

# 4 特に配慮すべき地区のガイドライン

## (1) 特に配慮すべきエリアにおける配慮事項

### ●対象地区

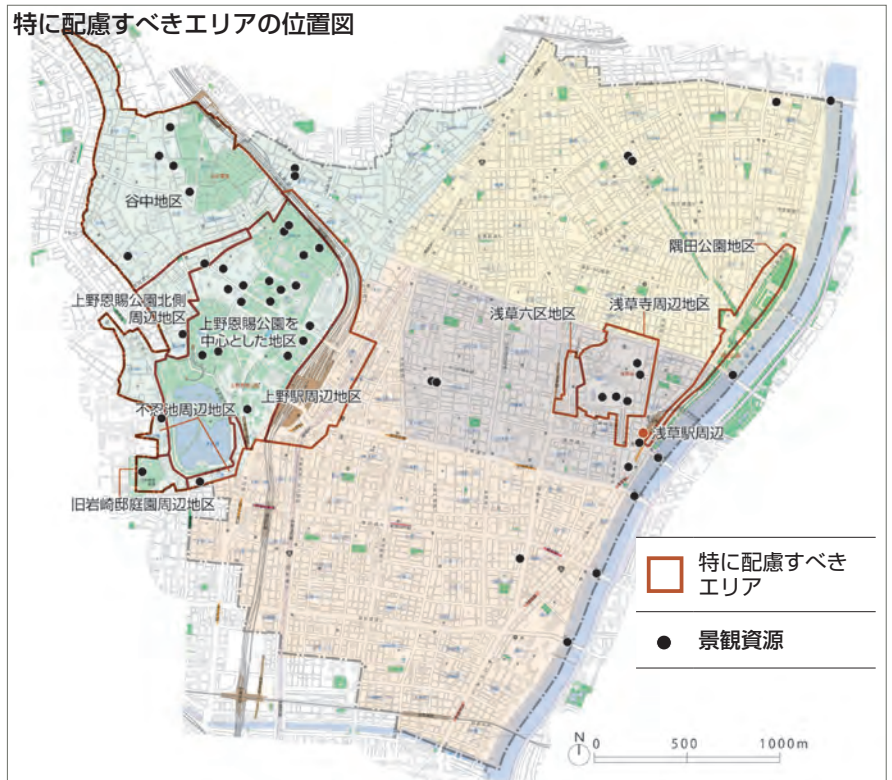
【上野恩賜公園を中心とした地区、不忍池周辺地区、上野駅周辺地区、上野恩賜公園北側周辺地区、旧岩崎邸庭園周辺地区、浅草寺周辺地区、浅草六区地区、隅田公園周辺地区、谷中地区、旧岩崎邸庭園周辺地区※】

※旧岩崎邸庭園周辺地区においては、以下の方針・配慮事項に則すとともに台東区景観計画、東京都屋外広告物条例に基づく制限によるものとします。

### ●広告景観形成の方針

森に囲まれて不忍池や寛永寺や、世界文化遺産でもある国立西洋美術館などの文化施設等が立地する上野恩賜公園周辺、活気や懐かしさのある浅草寺周辺、上野駅の周辺等、国内外から多くの来訪者を集める重要な地区です。

各地区の景観特性や個性的な景観と調和し、歴史的・文化的施設、玄関口としての上野駅等のシンボル性を確保するような広告景観を形成します。



### ●配慮事項

<b>共通事項</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○必要最小限度の数とし、過剰な広告景観とならないよう努めます。</li> <li>○地域にゆかりのある広告物とするなど、地域の景観に配慮します。</li> <li>○多くの人々の心に残り、台東区の玄関口である上野駅等のシンボル性を損なわないようにします。</li> <li>○特に、主要な視点場からの眺望に十分配慮した位置、規模、形態・意匠とします。</li> </ul>
<b>位置・規模</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○位置は、屋上や建物上部への設置を避ける等、景観に対する影響の範囲に留意します。</li> <li>○規模は、視認上、必要な規模とするなど、過度に大きくならないように配慮します。</li> </ul>
<b>形態・意匠</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○建物中層部以上の高さに設置する場合は、切り文字とするなど、眺望景観に配慮します。</li> <li>○複数の広告物は集約化、デザインの統一など、すっきりと見せる工夫をします。</li> <li>○窓面への広告物の掲出は、窓面全体を覆い尽くさないよう、また窓面から一定の距離をとるなど、建物デザインを活かすよう工夫します。</li> <li>○写真やイラストなどは規模やデザインなどが過剰とならないよう、慎重に検討します。</li> </ul>
<b>色彩</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○基調色は、低彩度とする、建物の外観と同系色とするなど、過剰にならないよう配慮します。</li> <li>○高彩度のコーポレートカラーの使用は最小限とすることや、彩度を落とすなど、周辺景観との調和を図ります。</li> </ul>
<b>照明</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○光源を使用する場合は、過度に点滅するものや明るいものを控えます。</li> <li>○映像広告は建物上部への設置を極力避け、建物と一体的にデザインするなど、まち並み景観を損ねないものとします。</li> </ul>



## 上野恩賜公園を中心とした地区の景観配慮イメージ

### ■ 森の中の文化施設群の景観との調和

国立西洋美術館周辺や東京国立博物館前～大噴水付近の広場などでは視界が開け、来訪者の特に多く集まる場所でもあることから、木々に囲まれた文化施設等の格調や、公共サインへの視認性を損なわない控えめで質の高い広告物を目指していきます。

上：国立西洋美術館付近。東京文化会館やカフェレストランなど拠点施設が集積する、上野公園のハイライトの1つです。

上野駅反対側の高層建物も見えていますが、現状で過度に主張する広告物・サインは見られません。

下：大噴水付近の広場。歩行者動線の重要な結節点です。誘導サイン、カフェの看板、催事の看板などがアクセントとして鮮やかな色彩も用いつつも、全体として落ち着いた雰囲気を守っています。



