

## 風景づくりのガイドライン（屋外広告物編）骨子(案)について

### (付議の要旨)

世田谷区風景づくり計画に基づく「風景づくりのガイドライン（屋外広告物編）」骨子(案)を取りまとめたので報告する。

### 1. 主旨

屋外広告物は、風景に大きな影響を与える要素の一つであるため、世田谷区風景づくり計画では「風景づくりのガイドライン（屋外広告物編）」を作成することとしている。

風景づくり計画で定めた屋外広告物の表示に関する内容について、ガイドラインとして具体化して屋外広告物設置者へ示すことにより、地域の風景への配慮を促し、風景づくりの誘導を進めていく。

ガイドラインの検討に先立ち、屋外広告物に関する課題整理に併せ普及啓発を図るため、平成27年度に「世田谷の広告風景を考える連続ワークショップ」(計4回)を開催し、冊子「広告風景のデザインブック」としてまとめた。

今年度は、昨年度の成果、風景づくり委員会での審議及び区民意見を踏まえ、東京都屋外広告物条例の関係所管と連携を図りながらガイドラインの検討を行い、このたび骨子(案)をまとめたので報告する。

なお、ガイドラインによる屋外広告物の協議について、風景づくり条例に新たに位置づける。

### 2. 経過

平成27年11月25日～	世田谷の広告風景を考える連続ワークショップ	
平成28年2月13日		(全4回)
6月	「広告風景のデザインブック」の発行	
6月8日	第1回風景づくり委員会(平成27年度取組み報告)	
10月27日	第2回風景づくり委員会(ガイドラインの方向性について審議)	
11月19日	区民意見交換会	
平成29年1月18日	第3回風景づくり委員会(骨子(案)の審議)	

### 3. 骨子(案)

別紙「風景づくりにおける屋外広告物の誘導《考え方及びガイドライン骨子(案)》」  
のとおり

### 4. 今後の予定

平成29年	2月28日	都市整備常任委員会(骨子(案)報告)
	3月上旬	風景づくりのガイドライン(屋外広告物編)骨子の公表
	4月29日	区民意見交換会
	7月	風景づくり委員会(素案の検討) 東京都都市整備局意見照会
	8月	政策会議(素案報告)
	9月	都市整備常任委員会(素案報告)
	10月~	区民意見募集
	12月	風景づくり委員会(案検討) 政策会議(案報告) 都市計画審議会(案報告)
平成30年	2月	都市整備常任委員会(案報告) 区議会第1回定例会(風景づくり条例改正提案)
	3月	風景づくりのガイドライン(屋外広告物編)策定
	4月~6月	周知期間
	7月	風景づくりのガイドライン(屋外広告物編)運用開始 改正風景づくり条例施行(予定)

# 風景づくりにおける屋外広告物の誘導 考え方及びガイドライン骨子(案)

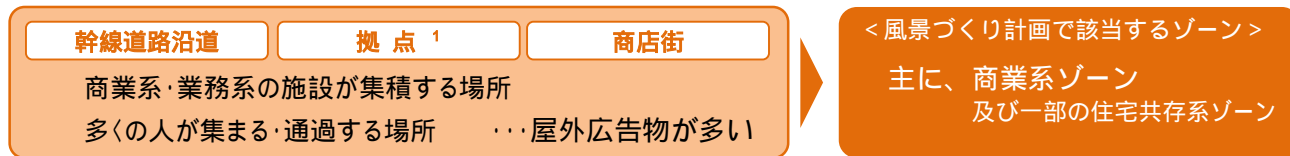
## 1. 風景づくりにおける屋外広告物の誘導の考え方

### (1) 屋外広告物とは

まちなかで必要な情報を提供してくれる生活に欠くことが出来ない重要な存在。  
 風景づくりにおいては、地域の風景に大きな影響を与える要素の一つ。  
 地域の街づくりと連携し、建築物や周辺の街並みに配慮した優れたデザインの屋外広告は、街のにぎわいや地域らしさを演出する上で重要な役割を果たす。

