

別紙標準様式（第7条関係）

会 議 録

会 議 の 名 称	平成28年度 第1回 枚方市景観審議会
開 催 日 時	平成28年7月20日（水） 15時00分から 16時30分まで
開 催 場 所	枚方市民会館1階 第4集会室
出 席 者	会長：吉川委員、副会長：下村委員 委員：岡委員、清水委員、津田委員、恩地委員、小野委員 北村委員、富田委員、加藤委員
欠 席 者	委 員：鶴島委員、藤本委員
案 件 名	案件第1号 枚方市屋外広告物ガイドライン（案）について その他
提出された資料等の 名 称	<ul style="list-style-type: none"> ・次第 ・案件第1号 <ul style="list-style-type: none"> 資料1 枚方市屋外広告物ガイドライン（案） 資料2 枚方市屋外広告物ガイドライン作成に係るスケジュール(案) ・参考資料 <ul style="list-style-type: none"> 参考1 ガイドライン推奨基準と規制基準との比較表 参考2 ガイドライン推奨基準と規制基準との比較図 ・報告資料 <ul style="list-style-type: none"> 報告1 景観形成に係る申請等状況について 報告2 枚方市景観審議会運営要領 ・その他 平成27年度第4回枚方市景観審議会会議録
会議の公開、非公開の別 及び非公開の理由	公開
会議録の公表、非公表の 別及び非公表の理由	公表

傍 聴 者 の 数	なし
所 管 部 署 (事 務 局)	都市整備部 都市整備推進室 景観住宅整備課

審 議 内 容

1 開 会

吉川会長： お待たせいたしました。定刻になったようですので、ただいまより、平成28年度第1回枚方市景観審議会を開催いたします。

本日は、委員の皆様には何かとお忙しい中、また月曜日に梅雨明けしたということで、大変暑い中、本審議会にご出席いただきましてありがとうございます。

本日は、前回から申し上げておりましたように、「枚方市屋外広告物ガイドライン（案）について」を議論してまいりたいと考えておりますので、よろしく願いいたします。

本日の会議録の署名人については、五十音順となりますので、北村委員と清水委員にお願いを申し上げます。署名人ですが、前回より、その回の順番の方がご欠席の場合でも、順を飛ばして、そのままの輪番でお願いすることとしております。なかなか順番が狂ってくるとつかめないというところもございますので、出たときには何人かの確率で署名人になるということをご理解いただきたいと思います。

それでは、本審議会の開催に当たりまして、市を代表いたしまして、島田都市整備部長より、ご挨拶を申し上げます。

島田部長： 改めまして、皆様、こんにちは。都市整備部長の島田でございます。この4月に都市整備部長に就任いたしましたので、また今後ともどうぞよろしく願いいたします。

委員の皆様方には、日ごろから本市の景観行政に対しましてご協力、またご支援いただきましてまことにありがとうございます。本日はまた暑い中、何かとお忙しい中、本審議会にご出席いただきましてありがとうございます。

早いもので、本市も景観行政団体となりまして3年目に入っております。この4月には、屋外広告物条例を改正したものの一部を施行しております。10月には全面施行を迎える運びとなっております。景観を構成する重要な要素であります屋外広告物の基準等を改めることで、より良好な景観形成に向けて、積極的に景観施策を進めてまいりたいと考えております。

さて、本日の審議会につきましては、前回の審議会にてご意見をお伺いいたしました「屋外広告物ガイドライン」の基本的な考え方につきまして、それに基づいて作成いたしましたガイドライン案をお示しいたしまして、ご意見を伺いたいというふうと考えております。景観の形成は、建築物や工作物などのそれぞれの敷地における新築や増改築によるところが大きということで、そのためにも委員の皆様方のご意見をお聞きし、より

よいガイドラインの作成を取り組んでいきたいと考えておりますので、どうぞよろしく願いいたします。

以上、甚だ簡単ではございますけれども、開会のご挨拶とさせていただきます。どうぞよろしく願いいたします。

吉川会長： ありがとうございます。

それでは、次に、委員の皆様のお出席状況の報告と資料の確認を、事務局よりお願いいたします。

事務局： 事務局を務めます北尾です。どうぞよろしくお願いいたします。座って進めてまいりたいと思いますので、よろしくお願いいたします。

まず初めに、委員のお出席状況をご報告させていただきます。本会の委員総数は12名でございますが、本日は9名の委員の皆様にご出席をいただいております。枚方市附属機関条例第5条の規定に基づく、委員総数の半数に達しております。

したがって、本会が成立しておりますことをご報告申し上げます。

なお、鶴島委員、藤本委員につきましては、欠席される旨の連絡をいただいております。

また、富田委員につきましては、事故による渋滞のため、少し遅れるという連絡が入っております。

次に、本日お配りしております、資料の確認をさせていただきます。お手元の資料をご覧ください。

まずは、平成28年度第1回枚方市景観審議会と表記された冊子をご覧ください。

まず、それをめくっていただきまして、「議事次第」となっております。

次に、案件第1号の資料としまして、インデックスをつけています資料1、2をご覧ください。

資料1が、枚方市屋外広告物ガイドライン（案）、資料2が、枚方市屋外広告物ガイドライン作成に係るスケジュール（案）となっております。

次に、参考資料としまして、インデックスをつけています参考1、2をご覧ください。冊子にはとじず、差し込みとなっております。

参考1が、ガイドライン推奨基準と規制基準との比較表、参考2が、ガイドライン推奨基準と規制基準との比較図となっております。

続きまして、報告資料としまして、インデックスをつけています報告1、2をご覧ください。

報告1が、景観形成に係る申請等状況について、報告2が、枚方市景観審議会運営要領となっております。

その他の資料として、インデックスをつけています平成27年度第4回枚方市景観審議会会議録となっています。

この冊子以外に、追加資料といたしまして、本年10月より活用予定の屋外広告物のてびきをお配りしております。

以上となっております。過不足等ございませんでしょうか。よろしいでしょうか。資料につきましては以上でございます。

なお、机にあります、氏名を記載させていただいております地図は、次回の審議会でも使用しますので、お帰りの際、そのままにさせていただきますようお願いいたします。

以上です。

吉川会長： ただいま事務局より報告がありましたとおり、本日の審議会は成立しております。

本審議会は「枚方市審議会等の会議の公開等に関する規程」に基づき、原則公開としております。

本日の議案を確認したところ、個人情報などの公開すべきでない情報が含まれた案件ではございませんので、本日の審議会は公開としますが、ご異議ございませんでしょうか。

出席委員： (異議なし)

吉川会長： ありがとうございます。

異議なしということで、それでは、本日の審議会は公開といたします。本日、傍聴人はおられますか。

事務局： いいえ、本日、傍聴を希望されている方はおられません。

2 議題

吉川会長： では、早速、案件1の「枚方市屋外広告物ガイドライン(案)について」審議を進めてまいりたいと思います。

事務局から説明をお願いいたします。

事務局： 景観住宅整備課、土井原でございます。

座って、説明をさせていただきます。失礼いたします。

それでは、「枚方市屋外広告物ガイドライン(案)について」のご説明をさせていただきます。お手元の資料に沿って進めていきますので、よろしくをお願いいたします。

お手元の枚方市屋外広告物ガイドライン（案）と記載しております資料1をご覧ください。

まず、表紙をめくっていただき、左側の目次をご覧ください。

ガイドラインの構成といたしまして、四つの大項目に分かれております。

大項目1「はじめに」ではガイドラインの目的や位置づけ、活用者、活用方法を記載しております。

大項目の2の「全市共通のガイドライン」では、共通の誘導すべき内容を記載し、項目としては「景観との調和」などとしております。

大項目3の「地域別ガイドライン」では各地の景観特性になじませるため、項目といたしましては「幹線道路沿い」などの区域としております。

大項目4の「種類別ガイドライン」では「屋上広告物」など、広告物の種類別に分けて記載しております。このような構成で作成をしています。

次に、2ページをご覧ください。

「（1）屋外広告物とは」の項目で、屋外広告物の定義とイラストであらわしております。

次に、3ページをご覧ください。

「（2）ガイドラインの目的」の項目では、昨年度策定しました市独自の屋外広告物条例で定めた規制基準とは別に、さらに質の高い景観形成や公衆への危害防止を推進するため、このガイドラインに屋外広告物の望ましいあり方を示すことを目的としております。