右2点：高彩度色の使用を最小限とし、上野公園の景観を引き立てるアクセントカラーとなっている例



## 不忍池周辺地区の景観配慮イメージ

### ■ 不忍池、池を取り巻く緑の景観との調和

不忍池から見える建物上部の広告物が公園の風致を損ねないよう、公園から視認される部分での落ち着いた色のある広告景観形成に配慮することが大切です。

また、不忍通り沿いでは老舗などの歴史性や、公園の緑と調和し、秩序の感じられる広告景観形成に配慮することが大切です。

上：不忍池から望むまち並み

下：不忍池を中心に古くから発展し、歴史を感じさせる、不忍通り沿いのまち並み。



## 上野駅周辺地区の景観配慮イメージ

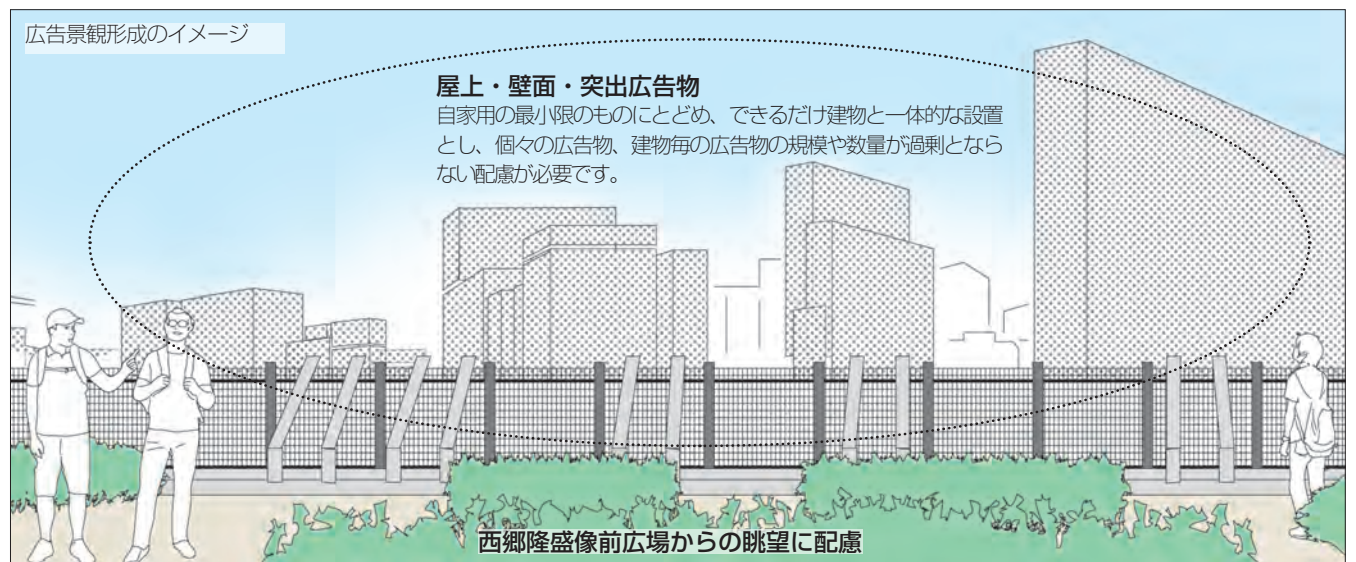
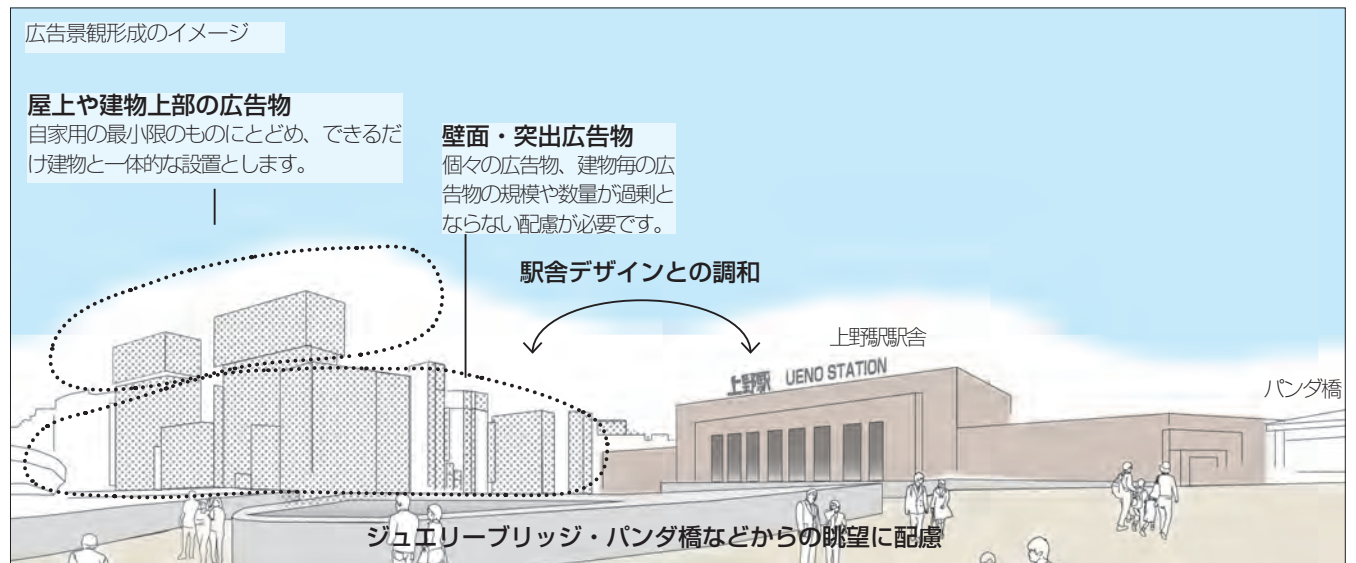
### ■上野の玄関口にふさわしい魅力的な広告景観形成

パンダ橋やジュエリーブリッジなどからのまち並みが無秩序なものとならないよう、建物ごとに配置に一貫性を持たせ、また外壁や窓面を覆い尽くさず、建物デザインが活かされるよう、広告物の規模や数量もできるだけ抑えていく事が大切です。

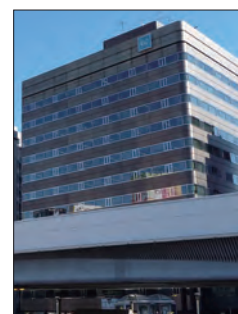
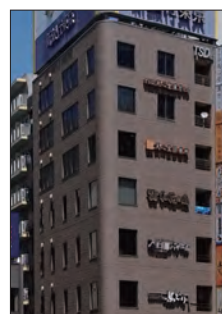
また、世界文化遺産でもある国立西洋美術館からの眺望にも配慮が必要です。



パンダ橋付近から見たまち並み。にぎやかな駅前らしい中高層のまち並み景観の中で、屋上広告物や壁面広告など、地域の玄関口にふさわしい秩序や風格の感じられる広告景観を形成していくことが大切です。



- 左：建物デザインを活かし、広告は控えめに表示している例
- 中：最小限の規模と整然とした配置のテナント広告物の例
- 右：ロゴサインを最小限の大きさとし、落ち着いた建物デザインを引き立てている例



