

1. 実態調査の概要

- ・台東区景観計画に位置付けられた重点地区の地区区分に基づき、屋外広告物の表示等に関する実態把握を行った。また、鉄道駅については、地区の玄関口であり、賑わい形成の拠点でもあることから、交通結節点としての重要度が高い上野駅及び浅草駅の周辺にも眺望点を設置し、そこから視認できる屋外広告物の実態を整理する。
- ・景観資源周辺の屋外広告物や短期的に景観を改善できる可能性がある要素（自動販売機等）についても実態を把握した。

重点地区		実態整理の対象	
重点地区	景観基本軸	隅田川	対岸から視認できる屋外広告物 →2ページ
		神田川	対岸から視認できる屋外広告物
		浅草通り	浅草通り側に掲出している屋外広告物
		雷門通り	雷門通り側に掲出している屋外広告物
		かっぱ橋本通り	かっぱ橋本通り側に掲出している屋外広告物
	中央通り	中央通り側に掲出している屋外広告物 →3ページ	
景観形成特別地区	上野恩賜公園周辺	国立西洋美術館の視点場からの眺望 →4ページ	
	上野駅周辺	JR 上野駅前のデッキからの眺望 →4ページ	
	旧岩崎邸庭園	(東京都景観計画にて眺望点に設定済み)	
	隅田公園周辺	(区域内の景観資源候補)	
	浅草寺周辺	伝法院庭園の視点場からの眺望 →5ページ	
	浅草六区地区	(区域内の景観資源候補)	
景観育成地区	谷中地区	朝倉彫塑館屋上からの眺望	
浅草駅周辺	東武伊勢崎線浅草駅前からの眺望 →6ページ		
景観資源	景観重要建造物の指定候補周辺の屋外広告物等 →7ページにて、市田家、神谷バー、花重店舗、伊勢屋店舗兼主屋の周辺の実態を掲載		

台東区景観計画の地区区分



2. 重点地区の実態

2-1 隅田川

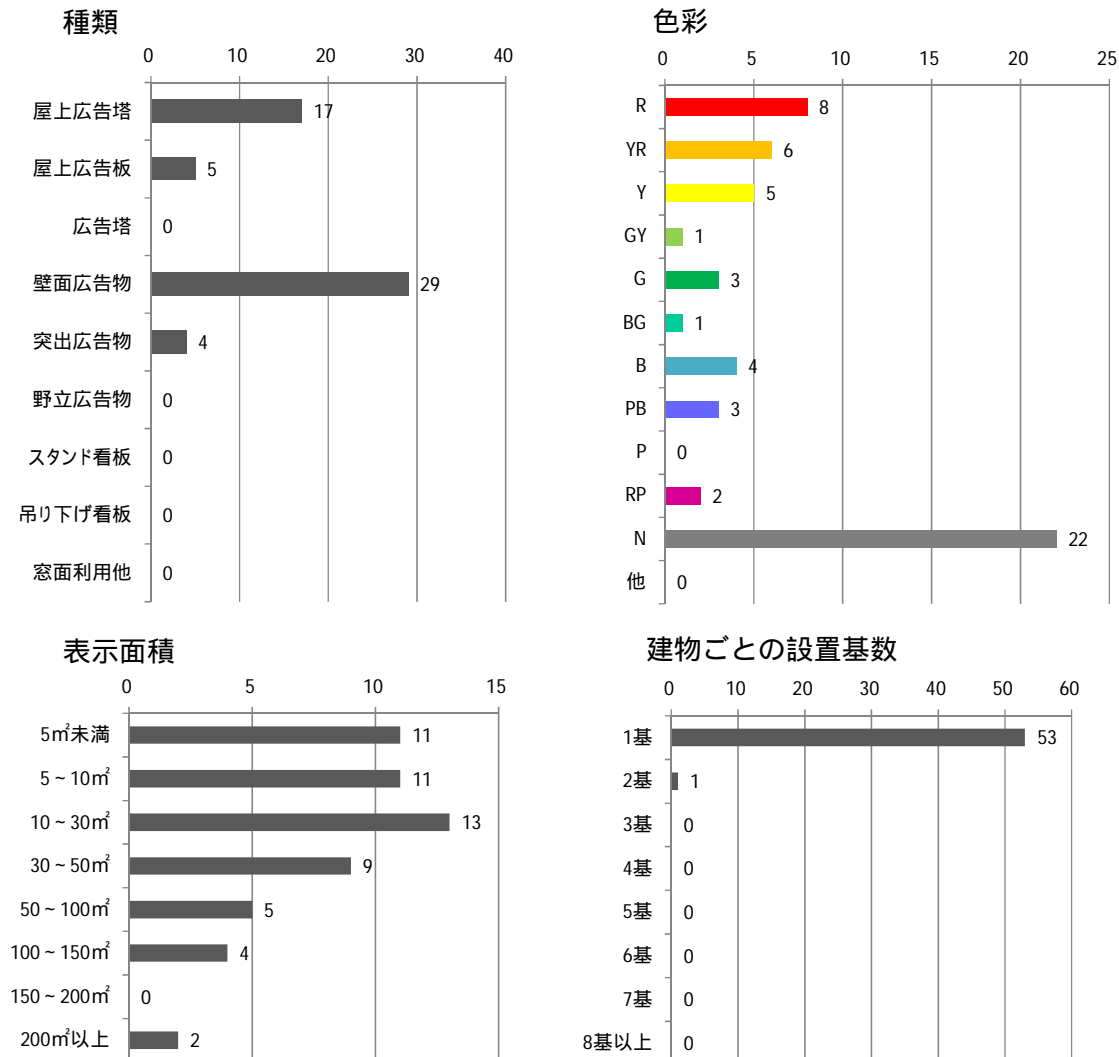
景観上の特性

- 江戸時代より大川と呼ばれ庶民に大変親しまれてきた河川であり、大正から昭和初期にかけて、近代の土木遺産とされる吾妻橋、駒形橋、厩橋等が整備された。
- 日本で初めて「臨川公園」として整備された隅田公園や、堤防前面に整備された親水テラス等のオープンスペースを有する。

