広告物1面に使用する色数を最小限に抑える(白も含めて4色まで)
- ③ 広告物の基調色には鮮やかすぎる彩度(広告物の基調色として避けた方が良い色彩^{※2})の使用を避ける
- ④ 高齢者や色覚多様性等にも配慮し、地色と文字・図との色彩の関係は明度差を十分確保し、判読性や可読性を高める(カラーユニバーサルデザイン)
- ⑤ グラデーションなど特殊な色づかいを控える



※1) ここでは、文字等の情報に対して背景にあたる箇所に塗られる色(複数の色が背景に使用されている場合には、アクセントとして効果を加える一部を除くすべての色)を基調色と定義します。

※2) 彩度の目安(避けた方が良い色彩)

色相	0.0 R	1.25 R	6.25 R	8.75 R	0.0 YR	1.25 YR	3.75 YR	6.25 YR	8.75 YR	1.25 Y	3.75 Y	5.0 Y	8.75 Y	1.25 GY	3.75 GY	6.25 GY	0.0 BG	1.25 B	6.25 B	8.75 B	0.0 PB	1.25 PB	3.75 PB	6.25 PB	1.25 P	6.75 P	3.75 RP
	~ 1.24 R	~ 6.24 R	~ 8.74 R	~ 10.0 R	~ 1.24 YR	~ 3.74 YR	~ 6.24 YR	~ 8.74 YR	~ 1.24 Y	~ 3.74 Y	~ 4.99 Y	~ 8.74 Y	~ 1.24 GY	~ 3.74 GY	~ 6.24 GY	~ 10.0 G	~ 1.24 B	~ 6.24 B	~ 8.74 B	~ 10.0 B	~ 1.24 PB	~ 3.74 PB	~ 6.24 PB	~ 1.24 P	~ 6.74 P	~ 3.74 RP	~ 10.0 RP
彩度	5.0以上	5.5以上	8.5以上	9.5以上	9.5以上	10.5以上	10.5以上	10.5以上	8.5以上	6.0以上	5.5以上	4.75以上	4.75以上	4.25以上	4.25以上	4.25以上	4.25以上	4.75以上	5.5以上	5.5以上	6.5以上	5.5以上	4.25以上	4.0以上	4.0以上	4.75以上	

●色彩とイメージ訴求

- ⑥ 周辺の地域特性や用途に合った色彩とする
- ⑦ 歴史的な地域では「日本の伝統色」など参考にする



日本の伝統色の例(地位特性・広告の用途にあわせて活用)

写真は仮

●地域特性を際立たせる素材

- ⑧ 品格や洗練された印象や落ち着きを感じさせる地域では、金属・ガラスなどの素材を工夫する(商業地エリア等)
- ⑨ 歴史や親しみ・暖かみを感じる地域では、木材・石・布などの素材を工夫する(住宅地エリア・歴史的な地域等)



エリアや地域特性にあった照明手法や色温度、歩行者の安心感や低層部のにぎわい演出等の配慮事項を追加。

(4) 照明・光

広告物に用いられる照明は、広告物の内容を伝える手段であるだけでなく、夜間のにぎわいと安らぎの演出という相反する目標があることを理解し、周辺の環境、景観と調和した表現を心掛けましょう。