### (2) 屋外広告物の現状

区内の屋外広告物は、設置場所の特性により様々な特徴がある。



- ・表示面積が大きい
- ・遠くから視認できる
- ・広範囲の風景に影響を与える
- ・車及び歩行者向け

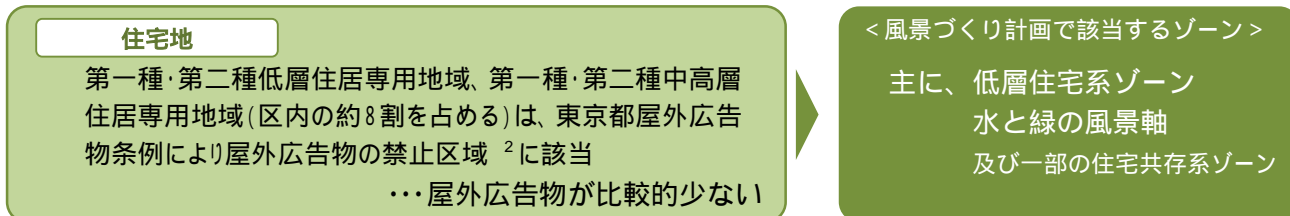


- ・表示面積の大きさは多様
- ・数が多く、密度が高い
- ・活気や賑わいを演出
- ・車及び歩行者向け

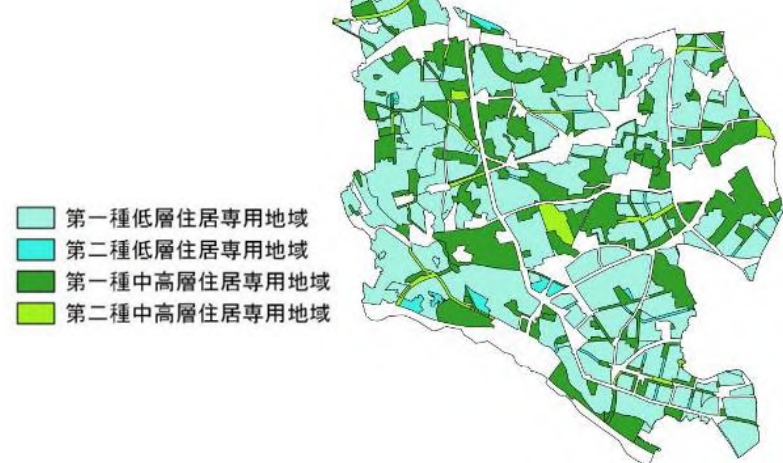


- ・表示面積が小さい
- ・低い位置に多い
- ・活気や賑わいを演出
- ・主に歩行者向け

1: 風景づくり計画に定める拠点(三軒茶屋・下北沢・二子玉川)



屋外広告物の禁止区域



- ・表示面積が小さい
- ・数が少ない
- ・一部にコインパーキングなど、目立つものが設置

2: 禁止区域であっても、自家用広告物の適用除外基準の範囲で掲出可能

### (3) 風景づくりにおける屋外広告物の誘導

街のにぎわいや地域らしさの感じられる魅力的な風景づくりを推進するために、屋外広告物の設置者に対し、風景づくり計画を具体化した風景づくりのガイドライン(屋外広告物編)による屋外広告物のデザイン等の誘導を進めていく。

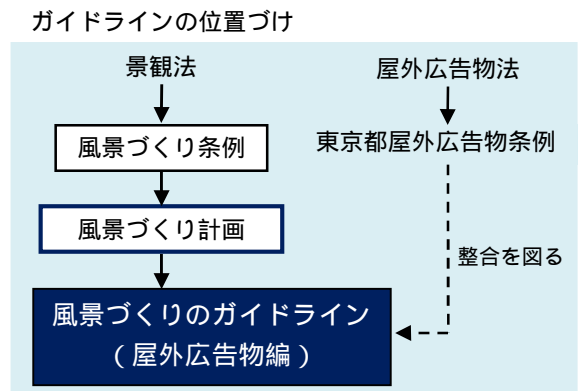
## 2. ガイドラインの目的・位置づけ

### (1) 目的

風景づくり計画に基づき、世田谷区の風景づくりにおける屋外広告物の基本的な考え方を示す。  
 特定の区域における一定規模以上の屋外広告物に対して、計画段階で協議を行う際のデザイン等の誘導指針を示す。

### (2) 位置づけ

風景づくり計画「第7章 屋外広告物の表示に関する事項」に基づくガイドライン。  
 東京都屋外広告物条例や関係法令の規定による基準に加え、風景づくりにおいて配慮すべき事項を示す。

