

「屋外広告物を活用したエリアマネジメント広告表示に関する自主審査基準」

平成24年 4月25日

改定 平成27年 5月22日

歌舞伎町タウン・マネージメント

歌舞伎町タウン・マネージメント（以下、「TMO」という。）が管轄するエリア内で、地元商店街などが地域における協議を経て実施する公益的事業の経費に充てるため、屋外広告物を活用して、都市の美観向上に資するとともに、来街者や通行人などの理解を得た広告表示となるよう、「デザイン」、「広告物の内容」、「設置方法」に関する標準的な基準を定める。

自主審査基準の性格

この基準は、デザイン、広告物の内容及び設置方法が適切であるか、TMO内に設置されている掲出広告物自主審査会で審査を行う場合の基準とする。

デザインに関する基本方針

- （１）まちの賑わいに資する洗練されたデザインとする。
- （２）公共スペースに相応しいデザインとする。
- （３）まちの景観に配慮したデザインとする。
- （４）歌舞伎町の都市構造を活かしたデザインとする。
- （５）新宿区が定める歌舞伎町の景観まちづくり計画の景観形成方針、屋外広告物に関する景観形成ガイドラインの地域別ガイドラインをより推進するデザインとする。

広告物の内容に関する基本方針

- （１）子どもから大人まで、性別・人種・国籍・宗教を問わず気持ちよく受け入れられる表示内容とする
- （２）歌舞伎町としての企画方針に沿った表示内容とする。
- （３）社会的なテーマなどの企画に沿った表示内容とする。

設置方法に関する基本方針

- （１）安全安心に配慮した表示または設置とする。

1. デザインに関する基準

(1) 基本事項

- ①公序良俗に反しないこと
- ②公衆に対して不快の念を与えないこと
- ③美観風致を害しないこと
 - ・蛍光色を避ける
 - ・過度の派手さを極めたデザインを避ける
 - ・過度の派手な色彩を避ける
- ④交通安全上ドライバーに著しく訴求しないこと
- ⑤暴力や犯罪を助長しないこと
- ⑥著しく性を意識させないこと

(2) 歌舞伎町の都市構造を活かした広告

- ①シネシティ広場の一体空間を活かした広告
- ②ゴジラロード（セントラルロード）の軸線を活かした広告
- ③歌舞伎町内のアイストップを活かした広告

(3) 都市の美観向上の観点からの積極的配慮事項・絵や写真を使用するなど都市景観と調和した広告デザインとする。

2. 広告物の内容に関する基準

(1) 基本事項

- ①基本的人権を損なわないこと。
- ②消費者保護の観点から適切なこと。
- ③児童及び青少年保護の観点から適切なこと
- ④公序良俗に反しないこと

(2) 掲出ができない広告

- ①風俗営業及び性風俗特殊営業の広告
- ②消費者金融の広告
- ③ラブホテルの広告
- ④政党及び政治団体の広告
- ⑤宗教及び宗教団体の広告・布教活動と判断されるもの
- ⑥青少年に対して悪影響を及ぼす恐れのある広告
- ⑦個人広告。意見広告
- ⑧社会的に批判を受ける業種・商品に関する広告又は社会的に問題とされている人物を使用した広告
- ⑨その他自主審査会で不適切と判断される広告

(3) 禁止する広告

- ①虚偽又は誇大な表現により誤認又は期待させるもの
- ②根拠のない最高・最大等の断定的表現
- ③根拠のない効能効果の表示
- ④根拠のない比較広告

3. 設置方法に関する基準

(1) 安全安心の観点から禁止する広告

- ①信号機又は道路標識等の効用を妨げる恐れのあるもの
- ②人や商品等が車道に飛び出そうとしているように見えるもの
- ③周囲の運転者及び歩行者の距離感や平衡感覚を惑わす恐れのあるもの
- ④交通安全上ドライバーの注意力を散漫させる恐れのある広告物
- ⑤落下により歩行者へ危害を及ぼす恐れのある広告物

＜デザインに関する基本方針例＞

(1) まちの賑わいに資する洗練されたデザインとする。

・ 周辺景観を整える洗練されたデザイン



工事仮囲い利用の広告物 フランス（パリ）

・ 清潔感のある洗練されたデザイン



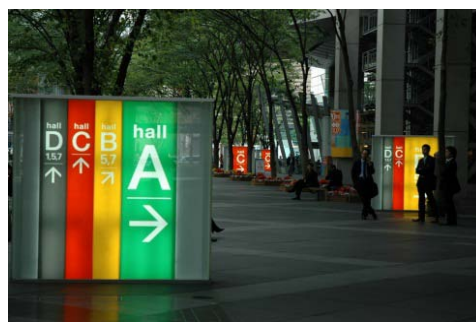
工事仮囲い利用の広告物 アメリカ
（ニューヨーク）

・ 街並みにアクセントを与える大胆なデザイン



工事仮囲い利用の広告物 銀座

・ わかりやすく楽しげなデザイン



案内サイン 丸の内

(2) 公共スペースに相応しいデザインとする。

- ・文字と象徴的なロゴを用いたわかりやすいシンプルなデザイン
- ・外国人観光客向けに日本の文化を発信するデザイン



工事仮囲い利用の広告物
歌舞伎町一丁目



商店街灯フラッグ 新宿三丁目
出典：公益社団法人東京屋外広告協会
「第9回東京屋外広告コンクール」より

- ・おしゃれな通りを演出するデザイン
- ・公共空間の秩序を考えお互いに調整されたデザイン



突出し看板 アメリカ・ニューヨーク



自立式の広告板 東京駅

(3) まちの景観に配慮したデザイン

- ・歌舞伎町の観光スポットとなる象徴的なデザイン
- ・歌舞伎町の個性を発信するデザイン



屋上の広告搭 歌舞伎町一丁目



建物壁面の広告物 歌舞伎町一丁目
出典：公益社団法人東京屋外広告協会
「第9回東京屋外広告コンクール」より

- ・通りの雰囲気醸し出すデザイン



ネオンサイン アメリカ
(ニューオーリンズ)

