

資料0

## 第2回 屋外広告物審議会資料

## 【目 次】

前回の振り返り…資料 1

論点の整理及び検討…資料 2

論点への対応…資料 3

今後の手続きについて  
(市民への周知など) …資料 4

屋外広告物の改善実例及び  
それがもたらす効果について…資料 5

資料 1

# 前回の振り返り

## 【主な発言内容】

### ①大通公園の景観について(1)

「市民が大通公園に親しめるような方法が欲しい。今は大通公園の周辺の建物というのは、事務所ビルであったりして、公園の周りに人が出入りする店舗が少ない。公園そのものとその周辺の施設などが連動して、そのエリアが市民が親しめる場所になるといいなと考えている。」

「実に素朴で緑が広くてまちの中にいい空間があると思っている。」

「大通公園というのは、札幌を代表するものであり、緑も多く、東はテレビ塔から西は大倉山まで見渡せる、東西を結ぶ大変重要な場所でもある。今回の提案は、良好な景観を保全するために最低限の守るべきものだと思われ、多くのインバウンドの方、道内外を含めた多くの方に魅力あるまち札幌に来ていただいて、経済活性化に結びつけばいいと思う。」

## ①大通公園の景観について(2)

「お天気カメラのようなテレビ塔からの俯瞰の写真を見ると、丸井さんの看板があるから札幌だと分かって、ここに看板が何もなかったら、特徴がなく、名古屋なのか、札幌なのかが分からなくてという形になると、まちとしても画一的なものになってしまうと思う。」

「テレビ塔からの見え方は、確かに屋上広告物が目立っているので無くしていく方向でよいと思う。大通公園の南側に屋上広告物が多く見られ、北側はそれほどではない。オフィスビルやマンション、札幌資料館や、裁判所、合同庁舎などがあり大通公園を中心に、ちがった趣を感じることができるのも、特徴のひとつかと思う。ビルの高層化に伴って、視点場が見る・見上げるから、見下ろす機会が増えている。見下ろした時の景観を配慮した、ルールも今後必要になると考える。」

## ②デジタルサイネージについて

「デジタルサイネージが不可となっているが、具体的な理由はどういうところにあるのか。時代が変わってデジタル化が進み、しかもオン・オフが楽な広告表現としてかなりコントロールしやすいものであると考える。」

「デジタルサイネージは、時間の経過により色使いも相当変わってきており、初期の頃は、原色系が非常に多くて色が再現できなかったが、今はかなり細かく再現できる。景観のこともあるが、まちの活力とか活性化に配慮して考えることも大事である。」

「渋谷駅周辺の写真にあるのは、私たちの業界ではビジョンと呼ぶ。バスシェルターのものはサイネージと言う。これから時代が変わっていく中で、渋谷のようなビジョンは嫌だなということ。ただ、サイネージも光るには光る。大通公園が夜中の2時ぐらいに電気が消えたときにサイネージだけがこうこうとしているのもどうなかと思うが。」

「デジタルサイネージを活用することで、リアルな情報やたくさんの事柄を発信することができる。」

### ③経過措置について

「前に倣ってとは言うものの、片方で非常に厳しい条件にしておきながら、あそこだけはずっと残り続けているのは一体なぜなのか、という市民意見が出る可能性は十分ある。そこで撤去しなさいというのは、商習慣上もなかなか難しいだろうし、行政代執行しない限りできないのは了解しているが、ある意味、規制を決めることで、その規制に従って新たな仕事を生むということもある。規制する前の人が得をして、まちをきれいにしようと思って新しくやろうとする人は損をするというわけではないが、景観を自分たちで守ろうとするのは、どこか不公平なところがあるという思いは、市民レベルでは出ると思う。」

「鉄骨とかフレームはメンテナンスをすればずっと使えるし、表示面も色あせたところで張り替えることができるのであれば、恐らく看板はずっと使える。なので、景観的にはあまり変わらないのではないか。特に上部からお天気カメラ等で映るような看板は、ユーザーからすれば一番有力な位置になるので、恐らく下ろさないだろう。」

「丸井今井のMの字も何年か前までは「井」を丸で囲んだマークだったり、テレビ塔の時計の下にあるパナソニックの文字も数十年前まではナショナルだったり、社名を変えたら今後は出せないのは、どうなのかという思いがある。」

#### ④手続き・制度説明などについて

「市民あるいは企業に説明するときに、平成15年から始まっている規制の例とその具体的な効果などを実感できるものがあると、今後、説得する材料にもなり、審議会として判断する材料にもなる。もう少し可視化するというか、我々も含めて市民に分かりやすい形で、屋外広告物条例が目指す、到達点などを示す必要があるのではないか。」

「はぐくみの軸をきっかけとして、大通地区に他地区よりも厳しい規制をかける  
と理解したが、景観条例のほうでも、他地区では外したのもここでは引き続きや  
っていくということ、ある意味、スペシャルな設定だなと思う。なぜそういう  
規制をするのかというところを、丁寧に説明していかなければならない。市民  
へもそうだが、広告を出したいという商業者に対して、やりたいことを制限す  
ることに対して、なるべく分かりやすいように説明していくべき。」

「屋外広告物を許可手続きをするときに、まず、屋外広告物条例を見て、次に景  
観条例も見て、風致地区も見なければならぬということ、我々、申請する立  
場からすると非常に複雑になっている。大通地区だけは景観重点区域における申  
請を屋外広告物の管轄以外の部署に提出しなければならないので、ケース・バ  
イ・ケースの判断をするのが非常に難しい。行政においては、その辺りのルー  
ルを我々業界に対して分かりやすく示していくことを心から願う。」