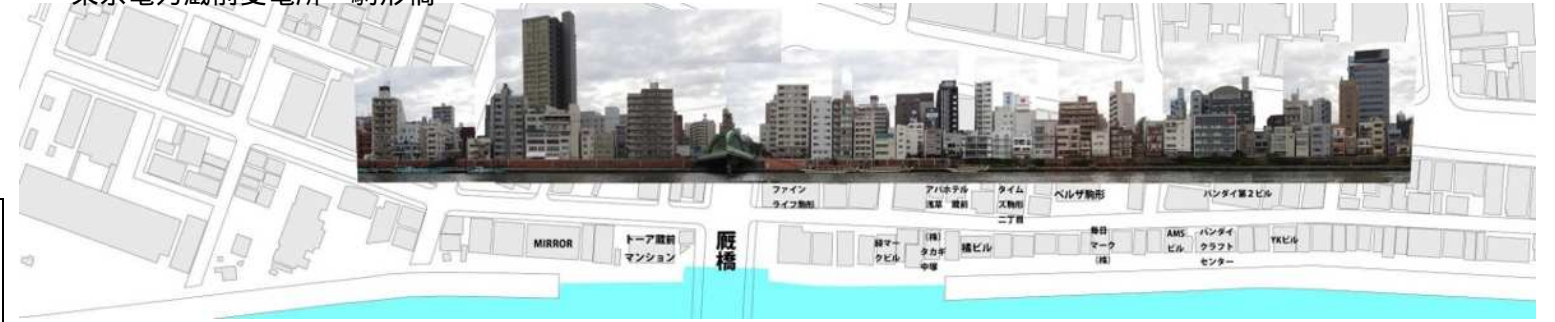
屋外広告物の課題

- 吾妻橋周辺及び言問橋周辺では、屋上広告物が比較的多くなっており、表示面積の大きなものや、原色を基調色としているものが見られる。
- 色彩は、無彩色が多く、次いで赤色や黄色を基調としたものが多い。
- 表示面積は、10㎡を超えるものが比較的多くなっている。
- 対岸から見て複数基の屋外広告物が見える建築物はほとんどない。

