

新虎通り景観ガイドライン 【2024年版】

2024年7月

新虎通りエリアマネジメント協議会

目 次

序章	
はじめに	1
まちの歴史	2
新虎通りエリアマネジメントについて	4
1章 景観ガイドラインについて	
景観ガイドラインについて	6
2章 景観形成の目標と基本方針	
（1）新虎通りエリアの将来像	8
（2）景観形成の目標と基本方針	11
（3）目指す街並みのイメージ	12
（4）景観形成のポイント	14
3章 景観形成誘導指針	
（1）シンボルストリートにふさわしいビスタ景観の形成	20
（2）多様なにぎわいが感じられる街並みの創造	24
（3）道路空間を活かしたアクティビティ景観の創出	36
（4）多様なまちの個性をつなぐ界隈性ある景観の形成	42
4章 ガイドラインの運用	
（1）運用の体制	44
（2）運用のフロー	45
（3）デザイン協議申請書	51
（4）チェックリスト	53
参考	
関連する法規制について	57

序章

はじめに

新虎通りらしい街並みとは？

新虎通りは、当初の都市計画から約70年の歳月を経て2014年に開通した、東京で一番新しいストリートです。また、沿道一体が「東京のしゃれた街並みづくり推進条例」に基づく街並み再生地区に指定されており、東京の新たなシンボルストリートとしての街づくりが望まれています。

一方、新虎通りを含む新橋・虎ノ門地区は、江戸時代の町割を基本としながら現在の街区が構成されており、武家屋敷を構えていた大名の名前が町名として昭和まで残っていたように、今なお歴史と伝統の息づく街です。時代の流れと共に街区の再編や建替えの動きが進むことが予想されますが、新しい建物だけが新虎通りの価値になるわけではありません。これまで地域に蓄積され、地元に基づいている伝統や生活文化が、新たに生まれる都市空間と相互に補完し合い共存する、この多様性の視点が「新虎通りらしさ」を考える上で大切ではないかと考えています。

新虎通りエリアマネジメント協議会は、2016年に地域が目指す方向性・将来像として『新虎通りエリアビジョン』を策定しました。今般、このエリアビジョンを実現し新虎通りならではの街並みを創出するため、地元町会や沿道に立地する企業等並びに学識経験者等による検討委員会を設置し、新虎通り景観ガイドラインを取りまとめました。

本ガイドラインの特長は、数値基準を決め込んで強く規制をかけるものではなく、事業者からの提案や事前協議を通じて、新虎通りらしさを共に創り上げていくということです。原則から逸脱するものでも、皆さんで協議し街の為に良いものであれば、それをよしとする柔軟さを込めています。

また、時代の流れに適応し、街と共に進化するガイドラインとして、内容を適宜見直していくこととしています。

今後は、本ガイドラインを活用し、皆様と共に新虎通りらしい街並みの創出に向けて、取り組んでいきます。

新虎通りエリアマネジメント協議会

まちの歴史

○江戸時代

- 新橋・虎ノ門界限は、武蔵野台地の末端となる愛宕山の東側に位置する。北を江戸城の外堀、西を愛宕山、南を芝増上寺、東は汐留川を挟んで浜離宮に囲まれている。
- 徳川家康の江戸入府の後、江戸の街を造成する一環として大々的な埋め立てが行われ、街として形づくられたとされる。この江戸時代の街割がほぼ生かされたまま、現在の街区が形成されている。
- 江戸時代は「芝愛宕下」と呼ばれ、江戸城に近く、また東海道にも隣接していたことから、武家屋敷、それも徳川家に近い譜代大名の屋敷が多く軒を連ねていた。
- 「露月」「源助」等の通りの名称や、「田村」「京極」「佐久間」等の昭和まで残されていた町名は、その場所に屋敷を構えていた大名の名前に由来する。現在の町会にもこれらの名前が残っている。

○明治・大正

- 1968（明治1）年の詔勅により東京府が生まれ、明治天皇が江戸入城すると、大名は引き揚げ、武家地は新政府に召し上げられた。近代都市へと変貌を遂げる中で、武家屋敷は整理され、小区画の市街地となっていった。
- 1872（明治5）年、日本で最初の鉄道が新橋駅～横浜駅（現桜木町駅）間で開通した。その後、1903（明治36）年に日比谷通りが開通、1909（明治42）年に新橋駅（当時の烏森駅）が開かれる等、鉄道や大通りにより、近代都市としての骨格が形成された。
- 新橋駅周辺は、銀座の延長としてカフェー、料理屋、飲み屋等が集まり、繁華街として大いにぎわった。また、日比谷通りの整備により、虎ノ門・新橋界限は、大企業の事務所や商店等の集積も進んだ。
- しかし、1923（大正12）年の関東大震災で大きな被災を受け、多くの建築物が焼失した。



○昭和

- ・ 関東大震災後の帝都復興計画に基づく区画整理で、桜田通り・愛宕通り・日比谷通り・第一京浜・外堀通り等の幹線道路が整備された。
- ・ 第二次世界大戦の戦災復興計画において環状2号線が都市計画決定された（1946（昭和21）年3月）。当初計画は幅員100mだったが、財政事情等により幅員40mに変更された。
- ・ 昭和30年代以降の高度経済成長を受け、虎ノ門・新橋界隈は東京都心の一郭をなすビジネス街として発展し、現在にいたるまで、業務・商業・居住等の複合的な機能を有する日本でも有数のにぎわいある地区が形成されてきた。



昭和53年（1978年）

○平成（新虎通りの整備）

- ・ 環状2号線の新橋～虎ノ門区間（新虎通り）の予定地は大部分が私有地であり、なかなか事業化が進まなかった。
- ・ 1989（平成1）年、道路区域の上下空間に建物を建てられる立体道路制度が創設された。この立体道路制度を活用するとともに、市街地再開発事業を併用して環状2号線を整備する計画が1991（平成3）年に策定された。
- ・ 1998（平成10）年、市街地再開発事業の都市計画決定と、環状2号線を平面街路から地下トンネルに変更する都市計画変更がなされ、2005（平成17）年1月に第1工区の工事が着手された。
- ・ 2007（平成19）年にII街区（グランスイート虎ノ門）、2011（平成23）年にI街区（新橋プラザビル）、2014（平成26）年にIII街区（虎ノ門ヒルズ）がそれぞれ完了した。
- ・ 2014（平成26）年3月、新虎通りが開通を迎えた。なお、新虎通りは、環状2号線（新橋～虎ノ門）地上部道路の愛称名で、公募により決定されたものである。
- ・ 東京の新たなシンボルストリートとなる新虎通り沿道の魅力的なまちづくりの展開が期待されている。



図版出典・参考文献：

- ・ 港区『環状2号線周辺地区まちづくりガイドライン』
- ・ 東京都『環状第二号線新橋・虎ノ門地区第二種市街地再開発事業』

新虎通りエリアマネジメントについて

○新虎通りエリアマネジメントの経緯

- 平成26年 環状2号線（新橋～虎ノ門区間）開通、虎ノ門ヒルズ完成
都が「東京シャンゼリゼプロジェクト」を発表（H26.3）
「新虎通りエリアマネジメント協議会」発足（H26.3）
⇒環状2号線（新虎通り）及びその沿道を魅力的で持続可能なまちへ導くことを目的に発足。
- 平成27年 「一般社団法人新虎通りエリアマネジメント」設立（H27.11）
平成29年 一社法人が港区第1号の「都市再生推進法人」に指定（H29.10）

○事業方針

- 新虎通り及びその沿道を魅力的で持続可能なまちへ導き、道路空間等を良好な状態に保持し、その空間を用いてまちの価値の向上を目指すエリアマネジメント等について、企画・検討・活動を行う。（協議会会則より抜粋）

○組織形態（協議会と一般社団法人の関係性）

- 新虎通りエリアマネジメント協議会は、事業方針に資するため、道路空間の利活用、地域のPR、エリアマネジメント活動の運営等を行う。
- 協議会の活動に協力し、エリアマネジメント活動の推進に寄与する関係団体として、一般社団法人新虎通りエリアマネジメントが設立されている。

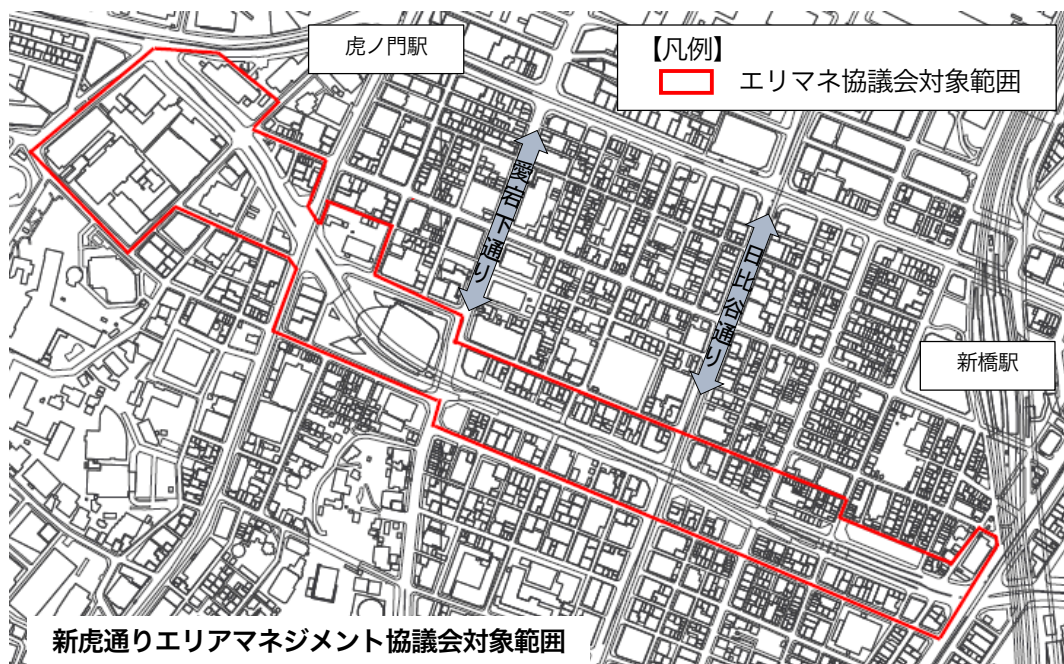
新虎通りエリアマネジメント協議会

【構成員】

- 役員（会長、副会長、会計、幹事、監事）
- 会員
- 事務局（一般社団法人新虎通りエリアマネジメント）

【会員資格】

下記対象範囲内の土地所有者、建物所有者、借地権者、借家権者等



○エリアマネジメント活動イメージ

【オープンカフェ、道路内建築物】



【清掃活動】



【ロゴマークの作成・管理】



【広幅員歩道・車道を活用したイベントの実施】

◇新虎打ち水大作戦



◇TOKYO SHINTORA MATSURI



◇アートを通じた地域活性化



◇四季の花 in 新虎通り



1 章 景観ガイドラインについて

景観ガイドラインについて

◆ 策定の経緯

○街並みが変わるタイミングを捉えてまちづくりを前進させたい

- 新虎通りの整備を契機に、沿道の建替え等が活発になり、新たな景観が形成される。
- 新虎通りエリアマネジメント協議会として、これから展開されていく新虎通り沿道まちづくりに向き合いたい（シンボルストリートの実現、にぎわいある街並みの形成等）。

◆ 目的と位置づけ

○目指す街並みイメージの共有・発信

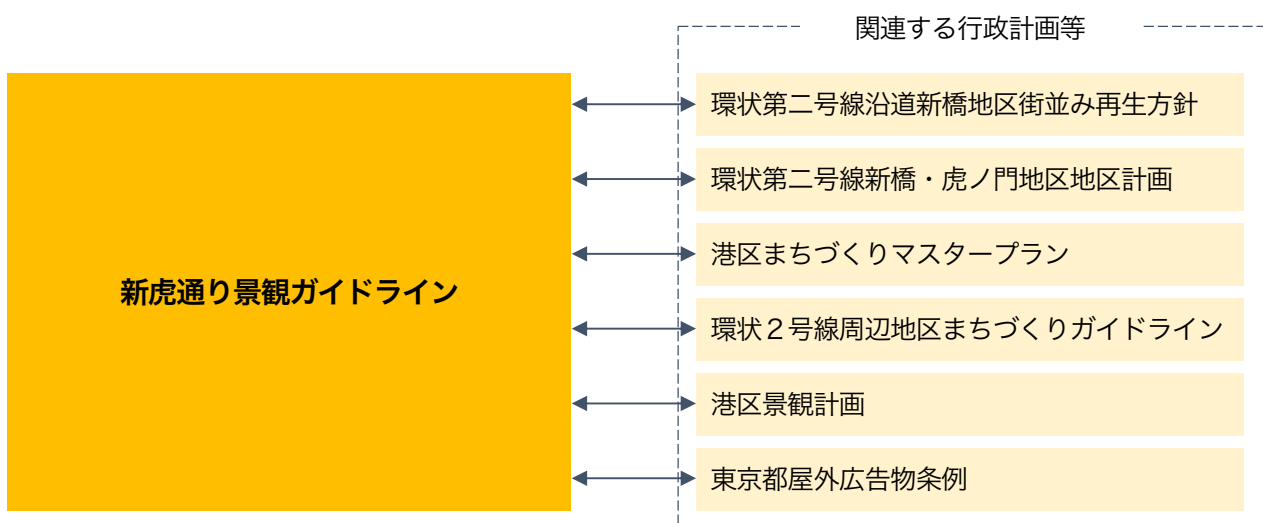
- 新虎通り沿道の景観形成に関する既定の上位・関連計画、エリアビジョンとの整合を図りながら、目指す街並みイメージ（景観形成の総合的・統合的なコンセプト）を示す。

○事前協議体制の構築

- エリアで展開されるさまざまなまちづくりの取り組みについて、エリアマネジメント組織としての情報共有と事前協議の仕組みを構築する。
- 数値的な基準等を決め込んで強く規制をかけるのではなく、事業者からの提案や事前協議を通じて、原則から外れてしまう良いものやふさわしいものも拾いあげ、「新虎らしさ」をともに創り上げていく。