また、その計画・設計を行う際の解説及び本市の指導・助言の根拠として位置づけをして、活用していくものとしております。

次に、「（3）ガイドラインの位置づけ」の項目ですが、イラストのとおり、屋外広告物法や景観法との関係を示しております。

一番下に目を移していただきまして、屋外広告物条例と本ガイドラインの違いを記載しております。

屋外広告物条例では、掲出できる区域や大きさなどの基準を規定したもので、許可する場合の基準で規制基準としております。

一方、ガイドラインは、質の高い景観形成を推進するための基準としまして、推奨基準としております。

次に、4ページをご覧ください。「ガイドラインの活用を促す対象者」の項目で対象者を示しております。

次に、5の「ガイドラインの活用方法」の項目では、広告物の計画から管理まで全体のフローと、図の上にあります「屋外広告物のてびき」とありますが、屋外広告物条例の規制内容をわかりやすくしたものが「屋外広告物のてびき」で、その「てびき」と「ガイドライン」との関係を示しております。

広告物を掲出していく際には、図の中に矢印がありますように、規制基準を遵守していただき、ガイドラインにつきましては活用していただくこととしております。

次に、5ページをご覧ください。ここから、ガイドラインの具体的な記述となります。

大項目2の「全市共通のガイドラインとなり（1）の景観との調和」の項目では、周辺の景観と調和を求め、市内にある各景観のイメージを写真であらわしております。

次に、「（2）大きさ・高さ」の項目ですが、ガイドラインでは条例に基づいた規制基準とは別に、広告物の大きさ・高さについて、都市計画で定められた用途地域に基づき、設定した区域区分ごとに表に示す推奨基準を設けました。

下の表をご覧ください。

表の左に、上から下へ順に広告物の種類、表の上には、左から右へ住宅区域となる重点制限区域、真ん中の欄には、住宅、商業、工場と混在区域となる一般制限区域、一番右側には商業地域となる制限緩和区域となっております。

各区域、広告物の種類に応じた推奨基準を記載しております。

この表には、条例で定めた規制基準が記載されておりませんので、この推奨基準がどの程度なのかわかりづらいですので、参考1の比較表で説明をさせていただきます。

恐れ入りますが、A3の参考1の資料をご覧ください。

この表は、規制基準と推奨基準との比較図でございます。青く着色している部分がガイドラインの推奨基準で、着色していない部分が規制基準となっております。

一例を挙げますと、左上の屋上広告物の欄をご覧ください。

重点制限区域では、ガイドラインの推奨基準では、大きさについて、広告物の高さである縦は建物の高さの5分の1以内、横は建物の幅の範囲内となります。

一つ下に目を移していただき、規制基準の道路軸などでは、広告物の縦は建物の高さの3分の1以内、横は建物の幅の範囲内。

さらに一つ下に目を移していただき、許可区域では、広告物の高さは建物の高さの3分の2以内、横は建物の幅の範囲内となっております。

このように、広告物の高さについては、ガイドライン推奨基準は5分の1となり、規制基準に比べて厳しいものとしております。

恐れ入りますが、参考2をご覧ください。

先ほどの比較表である参考1で太く囲んだ重点制限区域の屋上広告物と壁面広告物について、ガイドライン推奨基準と規制基準との比較図でござ

います。

この比較図の上側半分が先ほど一例として挙げた屋上広告物の部分になります。

また、下側半分が壁面広告物の比較図となります。

このとおり、推奨基準が規制基準より厳しい基準となっております。

恐れ入りますが、本編に戻っていただき、6ページをご覧ください。

「(3) 色彩」の項目ですが、丸の一つ目では色合いに配慮し、二つ目の丸では色の数についてなるべく抑えることを記載しております。

また、下の表で色彩の推奨基準を設定しており、この適用については、用途地域の商業地域や近隣商業地域を除いた全市共通としております。

色彩の基準につきましては、規制基準で枚方宿地区の数値基準と同等としておりまして、広告物の3分の2以上に赤や黄色などの原色に近い色を抑えてほしいといった内容となっております。

次に、6ページから8ページにかけてですが、「(4) 統一感の演出」「(5) デザイン」「(6) わかりやすさ」の項目ですが、イラストにて視覚的な形でお示ししております。いずれも左側の状況から改善したものが右側となっております。

9ページ、「(7) 安全性」の項目ですが、丸の一つ目、二つ目では、見通し空間の確保など、交通に対する安全性の配慮について、三つ目では、維持管理について、四つ目、五つ目では、日常的な自主点検について、最後に、必要がなくなれば撤去するなど、公衆への危害の防止の観点から、より具体的に記載しております。

これまでが全体項目となります。

次に、10ページをご覧ください。

ここから大項目3の「地域別ガイドライン」となります。ここでは、町の特徴から考える屋外広告物の望ましいあり方について解説していきます。表のとおり、(1) から (7) までの地域区分を設けており、下の地図ではその地域ごとに色分けをしております。

なお、(6) の住宅地と (7) の地域を象徴する場所は不特定であるため、表現はしていません。

なお、(7) の場所につきましては、21ページ、22ページに掲載をさせていただいております。

次に、11ページをご覧ください。

「(1) 幹線道路沿い」の項目では、まとまりのある沿道景観となるよう、統一感の演出、わかりやすさ等に配慮するように記載しており、丸の一つ目では、配色数は最小限としてわかりやすい広告物の表示について記載しております。

11ページ、12ページの「(2) 河川沿い」「(3) 東部地域」の項

目では、ともに広がりのある眺望景観の確保の観点から、丸の一つ目には、屋上広告物や、二つ目には、著しく突出した地上広告物は控えるように記載しております。

次に、13ページをご覧ください。

「(4) 枚方宿地区」の項目では、歴史的な町に調和しつつもにぎわいや活気をつくり出すような広告物の表示について記載しております。ここでは、初めに説明しました広告物の大きさや色彩の推奨基準より上乘せし、枚方宿地区の特性に調和するように記載しております。

丸の一つ目、「街道沿いは広告物の表示を控えましょう。」のポイントの一つ目で、「1敷地当たり5㎡以内の表示としましょう。」としております。

丸の二つ目では、街道沿いの建物の伝統的意匠等による雰囲気を損なわないよう配慮するとしております。

また、14ページに移りまして、一番上の丸のところでは、「基調色は白・黒・灰色等の無彩色、あるいは濃茶等としましょう。」といった色彩の推奨を示しております。

次に、「(5) 駅周辺」の項目では、にぎわいのある空間づくりに配慮した広告物の表示について記載しております。

駅周辺は多種多様な広告物が氾濫しやすい場所ですので、丸の二つ目に、位置や大きさ、色彩等に統一感を持たせるようにしましょうとしております。

また、四つ目には、駅周辺地区の特徴として、歩道沿いに足元看板が多く見られますので、足元看板については控えるように記載しております。

次に、15ページをご覧ください。

「(6) 住宅地」の項目では、丸の一つ目に、屋外広告物は控えるように記載しております。掲出する場合は最小限とするようにしております。

次に、「(7) 地域を象徴する場所」の項目では、地域の人が親しむ場所の広告物の表示について、その場所への展望を阻害しないよう配慮することを記載しております。

次に、16ページをご覧ください。

ここから大項目4の「種類別ガイドライン」となります。ここでは、屋外広告物の種類から考える屋外広告物の望ましいあり方について解説していきます。

まず、「(1) 屋上広告物」の項目では、丸の一つ目に、周囲の建物高さやスカイラインを崩さないようにし、二つ目には、建物とのバランスに配慮して、必要な大きさ、数量にするようにしております。

