

議案第1号

枚方市都市景観基本計画及び枚方市景観計画
に即した屋外広告物等の規制及び誘導について

1. 検討に係る 4 つの視点

- 1) 景観計画等との整合
- 2) 良好な景観形成
- 3) 利便性の向上
- 4) 新たな課題への対応

2. 屋外広告物等に関する現状について

1) 屋外広告物等に関する市民アンケートの結果について

(1) 調査概要

項目	概要	
名称	枚方市屋外広告物に関する市民アンケート調査	
調査方法	・市民アンケート（郵送）	・市政モニターアンケート （郵送またはインターネット）
配布対象	・枚方市民 2,500 人（無作為抽出）	・公募市民 300 人（市政モニター制度登録）
回収数及び 回収率	・回収数 833 人（回収率 33.3%）	・回収数 245 人（回収率 81.7%）
	合計：回収数 1,078 人（回収率 38.5%）	

(2) 調査結果より見えてくるもの

- ① 屋外広告物をまちの美しさに関わる重要な要素だと思う割合は多い
（7割強の人が屋外広告物をまちの美しさに係る重要な要素と考えている。（問1））
- ② 屋外広告物に関して枚方市駅周辺に対する関心は高い
（まとまりのある屋外広告物のための規制が必要と感じる場所（問5）、屋内広告物のまとまりがないように見える場所（問14）の意見が多い。）
- ③ 現状より目を引く広告物を望む人は少ない
（幹線道路沿道の屋外広告物について、現状より大きい、また派手にした方がよいとするものは特にないとする意見が大多数であった。（問8・問10））
- ④ 広告旗・のぼりが、まちの美しさを乱しているという意見が多い
（まちの美しさを乱していると感じる屋外広告物や、規制した方がよいと考える幹線道路沿道の屋外広告物として多く挙げられた。（問3、7、9））
- ⑤ 自家用・非自家用（道先案内含む）広告物は、種別によらず同様にとらえられている
（類似の設問に対する解答傾向が同様であった。（問7と9、問8と10））

2) 屋外広告物等に関する実態調査の調査概要について

(1) 概要

- ① 調査目的：現状の掲出状況を把握する
- ② 調査方法：移動計測車両によるモバイル・マッピング・システム（MMS）※による
※車両の屋根にGPSセンサーや360度の全方位カメラ、レーザースキャナを並べ、屋外広告物の位置や大きさ、表示内容等の情報を取得する計測方法
- ③ 調査路線：市内抽出調査で総延長約80km
- ④ 調査対象：景観重点区域・・・枚方宿地区
景観形成区域・・・道路景観軸、河川景観軸、東部景観区域の各一部
ターミナル拠点景観・・・枚方市駅、樟葉駅の各駅周辺（屋内広告物含む）
住宅地景観・・・第2種低層住居専用地域の一部

(2) 調査結果より見えてくるもの

- ① 分量：広告物の密度は枚方市駅周辺が高い
- ② 種別：広告物の種別は壁面広告物が多い
- ③ 位置：国道1号沿いの広告物はおおむね道路から50mの範囲にある
- ④ 規模：商業系・混在系用途の地域には高さのある広告物が比較的多い
- ⑤ 色彩：地色（表示面のうち大きい面積を占める色）は、彩度4以下程度の比較的低い彩度の割合が多い

3. 検討内容について

1) 検討要素（検討に係る4つの視点・市民意見・実態調査を踏まえて）

- (1) 景観計画区域と合致した誘導
- (2) 必要表示量を配慮した大きさ・設置位置のコントロール
- (3) メリハリのある規制誘導
- (4) まちなみとの調和に配慮した広告物

2) 検討過程のイメージ

資料2 屋外広告物等の規制及び誘導の検討イメージ図のとおり

3) 検討の概要

資料3 屋外広告物等の規制及び誘導の検討の概要（案）のとおり

4. 今後の進め方

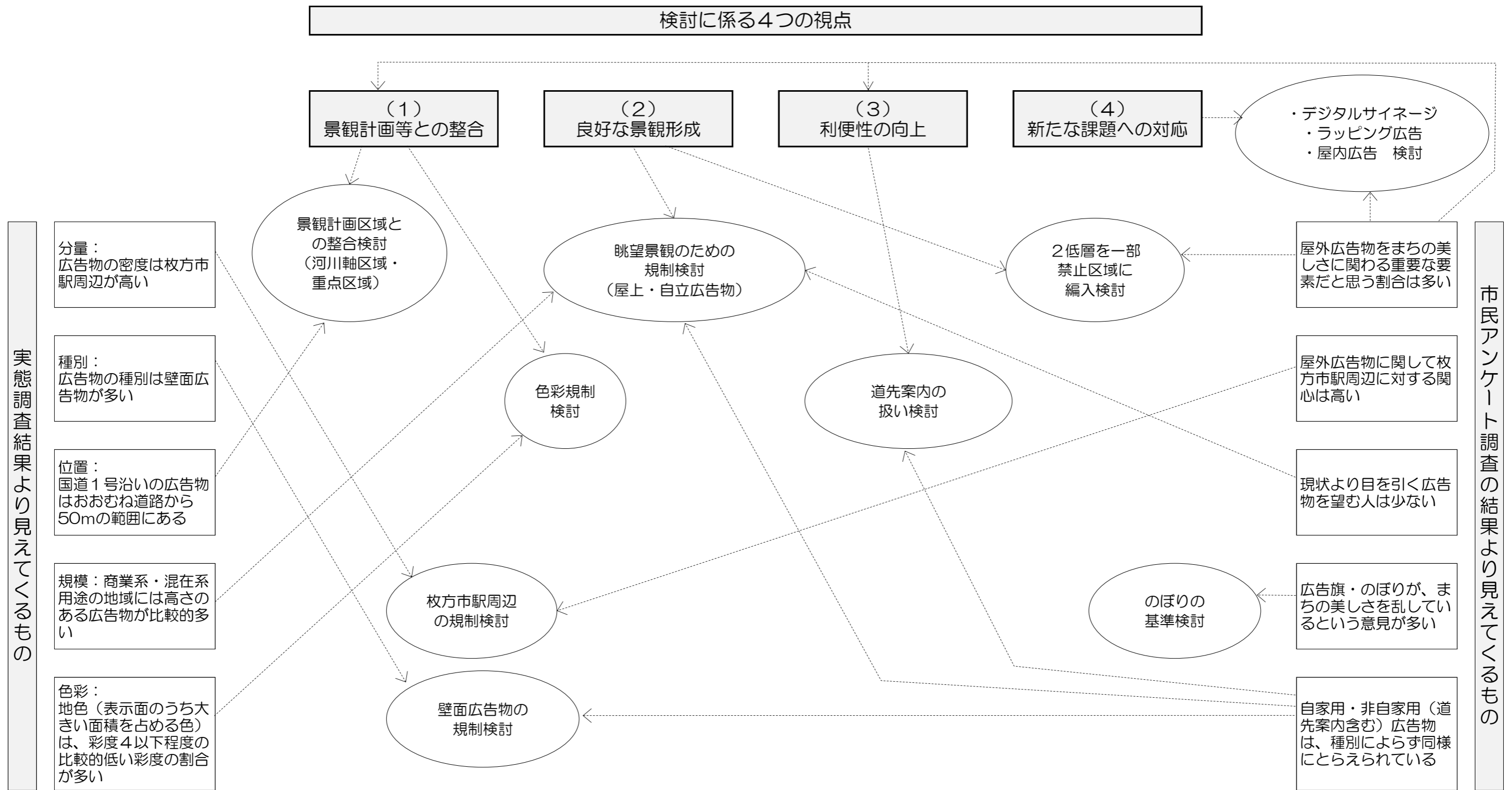
1) 専門部会での検討（案）

数値基準等の専門性の高いものについては専門部会で検討する

2) スケジュール案

資料5 屋外広告物の規制及び誘導の検討に係るスケジュール（案）のとおり

屋外広告物等の規制及び誘導の検討イメージ図



屋外広告物等の規制及び誘導の検討の概要（案）

○規制区域…市全域とする

○道路軸制限区域（下図右・赤色：沿道両側50m）

（凡例） :規制強化

		重点制限区域（住宅系）		一般制限区域（混在系）		制限緩和区域（商業系、駅周辺地域）		
		2低層、1中高、2中高		1住居、2住居、準住居、準工、工業、工専、調整区域		商業、近隣商業		
		従前	見直し後	従前	見直し後	従前	見直し後	
屋上	自家用	たて	建物の高さの1/3以内	—	建物の高さの2/3以内	—	建物の高さの2/3以内	—
		よこ	建物の幅の範囲内	—	建物の幅の範囲内	—	建物の幅の範囲内	—
	非自家用	たて	不可	— ※1	不可	— ※1	建物の高さの2/3以内	—
		よこ					建物の幅の範囲内	—
壁面	自家用	たて	建物の高さの1/2以内	—	建物の高さの範囲内	—	建物の高さの範囲内	—
		よこ	建物の幅の範囲内	—	建物の幅の範囲内	—	建物の幅の範囲内	—
	非自家用	たて	不可	— ※1	不可	— ※1	建物の高さの範囲内	—
		よこ					建物の幅の範囲内	—
その他広告物	自家用	たて	規制なし	—	規制なし	—	規制なし	—
		よこ						
	非自家用	表示面積	不可	— ※1	不可	— ※1	50㎡以内	30㎡以内
		高さ					5m以内 (広告塔は15m以内)	10m以内

※1：一部（公的施設等への道案内）緩和

○河川軸制限区域（下図右・青色：沿岸50m）、東部制限区域（下図右・緑色）、枚方宿地区（下図右・黄色）含む

		重点制限区域（住宅系）		一般制限区域（混在系）		制限緩和区域（商業系、駅周辺地域）		
		2低層、1中高、2中高		1住居、2住居、準住居、準工、工業、工専、調整区域		商業、近隣商業		
		従前	見直し後	従前	見直し後	従前	見直し後	
屋上	自家用	たて	建物の高さの1/3以内	—	建物の高さの2/3以内	—	建物の高さの2/3以内	— ※2
		よこ	建物の幅の範囲内	—	建物の幅の範囲内	—	建物の幅の範囲内	—
	非自家用	たて	建物の高さの1/3以内	—	建物の高さの1/3以内	—	建物の高さの2/3以内	— ※2
		よこ	建物の幅の範囲内	—	建物の幅の範囲内	—	建物の幅の範囲内	—
壁面	自家用	たて	建物の高さの範囲内	—	建物の高さの範囲内	—	建物の高さの範囲内	—
		よこ	建物の幅の範囲内	—	建物の幅の範囲内	—	建物の幅の範囲内	—
	非自家用	たて	建物の高さの範囲内	—	建物の高さの範囲内	—	建物の高さの範囲内	—
		よこ	建物の幅の範囲内	—	建物の幅の範囲内	—	建物の幅の範囲内	—
その他広告物	自家用	たて	規制なし	—	規制なし	—	規制なし	—
		よこ						
	非自家用	表示面積	7㎡以内	—	規制なし (東部制限区域の調整区域：7㎡以内)	30㎡以内 (東部制限区域の調整区域：7㎡以内)	規制なし	—
		高さ	5m以内 (広告塔は15m以内)	10m以内	規制なし (東部制限区域の調整区域：5m以内 (広告塔は15m以内))	10m以内 (東部制限区域の調整区域：5m以内)		

※2：枚方市駅周辺のうち、下図左に示す用途地域が商業地域に限り15mを超える位置への広告物新設禁止

○枚方宿地区

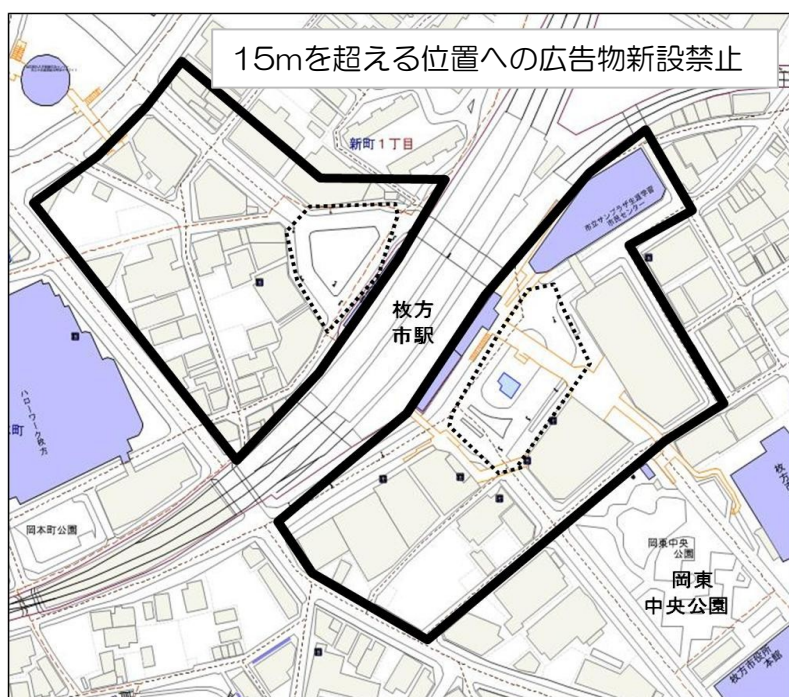
上記表（河川軸制限区域）に色彩基準、デジタルサイネージの項目を追加

◆色彩基準

地域区分	対象内容（1基あたり）	色彩基準
歴史的環境整備ゾーン（街道沿い）	表示面積1㎡を超える広告物	R・YR:10 Y:8、その他:6
商業・業務環境整備ゾーン 生活環境整備ゾーン	15mを超える位置にある広告物 かつ表示面積100㎡を超えるもの	以上の彩度を使用の場合 事前協議を要する

○個別項目

のぼり、デジタルサイネージ、ラッピング広告の項目を追加



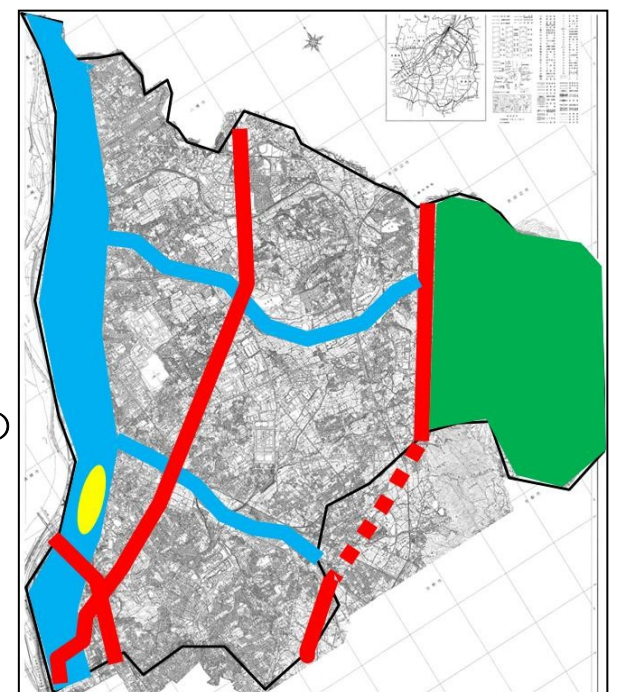
赤：道路軸制限区域（上の表）

青：河川軸制限区域（下の表）

緑：東部制限区域（下の表）

黄：枚方宿地区

無着色：制限が弱い区域
(用途地域に関係無く一律)

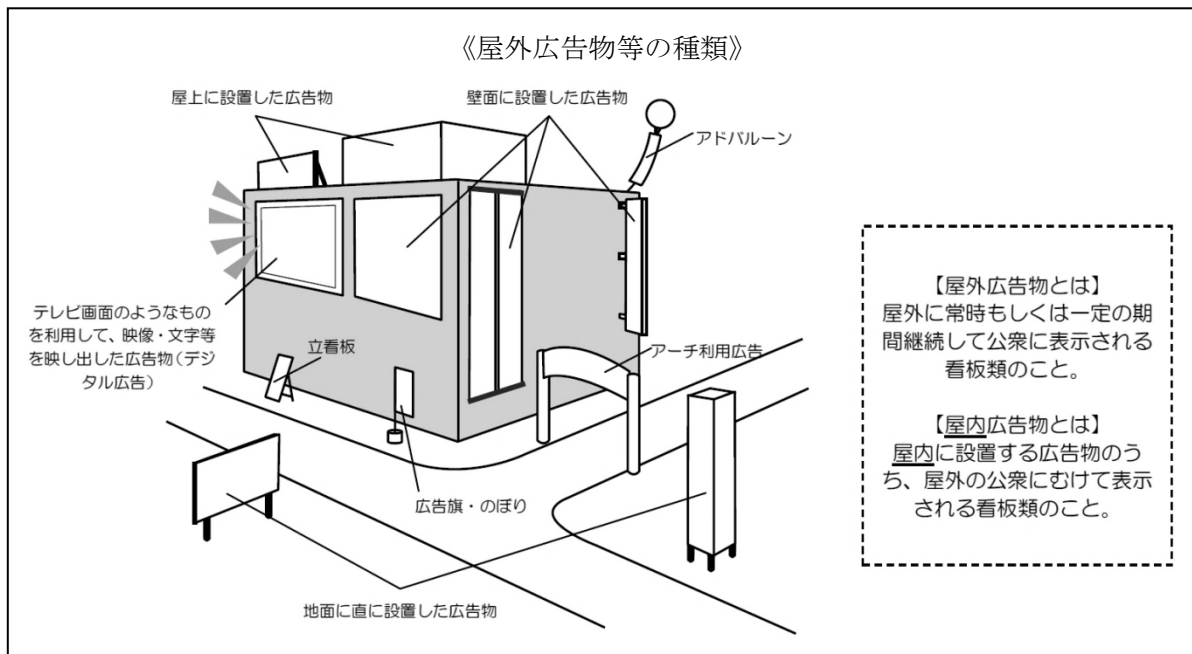


枚方市内の屋外広告物等に関する市民アンケート

■調査の目的

枚方市では、屋外広告物について、大きさ、設置場所等一定の基準を設けて、規制・誘導を行っています。これは、案内看板等の屋外広告物は、ある面では情報の受け手にとって有益であり、まちを活気づけるものですが、無秩序に放置されると、まちの美観や自然の風致を損なうことになりかねないからです。

本アンケートは、市民の皆さまの屋外広告物等に関する意識、意向等をお聴きし、今後の屋外広告物行政を進めるに当たっての基礎資料とするために実施したものです。



■調査概要

調査は、無作為に抽出された枚方市民 2,500 名及び市政モニター制度登録の公募市民 300 名を対象に、郵送またはインターネットによるアンケートを実施しました。

項目	概要	
名称	枚方市屋外広告物に関する市民アンケート調査	
調査方法	市民アンケート	市政モニターアンケート
調査対象	・枚方市民 2,500 人（無作為抽出）	・「市政モニター制度」登録の公募市民 300 人
配布、回収方法	・郵送：2,500 通	・e モニター（インターネット）：150 通 ・郵送モニター：150 通
調査日	【配布】 ・平成 26 年 11 月 21 日（金）発送 【回収】 ・平成 26 年 12 月 12 日（金）投函締切	e モニター 【配布】 ・平成 26 年 10 月 31 日（金）メール送信 【回収】 ・平成 26 年 11 月 17 日（月）返信締切 郵送モニター 【配布】 ・平成 26 年 10 月 31 日（金）発送 【回収】 ・平成 26 年 11 月 21 日（金）投函締切
回収数及び回収率	・回収数 833 人（回収率 33.3%）	・全体：回収数 245 人（回収率 81.7%） ・e モニター 回収数 122 人（回収率 81.3%） ・郵送モニター 回収数 123 人（回収率 82.0%）
合計：回収数 1,078 人（回収率 38.5%）		