- ・駅舎と一体となる広告のデザイン



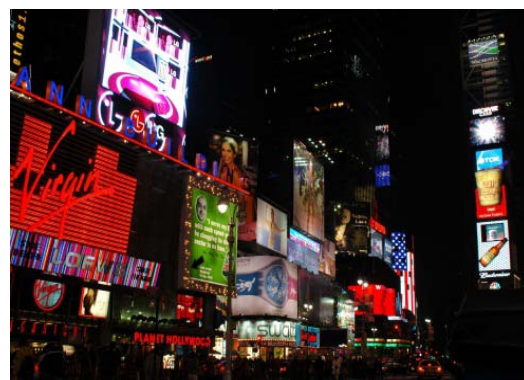
駅舎壁面・屋上利用の広告物 渋谷

(4) 歌舞伎町の都市構造を活かしたデザインとする。

- ・ゴジラロード（セントラルロード）の軸線を活かすため同一の基調色を用いたデザイン
- ・周辺の広告物と調和させ、一体的な空間を演出するデザイン



商店街灯フラッグ 歌舞伎町一丁目



建物壁面の広告物群 アメリカ
(ニューヨーク)

- ・アイストップとなる建物を効果的に利用したデザイン
- ・周辺の広告物と連動し、ダイナミックに空間を演出するデザイン



建物壁面の広告物 アメリカ
(ロサンゼルス)



デジタルサイネージ アメリカ
(ニューヨーク)

(5) 新宿区が定める歌舞伎町の景観まちづくり計画の景観形成方針、屋外広告物に関する景観形成ガイドラインの地域別ガイドラインをより推進するデザインとする。

- ・ 世界を代表する都市景観を創出するデザイン
- ・ 地域の景観を象徴するデザイン

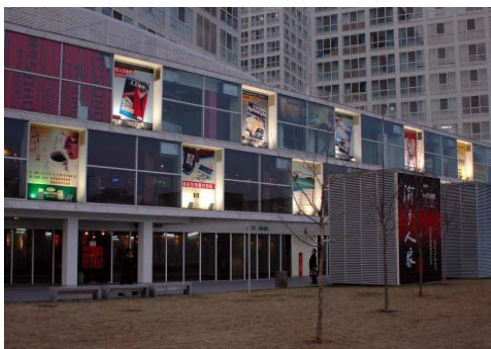


建物壁面利用のビジョン広告 イギリス
(ロンドン)

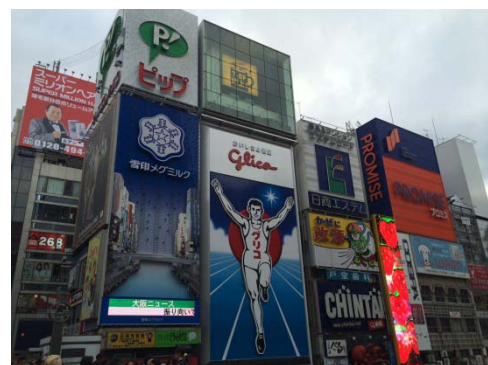


アーチ 歌舞伎一丁目

- ・ 建物壁面と広告物が一体となったデザイン
- ・ 観光資源として受け入れられる地域性を表現したデザイン



建物壁面利用の広告物 中国（北京）



建物壁面利用の広告物 道頓堀

＜広告物の内容に関する基本方針例＞

(1) 子どもから大人まで、性別・人種・国籍・宗教を問わず気持ちよく受け入れられる表示内容とする。

・プロジェクションマッピングを多用した言語表示



プロジェクションマッピング(壁面投影広告) フランス(パリ)

・図記号を用いた表示(ユニバーサルデザイン)



自立式の広告板 戸山

・自然や環境などについて美しい写真で表現



工事仮囲い利用の写真 表参道

(2) 歌舞伎町としての企画方針に沿った表示内容とする。

- ・歌舞伎町ルネッサンスなど地域の取り組みをPRした表示内容
- ・歌舞伎町の歴史、文化、流行等に関わる内容を用いた広告物



広告幕 歌舞伎町一丁目



変圧器利用 歌舞伎町一丁目

- ・クリスマスシーズンの飾り付けの企画



建物壁面利用の飾り付け 銀座

(3) 社会的なテーマなどの企画に沿った表示内容とする。

- ・ 公共的な事項を啓発する表示内容



建物柱利用のデジタルサイネージ
新宿三丁目

- ・ 国民的スポーツイベントを盛り上げる表示内容



建物壁面の広告物 文京区本郷
出典：公益社団法人東京屋外広告協会
「第9回東京屋外広告コンクール」より

- ・ アート、環境デザインをテーマにした表示内容



駐車場運営会社がアーティストへ提供したビルボード（広告板）アメリカ（ニューヨーク）

＜設置方法に関する基本方針例＞

（１）安全安心に配慮した表示または設置とする。

- ・ 画像の早い切替や過度な点滅は避ける。
- ・ 表示・設置位置の特性に応じた表示を行う（建築物の意匠に合わせたシート貼り）



建物柱利用のデジタルサイネージ
新宿三丁目



建物壁面の広告物 歌舞伎町一丁目