○まちとともに進化するガイドライン

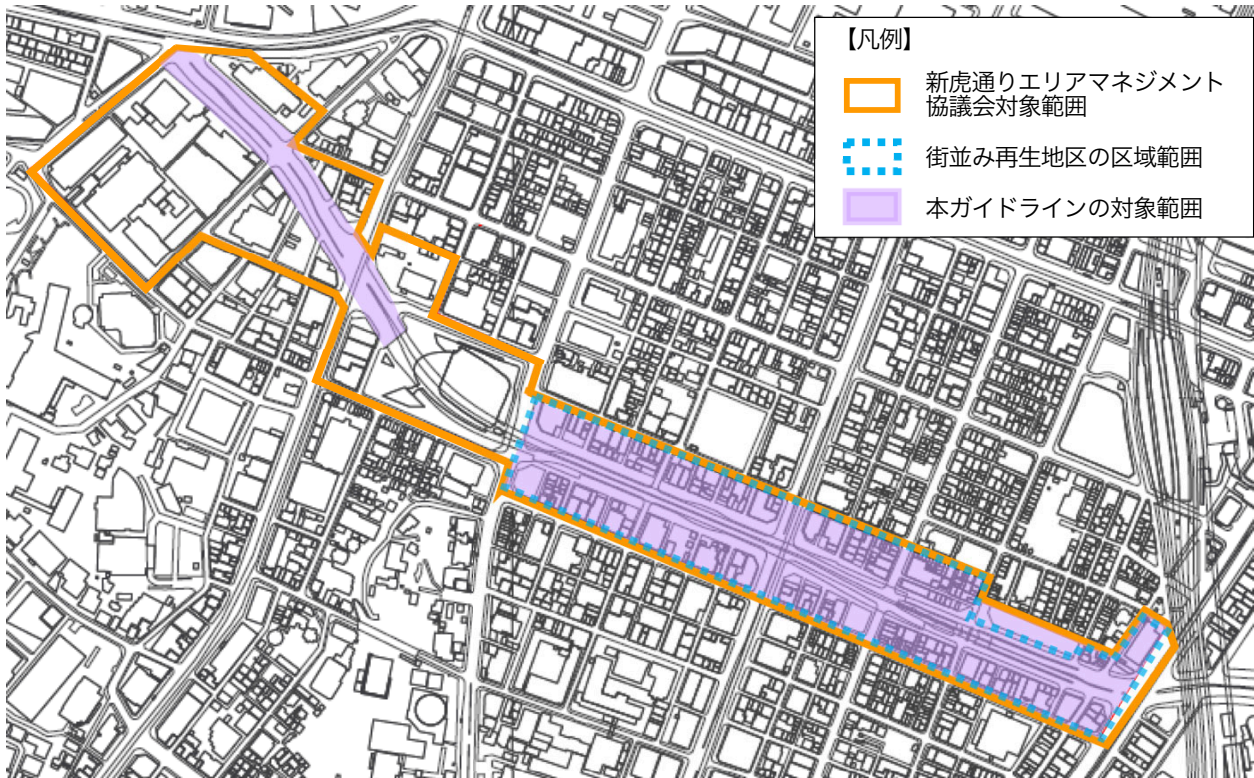
- 協議事例の蓄積や時代の流れとともに、適宜、内容を見直していく。



関連する既定の行政計画による基準等を補完

◆ 対象区域

- 新虎通りエリアマネジメント協議会の対象範囲（）のうち、虎ノ門ヒルズ東側の部分と、虎ノ門ヒルズ西側の道路空間を本ガイドラインの対象区域とする（）。

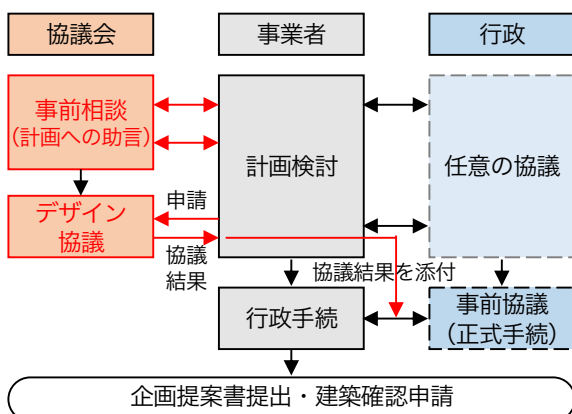


◆ 対象となる行為

- 建築物：新築、増築、改築、大規模な修繕又は外観の変更
- 屋外広告物：表示または設置、内容の変更またはその改造もしくは移転

*これらの行為を行う場合は、デザイン協議を行うものとする。

デザイン協議のフロー（概略）



- 事業者は、計画の検討過程において、エリアマネジメント協議会と事前相談およびデザイン協議を行う。
- 事業者は、デザイン協議の結果を行政手続き書類に添付する。

2章 景観形成の目標と基本方針

(1) 新虎通りエリアの将来像

新虎通りエリアビジョン (2016年3月策定)

【新虎通りエリアが目指す方向性・将来像】

- 新虎通りエリアで展開される「未来を創造する新しい価値」と「街にいきづく伝統」が、多くの人を惹きつけます。
- 人々の多様な交流により、新しいアイデアや多彩な文化・経済活動が創造される街『国際新都心』を形成し、東京の未来を牽引していきます。

国際新都心のイメージ

新虎通りがつなぐ多様性に溢れるこのエリアを舞台に、このエリアだからこそ実現できる質の高いライフスタイル・ビジネススタイルを創造



【新虎通りエリアマネジメントの考え方】

- ヒト・モノ・コトを集め、交流により新しい価値を創造し、発信することで、さらなる集積をすすめる。それを支える持続可能な仕組みを構築することで、永続的なスパイラルアップの循環をつくりだし、地域価値向上を実現する。

新虎通りエリアマネジメントのイメージ



1

ヒト・モノ・コトが集まる街
**新虎通りならではの魅力をつくり、
 訪れるたびに新しい発見、体験ができる街にする。**

1. 多様な人が集まり、多様な企業が集積する、磁力をもった都市空間の創造

- ーオープンカフェや道路内店舗等の賑わいの連続により、シンボルストリートに相応しい歩いて楽しい空間の創出
- ー新虎通りエリアならではのライフスタイル、ワークスタイルを提供する店舗、ギャラリー、文化施設の集積
- ー質の高いビジネス環境、住環境の整備 等

2. 文化の集積

- ー老舗の集積、歴史文化財、愛宕神社等の祭りなど地域資源の活用
- ー伝統と現代を融合させた新たな文化の形成
- ー日本が培ってきた伝統文化や海外の文化、スポーツ、アート、最先端テクノロジー等の車歩道を活用した大規模イベント実施 等



2

交流を通じて新しい価値が生まれる街
**多様な価値感の融合、人の交流により、
 新しいアイデアやビジネスが生まれる街にする。**

1. 人や企業による多様な交流の促進

- ー「現在地域で活動している人」と「新たなアイデアを持っている人」を結び付けるコミュニティ醸成
- ー「エリアの歴史的価値を知る住人」と「来街者」を結び付けるお祭り
- ー「起業家」と「大企業」、「外国企業」と「日本企業」を結び付けるビジネスイベント、ビジネスサポート施設
- ー「ビジネスマン」と「クリエイター・アーティスト」を結び付けるイベント、イベントスペース 等

2. 時代に合わせて新たなコトを取り入れてきたエリアとして新たな挑戦のサポート

- ー新しいビジネスをサポートする施設、新業態の飲食店の集積
- ー最先端テクノロジーの都市への実装(実証実験)
- ー「伝統」×「テクノロジー」、「日本文化」×「海外文化」のイベント実施 等



3

国内外へ文化・情報を発信する街
**多彩な文化・経済活動を創造し、
新虎通りエリア全体を活用して、情報発信する**

1. エリアのショーケース化

— 広幅員歩道や車道、沿道の施設等、エリア全体を情報発信のためのショーケースとして活用

2. 多様な方法による情報発信

- 大規模なイベントを通じた情報発信
- テレビ局等のメディア企業との連携による発信力強化
- SNS等のITを活用したプロモーション 等

3. 新虎通りエリアのブランディング

— 新虎通りエリアだからこそ実現できることを発信し、エリアのブランド化を推進



4

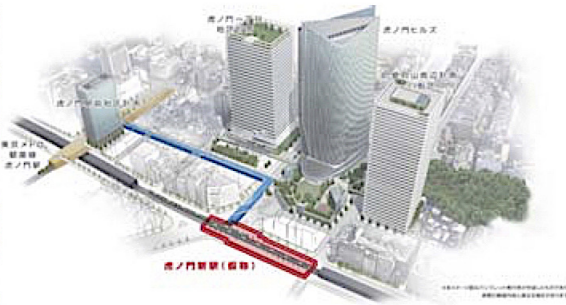
持続可能な仕組みを備えた街
**地域価値向上に向けた、
既成概念にとらわれない都市空間を創造し、運営する。**

1. 多様な活動の舞台となる都市空間の整備の推進

- シンボルロードに相応しい沿道建替え等の推進や車両の歩道横断の解消
- 良質な街並み景観を誘導
- 交通インフラ、設備インフラ(トイレ、ゴミ箱等)、通信(wifi等)インフラ整備
- 緑のネットワーク整備
- 防犯・防災・環境(清掃、美化活動等)への対応 等

2. 仕組みの形成

- 公・民・地域の連携体制
- 街づくりの担い手の育成
- コミュニティ醸成
- 各種ルールの策定
- 財源の確保
- エリアブランディング推進(全体プロデュースの視点、ビジョンの共有) 等



(2) 景観形成の目標と基本方針

【景観形成の目標】

新虎通りエリアビジョンを実現し、
新虎通りならではの街並みを創りあげる

【景観形成の基本方針】

(新虎通り)

① 次世代の東京を象徴するシンボルストリートにふさわしいビスタ景観を形成する

- ・ 質の高いライフスタイルやビジネススタイルが創造される「国際新都心」として、東京のシンボルストリートにふさわしいビスタ景観を形成する。
- ・ 街並みとしての一体感を意識しながらも、多様性を受け入れるしなやかさ、柔らかさの感じられる街並みをめざす。

② 多様なにぎわいが感じられる豊かな街並みを創造する

- ・ にぎわいが建物内で完結せずに通りでも感じられるよう配慮し、質の高いデザインと多様なアクティビティが豊かに広がる街並みを創造する。

③ 道路空間を活かしたいきいきとしたアクティビティ景観を創出する

- ・ 道路を交流の場として、広い歩道を活用したイベントや環境演出等、新しい試みを積極的に展開し、多様な文化・経済活動（アクティビティ）の景観を創出する。

(その他区道沿い)

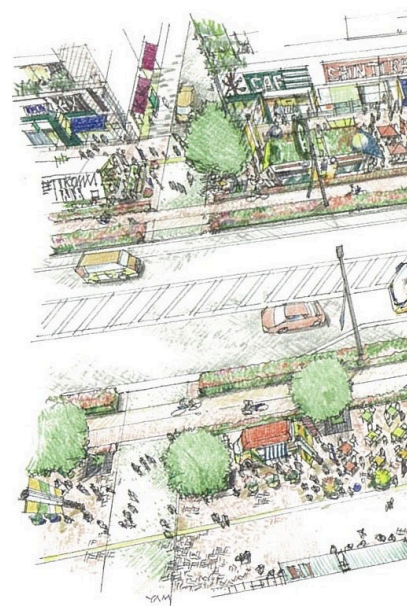
④ 多様なまちの個性をつなぐ 界隈性ある景観を形成する

- ・ 周辺のまちの個性、歴史の厚みを感じさせる立地資源や地域のみどりを活かしながら、居心地のよい界隈性ある景観を形成する。

(3) 目指す街並みのイメージ

- 単純にオフィスが並んだ無機質なものではなく、質の高い個性的なビルも受け入れるしなやかさを持った街並み
- 店舗のにぎわいが通りににじみ出している街並みだが、雑多な飲食街・繁華街ではない
- 道路空間にも、オープンテラス、アート等の演出物、観光資源の案内板がある街並み
- 道路を出会いの場として、イベントによるにぎわいが生まれる空間

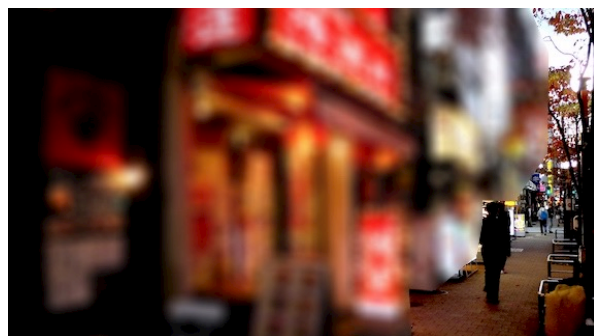
(望ましいイメージ例)



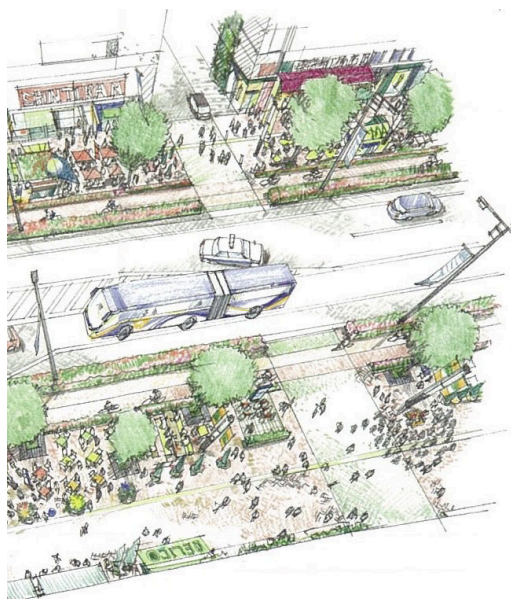
(望ましくないイメージ)



通りに対して店舗の賑わいが感じられない



雑多な飲食街・繁華街



(4) 景観形成のポイント

(新虎通り)

○主要な3つの要素

①建物中高層部

- ・ シンボルストリートにふさわしいビスタ景観を形成



②建物低層部

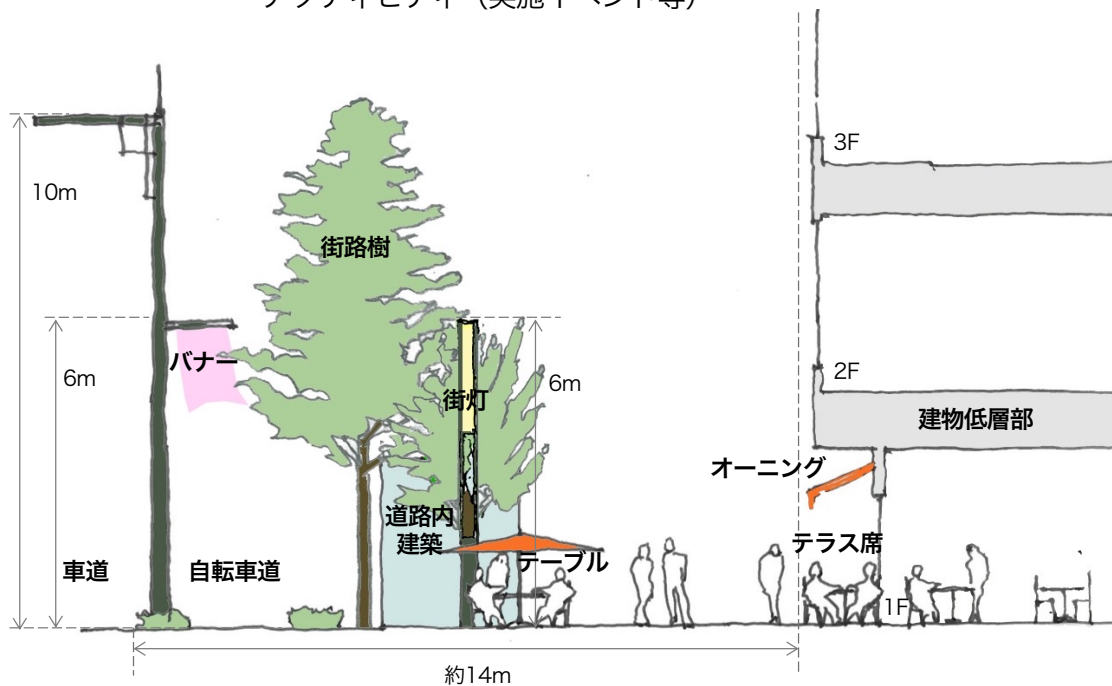
- ・ にぎわいある街並みを構成
(右図参照)