実態の整理（写真推定）

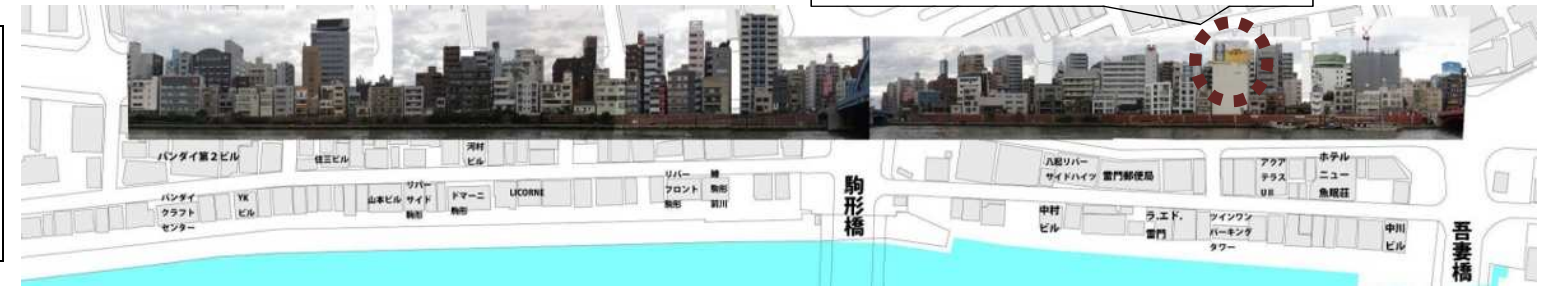


東京電力蔵前変電所～駒形橋



駒形橋～吾妻橋

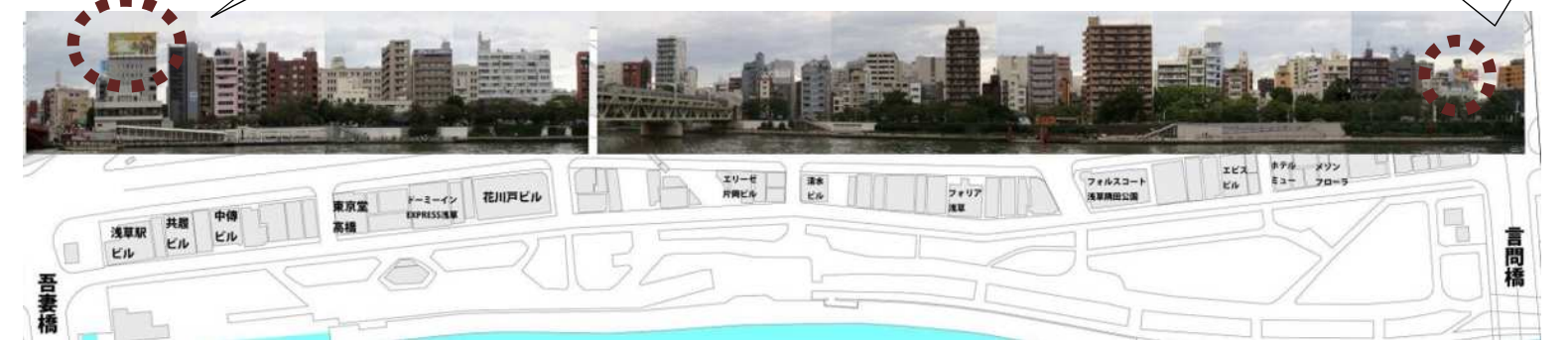
比較的目立つ高彩度（黄色）の屋上広告物



吾妻橋～言問橋

表示面積推定
200㎡以上

比較的目立つ高彩度（黄色）の屋上広告物



言問橋～隅田公園

表示面積推定
200㎡以上

比較的目立つ高彩度（赤色）の屋上広告物

比較的目立つ高彩度（青色）の屋上広告物



2 - 2 中央通り沿道地区

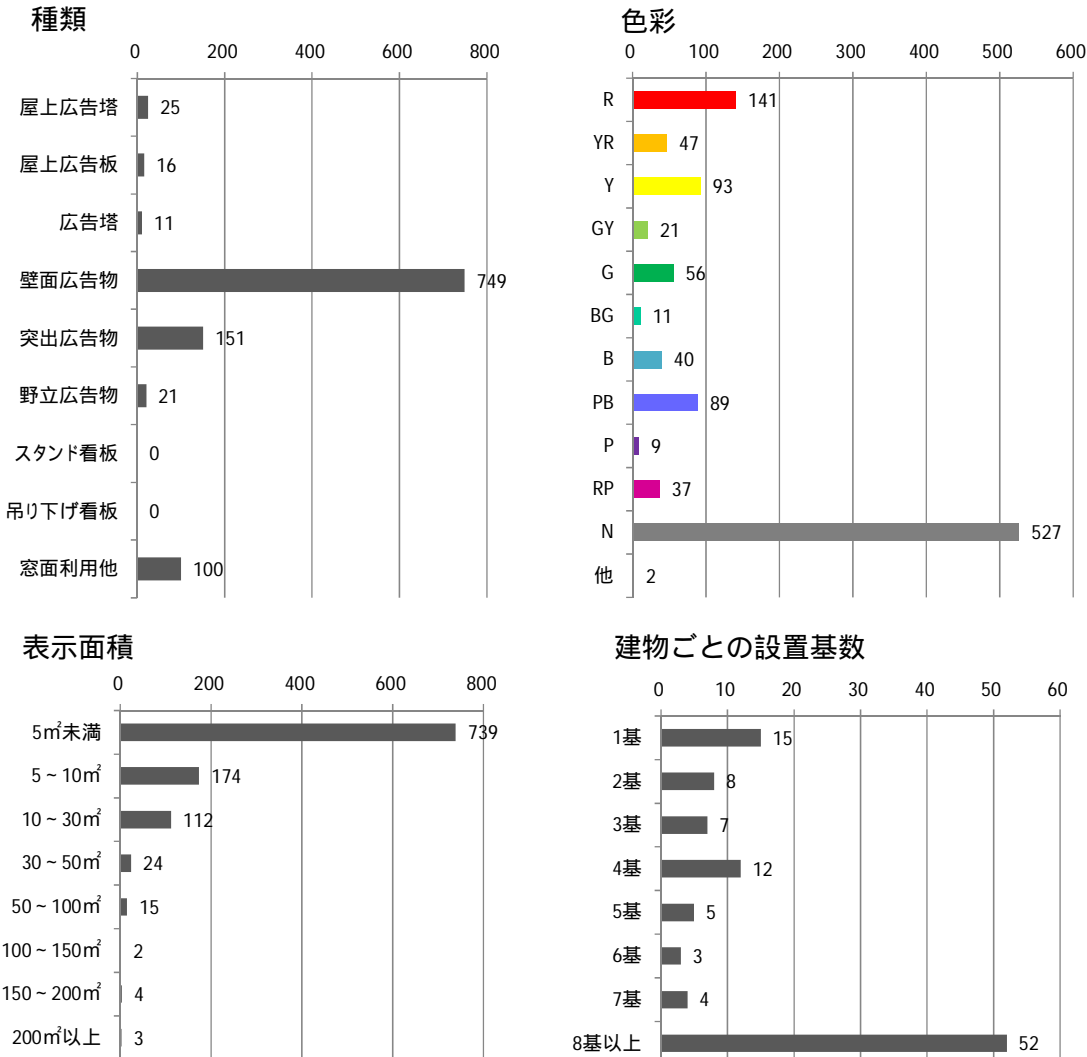
景観上の特性

- ・近年上野中央通地下駐車場の整備にあわせ、街路灯、歩道など質の高い整備が進められ、快適な街路空間として再生されてきた。
- ・これらの中央通りの景観は、上野恩賜公園内の西郷像付近から眺める事ができ、上野のイメージを形成する重要な眺めとなっている。遊戯施設や大規模店舗などでは、多種多様な広告物が設置され、雑然とした雰囲気となっている。