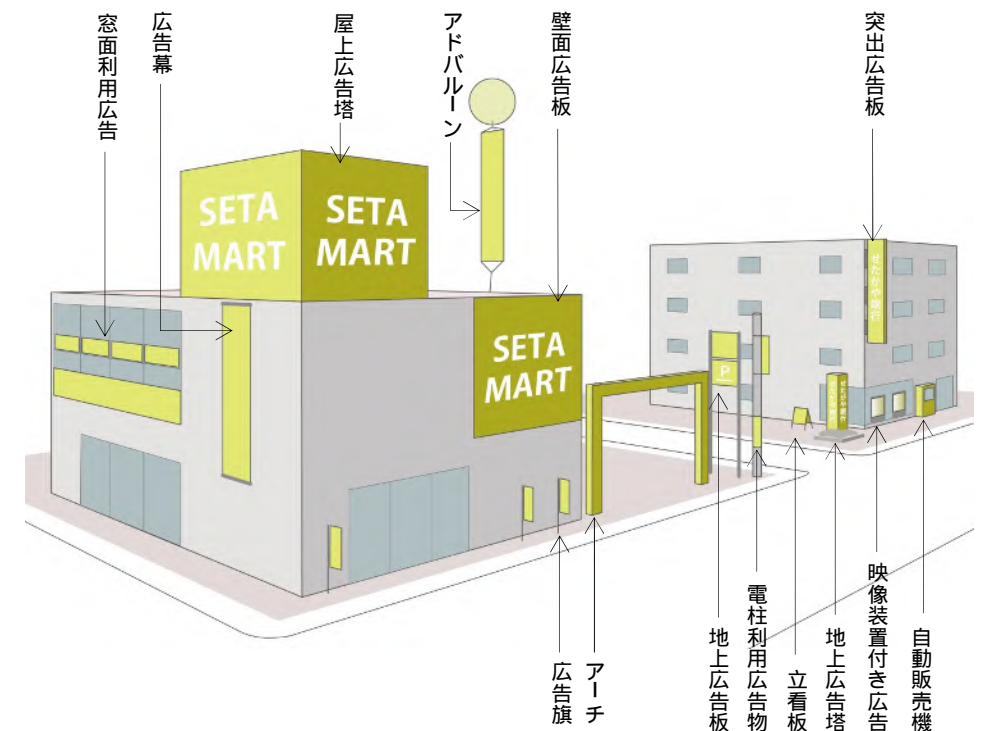


## 3. 対象とする屋外広告物

東京都屋外広告物条例や関係法令に規定された屋外広告物だけでなく、風景づくりに影響を与える表示物等も対象に追加。

### 対象とする主な広告物の種類

- 東京都屋外広告物条例に基づくもの**  
 広告板(屋上、地上、壁面、突出)、広告塔、アーチ、装飾街路灯、店頭装飾、広告幕、立看板、広告旗、はり紙、はり札、アドバルーン、電柱・街路灯柱利用、標識利用、車体利用など
- 風景づくりに影響を与える表示物等**  
 窓面等の内側を利用した広告物