③道路空間

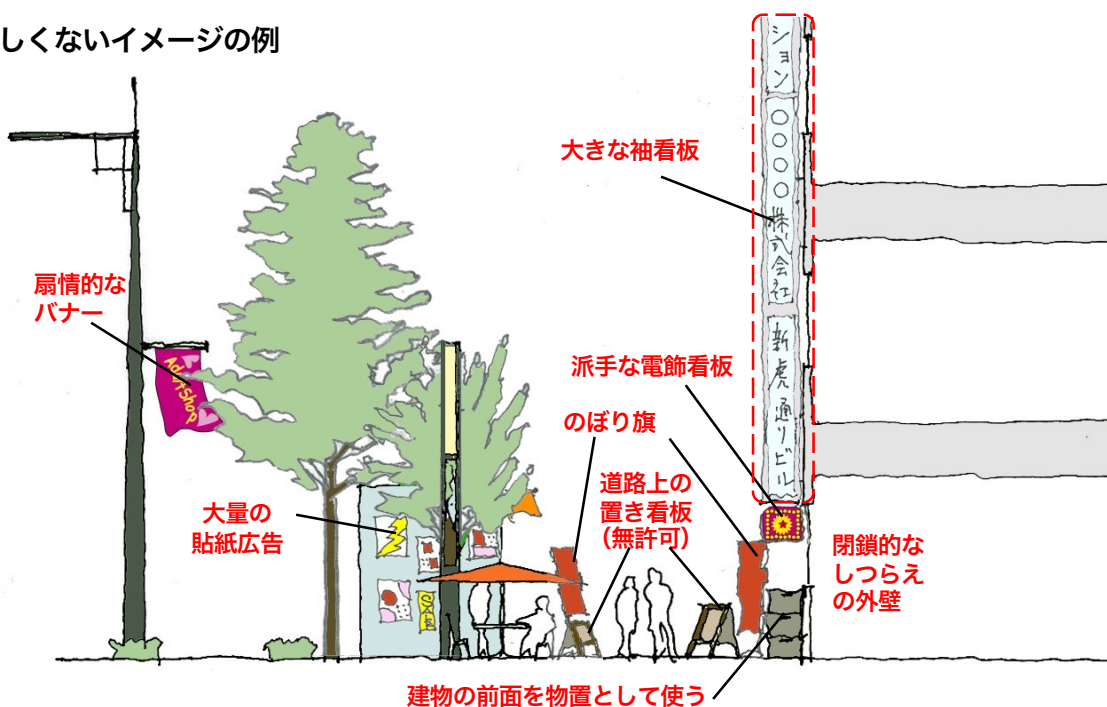
- ・ 歩道空間を活用し、アクティビティ
景観を創出 (右図参照)

○「新虎通りステージ空間」(仮称)

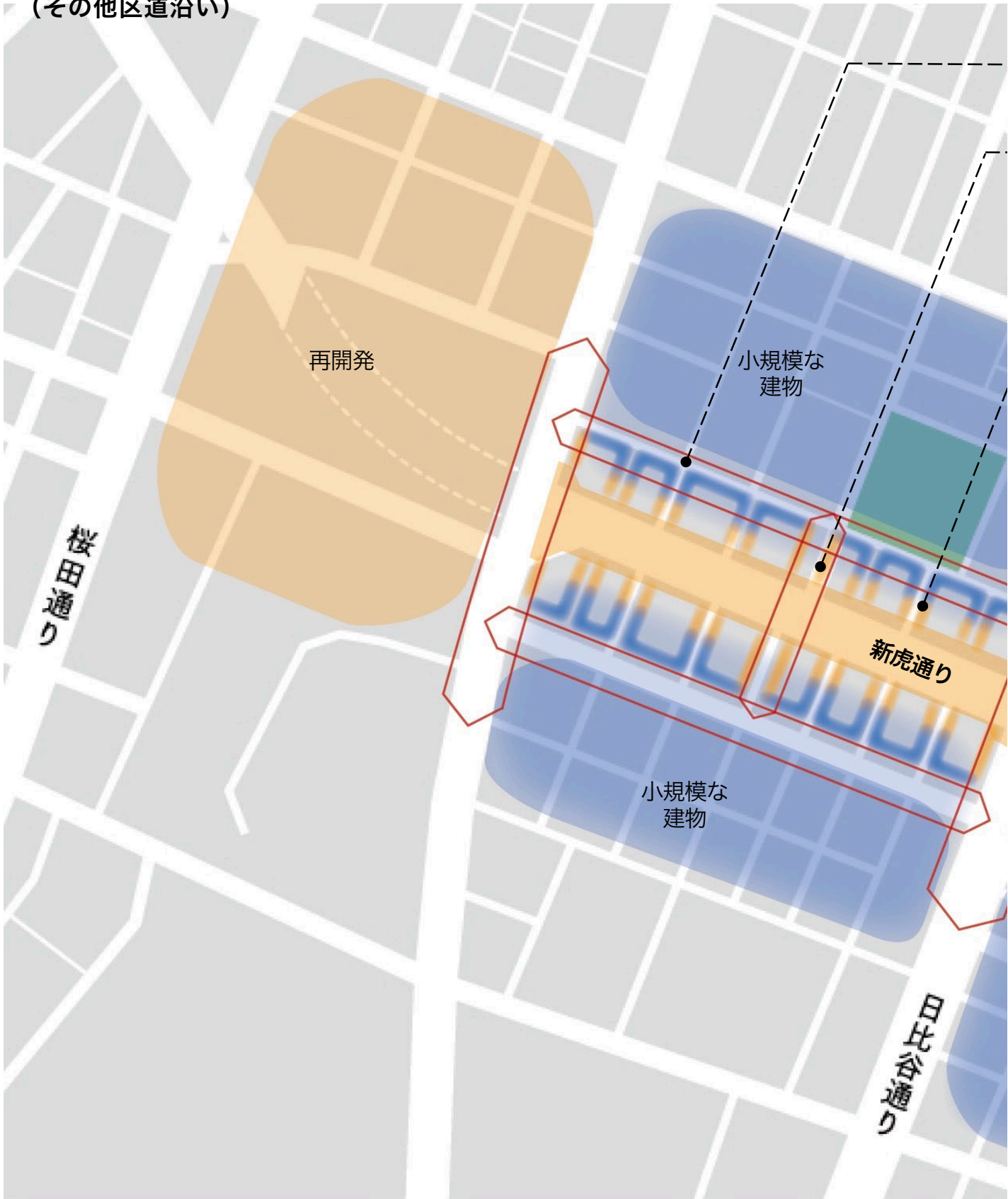
- 建物低層部と道路空間で「新虎通りならではの」の街並みを育成していく
- 構成要素 …… 建物低層部：用途、ファサード（開口、照明、広告、アート等）
 外構：オープンスペース、イス・テーブル、植栽、アート等
 道路：道路内建築、イス・テーブル、街灯、街路樹、広告（バナー等）、
 アクティビティ（実施イベント等）



望ましくないイメージの例



(その他区道沿い)



東西に走るネットワーク道路

新虎通りに表情を出す南北方向のネットワーク道路

ネットワーク道路以外の区道が南北方向にきめ細かく入る

④その他区道沿い

- 界隈性ある景観を形成
- 背後に広がる多様なまちとの関係性を意識する



：街並み再生方針に位置づけられるネットワーク道路（広域・地区内）

繁華街

小規模な建物

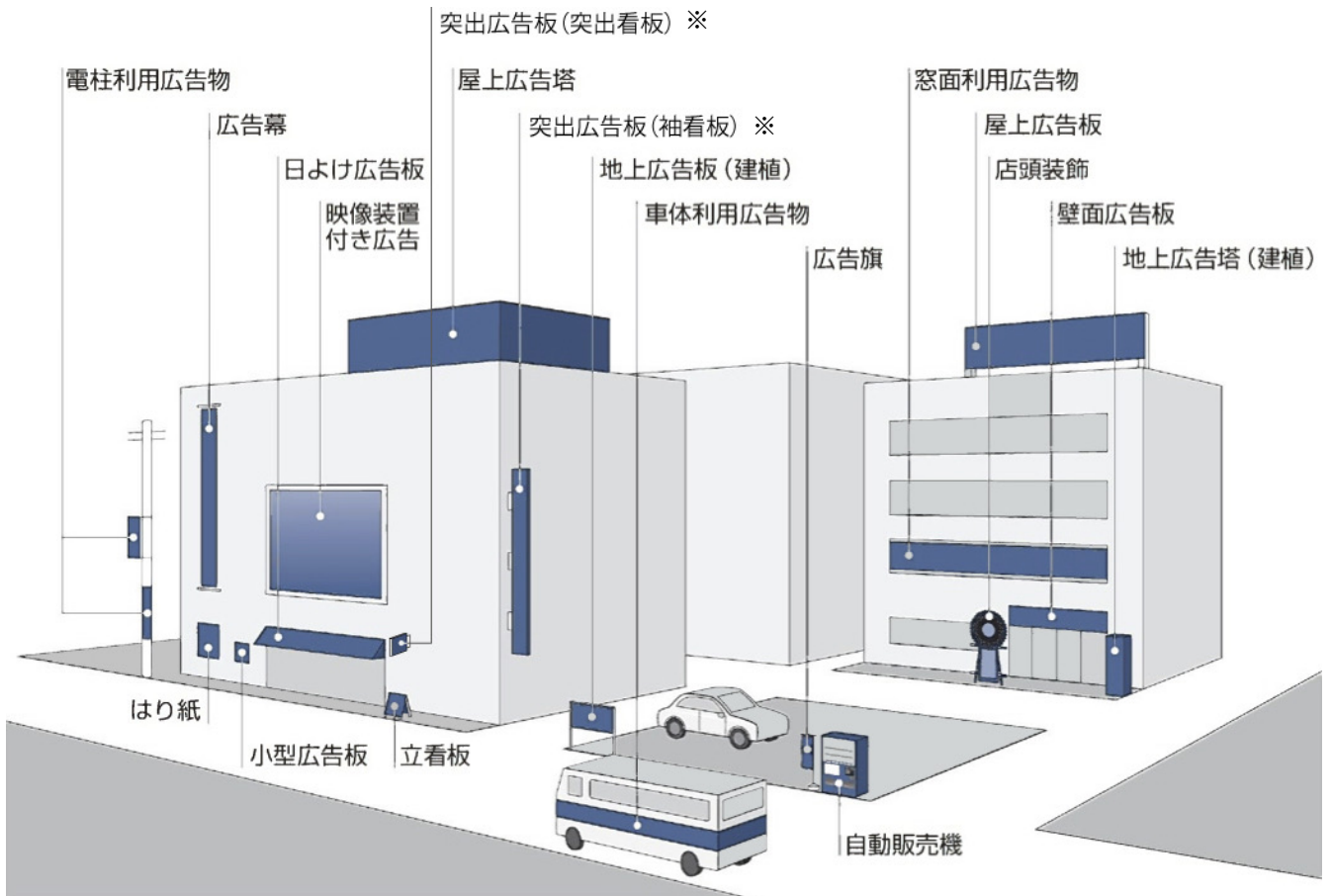
JR新橋駅

(参考) 屋外広告物について

屋外広告物の区分 (内容による分類)

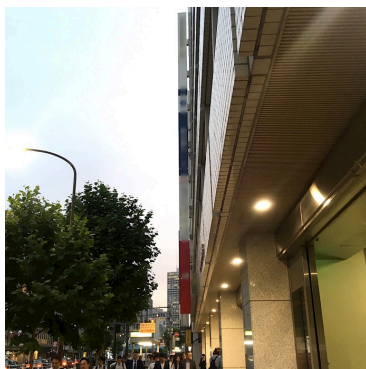
屋外 広告物	公益広告	行政等が、公益上必要な道標、案内図等の情報、行政情報の案内・告知等を主な目的として表示する広告物 (エリアマップ、施設の案内表示等)	
	自家用広告物	施設関係者（オーナーやテナント等）の名称や商標、事業・営業内容等を当該施設に表示する広告物 (ビル名、店舗名、企業名、シンボルマーク等)	
	一般広告物 (第三者広告物)	施設関係者（オーナーやテナント等）以外の名称・商標、事業・営業内容等を当該施設に表示する広告物 (商品、サービスの告知等)	
	エリアマネジメント広告	エリアマネジメント団体が、良好な景観形成や地域活性化のため表示する広告で、広告収入を地域のまちづくり活動に還元する広告物 (道路上の街路樹バナー、工事用仮囲い等)	
	イベント連動広告	催事や店舗セール等のイベントの告知・案内と連動する広告物 (店舗セールの告知等)	
	エリアマネジメント広告	エリアマネジメント団体が関与する、地域活性化に資する催事等のイベント時において表示する広告で、広告収入を地域のまちづくり活動に還元する広告物 (仮設ブースの広告等)	
	その他	エリアマネジメント団体が、景観形成や地域活性化のために行う環境演出 (工事用仮囲い、プロジェクションマッピング等)	

屋外広告物の種類（形式による分類）



(港区屋外広告物景観形成ガイドラインに加筆)

※ 本ガイドラインでは、突出広告板を以下のように区分して取り扱う。
 袖看板：建物の外壁に沿って縦方向に長い形状で設置される突出広告物
 突出看板：建物低層部にコンパクトに掲げられる突出広告物



袖看板



突出看板

3章 景観形成誘導指針

(1) シンボルストリートにふさわしいビスタ景観の形成

【景観形成の基本方針】

次世代の東京を象徴するシンボルストリートにふさわしいビスタ景観を形成する

- ・ 質の高いライフスタイルやビジネススタイルが創造される「国際新都心」として、東京のシンボルストリートにふさわしいビスタ景観を形成する。
- ・ 街並みとしての一体感を意識しながらも、多様性を受け入れるしなやかさ、柔らかさの感じられる街並みをめざす。

【景観形成に取り組む時のポイント】

○街区再編

- ・ 新虎通りのビスタ景観を創出する観点から、沿道の敷地集約・街区再編を図り、建て替えていくことが重要（新虎通りに面してしっかりとした壁面を構成できる敷地割をめざす）

○質の高い中高層部の外観

- ・ 新虎通りのビスタ景観を構成するのは、沿道建物の中高層部の壁面であるため、質の高い外観の壁面としていくことが重要
- ・ にぎわい創出をめざす建物低層部と中高層部で印象を切り替えることで、通りとしての一体感を創出することが重要

