



江戸川区景観形成ガイドライン（案）

～屋外広告物編～



江戸川区

はじめに



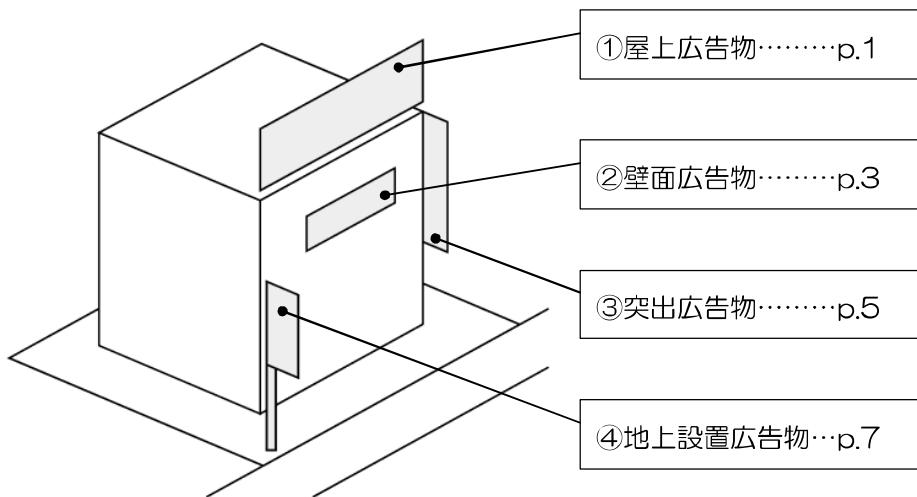
このガイドラインは、江戸川区景観計画に定める以下の屋外広告物の表示等の制限に関する事項（景観法第8条第2項第五号イ）の内容を具体的な例を用いて解説するものです。区内で屋外広告物を新設または追加する場合、表示内容を変更する場合には、「東京都屋外広告物条例」に定められた事項のほかに、本ガイドラインの内容に沿ったものとなるよう配慮してください。

目次



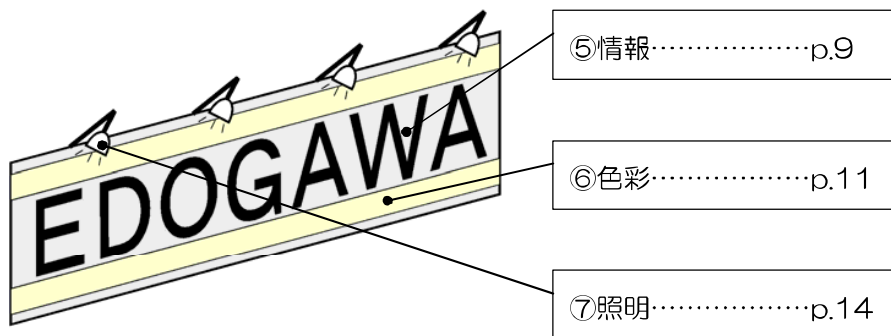
広告物の配置・形状に関するガイドライン

（広告物を新設や追加する場合に参照してください）



広告物の内容に関するガイドライン

（広告物を新設や追加する場合、表示内容を変更する場合に参照してください）



事前協議の対象



◎ 事前協議の対象となる広告物の規模

- ・事前協議の対象となるのは、東京都屋外広告物条例の中で、許可申請の対象となる広告物です。
- ・ただし、許可申請を必要としない合計 5 m²以下、10 m²以下の自家用広告物※についても、本ガイドラインの内容に合致した広告物となるようにしてください。

	自家用広告物（合計面積）				その他の広告物
	～5 m ²	～10 m ²	～20 m ²	20 m ² ～	
禁止区域	申請 不要	申請 対象			
許可区域	申請 不要		申請 対象		申請 対象

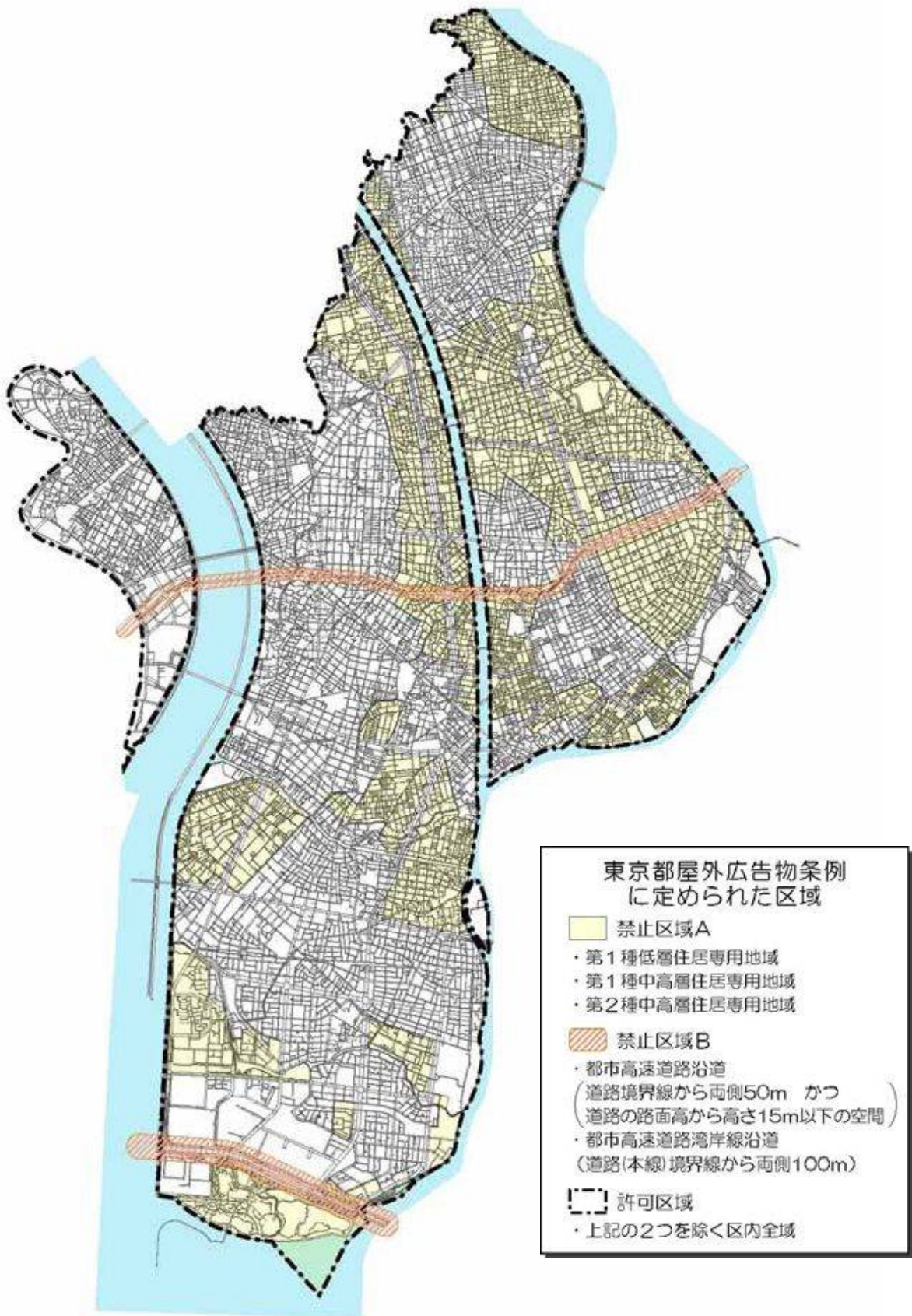
※自家用広告物とは、自己の氏名、名称、店名、商標、事業又は営業の内容を表示するため自己の住所、事業所、営業所または作業場に表示する広告物等のことを言います