## ⑤懸垂幕について

「手引きには、懸垂幕は3本をばらばらにつけては駄目です、1本にまとめてくださいとはあるのですが、この懸垂幕自体が大通に対してどうなのかと思う。懸垂幕は許可をしているから今のところはオーケーです。ただ、大通にこれがふさわしいのかと思う。例えば、利用の仕方で、何々高校甲子園優勝おめでとうございますとか、新幹線が北海道に開通しておめでとうございますとか、歓迎的なものに関しては、まちの市民を喜ばせるためだから、よい活用なのかと思うけれども、バーゲンセールのような懸垂幕が大通にふさわしいのだろうか。」

## ⑥突出看板について

「大通に限ったことではないが、部分的に使われていない例を多く見かけるようになった。その必要性や、適切なサイズなどの検討が必要かと思う。」

# 論点の整理及び検討

論点①	大通公園の景観について
整理	札幌市として、大通地区の将来像をどう描いていくべきか。当審議会においては、その方向性を共有することが重要ではないか。
論点②	デジタルサイネージについて
整理	その技術的特徴や優位性を再検証し、それらが大通地区においてどのように機能するか。また、それら機能が大通地区の特徴と十分な親和性があるかについて、検討する必要があるのではないか。
論点③	経過措置について
整理	一代限りとすることの合理性と、その問題点の比較を通じて、新旧の基準をいかに取扱うことが妥当なのか。屋外広告物の基準へのあるべき向き合い方を、景観法制にも照らして検討する必要があるのではないか。

論点④	手続き・制度説明などについて
整理	屋外広告物条例、景観条例、風致地区制度により守られている大通地区を、手続き面から整理することは景観保全に直結する。このことを重視し、誰にでも分かり易く配慮がなされた手続きを保証する必要があるのではないか。
論点⑤	懸垂幕について
整理	従来より、大型商業施設に多く用いられてきた広告形式。時代の変化と共にそれが景観に与える影響を今一度考えるべきではないか。他都市の事例なども参考に、大通地区に相応しいか見つめ直す時期ではないか。
論点⑥	突出看板について
整理	比較的古いビル建築に多く見られる広告形式。各テナントが集合的に掲出する場合に、ビルから退去した後にそのまま残置されることがある。景観上の影響だけでなく、老朽化した場合には危険な広告物となる恐れがあり、一定の規制が必要ではないか。

論点①	大通公園の景観について
整 理	札幌市として、大通地区の将来像をどう描いていくべきか。当審議会においては、その方向性を共有することが重要ではないか。



2013.8



2020.2

## 「はぐくみの軸強化方針」による大通地区の将来像 【札幌市の取組みの方向性】

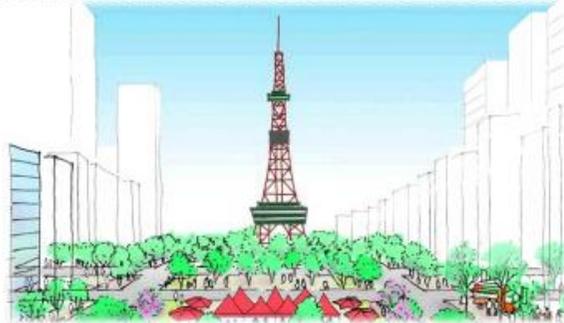


### 将来像①【象徴性の継承】 はぐくみの軸がもつ札幌都心の象徴性が 継承されている

大通は札幌のまちづくりを支える基軸としての役割を果たしてきました。「歴史的資源」「大通を介した東西・南北のまちのつながり」「大通公園・大通・沿道建物が一体となった空間」などを札幌都心の象徴性に関連する要素と捉え、以下の取組を通じて機能の向上などを図ることにより、都心全体のまちづくりを連結させる軸としての役割と札幌都心の象徴性をより高めることを目指します。

#### <取組の方向>

- a：はぐくみの軸周辺にある歴史的資源の価値を保存・活用する。
- b：南北の回遊性向上や東西の軸性の強化を図る。
- c：大通公園・大通・沿道建物を一体的な空間として捉えられるような機能配置や運用ルールなどの仕組みの整備を行う。

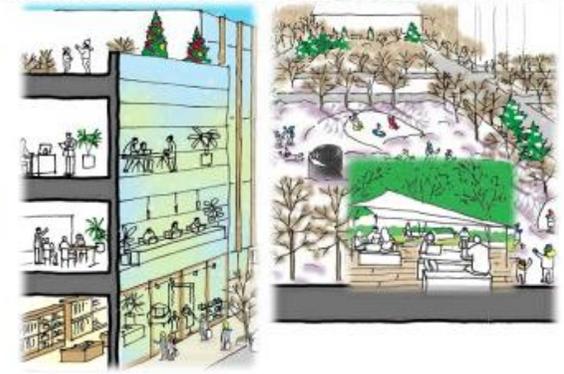


### 将来像③【魅力あるライフスタイル】 はぐくみの軸らしい魅力あるライフスタイルが国 内外に認識されている

近年、生活環境に求められるニーズや個人のライフスタイルの在り方は多様化しています。日常的に訪れ利用する空間や大通公園に関する以下の取組が実現する事により、“はぐくみの軸らしい魅力的なライフスタイル”が定着し、そのイメージが広く醸成されていくことを目指します。

#### <取組の方向>

- a：四季を通じてだれもが利用でき大通公園との一体的な利用を意識した公共的空間を屋内外で創出し、日常利用の促進を図る。
- b：建物用途や設えの工夫により、大通公園やまちに開かれた空間を創出する。
- c：大通公園がもたらす日常の憩いとイベント開催などによるにぎわいの両立を図る。