次に、17ページをご覧ください。

「(2) 壁面広告物」の項目では、丸の一つ目には、建物と一体感のあるデザインとすること、二つ目には、位置、大きさ等の統一感、三つ目には、過度に派手にならないようにし、高層部分よりも低層部分に表示・設置するようとしております。

「(3) 地上広告物」の項目では、丸の一つ目に、周囲の構造物や街路樹から著しく突出しないよう、二つ目には、支柱についても色彩、デザインに配慮するとしております。

次に、18ページをご覧ください。

「(4) 簡易広告物」の項目では、丸の一つ目には、必要な表示を阻害しないようにすることや、二つ目には、必要な期間だけ表示し、必要量にとどめることとしております。

また、三つ目には、のぼり広告については、大きさ、数量は最小限とすること。下のポイントとして、複数設置する際には2m以上の間隔を確保することや、大きさや色彩を統一することを示しております。

「(5) 照明・電光表示(デジタルサイネージ)を伴う広告物」の項目では、丸の一つ目は、輝度や点灯時間等については夜間景観に配慮することを示しております。

次に、19ページをご覧ください。

「(6) 車両ラッピング広告」の項目では、交通安全に支障のないよう、過度に派手な意匠としないようとしております。

「(7) 道先案内図」の項目では、道先案内のために必要な表示に徹し、必要以上に目立つものは避けるようとしております。

「(8) 仮囲い」の項目では、丸の一つ目には、過度に派手なものや、二つ目には、必要最小限とする観点から、商用の表示は控えることをお示ししております。

次に、20ページをご覧ください。

「(9) 屋内広告物」の項目では、丸の一つ目で、表示・設置することは控えることとしております。やむを得ず屋内に広告物を表示する場合は、二つ目では、表示のためのスペースをしっかりと確保し、三つ目の下のポイントのところでは、窓面やガラス面を覆うような広告物は控えることとしております。

以上が、枚方市屋外広告物ガイドライン(案)の説明でございます。

続きまして、スケジュールの説明をさせていただきます。

お手元の資料の2をご覧ください。横向きのスケジュール表となっております。

前回は3月22日に、平成27年度第4回審議会を開催させていただきました。その後、屋外広告物ガイドラインの案を検討し、本日、7月20

日の平成28年度の第1回景観審議会にて、案をご提示させていただいたものでございます。

また、次回の第2回景観審議会を9月の下旬に開催予定とし、本日いただいたご意見をもとに検討を進め、修正案をお示しさせていただく予定でございます。

そして、本年10月の屋外広告物条例の全面施行とあわせ、ガイドラインについても10月から運用開始予定と考えております。

以上、案件第1号の「枚方市屋外広告物ガイドライン（案）について」の説明は以上でございます。よろしくご審議のほどお願いいたします。

吉川会長： ありがとうございます。

ただいまご説明がありました内容について、皆様のほうからご質問、ご意見を受けたと思います。

大きくは三つ、あるいは四つにジャンルが分かれています。順不同で気がついたところからご意見、ご質問いただければと思います。

岡委員： ガイドラインの実際の運用というか、どういうふうにするか、誰に見せてどういうふうにするかというのを教えていただけますか。

事務局： 窓口で広告物を出される際に、よく相談に来られます。こういうところを出したいんですけど出せますかとか。今のところは規制基準の内容をね、基準はこのように決まっておりますので、ここでしたらこの大きさですよ、高さでしたらこうですよ、そこまででしたら許可できますよというような内容を説明をさせていただいております。

今現時点ではガイドラインがありませんので、そこでストップなんです。今後は、規制基準については最低基準で、さらに推奨基準がありますので、もしご理解いただけるのであれば、この地域であればもう少し小さいの、あるいはデザインをもう少し考えていただくとか、大きくなってもデザインとか、あとは色の使い方を少なくするとか、そういったこともガイドラインに書いてますように、配慮をお願いできませんかっていうことで、規制基準と合わせて配慮もお願いしていきたい。

岡委員： 枚方市のデザインレベルを問うものだと思うんですよ、これって。その割にはどれもよくない。左から右に移って何がよくなってるのかがよくわからないと私は思うんです。この冊子そのものをもうちょっとデザイン性の高いものにしないと、言われた人が何を信じていいのか、どのレベルまでいったらいいのか、ほぼ不明じゃないかなと思うのが、全体を見たときの気持ちです。

それと、ここに書いてある、例えば6ページの、一つの建物でデザインを統一しようとか、7ページの真ん中のとか下のものというのは、一つのテナントビルでデザインを統一しようっていうふうな考え方なので、これは広告を出そうという人よりも、オーナー側にそういう規制をかけてもらうというのが一番効果的なはずなんですね。オーナー側がここにしか広告を出せませんよというふうにテナントに注文をつけれるような形がいいので、そういう意味ではこのガイドラインの活用を促す対象者っていうところがちょっと違うのではないかなと思います。

事務局： わかりました。

岡委員： デザイン性と、せっかく色数少なくとおっしゃっている割には、このガイドラインそのものの色が豊富過ぎて。

事務局： わかりました。ちょっと検討させていただきます。すみません。ありがとうございます。

岡委員： ちょっともう一つなんですけど、前からずっと言ってるので、一番この枚方市で先頭を走っておられる枚方宿のところなんですけれども、そのところはこんなに注文を和風にしろとかね、そんなことを言う必要はないと思うんです。ここにおられる方々がこれは許せるだろうと思ったら出されたらいいし、新しいデザインのあり方を自分たちで考えていただければ一番よいのであって、和にしろとかちょうちんにしろとかそういう話ではないんじゃないかと私は思います。簡単だとは思いますが、こうするのが。

事務局： 最近ね、結構外側から来られる方がいてるんですよ。昔からおられる方は、岡先生がおっしゃってるようにね、わざわざこんなことを言う必要はないと思うんですけど、やっぱり土地が結構動いてましてね。

岡委員： 枚方宿の中の方々から言うのは結構難しいですか。

事務局： 枚方宿の中の方々からというかどうかでどうでしょうか。

岡委員： 枚方宿の中の方々というのか、実際にそのまちづくりをやっている方々から新しく来られた方に、これはちょっとやめてくれというふうなことを言うのは難しいですか。

小野委員： 新しく来た方たちは聞いて来ないからね。

岡委員： そういった方々とのやりとりは全然無理ですか。そうであれば、なおさら言いに行くんです。

小野委員： 看板じゃなくて、建てる人自身が工務店さんやからね、そこで建て売りの場合、建ててしまったら終わってしまう。

岡委員： 建物の話ですか。

小野委員： いや、建物とか、そういう和風にするということについて、洋風とか、派手な壁とかになってしまうこともありうる。

岡委員： それは建物のほうですよ。

小野委員： やっぱり広告というよりも外壁をどのようにしなくてはいけないか決めといてもらったほうが大工さんもやりやすいと言っている。このごろやったら五六市とかありますから、そういう広告もみんな自分ところの色をつかっている。赤やったらマクドナルドみたいになる。

