

平成26年度 第1回高槻市景観審議会会議録概要

会議録概要

(開催日時) 平成26年11月18日(火) 午後2時00分～午後4時00分

(開催場所) 市役所本館3階 第2委員会室

(出席状況) 出席委員9名、欠席委員3名

(傍聴者) 1名

(会議次第) 1 開会

2 会長・会長代理の選出について

3 案件 屋外広告物ガイドライン(素案)への意見について

4 その他

5 閉会

(審議会要旨) 会議次第に基づき下記のとおり進められました。

記

1 開会

- ・山本副市長より挨拶
- ・事務局より出席委員及び行政側出席者の紹介

2 会長・会長代理の選出について

- ・会長に久委員、会長代理に亀田委員が選出された。

3 案件 屋外広告物ガイドライン(素案)への意見について

(事務局)

それでは、事務局の方から、本日の案件「屋外広告物ガイドライン(素案)への意見について」を説明させていただきます。

説明につきましては、まず、はじめに前方のスクリーンによりまして、ガイドライン作成の背景・目的、ガイドラインの活用、スケジュール等について説明申し上げ、その後、事前にお配りしております冊子「高槻市屋外広告物ガイドライン(素案)」を用いまして、その内容を説明させていただきますので、よろしく願いいたします。

それでは前方の方をご覧ください。早速ではございますが、「1 ガイドライン作成の背景・目的」から説明申し上げます。

まず、一つ目として、「屋外広告物条例に基づく規制の現状」がございます。

現在の条例は、色彩に関する規制がなく、壁面広告物は壁面全面に表示・設置可能など、比較的緩やかな許可基準となっており、そのため、屋外広告物の一部には良好な景観形成に資するとは言い難いものがあるというのが、現状でございます。

次に、二つ目としまして、「屋外広告物デザインの課題」がございます。

屋外広告物のデザインは、形状、素材、色彩といった周囲の環境やまちなみ、建物との関係により評価が変わる要素が多く、そのため、屋外広告物の計画・設計等に携わる方の「技術、センス、モラル」に委ねる必要があり、一概に条例で規制することは適切ではない部分があると考えております。

このような背景を踏まえ、屋外広告物の計画・設計者に対して、本市にふさわしい屋外広告物デザインを誘導していくことが必要であると考えております。

そのため、高槻市における景観特性などを踏まえたうえで、屋外広告物デザインの望ましい方向性を明らかにした「屋外広告物ガイドライン」を作成し、これを用いて計画・設計に携わる方々を誘導していくことを目的として、この度のガイドラインを作成しようとするものでございます。

次に「2 ガイドラインの活用」として、本書の「活用場面」としましては、事業者、設計者、屋外広告業者等が計画・設計等を行う際の解説書として、また、事前相談等に対応する際の指導・助言の根拠としての活用を想定しております。

次にガイドラインの「周知方法」につきましては、市役所窓口での配布はもとより、市ホームページで公開し、各自で出力印刷していただけるようにすることに加えまして、本ガイドラインを活用した関係団体等への出前講座や講習会の開催についても検討していきたいと考えております。

最後に、「スケジュール」について申し上げますと、本日の審議会でご審議いただいたのち、平成26年度中に策定し、平成27年度の当初から活用開始していく予定でございます。

それでは、引き続きまして、お手元の冊子、こちら事前にお配りしております「高槻市屋外広告物ガイドライン（素案）」の方で、ご説明させていただきます。

まず、冊子の全体デザインにつきましては、本市のイメージカラーであります紺色を全ページの帯に使用し、表紙には都市と自然をあわせもつ本市の特徴をグラフィック化したデザインでシンプルに表現したいと考えております。

次に表紙をめくっていただいた1ページには、「はじめに～ガイドラインの目的と活用～」としまして、先程説明申し上げました内容について記載しております。

また、ガイドラインの作成にあたりましては、本年9月に「高槻のステキな広告」として募集した屋外広告物を事例写真で紹介するなど、本市独自の冊子となるように努めております。

次の2ページの「1 屋外広告物の計画にあたって」では、「(1) 屋外広告物の必要性

を検討する」として、数ある広告手法から、屋外広告物が必要であるかどうかを十分に検討していただくための内容を記述し、「(2) 屋外広告物の特徴を知る」では、屋外広告物の4つの特徴と、計画上の留意点を取りまとめるなど、このページには、屋外広告物の計画にあたって、最初に検討していただきたい事項を示しております。

次に3ページからは、「2 全市共通のガイドライン」として、大きく5つの要素から構成しています。

まず、「(1) 効果的で適切な規模を検討する」では、屋外広告物をまちなみや施設の規模に調和した規模とするよう、用途地域等に基づく3つの区域を設定し、それぞれの区域ごとに屋上広告物、壁面広告物、突出広告物、地上広告物の大きさ・高さについて、配慮基準を掲げています。

配慮基準を示す表の左上の欄をご覧ください。

例えば、第1種区域に屋上広告物を設置する場合、縦が建物の高さの1/5以内としています。

条例の規定では、縦が建物の高さの2/3以内としているため、ガイドラインでは、景観にとってより望ましい規模に誘導しております。

また、次の4ページでは、イラストと写真で事例を示しています。

次の5ページをお願いいたします。「(2) 視認性と景観の双方に配慮する」として、数量を必要最小限とし、大きさや形を揃えるなど、視認性を向上させるすっきりとした表示を促がすものとしています。

また、ページの下段にあります、ワンランクアップテクニックは、屋外広告物がより良くなるデザイン手法を、事例とともに示したものとしています。

次の6ページの「(3) 建物デザインとの一体感に配慮する」では、建物との一体感に加えて、素材や緑の活用など施設全体のバランスを考えることで、イメージアップを図ることができるとし、すべてをワンランクアップテクニックのデザイン手法として事例とともに示しています。

それでは、次の7ページ「(4) 色彩計画に基づきデザインする」をお願いいたします。

「屋外広告物の色彩の考え方」や「マンセル表色系」による色彩の基本を理解し、周囲のまちなみや建物に調和した色彩を使用していただくため、とくに地色については、「彩度10以上の高彩度色を避ける」などとして、7ページから8ページに取りまとめています。次の9ページをお願いいたします。建物デザインとの色彩調和に配慮されている屋外広告物の例を写真と解説で示しています。

また、10ページには、「(5) 良好な夜間景観の演出にふさわしい照明を計画する」として、照明を周囲の環境に調和させ、夜間景観の演出に配慮するためのガイドラインを示しています。とくに、常時可変する電光表示広告物は、原則設置すべきではないとしています。

続きまして、次の11ページをお願いいたします。ここからは、「3 種類別ガイドライ

ン」となります。

「(1) 屋上広告物」として、「建物と一体的に見えるような形状・デザインにしてください。」など4項目を示しています。

また、「(2) 壁面広告物」として、「表示内容は、会社名、施設名、店舗名やロゴマークなど必要最小限としてください。」など2項目と、ワンランクアップテクニックを示しています。

次の13ページでは、「(3) 突出広告物」として、「道路上空への突出は原則禁止されていますので、適切な出幅で設計してください。」など2項目とワンランクアップテクニックを示すほか、「(4) 地上広告物」として、「道路沿いや交差点周辺では、見通しや通行を妨げない位置に設置してください。」など3項目を示しています。

また、次の14ページは「(5) 広告幕」、「(6) 広告旗・立看板」、「(7) 貼り紙・貼り札」についての配慮事項を示しています。

次の15ページをお願いいたします。ここからは、「4 地区別ガイドライン」として取りまとめております。

まず、「(1) 景観類型と景観重点地区」として、本市の景観基本計画に基づく8地区の景観類型と、景観重点地区の特性を踏まえた屋外広告物の計画・設計を行うという方向性を示しています。

次の16ページは「(2) A 自然的景観」として、「A-1 森林のある地区」、「A-2 農地・里山のある地区」、「A-3 河川沿いの地区」ごとに該当する場所を示したうえで、各地区とも屋外広告物の方針は、「景観を保全」することを示しています。

また、ガイドラインでは、「景観保全の観点から、できる限り屋外広告物を設置しないでください。」とし、「やむを得ず設置する場合は、視点場からの山並みの稜線などを遮らない位置・大きさなどとし、色彩は低彩度色をベースに3色以内の配色としてください。」としています。

次の17ページは、「(3) B 歴史的景観」として、まず、「B-1 歴史的な趣のある地区」の屋外広告物の方針は、「歴史的建物との統一感を図ることで、地域の個性を活かしたまちなみを形成します。」としています。

また、ガイドラインでは、「歴史的な建物に屋外広告物を設置する場合は、建築デザインと統一感を図った、落ち着きや趣のあるデザインとし、色彩は木、漆喰、瓦などの素材と調和するよう、無彩色や低彩度色を使用してください。」など2項目を掲げています。

「B-2 古墳・遺跡のある地区」の屋外広告物の方針は、「古墳や遺跡のもつ歴史的価値や緑空間を保全します。」と示し、ガイドラインは、「古墳や遺跡のもつ歴史的価値や緑空間の景観に配慮した位置・高さ・大きさ・形状・素材とし、色彩は低彩度色をベースに3色以内の配色としてください。」としています。

また、18ページには、「(4) C 市街地の景観」として、「C-1 住宅地区」では、屋外広告物の方針は、「それぞれの住宅地のまちなみに配慮したデザインにより、良好な住