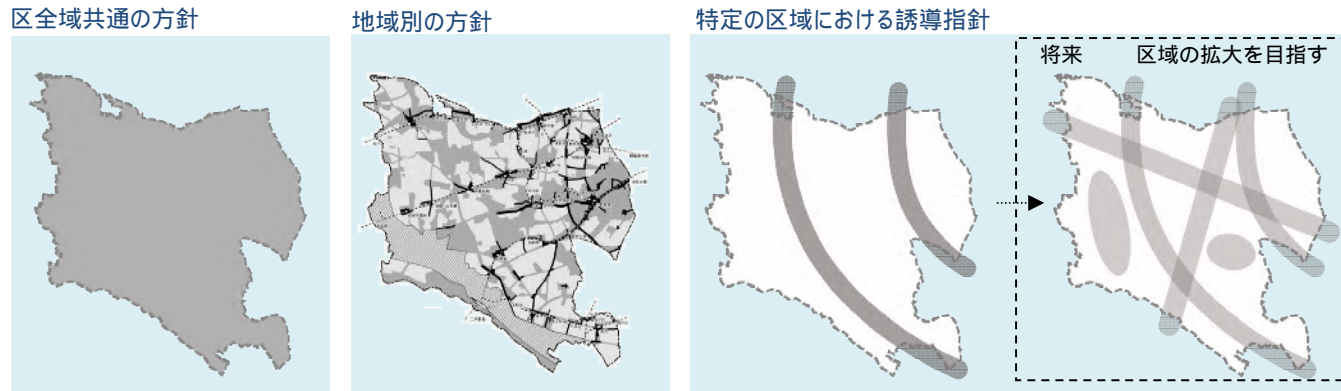
## 4. 風景づくりのガイドライン（屋外広告物編）骨子（案）

### （1）誘導の考え方

世田谷区全域を対象とした「区全域共通の方針」と、景観計画区域の区分に基づく「地域別の方針」により屋外広告物の誘導方針を示す。

地域の風景づくりに影響の大きい屋外広告物に対して特に効果的な誘導を行うために、特定の区域を定め、区域の特性を踏まえた具体的な誘導指針を設定し、協議による誘導を行う。