◎ 禁止区域と禁止物件

- ・区内では、以下に示す箇所が禁止区域に定められているほか、禁止区域以外の箇所＝許可区域においても、広告物の設置が原則禁じられている禁止物件が定められています。
- ・その他、東京都屋外広告物条例の中では、広告物の設置位置や規模に関する要件や禁止されている事項が定められていますので、事前に内容をご確認ください。

区分	地域・場所の例 / 物件の例
禁止区域	<ul style="list-style-type: none"> ○第1種低層住居専用地域 ○第1種・第2種中高層住居専用地域 ○墓地、火葬場、葬儀場、社寺、教会 ○学校、行院、公会堂、図書館、博物館、美術館、官公署等の敷地 ○首都高速道路沿道（両側 50m）、同湾岸線沿道（両側 100m）の路面高より高さ 15m以下の空間
禁止物件	<ul style="list-style-type: none"> ○橋、高架道路、高架鉄道および軌道 ○道路標識、信号機、ガードレール、街路樹 ○郵便ポスト、公衆電話ボックス、送電塔、テレビ等、照明灯、ガスタンク、水道タンク、煙突、無線塔、吸排気塔、形像、記念碑 ○石垣、がけ、土手、堤防、よう壁 ○景観重要建造物、景観重要樹木 など

＜参考＞禁止区域と許可区域のおおよその範囲



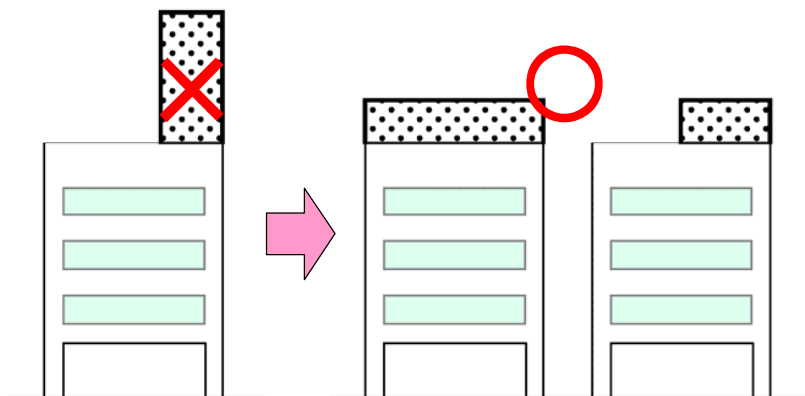
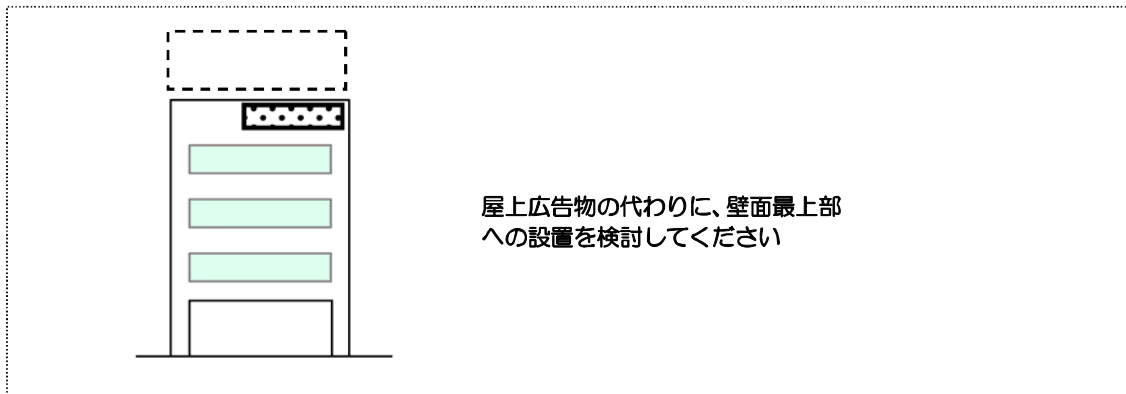
配置・形状に関するガイドライン