環境の形成を図ります。」とし、ガイドラインは、「住宅地としての落ち着いたまちなみに配慮し、屋上広告物の設置は行わないでください。」など5項目としています。

次の19ページは、「C-2 駅周辺の地区」として、屋外広告物の方針は、「街の玄関口としての良好なイメージを形成するための質の向上に努め、快適性や賑わいを感じることができる歩行者空間を形成します。」とし、ガイドラインは、「駅前では、玄関口としての品格が感じられるシンプルで上質なデザインとしてください。」など3項目としています。次の20ページは、「C-3 幹線道路沿道の地区」で、屋外広告物の方針は、「主要幹線道路や鉄道からの見通しに配慮することで、山並みの眺望空間を確保するとともに、市外からの来訪者等にとって好ましい車窓景観とします。」とし、ガイドラインは、幹線道路・鉄道共通として、「背景の山並みの眺望を確保する位置、規模、形状としてください。」など2項目を設けるなどとしています。

最後に21ページの「(5) 景観重点地区」では、JR高槻駅北東地区の屋外広告物の方針は、「高槻市の玄関口にふさわしい、風格と賑わいのある良好な景観形成に資する、建築物やまちなみと調和のとれたデザインとします。」とし、ガイドラインは、「高槻市景観計画に掲げる配慮事項を踏まえて計画してください。」として、6項目を示しています。以上で、案件の説明を終わらせていただきます。

よろしく願いいたします。

(会長)

はい、ありがとうございました。それではただいま事務局の方からガイドライン素案の内容の説明がありましたが、何かご質問ご意見がありますでしょうか。

(B委員)

簡単な質問なのですが、3ページの区域区分のところ、都市計画法の用途地域ごとに示されておりますけれども、第一種低層住居専用地域は、ここでただし書きに書かれているのですが、工業専用地域はないのでしょうか。

(事務局)

高槻市内において、工業専用地域はないものですから特に書いていないということでご理解いただければと思います。

(会長)

他いなかでしょうか。

(C委員)

いくつか意見はあるのですが、1ページの※印の1で屋外広告物のてびきというものがで

てくるのですが、これを教えていただけますか。

これを読む方というのは、市の景観全体の政策がどういう位置づけになって、今どういうものがある、それのこれはこういう位置づけにあるというところを分かって読んだ方がいいのかなと思ったのですが、そういう説明は特にこの中ではでてこないのですか。

(事務局)

まず、屋外広告物のてびきについては、本日、後の報告案件でご説明する予定で、後程見ていただければと思うのですが、こちらはどちらかという条例に基づいて、屋外広告物の許可申請の手順がどうなっているのか、どのような処理が必要なのかということを示しているような書類でございます。そういう意味で、手続きの詳細については、こちらをまた見て下さいという整理をさせて頂いているというところでございます。

もう一つは、景観政策全体はどうなっているのかということを理解していただくということが、おっしゃるような理想なのだろうと思っています。一方で、高槻市では会長にも手伝って頂く中で、景観基本計画等色々作っているのですが、結構内容的に盛りだくさんになっているので、なかなかこの中に掲載するのがしんどかったということで、その中のエッセンスであります15ページからの地区別のガイドライン、つまり高槻は、こういう自然的な景観・歴史的な景観、それから市街地の景観が入り混じった独特の様子を示していて、それごとに応じて屋外広告物のデザインを考えてほしいということで、景観計画のエッセンスになるところを中心にこの中に盛り込ませて頂いたというようにご理解いただければと思います。

(会長)

C委員のご指摘は、その屋外広告物のてびきは読むようにと書いてあるのですが、景観基本計画も読むようにと書いておいた方がいいのではないか、という趣旨だと思うのですが。

(C委員)

全部を掲載というのではなく、景観政策の制度の全体像が見えて、このガイドラインはこう使って欲しいというように、今この真ん中の図はすごく分かりやすいと思うのですが、何かこういう形でこのガイドラインというのは法律でもないし、条例でもないという、何かそういったものが分かるようなことが図式化されていた方がいいのかなと思ったのですが。

(事務局)

市の景観政策全体の話については、おっしゃるような、ホームページ等には載せている内容でもございますので、このあたりに載っていますというホームページの案内を入れさ

せて頂ければと思います。そして条例で決めているものではないというご指摘については、どこまで言っていくのかは、十分考えなければならないところがあると思っているのですが、今のところ事務局としてこの 1 ページにあるようなガイドラインを反映して色々やってくださいというレベルで書かせていただけたらというように思っております。

(会長)

景観基本計画が根拠になっているということを、文書なり図なりで示して頂いた方が、この位置づけがより明確になるのではないのでしょうか。

(事務局)

はい。そのあたりをもう一つ工夫して、高槻市の景観行政の中で、これがどんな立ち位置になるのかということがわかるような図か表記を、例えば今の 1 ページの図の右側に高槻市の景観計画を受けてこんな風なこのガイドラインを作っているだとか、このような良好な景観を作っていくというように作った方がいいということは分かりました。また少し今後改定していきたいと思います。ありがとうございます。

(C委員)

もう一つ大きな話として、個別の話は分かりやすいのですが、総量と申しますか、全体で屋外広告物をこういう風にしてほしいというような思いが、もう少しこの頭に書かれていた方がいいと思ったのですが、2 ページくらいになるのでしょうか、必要性を検討するという話にはなっていますが、もう少し分かりやすく、色々な種類があるが、本当に効果的な場所に効果的なものを出すということを書いたとて欲しいという気がします。

おそらく屋上広告をあげようと思った人が、個別のところを見るとか、看板をあげようと思った人が個別のあげ方をどのようにしたら良いのかということを見るような感じがするのですが、そうではなく、もう少しこの頭の所をしっかりと書いておいて頂いて、いっぱいあげることは効果がないとか、派手にすることだけが効果が高いのではないみたいな理念的なものをここにに入れて欲しいなと思うところです。

(事務局)

はい。ありがとうございます。今で言うとおそらく 2 ページのこの計画にあたってそもそも屋外広告物が必要なのか、それで特徴が分かった上でその後にこんな風に計画して欲しいというあたりをしっかりと書きこまないと 3 ページ以降がどちらかというとな個別の要素になっているということで理解しています。今のお話たいへん重要な話で、少し思いはあるが、ちょっと書けていないということはおっしゃる通りでございます、ページの言う 3 ページ 4 ページが少し余裕ございますので、例えば全市共通のガイドラインの冒頭に、市の屋外広告物に対する考え方みたいなものを少し書かせていただくような形で、今

おっしゃっていただいたようなご指摘を市としてこう思っているからこの後の全市共通はこのようなルールでやっていくんだ、地区別にこうやってくんだみたいなストーリーになるようにしたいと思います。ありがとうございます。

(会長)

はい。先程C委員の考えの中で、そもそも論をちゃんと考えて下さいということだと思いますが、実は私の方からもそもそも論で入れて頂きたいのは、建築物についている広告物は、本来建築物と広告物が一体感をもってデザインされるということが良いと思っ

ているのですが、どうもその建築を施工される方と広告物を付けられる方が別々になってしまうことがあり、お互いが喧嘩をしてしまうとまずいと思っています。しかし喧嘩をしている場合がかなりあるような気がしますので、そういう意味では、一体的なデザインを考えて下さいというのを一言このあたりに付けくわえて頂くと、あと3ページ以降が、だからこういうようになっているのですよっていうところが流れていくような気がするのですが、特に屋上広告物などはそういう傾向ですね。屋上がなぜダメなのかというのは、なかなかハッキリ理由まで書いているところはないのですが、やはり建築物として設計されているところに、少しその一部の塔屋のところの部分だけ出てくるのは、建築物のデザインとしてもおかしくなるということです。

(事務局)

はい。ありがとうございます。我々としてもそういう思いは十分持っております、当然今の基本的な考え方の中に少し踏み込んでいくということと、あと具体的なデザインなど色目中心なのですが、その辺7ページで、建物本体の色彩と少し調和したような形で考えてほしいと少しだけしか触れられていないのですが、この辺も少しどういう形で充実させられるか考えていきたいと思っています。

(会長)

はい。よろしく申し上げます。他いかかでしょうか。

(B委員)

冒頭のところで、条例自体は比較的緩やかな許可基準という書き方をされていて、このガイドラインの中で具体的に先程の地域・地区別に細かい数字を出されています。実際、今後運用していくときに、この数字というものがあ

る程度規制されていく所で相当な拘束力をもっていくのかどうか、ガイドラインですからそこまではないとは思いますが、具体的にそういう方向でやろうとされているのでしょうか。

(事務局)

今の話で申し上げますと、やはり我々としたらこのガイドラインを全部守っていないと許可しないということは当然なくて、許可する条件というのは当然条例が基準になっています。ただ、その中で屋外広告物についても良い景観づくりの一翼を担ってほしいという思いでこういうガイドラインを作らせて頂いておりますので、最低限の条例の基準とガイドラインの理想的な状況、この間におそらく答えがあると思っておりますので、実際の設計等をされる方と色々お話をしていく中で、少しでもいい広告物になればという調整をしていただくための一つの基準と思っています。そういう意味で言うと、これを守らなかったら絶対許可をしないとかそういうことでは当然のことながらありませんので、こういう市としての思いがある中で、どういうところを調整できるかという手段というように理解しています。

(B委員)

デザインする側からいくとできるだけ広い範囲だと当然なりますので、逆に条例の方でもっと厳しい規制をかけていくという考え方は、今の段階ではそんなになんないということですか。

(事務局)