## はぐくみの軸強化方針における 大通地区の景観の方向性 (屋外広告物への言及)



### 将来像⑨【資源を活かした景観】 歴史的資源などを活かした はぐくみの軸ならではの景観が形成されている

大通公園や周辺の歴史的資源は、景観・観光資源としても高い価値があります。今後新たな建物などによる景観の更新が図られる際は、以下の取組を通じて、周辺との調和を考慮しながら、はぐくみの軸ならではの景観形成を目指します。

#### <取組の方向>

- a：大通公園や周辺の歴史的資源、大通沿道の街並みとの調和を考慮した、一体感のある景観形成を図る。
- b：屋外広告物の掲出にあたっては大通沿道の景観に配慮する。



論点②	デジタルサイネージについて
整理	その技術的特徴や優位性を再検証し、それらが大通地区においてどのように機能するか。また、それら機能が大通地区の特徴と十分な親和性があるかについて、検討する必要があるのではないか。

## デジタルサイネージの特徴

☞ 屋外広告物として、その機能に様々な優位性が見られる

### 【伝達機能】

- 即時性
- 情報量の多さ
- 切替変更が自在



### 【表現機能】

- 可動性
- 多色の表現
- 明度や照度の調整可能

多量の情報を、即時に、多様な表現形式で伝達することが可能

- 自家用広告物より、第三者広告物に適性がある
- 継続的な情報より、一時的・流動的な情報に適性がある

☞ これらの適性が、大通地区において十分に発揮されるかどうか

## 大通地区の特徴及び位置付け

- 都心を象徴する空間として、風致地区の大通公園や歴史的建築物の存在
- 大通公園から大倉山までの直線的な自然眺望
- 先行地区や景観条例を踏まえ、抑制的な自家用広告物を誘導する



デジタルサイネージの伝達機能

→即時性や多量・多様な伝達形式は、自家用広告物に限る地区においては、その適性が十分に発揮されないのではないか

デジタルサイネージの表現機能

→宣伝対象の可動性や多色・光を伴う表現形式は、歴史的景観や自然眺望の中ではなく、広告物活用地区に相應しいのではないか

論点③	経過措置について
整理	一代限りとするものの合理性と、その問題点の比較を通じて、新旧の基準をいかに取扱うことが妥当なのか。屋外広告物の基準へのあるべき向き合い方を、景観法制にも照らして検討する必要があるのではないか。

## 経過措置を「一代限り」とすることについて

### 問題点

- 不適合な物件の無期限延長が可能
- 目指すべき景観形成の達成が困難になる
- 条例遵守者の不公平感

### 妥当性

- 建築用語の既存不適格として浸透
- 先行地区でも採用されてきた経緯
- 所有者の経済的負担を配慮
- 景観法制との整合

景観法 平成16年法律第110号  
（基本理念）第二条

2 良好な景観は、地域の自然、歴史、文化等と人々の生活、経済活動等との調和により形成されるものであることにかんがみ、**適正な制限の下に**これらが調和した土地利用がなされること等を通じて、その整備及び保全が図られなければならない。

## 景観法運用指針 平成16年12月

### 基本理念

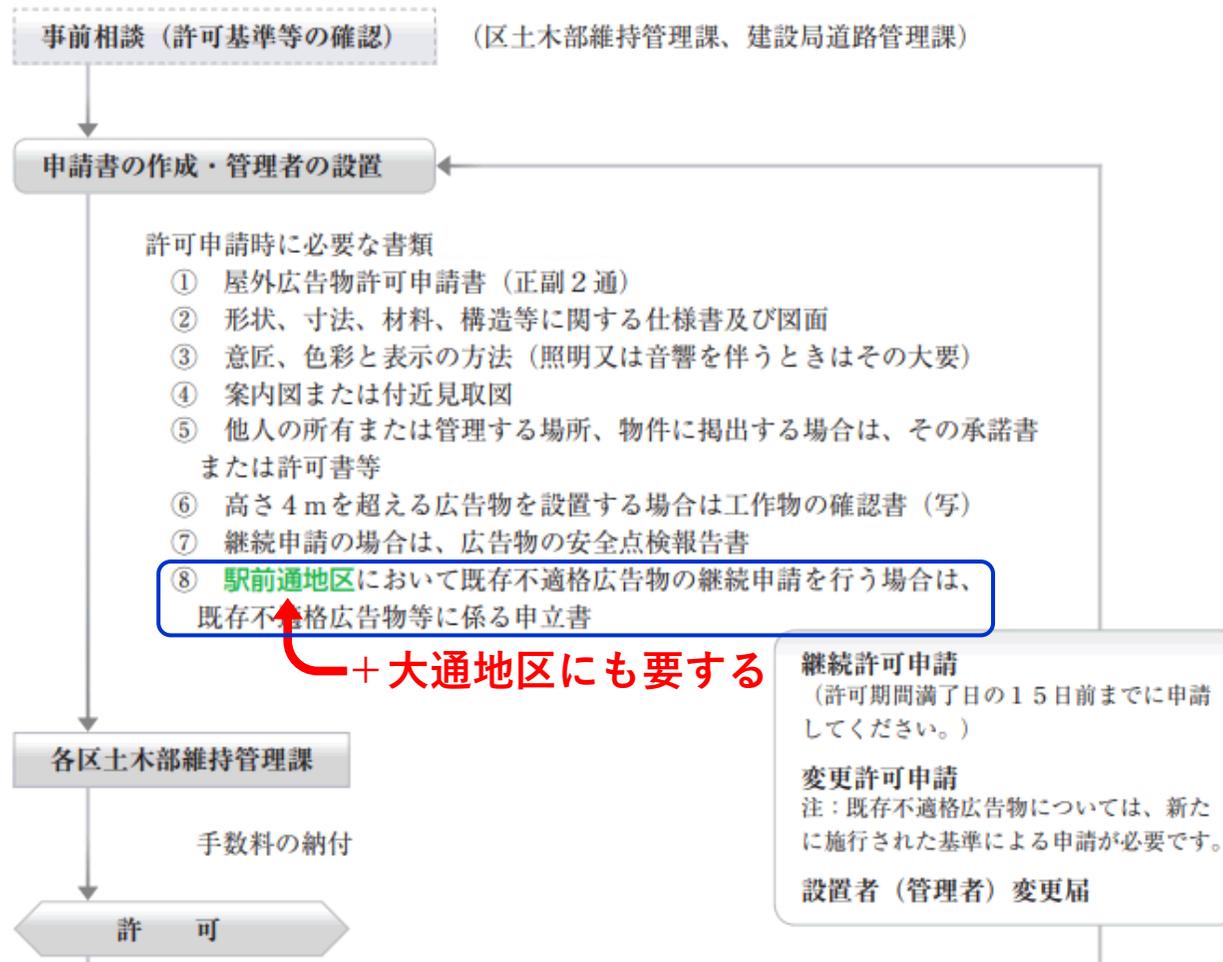
法第2条第2項 良好な景観は、地域の自然、歴史、文化等と人々の生活、経済活動等との調和により形成されているものであり、その整備・保全に当たっては、これらに配慮し、適正な土地利用を通じてなされることが必要であるという趣旨である。なお、同項における「適正な制限の下に」とは、人々の生活や経済活動等に支障をきたすような過度の制限ではないことを意味するものである。