■調査結果

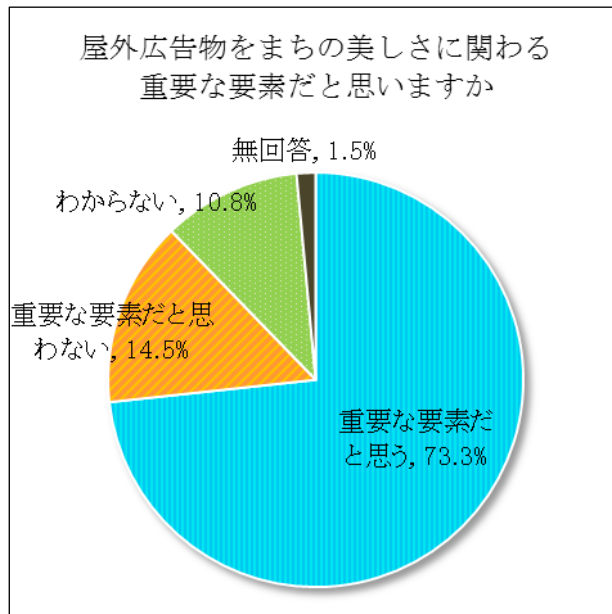
回答者の属性

男性	475 人
女性	563 人
無回答	40 人
合計	1,078 人

年代	男性	女性	無回答	合計	割合
10 歳代	4	12		16	1.5%
20 歳代	25	47		72	6.7%
30 歳代	54	88		142	13.2%
40 歳代	66	101	3	170	15.8%
50 歳代	61	83	2	146	13.5%
60 歳代	126	124	3	253	23.5%
70 歳代	113	85	8	206	19.1%
80 歳代以上	26	22	6	54	5.0%
無回答		1	18	19	1.8%
合計	475	563	40	1,078	

問1 屋外広告物をまちの美しさに関わる重要な要素だと思いますか。

選択項目	回答数 (人)	割合 (%)
重要な要素 だと思う	790	73.3
重要な要素 だと思わない	156	14.5
わからない	116	10.8
無回答	16	1.5
合計	1,078	



(年代別)

上段：人、下段：%

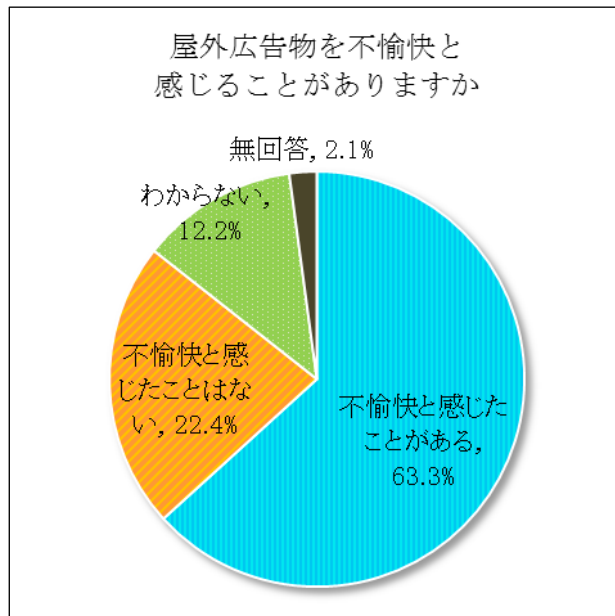
年代	重要な要素 だと思う	重要な要素 だと思わない	わからない	合計
10 歳代	9 60.0%	3 20.0%	3 20.0%	15 100%
20 歳代	42 60.0%	17 24.3%	11 15.7%	70 100%
30 歳代	110 77.5%	13 9.2%	19 13.4%	142 100%
40 歳代	130 76.5%	17 10.0%	23 13.5%	170 100%
50 歳代	113 78.5%	17 11.8%	14 9.7%	144 100%
60 歳代	196 78.7%	35 14.1%	18 7.2%	249 100%
70 歳代	143 71.1%	43 21.4%	15 7.5%	201 100%
80 歳代以上	32 61.5%	8 15.4%	12 23.1%	52 100%
合計	775 74.3%	153 14.7%	115 11.0%	1,043 100%

※無回答及び年代不詳を除く

「屋外広告物をまちの美しさに関わる重要な要素だと思う」と答えた方の割合は、全体の7割強となりました。年代別では、50歳代、60歳代は「重要な要素だと思う」と答えた方が8割弱と高い割合となる一方、20歳代以下では「重要な要素だと思う」と答えた方の割合は約6割と他の年代よりも低くなっています。

問2 屋外広告物を不愉快と感じることがありますか。

選択項目	回答数 (人)	割合 (%)
不愉快と感じたことがある	682	63.3
不愉快と感じたことはない	241	22.4
わからない	132	12.2
無回答	23	2.1
合計	1,078	



(年代別)

上段：人、下段：%

年代	不愉快と感じたことがある	不愉快と感じたことはない	わからない	合計
10 歳代	5 33.3%	8 53.3%	2 13.3%	15 100%
20 歳代	43 60.6%	18 25.4%	10 14.1%	71 100%
30 歳代	83 58.5%	41 28.9%	18 12.7%	142 100%
40 歳代	101 60.5%	36 21.6%	30 18.0%	167 100%
50 歳代	95 66.0%	33 22.9%	16 11.1%	144 100%
60 歳代	185 74.3%	43 17.3%	21 8.4%	249 100%
70 歳代	130 66.0%	42 21.3%	25 12.7%	197 100%
80 歳代以上	29 56.9%	15 29.4%	7 13.7%	51 100%
合計	671 64.8%	236 22.8%	129 12.5%	1,036 100%

※無回答及び年代不詳を除く

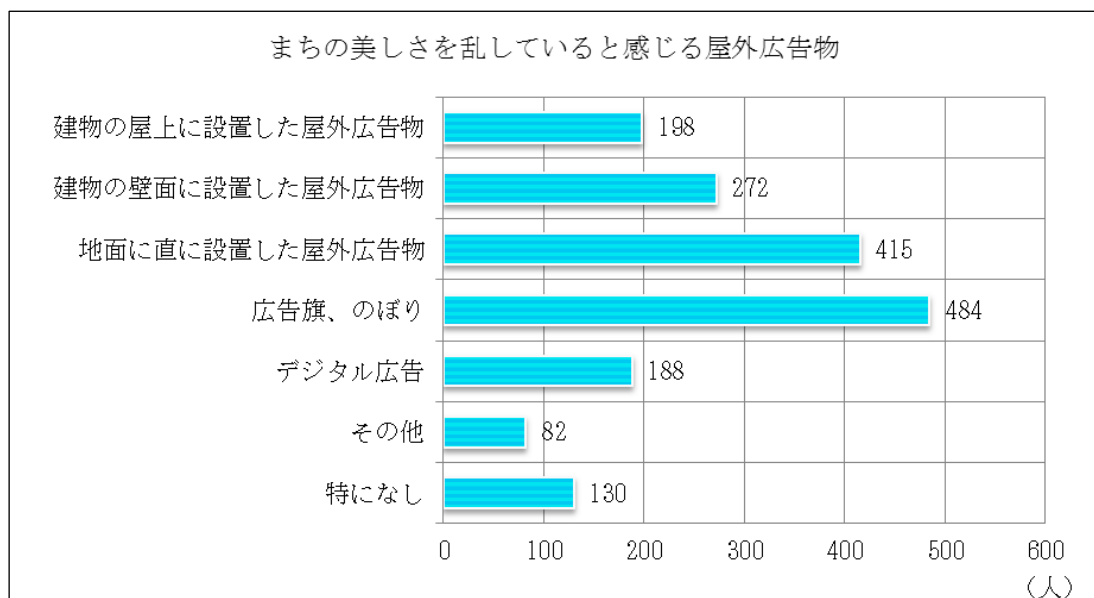
「屋外広告物を不愉快と感じたことがある」と答えた方の割合は、全体の6割強となりました。年代別では、50～70歳代では「不愉快と感じたことがある」と答えた方が7割前後と高い割合となり、一方で10歳代では「不愉快と感じたことはない」と答えた方の割合は約5割と他の年代と比較して高くなっています。

問3 まちの美しさを乱していると感じる屋外広告物はどのようなものですか。(2つまで選んで下さい)

選択項目	回答数 (人)
建物の屋上に設置した屋外広告物	198
建物の壁面に設置した屋外広告物	272
地面に直に設置した屋外広告物	415
広告旗、のぼり	484
テレビ画面のようなものを利用して映像、文字等を映し出した屋外広告物 (デジタル広告)	188
その他	82
特になし	130

【その他の主なご意見】

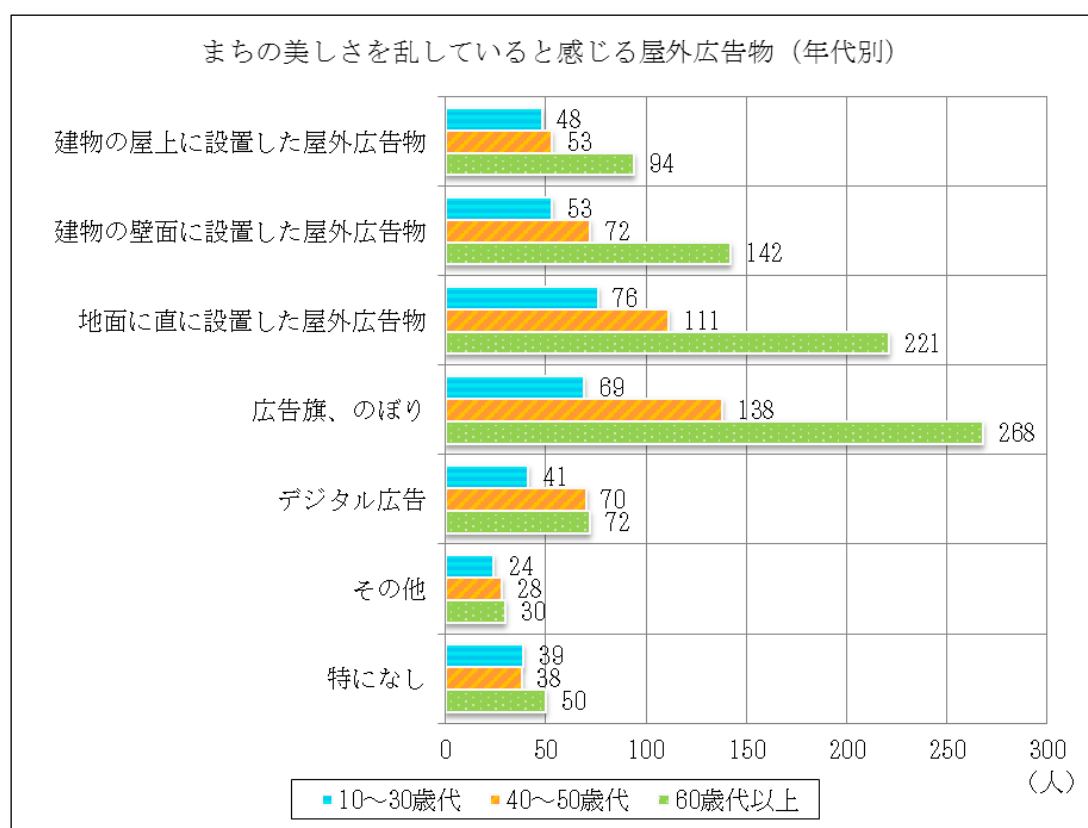
- ・電柱などに貼り付けてあるチラシ
- ・歩道、道路にはみ出した立看板
- ・広告版が錆びていたり、傷だらけでボロボロになっている物や傾いたままの物など
- ・ケバケバしい広告物
- ・形状や設置場所ではなく、内容次第でどのような状態でも街の美しさを乱すものがある。
- ・子供に見せるのがはばかれるような物は全て
- ・敷地境界からはみ出して交通を障害して掲示をしているもの。道路にはみ出して周囲の景観と不釣り合いのもの。



まちの美しさを乱していると感じる屋外広告物として、「広告旗、のぼり」が最も多く挙げられ、次いで「地面に直に設置した屋外広告物」となっています。その他の意見として、屋外広告物の種類、設置場所だけでなく、広告の内容や破損・汚れなどの広告物の管理状態に対するご意見が挙げられました。

まちの美しさを乱していると感じる屋外広告物（年代別）

選択項目	回答数（人）		
	10～30歳代	40～50歳代	60歳代以上
建物の屋上に設置した屋外広告物	48	53	94
建物の壁面に設置した屋外広告物	53	72	142
地面に直に設置した屋外広告物	76	111	221
広告旗、のぼり	69	138	268
テレビ画面のようなものを利用して映像、文字等を映し出した屋外広告物（デジタル広告）	41	70	72
その他	24	28	30
特になし	39	38	50



※年代不詳を除く

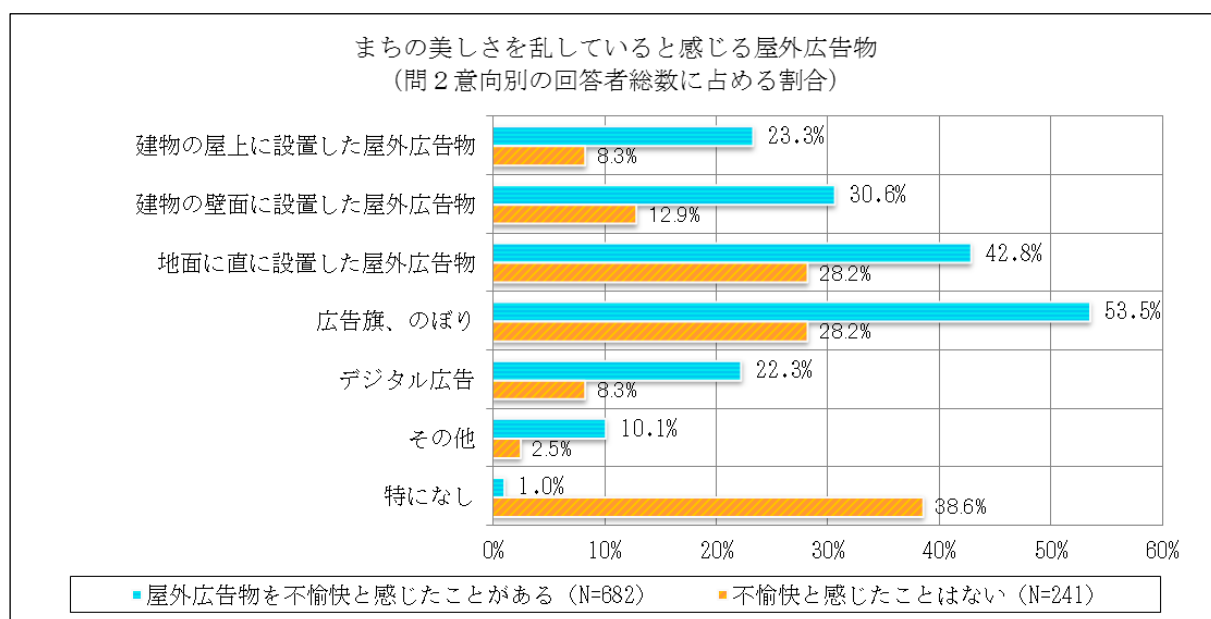
年代別にみると、40～50歳代及び60歳代以上では、「広告旗、のぼり」が最も多く挙げられています。

10～30歳代では、「地面に直に設置した屋外広告物」が最も多く挙げられています。

まちの美しさを乱していると感じる屋外広告物

(問2 意向別の回答者総数に占める割合)

選択項目	問2 回答			
	屋外広告物を不愉快と感じたことがある		不愉快と感じたことはない	
	回答数 (人)	割合 (%)	回答数 (人)	割合 (%)
建物の屋上に設置した屋外広告物	159	23.3%	20	8.3%
建物の壁面に設置した屋外広告物	209	30.6%	31	12.9%
地面に直に設置した屋外広告物	292	42.8%	68	28.2%
広告旗、のぼり	365	53.5%	68	28.2%
テレビ画面のようなものを利用して映像、文字等を映し出した屋外広告物 (デジタル広告)	152	22.3%	20	8.3%
その他	69	10.1%	6	2.5%
特になし	7	1.0%	93	38.6%
無回答	3	0.4%	3	1.2%
合計	682	100.0%	241	100.0%

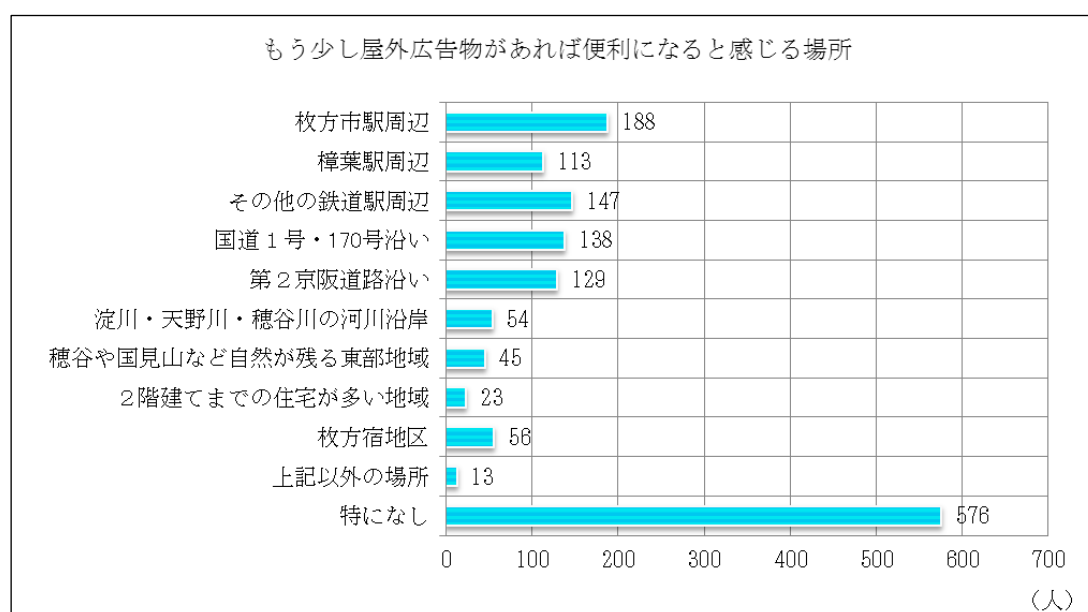


問2における回答者の意向別にみると、『屋外広告物を不愉快と感じたことがある』回答者では、『屋外広告物を不愉快と感じたことはない』回答者と比較して、「建物の屋上に設置した屋外広告物」や「建物の壁面に設置した屋外広告物」「地面に直に設置した屋外広告物」「広告旗、のぼり」「デジタル広告」を多く挙げています。

一方で、『屋外広告物を不愉快と感じたことはない』回答者は「特になし」を最も多く挙げていますが、「地面に直に設置した屋外広告物」や「広告旗、のぼり」についても比較的多くの回答者が挙げています。

問4 まちの印象をお聞きます。もう少し屋外広告物があれば便利になると感じる場所がありますか。(いくつでも選んで下さい)