そうですね。冒頭でもありましたが、やっぱりデザインセンスで同じ広告でも中心市街地にあるのと河川沿いにあるのでは当然与えるインパクト等いろいろ変わってくることもあって、厳しい方に規制して全部条例で定めてもいいのですが、一概にそれが必ずしも街のにぎわいにとって得ではない。そういったことがございますので、まずはこういう形から始めさせて頂きたいと思っています。今の時点で、これに合うように条例を変えようという思いは今のところは持ってないということです。

(事務局)

少し補足させていただきますと、今までこういうものがなかったということは、良くなかったとまず反省して、まず指導というよりも誘導で、誘導して指導して色々状況を見ながら、例えば条例で加えて規制すると、ステップを踏んでいくべきと思っています。その中で特に京都市みたいに、電飾はダメであるとかそういうところまで行くかもしれませんし、まだそこまでは市の中でも色々な考えがありますので、こういうのを見ながらまずは誘導してそういうことを含めて検討したいと思います。こういう場でもその辺の議論をまた頂ければと思いますので、よろしくお願ひしたいと思います。

(会長)

はい。B委員のご指摘は、事前に色々ご相談させて頂いた時も同じ指摘はさせて頂きま

した。100%守ってほしいのであれば、これはガイドラインとか配慮基準とかグレーなことは言わずに、これは条例に基づき、許可基準にしまえばいいのではないですかという話で、許可基準にしない理由を明確にしておかないといけないでしょうと指摘させて頂いたのですが、例えばですけれども、私が色んな許可基準を改正するときにお手伝いした経験でいいますと、100%守って頂きたいというものを作ると、段々基準が緩くなってきます。例外を認めないというところまで下げていかないといけないのです。8割9割守っていただけるとある程度いい景観になるであろうという時の8割9割を守っていただけるようなそんな基準というのはなかなか作りづらいです。それが、こういうグリーゾーンを残しながらの言い回しになるのかなというように思っています。それが建築基準法と景観の法律・条例と違うところかなと思っています。

それともう一つは、豊中とか箕面はもう先行してガイドラインで運用しているのですが、そのガイドラインの配慮基準に収まっていれば事前協議の時もつべこべ言いませんと、これをちゃんと守っていただいているわけだから、そこでまたああせいこうせいと言うのは、何のための基準なのだという話です。しかしながら、もうちょっと頑張ってもらいたいという時は、一言二言言ってもいいが、それ以上突っ込むのは、ちょっといかなものかなというような運用をしています。これを守ってないものに関しては、協議の段階で、こちら行政側も言わせてもらいます。超えるなら超えるということで根拠がいるし、さらにはより良いものにして頂くことによって、この基準から逸脱しているけれども、トータルで考えていいものにして下さい。そのために、事前協議の時にしっかりと議論をさせて頂きます。という2段階で豊中、箕面はこのガイドラインの基準と許可基準の間をどのように見ていくかという運用をしておりますので、ちょっとそのあたりも参考にして頂ければと思います。

(事務局)

ご意見ありがとうございます。まさに我々というのは、時間というのが我々の武器みたいな役割でして、こういう物差しをきっちり作って、今会長がおっしゃっていただいたようなある種の誘導をするということかなと思います。

(B委員)

設計屋の現場にいると行政協議などさせて頂く時に、担当者によるとこういうガイドラインであってもそれは一つの基準だと、それにこだわってしまう方もおられる。やはりそうになってしまうとちょっと困りますね。

(事務局)

そういう意味では、担当者の資質的な所も当然出てくるので、今後の運用の中でそういうことに陥って、これを死守しなければならないというものではないというのをしっかりと

伝えて運用していきたいと思います。

(B委員)

その辺りの意識をちゃんともってもらえたら良いと思います。

(事務局)

はい。ありがとうございます。

(会長)

広告物ではないのですが、数年前箕面で、ある開発業者さんが住宅地開発をしたのですが、その中で、この素材を使いたいということがありまして、非常にいい素材だったのですが、正確に彩度をはかりますと0.1超している。これをどうするのかという話になり、基準は基準だという話もあるし、0.1くらいで良いものが出来るのであればそれはそれで良いのではないかという話をしたみたいです。最終的には、そのまま認めるのではなく、その前にもう少し緑を植えていただく、見えがかりの面積をもう少し小さくしていただくという条件を付けながら0.1くらい超えるのは良いでしょうとしたのですが、おそらくB委員がおっしゃる話は、これはこれとしてあるけれども、やっぱりより良いものになるのであれば、この基準を着手要因と受け取るのではなく、やはりお互い協議の中で考えていくという思いが強くないでしょうかというご指摘だったと思います。

(D委員)

いくつかあるのですが、一つは、ガイドラインが全市共通のものと種類別と地区別と3つあるが、3つの関係を最初の方にもうちょっと図示するとかを検討していただきたいなと思います。特に3ページにあります全市共通ガイドライン特に区域区分、先程ご指摘あったように用途地域とで対応しているのと、しかしそれとこの15ページ以下の地域別というのは必ずしも対応していないところがあるので、いわば全市共通のガイドラインの上に種類別が乗って、さらに地区別が乗るのか、その辺りの関係というのをガイドライン相互の関係が分かるような簡単な図でいいから入れて頂きたいというのが一つ。

それから二つ目が、さっきの話とも関連するのですが、ガイドラインの書き方が定量的なものと定性的なもの両方になっている。

定性的なところというのは、指導・助言・相談いっぱい色々な言い方がありますが、解釈というか読み方が色々でてくるだろうと思います。その辺りを市の方は、こういう風に具体のあがってきたものを当てはめるところ読むが、申請してきた事業者の方は必ずしもそう読まない。そういったところを丁寧に対応していくしかないのかなと思います。

定量的な数値的な所ってというのは、それを基準だからと言って守っていただくか、少し許可基準とにらみながら判断するという形にするか、という話はあるかと思うが、そちら

の方より定性的なガイドラインの読み解き方みたいなところを、市の方と事業者の方とで共通の土俵に乗られるような事前協議と言いますかそういうところは検討して運用して頂きたいなと思います。そして、そのあたりの事例を何か残していく、あるいは場合によってはそういうものを集積して、それこそガイドラインのてびきのような形でこういう事例がありましたみたいなものを、こういうところでこういうものがでてきて、こういうガイドラインの基準との関係でこんな話になり、こういう風に読み解いてこういう良いものが出来ましたみたいな事例集でも摘記でもいいですが、そういうものを作っていくということをちょっと検討していただければなど、そうすると他の事業者にとっても参考になるかなと思います。

(事務局)

はい。ありがとうございます。おっしゃっていただいたように非常に定性的な部分でどう運用していくのかというのは、当然行政もどんどん担当が変わっていきますので、そういう中でおっしゃっていただいたように、最初こういう絵を描いて持ってきたが協議調整するなかでこんな風に最後いいものになりましたという行政的な協議調整の経過みたいなものが蓄積されていけば、おのずから目指すところが明らかになっていくのかなと思っています。なので、そういう事例の蓄積もやらないといけませんし、この中で色々定性的に言っていることの具体的な表現を写真で一定載せているつもりですが、より良い事例とか色々あると思いますので、そういうものをしっかり収集して、また事業者さんと協議するとき、例えばこんなところでこんな良い事例がある、行政はこのようにことを思っているからちょっとこのようなことを考えられないかというように、もう少し色々とお話できるネタを集めなければならないというのもご質問いただいたとおりです。

なので、これを作って終わりではなくて、これからの運用の方が大変だと今のお話を聞いたらよく分かりましたので、その辺の仕組み作りもこの後我々としては少し考えていきたいと思います。ありがとうございました。

(会長)

今のD委員のご指摘の後半部分というのは、運用で沢山事例が増えてきますと、うまく整理をすれば、デザインヒント集とか事例集が出来るのではないかと、それを持っておれば行政内部での引き継ぎもスムーズにいくし、業者さんとの協議も一定のコンセンサスみたいなものも図りやすくなる契機になると思いますので、これは時間をかけてしっかりとやっていただきたいと思います。

それから前半部分のご指摘は、基準が3つあるけれどもこれがどういう関係になっているのかということの整理ということをご指摘いただいたのですが、後半部分の話ともからめると、この冊子の読み方をどうしていったらいいのかというのを最初に書いておいて頂く、その中にワンランクアップって何なのかというのが書いてないので、ワンランクアッ

プというのは、最低限の基準はこれだけ守って下さい、でもその延長上にさらに良いものにするというテクニックとしてはこういうものもありますし、これは自薦他薦で市民の皆さんが良い事例ということで上げてくださった事例がここに並んでいます。ですから頑張れる方はこのワンランクアップに相当するものをどんどん増やしていただだけませんかというメッセージになっているはずなので、その思いがちゃんと最初の方に構成としても分かりやすいように説明して頂ければ、すっきりするように思います。

(C委員)

今、D委員のお話をうかがっていて、さっき私が発言したものと掛け合わせると、屋外広告物を出したいと思いついた時に、まず自分が出す所がどういう地区かっていうのがあり、そしてその周辺景観を読み取ると後ろの方の章のどういうエリアだっていうことが分かり、じゃあどれだけ必要があるかっていうのを検討してもらって、じゃあ具体的にどういうタイプに決めた、屋上に決めたとかそしたらそのページを見るとじゃあデザインはどうするかって話になるわけですが、そこで色彩の事がかかってくるかと、ワンランクアップのための技としてこうあります。屋外広告物を出そうと決めた時から完成までのびきが絵になっている、そしてそこでページがリンクしていると非常に分かりやすいかなと思いました。