基本的な考え方

- ◎ 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に、建物と一体的な形状、配置を心掛ける

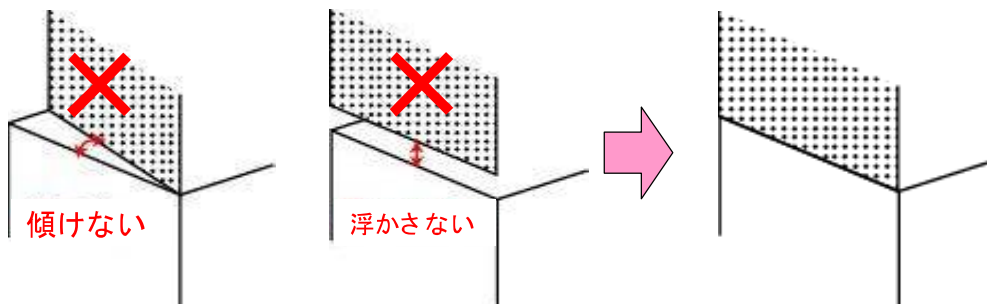
ガイドライン

○スカイラインを乱さない



広告物の形状は
高さ < 横幅とする

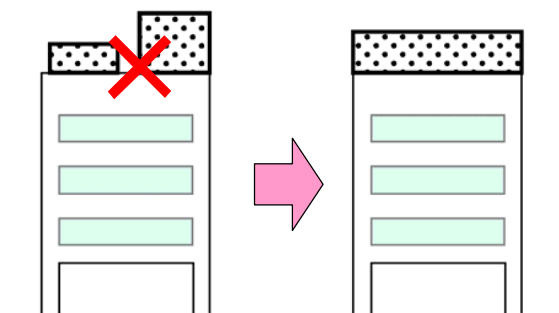
スカイラインを乱さないように
広告物の高さを抑える（建物1層分程度）



道路に面した建物の壁面と広告物の接地面を揃える

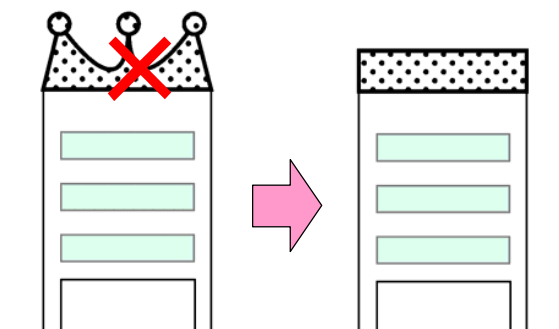
ガイドライン

○設置数を抑える



2以上の広告物を縦又は横に並べない

○特殊な形状は避ける



特殊な形状をした広告物は設置しない

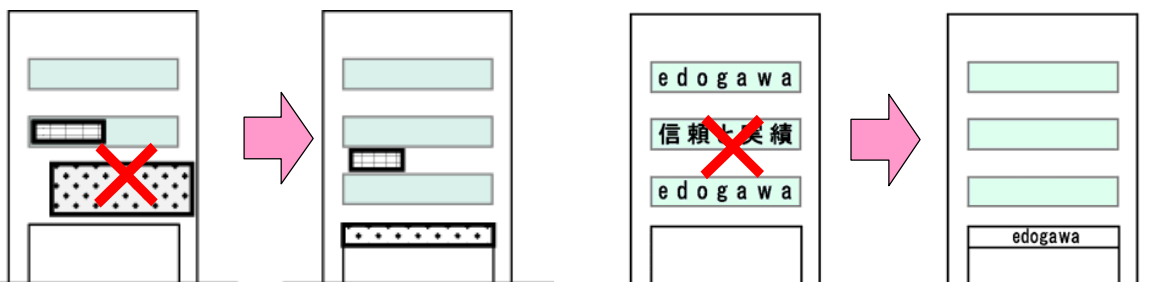
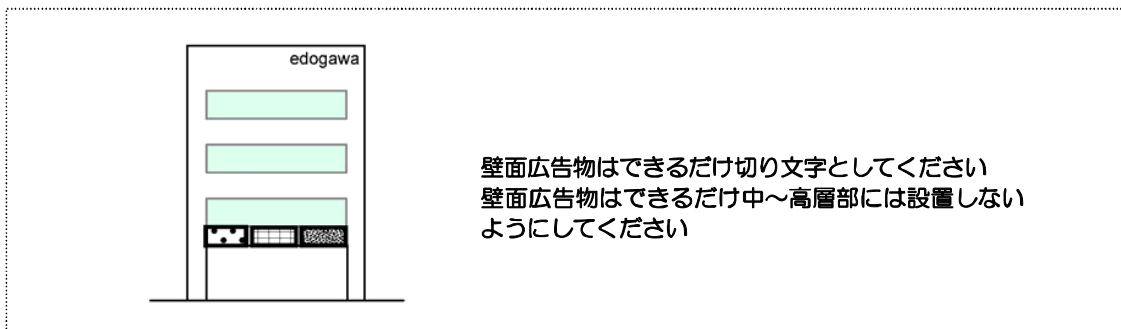
配置・形状に関するガイドライン