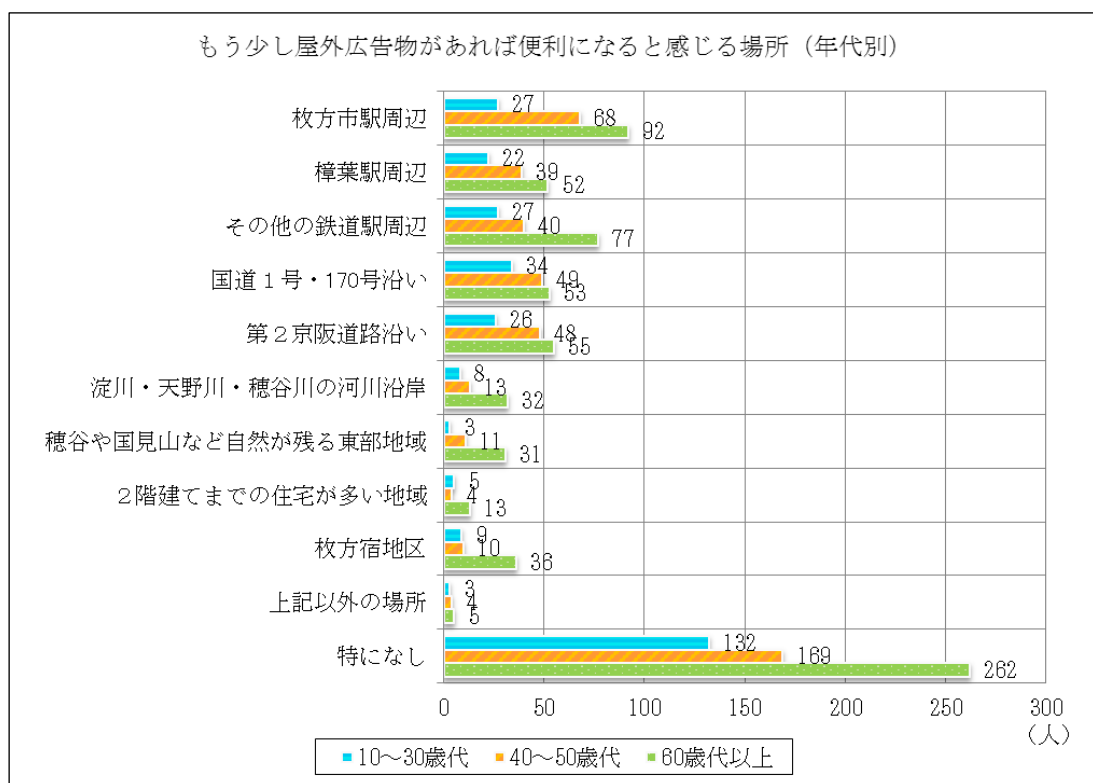
選択項目	回答数 (人)
枚方市駅周辺	188
樟葉駅周辺	113
その他の鉄道駅周辺	147
国道1号・170号沿い	138
第2京阪道路沿い	129
淀川・天野川・穂谷川の河川沿岸	54
穂谷や国見山など自然が残る東部地域	45
2階建てまでの住宅が多い地域	23
枚方宿地区	56
上記以外の場所	13
特になし	576



もう少し屋外広告物があれば便利になると感じる場所は、「特になし」が最も多く挙げられています。それ以外の場所として、「枚方市駅周辺」が最も多く、次いで「その他の鉄道駅周辺」「国道1号・170号沿い」「第2京阪道路沿い」「樟葉駅周辺」などが挙げられています。

もう少し屋外広告物があれば便利になると感じる場所（年代別）

選択項目	回答数（人）		
	10～30歳代	40～50歳代	60歳代以上
枚方市駅周辺	27	68	92
樟葉駅周辺	22	39	52
その他の鉄道駅周辺	27	40	77
国道1号・170号沿い	34	49	53
第2京阪道路沿い	26	48	55
淀川・天野川・穂谷川の河川沿岸	8	13	32
穂谷や国見山など自然が残る東部地域	3	11	31
2階建てまでの住宅が多い地域	5	4	13
枚方宿地区	9	10	36
上記以外の場所	3	4	5
特になし	132	169	262

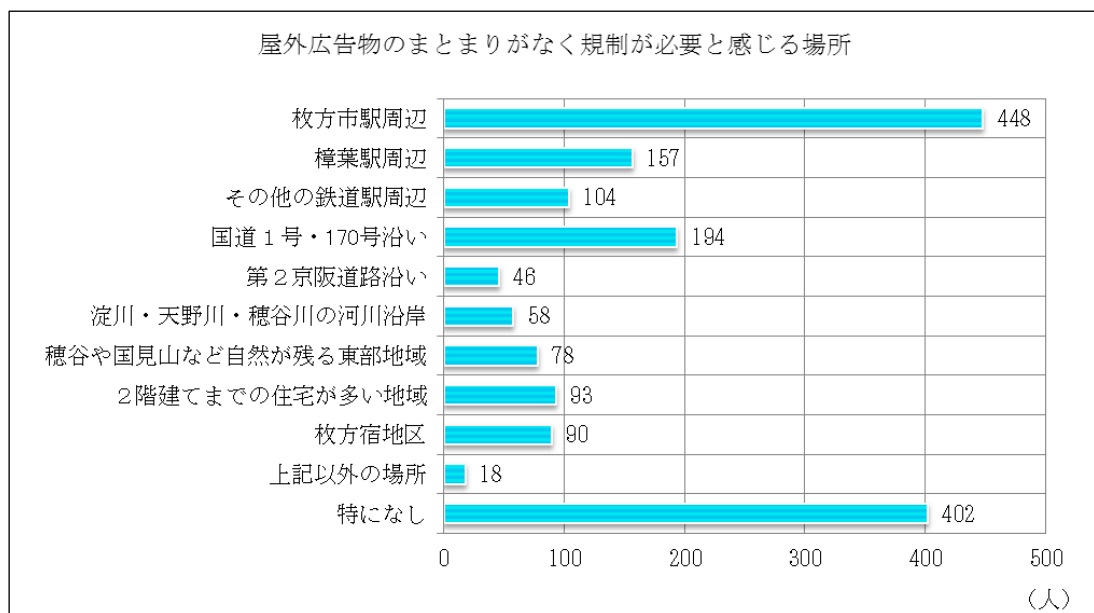


※年代不詳を除く

年代別にみると、どの年代も「特になし」が最も多く挙げられています。その他では、60歳代以上では「枚方市駅周辺」「その他の鉄道駅」が多く挙げられ、40～50歳代では「枚方市駅周辺」「国道1号・170号沿い」「第2京阪道路沿い」が、また10～30歳代では「国道1号・170号沿い」が比較的多く挙げられています。

問5 まちの印象をお聞きます。「屋外広告物のまとまりがないので、規制が必要だ」と感じる場所がありますか。(いくつでも選んで下さい)

選択項目	回答数 (人)
枚方市駅周辺	448
樟葉駅周辺	157
その他の鉄道駅周辺	104
国道1号・170号沿い	194
第2京阪道路沿い	46
淀川・天野川・穂谷川の河川沿岸	58
穂谷や国見山など自然が残る東部地域	78
2階建てまでの住宅が多い地域	93
枚方宿地区	90
上記以外の場所	18
特になし	402

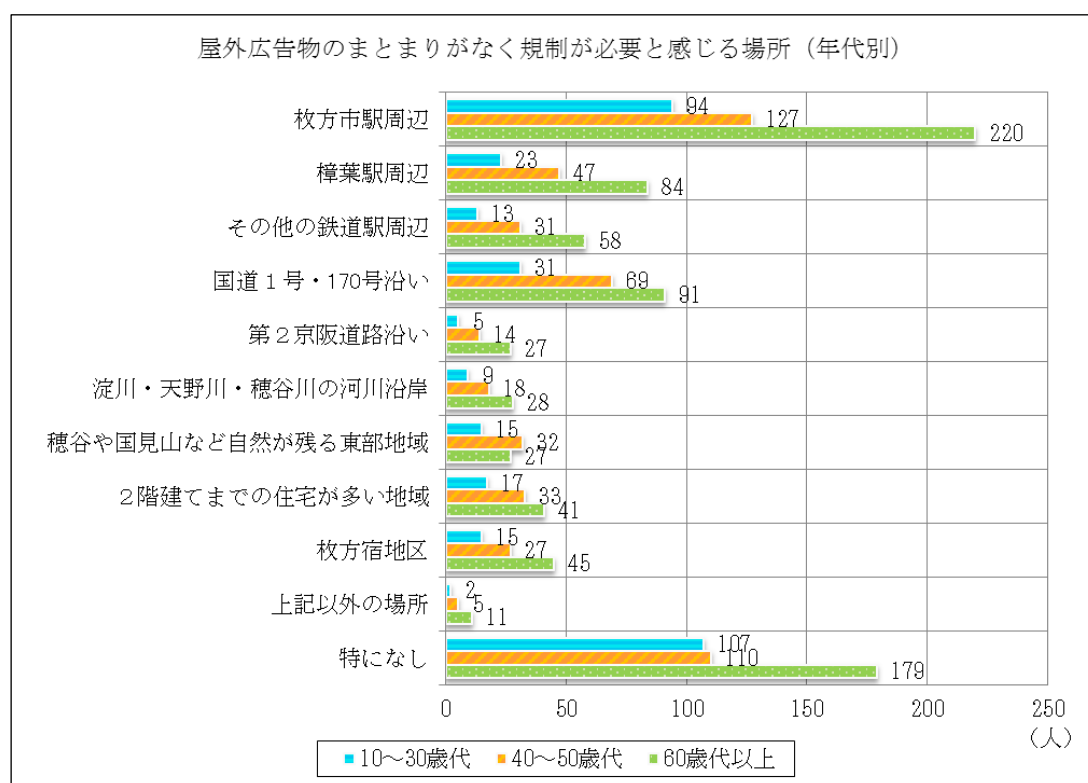


屋外広告物のまとまりがなく規制が必要と感じる場所は、「枚方市駅周辺」が最も多く挙げられています。次いで「特になし」が挙げられています。それ以外の場所として、「国道1号・170号沿い」「樟葉駅周辺」などの場所が挙げられています。

その他、「その他鉄道駅周辺」「2階建てまでの住宅が多い地域」「枚方宿地区」「穂谷や国見山など自然が残る東部地域」についても比較的多くの方が挙げられました。

屋外広告物のまとまりがなく規制が必要と感じる場所（年代別）

選択項目	回答数（人）		
	10～30歳代	40～50歳代	60歳代以上
枚方市駅周辺	94	127	220
樟葉駅周辺	23	47	84
その他の鉄道駅周辺	13	31	58
国道1号・170号沿い	31	69	91
第2京阪道路沿い	5	14	27
淀川・天野川・穂谷川の河川沿岸	9	18	28
穂谷や国見山など自然が残る東部地域	15	32	27
2階建てまでの住宅が多い地域	17	33	41
枚方宿地区	15	27	45
上記以外の場所	2	5	11
特になし	107	110	179



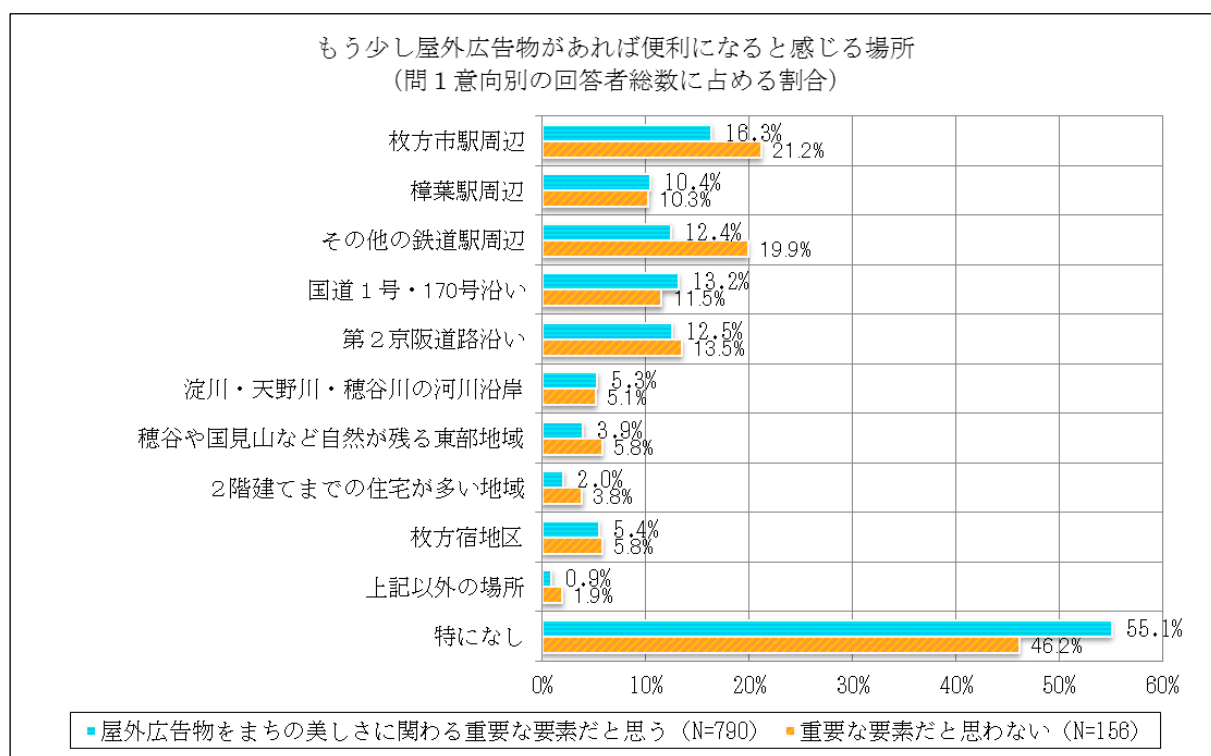
※年代不詳を除く

年代別にみると、「特になし」を除いて、各年代とも「枚方市駅周辺」を最も多く挙げており、次いで「国道1号・170号沿い」「樟葉駅周辺」を挙げています。

屋外広告物のまとまりがなく規制が必要と感じる場所

(問1 意向別の回答者総数に占める割合)

選択項目	問1 回答			
	屋外広告物をまちの美しさに関わる重要な要素だと思う		重要な要素だと思わない	
	回答数(人)	割合(%)	回答数(人)	割合(%)
枚方市駅周辺	371	47.0%	56	35.9%
樟葉駅周辺	128	16.2%	24	15.4%
その他の鉄道駅周辺	83	10.5%	16	10.3%
国道1号・170号沿い	162	20.5%	22	14.1%
第2京阪道路沿い	34	4.3%	6	3.8%
淀川・天野川・穂谷川の河川沿岸	40	5.1%	11	7.1%
穂谷や国見山など自然が残る東部地域	58	7.3%	9	5.8%
2階建てまでの住宅が多い地域	68	8.6%	15	9.6%
枚方宿地区	70	8.9%	11	7.1%
上記以外の場所	15	1.9%	3	1.9%
特になし	242	30.6%	70	44.9%
合計	790	100.0%	156	100.0%



問1における回答者の意向別にみると、『屋外広告物をまちの美しさに関わる重要な要素だと思う』回答者は、「枚方市駅周辺」を最も多く挙げており、次いで「特になし」「国道1号・170号沿い」「樟葉駅周辺」を挙げています。

一方で『屋外広告物をまちの美しさに関わる重要な要素だと思わない』回答者は、「特になし」を最も多く挙げており、次いで「枚方市駅周辺」「樟葉駅周辺」「国道1号・170号沿い」を挙げています。

問3の回答（まちの美しさを乱していると感じる屋外広告物）と問5の回答（規制が必要と感じる場所）の関係を見ると、すべての地域で「広告旗、のぼり」及び「地上広告物（地面に直に設置した屋外広告物）」を多く挙げており、特に『枚方市宿地区』の規制が必要と考える回答者の6割強が「広告旗、のぼり」を挙げています。

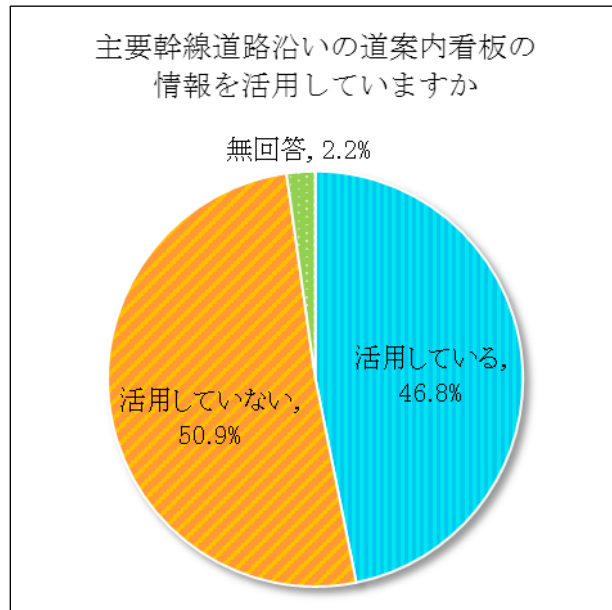
「屋上広告物（建物の屋上に設置した屋外広告物）」については『その他の鉄道駅周辺』の規制が必要と考える回答者が、また「壁面広告物（建物の壁面に設置した屋外広告物）」については『樟葉駅周辺』『第2京阪道路沿い』の規制が必要と考える回答者が、それぞれ約4割と比較的によく挙げています。「デジタル広告」については、『枚方市駅周辺』及び『国道1号・170号沿い』『第2京阪道路沿い』の規制が必要と考える回答者で比較的よく挙げています。

まちの美しさを乱していると感じる屋外広告物（問3）と 規制が必要と感じる場所（問5）の関係



問6 主要幹線道路沿いにある道案内を目的とした屋外広告物についてお聞きします。あなたは案内看板の情報を活用していますか。

選択項目	回答数 (人)	割合 (%)
活用している	505	46.8
活用していない	549	50.9
無回答	24	2.2
合計	1,078	



(年代別)

上段：人、下段：%

年代	活用している	活用していない	合計
10 歳代	9 56.3%	7 43.8%	16 100%
20 歳代	39 55.7%	31 44.3%	70 100%
30 歳代	77 54.6%	64 45.4%	141 100%
40 歳代	96 57.1%	72 42.9%	168 100%
50 歳代	58 40.3%	86 59.7%	144 100%
60 歳代	106 42.7%	142 57.3%	248 100%
70 歳代	85 42.9%	113 57.1%	198 100%
80 歳代以上	26 51.0%	25 49.0%	51 100%
合計	496 47.9%	540 52.1%	1,036 100%

※無回答及び年代不詳を除く

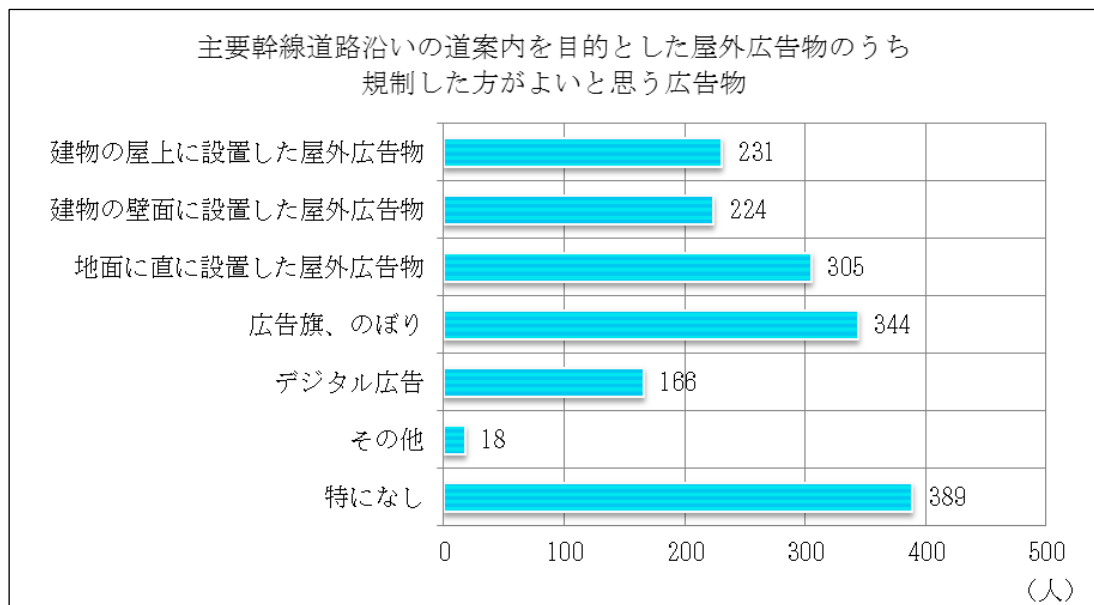
「活用している」と答えた方の割合は、全体の約5割となりました。年代別では、40歳代以下では活用されている方の割合が5割超と比較的高い一方で、50歳代以上では80歳代以上を除いて「活用していない」方が5割以上となりました。