屋外広告物の課題

- ・春日通りより南側では大規模な壁面広告屋上広告塔が見られるが色彩等は比較的抑え目になっているが、北側では彩度が高めの屋外広告物が中高層部に見られる。特に、カラオケ店等では、繰り返しの広告表示も多く見られる。
- ・無彩色が多いが、赤色を基調としたものも比較的多くなっている。
- ・表示面積は、5㎡未満のものがほとんどとなっている。
- ・8基以上設置されている建築物も多くある。

実態の整理（写真推定）



上野恩賜公園周辺



バンドの大きなイラストが表示されている屋上広告塔



中央通りから見える動物園通り沿道の高層建築の屋外広告物

上野広小路周辺



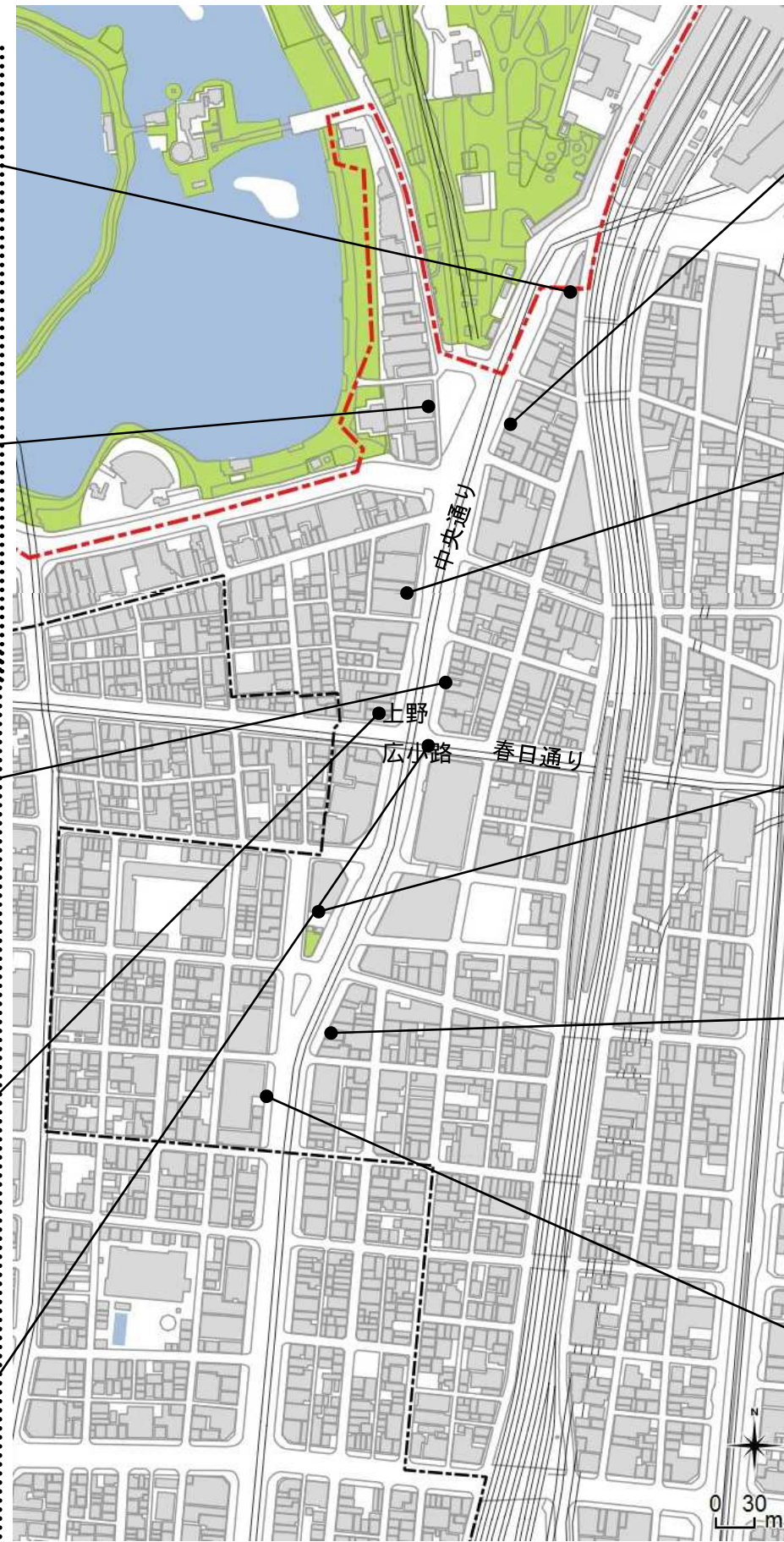
繰り返し表示のあるカラオケ店や様々な屋外広告物が設置されているビル



様々な色の屋外広告物が数多く設置されている商業ビル



上野広小路の交差点に見られる大規模な壁面広告



春日通りより北側



家電量販店やカラオケ店などが密集し、多様な色彩が混在しているエリア



高層部に見られる彩度が高めの屋外広告物。カラオケ店に見られる繰り返し表現

春日通りより南側



上野広小路会館に設置されている大規模な壁面広告



春日通りより南側では、大規模な壁面広告でも彩度を抑えているものとなっている



春日通りより南側では低層部では設置されているが、中高層部での設置はほとんど見られない

2 - 3 上野恩賜公園周辺（国立西洋美術館）及び上野駅周辺

景観上の特性

- ・国立西洋美術館は、平成 28 年 7 月に世界遺産に登録された。世界遺産登録以前から、国立西洋美術館の前庭からの眺望景観が本資産に与える影響が調査され、世界遺産推薦書に記載する緩衝地帯(バッファゾーン)のエリア設定の検討に当たっての景観に関する議論がされてきた。
- ・上野駅は昭和 7 年に 2 代目の駅として完成し、今日まで上野のシンボルの 1 つとして多くの人々に親しまれており、駅前やアメ横の玄関口として賑わいが形成されている。