## 上野恩賜公園北側周辺地区の景観配慮イメージ

### ■ 閑静な住環境にとけ込む店舗の魅力を演出

上野恩賜公園の北側は閑静な低中層の住宅地の中に小さな雑貨店や飲食店などが点在しています。(右写真)

広告物は現状の落ち着いたまち並みとの調和に配慮することが大切です。

広告物の大きさや派手さに頼ることなく、店構えやディスプレイなどの一部として広告物を活用し、中に入ってみたいと思わせるトータルデザインが大切です。



住宅地の環境に寄り添うようにさりげなく、店構えや建物と一体的に品良くしつらえた広告やサインの例

## 浅草六区地区の景観配慮イメージ

### ■ 地域の歴史を尊重し、浅草の魅力とにぎわいに貢献する広告景観形成



浅草六区のまち並みと広告物。浅草六区地区(右記)に基づき、興業街らしく魅力的なまち並み形成を目指し、まちづくりが進められています。

### 浅草六区デザインガイドラインによる 広告景観形成

※浅草六区地区では、「浅草六区地区地区計画」に示した「建築物等の整備の方針」「建築物等の形態又は色彩その他意匠の制限」を具体化するものとしてデザインガイドラインを作成しており、広告物・看板についても以下のようにルールを定めています。

本ガイドラインでもその考え方にに基づき、適切な広告景観形成を図っていくこととします。

#### 浅草六区デザインガイドライン - ② 広告物、看板類の考え方 より※

デザインに配慮し、建築物やまちなみに調和させるとともに、にぎわいを演出するアイテムとして活用しましょう！

- 「のぼり」や「ちょうちん」など、にぎわいを演出する広告物を使用しましょう。
- 壁面広告物や突出広告物は、建築物のデザインや色彩との調和を図り、統一的なデザインとなるよう配慮しましょう。
- 屋上広告物は基本的に避けることが望ましく、設置する場合は建築物と一体的なデザインとしましょう。
- 壁面広告・突出広告の地色は、低彩度の控えめな色彩とし、文字などにごく少量に用いる色や「のぼり」「ちょうちん」など、にぎわいを演出する広告物は、鮮やかな色彩も使用可能とします(彩度が9を超えるような色彩は、使い方に注意しましょう)。



## 浅草寺周辺地区の景観配慮イメージ

### ■ 境内や参道からの眺望景観との調和

浅草寺境内と仲見世の眺望は、浅草地域の中心に位置する、浅草を観光する誰もが目にする強い心象をもつ景観です。

浅草のシンボル空間にふさわしい景観となるよう、その背景となる施設については広告物が目立ちすぎること無く、落ち着いた広告景観を形成する事が大切です。



浅草寺境内からの眺望（写真上）

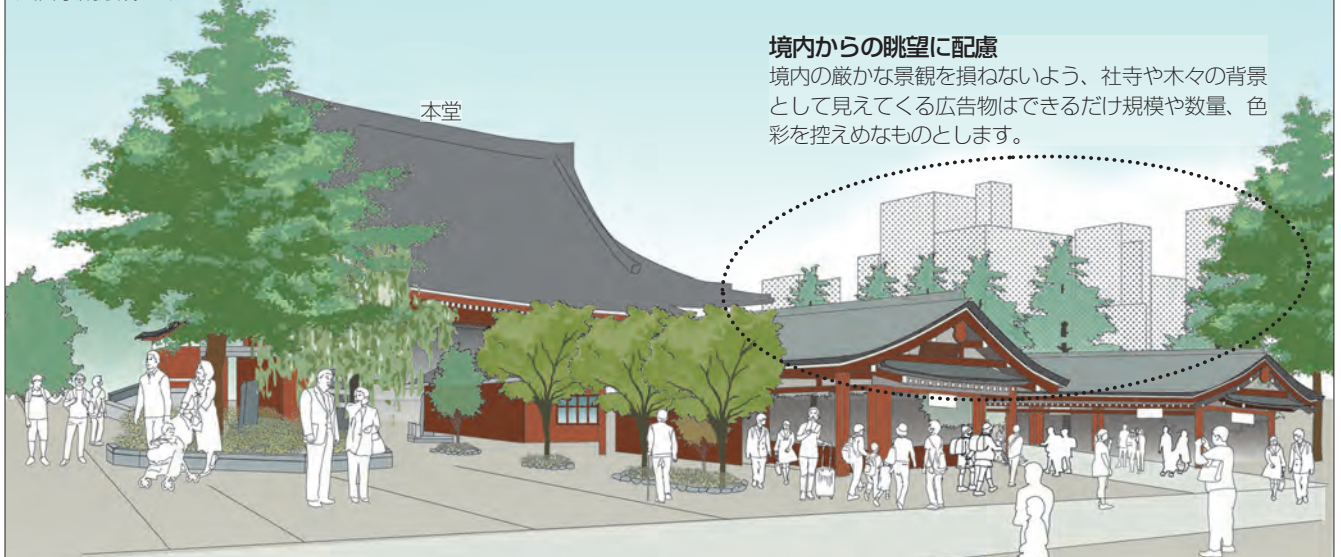
浅草の中心となる空間です。

境内を囲む木々の背景は、屋上等の広告物がこの景観を阻害しないよう十分な配慮が必要です。

仲見世からの眺望（写真下）

宝蔵門と雷門との間をつなぐ参道空間です。その背景は仲見世の景観と調和するよう、屋上や壁面の広告物の位置や規模、形態意匠には十分な配慮が必要です。

### 広告景観形成のイメージ



通りのルールづくりや暗黙の配慮などによって通りや界隈で看板のデザインや、ロゴ（江戸文字など）を協調している例



上左：コーポレートカラーの使用を最小限にとどめ、まち並みと協調したデザインを採用している例

上右：まち並みと協調した時間貸し駐車場のサインの例

下右：伝統的な看板やのれんをショーウィンドウや緑と共に整然とレイアウトしている例



4 特に配慮すべき地区のガイドライン

## 隅田公園周辺地区の景観配慮イメージ

■ 隅田川や隅田公園との連続性が感じられるまち並みと広告景観形成

隅田公園沿いの通りは、江戸通りにエントランスのある店舗の裏手となっている建物も多く見られますが、近年では公園側にエントランスを構える店舗が増え、公園の桜並木と調和した魅力的なまち並み形成が期待されます。

