渋谷駅前エリアマネジメント
屋外広告物地域ルール

SHIBUYA +FUN PROJECT

2025年11月更新版

一般社団法人渋谷駅前エリアマネジメント
SHIBUYA AREA MANAGEMENT

Tokyu Media Communications

渋谷駅前エリアマネジメント屋外広告物地域ルール

景観ルール

自主審査の基準（屋外広告物地域ルール）

渋谷駅前エリアマネジメント実施地域において掲出する広告物等の適正な管理を行うため、「渋谷駅前エリアマネジメント協議会屋外広告物自主審査会」を設置、広告物等の審査を行う。
その審査の基準を以下の通り定める。

景観ルール

一般基準

○掲出する広告物は、次の要件を満たすものでなければならない。
- ・渋谷にくる多世代の人々の活動の話題となるデザインで、渋谷駅周辺の賑わい創出に寄与するもの。
- ・エリマネの活動コンセプトである「＋ＦＵＮ」「遊び心で渋谷を動かせ」を考慮し、先進的で情報発信をするデザインであること。
- ・広告物の掲出面積や表示位置は、東京都屋外広告物条例及び施行規則で定める規格を参考にすること。
- ・通行者の安全を阻害するおそれのないものであること。
- ・渋谷の都市景観と広告物の色彩やデザインが共存していること。
- ・その他、本審査会が必要と認めた要件。

禁止事項

○掲出する広告物はその広告物の色彩、意匠その他のデザインが、次の各号のいずれかに該当するものは、これに掲載しない。
- ・歩行者、運転者の誤解を招くような広告物。
- ・周辺誘導サインに誤解を招くデザインとなっているもの。
- ・各広告面に過半に高彩度の色を使用しないこと。

留意事項

○デザイン審査に当たっては、都市景観との調和を損なわないようトータルデザインを実現するものとする。
- ・周囲の景観と違和感のないような色彩やデザインであること。
  - １）景観を損ねるような、くどく、どぎつい色彩やデザインでないこと。（目安：彩度 12 以下／明度 4 ～8.5）
  - ２）性を意識させたり、不快感を与える恐れのあるデザインでないこと。
  - ３）身体等の一部を強調するようなデザインでないこと。
- ・デザインはイメージで表現し文字等を手段とする表現は適切な範囲に留めること。
  - １）文字を利用する際は、デザインが主体となるよう大きさに留意すること。
  - ２）判読に時間のかかる多数の文字等で通行者の流動を阻害しないこと。

渋谷駅前エリアマネジメント屋外広告物地域ルール

メディア別ルール

メディア別ルール

広告デザインの質を担保するルール
○渋谷駅前における広告デザインの考え方
エリマネ活動コンセプトでもある「＋ＦＵＮ」「遊び心で渋谷を動かせ」を考慮し、「渋谷らしさ」を兼ね備えたデザインとすることとする。
その他、屋外広告物の表示、掲出の基本的な考え方や最低限守るべきルールを以下に記載する。

●憲章シート、東急百貨店東横店仮囲い広告、観光案内所、JR駅改良工事足場広告
＜対象となる広告物＞
憲章シート、東急百貨店東横店仮囲い広告、観光案内所、JR駅改良工事足場広告
＜基本的な考え方・最低限守るべきルールについて＞
・広告物の色彩は、道路交通の妨げとならないよう、発光・点滅するものに関しては、効果的に用いるよう注意する。
・広告物の意匠は「＋ＦＵＮ」「あそび心で渋谷を動かせ」のコンセプトを推奨し、賑わい創出に努める。
・広告物の意匠は、ハチ公広場全体と調和が図られたものとなるよう配慮する。
・歩行者の妨げとならないよう流動を阻害するものに関しては十分な配慮を行わなくてはならない。

●仮囲い、エレベーター
＜対象となる広告物＞
・エリマネ各街区仮囲い
＜基本的な考え方・最低限守るべきルールについて＞
・広告物の色彩は、道路交通の妨げとならないよう、高彩度色は使用する面積を考え、効果的に用いるよう注意する。
・広告物の意匠は、内容・一般基準に準ずるが、エリマネ活動コンセプトに寄与するものは協議のうえ検討する。
・歩行者の妨げとならないよう流動を阻害するものに関しては十分な配慮を行わなくてはならない。