基本的な考え方

- ◎ 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・形状を心掛ける

ガイドライン

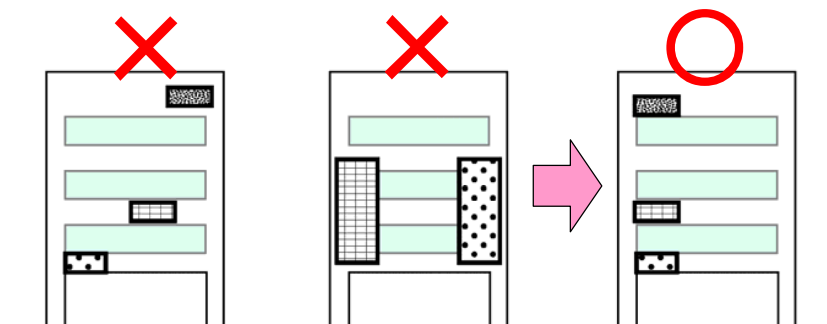
○ 広告物で壁面・窓面を隠さない



フィルム、幕などの建物の外壁を覆い
尽くすような大きさのものを避ける

窓面の内側に貼られたシート等も屋外広告
物の一種とみなし、壁面広告物と同様に扱う

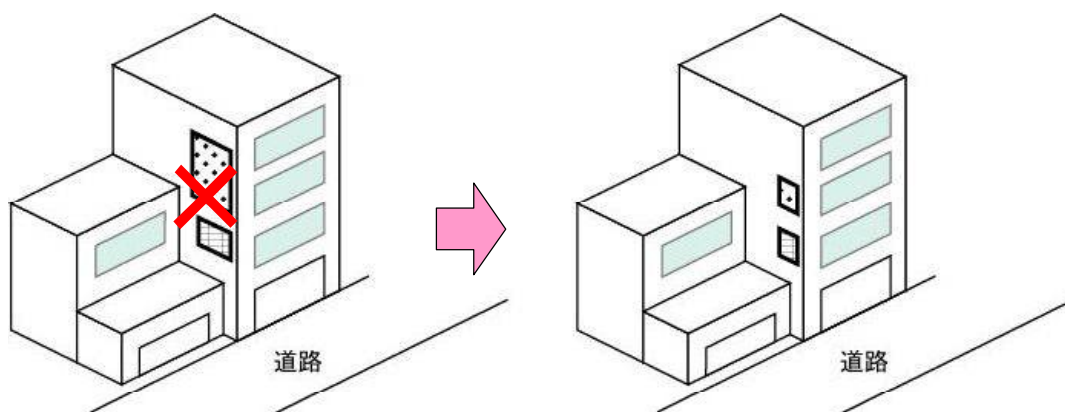
○ 壁面と一体となるように配置する



外観とばらばらに設置されている状態

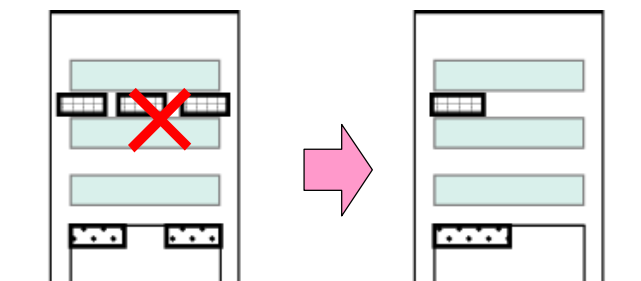
- ・ 建物の外観デザインと一体となるような配置にする
- ・ 広告物の高さを上階の窓枠の下までに抑える

ガイドライン



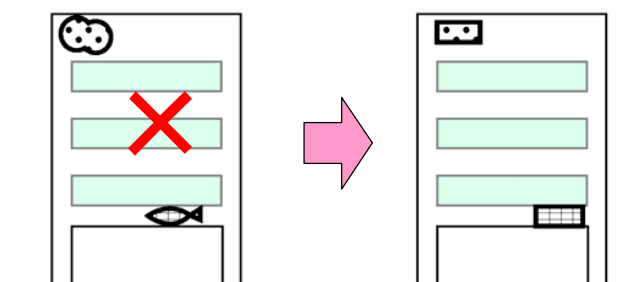
建物正面以外の面に設置する場合にも外観デザインや窓枠と揃えるようにする

○設置数を抑える



1 事業者につき壁面広告物は原則1基までとする

○特殊な形状は避ける



特殊な形状をした広告物は原則として設置しない

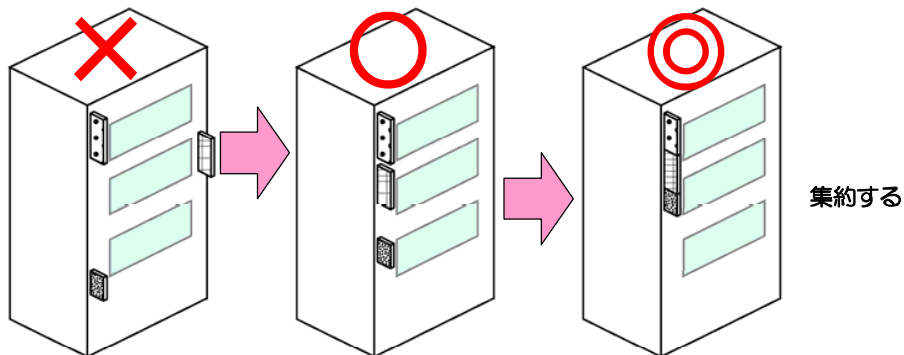
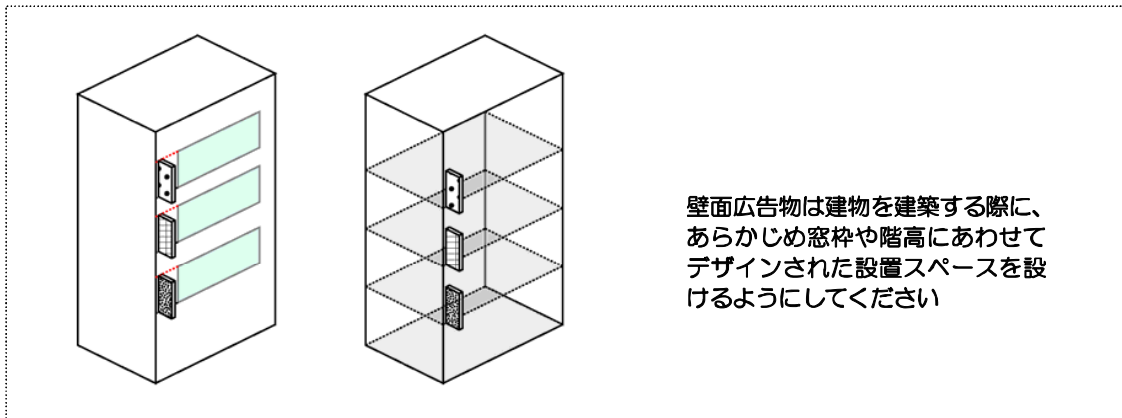
配置・形状に関するガイドライン

基本的な考え方

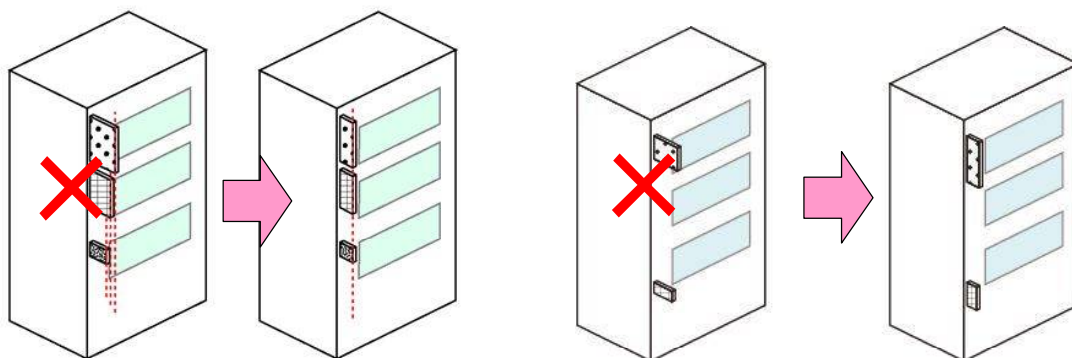
- ◎ 突出広告物は壁面の延長と捉えて、壁面線が急に飛び出したり、凹んだりすることがなく、沿道を歩く人が心地よく感じるようなリズムカルな配置、配列を心掛ける