岡委員： 枚方宿の方々がこういうのを載せてほしいって言わはるんだったら、それはそれでいいかと思います。そちらと相談して。

小野委員： 建物を建てる時とか、広告を出すときにマクドナルドみたいにそういうのよりもこっちの方がいいですよとしてはどうか。今の枚方宿でいえば自動販売機のキリンとかコカ・コーラとかもありますね。だからコカ・コーラであれば赤になる。しかし、うちの店の前のコカ・コーラは京都のように茶色にはしてもらってるが、よそのところのコカ・コーラとかはまだなっていないからね。だから広告とか看板とかっていうよりも、コンビニでいえばローソンの青色とか、そういったことについてイメージカラーを企業に考えてもらう方がよい。

岡委員： 今のお話は、ここに載っていればとてもわかりやすい。赤くないコーラがちゃんとここに載っているとか、こういうのにしてくださいって。

小野委員： うちの自販機のコカ・コーラは赤じゃなくて、茶色にしてくれている。

岡委員： それをここに載せてもらったほうがいいのになと思うんです。この今書

いてあるものよりも。そういう話じゃないかなと思う。

小野委員： だからね、頼んだらコカ・コーラも茶色にしてくれるんです。

岡委員： そうですよ。だからこういう感じにしてくださいというのがわかりやすい。

小野委員： ああいう自販機のカラーについてもね。

岡委員： 窓口で使いやすい、示しやすいものにすべき。和風にしてくれといてもコカ・コーラは茶色くならないと思うんですよ。

小野委員： そう、普通ではそうはならない。

事務局： 枚方宿につきましては、まちづくり協定というのをお持ちで、そのまちづくり協定の運営委員会というのを、まちづくり協議会の中でそういう組織がやっておられますので、またそちらのほうでもご相談させていただいて。

岡委員： そうですね。ぜひ相談されて、皆さんが使いやすい、これ見て頂戴って言えるものにしないといけない。ちょっとこれは違うのではないかなと気づけるようにすべき。

津田委員： すいません、ちょっと今のに関係して。前回休んでたのでちょっと、ちゃんとお聞きしてなかったので申しわけないんですけども。

このガイドラインの目的というか位置づけというのはここに書いてあるように、あくまでもまず条例というのは最低基準であり、これはそれよりも一つ上を枚方市として目指すために事業者の方々に対して、ガイドラインですので要はお願いするもの、という理解でいいんですよ。

事務局： はい。

津田委員： そこを変にちょっと整理を間違うとややこしくなってしまうので、できるだけ、相談に来られた方には、こういうふうなまちづくりを参考にしてやっていただけたらいい、という話もされるんですけども、仮に、どこに書いてあるのですか、条例には書いていないみたいな話になりかねないので、それはもうそこまで言われたら、あくまでもこれは目標値で参考にと、そういう感じになりますか。

事務局：　そうですね。許可基準ではないんですね。これで合わないから申請をして来ても許可をしないというものではありません。みんなで考えてもらうということです。

津田委員：　あと、ちょっと一つだけ気になったのは、地域別ガイドラインのところに住宅地っていうところで、特に区域を例示されてないんですね。ガイドラインと言いながらもこういうふうな形でお願いするということを申し上げるときに、ここがどこか決まってない。ここって言われたけど、こっちではやりたいとか何かそういう話になって、ややこしくならないのかなとか、恣意的に行政がそれを使用してるみたいな話にならないのかなという懸念があって、何か別に明確にというふうに定めなくても、ある程度その性格的なものでも何でもいいんですけど、何か決めておいたほうがいいんじゃないかなという気がしました。

事務局：　今、用途地域でいう第1種低層住居専用地域については、現在広告物は禁止ということになっております。自家用広告物で7㎡以内の表示はできます。

第2種低層住居専用地域につきましても同じような住宅地ですので、この住宅地に入るかなというように考えております。

それ以外で、第1種中高層とか第2種中高層住居専用地域のように、高い建物を建てられる地域であっても、低い住宅地がたくさんあって、建築協定をされてる住宅街がたくさんあります。都市計画でいう準工業地域であっても、枚方市では建築協定があり、2階建ての住宅をたくさん建てて、建築協定を定めてる地域もあるんです。そういったことから、用途地域を定めずに住宅地とさせていただいています。基本的には用途地域は第1種と第2種低層住居専用地域を想定しておるところでございます。

吉川会長：　基本的にはそれは専用地域ということイメージしてるということですか。

事務局：　そうです。

吉川会長：　岡先生のほうのご指摘があった、もう少しそのイメージャブルについてのはちょっと私のほうも言ってしまったんですが、別に色を使って表現するというわけではなくて、もう少しその内容が的確に伝わるように表現するということ。

以前、景観形成の手引とかがあってつくってましたかね。

事務局： はい。

吉川会長： あれは何かこう色がついてなくて、非常に線画でうまく表現されてたように思うんですね。ですのでね、もちろん予算がないというのを先に聞いてしまってるからなかなか言いにくいところがあるんですが、それなりの手のある人にイメージブルさを上げるようにつくりかえていただくというわけにはいかないでしょうかね。

事務局： ちょっとその辺また検討させていただきます。

吉川会長： 本当にご苦労なさってるのは重々わかってるんですけど、何かまさしくポンチ絵風になってるといえるか、あるいはひよっとしたら漫画的になってしまってるので、そのガイドラインの内容がもう一つ伝わらない部分があるのかなという気がします。

事務局： 検討させていただきます。

岡委員： 実物や、実際にあるものを載せるのはだめなんですか。よその町でもいいんですけども、いい例を。看板とか広告なんか、幾らでもこのごろいい例があるんですけどね、そういうものを載せて、こういうのでどうですか。先ほどのコカ・コーラの茶色い看板もそうですし、こういうのがあるんですけど、このほうが企業としてのイメージはアップしますよ、ブランドイメージ上がりますよっていうふうな気になるような絵がここないと、誰も説得させれないと思うんです。こうしたほうがやっぱり格好いいよねって思わせるようなものが載ってないと、やっぱりガイドラインにならないんじゃないかなと思うので、できたらそういうのを載せていただきたいなと思います。

事務局： わかりました。

吉川会長： ほかにご意見、ご質問はありませんか。

下村副会長： よろしいですか。本当に実例を載せられるんですか。ちょっと怖いですよ。いい例は載せたらいいと思うんですけど、岡先生もそうおっしゃってると思うんですね。変な例を挙げるっていうのは非常に難しく、こういう左右両方やっておられるじゃないですか。使用前、使用後みたいな形で。良い例はいいんですけど、悪い例を表現するときに、実例はなかなか

難しいと思うんですね。ですので、いいところは載せたらいいと思うんですけど。

事務局： 事例集みたいな形で良い例をまとめて載せるとか、工夫はしたいと思います。

下村副会長： 景観のガイドラインのようなもので、良い例を集めていて、例えば駐車場の景観はこうあるべきやとか、玄関先はこうやとかっていうふうなところで、こういうスタイルはいいですねっていうもので、市内から集める。それであれば問題はないと思うんですけどね。悪い例を挙げて左右対称にやられる場合はちょっと要注意かなと思います。