渋谷駅前エリアマネジメント屋外広告物地域ルール

メディア別ルール

メディア別ルール

広告デザインの質を担保するルール
○渋谷駅前における広告デザインの考え方
エリマネ活動コンセプトでもある「＋ＦＵＮ」「遊び心で渋谷を動かせ」を考慮し、「渋谷らしさ」を兼ね備えたデザインとすることとする。
その他、屋外広告物の表示、掲出の基本的な考え方や最低限守るべきルールを以下に記載する。

●東口地下広場
＜対象となる広告物＞
東口地下広場Ｂ１Ｆ、B2フロア媒体及びプロモーションスペース、タイアップカフェ
＜基本的な考え方・最低限守るべきルールについて＞
・広告物の意匠は「＋ＦＵＮ」「あそび心で渋谷を動かせ」のコンセプトを推奨し、賑わい創出に努める。
・歩行者の妨げとならないよう流動を阻害するものに関しては十分な配慮を行わなくてはならない。
・歩行者等の安全を阻害するおそれのないものであること。
・広告物の設置方法は、落下等のおそれがないように堅固に設置すること。

●SCSQ東棟壁面ビジョン
＜対象となる広告物＞
SCSQ東棟壁面ビジョン
＜基本的な考え方・最低限守るべきルールについて＞
・自動車用及び歩行者用信号機と誤認する映像表現を避けること。
・広告物の色彩は、過度な高彩度の画面転換・点滅するものに関しては、道路交通の妨げとならないよう配慮するものとする。
・不安定な“揺れる映像”など、天災地変を現実と誤認するような映像については、安易な使用を行ってはならない。
・歩行者の妨げとならないよう流動を阻害するものに関しては十分な配慮を行わなくてはならない。
・サブリミナル技法のように通常時では知覚、識別ができない表現技法で潜在意識に働きかけることをしてはならない。
・広告物の意匠は、内容・一般基準に準ずるが、エリマネ活動コンセプトに寄与するものは協議のうえ検討する。
・広告物の意匠は、街の景観や施設の形態・外装デザインと共存するものとなるよう配慮する。

渋谷駅前エリアマネジメント屋外広告物地域ルール

メディア別ルール

メディア別ルール

広告デザインの質を担保するルール
○渋谷駅前における広告デザインの考え方
エリマネ活動コンセプトでもある「＋ＦＵＮ」「遊び心で渋谷を動かせ」を考慮し、「渋谷らしさ」を兼ね備えたデザインとすることとする。
その他、屋外広告物の表示、掲出の基本的な考え方や最低限守るべきルールを以下に記載する。

●道玄坂　仮設デッキ・連絡デッキ、西口国道　デッキ・地下通路壁面シート、ストリーム２Fデッキシート
＜対象となる広告物＞
ホログラムディスプレイ（取付型、置き型）、シート貼り広告
＜基本的な考え方・最低限守るべきルールについて＞
・広告物の意匠は「＋ＦＵＮ」「あそび心で渋谷を動かせ」のコンセプトを推奨し、賑わい創出に努める。
・広告物の色彩は、道路交通の妨げとならないよう、発光・点滅するものに関しては、効果的に用いるよう注意する。
・歩行者の妨げとならないよう流動を阻害するものに関しては十分な配慮を行わなくてはならない。
・歩行者等の安全を阻害するおそれのないものであること。
・広告物の設置方法は、落下等のおそれがないように堅固に設置すること。