隅田川の水辺、隅田公園の緑など豊かなオープンスペースに隣接する通りとして、低層部においてはうらおいのある景観を演出する広告景観の形成が望めます。

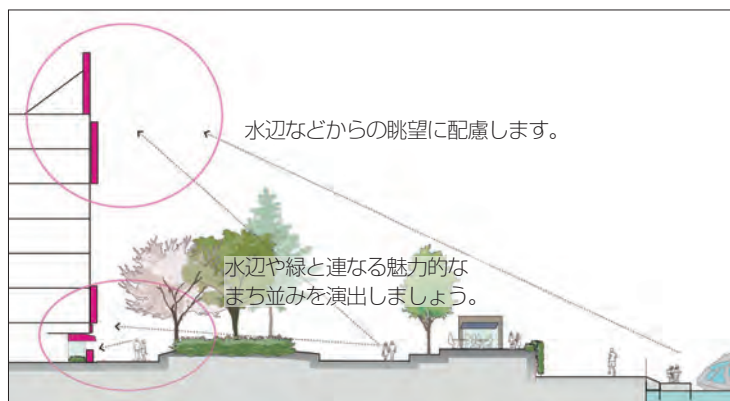
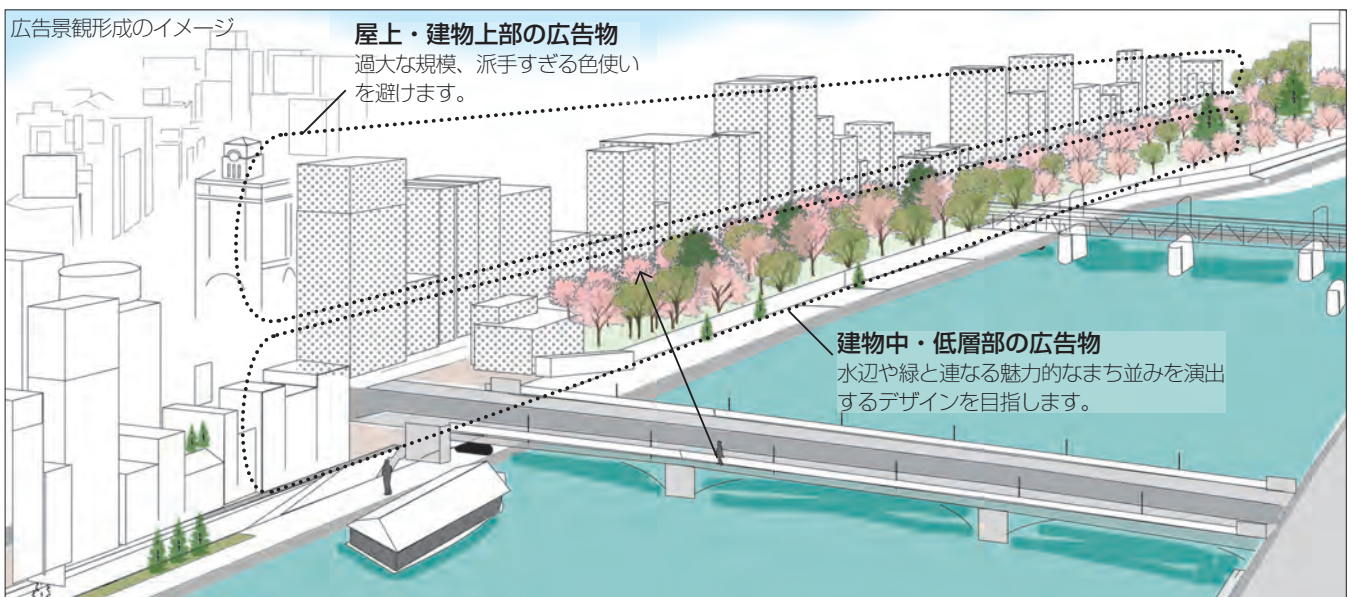
また、建物上層部などでは隅田川沿いのまち並みのまとまりを意識し、水平なスカイライン維持や、落ち着いた色彩などに配慮し、屋外広告物ばかりが目立たない配慮が必要です。



隅田公園に隣接する通りの店舗



水辺景観にうらおいを与えている隅田公園内のカフェ



水辺や桜並木の緑と調和した表情豊かな店舗の広告物等の例



## 谷中地区の景観配慮イメージ

■ 閑静な住宅地と共存し、緑や景観資源、空の広がり調和した広告景観形成

古くから寺町として発展してきた谷中地区は、緑豊かなお寺や低層の住宅地を基調としたまちでありつつ、観光商業地としても名高い地区です。

先代のお店の継承者も、新規にお店を構える事業者も、古き良きものを大切にする方々が多いようです。

谷中住民の台所であり、食べ歩き観光のスポットでもある谷中銀座では、木質調素材にこだわった看板など、昔ながらのまち並みをイメージした広告物を各店舗で工夫しています。

この他にも、谷中地域では古い建物のリノベーションが多く見られ、いずれもその昔ながらの良さを活かしつつ新しいデザインを採り入れ、広告物もその一部として、新しい中にも懐かしさを尊重したものが多く見られます。

広告物を派手さや大きさ・数などに頼らず、新しいデザインセンスの中にも地域の歴史的なたたずまいを継承する姿勢が求められています。



上2点：谷中銀座のまち並みと広告物。店舗の壁面広告物を木製看板で揃えるなど、まち並みとの一体感があります。



上2点：よみせ通りの広告物。新日の建物が並び中に和テイストの看板やのれんなど、歴史ある商店街らしいしつらえの店舗が多く見られます。



上4点：その他住宅地内の店舗の広告物。古い建物をリノベーションして利用するなど全体的に昔ながらのまち並みを大切にする気風が見られ、広告物も洗練された中に落ち着きを感じられるものも多く見られます。



## ※参考 浅草駅周辺の景観配慮イメージ

### ■浅草の玄関口にふさわしい駅前広告景観形成

歩行者や車の重要な結節点であり、東武浅草駅玄関口として来訪者の印象に強く残る場所です。東武浅草駅駅舎や東京メトロ浅草駅上屋、神谷バーなど歴史的なシンボルとなる建物の集積する吾妻橋交差点の眺望については特に配慮が必要となります。