問7 主要幹線道路沿いにある道案内を目的とした屋外広告物で、「屋外広告物の大きさ、色彩等、まとまりがないので規制した方がよい」と思うものはありますか。(いくつでも選んで下さい)

選択項目	回答数 (人)
建物の屋上に設置した屋外広告物	231
建物の壁面に設置した屋外広告物	224
地面に直に設置した屋外広告物	305
広告旗、のぼり	344
テレビ画面のようなものを利用して映像、文字等を映し出した屋外広告物 (デジタル広告)	166
その他	18
特になし	389

【その他の主なご意見】

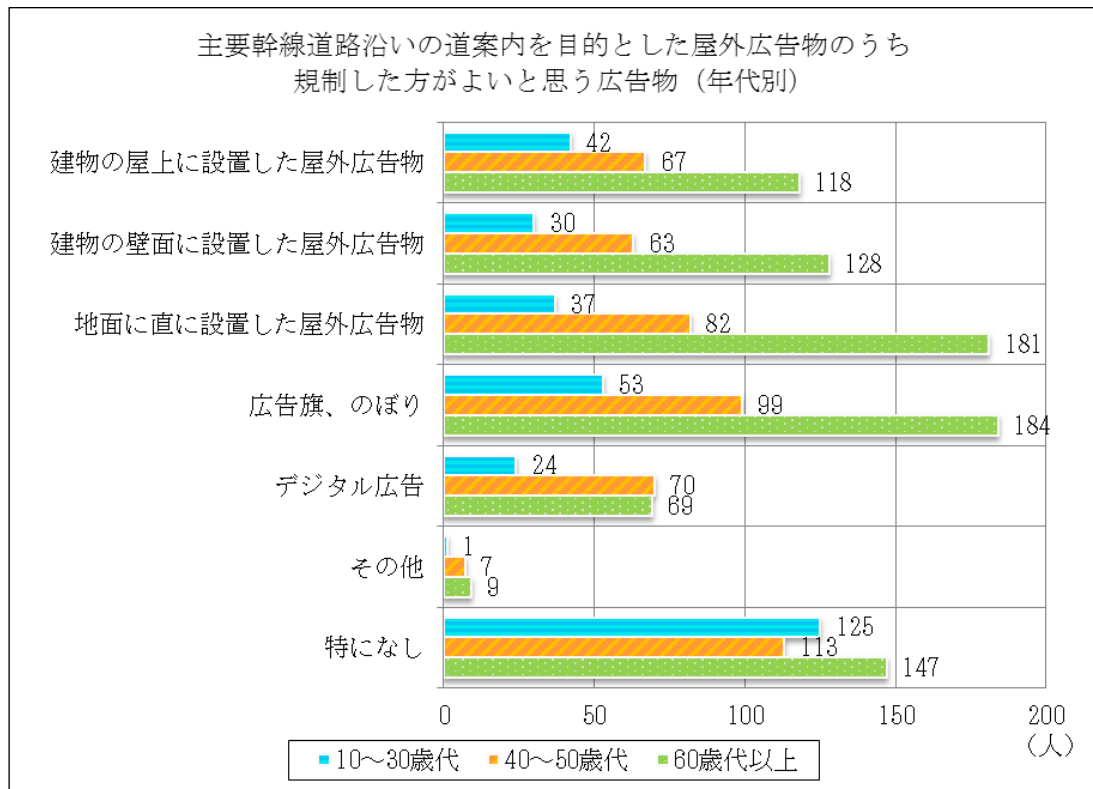
- ・文字の大きさを制限すべき
- ・広告物だけを考えるのではなく、景観全体、緑化、フェンス、柵、壁などトータルに考えてほしい。
- ・交通標識の視認性を阻害するもの
- ・派手な電照の屋外広告物があると信号機の識別がしにくい
- ・くるくる回るライト



規制した方がよいと考える屋外広告物 (道案内を目的) として、「特になし」を除いて「広告旗、のぼり」が最も多く挙げられ、次いで「地面に直に設置した屋外広告物」「建物の屋上に設置した屋外広告物」「建物の壁面に設置した屋外広告物」が挙げられています。その他の意見として、交通の邪魔になる広告物や、広告物単体だけではなく、景観全体を考慮した広告物を考えてほしいとの意見が挙げられました。

主要幹線道路沿いの道案内を目的とした屋外広告物のうち
規制した方がよいと思う広告物（年代別）

選択項目	回答数（人）		
	10～30 歳代	40～50 歳代	60歳代 以上
建物の屋上に設置した屋外広告物	42	67	118
建物の壁面に設置した屋外広告物	30	63	128
地面に直に設置した屋外広告物	37	82	181
広告旗、のぼり	53	99	184
テレビ画面のようなものを利用して映像、 文字等を映し出した屋外広告物（デジタル 広告）	24	70	69
その他	1	7	9
特になし	125	113	147

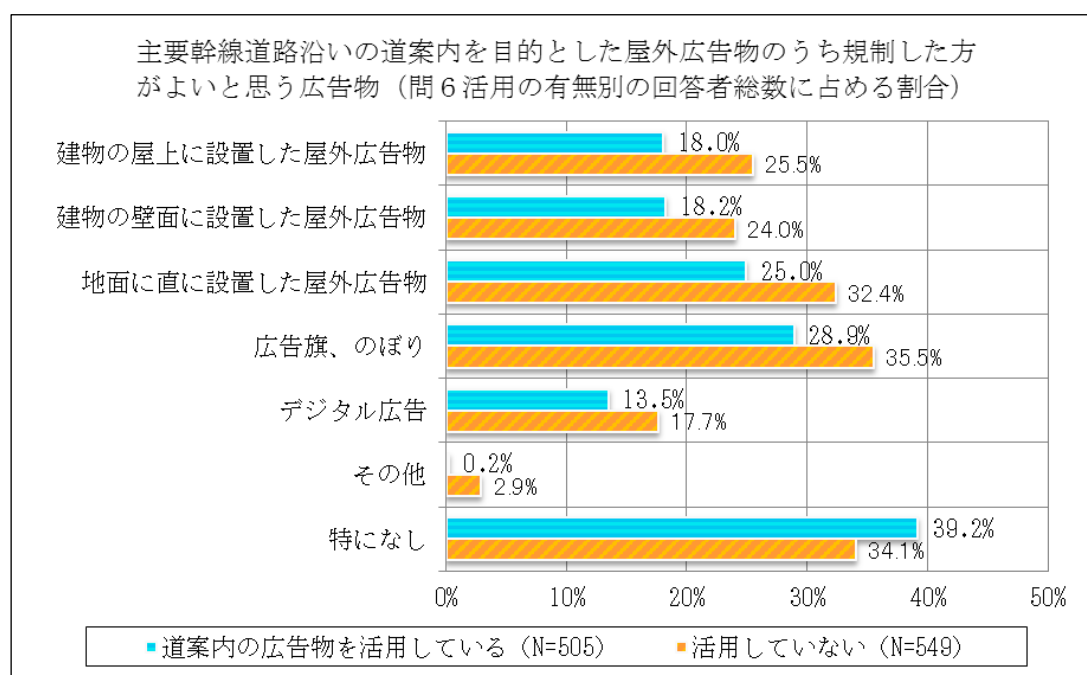


※年代不詳を除く

年代別にみると、どの年代も「広告旗、のぼり」「地面に直に設置した広告物」を挙げる方が多くなっています。また、10～30歳代では「特になし」と考える方が他の年代と比べて比較的多くなっています。

主要幹線道路沿いの道案内を目的とした屋外広告物のうち
規制した方がよいと思う広告物（問6活用の有無別の回答者総数に占める割合）

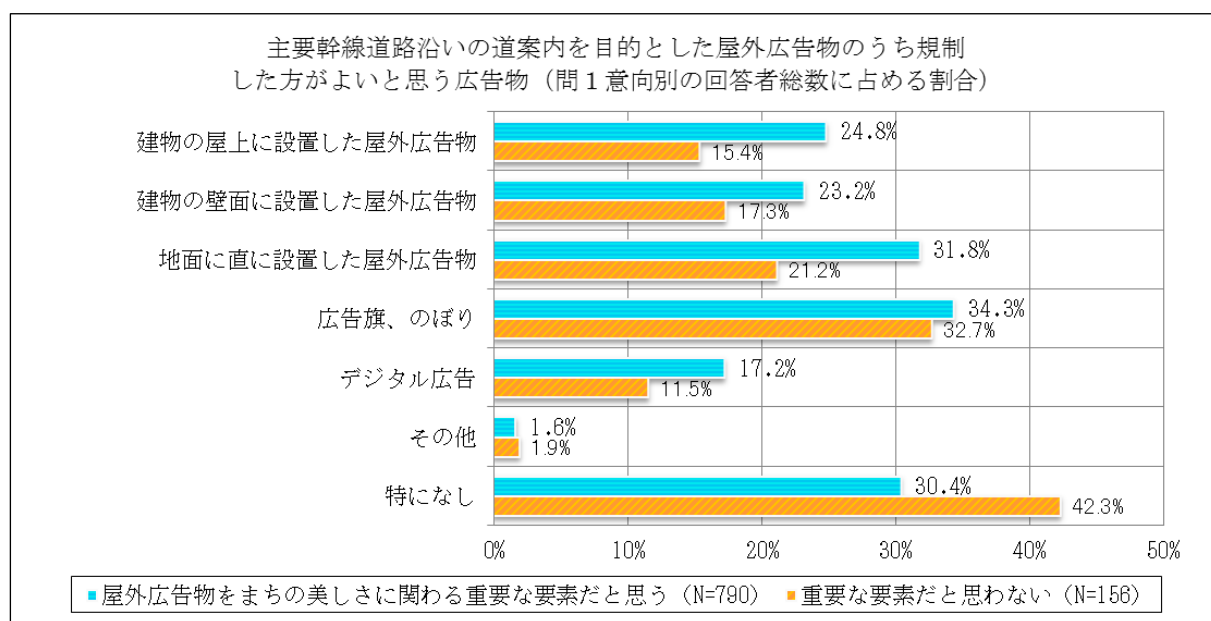
選択項目	問6 回答			
	道案内の広告物を活用して いる		活用していない	
	回答数（人）	割合（%）	回答数（人）	割合（%）
建物の屋上に設置した屋外広告物	91	18.0%	140	25.5%
建物の壁面に設置した屋外広告物	92	18.2%	132	24.0%
地面に直に設置した屋外広告物	126	25.0%	178	32.4%
広告旗、のぼり	146	28.9%	195	35.5%
デジタル広告	68	13.5%	97	17.7%
その他	1	0.2%	16	2.9%
特になし	198	39.2%	187	34.1%
無回答	5	1.0%	5	0.9%
合計	505	100.0%	549	100.0%



問6における回答者の道案内広告物の活用の有無別にみると、『道案内の広告物を活用している』回答者は、『活用していない』回答者と比較して、規制した方がよいと思う広告物を挙げる回答者は比較的少なく、「特になし」を最も多く挙げています。

主要幹線道路沿いの道案内を目的とした屋外広告物のうち規制
した方がよいと思う広告物（問1 意向別の回答者総数に占める割合）

選択項目	問1 回答			
	屋外広告物をまちの美しさに関わる重要な要素だと思う		重要な要素だと思わない	
	回答数（人）	割合（%）	回答数（人）	割合（%）
建物の屋上に設置した屋外広告物	196	24.8%	24	15.4%
建物の壁面に設置した屋外広告物	183	23.2%	27	17.3%
地面に直に設置した屋外広告物	251	31.8%	33	21.2%
広告旗、のぼり	271	34.3%	51	32.7%
デジタル広告	136	17.2%	18	11.5%
その他	13	1.6%	3	1.9%
特になし	240	30.4%	66	42.3%
無回答	18	2.3%	3	1.9%
合計	790	100.0%	156	100.0%



問1における回答者の意向別にみると、『屋外広告物をまちの美しさに関わる重要な要素だと思う』回答者では、「広告旗、のぼり」「地面に直に設置した屋外広告物」が比較的多く挙げられています。

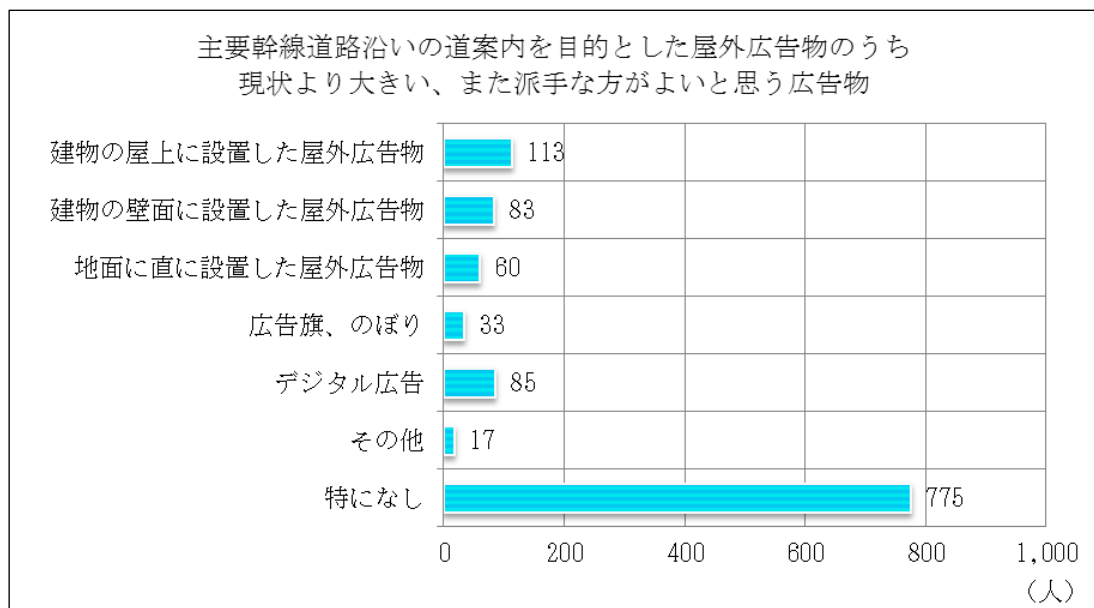
一方で『屋外広告物をまちの美しさに関わる重要な要素だと思わない』回答者は「広告旗、のぼり」を除いて規制した方がよいと思う広告物は比較的少なく、「特になし」を最も多く挙げています。

問8 主要幹線道路沿いにある道案内を目的とした屋外広告物で、「現状より大きな屋外広告物、派手な屋外広告物があるとよい」と思うものはありますか。(いくつでも選んで下さい)

選択項目	回答数 (人)
建物の屋上に設置した屋外広告物	113
建物の壁面に設置した屋外広告物	83
地面に直に設置した屋外広告物	60
広告旗、のぼり	33
テレビ画面のようなものを利用して映像、文字等を映し出した屋外広告物 (デジタル広告)	85
その他	17
特になし	775

【その他の主なご意見】

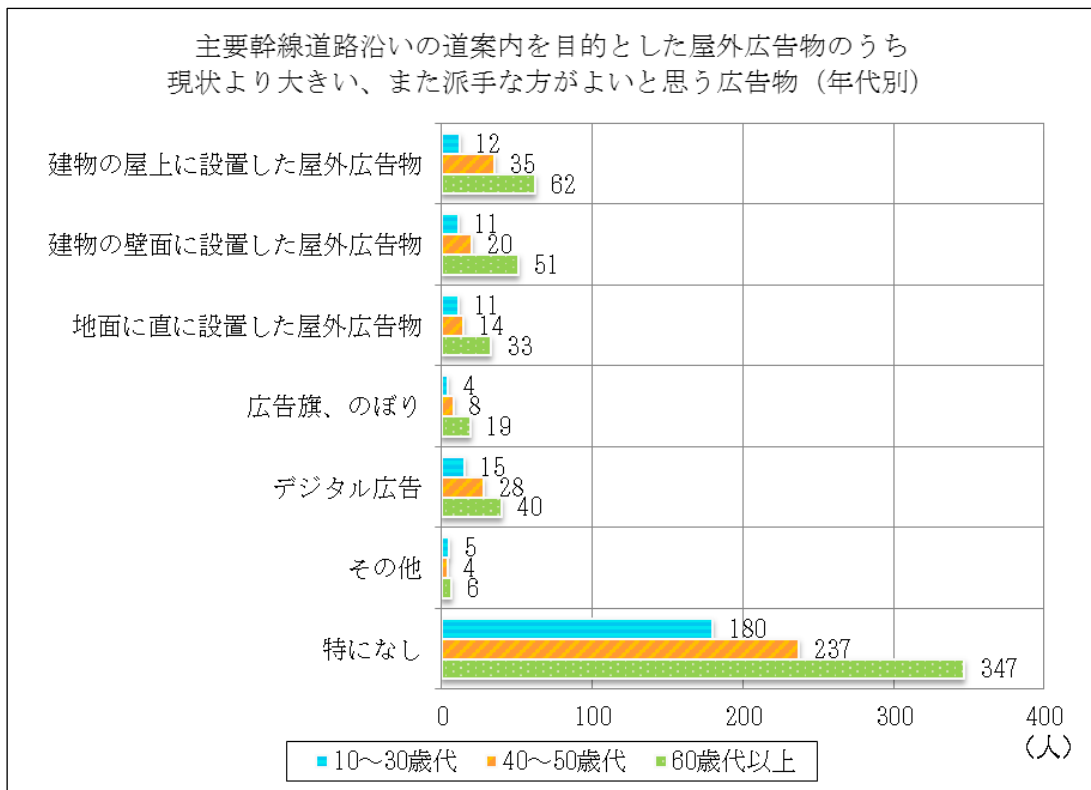
・左折、右折といった曲がる手前の案内看板



現状より大きい、また派手な方がよいと考える屋外広告物 (道案内を目的) について、「特になし」と答える方が大多数となっています。それ以外の広告物では、「建物の屋上に設置した屋外広告物」が比較的多く挙げられています。

主要幹線道路沿いの道案内を目的とした屋外広告物のうち
現状より大きい、また派手な方がよいと思う広告物（年代別）

選択項目	回答数（人）		
	10～30 歳代	40～50 歳代	60歳代 以上
建物の屋上に設置した屋外広告物	12	35	62
建物の壁面に設置した屋外広告物	11	20	51
地面に直に設置した屋外広告物	11	14	33
広告旗、のぼり	4	8	19
テレビ画面のようなものを利用して映像、 文字等を映し出した屋外広告物（デジタル 広告）	15	28	40
その他	5	4	6
特になし	180	237	347