●すっきりと際立たせる

- ①必要以上に大きな面積を照らさない
- ②強い光の点滅で人目を引くものとしな
- ③LEDなど省エネ効果の期待できる照明を積極的に導入する



●夜間の安らぎ/にぎわいの演出

④エリアに合わせた適切な照明を設置する

写真は仮

照明方式	発光式	外照式	内照式(盤面)	内照式(箱文字)	間接照明式(箱文字)
	ネオンや電光掲示板、デジタルサイネージ等の光源そのものが表示物となるもの	外付けのスポットライト等により表示面をライトアップするもの	壁面内部に照明装置を内蔵し自ら発光するもの	箱文字内部に照明装置を内蔵し自ら発光するもの	箱文字の裏面や側面の照明装置により壁面をライトアップして輪郭を浮かび上がらせるもの
事例	イラスト等				
考え方	歴史や自然の保全、住環境への配慮が求められるエリアや場所では使用を控える。	光源が露出しないようにし、深夜帯は消灯するなど光害に配慮する。	商業地エリア以外では、建物低層部で用いることを基本とし、深夜帯は消灯するなど配慮する。	<div style="background-color: #800000; color: white; padding: 5px; display: inline-block;">住宅地エリア</div>	
	<div style="background-color: #008080; color: white; padding: 5px; display: inline-block; width: 100%;">商業地エリア</div>				

⑤エリアに合わせた色温度※の演出

住宅地エリア 2800~3500K
住宅地や歴史的な雰囲気のある地域では暖かみのある低めの色温度を基調とします。

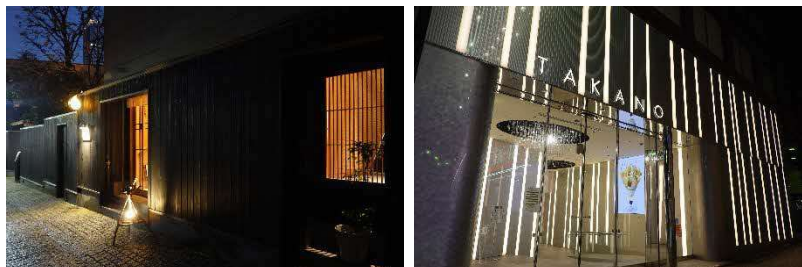
商業地エリア 2800~6000K
商業地では地域の特性や建物の用途などに応じて幅広い色温度の設定が考えられます。



図 エリアや地域特性に合った色温度の考え方

写真は仮

⑥通りの魅力づくりや安心感につながるように、建築物壁面やエントランスの照明計画と一体的に広告物を計画する



※) 色温度は、ある光源が発している光の色を、定量的な数値で表現する尺度(単位)のことです。単位には熱力学的温度のK(ケルビン)を用います。

3 「種類別」景観配慮事項

(1) 屋上広告物

屋上広告物は建物の壁面の延長と捉えて、斜線制限を超えるような圧迫感を感じる大きさを避けるとともに、スカイラインの整った美しい街並みを形成するよう、建物と一体的な形状、配置を心掛けましょう。

●スカイラインを乱さない

- ① 広告物の形状は「高さ<横幅」とする
- ② 広告物の高さを抑える
- ③ 建物と広告物が一体に見えるよう、道路に面した建物の壁面と広告物の接地面を揃える

●設置数を抑える

- ④ 1つの壁面に対して、2以上の屋外広告物を縦又は横に並べて設置しない

イラスト等

窓面広告物の対象範囲を広げ、法令面等からも配慮が必要であることを追記

(2) 壁面広告物 ・窓面広告物

壁面広告物は外壁の一部と捉えて、外壁のスケール感や素材感など、本来のファサードデザインを隠したり、乱したりすることがないように大きさ、配置・形状を心掛けましょう。壁面広告物と類似する窓面等の開口部の内側から屋外に向けて表示する窓面広告物は、屋外広告物の一種です。