＜対象となる広告物＞
ビジョン広告
＜基本的な考え方・最低限守るべきルールについて＞
・自動車用及び歩行者用信号機と誤認する映像表現を避けること。
・広告物の色彩は、過度な高彩度の画面転換・点滅するものに関しては、道路交通の妨げとならないよう配慮するものとする。
・不安定な“揺れる映像”など、天災地変を現実と誤認するような映像については、安易な使用を行ってはならない。
・歩行者の妨げとならないよう流動を阻害するものに関しては十分な配慮を行わなくてはならない。
・サブリミナル技法のように通常時では知覚、識別ができない表現技法で潜在意識に働きかけることをしてはならない。
・広告物の意匠は、内容・一般基準に準ずるが、エリマネ活動コンセプトに寄与するものは協議のうえ検討する。
・広告物の意匠は、街の景観や施設の形態・外装デザインと共存するものとなるよう配慮する。

渋谷駅前エリアマネジメント屋外広告物地域ルール

内容・形式ルール

内容・形式ルール

Ⅰ　表現規則

①公序良俗に反するもの

●男女のヌードを添えた意匠。
・絵画に関しては審査の上承認する場合がある。
●広告表現上必然性のない下着や水着の写真。
・下着の広告におけるモデルの下着姿は不可。プールやビーチレジャー等の広告における水着姿は可。
●暴力や反社会的行為を肯定的に描いた意匠。
（銃・刃物・暴力を煽るもの、自傷行為を肯定するようなもの等。犯罪を示唆、社会的に悪と見なされるものを推奨または肯定するもの）
●下記表現規則に関しては、景観に大きく影響するメディアでの適用は差し引く。
・武器銃刀類に関する表現は、武器や危険物の違法及び配慮に欠けた使用、また、銃刀類の購入や他者への虐待を想起・助長するような意匠でないこと
＊「銃口や剣先が正面を向いている」、「剣で相手を切る」、「銃で相手を撃つ」などの表現は、不可。
＊「銃を持つ」、「刀を背負う・持つ」などの表現は、相手に不快感や恐怖心を起こさせないもの。
（適用可能メディア：渋谷駅東口地下広場各メディア、SHIBU HACHI BOX施設内メディア、渋谷ストリーム、 SCSQ サイネージ）
●虚偽もしくは不正確な表現で、事実と誤認される恐れのあるもの。
●法規に抵触する恐れのあるもの。
●性に関する表現のうち、以下のもの。
・性に関する表現が、露骨または挑発的なもの。
・性犯罪を興味本位に取り上げていたり、痴漢等の性犯罪を誘発・助長するもの。
・児童や未成年の性行動に関するもの。
●いじめや人権侵害を想起させるもの。
●個人や法人の名誉を毀損する可能性のあるもの。
●その他公共の場にふさわしくないと判断するもの。

②公衆に不快の念を抱かせるもの

●男女の別なく不快の念をもたらすもの。
●病気や体質、老い等について過度にネガティブな表現。
●血液、遺体、傷口等を興味本位に取り上げた表現。
●その他公共の場にふさわしくないと判断するもの。

③比較広告

●他社製品との比較。

渋谷駅前エリアマネジメント屋外広告物地域ルール

内容・形式ルール

④過剰表現、その他誤解を与えかねない表現

●誇大表現
・「世界初」「業界初」「日本一」等の表記は、その根拠を明記すること。「低カロリー」等の表現についても同様。

●故意に誤認を誘う表現
・ 根拠のない「完全」「確実」「絶対」「100%」等。

●効果効能の約束
・「もうかる」「効く」「やせる」「すべてが解決」等。
・効果効能の使用前使用後の対比。

⑤価格訴求、販売方法についての制限

●下記条件に該当する場合を除き、 価格・割引等の表示は不可。
・渋谷区内で開催され、街の価値向上に資するイベントの告知に限り、イベント参加金額について、全媒体において価格表示を可とする。ただし、価格に関連する表示は、総面積の5%以内とする。
（上記に該当する場合でも、キャッシュバック等の記載、または競合と比較することを意図した表示は原則不可。）
・媒体掲出スペース内および隣接施設におけるイベントやタイアップ企画の開催時は、開催に関する内容に限り、下記媒体において価格表示を可能とする。
（価格表示可能メディア：東口地下広場B2F 各メディア、渋谷ストリームイベントスペース、SHIBU HACHI BOX 施設内メディア）