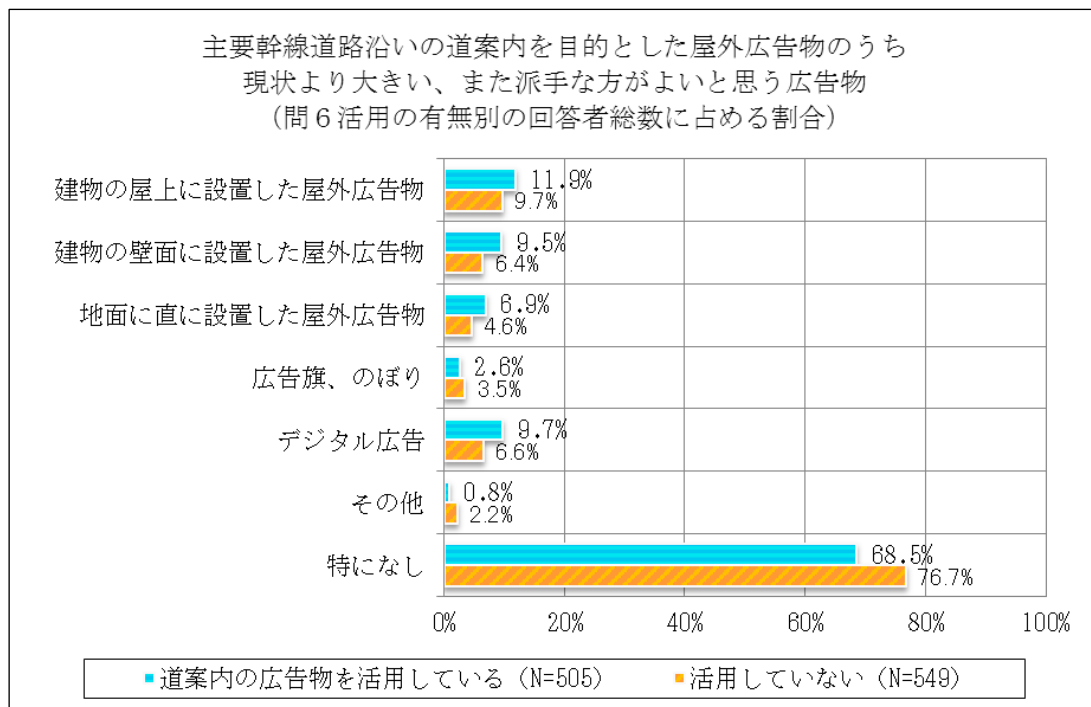


※年代不詳を除く

年代別にみると、どの年代でも「特になし」と答える方が最も多くなっています。それ以外の広告物では、40～50歳代及び60歳代以上では「建物の屋上に設置した屋外広告物」「建物の壁面に設置した屋外広告物」及び「デジタル広告」を挙げる方が比較的多くなっています。

主要幹線道路沿いの道案内を目的とした屋外広告物のうち現状より大きい、
また派手な方がよいと思う広告物（問6活用の有無別の回答者総数に占める割合）

選択項目	問6 回答			
	道案内の広告物を活用して いる		活用していない	
	回答数（人）	割合（%）	回答数（人）	割合（%）
建物の屋上に設置した屋外広告物	60	11.9%	53	9.7%
建物の壁面に設置した屋外広告物	48	9.5%	35	6.4%
地面に直に設置した屋外広告物	35	6.9%	25	4.6%
広告旗、のぼり	13	2.6%	19	3.5%
デジタル広告	49	9.7%	36	6.6%
その他	4	0.8%	12	2.2%
特になし	346	68.5%	421	76.7%
無回答	7	1.4%	6	1.1%
合計	505	100.0%	549	100.0%



問6における回答者の道案内広告物の活用の有無別にみると、活用の有無に関わらず、「特になし」が最も多く挙げられています。

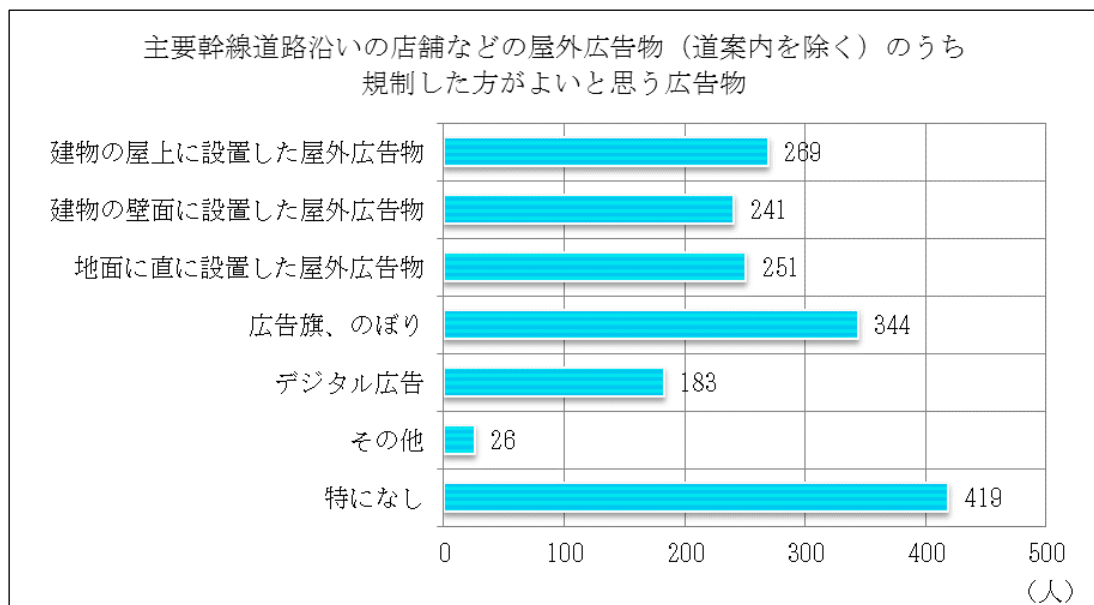
『道案内の広告物を活用している』回答者は、「建物の屋上に設置した屋外広告物」「建物の壁面に設置した屋外広告物」及び「デジタル広告」を挙げる回答者が比較的多くなっています。

問9 主要幹線道路沿いの店舗などの敷地内に掲げる屋外広告物（道案内を目的としたものを除く）で、「屋外広告物の大きさ、色彩等、まとまりがないので規制した方がよい」と思うものはありますか。（いくつでも選んで下さい）

選択項目	回答数（人）
建物の屋上に設置した屋外広告物	269
建物の壁面に設置した屋外広告物	241
地面に直に設置した屋外広告物	251
広告旗、のぼり	344
テレビ画面のようなものを利用して映像、文字等を映し出した屋外広告物（デジタル広告）	183
その他	26
特になし	419

【その他の主なご意見】

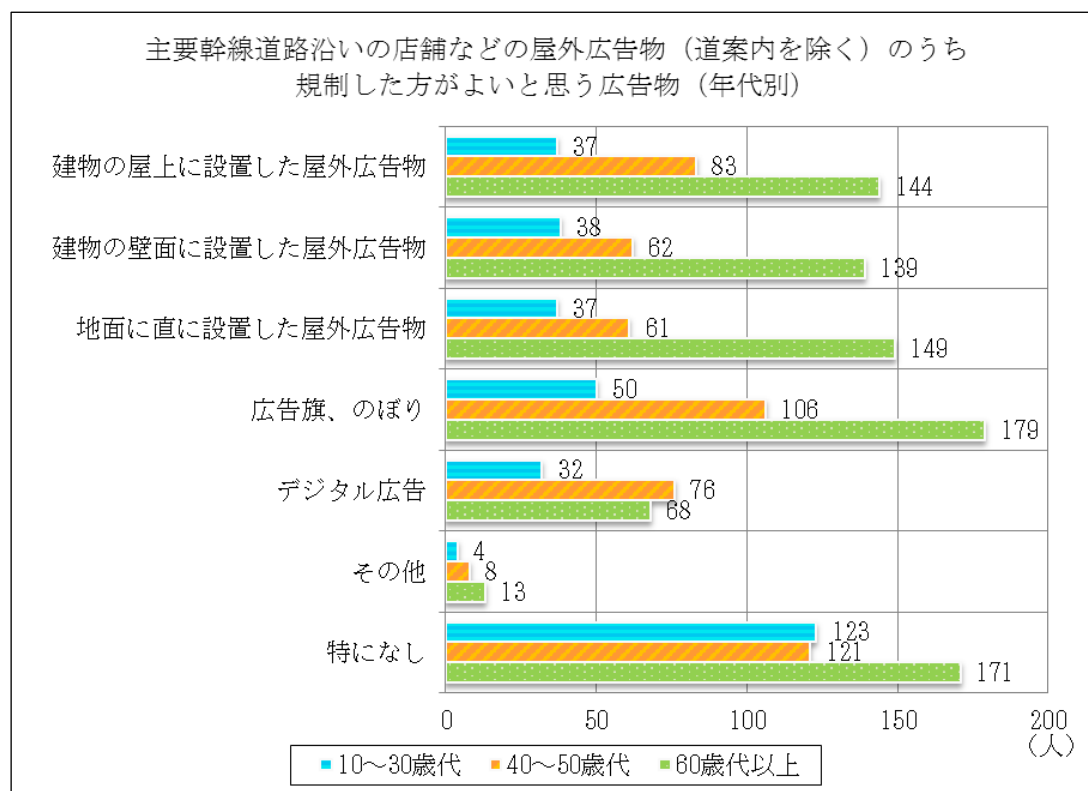
- ・パチンコ店等の電飾広告が過剰に派手なように感じます
- ・品のない物はサイズを小さくしてほしい
- ・相当大きいものがあると見苦しい
- ・音を出すもの
- ・交通規制、通行案内板などと混乱する広告物
- ・電飾の看板など夜間は目がチカチカして運転しづらい
- ・ビデオの部屋等の看板



規制した方がよいと考える店舗等の屋外広告物（道案内を除く）として、「特になし」を除き「広告旗、のぼり」が最も多く挙げられており、次いで「建物の屋上に設置した屋外広告物」「地面に直に設置した屋外広告物」「建物の壁面に設置した屋外広告物」が挙げられています。その他の意見として、交通標識と紛らわしいもの、サイズが大きなもの、夜間の交通に影響を及ぼす電飾の広告物などが挙げられました。

主要幹線道路沿いの店舗などの屋外広告物（道案内を除く）のうち
規制した方がよいと思う広告物（年代別）

選択項目	回答数（人）		
	10～30 歳代	40～50 歳代	60歳代 以上
建物の屋上に設置した屋外広告物	37	83	144
建物の壁面に設置した屋外広告物	38	62	139
地面に直に設置した屋外広告物	37	61	149
広告旗、のぼり	50	106	179
テレビ画面のようなものを利用して映像、 文字等を映し出した屋外広告物（デジタル 広告）	32	76	68
その他	4	8	13
特になし	123	121	171

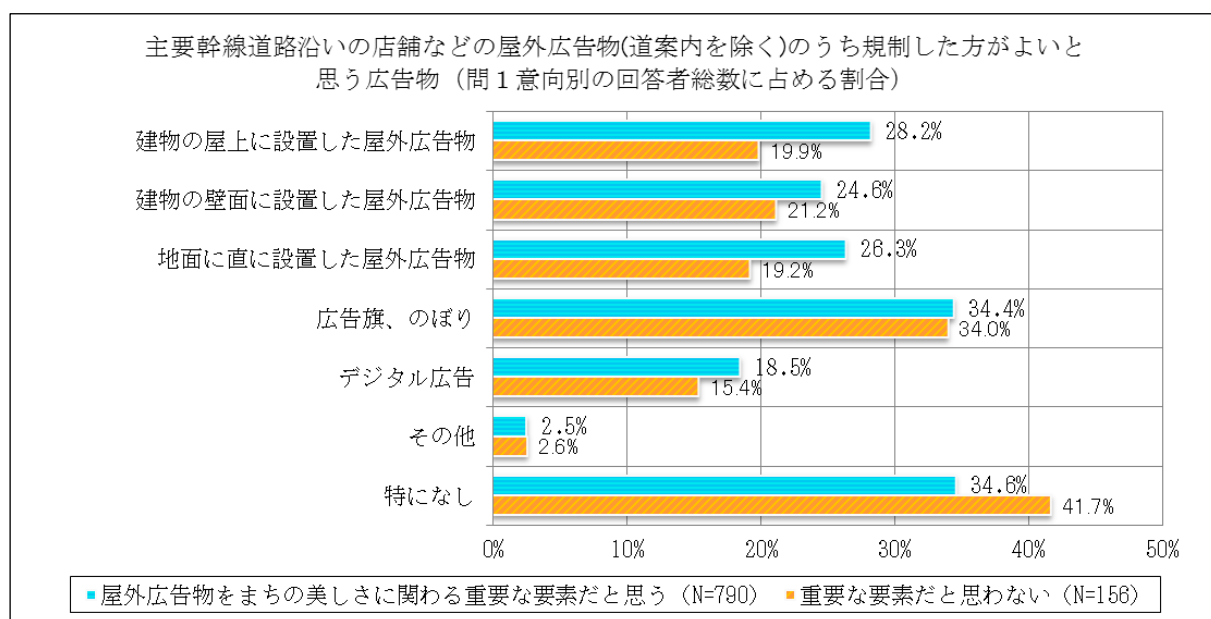


※年代不詳を除く

年代別にみると、各年代とも「特になし」を除き「広告旗、のぼり」を最も多く挙げています。60歳代以上では、それ以外に「地面に直に設置した屋外広告物」「建物の屋上に設置した屋外広告物」「建物の壁面に設置した屋外広告物」を挙げる方が多く、また40～50歳代では「建物の屋上に設置した屋外広告物」「デジタル広告」を挙げる方が多くなっています。10～30歳代ではどの広告物も同程度に挙げられています。

主要幹線道路沿いの店舗などの屋外広告物(道案内を除く)のうち
規制した方がよいと思う広告物 (問1 意向別の回答者総数に占める割合)

選択項目	問1 回答			
	屋外広告物をまちの美しさに関わる重要な要素だと思う		重要な要素だと思わない	
	回答数(人)	割合(%)	回答数(人)	割合(%)
建物の屋上に設置した屋外広告物	223	28.2%	31	19.9%
建物の壁面に設置した屋外広告物	194	24.6%	33	21.2%
地面に直に設置した屋外広告物	208	26.3%	30	19.2%
広告旗、のぼり	272	34.4%	53	34.0%
デジタル広告	146	18.5%	24	15.4%
その他	20	2.5%	4	2.6%
特になし	273	34.6%	65	41.7%
無回答	14	1.8%	5	3.2%
合計	790	100.0%	156	100.0%

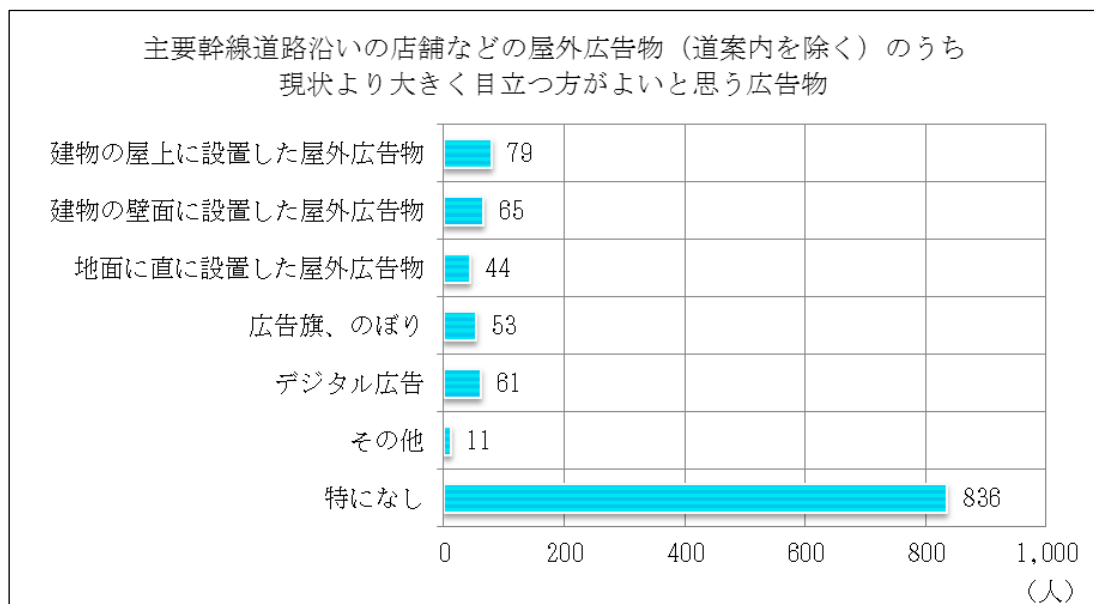


問1における回答者の意向別にみると、意向に関わらず、「特になし」が最も多く、次いで「広告旗、のぼり」が挙げられています。

その他の広告物について、『屋外広告物をまちの美しさに関わる重要な要素だと思う』回答者は、『屋外広告物をまちの美しさに関わる重要な要素だと思わない』回答者と比較して、規制したほうがよいと思う広告物を多く挙げています。

問 10 主要幹線道路沿いの店舗などの敷地内に掲げる屋外広告物（道案内を目的としたものを除く）で、「現状より大きな屋外広告物、派手な屋外広告物があるとよい」と思うものがありますか。（いくつでも選んで下さい）

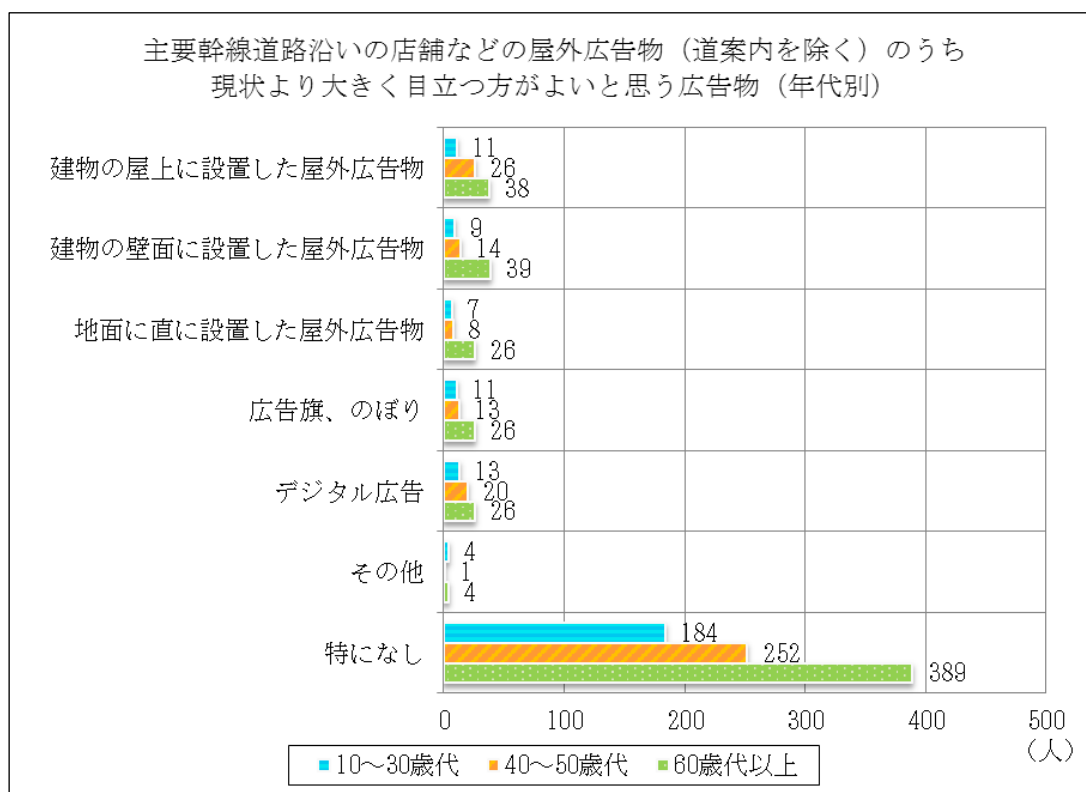
選択項目	回答数（人）
建物の屋上に設置した屋外広告物	79
建物の壁面に設置した屋外広告物	65
地面に直に設置した屋外広告物	44
広告旗、のぼり	53
テレビ画面のようなものを利用して映像、文字等を映し出した屋外広告物（デジタル広告）	61
その他	11
特になし	836



