

屋外広告物は、都市の景観に大きな影響を与える要素の一つです。まちを歩くと目に映るのは、建築物の壁面や屋上に設置された、数多くの広告物です。目を楽しませるものもありますが、無秩序に設置された屋外広告物がまちの景観を損ねる要因として扱われることもあります。

一方、近年は地域のまちづくりと連携し、建築物やまちなみとの調和を意識した屋外広告物もみられるようになってきました。

こうした取組を広げて、杉並らしい良好な景観を形成していくため、地域の特性に合わせた住民発意によるルールづくりなど、地域のまちづくりの取組などとも連携しながら屋外広告物の表示・掲出に関する景観誘導を図ります。

1 屋外広告物の表示・掲出に関する基本方針

以下に示す方針に従って、質の高い屋外広告物の表示・掲出を誘導していきます。

東京都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、色彩等のデザインなどが、地域にふさわしい良好な景観の形成に寄与するような表示・掲出とします。

住宅地においては、規模、位置、色彩等のデザインを、住宅地に相応しい良好な景観の形成に寄与するように配慮します。

景観形成重点地区や公園・緑地などの周辺では、みどりや地形など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に配慮します。

景観重要建造物（P.114 参照）などの景観資源の周辺では、その面影や雰囲気を保つよう配慮します。

大規模な建築物や高層の建築物においては、景観に対する影響が広範囲に及ぶ場合があることから、表示の位置や規模について、十分に配慮します。

主要な幹線道路においては、道路修景や地域のまちづくりの機会などを捉えて、魅力ある沿道の景観形成を進めていきます。

地域の活性化は、大規模で過剰な屋外広告物の掲出ではなく、美しく落ち着きのある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きます。

地域特性を踏まえた屋外広告物は、まちなみの特性や魅力を高め、まちのにぎわい創出にも効果があることから、屋外広告物の地域ルールを活用した景観形成を進めていきます。



地域ルール

東京都屋外広告物条例に基づく特定区域における基準制度の通称で、地域の景観特性に応じた広告物に関するルールを、同条例の許可基準に反映させることができる制度のこと

2 住宅地及び景観形成重点地区の屋外広告物に対する取組

住宅都市にふさわしい良好な景観を形成するため、住宅系の用途地域及び景観形成重点地区において、東京都屋外広告物条例に基づく許可申請前に「事前相談」を行うこととし、景観に配慮した屋外広告物の適正な表示・掲出に取り組みます。

事前相談の対象行為	事前相談の対象地域及び対象面積	
	対象地域	対象表示面積※
広告塔、広告板の新設、増築、改築若しくは移転、外観を変更することとなる修繕若しくは模様替又は色彩の変更	第一種・第二種低層住居専用地域* 第一種・第二種中高層住居専用地域* 風致地区* 特別緑地保全地区*	合計 5 m ² 超
	水とみどりの景観形成重点地区内の地域 (上記地域を除く)	合計 10 m ² 超

※既存の屋外広告物を含んだ面積



屋外広告物の表示・掲出に関する配慮基準	
項目	配慮基準
配置	河川、公園・緑地、歴史的な景観資源などからの見え方に配慮します。
規模	広告物は、必要最小限とするように努めます。
形態 意匠 色彩	屋上広告は、建築物と一体的なデザインとなるように配慮します。 突出広告は、列状等に集約し周辺の建築物等と調和するように配慮します。 壁面広告は、壁面のデザインとの調和を図ります。 独立広告は、集約化を図り、建築物や外構のデザインと調和するように配慮します。 色彩は地域特性にふさわしい、まちなみ調和した落ち着いたものとするよう努めます。
緑化	独立広告の基礎部分は可能な限り緑化するよう努めます。