事務局： はい、わかりました。

岡委員： 悪い例を載せる意味ってあんまりないと思う。窓口で誘導するための資料だとすれば、悪い例を載せる意味はない。

下村副会長： こういうのをやめてくださいねというのは挙げておられるんですけど、その内容が複数あるので、どうしようかなというのは確かにあるんですよ。ガイドラインだから良い表現としてやるっていうのも一つですし、悪い例と比較する方法も私はありかなと思うんですけど、どこが変わったかというのは正確にわかるようになったほうがいいと思いますし、岡先生がおっしゃっておられるように、12ページの写真の中の広告数、上のほうでいうと、この赤いところが変わってるよっていうところをやっぱり気づいてもらわないとだめなんですけど、なかなかここにちょっと黄色か何かで、波線か何かで太く丸をして、ここはこうなりましたというぐらいにやるかね、何か目立つような形でやらなだめなのかなというふうには思います。でき上がったものが変なものがないかというのはかなり見なければいけないと思うんですけど、全体的にそんなにおかしい色はないと思うんですけど、例えば14ページの下の図。この2つの建物の2色はちょっとこうB（青）系とね、YR（橙）系が二つ入ってますよね。このB（青）系の彩度はこれいけてるんですね、ぎりぎり。ちょっとね、基準がね、悪い例ではいいんですね。ですが、良い例のほうでね、こういう指導をされるときに、ベースカラーとかもちょっと気にしといていただいてね、右のほうは良い例を挙げておくというのがね、岡先生おっしゃるように、ガイドラインっていうのはやはり良い例を挙げておくものなので、最終形がちょっとまずいものはやっぱりちょっと気にしとかなないとだめかなというのは私も同感ですので、そこはちょっと色味は気にしておいたほうがいいと

思います。

事務局： はい。

吉川会長： ここなんかは色がついているから、逆に何か妙な感じがしなくもないですね。看板の大きさ等は統一されていて、文字も同じようになっていう雰囲気は見えてます。色がなかったほうが逆に言うとわかりやすい。

下村副会長： 大体は明度を上げて彩度を下げるっていう基本原則でやっていますでしょう。ですから明るめの色で、やっぱり彩度はちょっと下げたような色をね。もちろんB（青）系でもYR（橙）系でもいいんですけど、ちょっとベースカラーははっきりしていたほうがいいと思います。何分、屋外広告物条例ではありますけど、景観的にも良い例のほうが適切かとは思っていますので。

事務局： はい。

岡委員： よろしいですか。

吉川会長： はい、どうぞ。

岡委員： 18ページの簡易広告物のところなんですけれども、のぼりも簡易広告物ですよ、もちろん。

事務局： そうです。

岡委員： ですから、のぼりも一定時期ですよ、もちろん。

事務局： はい。

岡委員： そうですよ。そのあたりがはっきりわかるようにどう書いたらいいのかな。これだとのぼりは最小限だったらずっと置いておいてもいいように見えてしまうので、簡易広告物っていうものはこういうものだというのをちゃんと上に簡条書きみたいに三つあってから、こういった絵が入ったほうがわかりやすいのかな。のぼりが一番景観的にまずいと思うんですね。いっぱい並んでると。一時的にお祭りだとかそういうときには全然構わないんですが、あれがぼろぼろになって年がら年中ぶら下がってるというのが一番まずいので、それをわかるように書いていただけたらなと思いま

す。

事務局： わかりました。

加藤委員： ページ18の(5)番の照明・電光表示のデジタルサイネージに関してなんですが、1つ目の丸で、点灯時間等について配慮しましょうというふうな表現なんですが、ガイドラインとして出す内容であれば、夜間10時から翌朝7時までには控えましょうぐらいの具体的な時間を言ってしまうと、推奨の基準として明確に時刻まで出してしまっても、僕は個人的にはいいのかなと思うので、そのあたりもちょっと具体的に推奨の基準を出してもいいのかなと思いますので、検討いただければ。

事務局： パチンコ屋さんなんか営業時間とかが決まってるんで、照明については結構苦情が実際のところあります。用途地域が幾ら準工業地域とかでパチンコ屋ができる地域であっても、横が住宅地域の用途地域になって、その道路でこっちはパチンコ屋さんの用途地域、この道路でこっちは住宅の地域で、みんな法律にあったように建ててはいるんですけども、光はやっぱり拡散しますので、結構その光の苦情はあるんです。ただパチンコ屋さんも9時、10時までの営業時間とはいかず、11時ぐらいまでやってるところが多くて、終わったらすぐ照明を、消すということで、何回か指導をしたことがあります。なかなかその辺がちょっと難しいかなということは感じてるんですけどね。

津田委員： 今の関係で、ここにもちらっと参考のところに書いていただいているんですけど、大阪府も景観審議会でもデジタルサイネージの検討をやって、今回は特に区域をどこというふうにかかれてないんですけども、例えば駅前の地域の商業地域、そこと、突然その横に住宅街があればそこには配慮しないといけないと思います。また、駅前で周りに全く住宅のないところの繁華街といったところで過度の規制を受ける。またこれもちょうどどうかなという気もするんで、その辺のバランスをちょっと考えておいたほうがいいかなと思います。

事務局： わかりました。
地域を定めることを、もうちょっと考えてということですね。

下村副会長： 大阪市も大阪府も今ちょうどデジタルサイネージをやっているところ、今ご説明あったとおりなんですけど、やはりデジタルサイネージを入れてもペイするような地域の大阪市内でね、やっぱり枚方で余り経費かけ過ぎ

ると広告に対する費用対効果みたいな話で言いますとね、枚方市が出てくるっていうのは、おっしゃるように駅前ぐらいがあるかないかぐらいだというふうには理解してるんですね。ただ、これからもっとコストダウンしてくると、もっと入ってくる可能性は非常に高いと思うんですけどね。ですので、先ほどおっしゃったように、ちょっと先行して、今出てるところがあればそうなんですけど、そうじゃないところもやっぱりちょっと先行して、ある地域を特定するっていうふうなことも一つですしね。駅前の非常に大きな計画を前ちょっと聞いたことあるんですけど、ああいう沿線は少し配慮しといたほうがいいかなとも思いますしね。沿線っていうか、メインストリートの両サイドぐらいとかね。ちょっとそのあたりは計画的に先走っというほうがいいのかというふうな気が確かにしますので、景観重点区域ぐらいのところはひょっとしたら出てくる可能性があるのかなというように思いますけども。

吉川会長： ご意見ございませんか。

はい、それではもう2回目になりますので、言いたいことはちょっと出し尽くしておかないと。

岡委員： 駅の周辺の話なんですけど、条例においてつくりました規制基準が相当緩くて、規制から外れるものがあるべくないよというふうな配慮をしていたので、ガイドラインでいい方向に導いていきたいと思いますというふうな話でここに来ているので、ガイドラインである程度目指す、この辺まで目指したいというのはわかるようなもののほうがいいと思うんですね。それは基準にするかどうかは別として、本来は基準にしないでガイドラインでうまく誘導できて、そしてみんなが気持ちよく、そういう町になっていくっていうのがいいとは思いますが、そうなったときに駅周辺なんですけど、最終的に駅周辺、今度いろいろ計画はあるとは思いますが、全面的に広告を廃止するとかいうふうな予定はありますか。

事務局： それはないです。

岡委員： ないですか。

それとそれから、屋内広告物はもうここでは控えましょうと書いてあるので、駅の前ですよ、ほとんどのこの屋内広告物出てくるのが。

事務局： 割と多いのは駅前ですね。

岡委員： 多いですよ。この辺の関係で何かもうあるエリアは広告やめましょう

みたいな話があってもいいんじゃないかなとは思いますが。

事務局：今のところはちょっとそこまで考えてはいません。

岡委員：ないですか。

事務局：はい。

岡委員：そうですか。控えましょうと書いてあるので、控えましょうということですよ。はい、わかりました。

下村副会長：あと1点だけよろしいですか。

吉川会長：はい、どうぞ。

下村副会長：ちょっとね、私も含めて、これに対していろいろご意見させていただいてるわけなんですけど、今のところ修正の方向が私はあんまり自分ではよくわからないのですね。事務局のほう大丈夫ですかね。左右対称でビフォーアフターはやめましょうというようなご意見も出てますしね。良いところだけ上げたらいいのではないかと。それをこういうふうな絵じゃなくて、実物で入れたらどうですかというようなご意見も出てるわけですね。これちょっといろいろご確認されておいたほうが、修正案はいいんじゃないかな。つくっていただくときに、これ全部を盛り込むともうばらばらになってくると思いますのでね。何かちょっと確認されておいたほうが良いと思いますけど。