屋外広告物の誘導の考え方の図



### （2）誘導方針

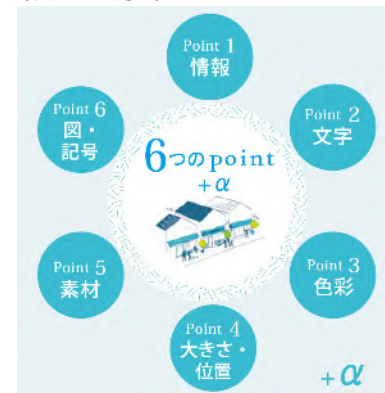
#### 区全域共通の方針

屋外広告物を掲出する際、区内のどの地域においても配慮すべき共通の誘導方針。

広告物の特徴を活かして効果的にメッセージを伝えるためのポイントを示す。

「情報」「文字」「色彩」「大きさ・位置」「素材」「図・記号」「+」など

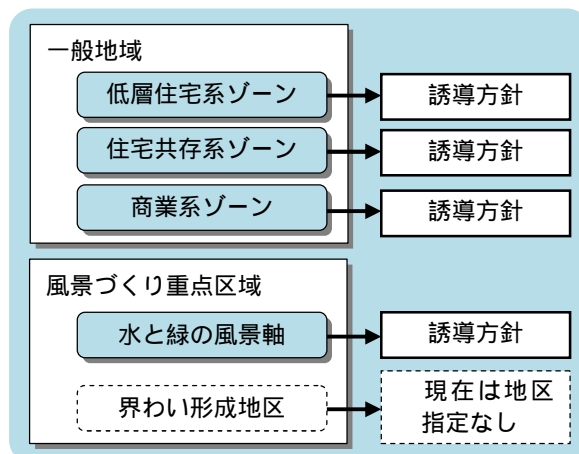
区全域共通の方針



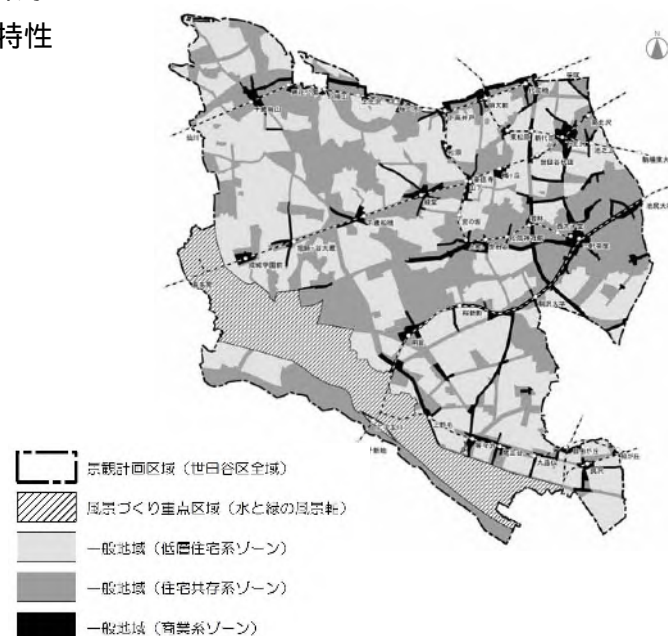
#### 地域別の方針

「低層住宅系ゾーン」「住宅共存系ゾーン」「商業系ゾーン」「水と緑の風景軸」ごとに、地域の風景特性にあわせた屋外広告物の誘導方針を示す。

地域別の方針



景観計画区域の区分



### （3）特定の区域における誘導指針

#### 対象

#### 区域：

環状7号線及び環状8号線に面する敷地における屋外広告物

【理由】大規模な屋外広告物等により、広範囲の風景づくりに影響を与えている幹線道路の屋外広告物の中でも、高架（高速道路）などがなく、遠方からの視認性が高いため。

#### 種類・規模：

表示面積の合計が10㎡を超えるものを想定。

（具体的な規模等は、東京都屋外広告物条例の許可基準等を踏まえ今後定める。）

協議の対象となる区域

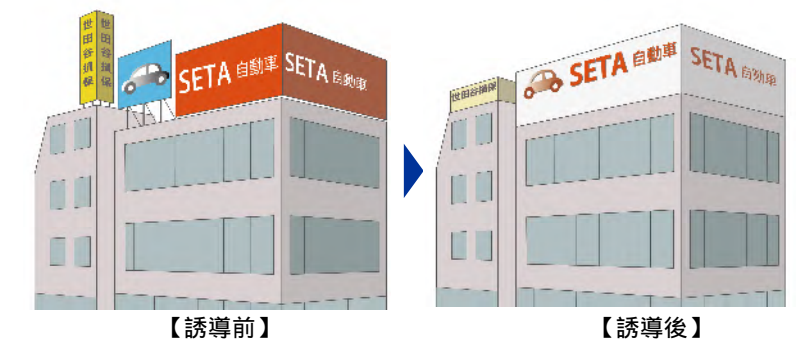


#### 誘導指針

対象区域の屋外広告物の特徴を踏まえて設定する。

「周囲の街並みの連続性に配慮した高さにする」「建物と一体的なデザインにする」など、屋外広告物としての魅力を高める誘導指針とする。

屋外広告物の誘導イメージ

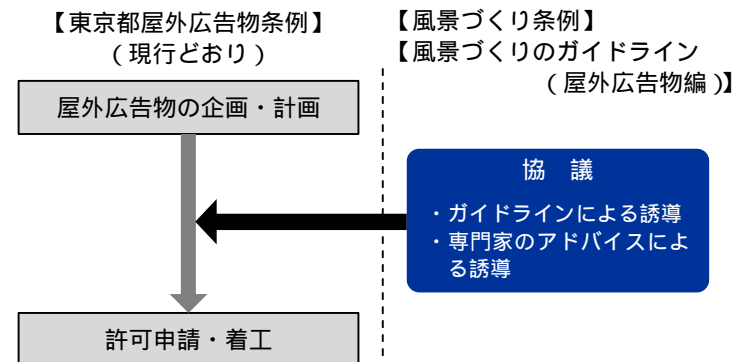


#### 専門家との協議による調整

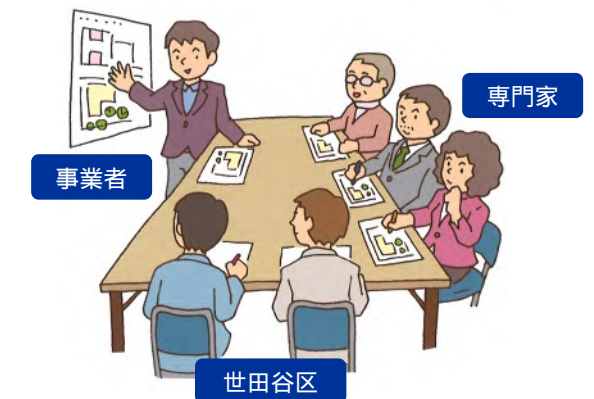
風景づくりの視点からみた屋外広告物のデザイン等について、専門家による助言や提案をふまえた協議や調整を行う。

屋外広告物の協議については、風景づくり条例に新たに位置づける。

#### 協議及び許可の流れ



#### 協議イメージ



誘導指針による協議は、環状7号線及び環状8号線における屋外広告物の誘導効果について評価検証を実施した上で、対象区域の拡大を目指す。