ガイドライン

○ 広告物はできるだけ集約して壁面線を乱さない



建物の両端どちらか片方に揃えて設置する

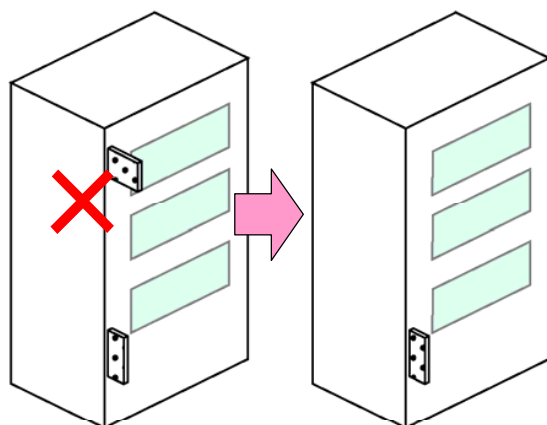


広告物の出幅を揃える（1m程度）

壁面に沿った形状とする

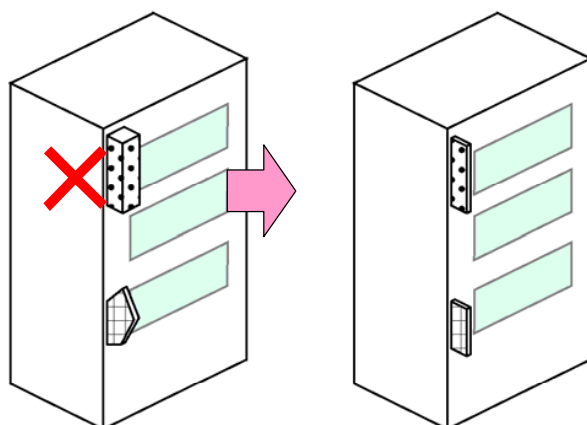
ガイドライン

○設置数を抑える



1事業者につき突出広告物は原則1基までとする

○特殊な形状は避ける



特殊な形状をした広告物は原則として設置しない

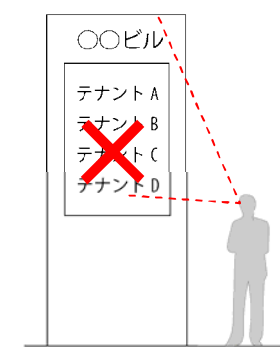
配置・形状に関するガイドライン

基本的な考え方

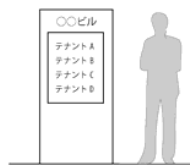
- ◎ 地上設置広告物は、建物がつくる一定の秩序から抜け出した状態と捉えて、道行く人を楽しく誘導するような集合看板等の例外を除き、原則として設置しないよう心掛ける