○中高層部の屋外広告物の設置制限

- ・ シンボルストリートにふさわしい街並みの形成のため、屋外広告物の設置を必要最小限としていくことが重要

*高層化した沿道建築物の中高層壁面がビスタ景観を構成する（イメージ図）



対象	新虎通	中高層	建築物	規定	景	港区景観計画で定められている規定
	区道	低層	広告		街	街並み再生方針で定められている規定
		道路	その他		広	屋外広告物条例で定められている規定
					新	本ガイドラインで新たに定める規定

シンボリストリートにふさわしいビスタ景観の形成

【景観形成誘導指針】

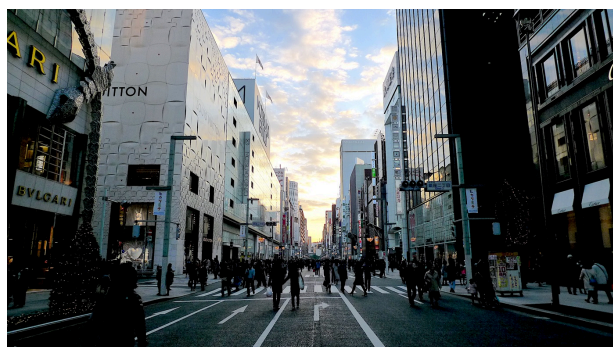
街区再編

- 敷地統合により土地の合理的な利用を促進し、街区整備や街区再編を行う。街
- 建物の高さの最高限度は80mとする。街
 - ※ 建物高さが80mの場合、D/Hが0.5となり、やや建物が迫った印象となることから、低層部に親しみを感じさせるにぎわいをつくるのが重要となる（p.23以降参照）

*事例：シンボリストリートのビスタ景とD/Hの関係



御堂筋（幅員44m）。写真のD/Hは0.9～1.4程度。



銀座通り（幅員27m）。写真のD/Hは0.4～1程度。



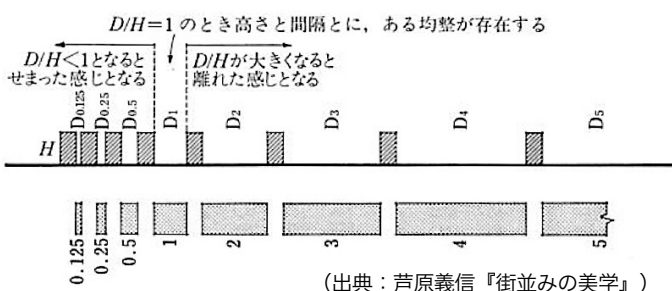
丸の内仲通り（幅員21m）。
写真のD/Hは0.15程度。



新宿通り（幅員22m）。写真のD/Hは0.5～0.7程度。

※ D/Hについて

- D/Hとは、道路幅員Dと建物高さHの関係（比）を表したもので、道路空間のバランスを規定する重要な指標。
- D/Hが4以上だと囲われた感じはなく、D/Hが1～3程度で快適な囲われ感があるとされ、D/Hが1未満だと建物が迫ってくる感じが強まるとされる。

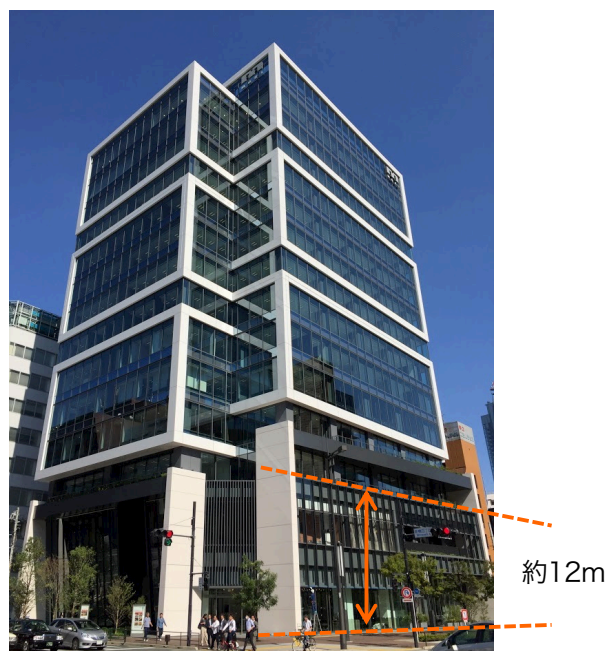


【景観形成誘導指針】

質の高い中高層部の外観

- 中高層部の壁面は、シンボルストリートにふさわしい質の高いデザインとなるようにする。周辺の建築物等との調和に配慮し、極端に華美なものとしないう配慮する。**新**
- 建築物の外壁は、原則として低層部と中高層部でデザイン的に分節する。分節の位置は、3階以上を中高層部とするが、歩道面から10m程度の高さ（街路樹・車道照明の高さ）を目安に柔軟に考える。隣接する建築物の分節位置（高さ）にも配慮する。**新**
- バルコニーの室外機が直接見えないことがないよう目隠し等による修景を行う。**景**
- 新虎通りの街路樹の緑とのつながりや歩行者からの見え方に配慮し、壁面緑化等の積極的な緑の創出に努める。**景**

*低層部と中高層部を分節したデザイン例（新虎通り）



対象	新虎通	中高層	建築物	規定	景	港区景観計画で定められている規定
	区道	低層	広告		街	街並み再生方針で定められている規定
		道路	その他		広	屋外広告物条例で定められている規定
					新	本ガイドラインで新たに定める規定

シンボリストリートにふさわしいビスタ景観の形成

【景観形成誘導指針】

中高層部の屋外広告物の設置制限

- 原則として、中高層部への屋外広告物（屋上広告、壁面広告、突出広告、窓面広告等）の設置は禁止する。**新（景）**
- ただし、壁面広告のうち、ビル名称やキーテナント等の企業・店舗等の名称やシンボルマーク等の自家用広告物については、質の高いデザインのものには設置可能とする。**新（景）**
例えば、頂部に近い壁面に切文字・箱文字による表記を原則とし、広告板形式は避ける。
- 設置できる壁面広告物の大きさは1面100㎡以下。**広**

*望ましい例：切文字で表示した壁面広告（自家用広告物）

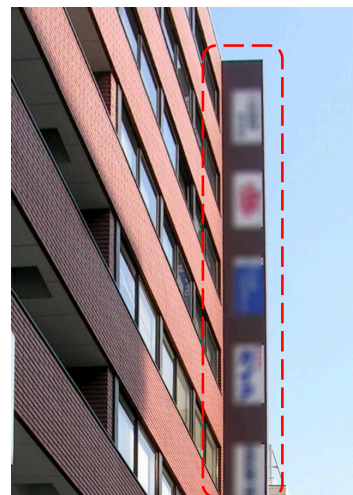
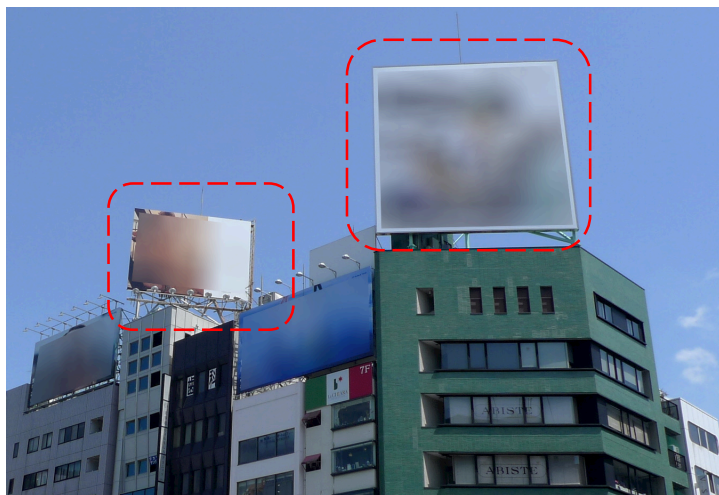


ガラスのカーテンウォールの壁面にロゴと社名をシンプルに配置した例



通りからの視認性のよい側面の壁面にブランド名を縦位置に配置した例

*認められない例：屋上広告や突出広告（袖看板）は不可（自家用広告物であるか否かを問わない）



(2) 多様なにぎわいが感じられる街並みの創造

【景観形成の基本方針】

多様なにぎわいが感じられる豊かな街並みを創造する

- にぎわいが建物内で完結せずに通りでも感じられるよう配慮し、質の高いデザインと多様なアクティビティが豊かに広がる街並みを創造する。

【景観形成に取り組む時のポイント】

○低層部へのにぎわい施設の導入

- 新虎通り沿いのにぎわい創出には、低層部ににぎわい施設の導入を図ることが重要

○オープンカフェによるにぎわいのしみだし

- 敷地内に屋外空間を確保できる部分は、オープンカフェ等を用いて積極的ににぎわいのしみだしを行うことが重要

○にぎわいを演出する低層部壁面

- 中高層部とデザイン的に分節された低層部の壁面は、歩道を歩く人の目に近いため、にぎわいを感じられるよう工夫することが重要

○夜間景観の形成

- にぎわい創出の観点から、街灯との調和や通りへのもれ灯り等に配慮した照明を工夫することが重要

○低層部の屋外広告物の適切な誘導

- 屋外広告物は、にぎわい創出の上で必要な要素だが、乱雑な印象を与えないように、デザイン等に配慮することが重要

対象	新虎通	中高層	建築物	規定	景	港区景観計画で定められている規定
	区道	低層	広告		街	街並み再生方針で定められている規定
		道路	その他	広	屋外広告物条例で定められている規定	
				新	本ガイドラインで新たに定める規定	

多様なにぎわいが感じられる街並みの創造

【景観形成誘導指針】

低層部へのにぎわい施設の導入

- 新虎通りに面する建物の低層階（少なくとも1階）の主たる用途はにぎわい施設とする。 **街**

にぎわい施設
(例示) **新**

- 飲食店：カフェ、バル、各種レストラン等
- 物販店：ファッションブティック、ライフスタイルショップ、食料品店等
- ギャラリー等：ギャラリー、アンテナショップ、ショールーム、サロン等
- アクティビティ：クッキングスタジオ、アトリエ・工房、ヨガ・フィットネス等
- サービス等：観光インフォメーションセンター等

- 新虎通りと一体的なにぎわいを演出するよう、空間構成を工夫する。
例えば、オープンスペースの配置、植栽、照明、装飾 等 **新**
- 1階部分のにぎわい創出を優先し、緑化については、新虎通り沿いではなく、壁面もしくは屋上や区道沿い空間での実施を検討する。 **新**
- 原則として、新虎通りに面して自動車出入口を設けてはならない。 **街**



オープンテラス席を備えたカフェレストラン



大きなガラス面で通りのにぎわいをつくるワインショップ



オフィスのエントランスの脇に設えられた交流スペース



マンションのホールから通りに向けたウィンドウギャラリー

【景観形成誘導指針】

オープンカフェによるにぎわいのしみだし

- ・敷地内で積極的にオープンカフェ等を設置し、にぎわいを感じられるようにする。**新**（街）
- ・オープンカフェのイスやテーブル、パラソル、プランター等の什器備品は、新虎通りにふさわしいグレード感とする。**新**
- ・オープンカフェの什器備品、店舗ファサードのオーニング等は、周辺環境との調和に配慮した色彩・色調とし、店舗ごとの統一感や連続性に配慮する。**新**
- ・オープンカフェの設置範囲は、常に適切な整理整頓・清掃を行い、歩行者に不快な印象とならないよう配慮する。**新**

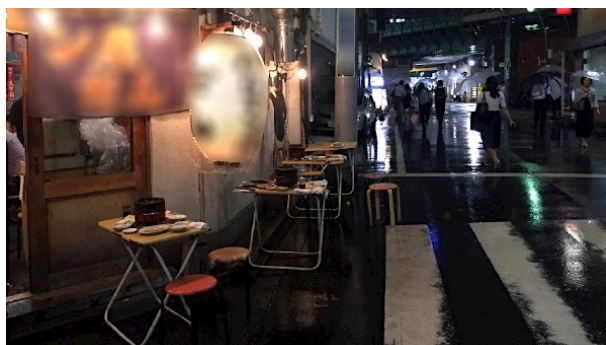
※ 道路上に設置する場合は、道路管理者等の行政の許可並びにエリアマネジメント団体による所定の手続きが必要

*望ましい例

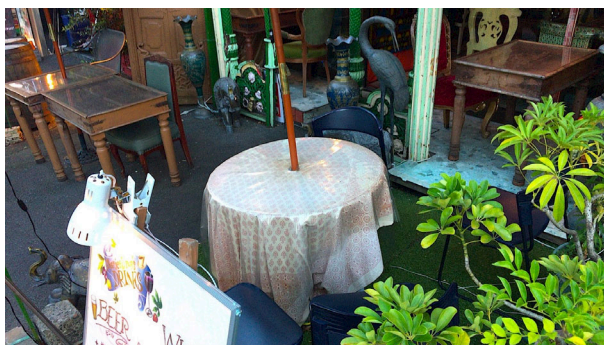


統一感のあるイス・テーブル・パラソル

*望ましくない例



雑多なイス・テーブル



統一感のないイス・テーブル

対象	新虎通	中高層	建築物	規定	景街	港区景観計画で定められている規定
	区道	低層	広告		街	街並み再生方針で定められている規定
		道路	その他		広	屋外広告物条例で定められている規定
					新	本ガイドラインで新たに定める規定

多様なにぎわいが感じられる街並みの創造

【景観形成誘導指針】

にぎわいを演出する低層部壁面

- ・ 材質や色彩、デザイン等に配慮し、新虎通りからにぎわいが感じられるよう工夫する。例えば、建物内部の様子が通りから感じられるよう、ガラス等の透過性のある素材を多く用いる等の配慮をし、閉鎖的な壁面で覆うようなことは避ける。**新（街）**
- ・ ショーウィンドウを活用した情報発信等、にぎわいの演出を検討する。**新（街）**
- ・ 目隠しや遮光のため窓面をふさぐ必要がある場合は、デザイン性に配慮したタペストリーやブラインド等を使用することとする。**新**
- ・ 商品陳列や倉庫等とするためやむを得ず窓面をふさぐ場合は、できるだけショーウィンドウ的なしつらえとする等、デザイン性に配慮する。**新**