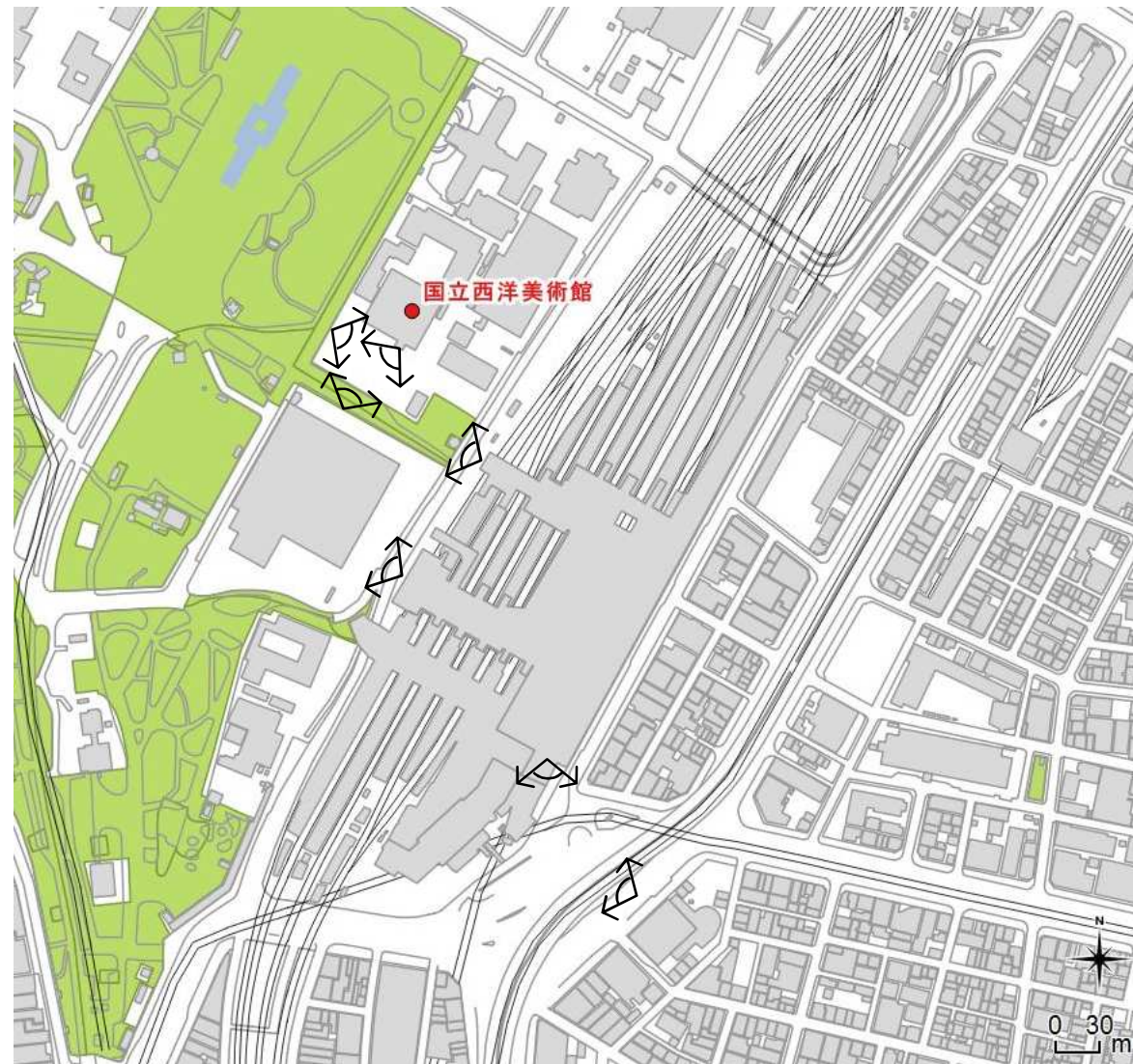
屋外広告物の課題

- ・国立西洋美術館では、前庭（旧西門）から東南方向の眺めについては、木々が立ちならんでおり、春から夏場は緑が生い茂るため上野駅東側の繁華街の眺めはほとんど視界には入らない。その他の眺望点でも、建築物や木々により、周囲の屋外広告物はほとんど見えない。
- ・上野駅前では、駅前の金融系や英会話教室の屋上広告物、壁面広告物が多くあり、原色系の仕様や繰り返し表示が見られる。