●媒体を介し、商品やサービスの販売を行うサイト等への直接的な誘導は不可。

●投げ売り、特売、早い者勝ち等、契約を急がせる表現でないこと。（「先着順」は手続き説明であり、これに当たらない。）

●その他消費者に誤解を与えるとみなす表示・表現は不可。

●下記表現規則に関しては、景観に大きく影響するメディアでの表記は差し引く。
・ポイントサービス訴求において、ポイント付与条件を明確にし、事実に基づいた表記であること。
・ポイント付与の説明にあたる数字表記（200円1ポイントなど）は、正確かつ適正に引用されていること。
・一企業における複数サービスを組み合わせたお得なセット商品の取引条件表記について、有利誤認表示にあたる不当表現では無いこと。
・文字の大きさについては十分に配慮し、帯や枠を含めた表記に関しては、総面積の20%以内とする。
（適用可能メディア：渋谷駅東口地下広場各メディア、SHIBU HACHI BOX施設内メディア）

⑥タイアップ広告

●同一の商品・サービスに関連するもの、及び内容・表現に関連性、統一感のあるものに限る。

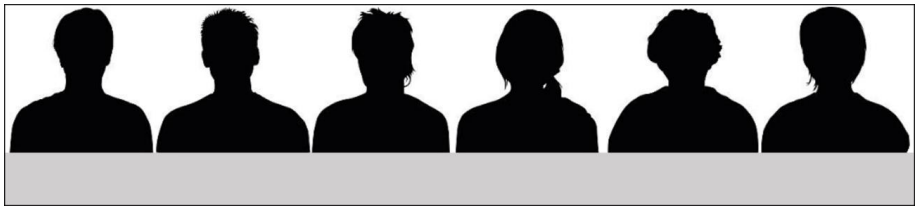
●連合広告とみなす内容・表現については掲出を認めない。

●事前デザインチェック（表現によっては掲出を認めない場合がある）。

渋谷駅前エリアマネジメント屋外広告物地域ルール

内容・形式ルール

⑦人気コンテンツ広告
（適用メディア：憲章シート、各街区仮囲い、東口地下広場一部媒体（大階段下り見附看板、B7出口階段下看板、壁面臨時集中貼り）
●広告内容や起用するタレント、及びデザインに関しては、必ず事前確認を行うこと。
●アイドルグループやキャラクターなどを起用する案件において、撮影や広告前での滞留を促すようなデザインは不可。
【不可デザイン例】
下記のようなデザインは、「撮影や広告前での滞留を促す」とみなす。ただし、直近2年間における同コンテンツ他媒体での撮影者発生状況等をもとに可とする場合がある。
・読み込み要素が多い意匠。
・メンバーやキャラクター１人１人を縦割りで並べたカット。



⑧リリースやSNS等での告知
●広告掲出前の事前告知は不可。
●撮影を促したり、撮影を煽るような表現は不可。
【可文章例】周りの方のご迷惑になりますので、撮影等ご遠慮下さい。（「ご配慮下さい」はＮＧ）
●事前の内容確認
●広告掲出期間中であっても、SNS等での告知やリリースに伴い周辺歩行者の通行に支障が出るような事象が発生した際は途中撤去となる場合がある。

⑨その他
●蛍光塗料（蛍光フィルムを含む）を使用したもの。
●渋谷駅前エリアマネジメント協議会が不適切と認めたもの。

渋谷駅前エリアマネジメント屋外広告物地域ルール

内容・形式ルール

Ⅱ　業種・商品別掲出規制

①たばこ

内容規制

●財務省告示によるものとし、原則として不可。ただし、マナー広告は審査の上承認する。

②酒類

●時間帯別に出し分けの行える媒体に限り、掲出可とする。

●「未成者の飲酒は法律で禁止されています」「お酒は20歳になってから」等、未成年防止のコピーを付加すること。

●飲酒禁止エリアにおける媒体については、「渋谷駅周辺の路上や公園での飲酒は、毎日18時から翌5時までの間、条例で禁止されています」等、路上飲酒防止のコピーを付加すること。ただし、ハロウィーンや年越し等の前後一週間程度は、上記に関わらず掲出不可とする。