事務局：良い事例集か何かで、後ろに写真を載せようかなというようには考えてはいるのですが。

先ほどコカ・コーラの話もありましたし、ああいった事例を載せていこうかなというようには考えています。

下村副会長：できるだけ少ない作業がいいとは言わないんですけど、もしこのままでいくんだったら、私はなにせ良い方に、先ほどちょっと申し上げたように、良いほうに対して何か色が変とか形が変とか、屋外広告物でもベースに色がついてて、文字が白の抜いてあるやつはできたら逆転してねとか、大きいやつは小さくしてねという話はいつも指導の上ではそういう話をよくするわけですよ。だから例えば白地に色文字が入っている場合は、できたら壁に切り文字で浮かせてねとか、さらにバージョンアップすればで

すね、何かそういう方向性が見えるような事例がね、アニメというか絵でもいいと思うんですけどね。ですから出てきたやつが、例えばね、これ参考資料ではあるんですけどね、これで問題ないと思いはるわけですよ。これであれば白地に字と逆転させていただければなという話はよくするわけですよ。白に赤で字を入れてくださいと。ですので、ちょっと何かこの例もいいと言えはいんですけど、ちょっとこれ色逆転しとくのも一つなんかとかね。

事務局： わかりました。その辺は工夫させていただきます。

吉川会長： はい、どうぞ。

富田委員： この前ね、神戸市のガイドラインで、神戸市さんが良い例と悪い例ということで示されて、良い例というのは神戸市さんが指導されて、こういうものは神戸市の考え方ということで出されて、悪い例が大阪ばかりだったんです。京橋とか、あと心齋橋とか。それでちょっとこっちも頭にきてしまっただけで、とんでもないと。これはこれでちゃんと大阪の条例をきちり守ってやってる物件も含まれてるんだから、あまりそこまで立ち入ったことはおかしいんじゃないですか。これは地方分権ですよ、はっきり言って。屋外広告物条例というのは。それにもかかわらず、そんな越権行為は許されるんですかというところまで言わせてもらったんですけど、でもしかしね、やっぱりそういう点ではさっき先生おっしゃったように、枚方市が指導されて、我々はこういう考え方だと、こういうふうにしたという実例を見せていただいたほうが業界の人間としては、枚方市さんってこういう考え方でやってるんだなということで我々も納得できる。人のばかり借りてきて、例えば京都市さんのそればかりが良い例という話になってくると、枚方市としてはどうなるんですかという話になってくるわけですよ。屋外広告行政に対して。だからやっぱりそこは先生のおっしゃるように、できれば枚方市さんが行政指導していき、実行までやりましたよということで載せていただいたほうが非常にありがたいかなと思うんです。

事務局： まだ良い例がどれだけあるかっていうのはちょっと心配ではありますけど。

富田委員： それともう一つね、屋内広告物というのは今非常に我々業界としては神経質になっているんですよ。この屋内広告物、例えば20ページのイラストは、ショーウィンドーということでもかなり制限はされてると一応認めまし

ようという形になってますけど、一方、この17ページの上のイラストでは極端にもう全然だめというような感じがある。この壁面広告物というのは、屋内から表示した屋内広告物じゃないんですか。焼き肉という表示は、屋外から表示しているんですか。

事務局： 屋外から貼っているイメージです。

富田委員： そういう意味ですか。我々としてはこれは屋内から勝手にシートを貼っているような感じがするんですね。ちょっと紛らわしいかなという感じがするんですね。ですが、右のイラストが良い例とされるとやっぱりまちの活気というかやっぱりまちにとっては必要ではないかなと。やっぱりそれも一つのまた商売につながっていくわけですから、さっきおっしゃったように、やっぱり場所によって、大阪もちょっと行き過ぎいう人もおられるかもしれないけど、道頓堀などは実際にね、今世界で、特にアジアの方が一番行きたいところはどこですかと言うたら、道頓堀が調査で出てきてるわけですから、やっぱりそれはそれなりに価値があるわけです。それをどこでもあてはめるということじゃなくて、やっぱりその地域地域によって広告に対する考え方をかえていく。そういうのは必要じゃないかなという、我々は感じましたね。

下村副会長： すみません、よろしいですか。

吉川会長： はい、どうぞ。

下村副会長： 今のご意見、やっぱり今おっしゃったのは17ページの上のイラストですよね。これは、多分一番理想形は右のイラストだと思うんですよ。けどね、これには中間段階というのが多分ありそうな気がしてましてね。例えば、縦に頭とお尻そろえて、サイズそろえて並べて面積をちょっと少な目にして、広告物を入れる場所を最初から建築のファサードの中に決め込んでね、ここに広告物入れてねというような、そういうふうなセットを最初から本当は建物のほうで考えといてもらって、そこに入れていくっていうやり方とね、あいてるところに広告を置くのはこれはちょっとまずいので、この次の段階で、何段階かバリエーションがあって、最終右、こっちに行ったら良いと思うんです。余りにも左右対称にいくとちょっとしんどいかもかもしれませんが、先ほど申し上げたように枠をちょっと小さくして、縦列で左隅から頭そろえとかね、頭とお尻だけそろえて、縦幅をちょっと基準決めて、ちょっと色は派手やけどちょっとおさまってるような雰囲気をつくるとか、何かちょっと答えのところが何ていうんですかね、

ちょっと泳ぎがあるほうがいいような気がしなくもないんですけどね。これは一つの意見ですのでね、やっぱりこれを右のほうにっていうふうなご意見もあると思いますのでね。

事務局： たしかにこのイラストはちょっと極端ですね。

下村副会長： という印象が今お話があったように、確かに商業空間にこの右のほうが出てくるとね、ちょっと逆に寂しいような気がするし、のんだおじさん連中には店がわからないかもしれないですしね。ちょっとごめんなさい、冗談のあれが入りましたが、何かその中間段階ぐらいがあってもいいかなという気が確かにします。

富田委員： ちょっと会長、一言。

吉川会長： はい、どうぞ。

富田委員： この自動車のあるでしょう。車両ラッピング広告、ここまで必要かな。確かに考え方ってわかるんですよ。ガイドラインでみんなにという周知徹底はいいんですけど、自動車なんて幾らでも外からやってくるものですかね。枚方のほうでガイドラインできっちりされたとしても、反対に、枚方市では派手な車が行けたら目立つでと、商売になるでと、そういうふうな考え方をする人もいるかもしれない。でも実際可能性としては全然ないとは言えないんで、やっぱりトータルで、やっぱり平均して全体的にやっついていかないといけないと思うんですよ。ですからこの車両ラッピング広告を入れられるのが良いことなのかどうかね、ちょっとそんな感じもしたんですよ、これを見て。車両ラッピングの案内をここまで表現しているのは見たことがないです。他の市でこのようなガイドラインを持っているところはありますか。