現状より大きい、また派手な方がよいと考える屋外広告物（道案内を目的）について、「特になし」と答える方が大多数となっています。

主要幹線道路沿いの店舗などの屋外広告物（道案内を除く）のうち
現状より大きく目立つ方がよいと思う広告物（年代別）

選択項目	回答数（人）		
	10～30 歳代	40～50 歳代	60歳代 以上
建物の屋上に設置した屋外広告物	11	26	38
建物の壁面に設置した屋外広告物	9	14	39
地面に直に設置した屋外広告物	7	8	26
広告旗、のぼり	11	13	26
テレビ画面のようなものを利用して映像、 文字等を映し出した屋外広告物（デジタル 広告）	13	20	26
その他	4	1	4
特になし	184	252	389

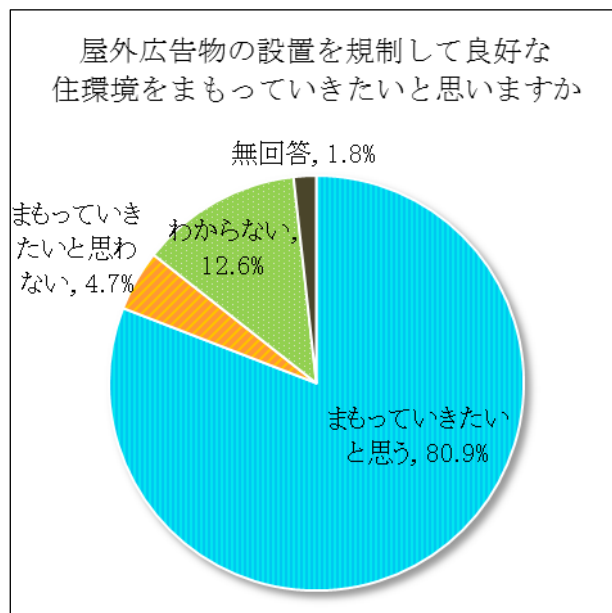


※年代不詳を除く

年代別にみると、どの年代でも「特になし」と答える方が最も多くなっています。

問 11 2階建てまでの住宅が多い地域についてお聞きします。屋外広告物の設置を規制して、良好な住環境をまもっていきたいと思いますか。

選択項目	回答数 (人)	割合 (%)
まもっていき たいと思う	872	80.9
まもっていき たいと思わ ない	51	4.7
わからない	136	12.6
無回答	19	1.8
合計	1,078	



(年代別)

上段：人、下段：%

年代	まもっていき たいと思う	まもっていき たいと思わ ない	わからない	合計
10 歳代	9 56.3%	1 6.3%	6 37.5%	16 100%
20 歳代	55 77.5%	3 4.2%	13 18.3%	71 100%
30 歳代	120 85.1%	6 4.3%	15 10.6%	141 100%
40 歳代	139 82.2%	8 4.7%	22 13.0%	169 100%
50 歳代	115 78.8%	9 6.2%	22 15.1%	146 100%
60 歳代	217 87.5%	11 4.4%	20 8.1%	248 100%
70 歳代	163 81.9%	9 4.5%	27 13.6%	199 100%
80 歳代以上	40 78.4%	2 3.9%	9 17.6%	51 100%
合計	858 82.4%	49 4.7%	134 12.9%	1,041 100%

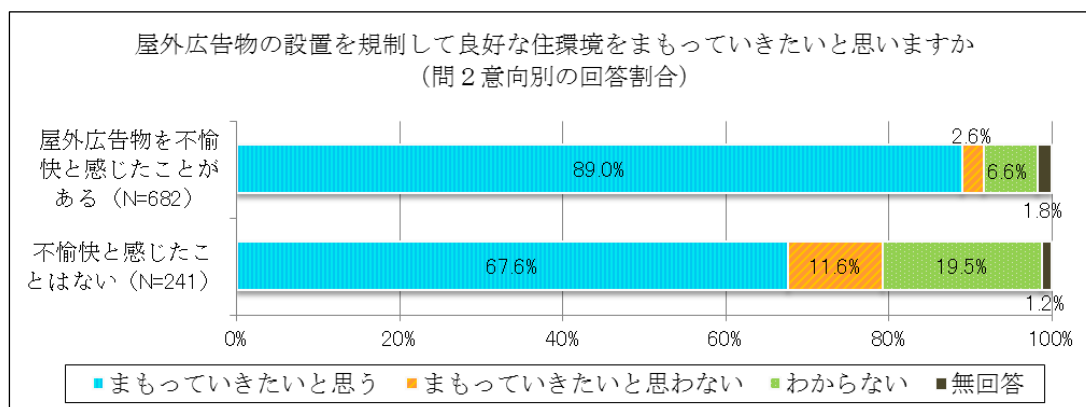
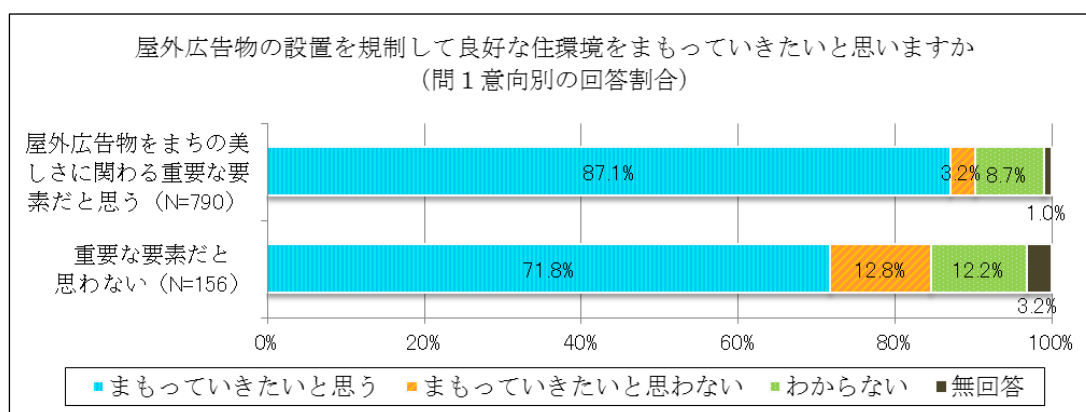
※無回答及び年代不詳を除く

「まもっていきたいと思う」と答えた方の割合は、全体の約8割となりました。年代別では、特に30歳代、60歳代で「まもっていきたいと思う」と答えた方の割合が高くなる一方、10歳代では6割弱にとどまりました。

屋外広告物の設置を規制して良好な住環境をまもっていききたいと思いますか

(問1及び問2意向別の回答割合)

択項目	問1 回答				問2 回答			
	屋外広告物をまちの美しさに関わる重要な要素だと思う		重要な要素だと思わない		屋外広告物を不愉快と感じたことがある		不愉快と感じたことはない	
	回答数 (人)	割合 (%)	回答数 (人)	割合 (%)	回答数 (人)	割合 (%)	回答数 (人)	割合 (%)
まもっていききたいと思う	688	87.1%	112	71.8%	607	89.0%	163	67.6%
まもっていききたいと思わない	25	3.2%	20	12.8%	18	2.6%	28	11.6%
わからない	69	8.7%	19	12.2%	45	6.6%	47	19.5%
無回答	8	1.0%	5	3.2%	12	1.8%	3	1.2%
合計	790	100.0%	156	100.0%	682	100.0%	241	100.0%

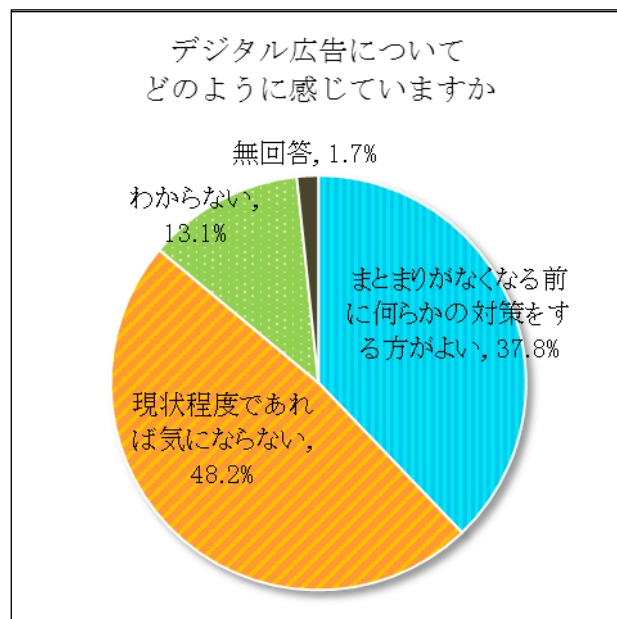


問1における回答者の意向別にみると、『屋外広告物をまちの美しさに関わる重要な要素だと思う』回答者の9割弱が「屋外広告物を規制して良好な住環境をまもっていききたいと思う」と答えた一方、『屋外広告物をまちの美しさに関わる重要な要素だとは思わない』回答者では「まもっていききたいと思う」と答えた方は7割強にとどまりました。

問2における回答者の意向別にみると、『屋外広告物を不愉快と感じたことがある』回答者の9割弱が「屋外広告物を規制して良好な住環境をまもっていききたいと思う」と答えた一方、『屋外広告物を不愉快と感じたことはない』回答者では「まもっていききたいと思う」と答えた方は7割弱にとどまりました。

問 12 テレビ画面のようなものを利用して映像、文字等を映し出した屋外広告物(デジタル広告)について、どのように感じていますか。

選択項目	回答数 (人)	割合 (%)
まとまりがなくなる前に何らかの対策をする方がよい	408	37.8
現状程度であれば気にならない	520	48.2
わからない	132	12.2
無回答	18	1.7
合計	1,078	



(年代別)

上段：人、下段：%

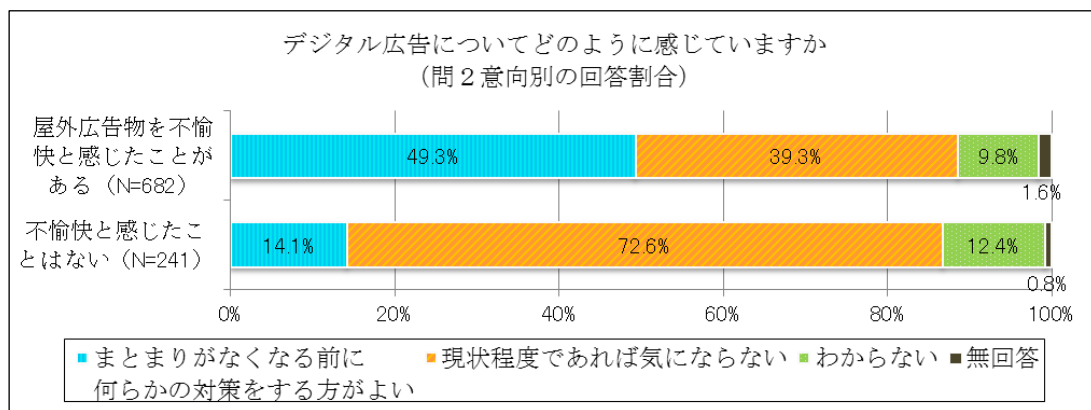
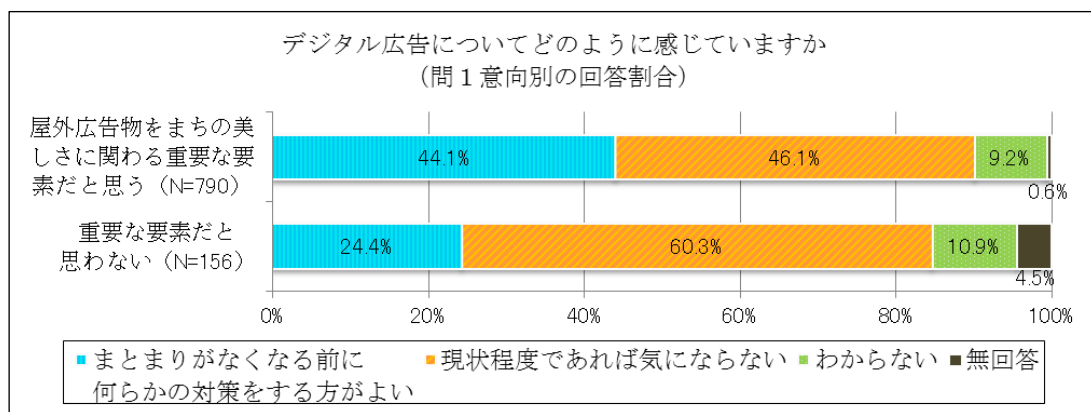
年代	対策をする方がよい	気にならない	わからない	合計
10 歳代	4 25.0%	9 56.3%	3 18.8%	16 100%
20 歳代	14 19.7%	46 64.8%	11 15.5%	71 100%
30 歳代	49 34.5%	81 57.0%	12 8.5%	142 100%
40 歳代	67 40.1%	87 52.1%	13 7.8%	167 100%
50 歳代	67 45.9%	69 47.3%	10 6.8%	146 100%
60 歳代	99 40.2%	116 47.2%	31 12.6%	246 100%
70 歳代	82 40.6%	87 43.1%	33 16.3%	202 100%
80 歳代以上	15 29.4%	20 39.2%	16 31.4%	51 100%
合計	397 38.1%	515 49.5%	129 12.4%	1,041 100%

※無回答及び年代不詳を除く

「対策をする方がよい」「現状気にならない」と答えた方の割合は、それぞれ全体の4割弱、5割弱となりました。年代別でも同様の傾向が見られましたが、50歳代で「対策をする方がよい」と答えた方の割合が他の年代と比べ高くなりました。

デジタル広告についてどのように感じていますか（問1及び問2意向別の回答割合）

選択項目	問1 回答				問2 回答			
	屋外広告物をまちの美しさに関わる重要な要素だと思う		重要な要素だと思わない		屋外広告物を不愉快と感じたことがある		不愉快と感じたことはない	
	回答数 (人)	割合 (%)	回答数 (人)	割合 (%)	回答数 (人)	割合 (%)	回答数 (人)	割合 (%)
まとまりがなくなる前に何らかの対策をする方がよい	348	44.1%	38	24.4%	336	49.3%	34	14.1%
現状程度であれば気にならない	364	46.1%	94	60.3%	268	39.3%	175	72.6%
わからない	73	9.2%	17	10.9%	67	9.8%	30	12.4%
無回答	5	0.6%	7	4.5%	11	1.6%	2	0.8%
合計	790	100.0%	156	100.0%	682	100.0%	241	100.0%

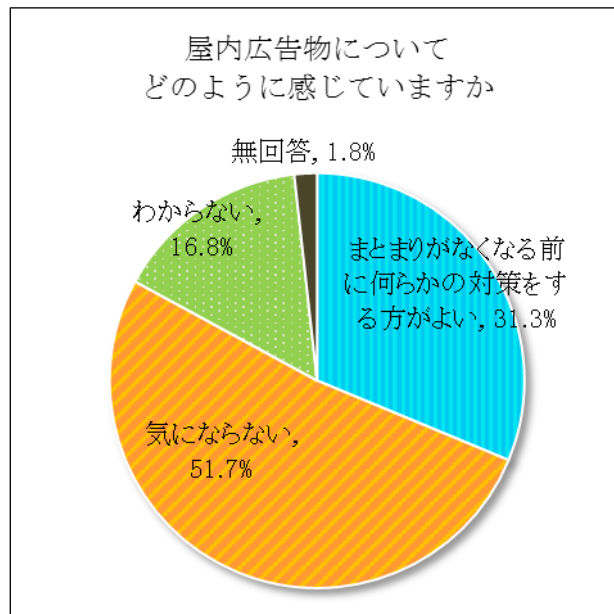


問1における回答者の意向別にみると、『屋外広告物をまちの美しさに関わる重要な要素だと思う』回答者の4割強が「対策をする方がよい」と答えた一方、『屋外広告物をまちの美しさに関わる重要な要素だと思わない』回答者では「現状気にならない」と答えた方が6割強となりました。

問2における回答者の意向別にみると、『屋外広告物を不愉快と感じたことがある』回答者の5割弱が「対策をする方がよい」と答えた一方、『屋外広告物を不愉快と感じたことはない』回答者では「現状気にならない」と答えた方が7割強となりました。

問 13 部屋の内側の窓ガラス等に、外へ向けて文字や絵を貼りつけて営業内容等を表示するなどして、窓ガラス越しに外側から広告内容が見えるように設置した広告物（屋内広告物）について、どのように感じていますか。

選択項目	回答数 (人)	割合 (%)
まとまりがなくなる前に何らかの対策をする方がよい	337	31.3
気にならない	557	51.7
わからない	165	15.3
無回答	19	1.8
合計	1,078	



(年代別)

上段：人、下段：%

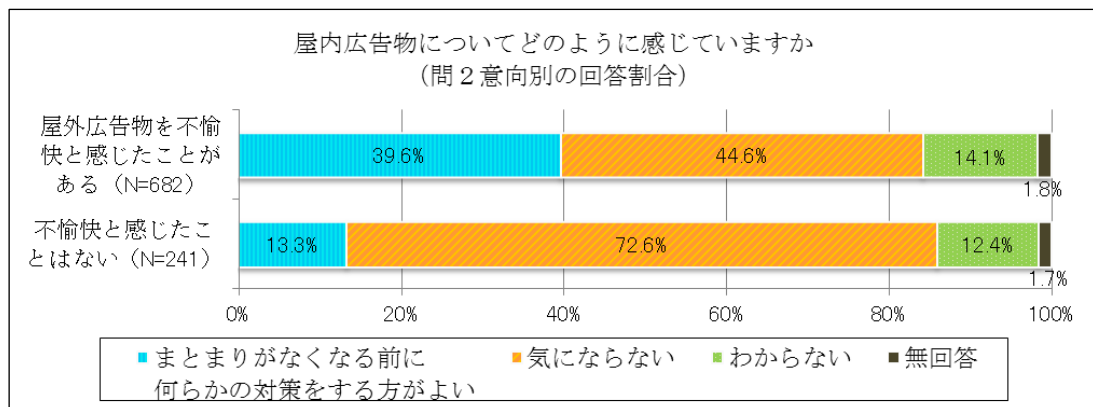
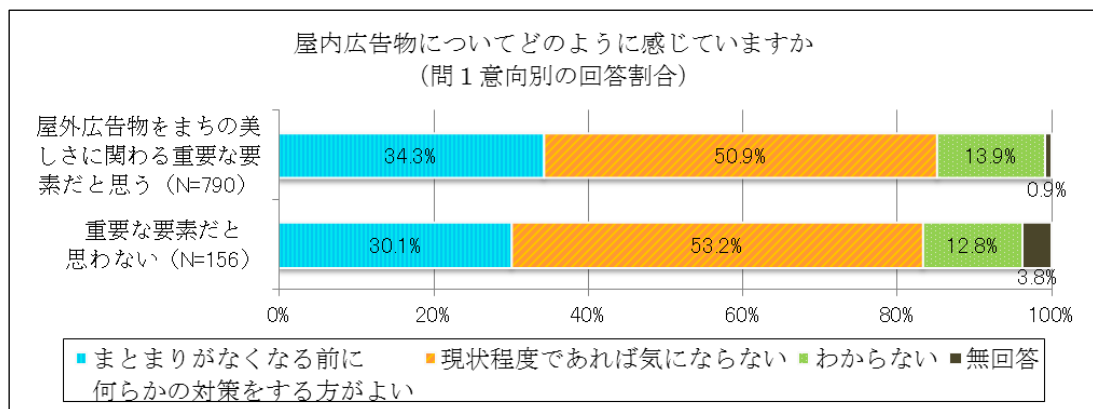
年代	対策をする方がよい	気にならない	わからない	合計
10 歳代	3 18.8%	10 62.5%	3 18.8%	16 100%
20 歳代	10 14.1%	53 74.6%	8 11.3%	71 100%
30 歳代	26 18.4%	99 70.2%	16 11.3%	141 100%
40 歳代	41 24.1%	107 62.9%	22 12.9%	170 100%
50 歳代	54 37.0%	68 46.6%	24 16.4%	146 100%
60 歳代	96 38.7%	111 44.8%	41 16.5%	248 100%
70 歳代	83 42.1%	79 40.1%	35 17.8%	197 100%
80 歳代以上	20 39.2%	19 37.3%	12 23.5%	51 100%
合計	333 32.0%	546 52.5%	161 15.5%	1,040 100%