結果として、一代限りとする経過措置は「景観形成への自発的な取組みを促す」ことになり、穏当かつ妥当ではないか。

既存不適格である状態を確認して、適切に大通地区の基準へ適合させていくための措置（手引 P13）

## 屋外広告物の許可申請手続き



## ⑧ 駅前通地区の申立書 →

## 既存不適格広告物等に係る是正計画書

年 月 日

(あて先) 札幌市長

住所(所在地)	
設置者 氏名 (名称、代表者)	Ⓜ
電話	

私が表示又は設置している下記の屋外広告物は、札幌市屋外広告物条例第9条の規定により指定された、大通地区景観保全型広告整備地区に係る許可基準に適合しておりませんので、次のとおり申し立てます。

## 記

許可番号	札 許 可 第 号	
設置場所	札幌市中央区	
表示内容		
広告物等の種類		
既存不適格内容		

## 上記屋外広告物の(改修/除却)計画 (改修か除却を○で選択)

① (改修/除却)を行う時期 「改修」は既存不適格の状態を 是正する適格化工事を指す	ア 許可期間内 イ 許可の開始日から(      年以内) ウ 広告物等の耐用年数経過時 エ その他(      )
② 許可期間内に (改修/除却)を行わない理由	
③ 既存の広告物等の耐用年数	約      年(平成      年まで)

注:①はア～オのうち、該当するものを選択すること。

②は、①の回答がア以外の場合に、その理由を記入すること。

## 【平成23年／申立書の導入当時の議論】

委員) 一代限りは微妙ですね。今の耐用年数と、実際に改修工事もやっていますので、物件自体はやれば50年でも40年でも持ちますからね。逆におかしいかなと。

委員) そうですね。だから、一代の定義をどうするかということです。構造体の大規模な改修はだめとかね。

委員) そういうことになりますね。でも、放っておいたらだめになってくるので、それに対する処置をする。危ないから改修しますといたら、ずっと残ることになる。

委員) 今言ったように、行政の方からの確にご説明して、お願いして、コンプライアンスのいろいろな問題の中で細かく話をしていくということですね。

事務局) 申請の都度、きちんと指導していくことが一番大事かと思います。

委員) そして、それを撤去している人は逆に不公平だと思います。うるさいのが嫌でやっているところも現実にあるわけですから、そことの整合を保つべきと思います。

委員) 今までにない試みだから、いろいろなことを考えられているけれども、まず、これを実行するということですね。

事務局) この申立書を相手に出してもらうことは大事ですが、逆に言いますと、申立書を出していれば何もしなくてもいいのだと、掲出者にとらえられてしまうことも考えられます。単に申立書を相手から受動的に受け取るだけでなく、こちらの方からも能動的に、あくまでもお願いという形にはなりますが、早期改修に向けてご協力をお願いしますという形で積極的に発信していくことも今後検討できるのではないかと思っています。