(事務局)

はい。構成は色々ヒントを頂きましたので、先程のどういう関係になっているのかということと、検討の流れに沿った所にページ案内をしっかりと誘導してあげることの重要性を理解しました。ありがとうございます。

(A委員)

色々技術的な話が出ていましたが、私は今観光協会の方なのですが、技術的なことは別にいたしまして、感想というか思いというような部分で話をさせていただきます。

はじめにも出ていましたように、高槻の魅力というのは、豊かな自然と歴史、それと街のにぎわいという大きく3つに分かれると思います。そういう中で、豊かな自然の中で言えば、特に皆さん今日電車で来られたか分かりませんが、車窓から見える高槻のイメージというのは、北と南もありますけれども特に北の方は北摂連山の山並み。茨木から富田に来てそれ以降が特に山が迫ってきて、そのあと京都につながっていく、そのようなイメージの中で、高槻が積極的に観光地へお客さんを受け入れるために、自然を売りにしている部分ですが、その時にある意味今日やっただけの屋外広告物の重要性というのはすごく感じるわけです。

具体的に、例えばいいとか悪いとかの話は別なのですが、今高槻にも自然を背景にした広告も沢山あると思いますが、高槻の歴史の中で、産業を進めるという形の中で、富田の

方からは大企業さんの会社が並んでいます。そのような中で、その会社の規模に見合った看板、それ以上に、皆さんご存じかもしれませんが、シンボルとして出しておられる看板、それがひょっとしたら、私の目から見たら、高槻にそれだけの看板を出してはるということは、高槻の活力にも影響しているのかなというような部分も感じるわけですが、豊かな自然を表す部分についてはちょっとどうかと首をかしげるような看板もあります。しかし、高槻の都市の魅力という意味で言えば、自然も大事、都市の魅力も大事、そういう意味で屋外看板の中でも、ずば抜けた看板もあるということも必要かなとそういう気持ちもします。

これはあくまでも感想の話なのですが、その辺のところを指導というか規制する側からして、その辺りのバランスをどうとっていただけるか、それで自然はそのイメージですが、豊かな悠久の歴史なども見ていただくような観光もあるわけですが、特に、横のラインとして西国街道というのがあります。西国街道がある中で、西国街道はちょうど真ん中が高槻の中心部にあるわけですが、そのあたりの西国街道はいっぱい家が張り付いて時代とともに家も建て替えられてきて、看板というかどちらかといえば古い建物を残すイメージもたぶんあると思うのですが、そのような部分でいえば、これから建築する建物に対して屋外広告物の規制をすることだと思いますが、規制の建物であっても看板であってもその歴史的な空間を残すという意味で言えば、特に芥川宿では古い建物が残っております。そのようなところで、看板について住民の皆さんにもう一回考え直してもらう部分も多々あると思います。そういう部分もこういう中に少しはあってもいいかなという気もします。それと、賑わいの部分ですが、賑わい、特に私も阪急で通っていますが、阪急の高槻市駅に来た時に、芥川があって171号線があって急に市街地の雰囲気が出てきます。その時に、屋外広告物、屋上の上にも看板をよく付けていますが、それはこれからどうという話はないと思うのですが、結構空きの看板スペースもあります。やはり経済が反映していますので、そういうものに対してもこれからそういう部分を適用するのかなどうか、そういうような部分も感じますし、賑わいという部分で言えば、そういう看板を適正に、ここにも書いていただいています、適正に規制して頂きますと街の賑わいは更に盛り上がるという部分で非常に屋外看板の規制次第では、すごく街のレベルが上がるのではないかとそのように思ったりはします。

それと、もう一点だけ、ついこの間中心市街地活性化の話があったのですが、その中で、中心地域で今電線の地中化工事をやっています。今工事の最中だと思うのですが、電線の地中化工事をすれば、当然がらっと風景が変わると思います。しかし、その時に電線が地中に入るだけでいいのかという部分じゃなくて、電線を地中に入れたことによって、今までごくふつうに出ていた看板をもう一回街並みを考えて頂くというか、そういうような看板についてもすこしそのへんの働き掛けがあったらなおさら街の魅力がアップするのではないかとこの風に観光客を受ける側からはそんな風に思います。宜しくお願いします。

(会長)

はい。ありがとうございます。最後の無電柱化の話ですが、実は私も色々なところで気になっていまして、電柱がなくなるとスッキリする分建物が見える。なので、無電柱化すればするほど建物と広告物のデザインが質を左右することになりますので、それを契機に、かなりの額をかけて無電柱化していくわけですから、その時に周辺の建物の所有者の方に、お宅の方も綺麗にさせていただくことでいい街並みができますよというようなおすすりもしていただければと思います。

(事務局)

はい。ありがとうございます。当然無電柱化を何のためにするのかというと中心市街地の賑わいを取り戻すための一つ的手段としてやっていくわけですし、その中で、電線がなくなると終わりというのではなく、もう少し景観的にも良い中心市街地にしていかなければならないという認識は我々としてもございます。その中で、今ご指摘ありました路上に置いてある看板とかの話も含めて、トータルとして街が新たなステージにいけるように、生まれ変わる様に我々としても地域の事業者の方と色々な形でお話していかなければならないという認識は当然もっていますので、そういうところもこれから一緒に関係課とやっていきたいと思っています。その他、高槻の色んな地域がある中で、そこに合った地域に相応しい看板があるのではないかとご指摘はもっともございまして、当然我々もそういう地域の色を考えながらこういうガイドラインを使って事業者さんと色々話をしていく、それだけのノウハウが我々にも求められるということだと思っていますので、先程おっしゃっていただいた事例集なども使いながら、担当者がきっちりそういうノウハウを持てるような仕組みをしっかりと考えていきたいなと思っています。

(会長)

そのあたりは、やはり地域の方々のまちづくりの方向性をみんなで話あってどうしていくか、その延長上に広告物のデザインをみんなでどうしようにしていくかということもあると思いますので、規制誘導だけではないかなという気がします。

具体的には、観光客を集めているという意味で言えば、彦根の夢京橋キャッスルロード。あれは区画整理で新しい町を作ったにもかかわらず、町屋風の建物のデザインでいこうとみなさんで決めていただきました。それと、その延長上の4番町スクエアは、大正ロマンで再開発していこうということでやられましたので、そのような皆さんで方向性を決めていただきますと見事に整備ができ、それが観光客を誘致している典型的な事例になっている。そこはまた範囲が広がりますけども地区の街づくりという観点で考えていただく必要もある。

(E委員)

このガイドライン見させていただいて、お客さんとお話するとき、本当に参考になるということで、非常に有益な資料を作っていただいたなと思うのですが、ただ現場の人間として、こういうようなものを見ることによって、ああこれ良いなというような感性をお持ちのお客さんというかクライアントさんでしたら非常にありがたいのです。しかし、世の中広いもので、売らんがために看板をやるということで、目だったらいいというそういう元々のお客さんがおられるというところでお客さんがどう納得するか、その仕事そのもので違反の広告物になるのでお断りしますという業者さんもいますし、お客さんが言うならしょうがないというところで違反広告物が増えてくるというのも現実な面です。なので、ここのガイドラインに載っていますように、看板を統一することによって良くなる、5ページのこういうような非常に行政側の方にとったら難しいところはあると思うのですが、こういう形をこういうようにして非常に効果が上がりましたよとか、悪い例と良い例、同じお客さんが変えられて良くなりましたよという事例をできるかぎりやってみていただきたら、我々お客さんに対して非常に説得させやすいので、違反広告物が当然少なくなっていくかなと言う感じがいたしますし、それともう一つはやはりここに出ていますが大手チェーンのクライアントさん、このあたり結構駅前でも違反広告物が多いので、こういう方々にこういうものをしっかりと啓蒙していただきたいし、我々もちょっとでもそのあたり協力させていただけたらなと拝見してちょっと感じたところです。以上です。

(会長)

そういう意味では、設計者・デザイナーの方々だけではなくて、いわゆるクライアントの組合、例えば商工会議所を通じてこれを配らせていただく、商工会議所の部会の中でお披露目いただくような場所を作っていただく、そんなことも必要かなと今の話を聞いて思いました。

(E委員)

それとレベルが非常に高いので、その分このギャップが大きいので、違反できる範囲が大きくないってことで、行政側の人としては理想として非常にレベルが高いものをお見せするというのはいいのですが、その分お客様とのギャップが広がりますので是非さっき申し上げたように良い例悪い例をよろしくお願いします。

(会長)

私やC委員は、アドバイザーとして事業者さんと直接対面することが多いのですが、だいたいたくさんの案件を見ていましたら、申請書の中身を見なくても鑑を見たらだいたい内容が分かる。クライアントさんと設計者さんとの組み合わせがだいたいありますので、

いいものを作ろうとするクライアントさんはいいものを作ってくれるデザイナーさんと組んで、その逆がおっしゃるように非常に問題で、そのあたりも今のご指摘でうまく運用できるようにしていただければなと思います。

(B委員)

それに絡んでですが、周知方法のところ、関係団体への説明とか講習とか書かれています、具体的にどこか考えておられるのですか。

(事務局)

今おっしゃっていただいた商工会議所であるとか、屋外広告物の各種の講習をやっているところがございますので、そういうところとタッグが組めればいいなということなどを思っています。クライアントさんであったり屋外広告物業界であったりというところ、どいうタイミングで我々がいけるかというのをこれから検討していきたいと思えます。