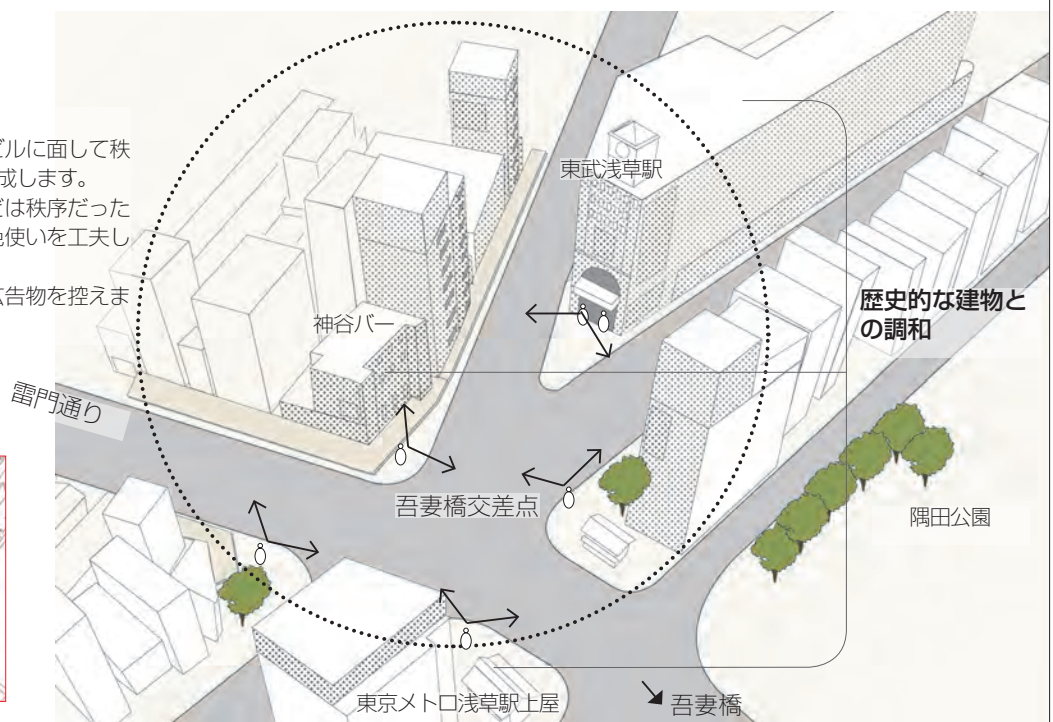
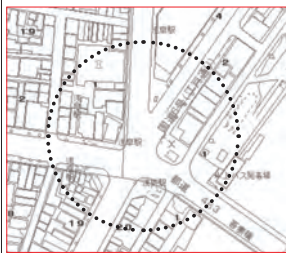


東武浅草駅前からの眺め。駅前らしいにぎわいの感じられる空間となっており、屋上広告物や壁面のテナント広告などが見られます。広告物を商業地の演出要素として活かしつつ、秩序の感じられる広告景観を形成していく必要があります。

#### 広告景観形成のイメージ

##### 吾妻橋付近の眺望に配慮

吾妻橋交差点や東武浅草駅ビルに面して秩序の感じられる広告景観を形成します。特に建物のテナント広告などは秩序だった配置や最小限の規模・数、色使いを工夫します。また、過剰な大きさの屋上広告物を控えます。