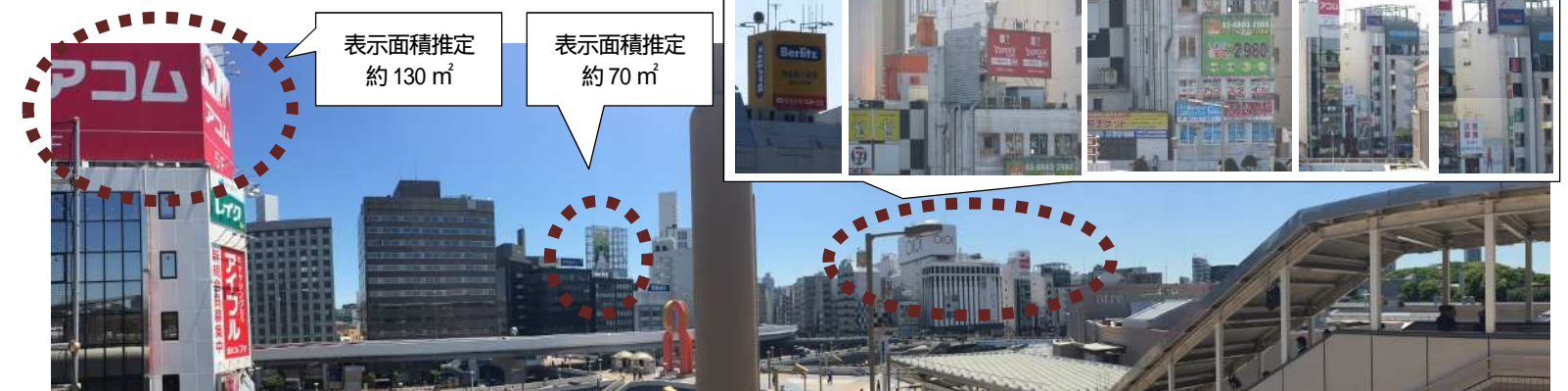
国立西洋美術館前庭（旧西門）から東南方向の眺め



国立西洋美術館のその他の眺望点からの眺め



JR 上野駅前デッキ中央からの眺め



JR 上野駅前デッキ中央からの眺め



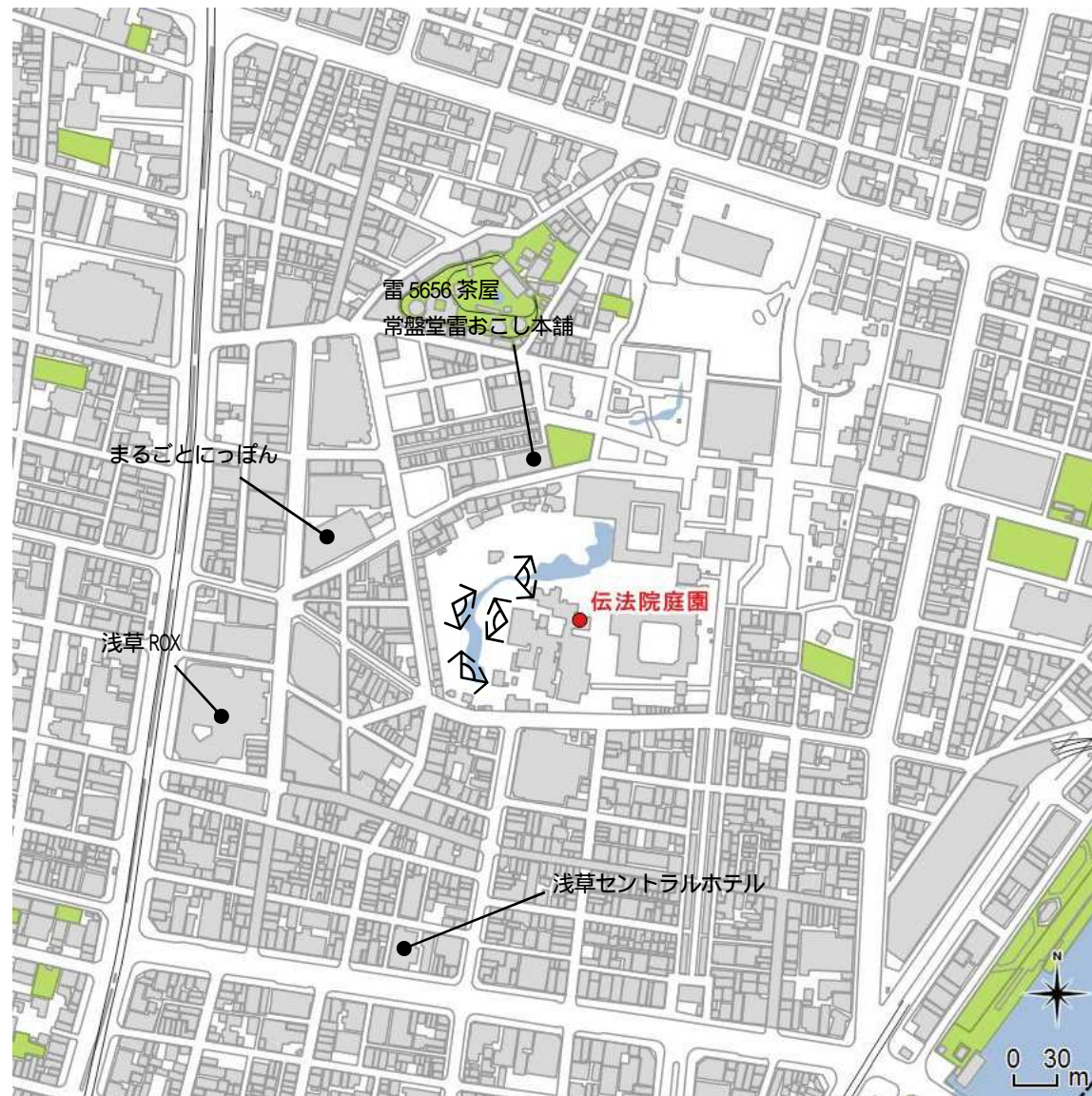
2 - 4 伝法院庭園

景観上の特性

- ・ 浅草寺の本坊である伝法院の庭園である。広さは約 3,700 坪であり、寛永期に小堀遠州によって作庭されたと伝えられている。建造物群からの鑑賞を意識した庭園であるが、園内には回遊路が設けられており、回遊式庭園としての一面も有している。
- ・ 利用者の多くが園内の景色を眺めることが想定される「本書院前」「北岸園路」「西岸園路」「溪流部橋上」が眺望点として挙げられる。