ガイドライン

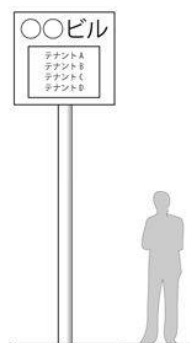
○歩行者に圧迫感を与えないような大きさ、配置・形状とする



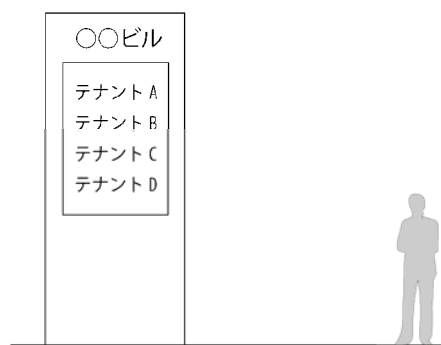
高い文字位置と圧迫感



人の目線程度の高さ
人の肩幅程度の横幅



地上から一定以上の高さを持ち上げる

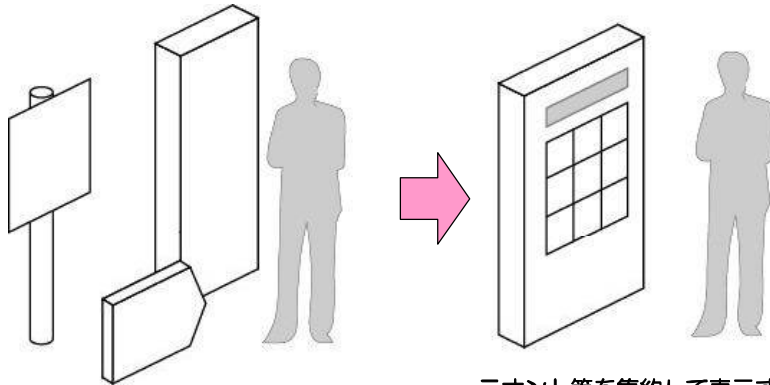


▲道路境界線

歩道から十分離れた場所に設置する

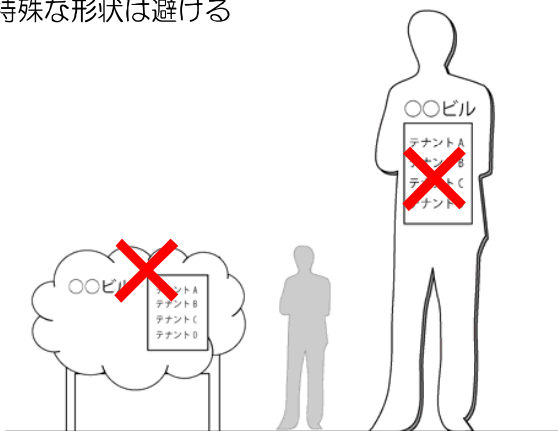
ガイドライン

○設置数を抑える



テナント等を集約して表示する案内板

○特殊な形状は避ける



特殊な形状をした広告物や極端に大きな広告物は
原則として設置しない

内容に関するガイドライン

基本的な考え方

- ◎ 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る

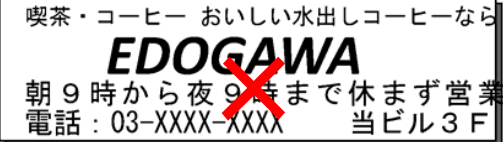
ガイドライン

○情報量を整理して簡潔に伝える



喫茶・コーヒー
EDOGAWA
当ビル3F

広告物に掲示する情報は、必要最小限に抑え、文字の大きさなどにより情報の序列化を図ってください



喫茶・コーヒー おいしい水出しコーヒーなら
EDOGAWA
朝9時から夜9時まで休まず営業
電話: 03-XXXX-XXXX 当ビル3F

情報量が多すぎるもの





EDOGAWA
喫茶・コーヒー 当ビル3F

何を強調したいのか分からないもの

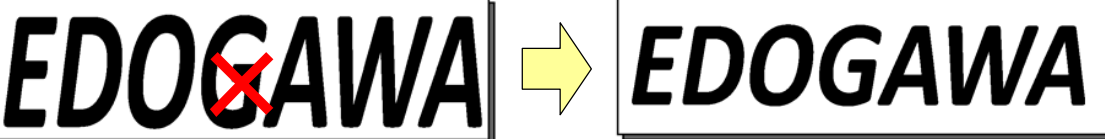


喫茶・コーヒー
EDOGAWA
当ビル3F

文字が太くて読みづらく、野暮ったい印象のもの

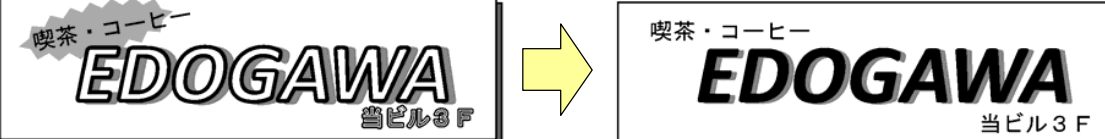


文字の形状がいびつで読みづらいもの



EDOGAWA → **EDOGAWA**

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



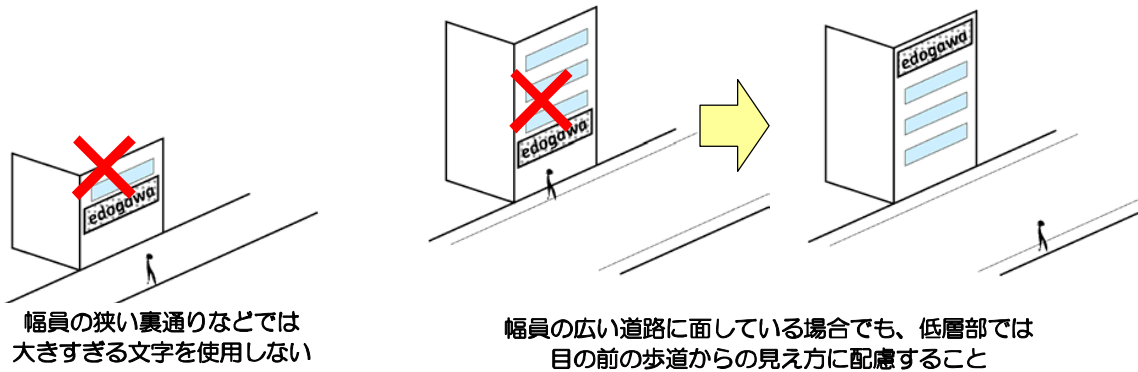
喫茶・コーヒー
EDOGAWA
当ビル3F

喫茶・コーヒー
EDOGAWA
当ビル3F

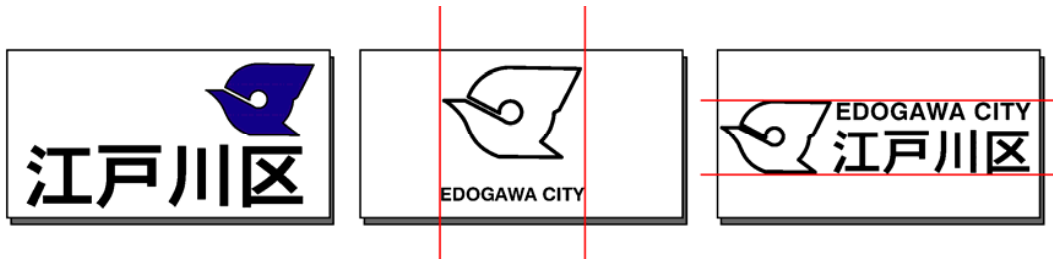
文字に対する特殊な効果の使用を控える

ガイドライン

○視認距離に対して不必要に大きな文字や画像を使用しない



○画像を使用する場合は、デザインされた情報で伝える



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してください



- ・情報量の多い写真やイラストの使用は控えてください（誘導等のために使用する矢印などを除く）
- ・イメージや背景として写真やイラストを用いる場合には、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

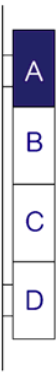
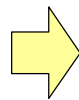
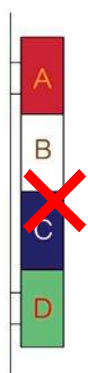
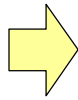
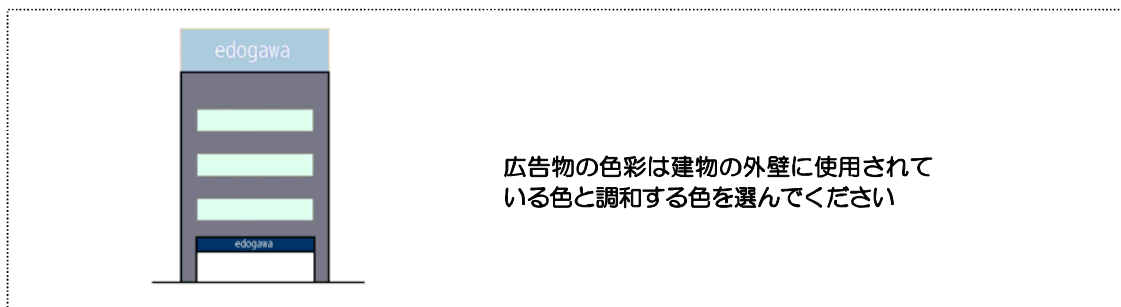
内容に関するガイドライン

基本的な考え方

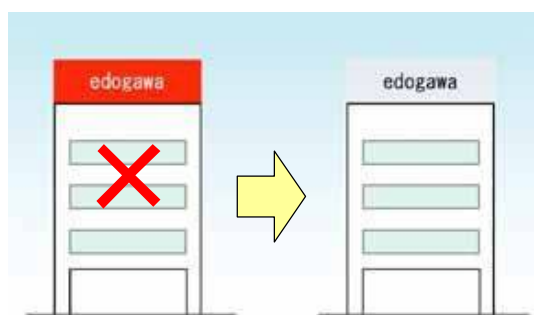
- ◎広告物に用いられる色彩は、広告物に掲載された情報を伝達する1手段であることを踏まえて、周辺の環境、景観を損なうような色づかいを避け、すっきりと情報を際立たせるような表現を心掛ける