#### ×好ましくない例



#### ○改善例



建物上部の派手な地色や大き過ぎるグラフィック、繰り返し表現や乱雑な配置などがまち並みの秩序を損ねています。

↓  
繰り返し表現を控える。  
テナント広告は切り文字とするなど表示面積を抑える。  
屋上広告物の表示面積を抑える。





## (2) 特に配慮すべき水辺・通りにおける配慮事項

●対象地区 ※本ガイドラインでは、水辺と通りとで区分します。

【水辺：隅田川沿い、神田川沿い】

【通り：浅草通り、雷門通り、かっぱ橋本通り、中央通り】

### (2)-1 水辺（隅田川沿い、神田川沿い）

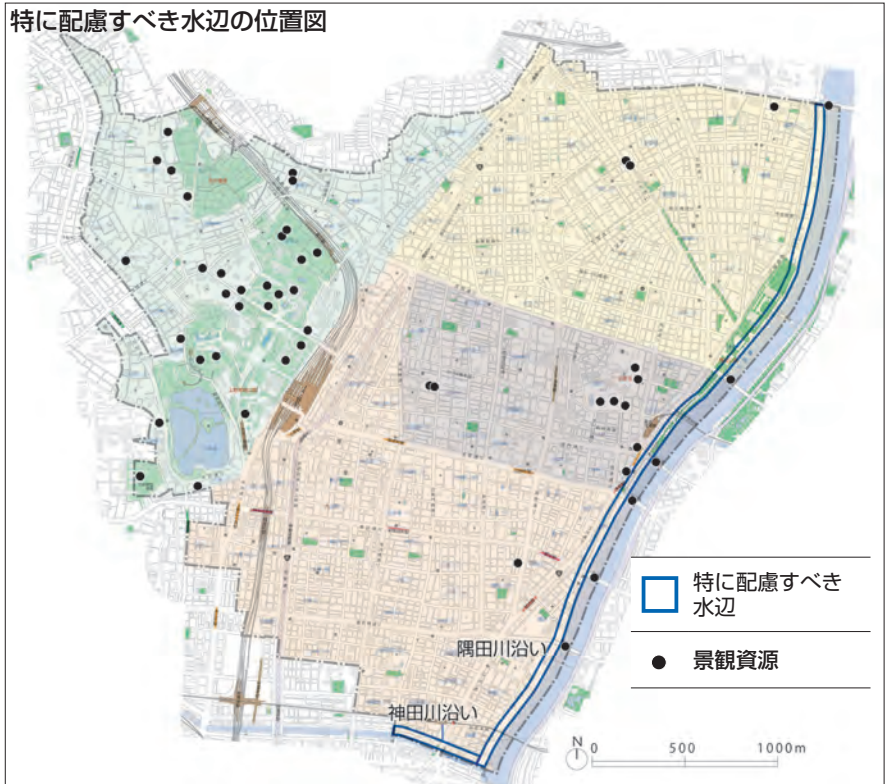
#### ●広告景観形成の方針

歴史ある橋りょうや老舗の建物などに感じられる江戸情緒と、スカイツリーや親水テラスなど新たな建造物が共存する固有のたたずまいやまち並みです。

また、屋形船など水上の往来も水辺の景観を特徴づけています。

これら固有の景観を大切に、水辺の開放感や親水性、歴史性などと調和した広告景観を形成します。

特に配慮すべき水辺の位置図



#### ●配慮事項

<b>共通事項</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○橋りょうや橋詰、対岸の公園・オープンスペース、車窓等からの眺めに配慮した配置、表示、規模、デザインとします。</li> <li>○橋りょうや歴史的な建造物等の景観資源と一体的に望見できる場合は、当該資源を引き立てるような配置、表示、規模、デザインとします。</li> <li>○必要最小限度の数とするなど、過剰な広告景観とならないよう十分に配慮します。</li> <li>○地域にゆかりのある広告物とするなど、地域の景観に配慮します。</li> </ul>
<b>位置・規模</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○位置は、屋上や建物上部への設置を避ける等、景観に対する影響の範囲に留意します。</li> <li>○規模は、視認上、必要な規模とするなど、過度に大きくならないように配慮します。</li> </ul>
<b>形態・意匠</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○建物中層部以上の高さに設置する場合は、切り文字とするなど、眺望景観に配慮します。</li> <li>○複数の広告物は集約化、デザインの統一など、すっきりと見せる工夫をします。</li> <li>○窓面への広告物の掲出は、窓面全体を覆い尽くさないよう、また窓面から一定の距離をとるなど、建物デザインを活かすよう工夫をします。</li> <li>○写真やイラストなどは規模やデザインなどが過剰とならないよう、慎重に検討します。</li> </ul>
<b>色彩</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○基調色は、低彩度とする、建物の外観と同系色とするなど、過剰にならないよう配慮します。</li> <li>○高彩度のコーポレートカラーの使用は最小限とすることや、彩度を落とすなど、周辺景観との調和を図ります。</li> </ul>
<b>照明</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○光源を使用する場合は、水辺の風情に配慮した照明を工夫するとともに、過度に点滅するものや明るいものを控えます。</li> <li>○映像広告は建物上部への設置を極力避け、建物と一体的にデザインするなど、まち並み景観を損ねないものとします。</li> </ul>



## 隅田川沿いの配慮イメージ

■水辺の広がり、まち並みの連続感と水辺らしい表情を大切にしたい広告景観形成

対岸や水上、橋上など、随所にまち並みを広く望める視点場があり、広がりのある水辺景観が観光資源ともなっています。

水平なスカイライン維持や、落ち着いた色彩などに配慮し、広告ばかりが浮き上がらない配慮が必要です。

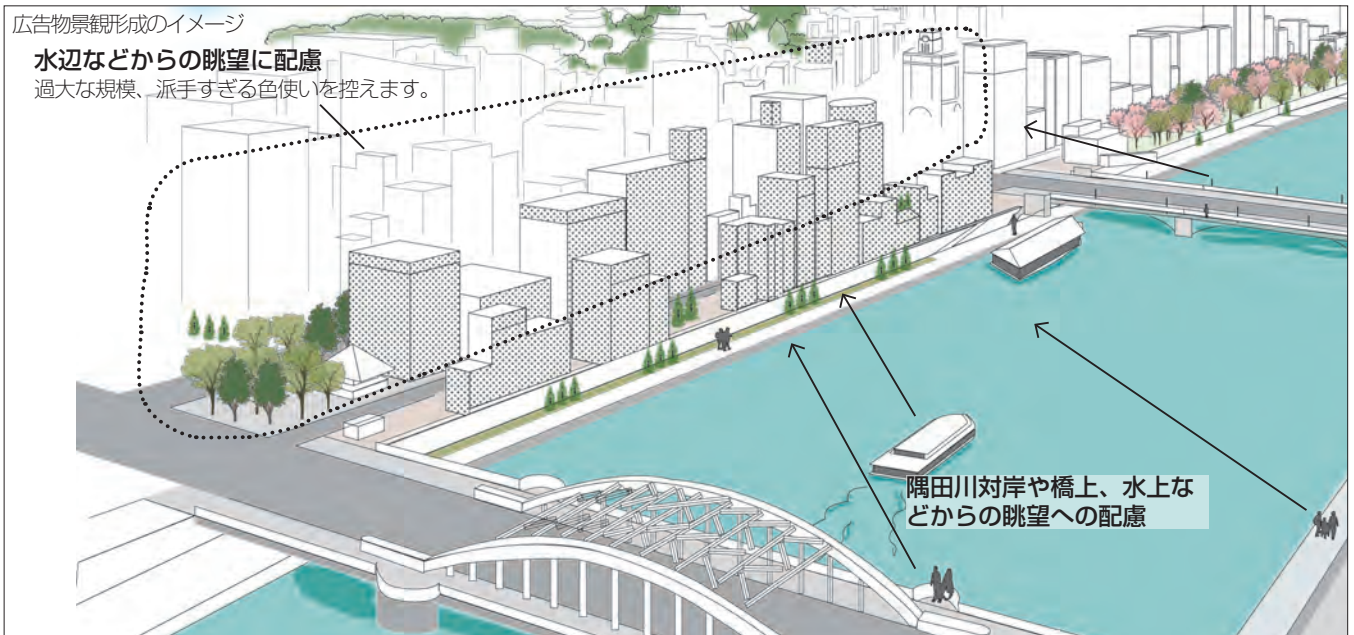
また、広告物の照明は極端な明るさを避けるとともに、落ち着きや暖かみを感じられるものとし、親水テラスの照明や橋よりのライトアップなどを引き立て、一体的に隅田川の夜景を特徴づけていくことが望まれます。