※無回答及び年代不詳を除く

「対策をする方がよい」「現状気にならない」と答えた方の割合は、それぞれ全体の3割強、5割強となりました。年代別では、50歳代以上で「対策をする方がよい」と答えた方が約4割となる一方、30歳代以下では「対策をする方がよい」と答えた方が2割以下となりました。

屋内広告物についてどのように感じていますか（問1及び問2意向別の回答割合）

選択項目	問1 回答				問2 回答			
	屋外広告物をまちの美しさに関わる重要な要素だと思う		重要な要素だと思わない		屋外広告物を不愉快と感じたことがある		不愉快と感じたことはない	
	回答数 (人)	割合 (%)	回答数 (人)	割合 (%)	回答数 (人)	割合 (%)	回答数 (人)	割合 (%)
まとまりがなくなる前に何らかの対策をする方がよい	271	34.3%	47	30.1%	270	39.6%	32	13.3%
現状程度であれば気にならない	402	50.9%	83	53.2%	304	44.6%	175	72.6%
わからない	110	13.9%	20	12.8%	96	14.1%	30	12.4%
無回答	7	0.9%	6	3.8%	12	1.8%	4	1.7%
合計	790	100.0%	156	100.0%	682	100.0%	241	100.0%

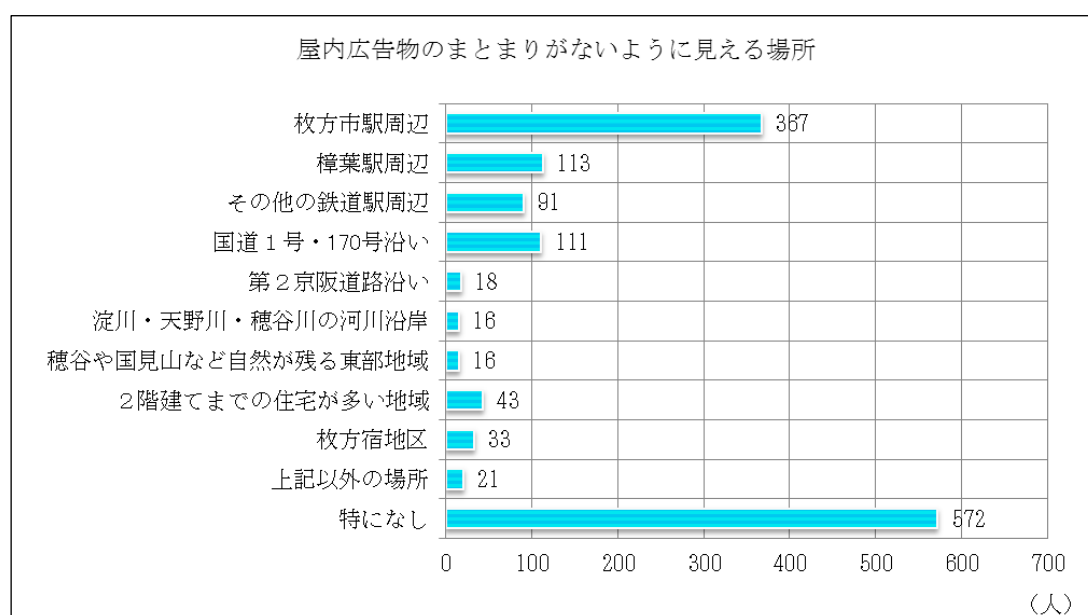


問1における回答者の意向別にみると、屋外広告物に対する意向に関わらず、ともに回答者の約3割が「対策をする方がよい」と答えました。

問2における回答者の意向別にみると、『屋外広告物を不愉快と感じたことがある』回答者の4割弱が「対策をする方がよい」と答えた一方、『屋外広告物を不愉快と感じたことはない』回答者では「現状気にならない」と答えた方が7割強となりました。

問 14 市内の屋内広告物で、まとまりがないように見える場所がありますか。(いくつでも選んで下さい)

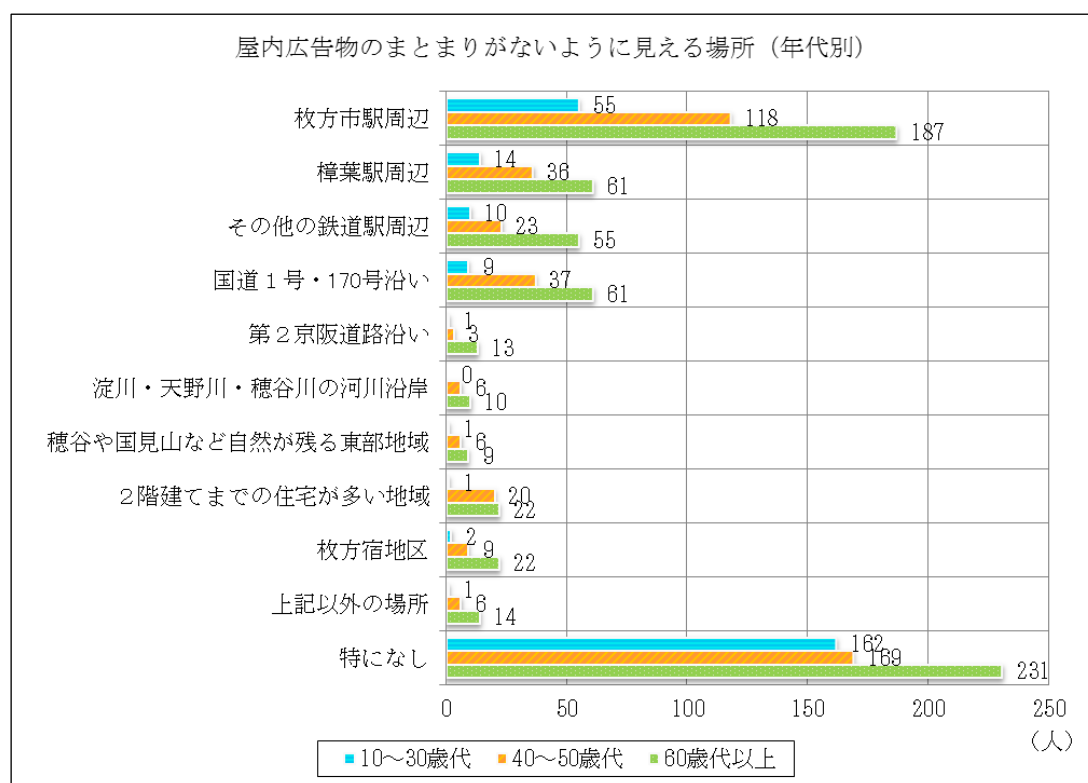
選択項目	回答数 (人)
枚方市駅周辺	367
樟葉駅周辺	113
その他の鉄道駅周辺	91
国道1号・170号沿い	111
第2京阪道路沿い	18
淀川・天野川・穂谷川の河川沿岸	16
穂谷や国見山など自然が残る東部地域	16
2階建てまでの住宅が多い地域	43
枚方宿地区	33
上記以外の場所	21
特になし	572



屋内広告物のまとまりがないように見える場所は、「特になし」を除き「枚方市駅周辺」が最も多く挙げられています。次いで「樟葉駅周辺」「国道1号・170号沿い」「その他鉄道駅周辺」などの場所が挙げられています。

屋内広告物のまとまりがないように見える場所（年代別）

選択項目	回答数（人）		
	10～30歳代	40～50歳代	60歳代以上
枚方市駅周辺	55	118	187
樟葉駅周辺	14	36	61
その他の鉄道駅周辺	10	23	55
国道1号・170号沿い	9	37	61
第2京阪道路沿い	1	3	13
淀川・天野川・穂谷川の河川沿岸	0	6	10
穂谷や国見山など自然が残る東部地域	1	6	9
2階建てまでの住宅が多い地域	1	20	22
枚方宿地区	2	9	22
上記以外の場所	1	6	14
特になし	162	169	231



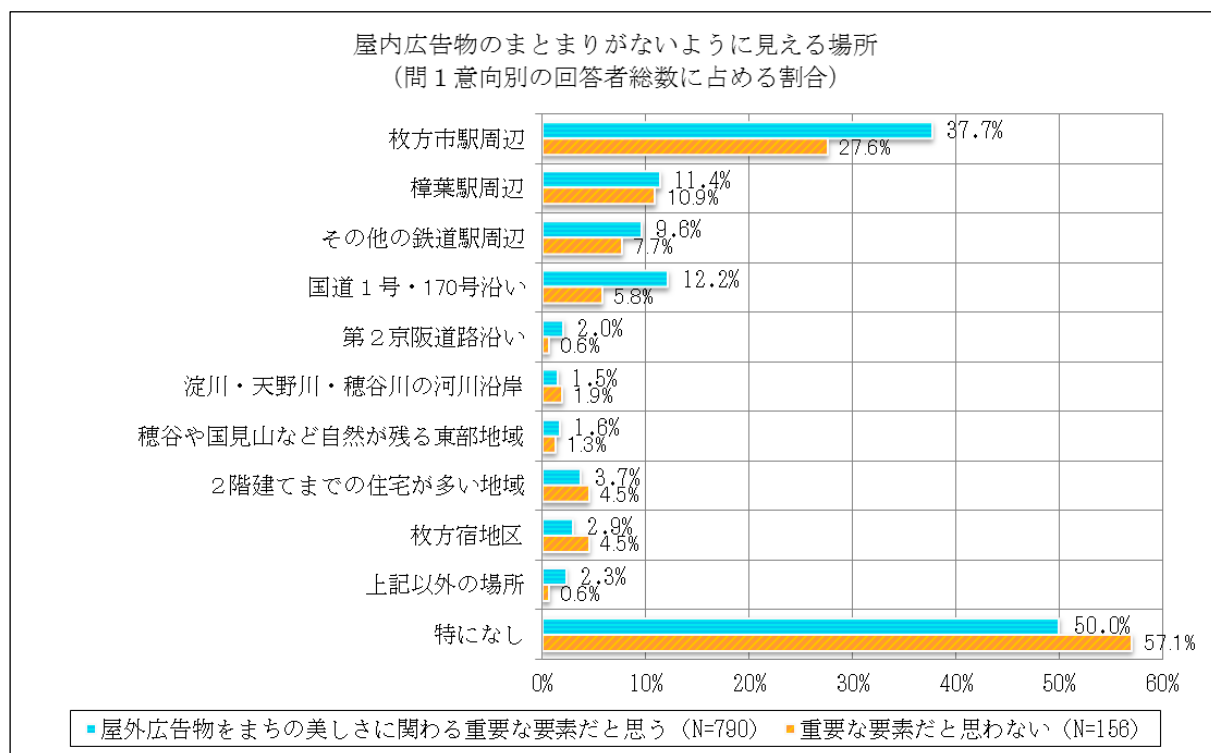
※年代不詳を除く

年代別にみると、どの年代でも「特になし」を除いて「枚方市駅周辺」が多く挙げられ、その他「樟葉駅周辺」「その他鉄道駅周辺」「国道1号・170号沿い」と、年代に関わらず同様の傾向を示しています。

屋内広告物のまとまりがないように見える場所

(問1 意向別の回答者総数に占める割合)

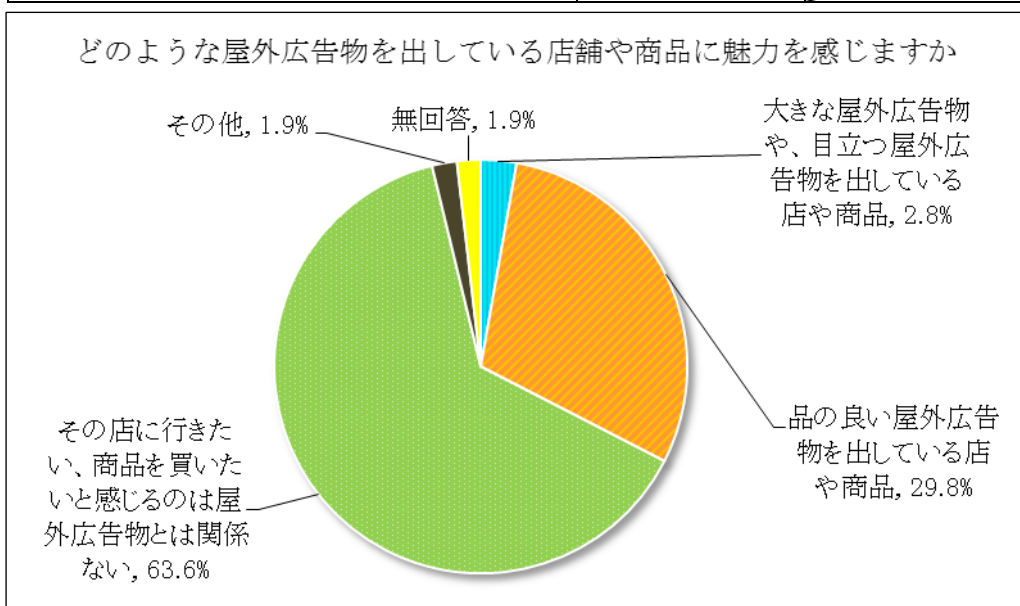
選択項目	問1 回答			
	屋外広告物をまちの美しさに関わる重要な要素だと思う		重要な要素だと思わない	
	回答数(人)	割合(%)	回答数(人)	割合(%)
枚方市駅周辺	298	37.7%	43	27.6%
樟葉駅周辺	90	11.4%	17	10.9%
その他の鉄道駅周辺	76	9.6%	12	7.7%
国道1号・170号沿い	96	12.2%	9	5.8%
第2京阪道路沿い	16	2.0%	1	0.6%
淀川・天野川・穂谷川の河川沿岸	12	1.5%	3	1.9%
穂谷や国見山など自然が残る東部地域	13	1.6%	2	1.3%
2階建てまでの住宅が多い地域	29	3.7%	7	4.5%
枚方宿地区	23	2.9%	7	4.5%
上記以外の場所	18	2.3%	1	0.6%
特になし	395	50.0%	89	57.1%
合計	790	100.0%	156	100.0%



問1における回答者の意向別にみると、『屋外広告物をまちの美しさに関わる重要な要素だと思う』回答者は、「枚方市駅周辺」「樟葉駅周辺」「その他の鉄道駅周辺」の駅前のほか、「国道1号・170号沿い」を多く挙げています。『屋外広告物をまちの美しさに関わる重要な要素だと思わない』回答者は、「枚方市駅周辺」「樟葉駅周辺」などを多く挙げています。

問 15 普段、どのような屋外広告物を出している店に行きたい、もしくは商品を買いたいと感
じますか。

選択項目	回答数 (人)	割合 (%)
大きな屋外広告物や、目立つ屋外広告物を出している店や商品	30	2.8
品の良い屋外広告物を出している店や商品	321	29.8
その店に行きたい、商品を買いたいと感じるのは屋外広告物とは関係ない	686	63.6
その他	21	1.9
無回答	20	1.9
合計	1,078	



【その他の主なご意見】

- ・場所が分かる様に道案内してくれるもの。
- ・品の無い広告、宣伝を行っている店には行きたくない。
- ・広告物を見るタイミングによる。昼食を考えている時に、そこに気の利いた良い広告があると、その店へ行くことがある。
- ・分かり易い看板
- ・その屋外広告物から近い店舗
- ・バリアフリー表示

どのような屋外広告物を出している店舗や商品に魅力を感じるかについて、「その店に行きたい、商品を買いたいと感じるのは屋外広告物とは関係ない」と答えた方が最も多く全体の6割強となりました。次いで「品の良い屋外広告物を出している店や商品」が3割弱となり、「大きな屋外広告物や、目立つ屋外広告物を出している店や商品」は1割未満となりました。

その他の広告物として店舗までの道案内のわかり易さやバリアフリー情報、また店舗までの距離の近さなどが挙げられました。

(年代別)

上段：人、下段：%

年代	大きな屋外広告物や、目立つ屋外広告物を出している店や商品	品の良い屋外広告物を出している店や商品	その店に行きたい、商品を買いたいと感じるのは屋外広告物とは関係ない	その他	合計
10 歳代	0 0.0%	5 31.3%	11 68.8%	0 0.0%	16 100%
20 歳代	2 2.8%	24 33.3%	42 58.3%	4 5.6%	72 100%
30 歳代	7 5.0%	55 39.0%	76 53.9%	3 2.1%	141 100%
40 歳代	5 3.0%	46 27.5%	111 66.5%	5 3.0%	167 100%
50 歳代	3 2.1%	39 26.9%	98 67.6%	5 3.4%	145 100%
60 歳代	5 2.0%	66 26.6%	174 70.2%	3 1.2%	248 100%
70 歳代	6 3.0%	66 33.0%	127 63.5%	1 0.5%	200 100%
80 歳代以上	0 0.0%	17 34.0%	33 66.0%	0 0.0%	50 100%
合計	28 2.7%	318 30.6%	672 64.7%	21 2.0%	1,039 100%

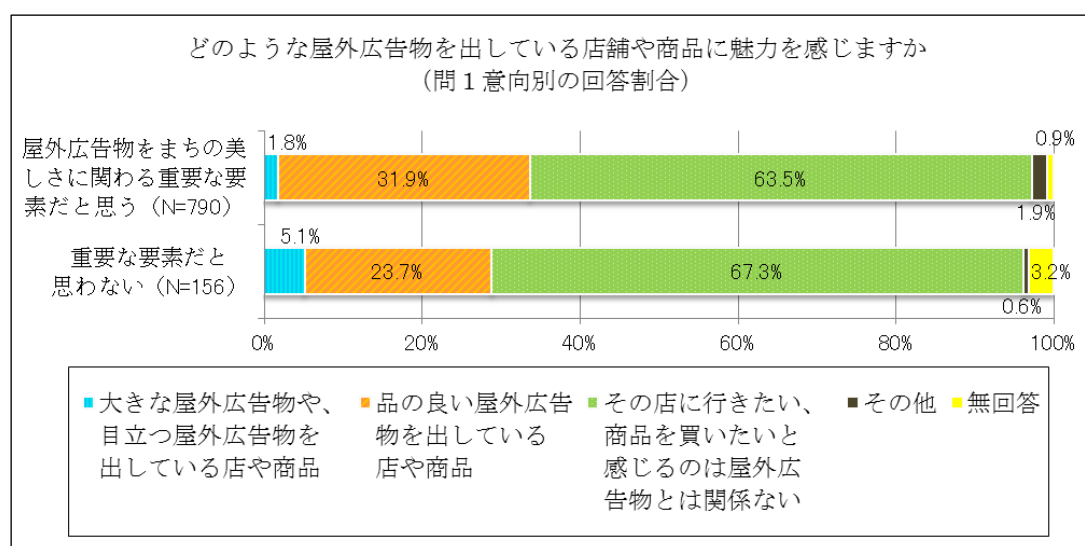
※無回答及び年代不詳を除く

年代別にみると、30 歳代以下の若年層及び 70 歳代以上の高齢層では「品の良い屋外広告物を出している店や商品」と答えた方の割合が 3 割超となる一方、40～60 歳代ではその割合は 3 割弱と低くなり、代わりに「その店に行きたい、商品を買いたいと感じるのは屋外広告物とは関係ない」と答えた方の割合が約 7 割と比較的高くなっています。