事務局： ありますね。モノレールとかね。

富田委員： モノレールはやっぱり電車だから、必ず通るものですからね。車では、僕はちょっと見たことがない。

吉川会長： はい、どうぞ。

加藤委員： いろいろな事例で、絵をいろいろと使われているんですが、やっぱり広告である以上、識字できないと意味がないので、やっぱりビフォーからア

フターに変わって、例えば17ページの上のイラストのビルの何個かの事例になっている、右側の食ビルなんですけど、多分ちゃんこ鍋、左のイラストでしたら、ちゃんこ鍋屋さんが一番上にあるんやなというのはわかるんですけども、右になると、もう広告の意味をなしていない状態のものをガイドラインとして押しても、じゃあ広告にはならないじゃないかとなる。多分広告を出すところには周知してもらわなければ意味がないので、やはりこれはこんなもんで広告にはならないっていう話になるんじゃないかなと思うので、やっぱりこの見せ方を、もちろんその良い事例だけを挙げるのか、検討いただきたい。できたら僕はもう枚方には結構良い事例がたくさんあると思うので、それこそT-SITEの事例をばんと写真で持ってきて、こんなふうにスペースは小さいけれどもしっかりと識字できる広告をしていますとか、それこそ枚方宿であればこんな感じで壁面の色は白にして、屋号のところだけ茶色で目立つようにしてるとか、良い事例がたくさんあると思うので、ちゃんと識字できる事例を並べることで、これはいい広告だなというふうに、まず必ずやっぱり例として出すには読めるとか、例えばさっきの車両ラッピング広告も焼き芋というのがもう一目でわからないと、もはや広告ではないので、やはり広告のガイドラインである以上、そこが一番大事なところなんではないかなと思うので、そこはちょっと一度再検討していただければと。

事務局： はい、わかりました。

下村副会長： 屋外広告物も大規模の場合はアドバイザーさせていただいているケースがちょこちょこあるんですけど、「日本一安い」とかっていうのはね、できたら外してねっていう話はよくします。企業名が書いてあって、企業名よりもさらに「日本一安い」とかね、「何々売ってます」とかっていうふうな、例えば商品名がパソコン、電器、洗濯機何とかがあって、こうリストが書いてあるとかね。商品はもう集約するか、もう何とかがっていうような会社だったら、もう何が売っているのわかるでしょうということで、できるだけ外してねっていう話はよくします。それは商業系の店舗が多いわけですし、これとこれとはちょっと立地位置が違うような気がしましてね。例えばこういう話というのは何とか塾とかね、塾というのは枚方宿の宿じゃなくて、子供たちが行く塾ね。何とか団地とかね。というようなところのビルっていうのは割とこういう系が多いと思うんですけど、商業系でもね、ちょっと色味がこれより派手になるとは思いますけど、これをこれぐらいにしたら多少まだましなん違うかなと思ったりするんですよ。色味が出てきて。けどこういうやつが最初からあるところというのは、地域が繁華街からちょこっとだけ離れた駅の横とかね。そうやってきたときには、

確かにこれぐらいにしたほうが絶対枠合わせたりとか、もうちょっと大きくてもいいような気がしますけど、見つけの何%か決まってるとは思いますが。ですのでね、何か全てのところがこれがこうじゃないような気がするし、これがこっちぐらいになっても十分いけるようなところもあったりとかね。何を言いたいかという、地域別でいろいろ指導基準やあって、最終形に出てくるやつが地域別じゃなくておしなべてイメージが書かれているのでね。

例えば、ちょっと難しいんですけど、地域をここで指定して、商業系のエリアはここからこうしてねとかこうしてねとか、そういうパターンはなかなかつくりにくいと思うんですけどね、全てのところでこれが該当しませんが、企業さんとか事業者さんも割とここまだったらいけるんだなって。さっき枚方で良い例っていう話はね、枚方だったらここまでいけるのではないかなというふうな大体の基準があったときに、ぎりぎり狙ってくると思うんですけど、それを窓口でご相談されながらということになると思うので、ちょっとその中間段階か、場所性によってはこれは違うかとかというのはちょっと考えておかれたほうがいいような気がします。

吉川会長： 今、下村先生がおっしゃったのは、この3番と4番の地域別ガイドラインと、4番の種類別ガイドラインで、これはある意味で縦と横にしたときに重なってくるところで具体的な例をっていうご意見でしょうか。

下村副会長： うん、そうですね。ちょっと表現しにくいですし、全てが全てそれに該当するかというのはなかなか難しいところなんですけど。

吉川会長： ですから典型的なものは、屋内広告物というのはある意味で商業地に多いだろうというような、ある意味でその地域別とその種類別というのが重ねられるところが出てくると思うんですよね。もちろんその上で2番に、その全種の共通のガイドラインというのが上がっているわけですから、もうちょっと3と4の組み合わせみたいなもので、何か今機械的に3と4それぞれで例が挙がってくるから、何か皆さんこう違和感があって、いや具体的にはこんなものは違うだろうとかっていう話が出てくると思うので、どうもこの3と4をうまく組み合わせた中で良い例を出していただくという、ちょっとお考えいただけたらと思います。

岡委員： よろしいですか。一番初めに言ったのがそれなんです。結局、窓口で担当される方が相手に何をさせるか。見せたいものが載っているという、何かそのときに相手を見ながら場所を考えながら、このあたりでこういうふ

うにやってみませんかと言えるような資料であれば幾らでも使ってもらえると思うんですけども。だからいろんなレベルのものが載ってて構わないと思うんです。最善である必要もなく、これぐらいがちょっといいとか。それに場所もあるでしょうし、それから相手の会社というか、どんなデザインをしている会社か、また、建物が建てられてるところにもよりますし、この辺までいくんだったらもうちょっと頑張ってみませんかというのもありかもしれないので、その窓口の方が見せたいものが載っているようなガイドラインにさせていただきたいと思うんです。見せ方がそれはすぐく力量が要とは思いますが、窓口の方にしっかり勉強していただいて、このあたりを見せたらいいんじゃないかっていうのを考えながらやっただけのほうがいいかなと思うんですけどね。難しいですかね。いろんなものが出てくるんでしょうね。

下村副会長： どっちも岡先生のおっしゃる正にそうだと思ってまして、先ほどからちょっとばらけているものは固めて同じラインにして、余り煩雑にならないように色はちょっとなかなかC Iなんかがあるので難しいところもあるので、そろえましょうと。表札がわりのお店屋さんが屋上広告と地上広告塔があるのと、玄関先にも同じ何とか店、一面から見たときに三つも四つも書いてある店舗については集約してくださいという話はよくします。

あと、もちろん切り文字にしてください。それは商業系のところは余らないと思うんですけど、建物が出てきたときに、もしくはマンションなんか高層集合住宅が出てくるときには少し整理して、切り文字できれいに壁に入れたらどうですかとか、独立棟に関してはできるだけ低く小さくしてもらえないですかとか、あと最終的に色についてはベースカラーと、色と字柄は逆転して、白地に何とかにしてもらえませんかとかという話はするとか、大体、屋外広告物なんかでのアドバイザーをさせていただいているときに出てくる項目というのはほぼ決まってくるんですね。そこを岡先生がおっしゃるように、これの例を使ったらこんなんでどうですかというように指示ができるようなものを、逆にもうちょっと整理いただいて、これをやったらいけますよという話を、先ほど富田委員の話じゃないですけど、枚方だったらここまでいけるんでは、というふうな基準が大体見えてくるぐらいの例が枚方でいい屋外広告物集ぐらいのね、ここまでやったらいけますねっていうのが上がってくるとか、そしたら岡先生がおっしゃるように、これぐらいを今うちは考えてるんですけどっていう話ができるのではないかなと確かに思いますので、ちょっと屋外広告物でここにももちろんいろいろ考えられておられると思うんですけど、何か色の逆転の話とか集約するという話は何となくここには出てるんですけどね、もうちょっと色が派手なやつを集約型とね、入ってる高さの店舗の集約型とね、袖看板は