※ 映像装置等を使用する場合は【映像装置等(p.30)】も参照のこと

*望ましい例



材質や色彩に配慮したファサード



通りから店内の雰囲気を感じられるガラス壁面



目を引くディスプレイのショーウィンドウ



デザイン性の高いタペストリーで窓面をふさぐ配慮

*望ましくない例



開口が少ない

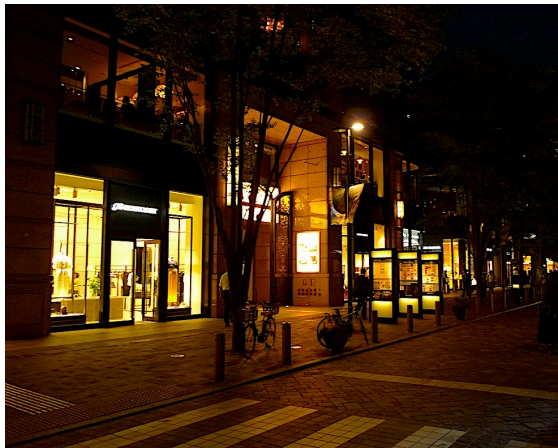


ガラス面が固く閉ざされている

【景観形成誘導指針】

夜間景観の形成

- 原則として、外構の夜間照明については、街灯の色合いに合わせることをとする。**新**
- 建物壁面等に照明をあしらったり、建物内部の灯りが表にしみ出してくるような工夫を行う。ただし、過度に明るくなりすぎないように照度に配慮するとともに、街灯の色合いとの調和にも配慮する。**新** (街)
- クリスマスイルミネーション等の装飾については、内容について協議を行った上で、適切と判断されたものは設置可能とする。**新**



街灯と調和した夜間照明



街灯が通りに統一感をもたらす



街灯と調和した道路内建築の照明



華やかなイルミネーション

対象	新虎通	中高層	建築物	規定	景	港区景観計画で定められている規定
	区道	低層	広告		街	街並み再生方針で定められている規定
		道路	その他		広	屋外広告物条例で定められている規定
					新	本ガイドラインで新たに定める規定

多様なにぎわいが感じられる街並みの創造

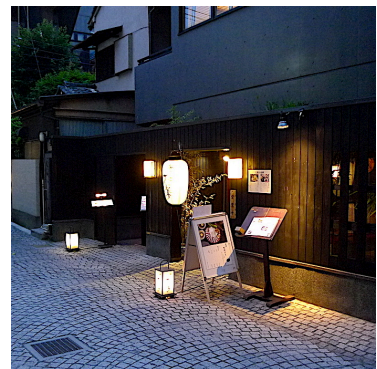
【景観形成誘導指針】

低層部の屋外広告物の適切な誘導

【共通事項】

- ・ 屋外広告物は、周辺環境との調和に配慮し、極端に際立った見え方のものにならないよう配慮する。**街**（**景**）
- ・ 原則として、自家用広告物以外の設置は禁止する。**新**
ただし、設置期間（暫定利用やイベント対応等）や、新虎通りの魅力向上やにぎわい創出への貢献を考慮して、内容やデザインについて協議を行った上で、適切と判断されたものは、設置可能とする。**新**
- ・ 屋外広告物の規模・位置や形態・意匠については、港区屋外広告物景観形成ガイドラインの内容に留意する。**景**
- ・ 屋外広告物の色彩は、高彩度色や色数を抑えて、周辺の街並みとの調和や建物全体のまとまりに配慮する。**景**
- ・ 光源を使用する場合は、建築物の照明計画と一体的にデザインし、周辺環境に適した照明方式（発光式、内照式、外照式など）を選択するとともに、過度に点滅するものや派手な色彩、必要以上に明るいものは避ける。外照式の場合、照明器具が目立たないように配慮する。**景**
- ・ 「国際新都心」をめざす観点から、絵文字化等、ユニバーサルデザインとなるよう配慮する。**新**

*望ましい例



*望ましくない例



【景観形成誘導指針】

【映像装置等】

- ・モニターやビジョン、デジタルサイネージなどの映像装置等は、掲出する情報の更新の容易さや多言語表示などの利点も多い。一方、映像装置は、従来の屋外広告物に比べて周辺に与える影響が大きいことから、設置期間や、新虎通りの魅力向上やにぎわい創出への貢献を考慮し、映像装置等の設置・掲出にあたっては、掲出場所、機器の規格、映像内容、音声等について協議を行った上で、適切と判断されたものは設置可能とする。 **新**
- ・動画を掲出する場合は、通行者や車両の運転者の安全を阻害しないよう、派手な色彩や点滅、動きの速い動画を避けるよう配慮する。静止画像を切り替える場合も切り替えが速くなりすぎないように配慮する。 **新(景)**
- ・音声を流すことはできるだけ避けるよう配慮し、音声を流す場合は、通行者等に不快感を与えないようにするとともに、周辺環境に十分に配慮する。また、夜間など時間帯に応じて音量を調整、消音するよう配慮する。 **新(景)**
- ・建物内部に映像装置等を設置し、ガラス面を通して見せる演出は、建築物の外観イメージを阻害しないよう配慮するとともに、通行者等に不快感を与えないよう配慮する。 **新(景)**
- ・建物入口部分の道路面等に投影する広告物は、足元のにぎわい創出への貢献の観点から、内容やデザインについて協議を行った上で、適切と判断されたものは設置可能とする。その場合、店舗等の名称やシンボルマーク等の自家用広告物に限る。 **新**

*望ましくない例



派手な色彩の画像・動画



周辺景観への配慮に欠ける映像



切り替えスピードの速い表示内容



激しく点滅する広告物

対象	新虎通	中高層	建築物	規定	景	港区景観計画で定められている規定
	区道	低層	広告		街	街並み再生方針で定められている規定
		道路	その他		広	屋外広告物条例で定められている規定
				新	本ガイドラインで新たに定める規定	

多様なにぎわいが感じられる街並みの創造

【景観形成誘導指針】

【壁面広告物】

- ・原則として、壁面広告物は、ビル名称、企業・店舗等の名称やシンボルマーク等の自家用広告物とする。のれんやオーニングについても同様とする。**新**
- ・大きさや色彩、素材感等、建物のデザインとの調和に配慮する。**新（景）**
- ・切文字・箱文字とする等、質の高いデザインとなるよう配慮する。**新**
 - ※ 映像装置等を設置する場合は【映像装置等(p.30)】も参照のこと
 - ※ 壁画（壁面を利用したアート）については後述（p.40参照）

*望ましい例



影も含めてデザインされた箱文字



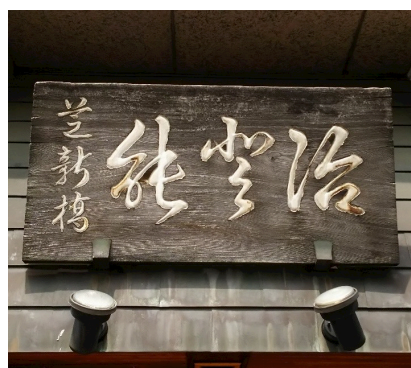
建物と調和した配置の広告物



差し色として赤色が映える



軽やかなデザインの商品案内



風情のある扁額



和のテイストののれん

*望ましくない例



壁面全体を使った色味も強い広告物



大きすぎ眩しすぎる広告物



面的に強い光で発光する形式

【景観形成誘導指針】

【突出広告物】

- 原則として、突出広告物（突出看板）は、店舗等の名称やシンボルマーク等の自家用広告物のみとする。**新**
- 突出広告物の下端は、地面から2.5mの高さとする。**新**
- 歩く人の目を楽しませるデザインとなるよう配慮するとともに、コンパクトで整った形状を基本とし、過度に大きくなりすぎないように配慮する。**新**
- 原則として、1店舗につき1面当たり1箇所の設置とする。
建物の同一壁面に複数の突出広告物を設置する場合には、広告板やブラケットのデザインを統一する等、1つの壁面として調和の取れたデザインとなるよう配慮する。**新**
- 上層階の店舗等に関する広告物については、建物入口に案内板を設置する等、集合看板としての掲出を検討する。**新**
 - ※ 道路上に出幅が生じる場合は、道路管理者等の行政の許可が必要
 - ※ 映像装置等を設置する場合は【映像装置等(p.30)】も参照のこと

*望ましい例



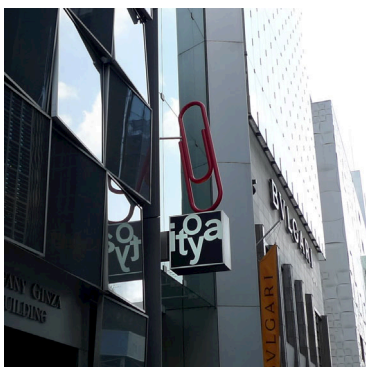
差し色として黄色が映える



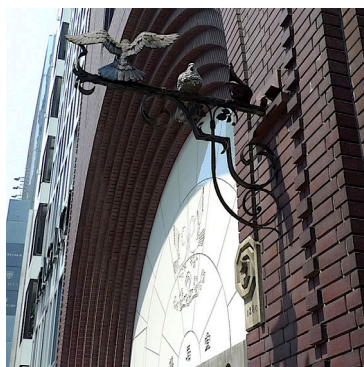
シックでシンプルな突出看板



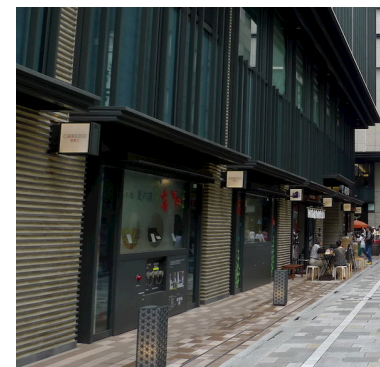
木の実を模したユニークなデザイン



デザイン性の高い造形の突出看板



屋号にちなんだ造形の突出看板



小さな突出看板がリズムカルに並ぶ

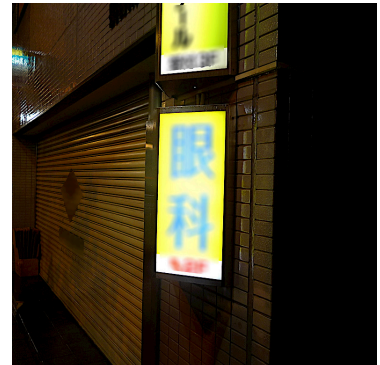
*望ましくない例



袖看板形式の広告物



縦方向に連なる突出看板



強い色彩で面的に発光する広告物

対象	新虎通	中高層	建築物	規定	景	港区景観計画で定められている規定
	区道	低層	広告		街	街並み再生方針で定められている規定
		道路	その他		広	屋外広告物条例で定められている規定
				新	本ガイドラインで新たに定める規定	

多様なにぎわいが感じられる街並みの創造

【景観形成誘導指針】

【窓面広告物】

- ・ 原則として、窓面への広告物の貼付は、窓の内側から貼るものも含めて行わない。**新（景）**
- ・ ただし、店舗等の名称やシンボルマーク、営業時間案内等の基礎的な情報等は貼付可能とする。その場合でも全体として過剰な掲出とならないようにし、デザイン性に十分配慮する。例えば、掲示するデザインに併せて切り抜く等の配慮を行い、窓面全体にフィルムを貼るような方法は避ける。**新**
- ・ 窓の内側に設置する広告物については、ガラスによる建築物の外観イメージを阻害しないように配慮する。**新**

※ 映像装置等を窓面に近接して設置する場合は【映像装置等(p.30)】も参照のこと

*望ましい例



店内が見えるよう配慮された窓面広告物



フィルムを加工したユニークなデザイン



デザイン性の高い広告物

*望ましくない例



窓面を覆う広告物の貼付



窓面全体への企業名等の貼付



道路に面した1階の窓面全体に大きく広告物を貼付

【景観形成誘導指針】

【地上広告物】

- メニュー看板や立看板は、敷地内の店舗入口付近やテラス席周りに限定して配置するものとし、道路上への設置は禁止（※）する。**新**
- 通行の妨げにならないような配置とするとともに、できるだけ設置数を少なくするよう配慮する。**新（景）**
- 歩行者交通の妨げにならないよう、また死角をつくらないよう配慮する。**新**
- 強風時の安全対策や、看板の設えの安全対策には十分配慮する。**新**
- 留具がむき出しであったり、無機質な背面にならないようにし、質の高いデザインとなるよう配慮する。**新**

※ 映像装置等を設置する場合は【映像装置等(p.30)】も参照のこと

※ 道路上に設置する場合は、道路管理者等の行政の許可並びにエリアマネジメント団体による所定の手続きが必要

*望ましい例



家具とともに雰囲気をつくる

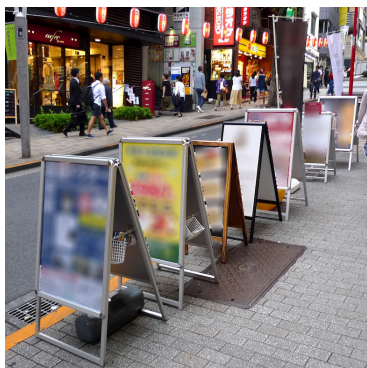


親しみある手書きの看板



看板や鉢植えをコンパクトに配置

*望ましくない例



路上の置き看板等は設置不可



強い光で発光する看板



小物や看板の多用

対象	新虎通	中高層	建築物	規定	景	港区景観計画で定められている規定
	区道	低層	広告		街	街並み再生方針で定められている規定
		道路	その他		広	屋外広告物条例で定められている規定
					新	本ガイドラインで新たに定める規定

多様なにぎわいが感じられる街並みの創造

【景観形成誘導指針】

【その他広告等】

○工事仮囲い

- ・新虎通りにふさわしいデザインとし、周辺店舗等へのにぎわいと歩行者空間の連続性を途絶えさせないよう配慮する。**新**
- ・歩行者に圧迫感を与えないような大きさにし、複数ある場合はできるかぎりまとめて表示するようにする。**景**



協賛イベントのPRも兼ねる工事仮囲い

○バナー

- ・交通に支障のない大きさとし、周辺環境との調和に配慮する。**新** (**景**)
- ・にぎわい創出や良好な環境演出に寄与するようデザイン性に十分配慮する。**新**
- ・強風時の安全対策には十分配慮する。**新**