●渋谷ストリームイベント広場で実施される酒類販売を伴うイベント時に限り、時間帯別に出し分けができるか否かに関わらず掲出可とする。
ただし、妊産婦の飲酒に関する注意表示、酒類の消費と健康に関する注意表示、飲酒運転に関する注意表示、酒類容器のリサイクルに関する注意表示を行うこと。

③病院・医院

内容規制

●平成20年11月4日付　厚生労働省医政局総務課による「医療広告ガイドライン」を遵守する。

④美容・エステティックサロン

内容規制

●社団法人日本エステティック協会、または社団法人日本エステティック業協会の会員企業、もしくは相当の組織及び実績があると渋谷駅前エリアマネジメント協議会が認めた企業。

●事前デザインチェック（表現によっては掲出を認めない場合がある）。

●医療行為と誤解を与える表現や、医学的な効果を得られるかのような表現は不可。

⑤結婚紹介業・結婚情報サービス業

広告主条件

●『社団法人日本結婚相手紹介サービス協会（JMIC）』加盟会社に限る。

内容規制

●事前デザインチェック（表現によっては掲出を認めない場合がある）。

渋谷駅前エリアマネジメント屋外広告物地域ルール

内容・形式ルール

⑥弁護士・司法書士・行政書士に関する広告
内容規制
●事前デザインチェック
（チェックの際は日本弁護士連合会の定める広告に関する規定・運用指針に基づく。表現によっては掲出を認めない場合がある）。

⑦出版
内容規制
●原則として市販されている書籍・雑誌の広告を対象とする。
●出版広告の形式をとりながら選挙の事前運動等の売名行為が主な目的の表現内容は不可とする。

⑧映画
内容規制
●映倫（映画倫理委員会）によるR18指定映画の告知は不可。
●R15、PG 指定映画については、審査の上承認する（作品の内容・表現によって許可しない場合がある）。

⑨ゲームソフト
内容規制
●CERO（コンピュータエンターテインメントレーティング機構）による年齢区分マークZ 指定のゲームソフトの告知は不可。
●年齢区分B、C、D 指定のものについては審査の上承認する（ゲームの内容・表現によって許可しない場合がある）。

⑩医薬品
内容規制
●「使用上の注意をよく読んで、正しくお使いください」との主旨の表示が必要。
「治る」「やせる」「軽くなる」等の効果効能を確約するような表示をしないこと。

⑪コンタクトレンズ
内容規制
●「コンタクトレンズは医療器具です。眼科医の処方により、正しくご使用ください」の主旨の表示が必要。

⑫金融・投資
内容規制
●金融商品取引法による表示規制。

渋谷駅前エリアマネジメント屋外広告物地域ルール

内容・形式ルール

⑬不動産業
内容規制
●公正競争規約による表示規制。

⑭観光地・イベント
●渋谷区内で実施される公共性のあるイベントの機会損失につながる広告は不可とする。

⑮掲出を許可しない業種・商品
●貸金業（消費者金融等）
●ギャンブル
●宗教宗派
●風俗営業
●遊技場（パチンコ店、パチンコ機器メーカー及び麻雀屋を含む）
●政治宣伝（特定の政党、政派の政治宣伝が目的とみなされるもの、立候補予定者の事前宣伝とみられるものは承認しない。）
●意見広告
●暴力団関連
●マルチ商法
●出会い系サイト
●商品や企業活動におけるトラブルや触法行為が社会問題化した商品及び企業、またはそれに類するもの。
●渋谷以外のまちや施設、イベント等への誘客を目的とするものにおいて、世界的に話題性のあるイベント、海外国内観光地の告知等、まちの賑わいに寄与すると考えられるものは可する。
●その他上記に類するとみなされるもの。
●渋谷駅前エリアマネジメント協議会が不適切と認めたもの。

※上記①～⑮に該当する街のイベントに関する広告の場合の掲出可否は、渋谷駅前エリアマネジメント協議会が判断することとする。