駒形橋から見た隅田川沿いのまち並み



墨田区側から見た隅田川沿いのまち並み



×好ましくない例



規模や数、色数など個々の広告物の主張が強く、水辺の景観を損ねている例

○改善例



原則として切り文字を用い、屋上広告物の設置を控え、必要最小限の大きさ、数、色数とし、まち並みを活かします。



右3点：必要最小限の大きさ、建物と一体性のあるデザイン等により、まち並みが活かされている例



## 神田川沿いの配慮イメージ

■ 風情を感じる低層部の景観形成、水上や橋から望む建物上層部の秩序ある広告景観形成

川沿いのまち並みは中高層の建物を基調としつつ、船宿の並びや老舗の点在など、印象的な水辺景観となっています。

これらの水辺の風情を引き立てる広告物の演出が望まれます。

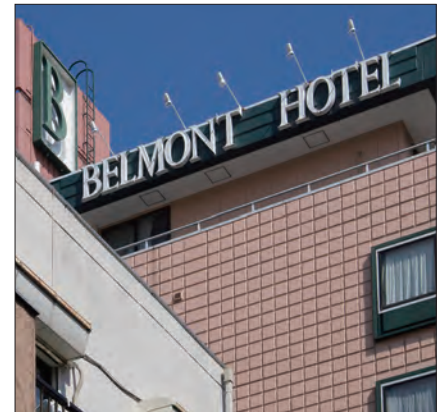
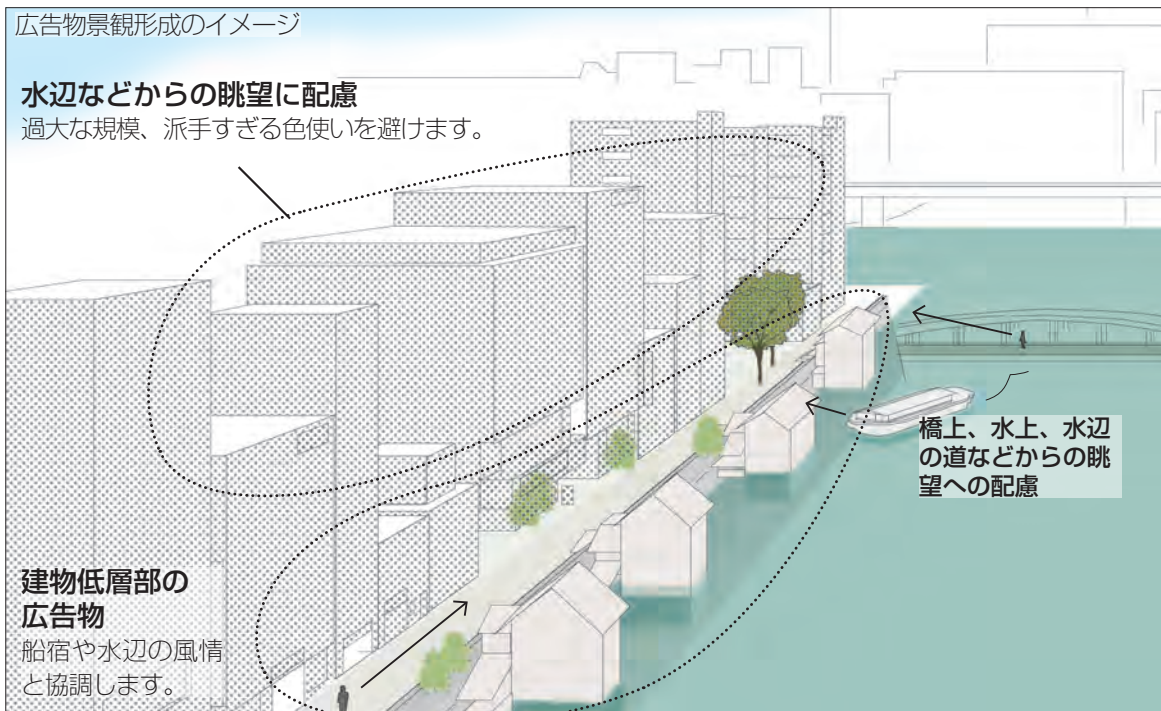
また、壁面や屋上部は、水上や橋からの眺望景観を意識し、過大な広告や派手すぎる色使いを避け、落ち着いたまち並み形成に配慮する必要があります。