屋外広告物の課題

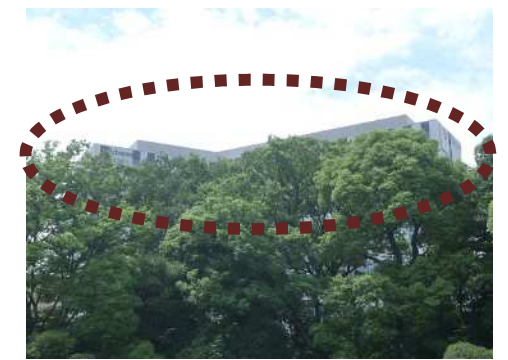
- ・ 本書院前からの眺めについては、本書院の縁側上部から眺めると、正面の緑の上部からまるごとにつぼんや浅草 ROX の上層部の壁面広告が見える状況となっている。
- ・ そのほかの眺望点からは、特に屋外広告物は見られない。
- ・ なお、眺望点以外の場所からは、浅草セントラルホテルの屋上広告塔が見える状態にある。また、緑の薄い箇所については隣接する低層建築物の壁面広告が見える箇所もある。



本書院前からの眺め



浅草 ROX



まるごとにつぼん



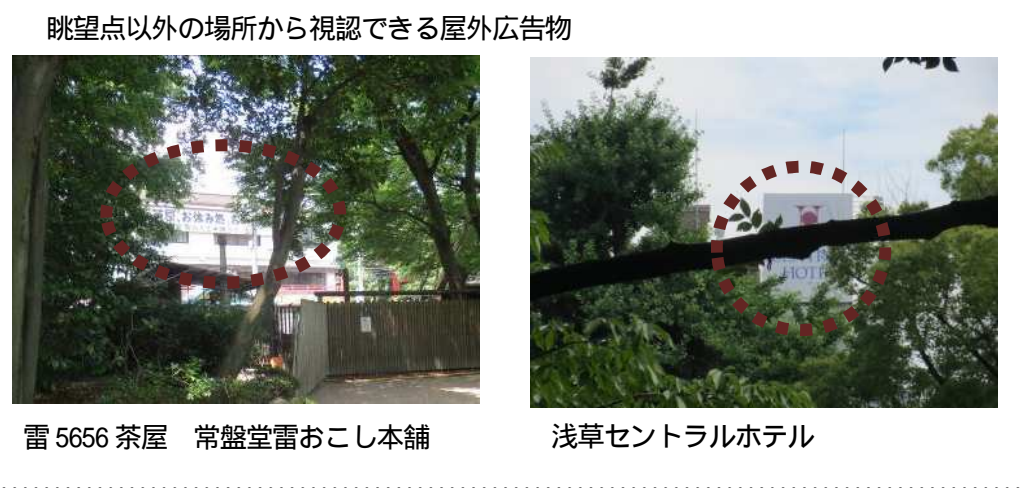
北岸園路からの眺め



西岸園路からの眺め



溪流部橋上からの眺め



雷 5656 茶屋 常盤堂雷おこし本舗

浅草セントラルホテル

2 - 5 浅草駅周辺地区

景観上の特性

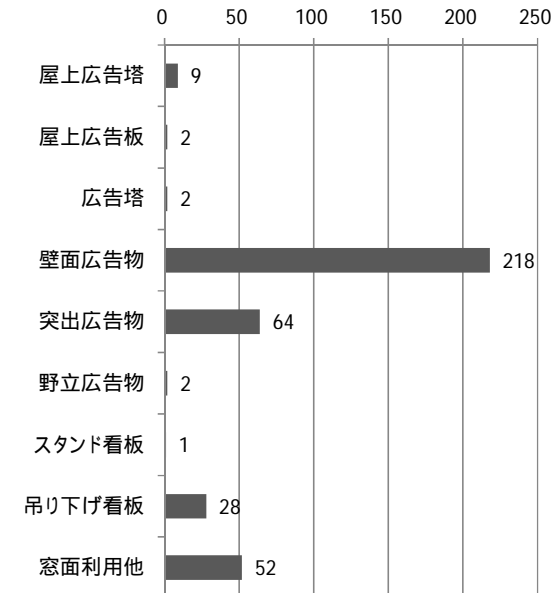
- ・東武浅草駅のある場所は、台東区景観計画、浅草寺特別景観形成地区、隅田公園景観形成特別地区、雷門通り景観基本軸、隅田川景観基本軸の接する場所に位置する特別な場所である。
- ・東武浅草駅は主要な観光動線上であるとともに、2012年の東京スカイツリータウン開業以降、東京下町エリア観光の交通拠点駅として重要性が高まっている。