## 「既存不適格広告物等に係る申立書」について

(1) 書類の名称として「申立書」では、申請する側としても、市がどのような趣旨で提出を必要としているのか伝わりにくい

→名称を以下に変更

「既存不適格広告物等に係る**更正計画書**」

(2) 「改修（除却）」は、改修か除却かどちらをするのか、また、両者はどう違うのか分かり難い

→改修と除却を区別し、改修の定義を明確にする

(3) 更に「改修」は、修理や補修のイメージもあり、市として既存不適格の延長を許容するかなのようなメッセージを与えかねない

→市として、新たな基準への適合を推進していく姿勢を明確に発信するため、**許可条件書**において、是正に向けた動機付けを行う



許可条件書 →

## 許 可 条 件

1. 広告物の掲出にあたっては、屋外広告物法、本市屋外広告物条例その他関係法令等を遵守し、広告物の規格、構造及び表示内容等は申請書のとおりとすること。
2. 広告物の設置者又は管理者は、定期的な点検、補修その他必要な管理を怠らないようにし、広告物を常時良好な状態に保持しなければならない。
3. 著しく汚染、退色し又は老朽化したもの、並びに倒壊、落下のおそれのあるものをひきつづいて掲出しないこと。
4. 美観風致を維持し又は公衆に対する危害防止のため、必要止むを得ないと認められた時は広告物の掲出を禁止し又は改修等の必要な措置を命ずることがある。
5. 広告物の維持管理に起因して第三者に損害を与えた場合には、設置者又は管理者の責任において解決すること。
6. 許可を受けた後、その表示内容や構造等の変更を行う場合又は許可期限後も継続して広告物を掲出しようとする場合には、当該変更又は許可期限前15日前までに新たに許可申請をすること。
7. 設置者又は管理者を変更する場合もしくはその名称、住所等を変更する場合には遅滞なく届け出ること。
8. 広告物には交付された許可証を貼付すること。
9. 広告物の掲出許可期間満了後、継続申請を行わない場合は許可期限から5日以内にこれを除却し、除却届を提出すること。  
また、掲出の必要がなくなった広告物を除却した際についても、速やかに除却届を提出すること。
10. 既納の手数料は還付しない。
11. その他

是正計画書において、具体的な見通しが示されなかった場合には、この「許可条件書」において、改めて是正の動機付けを行う



**【特記事項】** 既存不適格の状態について、次回も更新する場合には、是正に向けた具体的な見通しを示すこと。

論点④	手続き・制度説明などについて
整理	屋外広告物条例、景観条例、風致地区制度により守られている大通地区を、手続き面から整理することは景観保全に直結する。このことを重視し、誰にでも分かり易く配慮がなされた手続きを保証する必要があるのではないか。



屋外広告物条例の禁止区域としての  
風致地区（道路境界）



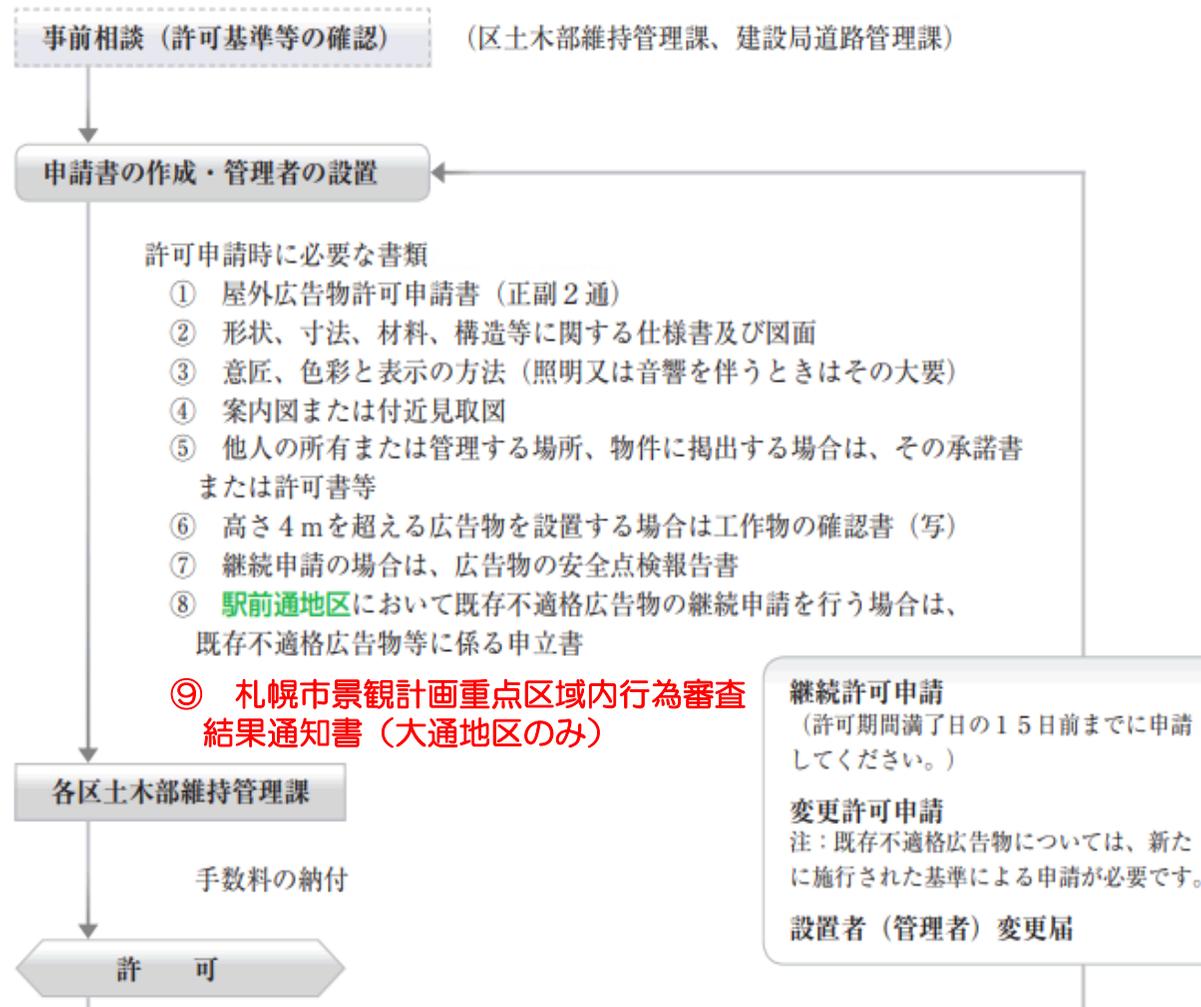
実際の風致地区（道路境界から南北  
30m・景観重点も同じ）



両者を一致させる試み  
（屋外を景観に合わせる）

大通地区の指定後は、風致地区が中心に立地する地区の特殊性に鑑み、屋外広告物条例と景観条例の両方の手続きが必要になるため、提出書類を明確にして手続き漏れを無くすための措置（手引 P 13）