(B委員)

今会長がおっしゃったように、そういうクライアント筋の方からやっていったらいいと思えます。

(事務局)

クライアントの方も非常に重要だということが良く分かりましたので、はい。がんばりたいと思えます。

(C委員)

私も今いろんな所で国交省さんとかがされているフォーラムに参加しているのですが、結論はそこです。やはり業界の方々には本当に熱心に勉強されていますし、そういう業者さんに対し困っておられるところがすごく多くて、本当に商工会議所もそうでしょうし、観光協会さんとお付き合いがあるところもそうかもしれませんが、本当に一般の事業者さんに対していかにPRしていくかというところがまずかなと思えます。

(F委員)

専門的なこと知識的なことは各先生方がおっしゃられたとおりだと思えます。やはり運用面ですね。これをどうしていくかというのが、非常に難しい問題でございまして、ガイドラインは作ってもどう運用していくか、それをまたステップアップしていくかという、これがまちづくりということで繋がるのではないだろうかと思えます。

続きまして、先程から出ているように、設計者さんというのは、ある程度モラルがあつて常識もあつて専門的知識もある。こういうようにしたいと、そういう思いをもっている

方が大半だろうと思います。問題はオーナーさん。オーナーさんがとにかく安くすむものにしてくれとか、その要望に往々にして設計者がある。その辺の調整をどう図っていくか、それは企業さん側の資質なのでしょうけれどもそれをどこまで立ち入ってステップアップしていくかという調整能力が問われる時代かなと思います。

私も数少ないですけども、駅前の北と南の再開発を担当させていただきました。やはりその辺のところの一つの顔でございまして、特にサイン工事、これにつきましてはやはり見やすく、そして分かりやすい、美観的にも調和する、果たしてそういうものができたかどうかは疑問ですが、やはりそういう気持ちでもってあたるものと、とにかくやったらいいよというのは雲泥の差だと思います。ですから非常に資質も問われるということになります。

それと、ちょっと難しいと思いましたがのは色彩です。要は色合いの関係、これは個人差がございまして、これをどのように調和のとれたものに誘導していくか、これは国民性によりますし、地域にもよりますし、風土にもよる。ですから色合い関係については非常に誘導する方も個人差もあるだろし、難しいかなという感覚ではおります。ですからマンセル表につきましても設計者はマンセルの記号は周知されていると思うのですが、オーナーさんはなかなかそこまで、赤と白が良かったらこれでいいはずじゃないとか、そういうような感覚でおられますからその辺の調整ですね。これを設計者と事業者側にどういうように調整していくか、色関係につきましては非常に難しいものかなと思います。ですからその地域によっての色調、例えば山が近くでしたらそれに合うような色、合うような色とはどういう色をもっていうのか、この選択肢が非常に難しい。ですから誘導する側、運用する側としては、地域的な景観、歴史的な景観とかございますので、それに見合うような色。これを漠然とといったって難しいと思うのですが、ちなみに高槻市の市章は一般的にもえぎ色、もえぎ色というのは幅広いです。ブルーといったってペルシャブルーもあるしコバルトもあるし、そのへんの色合いの関係ですね。その辺のところも選択肢、広告物の関係で、目安となるのは大きさとかではなく、色がまず先に飛び込んできます。その辺のところの調整大変だろうとは思いますが一つがんばっていただきたいと思います。以上です。

(会長)

7ページ 8 ページに書いてはくださっていますが、やはり面積の問題もたぶんありますので、面積が小さければいわゆるアクセントカラーということになりますので、かなり自由に使えることになると思います。ただ、地色といわれる色になってくるとやはり周辺の影響を考えながら一定の規制がかかってくるのかなというように思いますので、しっかりとした派手な色を使いたければ、面積を小さくしていただくとか、その辺の面積と色の関係というのも運用上考えていただければと思います。

(G委員)

たぶん夜間景観が一番難しいのだと思います。難しいから10ページくらいの表現しかやむをえないのかもしれない、あとは実際にやっていくしかないなど、しかも用途地域というのと景観のそれぞれの地区の関係でだいぶ変わってくるだろうから実践的にやるしかないのではないかなと思っております。ここらへん実際にやられるときに軋轢というか対立があって難しいかなと思うのですが、これはがんばってくださいねということでありまして、E委員はよくご存知ですけど京都なんかはばっちり世界遺産になりましたので、そのバックもあって、厳しくやったわけで、そこまでなかなか今の段階で行かないだろうなと思います。特に歴史景観であるとか、古墳であるとかそこらあたりのところは実際にやってみて納得していただくということも必要です。許可基準にするのはなかなか難しいと思いますので、実際にやってみてそれが定着すれば、許可基準にあげてもいいんじゃないかと思えます。

(会長)

一応夜間景観は書かせるのですか。夜はこうなりますというのを届出など、推測でしょうか。

(事務局)

実際の今の市の許可申請のところは、夜間景観はこうなりますといったところまではついてなくて、照明は有るのか無いのかという程度なので、わかりかねるところが現状では多いです。ただ一方で、こういうガイドラインを作って、夜どうするのかと、外から照明するのか中から照らすのかというのを確認しながら、こういうガイドラインを作った以上やっていきたいなと思いますので、その辺りを情報としてはこれからしっかり収集できるようにしていきたいと思えます。

(会長)

なぜそれをお聞きしたかと言うと、やられたなという事例が、広告物ではないのですがありまして、箕面市の船場地域、具体的には新御堂筋沿いのパチンコ屋なのですが、乳白色のガラスで非常にシックにできていました。許可のときもこういう乳白色でしたら問題ないかなとっていました。ところが夜になると七色に光るんですね。その光を発射させるために乳白色になっていまして、これはしまったなということがございましたので、ひょっとすると夜に表情が変わる看板というのもでてくるかもしれませんので注意をいただければと思います。

(H委員)

私は屋外広告物に関して非常に素人なので、専門的なことは申し上げられないのですが、ひとは自然関係の業務に携わるなかで、地区別ガイドラインの自然的景観 16 ページに写真がございますけれども、専門的なことでいうと森林のところは、屋外広告物ってアピール度が低いところなのであまり懸念はないかなと思っていますが、特に農地里山、河川沿いっていうのは今後新名神の道路もできますし、山の方だとメインはトンネルなのでそんなに関係ないと思うのですが、特に農地里山とかですと今後そういった車が通りだしたのを目当てに広告物もでてくるのかなと思います。そういったなかで、表現ないし写真のところ木看板が2つ出ておりますけれども、ちょっと同じような感じがしたので、写真の選択肢として車から見えるというか新名神・道路から見た景色も絡んだ、他のそういった事例も取り上げていただきたいなと思います。

(会長)

バリエーションとかちょっと変えていただきたいということですかね。

(A委員)

今の話で、特に第 2 名神の道路ができる原地区などは、これから高槻の自然という意味でいえば、ずっといい観光資源なので、寒天の里でもありますし、どぶろくの里でもあるし、とかいなかでもあるし、そういう意味で言えば屋外広告物でその景色を台無しにされてしまうとそれこそ元も子もないと、そのへんのところ具体的にどうこうというのは難しいかも分かりませんが、地域としてそこをどのように育てていくのかみたいな屋外広告物についても、考えみたいなものがあってもいいのかなと思ったりはします。

(会長)

次のご報告の中でそのあたりの話はおそらく話の案件として言っただけとは思いますが、開通まで直近にきていますので、開通までにしっかりと今回あたりのガイドラインをしっかり作っておかないと、皆さんご指摘のようになりますので、そういうようにならないようにご注意くださいと思います。

(B委員)

ちょっと冊子に戻りますが、この冊子自体デザイナーさんが入っておられると思うのですが、写真をもっと鮮明で大きくできないかなというのと、全体的に暗い写真とかがありますので、できるだけ先導していくのであれば、写真の質をもっと上げていただくのと、この中のレイアウト、余白の美という話もありましたが、余白はいいからもっと写真大きくしてレイアウトも揃えろとか、失礼かもしれませんが、その辺りもう少し検討していただけたらありがたいと思います。

(事務局)

まだこれは職員の手作りの段階でございまして、写真についてももう少し、先程ありましたように、色目の調整も含めてやっていく余地がありますし、デザインレイアウト等当然もんでいかなければならないし、もっといいデザインにしたいなという思いもあります。これから印刷までかけていく中でそのへん上手に吸収していきたいと思っていますので、また仕上げにご期待ください。

(B委員)

写真はこれ原則高槻市内のものなのですか。

(事務局)

はい。これすべて基本的には高槻市内の我々としたら良いサンプルになる屋外広告物をあげたということでやっておりまして、他市さんの事例よりは高槻市のガイドラインでございまして、高槻で良いものをとということでやっております。

(B委員)

あまりこだわる必要がないと思うのですが。

(事務局)

その辺りの選択が難しい、一方で悪いのを載せるというのはちょっと載せづらいところがございますので、そういうのは割愛させていただいてイラスト等で描かせていただいたというところがございます。

(会長)

豊中で作らせてもらった時に、せっかく良いものなのにどこにあるかというのが分からないので、現地に行って確かめるというのが普通じゃないかというご指摘がありまして、ここに何処にあるというのを載せるとまたややこしくなりますので、裏の一覧で何ページのこの写真はここにある看板ですよというのをリストアップしたらどうかということがありました。大変な作業になるのは分かっていますので、それか、もしそんなに手間がかからないのであれば、地図にプロットするとか、一覧表のリストにするとかすれば現地に行けますので、そういう工夫もしていただければと思います。