リズムカルに並ぶバナー

○その他

- ・空地等の標示板は、周辺環境との調和に配慮したデザインとし、新虎通りとしての統一感に配慮する。**新**



ガラス素材の標示板

(3) 道路空間を活かしたアクティビティ景観の創出

【景観形成の基本方針】

道路空間を活かしたいきいきとしたアクティビティ景観を創出する

- 道路を交流の場として、広い歩道を活用したイベントや環境演出等、新しい試みを積極的に展開し、多様な文化・経済活動（アクティビティ）の景観を創出する。

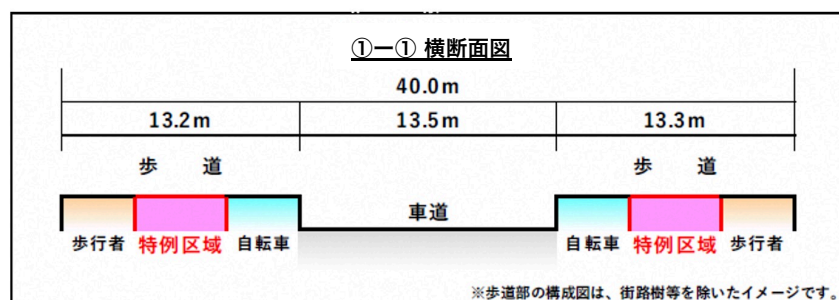
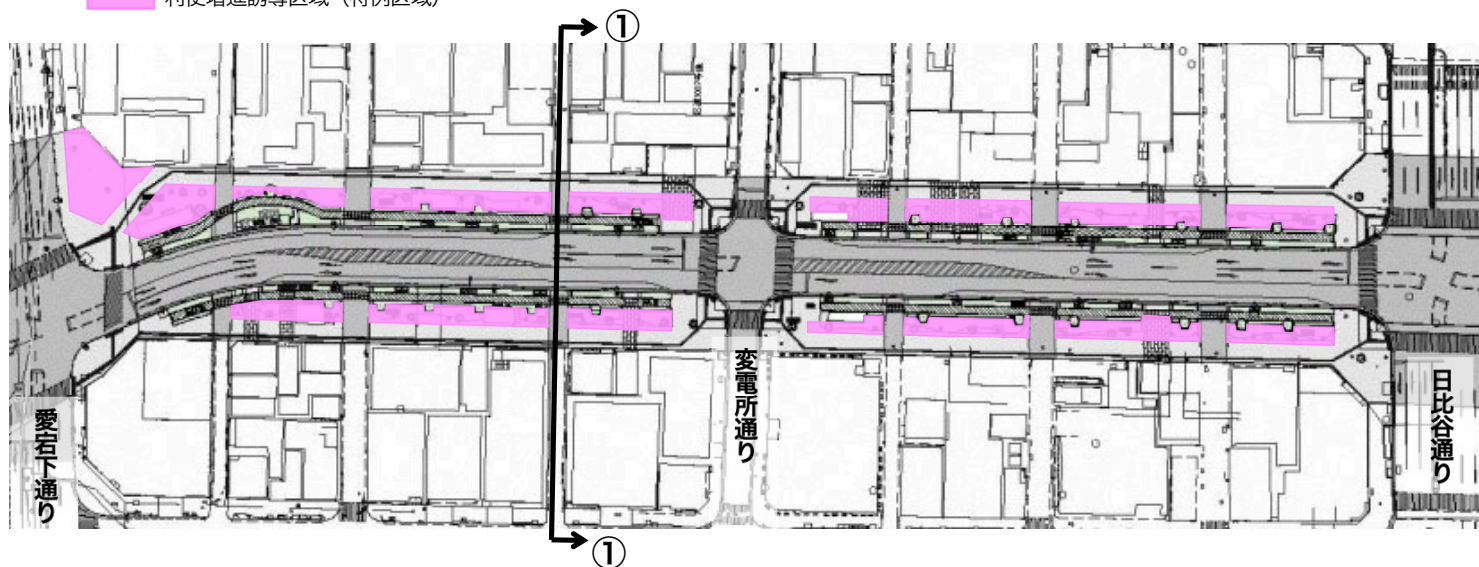
【景観形成に取り組む時のポイント】

○道路空間を活用したアクティビティ

- 新虎通りの愛宕下通りから柳通りにかけて、歩行者利便増進道路（通称：ほこみち）における利便増進誘導区域として、歩道上に広告塔や食事施設・購買施設、催しのために設けられる露天などの設置可能な範囲が設定されており（下図参照）、道路空間を活用した憩いの場づくりやイベント等の実施が重要
- 新虎通りの個性として、プロジェクションマッピングやイルミネーション等の環境演出、パブリックアートやミューラルアート等、沿道空間で多様なアクティビティを展開することが重要

*歩行者利便増進道路（ほこみち）における利便増進誘導区域

利便増進誘導区域（特例区域）

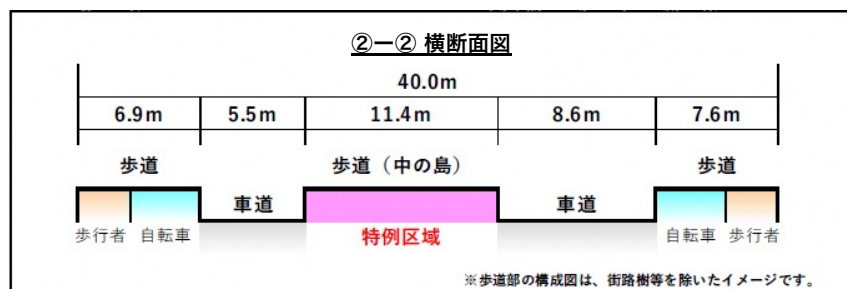
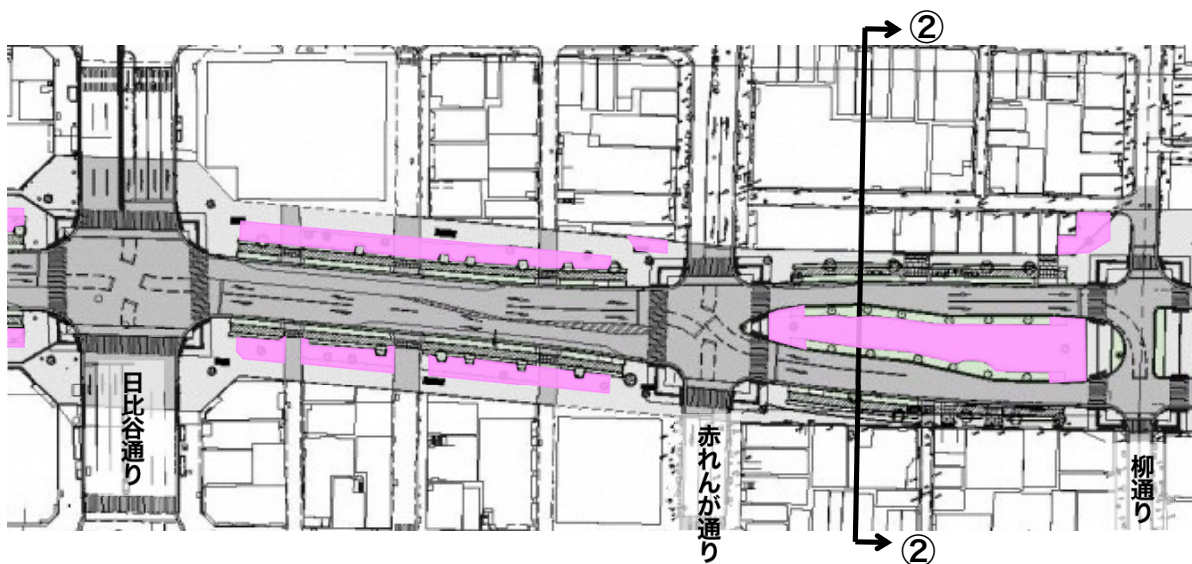


対象	新虎通	中高層	建築物	規定	景	港区景観計画で定められている規定
	区道	低層	広告		街	街並み再生方針で定められている規定
		道路	その他		広	屋外広告物条例で定められている規定
					新	本ガイドラインで新たに定める規定

道路空間を活かしたアクティビティ景観の創出

○エリアマネジメント広告事業の展開

- 屋外広告物を利用して良好な景観形成やにぎわい創出を行うため、エリアマネジメント広告事業（一般広告等に伴うまちづくり財源の獲得）を推進する
- まちづくり財源を活かして、よりよい環境づくりを行い、さらなる地域の価値向上を目指していく



【景観形成誘導指針】

道路空間を活用したアクティビティ

- 歩道上でのオープンカフェ等のにぎわい施設やマルシェの展開、車道を含めた道路空間全体を活用した祭りやパレード等のイベントの実施等、多様なアクティビティ景観を創出する。**新**
- 魅力的なアクティビティ景観となるよう、イスやテーブル、パラソル、プランター等の什器備品は、周辺環境との調和に配慮した色彩・色調とする。
例えば、パラソル等は1店舗につき1種類を使用し、無地・単色とする等。**新**
- 道路空間の利活用にあたっては、道路管理者等の行政の許可並びにエリアマネジメント団体による所定の手続きが必要（設置基準等あり）。**新**



道路内建築によるにぎわい創出



路上に広がる賑わいの景観



デザインに配慮したテーブルとチェア



色を統一したパラソル



道路上のパレード



道路空間を利用した祭り

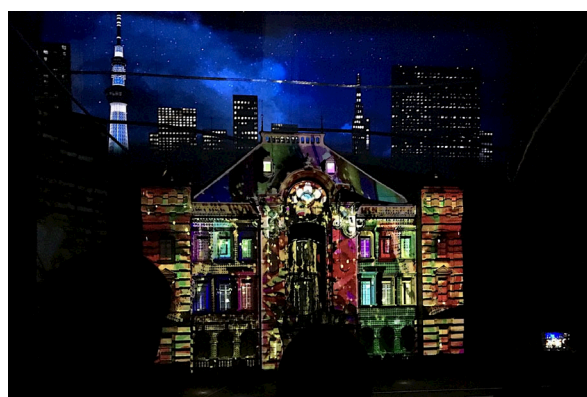
対象	新虎通	中高層	建築物	規定	景	港区景観計画で定められている規定
	区道	低層	広告		街	街並み再生方針で定められている規定
		道路	その他		広	屋外広告物条例で定められている規定
					新	本ガイドラインで新たに定める規定

道路空間を活かしたアクティビティ景観の創出

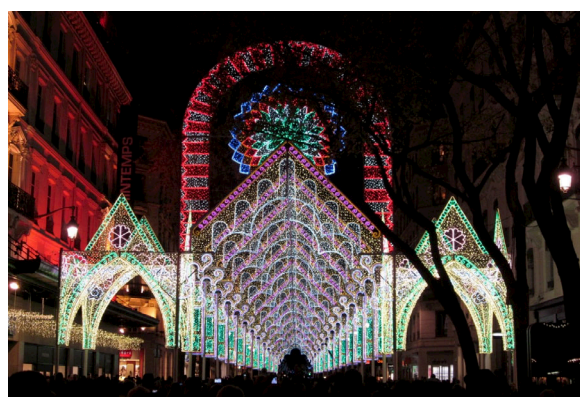
【新しい技術・景観演出】

- 可変的ライティングやLED映像装置などの新しい技術や表現手法（プロジェクションマッピング、メディアファサード等）を活用した景観演出については、使用場所や表現内容について協議を行った上で、適切と判断されたものは設置可能とする。 **新**
- 建築物の壁面の全体や広い面積を可変的なライティングや映像装置等によりグラフィカルに演出する表現は、周辺に及ぼす影響が大きいことから、色彩や照度、デザイン、動きの速さなどに十分配慮した計画とする。 **新（景）**
- 街路樹や建物外構等でイルミネーション装飾を行う場合は、色が変わったり光が動いて見える表現が可能となっている状況を踏まえ、交通安全の確保に十分配慮するとともに、見ている人に不快感や不安感を感じさせないよう配慮する。 **新**

※ これらの景観演出を行う場合には、内容及び周辺への影響等を勘案し、必要に応じて【公益のためのアート（p.40）】を参照し、有識者によるコーディネートを行う。 **新**



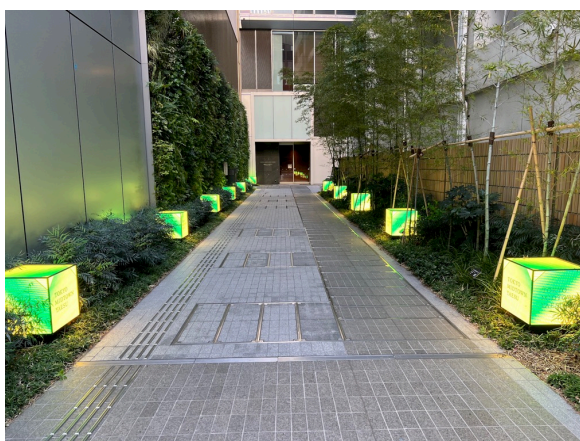
沿道建物を利用したプロジェクションマッピング



道路空間を活用した光のインсталレーション空間



壁面全体に浮かび上がるシックなグラフィック



キューブ型のサイネージによるアプローチの演出

【公益のためのアート】

- 地域の価値向上や個性的で質の高い景観形成を目指す観点から、道路空間や沿道建物等を活用した多様なアートの導入を積極的に検討する。アートの設置については、アートのクオリティを確保することが重要であり、有識者によるコーディネートを行う。 **新**
 - ※ 現在、新虎通りに背を向けている建物が多いため、建替えまでの期間は既存建物の壁面全てを利活用し、アートによる環境演出等を積極的に行うことを検討する。 **新**
 - ※ デジタル装置等を用いた光や動きの変化を伴うアートなどは、新虎通りの個性強化や魅力向上、にぎわい創出などへの貢献を評価して、設置場所や内容、デザイン等について十分な協議を行いながら設置を認めていく。 **新**
 - ※ 商品やサービス、企業ブランド等の情報発信を目的とし、経済活動を伴う広告物等に該当するものは、設置期間や、新虎通りの魅力向上やにぎわい創出への貢献を考慮して、内容やデザインについて協議を行った上で、適切と判断されたものは設置可能とする。 **新**



パブリックアートの展開



外壁と調和した色彩とデザインのミュールアート



LED映像装置を用いたライトアート



工事仮囲いにストーリー性あるグラフィックを展開

対象	新虎通	中高層	建築物	規定	景	港区景観計画で定められている規定
	区道	低層	広告		街	街並み再生方針で定められている規定
		道路	その他	広	屋外広告物条例で定められている規定	
				新	本ガイドラインで新たに定める規定	

道路空間を活かしたアクティビティ景観の創出

【景観形成誘導指針】

エリアマネジメント広告事業の展開

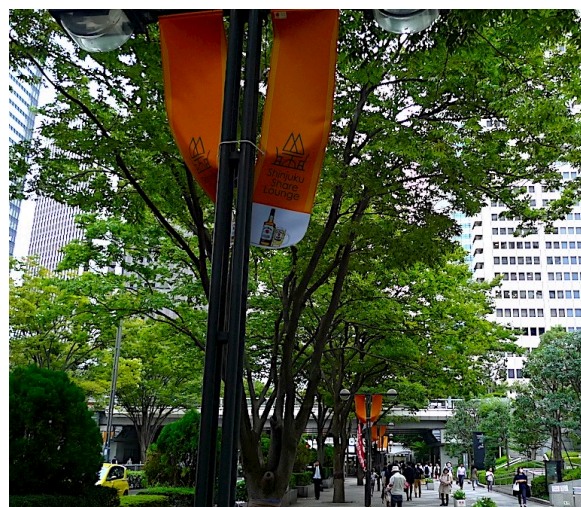
- エリアマネジメント広告は、良好な景観形成や地域活性化に資するものとする。**新**
- エリアマネジメント広告の意匠デザインや掲出内容は、「広告媒体等審査基準」を遵守したものとする。**新**
- エリアマネジメント広告の掲出にあたっては、港区等の行政の許可並びにエリアマネジメント団体による所定の手続きが必要（※p.49参照）。**新**