ガイドライン

○情報をすっきりと際立たせる



広告物1面に使用する色数を最小限に抑える



特に屋上広告物や壁面最上部においては、外壁だけでなく空と調和した色遣いを心掛ける

○広告物の基調色には鮮やかすぎる彩度の使用を避ける



彩度を下げる



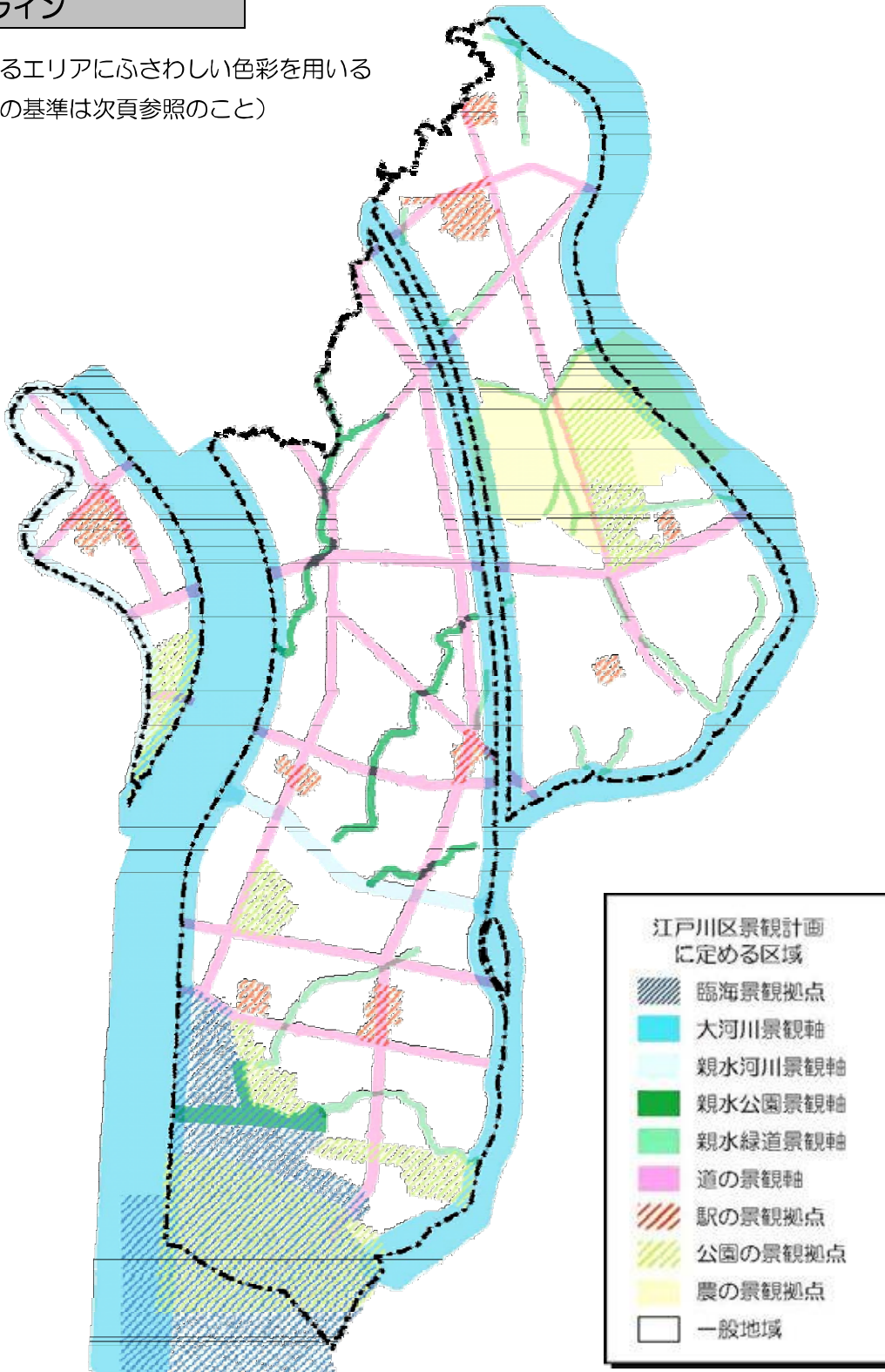
色合いを反転して使用する面積を小さくする

○グラデーションなど特殊な色づかいの使用を控える



ガイドライン

○掲出するエリアにふさわしい色彩を用いる
 (色彩の基準は次頁参照のこと)



ガイドライン

マンセル表色系

私たちは一般に色彩を、赤や青、黄などの色名で表現します。しかし、色名による表現は捉え方に個人差があり、ひとつの色を正確かつ客観的に表すことはできません。

このため、ガイドラインでは、JIS（日本工業規格）などにも採用されている国際的な尺度である「マンセル表色系」を採用しています。

「マンセル表色系」ではひとつの色彩を「色相（いろあい）」、「明度（あかるさ）」、「彩度（あざやかさ）」という3つの尺度の組み合わせによって表現します。

●**色相**は、いろあいを表します。10種の基本色（赤、黄赤、黄、黄緑、緑、青緑、青、青紫、紫、赤紫）の頭文字をとったアルファベット（R、YR、Y、GY、G、BG、B、PB、P、RP）とその度合いを示す0から10までの数字を組み合わせ、10Rや5Yなどのように表記します。また、10RPは0R、10Rは0YRと同意です。

●**明度**は、明るさを0から10までの数値で表します。暗い色ほど数値が小さく、明るい色ほど数値が大きくなり10に近くなります。実際には、最も明るい白で明度9.5程度、最も暗い黒で明度1.0程度です。

●**彩度**は、鮮やかさを0から14程度までの数値で表します。色味のない鈍い色ほど数値が小さく、白、黒、グレーなどの無彩色の彩度は0になります。逆に鮮やかな色彩ほど数値が大きくなり赤の原色の彩度は14程度です。最も鮮やかな色彩の彩度値は色相によって異なり、赤や橙などは14程度、青緑や青などは8程度です。