あといかがでしょうか。よろしいでしょうか。

それでは様々な貴重なご意見賜りました。これを受けてまたより良いものに仕上げたいと思っておりまして、今年度末で策定してできるだけ早く運用したいという

ことでございますので、今日のご意見を賜りながら修正をさせていただきますけれども、最終は私と事務局の方で決定させていただくということでよろしいでしょうか。

はい。それでは同意いただいたということでございますので私の方で進めさせていただきます。

それではその他に移りたいと思います。先程からも事務局の方から言ってくれていましたように、一回目ということでございまして、従来の最近の取組なんかもご紹介いただきながらご質問いただけたらと思います。それではよろしく申し上げます。

4 その他

(事務局)

はい。色々ご審議ありがとうございました。引き続きその他の案件ということで、2件ご報告させていただきたいと思っております。資料の方を今からお配りさせていただきますが、1件目は、「JR高槻駅周辺サイン整備について」ということで、最近いろんな形で整備が進んでいる駅前において少し交通サインの方を適正化していくような方策を考えてございまして、そちらの内容について1つはご説明させていただきたいと思っております。2件目につきましては、「景観・屋外広告物の最近の取組」ということで、昨年度も少しご報告させていただきましたが、今我々都市づくり推進課が中心となりまして、景観・屋外広告物行政に取り組んでございます。今年度こういった取組をしているということでご報告させていただきまして、今後こういったこともやっていったらいいのではないかなというようなご意見とアドバイス等いただければと思っております。それでは1件目の「JR高槻駅周辺サイン整備について」から担当の方からご説明させていただきます。

(事務局)

それでは、JR高槻駅周辺サイン整備について、説明させていただきます。前方のスクリーンをご覧ください。

本日、説明させていただく事項といたしまして、ご覧の3項目でございます。まず、項目1の「JR高槻駅周辺の整備状況」ですが、現在、JR高槻駅では、JR西日本が主体となって、ホーム新設工事が行われており、平成28年春には供用開始を予定されています。中央口南側においても、本市が過年度より再整備を進めております。

次に、項目2の「JR高槻駅周辺サイン整備について」ですが、現状の案内・誘導サインについては、動線が分岐する箇所において、画面に示されるような様々な課題が見受けられます。

この様なことから、今回の整備の目的としては、駅周辺の再整備に合わせて、市民・来街者をJR高槻駅からバス乗り場や駅周辺の公共施設まで分かりやすく案内・誘導するため、交通サインの適正化を図るものとしております。

サイン整備対象エリアとしては、JR高槻駅中央口周辺と、西口周辺の2箇所となりま

す。

検討体制としては、J R高槻駅周辺サイン研究会として、J R西日本・高槻市観光協会・高槻市関係部局から構成される体制で検討を進めております。

2-4の検討状況ですが、これまで研究会として都合3回開催し、今後、最終的なとりまとめを行う予定です。

次に、項目3の「整備方針」について、説明いたします。サイン研究会では、現状と課題を整理した後、サインの適正化に向けた基本方針を、1 来街者が安心して移動できる分かりやすい情報を提供すること、2 シンプルで統一感のあるデザインとすること、3 景観への配慮を行い、良好な景観を形成すること、の3項目としております。

対象とするサインの種別としては、誘導サインについては、駅利用者をバス乗り場等へ誘導するための交通サインとし、案内サインは、バス乗り場を案内するためのサインとします。位置サインとしては、特に場所が分かりにくかった公衆トイレを示すサインとしています。

なお、本市では案内サインとして、まちなかにおける公共性・公益性の高い施設を示したサインが一定整備済みであるため、既存の案内サインと連携し、来街者へのサービスの向上を図ることができると考えております。

次に、文字書体ですが、遠方からの判読性に優れた書体としてユニバーサルデザイン新ゴプロ、ヘルベチカを採用するものとします。

3-4の配色については、色覚のバリアフリー化を図るため、赤と黒、緑と茶色といった判読しづらい色の組合せは使用せず、出来るだけ明度差や彩度差が大きい組み合わせを選択することとしております。

つづきまして、各種サインの整備方針について説明いたします。

誘導サインの標準仕様ですが、設置は天井からの吊下げ式を基本とします。配色は、上段は白地を基調とし、エレベーターや公衆トイレ等の情報を表記します。下段は黒地基調とし、公共交通機関の情報を表記します。使用するピクトグラムはJIS規格に準拠したものを使用し、表記言語は、日本語と英語の二ヶ国語としております。和文の文字高は視認性を考慮して40ミリメートル以上、英文の文字高は30ミリメートル以上としております。また、誘導サインには、視認性を向上させるためのアクセントカラーとして、JR高槻駅北東地区にも導入されております、サインの左端に黄色をデザインするなどの工夫をしております。具体のデザインはお手元のA3の資料の4ページをご覧ください。

次に、案内サインの標準仕様ですが、高齢者や車椅子利用者の視線に配慮して、サイン表示面の中心高さを地面から1.35メートルに設定します。幅については視死角が45度以下になると誤読率が高まると言われていることから、視距離の設定を1メートルとし、サインの最大幅は2メートルに設定いたします。

今回対象とするバス乗り場案内サインへの掲載情報としては、バス利用料金、乗り場周辺案内図、路線図、各路線の情報としています。和文の文字高は9ミリメートル以上、英

文の文字高は7ミリメートル以上とし、バス乗り場ごとに配色を変えることで、目的の乗り場が分かるように工夫をしております。また、サインの下方には、南北を間違えた方に再案内するため、反対方向の乗り場を表記しております。設置方式は自立式とし、サイン足元には空間を設けないことで、視覚障がい者の白杖が入り込まないように配慮しています。詳細についてはお手元のA3の資料の3ページ目をご覧ください。

位置サインの標準仕様としては、JIS規格に準拠したピクトグラムのみを表記を基本としております。設置の際は、壁面と直交方向に設置し、一目で公衆トイレの場所が分かるようにしております。

こちらが中央改札周辺エリアの再整備案になります。本市と交通部が整備するサインは、来年度に工事を実施する計画としております。また、JR西日本とされては、柵外コンコースの改修時期に合わせて検討を行うと伺っております。

こちらが、西口周辺エリアの再整備案となります。来年度に実施する歩道整備に合わせて、本市がサインを整備いたします。

以上で、JR高槻駅周辺サイン整備の説明を終わります。よろしくお願いいたします。

(会長)

はい。ありがとうございました。これについてはいかがでしょうか。何かご質問、ご意見ございましたら、いかがでしょうか。

事前に事務局には申し上げていたのですが、JR高槻駅周辺ですが、今後阪急高槻市駅とかあるいは富田の駅とかで、そこも一定の同じルールで、変更の時変えていただくと利用者として非常に分かりやすくなるかなというように思いますので、そういう視点でも少し頭に入れながら、今回サインとかシステムとか構築していただけたらと思います。

(B委員)

今回の件は中央口と西口周りということで、JR等と提携されているようですが、公共サインということであれば、ある程度は目的が達成できると思うのですが、もっと広いエリアに対して共通のサインの要素みたいなものやっていく、あるいは民間に対しても一緒になって協議会みたいなものを作って、サインについての方向性みたいなものを協議していく、そういうことは今後考えられるのではないのでしょうか。

(事務局)

はい。一点目の会長のご指摘と同じようなご指摘をいただいているのかなと思ってます。お手元にパワーポイントをコピーしたものがありますが、その12ページのところに、本市の案内サインの例ということで、少し中心市街地の部分については、すでに平面図ベースでこういったところにこういう施設があると、あるいはこういった施設まであと約何メートルありますというような案内標記を出しているというのがございまして、こ

らとも連携しながら今回検討しているのはどちらかというところについてはこういう形で誘導していき、それ以外の中心市街地の部分についてはこういったサインで誘導してく、それからもう少し広域の市全域にどんな観光資源があるのということについても、このサインの右手の図の中でそういうものも一定書いています。また帰りJR高槻駅寄られるようでしたら、また見ていただけたらと思います。

こういうものを市としてはすでにあるので、これを少し大事にしながら、色々なツールを使いながら、案内誘導していきたいということが今思っているところでございます。

(B委員)

広域について案内表示するのも勿論必要ですが、駅周辺あるいは中心部の事業者さんと連携して、その民間のところのサインも市との関連をつけてくとかそういうことを考えていないのですか。

(事務局)

そうですね。この右左でいうと右側が市全域で、左側が中心市街地の詳細な図になっていまして、ここである程度の公共性公益性のある施設については書いているのですが、例えば民間の商業施設等については、少しできていないところがあるので、こういったところをこれからどうようにしていくのかというのが課題になっているところだと思っています。

また、サインの盤面というのは定期的に更新しないといけない部分がございますので、そういう機会にどういう形にできるのかというのは少しまた勉強していかなければならないと思っています。

(B委員)

その時に、今施設メインでやられていますが、つないでいくということであれば、道路管理者はおそらく高槻市さんだろうと思いますので、道路にそういうところのサイン等も連携していけたら、線で繋がっていくかもしれませんね。

(事務局)

はい。ありがとうございます。

(会長)

そのあたり難しいと思うのは、具体的にいうと、大阪市とか堺市とかは私もお手伝いさせてもらったのですが、一番困ったのが銀行の合併で銀行の名前が変わるとき全部変えなといけない、今落ち着いていますのでそういうことは起こらないのですが、民間施設名を入れていくと民間施設の変化が非常に大きくなってくるので、そのあたりはかなり慎重