## 屋外広告物の許可申請手続き



⑨ 札幌市景観計画重点  
区域内行為審査結果通知  
書（大通地区のみ） →

様式 8

札幌市景観計画重点区域内行為審査結果通知書

第 年 月 日 号

様

札幌市長 印

年 月 日付けで届出のありました札幌市景観計画重点区域内における下記の行為は、  
審査の結果、良好な景観の形成に支障を及ぼすおそれがないものと認めましたので通知しま  
す。

記

- 1 行為の場所
- 2 行為の概要
- 3 その他

備考 この様式により難しいときは、この様式に準じた別の様式を使用することができる。

論点⑤	懸垂幕について
整理	従来より、大型商業施設に多く用いられてきた広告形式。時代の変化と共にそれが景観に与える影響を今一度考えるべきではないか。他都市の事例なども参考に、大通地区に相応しいか見つめ直す時期ではないか。



西武池袋本店



大丸札幌店

許可期間	都 市
1ヵ月	福岡市
3ヵ月	仙台市・名古屋市
1年	札幌市・東京都豊島区
3年	横浜市・京都市


 本市の許可期間は、概ね平均的な位置である。  
 だが、エリア（景観保全型広告整備地区）により  
期間制限をしているのは本市のみ。

## 大通地区における懸垂幕



### 【規制案】

中層部（4階～7階）以下に短期間（概ね15日）で変更すること

論点⑥	突出看板について
整理	比較的古いビル建築に多く見られる広告形式。各テナントが集合的に掲出する場合に、ビルから退去した後にそのまま残置されることがある。景観上の影響だけではなく、老朽化した場合には危険な広告物となる恐れがあり、一定の規制が必要ではないか。



景観上の影響に止まらず、



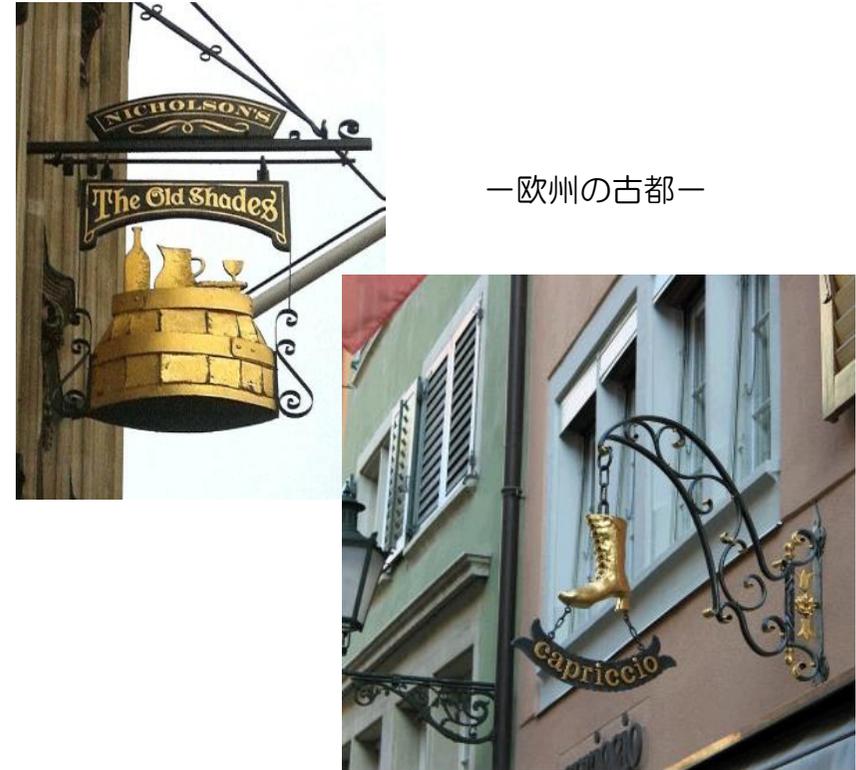
高所物件は安全上のリスクも・・・

—札幌市—



低層階には、コンビニや飲食店を  
中心にニーズがある

—欧州の古都—



突出看板の起源を踏まえれば、低層  
階に小規模なものに限ることが妥当

**【規制案】**

低層部（1階～3階）以下に1基10㎡以下・1面5㎡以下とすること

# 論点への対応まとめ

論点①	大通公園の景観について
対 応	はぐくみの軸における位置づけを再確認。
論点②	デジタルサイネージについて
対 応	大通地区では、デジタルサイネージの機能が十分に発揮できない恐れがあるため、前回同様に不可とする。
論点③	経過措置について
対 応	広告物掲出者の経済的負担や景観法制の理念を踏まえ、前回同様に一代限りとするが、「手引き」にて是正計画書を求めると共に、新たに「許可条件書」においても是正の動機付けを行うことで、市としても基準の徹底に向けた明確な意思を発信する。
論点④	手続き・制度説明などについて
対 応	屋外広告物条例と景観条例の手続きを今後も併存させることに鑑み、「手引き」へ必要書類として記載し、見える化する。
論点⑤	懸垂幕について
対 応	大通地区の景観形成上、必要不可欠のものとは判断し難いが、南口地区における状況や、他の屋外広告物と異なり短期間の掲出に止まるものであるため、先行地区と同様に規制する。
論点⑥	突出看板について
対 応	再確認したところ、先行地区においても低層部（1階～3階）に制限されているため、これと同様に規制する。