左衛門橋から見た神田川沿いのまち並み



水辺に船宿の並びが風情あるまち並み



左：船宿・沿線の老舗らしい看板や木質系素材が昔ながらの面影を残しています。

中：洗練された配置の中に使い込まれた木製看板やのれん、老舗らしいロゴマークなど、伝統を感じさせる店舗の看板の例

右：名称サインを切り文字とし、建物と一体的にデザインしている例



## (2)-2 通り（浅草通り、雷門通り、かっぱ橋本通り、中央通り）

### ● 広告景観形成の方針

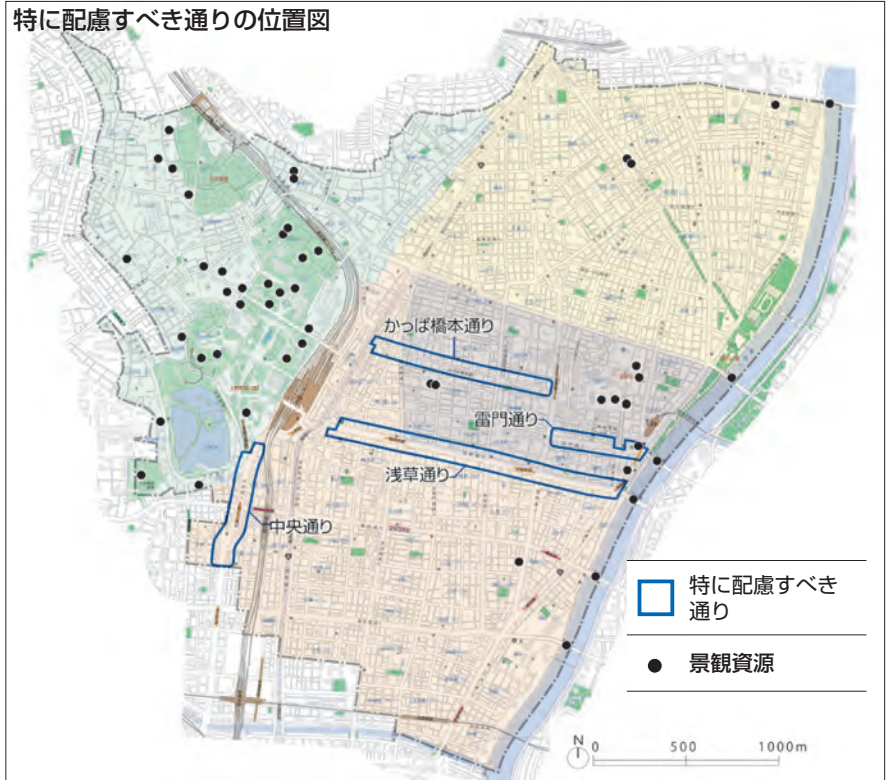
上野・浅草及び、それらをつなぐ連続したエリアの中に形成された通りです。

商業・業務を中心とした街路景観であり、仏具街である浅草通りなど、個性的な商業地が形成されています。

また、新しい建物によるまち並みを基調としつつ、社寺や歴史的な資源、老舗の点在などに昔ながらの地域の表情が見られます。

これらシンボリックなまち並みを維持・形成し、固有の歴史や文化を活かした広告景観を形成します。

特に配慮すべき通りの位置図



### ● 配慮事項

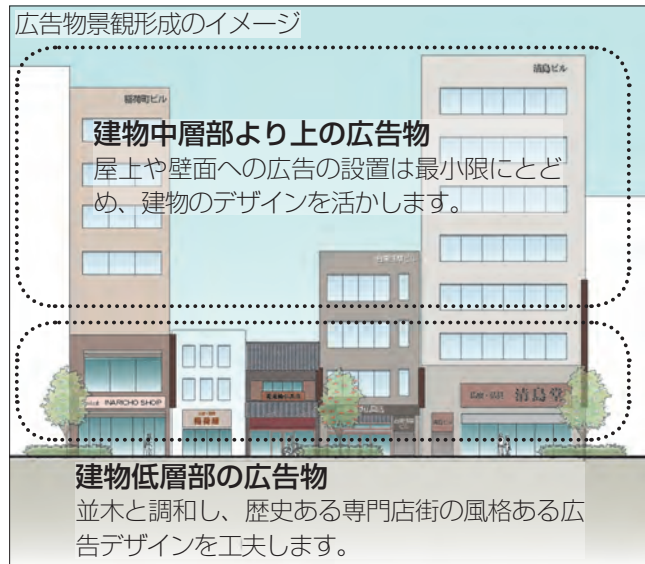
<b>共通事項</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○通りのアイ・ストップに見える上野公園の緑、スカイツリーなどのランドマークの見通しに配慮した配置、表示、規模、デザインとします。</li> <li>○低層部ではにぎわいや商店街の個性を創出するとともに、中高層部は、落ち着いた景観づくりを進めます。</li> <li>○橋りょうや歴史的な建造物等の景観資源と一体的に望見できる場合は当該資源をひき立てるよう、落ち着いた景観の形成を進めます。</li> <li>○必要最小限度の数とするなど、過剰な広告景観とならないよう十分に配慮します。</li> <li>○地域にゆかりのある意匠を採り入れるなど、地域の景観に配慮します。</li> </ul>
<b>位置・規模</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○位置は、屋上や建物上部への設置を避ける等、景観に対する影響の範囲に留意します。</li> <li>○規模は、視認上、必要な規模とするなど、過度に大きくならないよう配慮します。</li> </ul>
<b>形態・意匠</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○建物中層部以上の高さには設置する場合は、切り文字とするなど、眺望景観に配慮します。</li> <li>○複数の広告物は集約化、デザインの統一など、すっきりと見せる工夫をします。</li> <li>○窓面への広告物の掲出は、窓面全体を覆い尽くさないよう、また窓面から一定の距離をとるなど、建物デザインを活かすよう工夫をします。</li> <li>○写真やイラストなどは規模やデザインなどが過剰とならないよう、慎重に検討します。</li> </ul>
<b>色彩</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○基調色は、低彩度とする、建物の外観と同系色とするなど、過剰にならないよう配慮します。</li> <li>○高彩度のコーポレートカラーの使用は最小限とすることや、彩度を落とすなど、周辺景観との調和を図ります。</li> </ul>
<b>照明</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○光源を使用する場合は、過度に点滅するものや明るいものを控えます。</li> <li>○映像広告は建物上部への設置を極力避け、建物と一体的にデザインするなど、まち並み景観を損ねないものとします。</li> </ul>



## 浅草通りの景観配慮イメージ

### ■歴史ある専門店街としての表情と協調した広告景観形成

上野と浅草を結ぶ重要な軸で、古くからある、寺町を背景とした神仏具店の専門店街でもあります。中高層の業務ビルが基調ですが、ディテールには和風なテイストなど、老舗が多いまち並みの表情が見られます。広告物は、この独特のまち並みの表情と協調を図り、落ち着いた通り景観形成に配慮することが大切です。

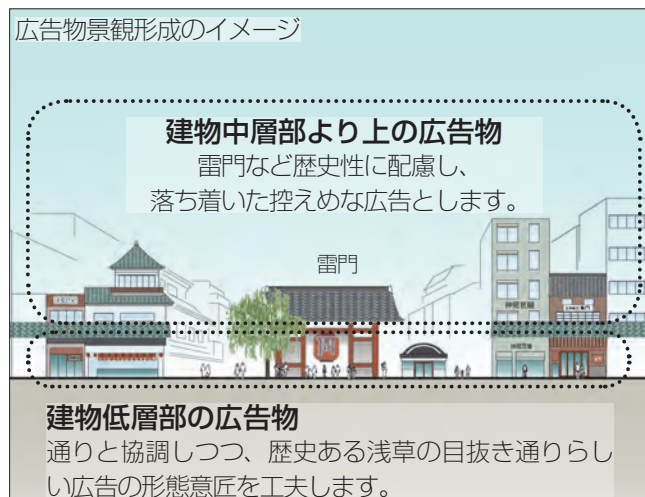


通りには老舗が多く、建物の新旧を問わず、低層部の店構えや広告物にこだわりが感じられるものも多く見られます。また、高彩度のコーポレートカラーを地色に使わないなど、まち並みへの配慮も見られます。

## 雷門通りの景観配慮イメージ

### ■浅草の目抜き通りにふさわしい魅力ある広告景観形成

浅草を代表する目抜き通りであり、景観まちづくり協定によりまち並み形成に取り組んでいる場所もあります。古くから浅草寺の広小路として多くの観光客を受け入れてきた歴史的な都市軸でもあり、沿道には雷門や神谷パーをはじめとした歴史ある建造物も点在します。通りの広告物は、これらを引き立て、位置や規模、デザインや色彩の協調を図っていくことが大切です。



建物低層部には、新旧を問わず歴史ある浅草のまちらしさを意識した店舗が多く見られます。特にお店をモダンに改装しても昔の看板やのれんなどを残している例も見られます。



4特に配慮すべき地区のガイドライン

## かっぱ橋本通りの景観配慮イメージ

### ■商店街の個性や東京スカイツリーへの眺めを歩いて楽しめる広告景観形成

かつての御成道として発展し、寺社や古くからの小規模な店舗のまち並みが基調となり、かっぱをモチーフとしたりオーニングの色彩など、景観まちづくり協定によるまち並み形成に取り組んでいる場所もあります。

また、長く連なる通りの先に東京スカイツリーを望めることも通りを印象づけています。

広告物は、位置や規模、高彩度色の使用を最小限にとどめ、するなど、落ち着いたまち並みの維持が求められます。



低中層を基調として個性的な店舗が並び、こだわりの感じられる店構えや広告物も多く見られます。

また、共通モチーフとしてのかっぱ、統一フレームの突出広告など、通りの景観には一体的なまち並み形成への取り組みが感じられます。

#### 広告物景観形成のイメージ

##### 建物中層部より上の広告物

過大で派手な広告を控えます。



##### 建物低層部の広告物

手作り感や自然素材の活用など、ヒューマンスケールの商店街らしさを演出します。

## 中央通りの景観配慮イメージ

### ■上野の目抜き通りにふさわしい魅力ある広告景観形成

歴史的には広小路として整備され、現在は区内屈指の目抜き通りらしい大規模な商業施設が基調です。

多種多様な広告物が設置されている中で、建物壁面を覆い尽くすような数量・規模の広告物設置や、乱雑な配置を避け、通りとしての景観を損ねないデザインの配慮が求められます。



繁華街らしく中高層を基調としたビルに様々な広告物が設置され、まち並みの中で広告物が目立つ景観となっています。

一方、秩序正しく最小限の掲出を工夫したり、切り文字としたり、低～中層部に整然と集約している例も見られます。



#### 広告物景観形成のイメージ

##### 建物中層部より上の広告物

最小限で秩序だった広告物により、建物のデザインを活かします。



##### 建物低層部の広告物

適切な集約化など、すっきりと広告を見せる工夫をします。