●壁面・窓面を隠さない

- ① フィルム、幕など建物の外壁や窓面を覆い尽くすような大きさ・形状のものを避ける

※開口部の採光等の機能妨げないように配慮する。

- ② 建物正面以外の面（道路に面していない壁面）には、原則として広告物を設置しない

●壁面と一体となるように配置する

- ③ 広告物を建物外壁デザインと一体となるように配置する

●設置数を抑える

- ④ 1建物に設置できる壁面広告物は1事業者につき原則1基とする

イラスト
学生作成のフォトモニター等

(3) 突出広告物

突出広告物は壁面の延長と捉えて、壁面線が急に飛び出したり、凹んだりすることなく、沿道を歩く人が心地よく感じるようなリズムカルな配置、配列を心掛けましょう。

●壁面線を乱さない

- ①建物の両端どちらか片方に揃えて設置する
- ②壁面デザインに合わせて規則正しく設置する
- ③広告物の出幅を揃える
- ④壁面に沿った形状とする

●設置数を抑える

- ⑤1建物に設置できる突出広告物は1事業者につき原則1基とする

イラスト等

(4) 地上設置広告物

地上設置広告物は、建物がつくる一定の秩序から抜け出した状態と捉えて、道行く人を楽しく誘導するような集合看板等の例外を除き、原則として設置しないよう心掛けましょう。

●設置数を抑える

- ①地上に設置する代わりに屋上広告物、壁面広告物、突出広告物の3種の中から必要なものを代用する

●沿道の街並みを乱さない

- ②歩行者に圧迫感を与えないような大きさ、配置・形状とする

イラスト等

デジタルサイネージやプロジェクションマッピングの項目を追加。審議会等のご意見や他都市事例を参考に、エリア別に光・時間帯、共通事項として設置を避ける場所、動きやコンテンツ等を検討し作成。

(5) デジタルサイネージ等

*プロジェクションマッピング含む

デジタルサイネージ等は、動き、光、音を伴い景観や環境に大きな影響を与えるため、住宅地や歴史的な地域への設置は控え、設置する場合は街並みや安全に配慮した明るさや動き、表示内容等を心掛け、原則、音は出さないようにしましょう。

●周辺環境に配慮した設置

- ①住宅地エリアや、商業地エリアでも周辺に住宅や歴史的な建物がある場合は設置を避ける
- ②エリア境界で設置する場合は、表示される先のエリアの基準（下表）に合わせる
- ③見通しの良い場所、遠くから目立つ高い場所、急カーブ付近への設置は避ける

●点滅・激しい動きは避ける

- ④過度の点滅、激しい動きは避ける※1
- ⑤静止面の画面の切り替えや動画はゆっくりとした表現とする
- ⑥可読性の高い多言語表記とする



※1)「アニメーション等の映像手法に関するガイドライン(日本放送協会・一般社団法人日本民間放送連盟)」に準ずる。

●消灯時間の設定や明るさを抑える

- ⑦明るさ(輝度)を抑える
- ⑧深夜・早朝は消灯する

▼設置する場合は以下の景観配慮事項に準ずる。

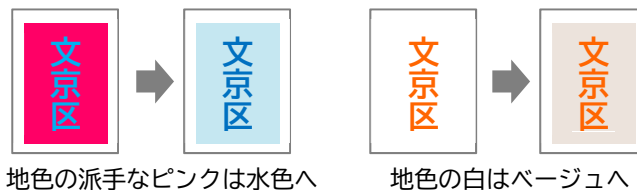
エリア		昼 6~18時	夜 18~22時	深夜・早朝 22~6時
商業地	商業地域	2,500cd/m ² 以下	1,000 cd/m ² *2以下	消灯
	準工業地域		800 cd/m ² *2以下	
住宅地	400 cd/m ² *2以下			

※2)「光害対策ガイドライン(環境省)」の「CIE:150-2003」障害を抑制するための照明技術特性値の許容最大値(E4:都市→商業地エリア(商業地域)、E3:郊外→商業地エリア(準工業地域)、E2:地方→住宅エリア)を引用。

文京区の日出(4時半~6時半)・日没(16時半~19時)等を考慮した昼・夜等の時間帯の設定。

●色彩(彩度や明度)を抑える

- ⑨鮮やかすぎる彩度の使用を避ける
- ⑩地色は明度の高い白は控え、文字・図との色彩の関係は適度なコントラストとする
- ⑪信号交差点周辺は信号機と誤認するような赤・青・黄など高彩度色を使用しない