## 最終案

	大通地区【準拠】	通常区域
屋上	不可【南口第一】	高さ20m以下
壁面	1壁面1/4以下かつ 25㎡以下【景観条例】	1壁面1/3以下 かつ50㎡以下
突出	低層部以下・1基10㎡以下 1面5㎡以下【南口第一】	1基40㎡以下 1面20㎡以下
地上	1基30㎡以下 1面15㎡以下【先行地区に同じ】	1基150㎡以下 1面75㎡以下
懸垂幕	中層部以下・短期間（15日以内） かつ1建物1箇所【先行地区に同じ】	規制なし
窓面	不可【景観条例】	可
デジタル	不可【景観条例】	可
案内誘導／自主組織	不可【大通のみ】	可
経過措置（論点③）	是正計画書（許可条件書）を添付【駅前通】	
景観手続（論点④）	景観審査結果通知書を添付【大通のみ】	

# 今後の手続きについて (市民への周知など)

## ①パブリックコメント手続き

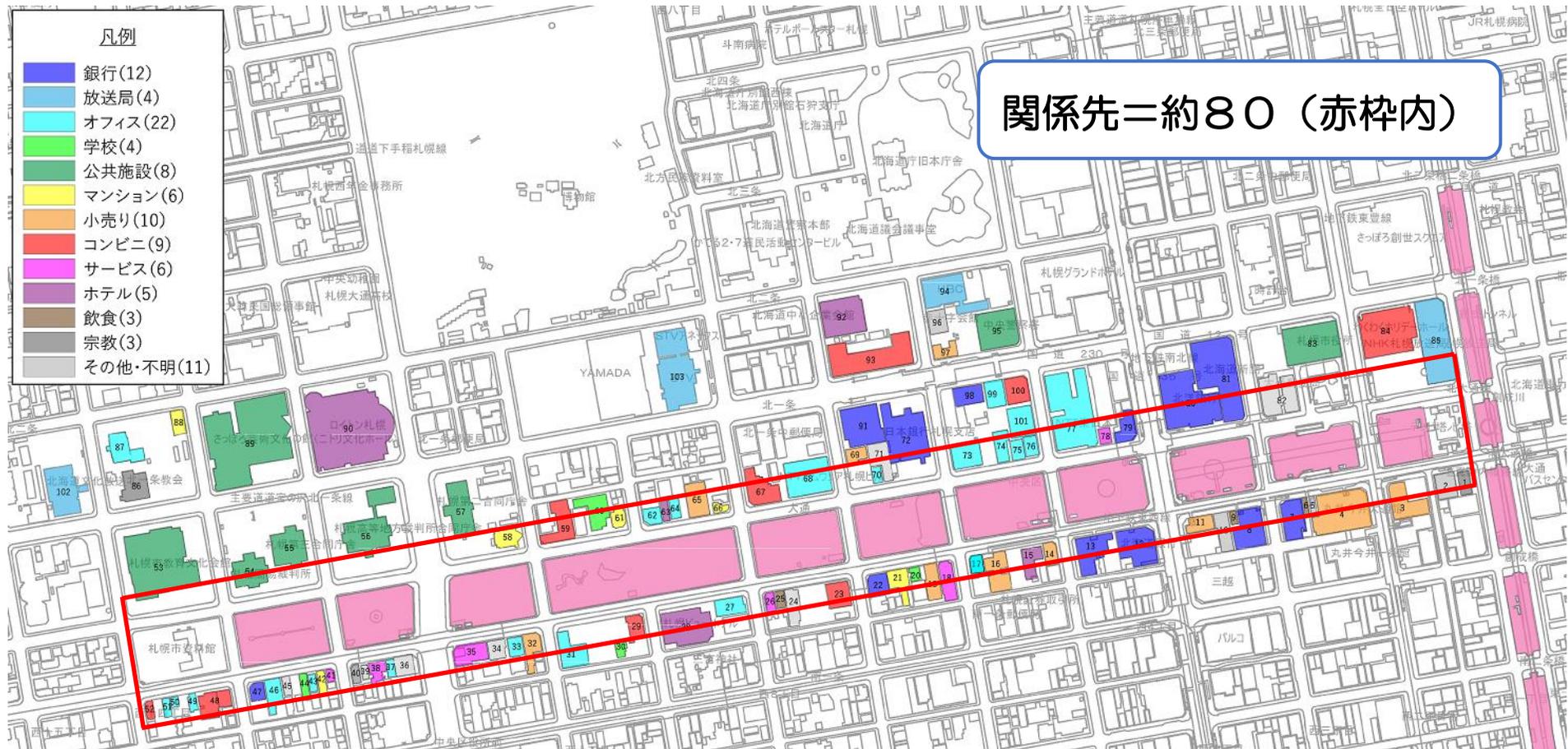
【概要】 条例や計画などの一定の政策の策定に際し、  
(1)政策の案と資料を公表し、  
(2)それに対する意見や情報を広く募集し、  
(3)寄せられた意見等を考慮して政策を決定するとともに、  
(4)その意見等に対する考え方等を公表する…こと。

【目的】 政策決定過程での市民参加の機会の拡大と公正の確保及び透明性の向上を図り、これにより、市民との協働による市政を進めること

【期間】 原則30日以上（予定／11月15日～12月15日）

【方法】 市HP、区役所等で配布⇒メール、郵送等で提出

## ②関係者説明会



【予定日】 11月後半 (パブリックコメント手続き中)