地域活性化イベントにおけるエリアマネジメント広告の展開



バナーとハンギングバスケットによる環境演出



通りのアクセントとなるバナー

(4) 多様なまちの個性をつなぐ界隈性ある景観の形成

【景観形成の基本方針】

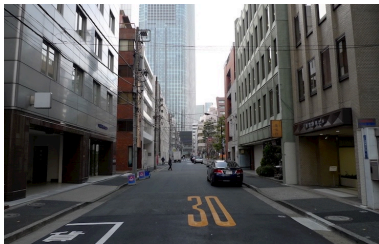
多様なまちの個性をつなぐ 界隈性ある景観を形成する

- ・ 周辺のまちの個性、歴史の厚みを感じさせる立地資源や地域のみどりを活かしながら、居心地のよい界隈性ある景観を形成する。

【景観形成に取り組む時のポイント】

○各区道の特性を活かした景観形成

- ・ 新虎通り周辺の各区道の特性を活かして、景観形成を図ることが重要
 - ① 東西のネットワーク道路（第1013号・第1014号）
西新橋や新橋駅前等の既存の街並みと接するため、それらのまちの雰囲気を意識する
 - ② 南北のネットワーク道路（広域ネットワーク道路・地区内ネットワーク道路）
新虎通りからの沿道街並みの視認性が高いため、新虎通り沿道との街並みの連続性を意識する
 - ③ その他の南北の区道
歩行者空間の創出を意識する



西新橋の街並み



新橋駅前の街並み



赤レンガ通りの雰囲気あるにぎわい



広域ネットワーク道路（日比谷通り）

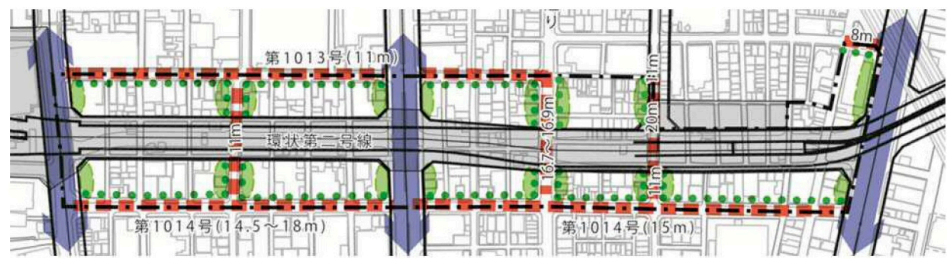


南桜公園のまとまりあるみどり



区道（第1014号）の街路樹

地区内ネットワーク道路・ 広域ネットワーク道路 (街並み再生方針)



- ● ● ● 歩道状空地(幅員0.5m以上)
- ● ● ● 広場状空地(概ねの整備位置)
- ■ ■ ■ 地区内ネットワーク道路
- ⇄ 広域ネットワーク道路

(出典：港区『環状第二号線沿道新橋地区街並み再生方針活用の手引き』)

○屋外広告物の活用

- ・ 新虎通り沿道の規定と異なり、既存の街並みの雰囲気を活かす観点も重要

対象	新虎通	中高層	建築物	規定	景	港区景観計画で定められている規定
	区道	低層	広告		街	街並み再生方針で定められている規定
		道路	その他	広	屋外広告物条例で定められている規定	
				新	本ガイドラインで新たに定める規定	

多様なまちの個性をつなぐ界隈性ある景観の形成

【景観形成誘導指針】

各区道の特性を活かした景観形成

①ネットワーク道路（東西）

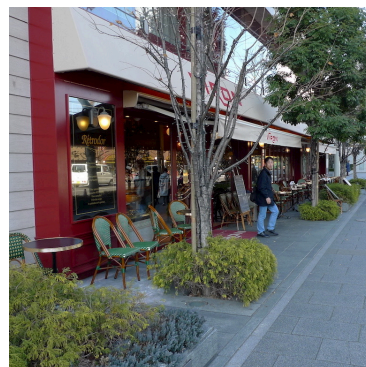
- 自動車動線（出入口・車路・駐車場等）や駐輪場、荷さばき、ゴミ置き場、自動販売機等を設ける場合は、配置の工夫や植栽等、周囲からの見え方に配慮する。**景**
- 低層部の用途は、通りの連続性が感じられるよう、向かい合う街区の建物との調和に配慮する。**新**



緑化で修景された駐車場出入口

②ネットワーク道路（南北）

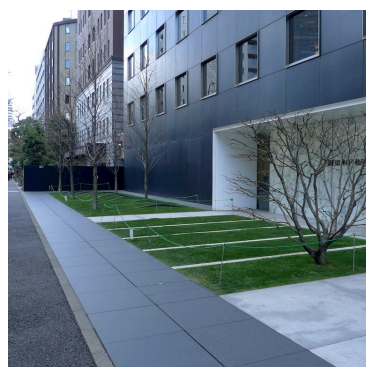
- 低層部壁面は、新虎通り沿いの低層部と調和した材質や色彩、デザインとし、にぎわいの連続性がつくれるよう配慮する。**新（景）**
- 広場状空地の整備を積極的に検討し、イス・テーブル等の設置やイベントの実施等、新虎通りからのにぎわいや人の流れが南北に広がるよう配慮する。**新**
- 飲食店がない場合等は、修景空地として緑化を検討する。**新**
- 自動車動線（出入口・車路・駐車場等）や駐輪場、荷さばき、ゴミ置き場、自動販売機等を設ける場合は、配置の工夫や植栽等、周囲からの見え方に配慮する。**景**



道路沿いの空地を利用したテラス席

③その他の区道（南北）

- 車両通行によるまちの分断を避ける取り組みを積極的に検討し、まちの雰囲気広がりがあうよう配慮する。**新**
- 区道に面した店舗の区画はヒューマンスケールに配慮したものとす。**新**



緑化で修景された道路沿いの空地

屋外広告物の活用

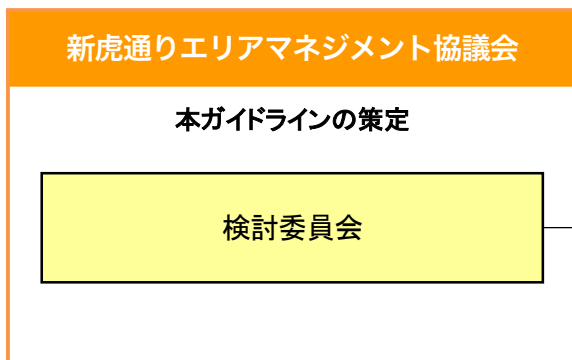
- 屋上広告物の設置は控える。**景**
- 新虎通りにおける指針（①②）に準じるが、壁面広告物・突出広告物・窓面広告物については、周辺環境との調和に配慮し、柔軟に設置を認めていく。**新**
- 駐車場サイン・駐車管制サインについては、周辺環境との調和に配慮し、過度に際立った見え方とならないよう配慮する。**新**

4章 ガイドラインの運用

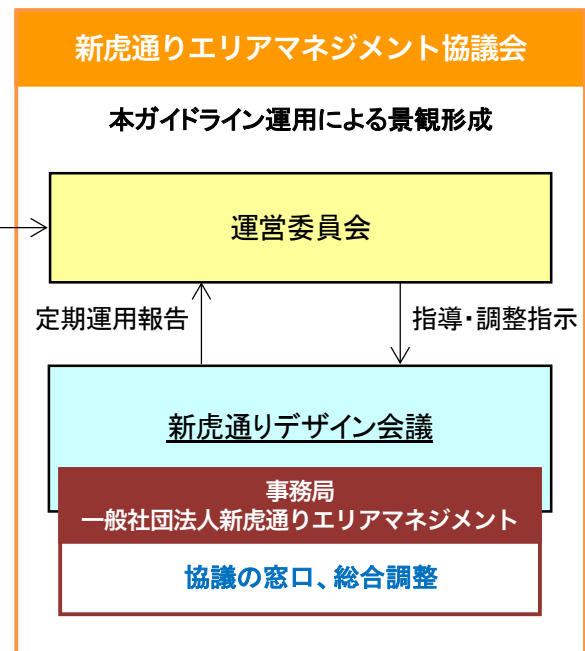
(1) 運用の体制

- ・ 「新虎通りデザイン会議」として有識者で構成される組織を設置する。
- ・ 新虎通りデザイン会議は、本ガイドラインに基づき、協議・審査を実施する。
- ・ 新虎通りデザイン会議は、運営委員会に対して定期的に運用状況を報告する。
- ・ 運営委員会は、運用状況報告を受け、運用等に調整が必要と判断される場合は、新虎通りデザイン会議へ指導/調整指示を行なう。
- ・ また、必要に応じて本ガイドラインの改定も検討する。(※)

【本ガイドライン作成期】



【本ガイドライン運用期】



検討委員（有識者）による
「新虎通りデザイン会議」の設置

事業者・広告主

※ 運用の蓄積を通じたガイドラインの見直し

新虎通りは、これまでなかった道路が整備されたものであり、沿道空間も新たに生まれた部分が多いことから、通りのイメージから少しずつ築き上げていく必要がある。運用の蓄積を踏まえて、適宜、本ガイドラインをより適切なものに見直しながら、漸進的に景観形成に取り組む。

(2) 運用のフロー

□ デザイン協議の対象

- 建築物　　：新築、増築、改築、大規模な修繕又は外観の変更
- 屋外広告物：表示または設置、内容の変更またはその改造もしくは移転
 - ※ LED映像装置（デジタルサイネージ）等を用いる場合、壁面等への設置にあたっては建築物、掲出・表示内容の変更にあたっては屋外広告物に準じたデザイン協議を行う
 - ※ 港区が事業者に対し、新虎通りデザイン会議との協議を指導できるよう、港区「新橋・虎ノ門地区まちづくりガイドライン」に記載

□ デザイン協議のフロー

事業者は、計画の検討過程において、新虎通りデザイン会議と事前相談を行う

- ・ 事業者は、正式な行政手続に入る前に新虎通りデザイン会議へ申請し、計画案に対する協議を行う
- ・ 新虎通りデザイン会議は、協議申請書（p.55参照）および添付書類に基づき、計画が本ガイドラインを踏まえたものとなっているかを協議
 - ※ 協議申請書
添付書類　：各階平面図・立面図（4面）・断面図（2方向）、配置平面図・現況写真等、低層部断面図等、外観パース等
- ・ 事業者は、デザイン協議の結果を行政手続き書類に添付する
 - ※ デザイン協議は、計画・設計等の熟度に応じ、構想・計画段階、設計段階、施工段階のそれぞれで行う

(申請先)

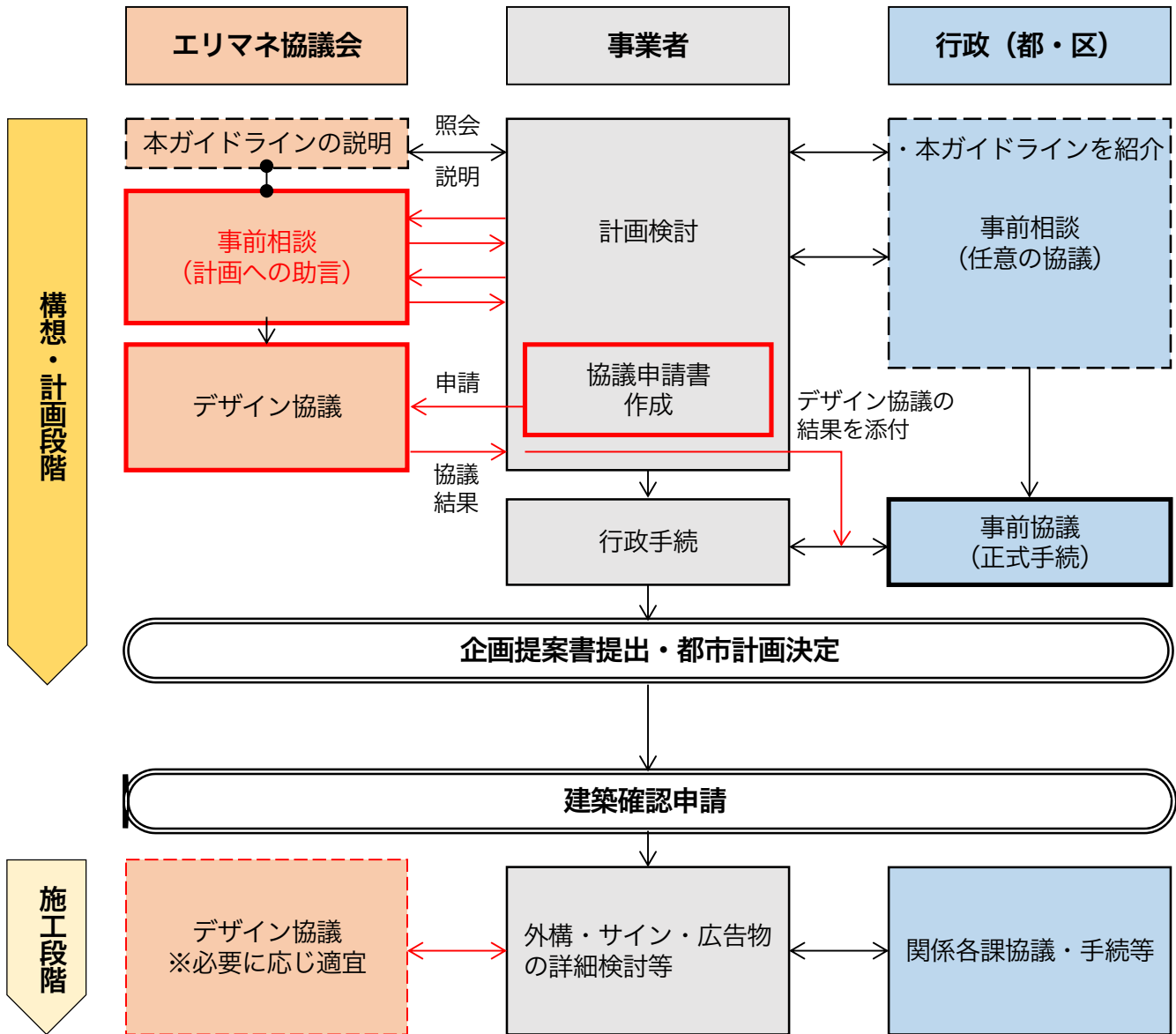
新虎通りデザイン会議 事務局
〒105-0003 東京都港区西新橋二丁目18-7
電話：03-6809-1434 FAX：03-3433-8681 Mail：shintora@ur-net.go.jp