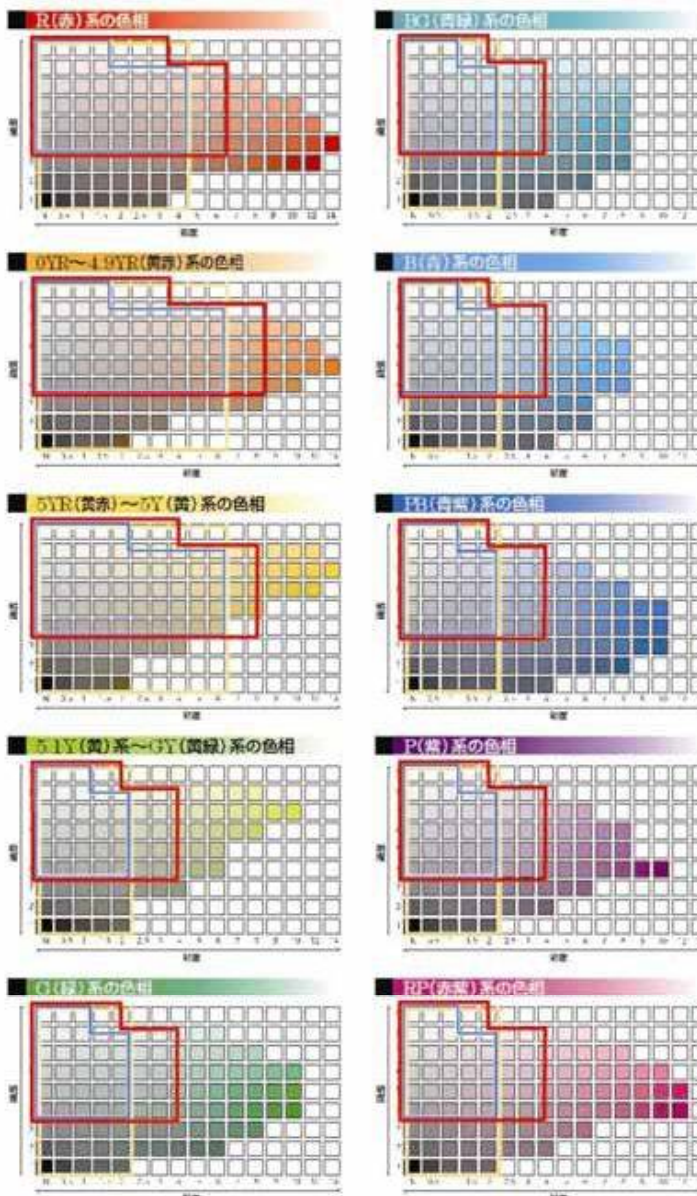
●**マンセル値**は、これら3つの属性を組み合わせて表記する記号です。

例えば、都の木であるイチョウの葉は、春から夏にかけての盛期で10GY5/6程度、秋の紅葉時で5Y7/8程度です。

地域	表示面積の1/3を超えて使用できる色彩の目安
臨海景観拠点・大河川景観軸	建築物の外壁基調色 + 彩度 2
親水河川・親水公園・親水緑道景観軸 公園の景観拠点・農の景観拠点	
その他の地域	基準なし

凡例

- 臨海景観拠点・大河川景観軸
親水河川・親水公園・親水緑道景観軸
公園の景観拠点・農の景観拠点
一般地域の使用可能範囲
(建物外壁基調色 + 彩度 2)
- 外壁基本色の使用可能範囲
(外壁の4/5はこの範囲から選択)
- 外壁基調色の使用可能範囲
(外壁の1/5はこの範囲から選択)

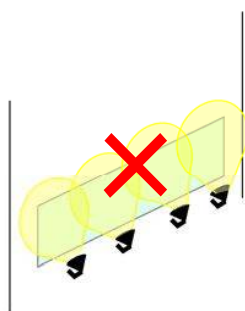


基本的な考え方

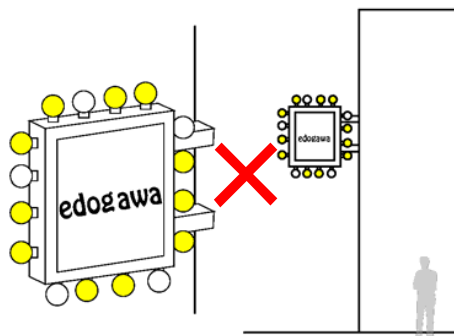
◎広告物に用いられる照明は、広告物の内容を伝える手段であるだけでなく、夜間のにぎわいと安らぎの演出という相反する目標があることを理解し、周辺の環境、景観と調和した表現を心掛ける

ガイドライン

○すっきりと際立たせる

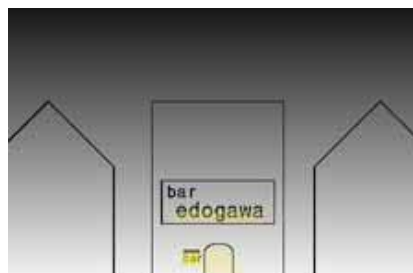


必要以上に大きな面積を照らさない



強い光の点滅で人目を引くものとし不要

○住居系用途地域を中心とした安らぎがもとめられるエリアでは、発光面を小さくして必要以上に明るい光源を用いない



光源は電球色を使用し、暖かみのある照明とする

内容に関するガイドライン

ガイドライン

○駅の景観拠点や道の景観軸など商業系用途地域を中心とした賑わいが求められるエリア以外では、動きのある派手な広告物の設置は避ける



× 広告面全体が発行する内照式の照明の使用を控える



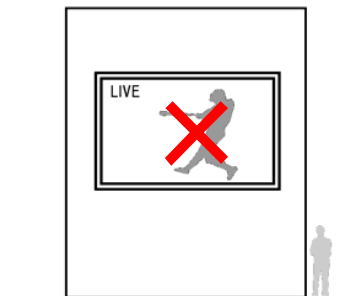
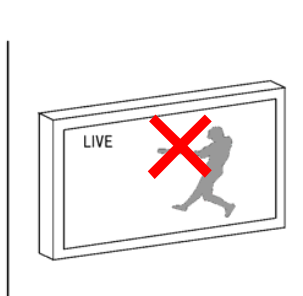
内照式の場合は文字部分のみ透過性の高い素材を使用する



外照式の場合は文字の裏側に照明を配置する



光源型の場合は文字のネオンを作成する



- × 表示内容を変化させるネオンサイン
- × ニュース速報等が流れる電光掲示板（時刻や気温等を表示するものを除く）
- × 動画を流す大型ビジョン

江戸川区都市開発部
都市計画課（景観担当）

〒132-8501

東京都江戸川区中央一丁目4番1号

電話 03-3652-6368

Fax 03-5607-2267

第1版 平成23年●月作成