に作業してもらいたいと思います。

それと先程のご指摘と延長上の話になりますが、12枚目のスライドに示していただいた案内サインというのは、他のところの案内サインもだいたいデザインや内容は統一されているのですか。

(事務局)

こちらの案内サインについては、高槻の駅周辺10箇所くらいで、国の補助金を使いながら一定同時に整備していますので、レイアウト等については統一されております。

(会長)

今後はそのマニュアルに沿って、ずっと更新されていくということですか。

(事務局)

今のところは、公共的施設の変更がない限りは、補助金を使っているということもありますので、しばらくは大掛かりに改修するようなことは考えておりませんが、この駅周辺のサインをさらに広げていくそういう状況になれば、この辺りのサインも含めてまた再検討していくようには考えております。

(会長)

なぜそれをご指摘しているのかというと、先程いくつかの市の名前を言わせてもらいましたが、公共サインのトータルなシステム作りというものをさせていただいておりまして、まず案内サインから始まって、次に誘導サインで誘導していく、そして位置サインで場所を示すという一連のサインがシステムで出来上がっていますので、そのあたりが矛盾なく全てシステムとデザインが統一できるように全市的にマニュアル作りをさせていただきました。ですからそのマニュアルに沿いながら、全ての公共サインがそれでいくというようなしっかりとしたシステムを作っておりまして、そこまでいければ、先程のサインのご指摘もうまく取り入れられるかなと思います。しかし、私もやらせてもらって、相当な作業になりますので、それはまた別途考える機会がありましたら考えていただいた方がいいのではないかと思います。

(事務局)

まずは先程の案内サイン、バリアフリーの基本構想を作って、重点整備地区内の生活関連施設を案内するために国の補助金をもらってやりました。市でも重点整備地区の案内のためのサインとなっております。会長が今おっしゃっていただいたように、全市的なものには大変申し訳ございませんがなっておりません。実は平成28年度年末に新名神高速道路の高槻インタージャンクションが供用になりますし、35年度には全線開通というような

こともございまして、市としてもっと多くの来訪者を迎え入れるまちづくりをどう進めるのかということが非常に重要な課題でございますので、まずは28年度末にどういう道路標識とあわせて案内サインをするのかということ、またもうちょっと掘り下げて全市的な観光案内をどうするのかというようなことも考えていかなければならないと思っております。まずは駅前、多くの来訪者12万7千人の高槻駅で、サインが統一されていないのは非常に問題だということからやろうということで始めていました。会長が今おっしゃっていただいたのは、どこの市の事例でしょうか。

(会長)

私がお手伝いしたのは、大阪市、堺市、小倉などところでいくと猪名川町、猪名川町が一番最近お手伝いした事例なのですが、全てのサインを整えました。

具体的に言いますと、先程A委員の方から観光や歴史資源の話がでましたが、まず教育委員会は歴史のスポットのところのサインを出します。さらに商工観光課は観光サインがあります。みんな書体や色はバラバラ、それを全て整えましょうというようなことをさせてもらいました。

ですから市内の検討委員会を立ち上げて、そしてサインを特によく出す部署が集って、今後はこのマニュアルに沿ってみんな統一的にやるというようなことをしました。

ですから案内サインで使われた色がそれぞれのスポットの色とキャッチする、具体的には、立地的な資源は案内サインの時も茶系を使うし、位置サインの時も茶系を使う、それが同じ色で統一されている。そういうようなことをやっていきました。また時間をかけて検討していただけたらと思います。

(事務局)

まさにどこが音頭をとれるのか、やはりこの景観審議会を所管しているところがそういう音頭をとっていくべきかと思いますが、関連部局とも連携してできるだけ早い段階で、またこのように審議会でご意見をいただくことができるようにやってまいりますので、またその節はよろしく申し上げます。

(会長)

岸和田もやりまして、岸和田と猪名川町は企画がやりました。なぜかという企画調整の役割がありますから、決して都市整備だけではないので、誰がやるのかも含めて検討を始めていただければと思います。

(事務局)

はい。ありがとうございます。

(会長)

他いかがでしょうか。それでは、このサイン計画に関しましてはご意見がございませんので、続いて案件2をお願いします。

(事務局)

それでは、「景観・屋外広告物の最近の取組について」としまして、昨年の本審議会以降の取組を中心にご報告させていただきます。

目次の4項目についてご報告いたします。

まず、「1 屋外広告物条例の一部改正」につきましては、昨年度の本審議会にてご審議いただいたものです。

改正の概要としましては、公共施設等に係る屋外広告物規制の適用除外を条例に追加したもので、その内容は、地方公共団体や商店街等の地域活動主体が、広告収入を公共的な取組へ充てるための広告物について、官公署の敷地や市街灯等への掲出を可能とするものです。

続きまして、改正の経過としましては、平成25年11月、本審議会にて諮問・答申のうち、平成26年3月に市議会の議決を経て改正し、4月に施行いたしました。

現在、JR高槻駅北東地区にて、市街灯を利用したバナー広告の掲出を民間事業者が検討中でございます。

「2 景観の取組」としましては、大きくは、大規模建築物等の届出審査と景観意識の普及啓発がございます。

「2の2 大規模建築物等の届出審査」につきましては、届出対象区域となる市内全域で、その対象行為を建築面積が1,000平方メートルを超えるものや、高さが15メートルを超える建築物などとし、届出対象行為に関して景観形成基準による誘導を行うものです。

また、届出審査の件数について、平成25年度は、建築物23件、工作物15件、開発行為等25件の計63件でした。

次に、「2の3 景観意識の普及啓発」に関する取組をご報告いたします。

まず一つ目として、「高槻のええとこブログ」は、高槻の身近な「ええとこ」を情報交換する場の提供をしているもので、これまでの記事数は約2,100件、総ページビューは約208万件と、多くの市民に日々ご覧いただいております。

二つ目として、「高槻ええとこクイズラリー」は、お手元に黄色のリーフレットをお配りしておりますが、このマップを手に歴史遺産や趣のある町並みが残っている高槻のええとこを巡り、その場所にちなんだクイズに挑戦することを通じて高槻の良好な景観に親しんでいただこうとするものです。

参加者は例年1,000人から2,000人で、参加者の声として「高槻を知るのにとっても良い企画です。」などをいただいております。

今年度は、10月1日から11月30日にかけて、今城エリアで行っております。

三つ目として、「高槻ええとこBook」は、市内の山並みや田園風景、社寺など、高槻のええとこを満載にした書籍で、市内外の書店でも昨年11月から販売を行っています。販売数は約4,200冊と発行から2年以上を経過した現在も販売は好調です。

四つ目の「その他の景観イベント等」として、これら三つの啓発活動のPRに関する取組をご報告いたします。

まず、都市緑化フェアでは、景観写真展として、ええとこブログへの投稿写真の展示などを行いました。

次に、ロハスフェスタ in 万博公園への出展にて、市外への高槻の魅力発信をしており、具体的には、ええとこBookの出張販売とクイズラリーのPRを行いました。

最後に、関西大学ミュージックキャンパス開放デーにて、地域の大学との連携事業の一環として、ええとこBookの出張販売とクイズラリーのPRを行いました。

続きまして、「3 屋外広告物の取組」としましては、大きくは、屋外広告物の許可、簡易除却、周知・啓発の三つを行っております。

まず、「3の2 屋外広告物の許可」につきまして、平成25年度には312件と初めて300件を超え、平成26年度につきましても、300件に近い許可件数の見込みです。

次に、「3の3 簡易除却」でございますが、これは、違反広告物が簡易な広告物で一定の要件を満たす場合に、行政などがそれを取り除くことで良好な景観を保全しようとするものです。

貼り紙・貼り札等の簡易広告物を対象とした継続的な取組で、平成25年度は、1,219枚を除却しました。これにつきましては、継続的な簡易除却の効果があらわれていることに加え、景気の低迷やインターネットの活用など広告手法の多様化により減少傾向が続いているものと考えております。

さらに、違反掲出の抑止効果を高めるため、今年度から保管広告物の返還手続きを変更いたしました。

具体的には、都市づくり推進課にて法令指導を行ったうえで法人であれば代表名・代表印の誓約書が必要としました。

次に、簡易除却におけるバス停の違反広告付きベンチを対象とした新たな取組をご報告いたします。

まず、課題認識としましては、屋外広告物条例違反かつ道路法違反の広告付きベンチが市バスの停留所付近の道路上に設置されており、必要以上の規模、派手な色彩、破損による景観阻害の状況がございました。

一方で、代替ベンチ機能の必要性、つまりベンチがなくなると利用者が不便になるバス停もあるためこれにどう対応するのかという課題もありました。

この対応としましては、これらをベンチ形状の立看板とみなし、屋外広告物法の規定による簡易除却の対象とすることとしました。

また、交通部による新規ベンチ設置と連携し、計画的に除却を実施しました。

具体的には、平成26年2月から8月に集中的に実施し、バス停46箇所にて、83台を除却し、併せて交通部が新たに24台のベンチを設置しました。

除却の告示から6か月間保管すると広告物の所有権が市に帰属しますので、平成27年3月に廃棄する予定としています。

次に、「3の4 周知・啓発」につきましては、一つ目として、9月に行いました「ステキな広告で もっとステキな高槻に！」啓発キャンペーンをご報告させていただきます。これは、屋外広告物適正化旬間という国が定める期間の取組として昨年度に引き続き、大阪屋外広告美術協同組合さん、こちらは本日ご出席いただいている富田委員が理事長となられておりますが、こちらとの官民協働で実施しました。