※ 計画の内容が固まる前に、用途やデザイン案ができたタイミングを目安に、新虎通りデザイン会議への相談をお願いします。

*デザイン協議のポイント（建築物の場合）

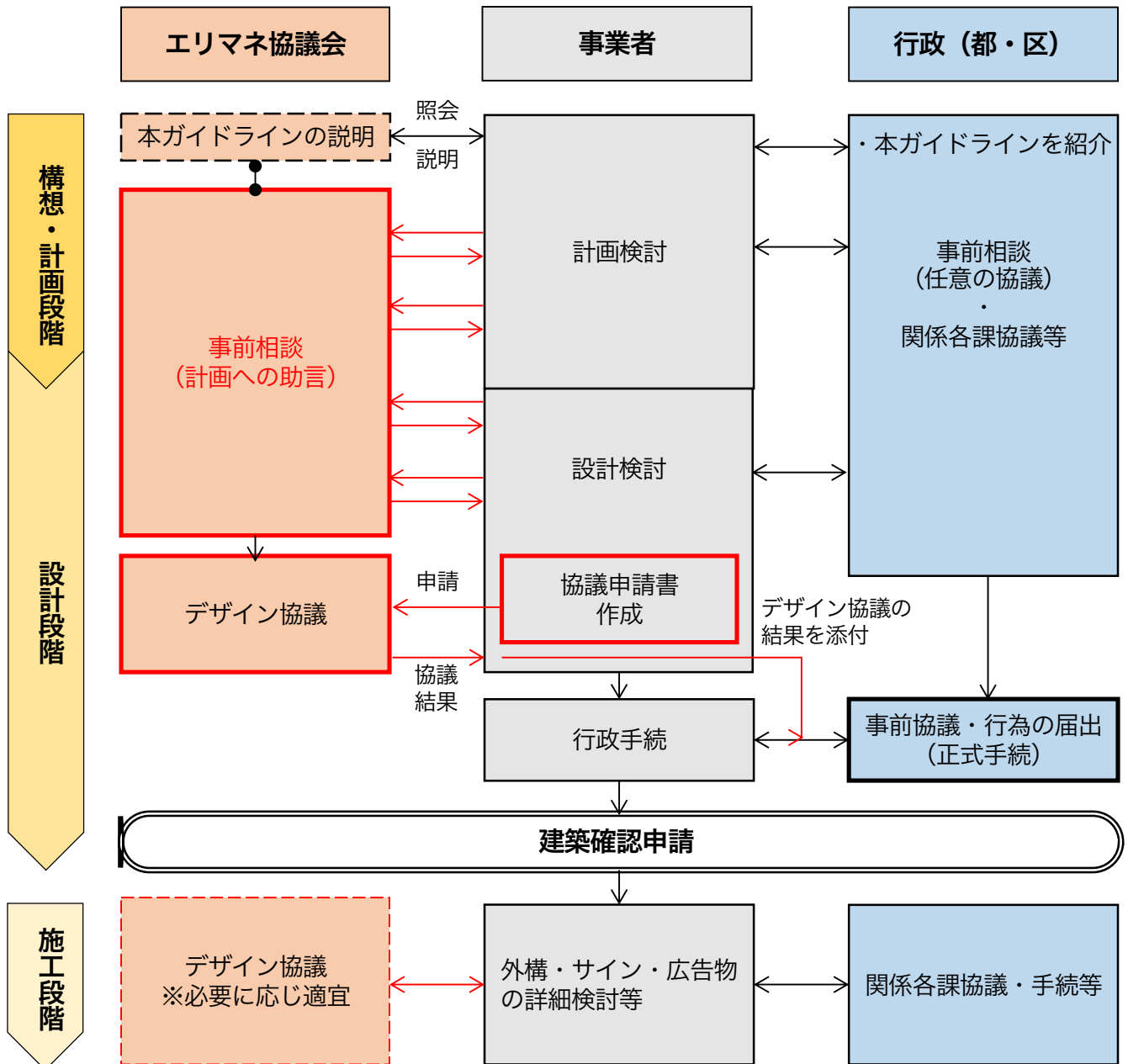
構想・計画段階	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新虎通りらしさをどう考え、工夫するか ・ ファサードの分節とデザインの方向性 ・ にぎわい創出の考え方（「新虎通りステージ空間」の方向性） ・ 夜間景観の演出、照明計画　等
施工段階	<ul style="list-style-type: none"> ・ サイン等、屋外広告物の掲出方針 ・ アクティビティの考え方（竣工後の空間利活用の方向性）　等

【都市計画手続きを伴う建築物の場合（都市開発諸制度を活用）】



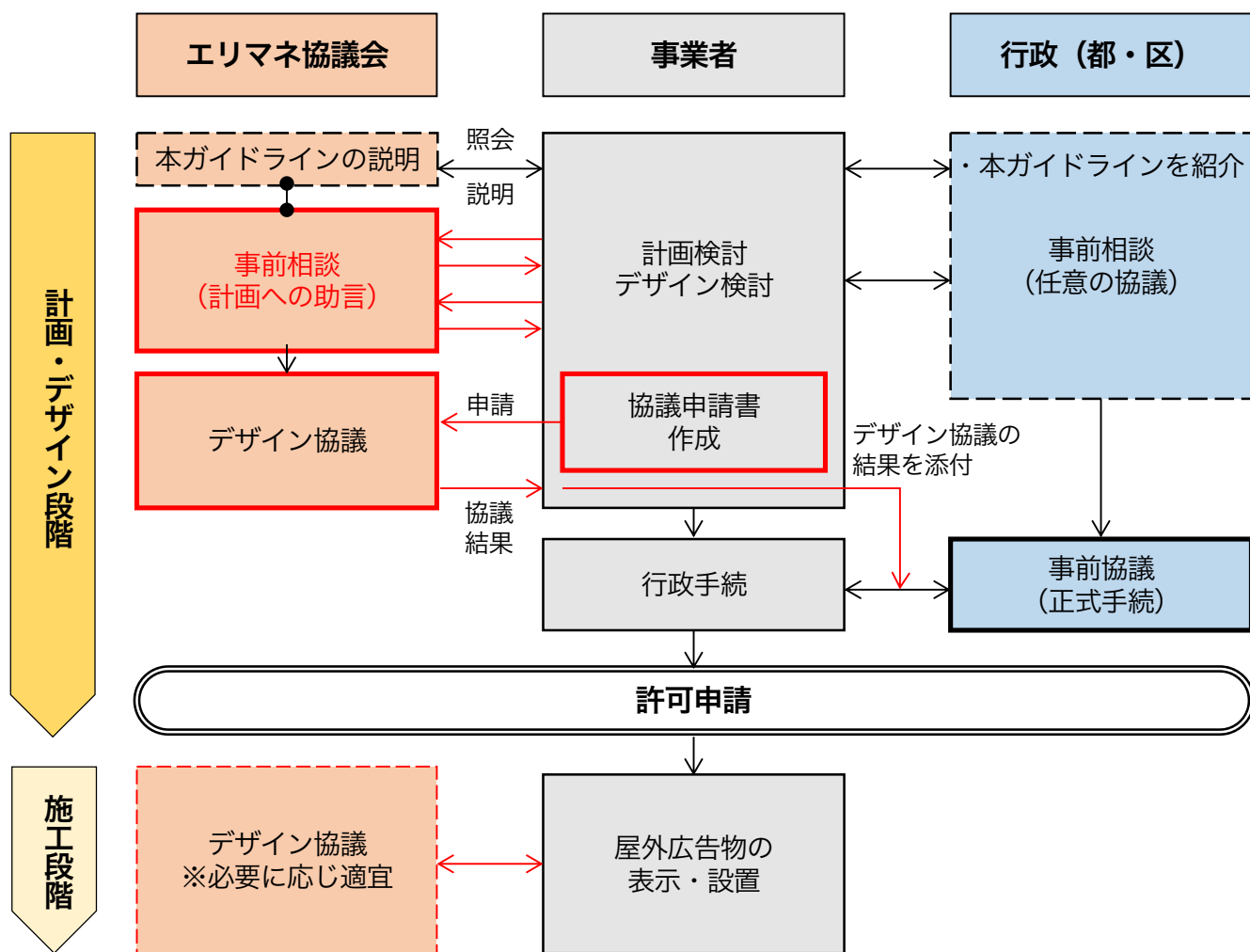
※ LED映像装置（デジタルサイネージ）等を壁面等に設置する場合は、建築物の一部としてデザイン協議を行うこと

【都市計画手続きを伴わない建築物の場合（一般案件）】



※ LED映像装置（デジタルサイネージ）等を壁面等に設置する場合は、建築物の一部としてデザイン協議を行うこと

【屋外広告物】



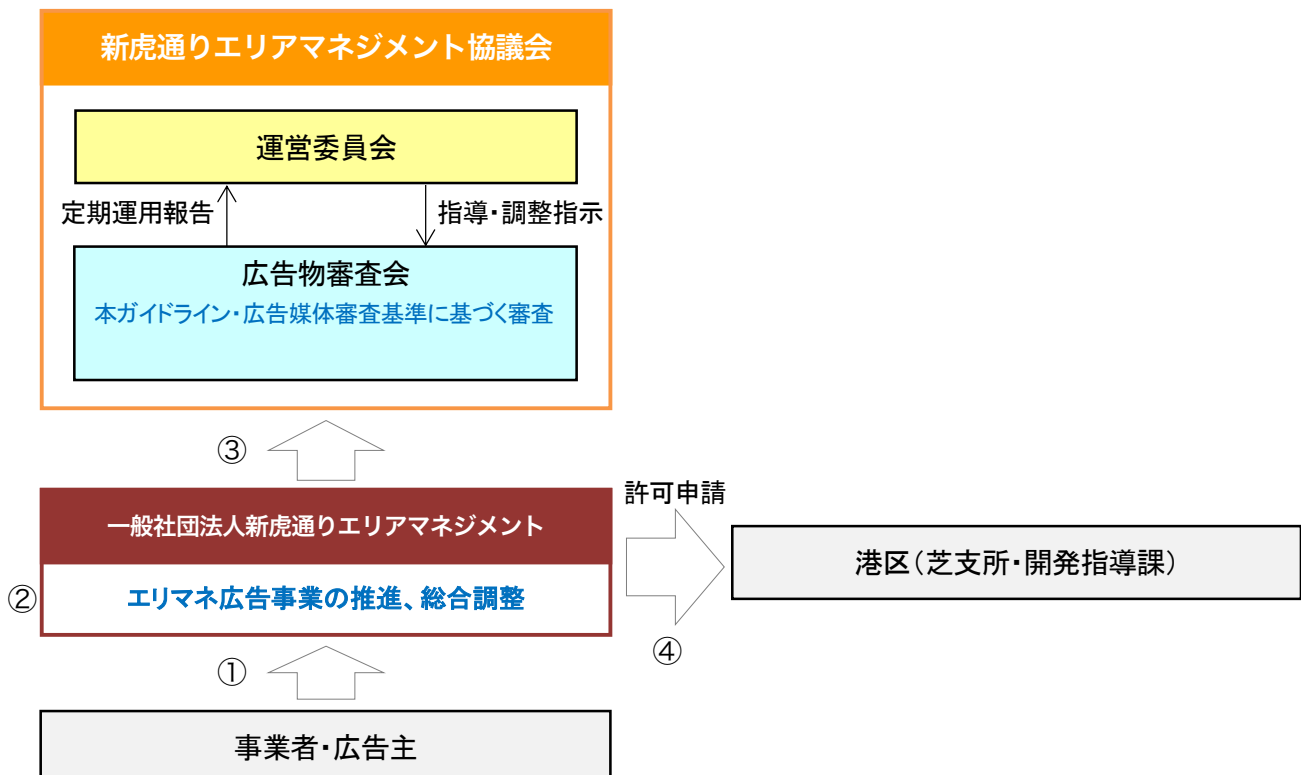
※ LED映像装置（デジタルサイネージ）等の掲出にあたっては、上記屋外広告物に準じたデザイン協議を行う。
 ただし、建物の壁面等に設置する場合は、建築物の一部としてデザイン協議を行うこと

□ エリアマネジメント広告の推進体制

- 新虎通り沿道において掲出する広告物等の適切な管理を行うため、「広告物審査会」を設置する。
- 広告物審査会は、本ガイドラインおよび広告媒体等審査基準に基づき、屋外広告物等の審査を行う。
- 広告物審査会は、新虎通りデザイン会議のメンバーで構成する。
- 一社法人が主体となり、屋外広告物を活用して良好な景観形成やにぎわい創出を行うため、エリアマネジメント広告事業（一般広告等に伴うまちづくり財源の獲得）を推進する。
- 一社法人は、広告物審査会とのデザイン調整・協議、広告主および媒体所有者との総合調整を行い、屋外広告物の掲出に伴う行政手続きを行う。
- エリアマネジメント広告により得られたまちづくり財源は、地域に還元し、まちづくりに活用する。

□ 掲出手続きのフロー

- ① 新虎通りの道路上に屋外広告物を表示・設置しようとする事業者は、本ガイドラインを参照し意匠デザインを行ない、一社法人へ掲出申出を行う。
- ② 一社法人は、広告物審査基準に基づき、申請内容の確認を行い、広告物審査会へ審査依頼を行う。
- ③ 広告物審査会は、本ガイドラインおよび広告物審査基準に基づき申請内容の確認・審査を行い、掲出内容の調整が必要と判断された場合は、デザイン変更等の指示を行う。
- ④ 一社法人が申請主体・取扱窓口となって、必要な行政手続き等を行う。



広告媒体審査基準【新虎通りエリアマネジメント協議会】

(基本ルール)

原則として次の要件を満たすものでなければならない。

- a) 通行者及び車両の運転者の安全・安心を阻害する恐れのないものであること。
- b) 都市景観及び周辺建物の景観に配慮したデザインであること。
- c) 公共空間に掲出する場合には、公共空間として品格を備えたデザインであること。
- d) 関係法例等に則ったものであること。
- e) その他、協議会が必要と認める要件。

(広告の内容)

広告の内容が次の要件のいずれかに該当するときは、原則としてこれを掲出しない。

- a) 公序良俗に反するもの。
- b) 人権の侵害、差別、名誉棄損にあたるもの。
- c) 青少年の保護、消費者被害防止の観点からふさわしくないもの。
- d) 風俗営業、パチンコ等に係る広告。
- e) 宗教、思想、政治に関わる広告。
- f) 個人広告、意見広告に類するもの。
- g) 暴力団に関わるもの。
- h) その他、協議会が不適切と判断したもの。

(広告のデザイン・表現)

広告のデザイン・表現について、次の要件のいずれかに該当するときは、原則としてこれを掲出しない。

- a) 道路交通の安全を損なう恐れや注意表示と誤認される可能性があるもの。
- b) 金額訴求が主たるデザインとなるもの。
- c) 性的表現・暴力的表現・差別表現がなされていると判断されるもの。
- d) 視覚的に強いまたはくらいイメージで、かつ景観と調和しないと判断されるもの。
- e) その他協議会が不適切と判断したもの。

(映像装置)

映像装置等を用いる場合は、以下の表現を満たすものでなければならない。

- a) 映像効果に伴い通行者及び運転者に不快感や不安感、誤解を与えることがないこと。
- b) 音量や音色が通行者に不快感を与えることがないこと。
- c) 派手な色彩やコントラストの強い画面、激しい画面の切り替えを避けること。
- d) 過度に点滅するものや必要以上に明るいものは避けること。
- e) 周囲の環境に応じて輝度や照度、照明光の指向性、点灯時間を調整すること。
- f) 光や音を用いた環境演出を行う場合は、周辺環境への配慮を十分に行うこと。
- g) その他、協議会が不適切と判断したもの。

※なお、本審査基準に適合されない場合には、都度是正をお願いさせていただきます。