どのような屋外広告物を出している店舗や商品に魅力を感じますか

(問1 意向別の回答割合)

選択項目	問1 回答			
	屋外広告物をまちの美しさに関わる重要な要素だと思う		重要な要素だと思わない	
	回答数 (人)	割合 (%)	回答数 (人)	割合 (%)
大きな屋外広告物や、目立つ屋外広告物を出している店や商品	14	1.8%	8	5.1%
品の良い屋外広告物を出している店や商品	252	31.9%	37	23.7%
その店に行きたい、商品を買いたいと感じるのは屋外広告物とは関係ない	502	63.5%	105	67.3%
その他	15	1.9%	1	0.6%
無回答	7	0.9%	5	3.2%
合計	790	100.0%	156	100.0%

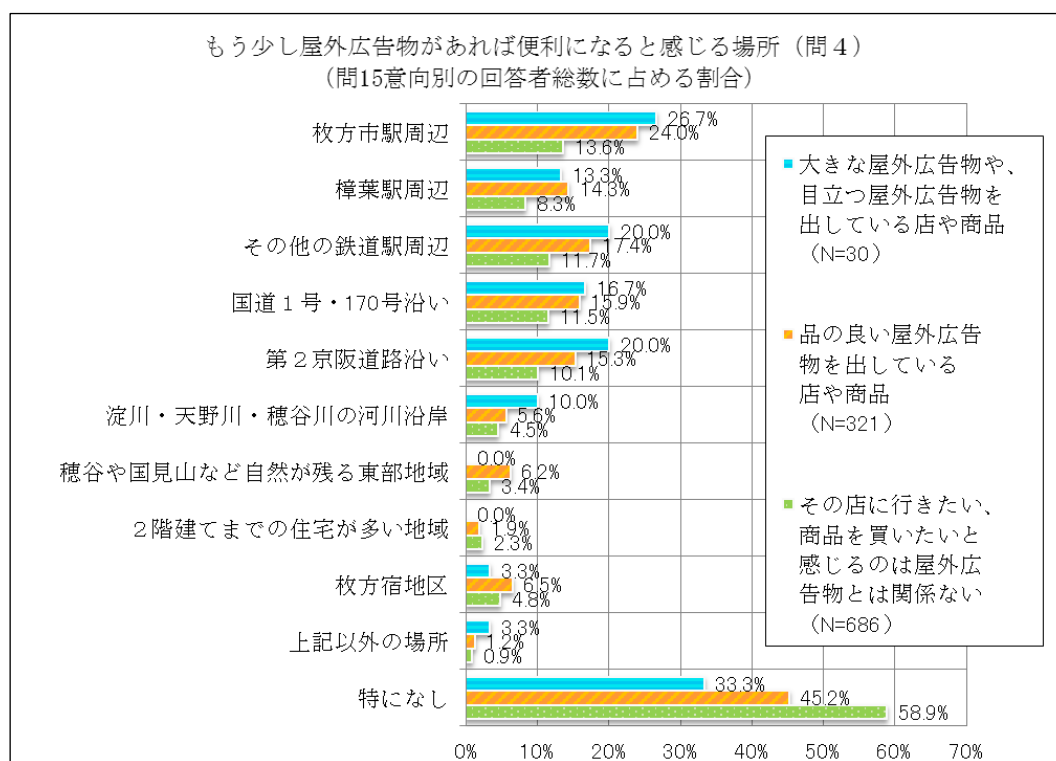


問1における回答者の意向別にみると、『屋外広告物をまちの美しさに関わる重要な要素だと思う』回答者の3割強が「品の良い屋外広告物を出している店や商品」と答えた一方、『屋外広告物をまちの美しさに関わる重要な要素だと思わない』回答者では2割強となりました。

また『屋外広告物をまちの美しさに関わる重要な要素だと思わない』回答者は「大きな屋外広告物や、目立つ屋外広告物を出している店や商品」と答えた方が1割弱と比較的高く、「その店に行きたい、商品を買いたいと感じるのは屋外広告物とは関係ない」と答えた方の割合も7割弱となっています。

もう少し屋外広告物があれば便利になると感じる場所（問4）
 （問15意向別の回答者総数に占める割合）

問4回答 もう少し屋外広告物があれば便利になると感じる場所	問15回答					
	大きな屋外広告物や、目立つ屋外広告物を出している店や商品		品の良い屋外広告物を出している店や商品		その店に行きたい、商品を買いたいと感じるのは屋外広告物とは関係ない	
	回答数(人)	割合(%)	回答数(人)	割合(%)	回答数(人)	割合(%)
枚方市駅周辺	8	26.7%	77	24.0%	93	13.6%
樟葉駅周辺	4	13.3%	46	14.3%	57	8.3%
その他の鉄道駅周辺	6	20.0%	56	17.4%	80	11.7%
国道1号・170号沿い	5	16.7%	51	15.9%	79	11.5%
第2京阪道路沿い	6	20.0%	49	15.3%	69	10.1%
淀川・天野川・穂谷川の河川沿岸	3	10.0%	18	5.6%	31	4.5%
穂谷や国見山など自然が残る東部地域	0	0.0%	20	6.2%	23	3.4%
2階建てまでの住宅が多い地域	0	0.0%	6	1.9%	16	2.3%
枚方宿地区	1	3.3%	21	6.5%	33	4.8%
上記以外の場所	1	3.3%	4	1.2%	6	0.9%
特になし	10	33.3%	145	45.2%	404	58.9%
合計	30	100.0%	321	100.0%	686	100.0%



問4の回答（もう少し屋外広告物があれば便利と感じる場所）と問15の回答（屋外広告物と消費行動）の関係をみると、『品の良い屋外広告物を出している店や商品』の回答者は「枚方市駅周辺」について屋外広告物の利便性を高めてほしいと答えた方が比較的多くなっています。

問 16 屋外広告物について、お気づきの点があればご自由にご記入ください。

全部で 396 件のご意見を頂きました。主なご意見は以下のとおりです。

【主なご意見】

屋外広告物規制とまちづくりについて

- ・特に住宅地における広告物に対し規制すべき
- ・広告も必要だと思うが品の良い住環境にそった広告をお願いしたい。
- ・広告物について気になるのは、色や大きさではなくその内容だと思います。品の無い広告はその街のレベルが問われるように思います。規制すべきはそういった点も踏まえて考えて欲しいと思います。
- ・国道を夜間に走行中特に感じるのが、道案内以外のデジタル(LED)の広告が目立ちすぎ、必要とする道案内が分からない。同じく駅周辺も品が無い広告が多すぎる。枚方宿場が有り、歴史の風情を感じさせる広告が無い。もっと枚方駅は歴史を感じさせる枚方市の顔、樟葉駅はモールも有り都会的な枚方市の顔と、2つのハッキリした町並みに為れば良いかと思う一人です。
- ・商業地域と居住地域の区別ができていけばよいように思います。枚方公園～枚方の街道筋は、住宅、高齢者施設、商業地区と入り混じっている上、歴史的な街道を売りにした観光スポットでもあるように思います。上記地区について、何か統一感のない感じ、違和感を感じることがあります。街のコンセプトが何かよくわからないので、もったいない気がしています。規制というのは難しいのかもしれませんが、皆さんの協力でもう少し統一感のある街並ができればうれしいですね。
- ・今までほとんど考えたことがありませんでしたが、誰が見ても好印象を持ってもらえるように規制は必要だと思います。自分の住んでいる町が評判が悪くなるのは嫌ですし、枚方＝きれいな市、住むのに良い場所と思えるようにして欲しいです。
- ・商店街は歴史的なものは除いて、ある程度サイズがそろった品の良い広告物があった方が良いと思う。住宅街は広告が無い方が落ちついた感じがする。
- ・市街地の全体的なバランスが必要だと思います。特に枚方宿の歴史的な景観は今後も保存してほしいですね。
- ・これからの時代は美観に品の良さのある町作り、緑の多い人々がほっと安心できる地区こそ人が集まり、発展していくと思う。写真を撮りたくても広告物が邪魔すると残念でならない。子育て、高齢者に優しい社会を望みます。その秩序を作る上でも、広告についての規制は良い観点だと思います。期待しております。
- ・落ち着いた街並になるように色、大きさ等規制してほしい。店を利用するのは看板ではない事を経営者は自覚してほしい。すっきりとした街並は、枚方の印象を良くし、街全体の価値も上がる。大阪の住みたい町を目指して、各人が努力すれば良い。
- ・屋外広告物の規制より違反広告物の規制を強化する仕組みの方が必要だと思われる。
- ・商業地域と住宅地域、自然の多い里山などTPOに合わせて規制をすると良いと思う。
- ・枚方市は、住みやすい街として枚方市の特徴を周知すべきであり、落ち着きのある街として打ち出したら良いと思います。
- ・枚方市のイメージがあがるような綺麗な広告であれば、規制する必要は無い。
- ・今後のことを考えると、早めに方針を定めておいたほうがよいと思います。

- ・景観が重要視される住宅地、枚方宿界限、穂谷など自然環境の豊かな地区は、景観条例を敷き、素晴らしい景観を作り上げることに意味があると思う。適用範囲の熟慮、その地区の構想としっかりリンクさせてほしいと思います。

屋外広告物と景観について

- ・スポンサーがつかず白いままですーっと放置されている看板等は見苦しい。
- ・統一感のない多数の広告は宣伝のステルス、押し売りで非常に不愉快です。まとまりのある統一感を出してほしいです。
- ・屋外広告物がちらちらとある風景で育ったので、それが思い出の枚方市の味となっていると思う。今後は増え続けるようなら不快ですが、今のままで特に不快ではありません。ただ、緑のあるところにピンクなどは少し困ります。
- ・街の景観を損ない、通行上、迷惑になる様な情報伝達手段は設置しない方が良いと感じます。今はネットやカーナビなど、情報検索がしやすく、大きな看板を頼りにしなくても、自分で目的地、目的物を探ることができる為。
- ・枚方市駅周辺は屋外広告物のまとまりがなさすぎて景観が悪い。また来たい！と思わせるものではない。
- ・広告物を出す人は、もっと美観を考えた場所にあった広告物を出していただきたい。住民の危険、交通の危険等を考えながら美観を優先にしていきたい。
- ・看板の大小ではなく周りとの調和を考えて欲しい。
- ・大きなものや派手な屋外広告物は運転の妨害になるし、美観を損ない、エネルギーの無駄。
- ・国道1号線は枚方の雰囲気我代表する地域なので、便利さもさることながら、景観にも配慮すべきだと思う。
- ・屋外広告物はある程度必要であるが、ある程度統一された秩序正しいスタイルが望ましい。
- ・母の介護で岡山まで行った帰り、バスの車窓から宮ノ坂の“マイズ”を見ては、ああ帰ってきたんだなと安堵した思い出があります。
- ・どこに設置しようと面積の大きい広告や派手な色の広告は美観上規制すべき。

屋外広告物と安全性について

- ・屋外広告で不安に感じるのは設置方法で、いかにも急に設置したと思われる雑なものは、簡単に風等で飛んでしまうような設置はさけてほしい。
- ・信号のない小さい交差点で視界の妨げとなる旗等の広告物は危険だと思います。又、歩道にとび出した広告物も危ないと思います。
- ・地面に直に設置した広告物は、目の不自由な人の邪魔になったり、子供がぶつかったりするので、あまり良くないと思っています。
- ・私が現在住んでいるあたりは、どちらかというと殺風景で日が暮れるのが怖いと感じます。明るい広告物があると助かります。また、友人に家の場所を教える際にも広告物があると伝えやすいので良いと思います。
- ・歩道などに直置きされた看板・のぼりなどの広告物は、通行の邪魔になるので、控えてほしいと思う。
- ・景観のみならず、災害時の安全を考えて設置してほしい。
- ・車いす生活では妨害的な置き看板が多いです。

道案内広告物について

- ・車で走行中、派手な屋外広告は事故につながることにになり、一定の規制が必要と思う。一方不案内の場所に行く場合は、目的地が分かりやすい派手にならない広告物には賛同します。
- ・目的地に行きたい時は、屋外広告があった方が助かる。

駅周辺の屋外広告物について

- ・駅周辺は、大きさ、形、色、旗などさまざまな看板が入り乱れています。通りごとに個性のある同じ看板に規制するなど、何らかの方法で規制が必要だと思われます。
- ・駅周辺等では、デジタル広告などは色とりどりで町をにぎやかな印象をあたえ活気が出ると思います。各駅周辺は他の町と比べて大変暗い気がします。
- ・駅前、駅周辺はその街の顔となるのでのぼりや旗、派手な品のない広告は規制して欲しい。
- ・初めて店に来る人でも分かりやすい広告だと助かってよいと思う。
- ・駅の回りはある程度は仕方ないとおもう。度をこすのは品がなくなるから撤去すべき。
- ・枚方駅前は市の代表地だと思うので、特に広告の規制をして美しい地域の印象をつけて欲しい。

デジタル広告について

- ・デジタル広告での刺激(光)が強く点滅する様なのは車の運転を妨げる恐れがありそうです。光量等の規制は必要だと思います。
- ・道路沿いにあるデジタル広告は、信号待ちしている間もチカチカと点滅する等してとても気になります。画面があまりに変わるのそちらに目を向けていなくてもしばらく残像が残るような違和感があります。もう少し高い位置に設置していただけたらと思います。
- ・テレビ画面の様なモニターを使った広告物は配置場所などに十分配慮すべきだと思う。
- ・デジタルはこれからどんどん増えていくように思う。目がチカチカする様な明るさの画像を流したりする広告は品がない。

屋内広告物について

- ・屋内広告について窓ガラスから外向けての広告、案内はキレイとは思わないし、最近ではイルミネーションを施してキラキラしている所も見受けられるがあまり必要と感ない所はやめた方がよいと思う。

その他広告物について

- ・移動できる自主看板を歩道に出している場合があります(夜と休日は出していません)。このような事はどうなのでしょう。やはり歩道は少し狭いです。見た目も邪魔です。
- ・京阪交通のバス、電車など、車体広告が多く見られますが、あまり全面に広告があるとかえって広告にある店舗に対する興味が失せます。品を欠いてきているように思えますが、京阪か京阪系列の会社などの広告をするのはわかりますが、ああいった広告はかえって逆効果のように思います。そしてああいった広告も街の景観に関係すると思います。

■調査結果のまとめ

本調査結果について、項目ごとに以下にとりまとめました。

屋外広告物に対する意向

- ・回答者の7割強が屋外広告物をまちの美しさに係る重要な要素と考えている。(問1)
- ・回答者の6割強が屋外広告物を不愉快と感じたことがあり、特に50～70歳代では約7割に上る。(問2)
- ・まちの美しさを乱していると感じる屋外広告物として「広告旗、のぼり」や「地面に直に設置した屋外広告物」が多く挙げられた。『屋外広告物を不愉快と感じたことがある』回答者に注目すると、「広告旗、のぼり」「地面に直に設置した屋外広告物」の他、「建物の壁面に設置した屋外広告物」「建物の屋上に設置した屋外広告物」「デジタル広告」が多く挙げられた。(問2及び問3)

屋外広告物規制と地域の関係について

- ・まとまりのある屋外広告物のための規制が必要と考える場所として、「枚方市駅周辺」が最も多く挙げられており、その他、「樟葉駅」などの鉄道駅周辺や「国道1号・170号沿い」などの幹線道路沿いの地域のほか、「東部地域」「住宅が多い地域」「枚方宿」などが挙げられた。(問5)
- ・『屋外広告物をまちの美しさに関わる重要な要素だと思う』回答者に注目すると、「枚方市駅周辺」を最も多く挙げており、その他「国道1号・170号沿い」「樟葉駅周辺」を比較的多く挙げていた。(問1及び問5)
- ・屋外広告物があれば便利になると感じる場所は「特になし」が最も多く、その他具体の地域として「枚方市駅周辺」が比較的多く挙げられた。(問4)

道案内屋外広告物について

- ・道案内を目的とした広告物について、「活用している」のは約5割となる。(問6)
- ・規制した方がよいと考える道案内屋外広告物として「広告旗、のぼり」及び「地面に直に設置した屋外広告物」が多く挙げられた。(問7)
- ・道案内屋外広告物を『活用していない』回答者ほど、道案内屋外広告物を規制した方がよいと考える傾向がみられた。(問6及び問7)
- ・現状より大きい、また派手にした方がよい道案内屋外広告物は「特になし」との意見が大多数となった。(問8)

道路沿線の屋外広告物について

- ・道路沿線の屋外広告物(道案内を除く)について、規制した方がよい広告物は「特になし」との意見が最も多く、次いで「広告旗、のぼり」が挙げられた。(問9)
- ・『屋外広告物をまちの美しさに関わる重要な要素だと思う』回答者に注目すると、『屋外広告物をまちの美しさに関わる重要な要素だと思わない』回答者と比較して、屋外広告物の種類に関わらず規制した方がよいと答えた。(問1及び問9)
- ・道路沿線の屋外広告物について、現状より大きい、また派手にした方がよい広告物は「特になし」との意見が大多数となった。(問10)

住環境と屋外広告物について

- ・良好な住環境をまもるための屋外広告物の規制について約8割の回答者が必要と考え、『屋外広告物をまちの美しさに関わる重要な要素だと思う』回答者ほど、その傾向は高くなっている。(問1及び問11)

デジタル広告について

- ・デジタル広告の規制について約4割の回答者が必要と考え、『屋外広告物をまちの美しさに関わる重要な要素だと思う』回答者ほど、その傾向は高くなっている。(問1及び問12)

屋内広告物について

- ・屋内広告物の規制について、回答者の約3割が「対策をする方がよい」と答え、約5割の回答者が「気にならない」と答えた。(問13)
- ・『屋外広告物を不愉快と感じたことがある』回答者の約4割が「対策をする方がよい」と答える一方、『不愉快と感じたことはない』回答者ではその割合は約1割に留まっており、景観を意識する層ほど屋内広告物が景観に与える影響を懸念していることが伺える。(問2及び問13)
- ・屋内広告物のまとまりがないように見える場所として「枚方市駅周辺」が多く挙げられており、『屋外広告物をまちの美しさに関わる重要な要素だと思う』回答者ほど、その傾向は高くなっている。(問1及び問14)

屋外広告物と消費行動の関係について

- ・回答者の約6割が(消費行動と)屋外広告物とは関係ないと考えている。(問15)
- ・「品の良い屋外広告物」に好印象を受けている回答者は全体で約3割となり、『屋外広告物をまちの美しさに関わる重要な要素だと思う』回答者では、『屋外広告物をまちの美しさに関わる重要な要素だと思わない』回答者より高い値を示した。(問1及び問15)
- ・『品の良い屋外広告物』に好印象を受けている回答者は「枚方市駅周辺」の屋外広告物の利便性を高めて欲しいと考える回答者が多くなっている。(問4及び問15)

市では、今回の市民アンケートから得られた結果を参考にさせて頂き、市内の屋外広告物等の適切な管理と良好なまちなみ景観の形成に向けた、屋外広告物の規制基準の見直について検討を進めていきたいと考えています。

屋外広告物等の規制及び誘導の検討に係るスケジュール(案)

資料5

項目/月	平成26年度			平成27年度					平成28年度			
	10月	後半	3月	4月	前半	9月	10月	後半	3月	4月		10月
景観審議会	第2回		第3回		第1回		第2回		第3回		第4回	
屋外広告物条例改定	諮問 実態調査・市民アンケートを踏まえ、規制・誘導内容検討 市民アンケート 屋外広告物実態調査(委託)				中間答申 素案作成		答申 ハブコメ 12月議会					改正屋外広告物条例一部施行・区域指定 公告
景観計画変更					屋外広告物条例の改定内容等を踏まえ、景観計画の変更 素案作成		ハブコメ 都市計画審議会					改正屋外広告物条例全面施行