お手元にお配りしましたチラシを用いて、条例周知と許可申請の促進、さらにこのあとにご報告いたします「高槻のステキな広告」募集のPRを行ったものです。

その内容としましては、高槻商工会議所の会報誌を活用し、事業者に屋外広告物についてPRすることとし2,300枚のチラシを配布いたしました。

また、JR高槻・阪急高槻市駅周辺の店舗等75件に対し、官民でチームを組んで戸別に訪問し、未許可広告物や道路上に違反設置された広告物への是正指導などを行いました。二つ目として、「高槻のステキな広告」募集についてご報告いたします。

案件のご審議の中でも触れさせていただきましたが、ガイドラインへの高槻市内の良好な屋外広告物の事例掲載にあたり自薦・他薦を問わず幅広く募集したものです。募集期間は9月1日から30日までで、応募は27件ございました。

ここでは、ガイドライン素案にも掲載しています2件をご紹介します。まず、1件目はさくら歯科クリニックで、応募理由は、「建物そのものや桜の木を含めてステキだと思います。」とされています。

次に、2件目は牛長本店で、応募理由は、「和風の建物にぴったり合った木の看板です。」とされています。

次に周知・啓発の三つ目として、「屋外広告物のてびき」改訂についてご報告いたします。このてびきは、お手元にお配りしておりますが、条例の規制概要や許可申請手続きについてわかりやすく示した冊子で、平成15年発行から初的大幅な改訂を平成26年9月に行いました。

改訂のポイントは、てびきの4ページにありますように「申請等の必要書類を一覧化」、また、5ページにありますように「掲出前の確認事項をフローチャート化」するなどにより、図表を用いてよりわかりやすいものにしております。

最後に、「4 今後の取組」として、大きく3点を考えております。

まず、1点目としまして、景観意識の継続的な普及啓発を行ってまいります。

具体的には、高槻ええとこBookの販売促進や景観イベントの開催等、これまでの取組を継続的に行っていくことで、啓発の深度化を図っていきます。

次に、2点目としまして、屋外広告物ガイドラインを活用した良好な景観形成の誘導を図っていきます。

具体的には、本日も審議いただいたこのガイドラインを活用し、事業者等に対して、より良好な景観形成につながる屋外広告物の掲出を誘導してまいります。

最後に、3点目としまして、新名神高速道路に係る屋外広告物規制の導入を検討してまいります。

現在、表示制限路線として名神高速道路などを指定しており、沿線500メートルまでの展望される区域において非自家用広告物掲出の禁止などの規制をしております。

今後は、平成28年度の新名神高速道路の供用開始を見据えて、適切な時期に表示制限路線に追加したいと考えております。

なお、これは、屋外広告物条例施行規則の改正となるため、平成27年度頃に本審議会への諮問を予定しております。

以上で、景観・屋外広告物の最近の取組についての報告を終わります。

(会長)

はい。ありがとうございます。一般的なお話になりますので、ご質問ご意見ございましたらお願いします。

(D委員)

つまらないことですが、9月にてびきを全編的に作り変えたということで、最初のガイドラインが来年度からということであれば、それに合わせて微修正が当然入るのでしょうか。

(事務局)

はい。例えばこちらのとびきの2ページは、今景観基本計画の話等を書いています。こちらは今回作成するガイドラインに少なくとも変えていかなければならないというように思っていますので、その他も含めてご指摘いただいて各種微修正をしていきたいと思っています。

(D委員)

2ページと3ページのフローあたりは、ガイドラインを運用されることを前提に作り直していただくということになるのでしょうか。

(事務局)

はい。おっしゃるとおりでございます。3ページの規制内容の確認や事前相談のあたりでは使うという整理をさせていただいて、その時はバージョン2.0が2.1になっています。

るのではないかと考えておいてください。

(会長)

はい。他いなかでしょうか。

なかなか啓発も最近がんばっていただいているので、とてもたのもしいなと思っているのですが、例えばロハスフェスタは、これは民間のシティライフさんがやっておられると思うのですが、こういうところに出かけていくきっかけみたいなものは何かあったのでしょうか。こちらから出させてくれといったのか、シティライフさんの方から出てくれということだったのでしょうか。

(事務局)

こちらについては、シティライフさんの方から行政ブースみたいなものをいくつか作る設定をされた中で、高槻については色んな取組をやっているのですが、他の部署に当初打診があったということになっています。そちらの部署からせつかく3日間ありますし、景観の取組というのも一つ対外的にPRしたらいいのではないかとという提案がありましたので、こちらの方に1日出させていただいたということになっています。

少し市内の色々なネットワークを使う中で、我々出て行けるタイミングがあれば出て行くということで、関大さんとも関大さんとの色々なネットワークがある中で、出させていただいたということになっています。

(会長)

ちょっと派生してしましますが、茨木市の中心市街地活性化のきっかけに、商工会議所が2ヶ月に1回ほど賑わいづくり連絡会というのをやってくさっている。それは、商店街の組合、追手門大学、立命館大学、観光協会、それからシティライフ、最近では社会福祉協議会も入ってしまして、そのあたりが連動しながら2ヶ月に一度情報交換をします。その中でお互いが協力できる部分があれば、協力し合うという体制ができています。

そのような情報交換の中で、色々な機会を見つけていただいて、積極的に色々なところに出て行っていただいて、PRしていくというのが効果的かなというように思いますので、せつかく先程シティライフの事例をあげていただきましたので、ここはもっと色々なところに食指をのばすというか、そういう試みもやっていただきたいと思います。

(C委員)

「ステキな広告でもっとステキな高槻に」というこの取組おもしろいと思ったのですが、応募が27件というのは、ちょっとさびしいなというように思ったのですが、何か反省点とか、27件でも今後の活用の方法とか、そのあたりお考えがあればお伺いしたい。

(事務局)

ホームページや広報ですとか、色々な媒体を活かしまして発信はさせていただき、読売新聞にも取り上げられたりしたのですが、なかなか広告物について市民の方の馴染みがないということと、情報提供していただくということで、常にアンテナを張っていただかないと、難しい対象であったのかなということもあります。そういう意味では、そもそも屋外広告物というものの周知を、もっとがんばっていかねばならないというところがございますので、市民等に周知していく活動を続けさせていただきたいと思います。

応募いただいたものにつきましては、こちらの素案に掲載させていただいていますが、掲載できていないものもございますので、それは事例の一つ二つ三つとして活用していきたいと思います。

(会長)

今後も継続的にやっていくということの理解でいいでしょうか。

(事務局)

これについては、あくまでガイドラインの募集のために実施したということでしたので、今後のことについては検討事項になるかと思います。

(C委員)

今色々なことをお伺いして色々なことされているのですが、そこの一貫性がないのが残念だと思ったところです。こういうことは是非続けていただいて、ホームページでも発信はできるので、ストックとして積み重ねていかれることをしたらどうかと思います。一度ホームページ等に出されると、こういうものを応募したらいいんだということが皆さん分かると思うので、次からもう少し増えてくるのではないかと思います。

(事務局)

ありがとうございます。今後こういった形でやっていくのか、高槻市内のいい広告は、おそらく大阪市内に比べたら結構少ないと思うので、それを毎年毎年やったらどうしようかと担当者としては色々悩むところがありますので、機会を見つけてイベント的にやっていく、今回はこういう形でやらせてもらいましたので、またこういう屋外広告物の取組をやる機会にこういうものを絡めながら、市民の方にあるいは事業主の方にこういうものがあるのだと、法令遵守しなければならないというものを作っていくことが、まちづくりに役立つということは、こういうツールを使いながら引き続きやっていきたいと思います。

(事務局)

この27件を多いと見るのか少ないと見るのか、なぜ27件だったのだろうか、屋外広

告物に対する馴染みというのか、そういうところからもっと知っていただかないといけな
いとか、例えばプレゼントがもっといい物だったらどうだったのだろうかとか、PRが足り
なかったのだと思います。新聞等にも取り上げられまして、高槻の広報誌も結構読んで
いただいている中で、最近パブリックコメント等をやってもゼロ件や1件とかもっと少数
です。

そういう意味でいうと27件というのは、この期間もっと延ばしたらどうだろうか、
そういう工夫をしなければならないと思うのですが、もともとこのガイドラインを作るた
めにやろうということでやったので、続けていったらどうかというのは我々の中で考えて
いかなければならないと思います。よろしくお願いします。

(会長)

よろしくお願いします。他いかがでしょうか。よろしゅうございますか。

それでは先程の新名神等は、また来年度以降も継続的に皆さんにご意見をいただくこと
になると思います。それでは、報告に関しましては、以上ですが、何か皆さんの方からご
ざいますか。よろしいでしょうか。

それでは案件全て終了いたしましたので、終了したいと思いますですが、事務局から他に何
かございますか。

(事務局)

本日は長時間にわたるご審議、また数々の貴重なご意見をいただきまして、本当にあり
がとうございます。

今日皆様からいただきましたご意見を屋外広告物ガイドライン策定に反映させていく、
あるいは屋外広告物行政、景観行政にしっかり反映させていきたいと考えております。こ
れからもご指導ご鞭撻の程お願い申し上げまして、私からのご挨拶とさせていただきます。
今日はありがとうございました。

(会長)

はい。ありがとうございました。それでは本日の審議会を終わらせていただきます。

5 閉会