屋外広告物の課題

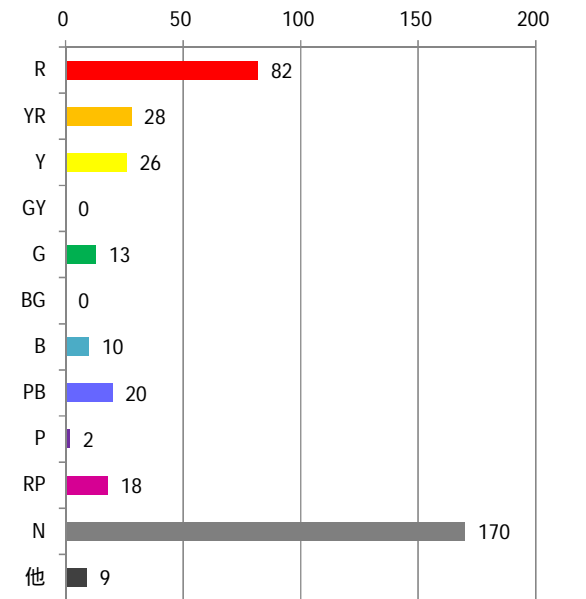
- ・雷門沿いの一部の大規模な屋外広告物や、商業ビル各階を覆うテナントの壁面広告物がまち並みを損ねている。
- ・無彩色が多いが、赤色を中心に高彩度の企業カラーを地色に用いている。
- ・表示面積は、5㎡未満のものがほとんどとなっている。テナントビルなどで、屋外広告物の表示位置や大きさを揃える等の一定の配慮は見られるが、窓面や壁面に広告物が後付けされる等、総表示面積規制に抵触する可能性のあるものも見られる。
- ・設置されている広告物が1.2基程度の建築物も見られるが、8基以上の建築物も比較的多くなっている。

実態の整理 (写真推定)

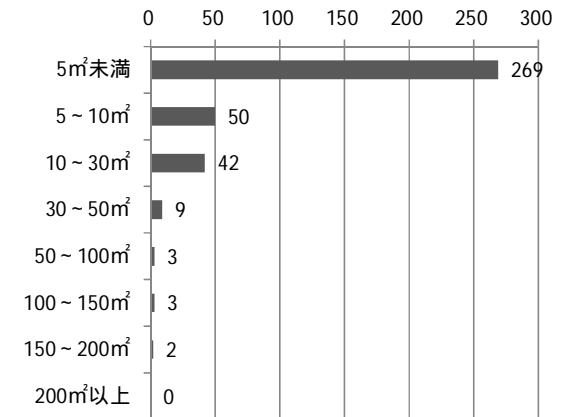
種類



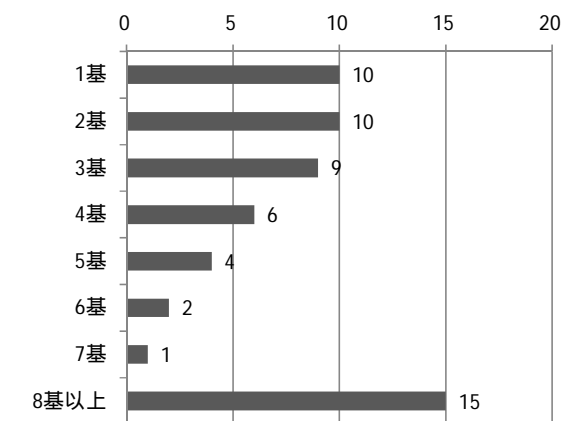
色彩



表示面積



建物ごとの設置基数



3. 景観資源周辺の実態

市田家（主屋・蔵・表門・裏門）

・明治40年築の国登録有形文化財建造物であり、日本橋で布問屋を営んでいた市田善兵衛氏によって建てられた。戦後は芸大音校生の下宿として利用された。

○景観の要素と実態

屋外広告物 隣接敷地にコインパーキングの基調色が黄色の立看板が2基設置されている。

自動販売機 隣接敷地に赤色と白色の自動販売機が設置されている。




神谷バー

・雷門通り、江戸通り、馬道通りの交差点にあり、明治13年に創業した日本初のバーである。現代的な建物が多い雷門通りの中で、レンガの外観は浅草寺とは異なる歴史的な雰囲気を出している。平成23年に登録有形文化財に指定された。

○景観の要素と実態

屋上広告物 北側の建築物の屋上に大規模な屋外広告物である。現状のものは原色が使用されている。

自動販売機 神谷バーのすぐ横に赤い自動販売機が1台設置されている。



花重店舗

・谷中霊園のすぐそばにある老舗の花屋である。

・霊園の落ち着いた雰囲気と調和する建物であり、建物の外壁を見ることができる看板の仕様となっている。

○景観の要素と実態

屋外広告物 なし

自動販売機 敷地内に赤色の自動販売機が設置されており、北側から見ると景観阻害要因となっている。



伊勢屋店舗兼主屋 / 中江店舗

・伊勢屋店舗兼主屋は、明治22年に創業し、「土手の伊勢屋」の愛称で親しまれている。震災復興の区画整理に合わせて現在の店舗に建替えられ、東京大空襲で焼け残った木造建築物としての珍しさもある。

・中江店舗は、明治38年に開業し、桜鍋が有名となっている。関東大震災で倒壊後、翌年に再建された大正期の建築物である。

○景観の要素と実態

屋外広告物 伊勢屋店舗兼主屋と中江店舗が隣り合っていることから、三ノ輪の歴史を感じさせる雰囲気が漂っている一角となっており、周囲に屋外広告物は見られない。