やめましょうで、袖看板でこれ全部袖でずっと建物のあれが名前が書いてあるやつは、最近はそれ少なくなってきてますけどね。典型的には雑居ビルのスナック街みたいな話のやつはもう少なくなってきてるとは思いますけど、何かね、先ほど岡先生がおっしゃったのは全くそのとおりのやなというふうな印象は私も持ってますのでね、ちょっと言いたいことをちょっと整理されて、これで全部いけるかどうかというのは、先生おっしゃるように、ちょっとチェックしたほうがいいん違うかなというのは思いましたけどね。

北村委員： ちょっとよろしいですか。

吉川会長： はい、どうぞ。

北村委員： 例えばこのごろ写真でカラーの、本当の写真で食べ物なんかをぼんと載せてくる場合があるんですけども、やはり枚方の場合は面積が基準であってもだめというような考え方ですか。

下村副会長： 写真をどこに載せるんですか。

北村委員： 建物の壁に。こういう食べ物がありますよというものが。

下村副会長： 色味とアクセントカラーが20分の1だったと思うんですね。だから一面から見て、非常に強調して色が、例えばバナナの黄色の部分がすごくでっかくて、壁の部分の20分の1を超えてしまうとちょっとやっぱりクレームがつく可能性はあったりとかしますので。

北村委員： 例えばステーキのそのままの写真を大きくぼんと。そういうのはやっぱり難しいんですかね。

下村副会長： うん、まあ本当はお店屋さんの名前を入れるので、何を売ってるかというのはそれはまた別の問題に、私なんかは思ってますね。売ってる物のイメージを出したりとか、あと名前を挙げたりするのを、それはできたら飛ばしてねって話はよくするんですけど、いやでも載っているところはよくありますけどね。

北村委員： それは枚方の場合はまだそういう基準というのはないのですか。

事務局： いや、それが屋外広告物法の屋外広告物として当たるか、いやいやこれ

は当たりませんいうものにするか、そこからです。当たるようであれば、その大きさ全部が看板の大きさになりますし、いやいやこれは当たりませんよというようにしてしまうと、なりませんし、ちょっとそれが屋外広告物に当たるかどうかのところがありますね。

下村副会長： たまたま果物だったらいいんですけど、その焼き肉とね、きれいなリンゴの壁の模様がね、そう書いてあるやつとか、もっと言えば壁に木の形を書いてあるものとかあるんですよ。それは本当にデザインなのかね。それが肉だったら売っているものだからとかね、その辺の判断がなかなか難しいところがあると思うんですけど。

北村委員： そこがデザインなのか、看板なのかってなると。

吉川会長： アップルストアのリンゴはどうなんだっていう話も出てきますからね。

北村委員： カラー写真っていう技術が発達しておりますね。

下村副会長： 先ほどのラッピングカーも今、とても楽になってますからね。

吉川会長： もうデジタル化されてるから、シートに焼きつけたものをぺたっと貼っちゃうっていうことになりますのでね。

事務局、大丈夫でしょうか。大分いろいろご注文がついて。

事務局： ちょっと検討をさせてもらって。もしかしたら個別にまた相談させてもらうかもわかりませんが。

吉川会長： 大分ご意見を頂戴いたしました。ほかに、これは言っておきたいということがございますでしょうか。

それでは、本日の審議案件、「枚方市屋外広告物ガイドライン（案）について」の一応のまとめとなりますのですが、案の審議でございますので、本日いただいたご意見を踏まえまして検討を進めて、次回に修正案を示していただくということによろしゅうございますでしょうか。

出席委員： （異議なし）

吉川会長： それでは、次回修正案を事務局のほうでおまとめいただいておりますので、それまでにまた一度いろいろ先生方のご意見等もお伺いいただくということで。

今後のスケジュールについては、先ほど事務局のほうからお示しいただいて、10月にはガイドラインも運用を開始したいという話がございます。非常にタイトになってますので、今後9月の審議会です、次回お示しいただくとき等、皆様ご協力をお願いしたいと思っております。

3 その他

吉川会長： 次に、事務局のほうから報告事項があるようですので、説明をお願いいたします。

事務局： 報告が2点ございまして、報告1としております資料をご覧ください。報告1ですが、景観形成に係る申請等状況について、屋外広告物条例に基づく許可の状況を載せております。

平成26年度は1年間で380件の新規、継続、変更、合わせて380件でございます。昨年度、平成27年度につきましては合計418ということで、大きく伸びている状況です。

今年度につきましては、今のところ昨年度の同時期に比べて40件ぐらい多く出ておりますので、このまま3月までこのペースでいきますと、昨年が418ですので、500弱ぐらいまではいくのではないかとというぐらいの状況です。

2番目は、景観法に基づく届出の状況でございます。

平成26年度は30件の届出があり、平成27年度については49件、こちらも昨年度と同時期で比べますと、昨年と同じぐらいのペースで出ているので、同じかももう少し多いか、という状況でございます。

三つ目の景観アドバイザー会議の開催状況ですが、平成26年度は物件数が8件でございました。平成27年度は4件ということで、今年度につきましてはまだ開催しておりませんが、何件か候補に挙がっている物件がありまして、現在調整中というところでございます。

今のが報告1でございます。

引き続きまして、報告2、次のページですね。

枚方市景観審議会運営要領ということで、第4条の中で、4月に機構改革がございまして、課名が変更となりましたことから、この景観住宅整備課ということでさせていただいております。何も中身は変わってございませんが、機構改革による課名変更でございます。

以上、報告が2点でございます。

吉川会長： 報告ですが、何かご質問ございますでしょうか。よろしゅうございますか。

それでは、次にまだもう一つ報告といいますか、連絡事項があるんですかね。

事務局： 資料はつけてないんですけども、1点連絡ということで、景観審議会の委員選考についてでございます。

現在、市民委員を務めていただいております加藤委員は、本年10月31日で任期満了となりますことから、新たに市民委員の選考を行うものでございます。加藤委員におかれましては、平成26年11月より2年間、屋外広告物の規制基準等に関してご審議をいただきありがとうございます。また、10月31日までは引き続きよろしく願いいたします。

さて、選考に向けた手順なんですけれども、8月1日よりホームページ、広報等に募集要項を掲載しまして、小論文と、9月下旬に行う選考面接で新たな市民委員を選考する予定としております。新たな市民委員の任期期間は、平成28年11月1日から2年間の予定でございます。

以上が事務局からの連絡事項でございます。以上でございます。

吉川会長： ただいま事務局からありました連絡事項について、ご質問、ご意見ございませんよね。

加藤委員にはまだこのガイドライン案の、案を外すという役目がございますので、よろしく願いいたします。

そのほか、もう連絡事項はありませんか。

事務局： ございません。

4 閉会

吉川会長： それでは、最後に、先ほどご説明いただきました景観住宅整備課の土井原課長より閉会のご挨拶を頂戴します。

土井原課長： それでは、閉会に際しまして、一言ご挨拶させていただきます。

本日は、大変忙しい中、長時間にわたりご審議いただきまして、まことにありがとうございました。

本日の審議案件の「枚方市屋外広告物ガイドライン」の検討につきましては、本日の委員の皆様からいただきました貴重なご意見をもとにしまして、再検討を行いながら進めてまいりたいと考えております。

そして、第2回の審議会では、「より望ましい屋外広告物」に向けたガイドラインの修正案を提示できればと考えております。

今後もタイトなスケジュールとなりますが、委員の皆様にはお力添えを

いただきますようお願いいたしまして、簡単ではございますが閉会の挨拶とさせていただきます。ありがとうございました。

吉川会長： それでは、これもちまして、平成28年度第1回景観審議会を閉会させていただきます。

先ほどスケジュールの説明がありましたとおり、次回は9月の下旬ごろに開催予定ということでございます。その際はまたよろしく願いいたします。

本日は、委員の皆様、暑い中ご参集いただきましてありがとうございました。