●原則として、音は出さない

- ⑫原則、音は出さない
(やむを得ず商業地エリアで音を出す場合は、周辺環境への影響を考慮し、音量や時間帯を調節する)

●コンテンツ(表示内容)に配慮する

- ⑬公序良俗に反するもの、公衆に不快感や不安を与えるものは避ける
- ⑭地域特性を踏まえた表現、地域貢献につながる活用を検討する
- ⑮デジタルサイネージ等は特に周辺への影響が大きいため、設置前の周辺への事前相談や設置後(コンテンツ変更時含む)の苦情処理等について、設置者が責任を持って対応する

*窓面等の開口部の内側から屋外に向けて表示するデジタルサイネージ等も対象となります。

(6) 仮囲い広告物

工事などの仮囲いは、街並みにおけるネガティブな要素として捉えるのではなく、地域特性にあったにぎわい創出や、歴史や地域資源を想起させるようなデザインとするなど、地域や場所をより豊かにするという視点でデザインするよう心掛けましょう。
また、存在感もあるため、街並みとの連続性や安全性に配慮することが大切です。

●街並みや安全に配慮する

- ① 単調さや圧迫感を軽減し、歩行者等の安全性に配慮する
- ② 奇抜なデザインではなく、街並みとの連続性に配慮する



松戸の未来を描くらくがきプロジェクト
(令和6年度 屋外広告物：景観優秀賞)

●文京区の地域性を演出する

- ③ 地域特性に合った賑わいの演出や、質の高いデザインとする
- ④ 建築物の周辺の歴史や思い出を想起させるようなデザインとするなど、地域や場所をより豊かにするという視点でデザインを考える
- ⑤ 街区案内を表示する場合は、コーナー部や長い壁面の中央部など、歩行者等の利便性が高く、見やすい位置とする



旧九段会館建替え工事の仮囲い広告物 (千代田区)

4 「エリア別」景観配慮事項

エリア別は新規作成

(1) 商業地エリア

文京区の商業地は、大規模な集客施設から、地域密着型の商店街、幹線道路沿いまで多様です。

そのため、屋外広告物は都市の活気を演出しつつも、周囲の街並みや背後に控える住宅地への配慮が必要です。また、個別の店舗やテナントの看板が自己主張するだけでなく、屋外広告物相互や建築物との関係性を踏まえ、まちのイメージや魅力を高めたり、まちの特性に応じたデザインが重要です。

- ・具体的な配慮例
- ・エリア図（用途地域図・土地利用に関する参考図）
- ・イメージ図・写真 等

(2) 住宅地エリア

文京区の住宅地は、徳川家の下屋敷跡地などの歴史に由来する格式高い住宅街（大和郷や西片など）が多く、非常に高い水準の静穏さと緑豊かな景観が保たれています。
住宅地では店舗、マンションの名称サインなどが屋外広告物に該当します。安心して落ち着いて暮らすことができる良好な景観を保ちながら、地域の特性に応じた魅力づくりが必要です。

●住宅地の街並みと調和したデザイン

- ①落ち着いた暖色系の低彩度色を基調とする
- ②木材や石材などの自然素材を活用する
- ③植栽と組み合わせて緑豊かな景観を創出する

●落ち着いた夜間景観とする

- ④照明等を用いる場合は最小限とし、深夜帯は消灯する
- ⑤住宅地にあった照明方式とする（P.6参照）
- ⑥暖かみのある低めの色温度とする（P.6参照）
- ⑦デジタルサイネージ等の設置を避ける
（P.9参照）

イラスト等

エリア図（用途地域図・土地利用に関する参考図）

03

屋外広告物の協議について

(1) 建築物の新築等



文京区屋外広告物の協議の流れ（建築物の新築等）

(2) 屋外広告物の表示・設置等



文京区屋外広告物の協議の流れ（屋外広告物の表示・設置等）