# 屋外広告物の改善実例及び それがもたらす効果について

## 最後に／京都市の事例



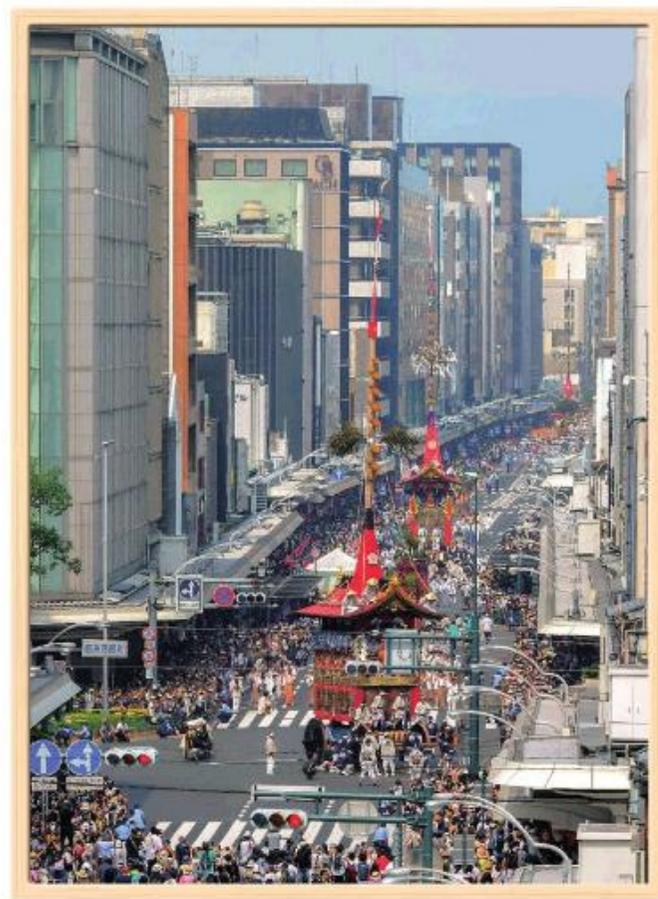
四条通から嵐山への景観を保全するべく・・・

### 京都四条通の変化

平成19年



平成30年



京都の景観形成のため、市民が自主的にルールを遵守

## 京都市民の意識調査（京都市HPより抜粋）

### 主要調査

対 象： 住民基本台帳から無作為抽出した 20 歳以上の京都市民 2,000 名  
（在住外国人含む）

方 法： 郵送

実施期間： 平成 27 年 10 月 9 日～11 月 9 日

回収結果： 871 通（有効回収率 43.55%）

### 補助調査

対 象： 本市を訪れる日本人・外国人観光客

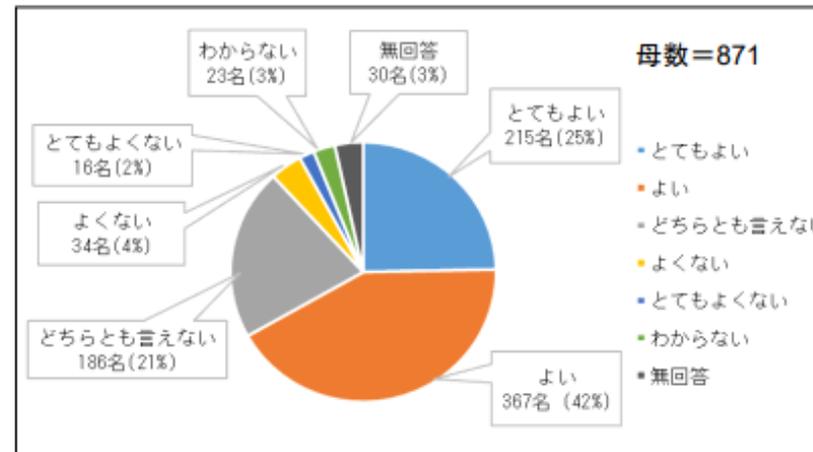
方 法： 街頭調査及び宿泊施設等に設置

実施期間： 平成 27 年 10 月 10 日～11 月 6 日

回収結果： 432 通（無効票 3 通含む） 内訳…日本人 286 通，外国人 146 通

### <主要調査・京都市民>

「とてもよい」、「よい」と答えた回答者は全体の 67%、「とてもよくない」、「よくない」は 6%であった。



京都市の屋外広告物規制について

### <5段階評価>

写真の印象の評価は5段階として、京都の景観に「ふさわしい」「ややふさわしい」「どちらでもない」「ややふさわしくない」「ふさわしくない」の順に5点、4点、3点、2点、1点に点数化した。

また、前ページの設定例に示したように写真の下に点数欄を設け、点数に直接○を記入できる仕様とした。

点数	評価
5	ふさわしい
4	ややふさわしい
3	どちらでもない
2	ややふさわしくない
1	ふさわしくない

### <商業集積地>

1. 四条大宮（屋上広告物・あり）



平均点 2.62

2. 四条大宮（屋上広告物・なし）



平均点 3.65

### 屋上広告物の市民評価

### <郊外幹線道路>

5.3. 伏見区下鳥羽（屋上広告物・あり）



平均点 2.81

5.4. 伏見区下鳥羽（屋上広告物・なし）



平均点 3.55

10. 四条通 高倉から東方向  
(通りの景観・袖看板あり)



平均点 2.62

11. 四条通 高倉から東方向  
(通りの景観・袖看板なし)



平均点 3.31

## 通りの市民評価

18. 四条河原町南側 (通りの景観)



平均点 1.82

19. 四条河原町南側 (通りの景観)



平均点 3.32

5. 中京区柳馬場御池（文字看板・小）



平均点 3.63

6. 中京区柳馬場御池（文字看板・大）



平均点 2.97

## 大きさの市民評価

1 2. 四条烏丸周辺（文字看板・小）



平均点 3.45

1 3. 四条烏丸周辺（文字看板・大）



平均点 2.73

## &lt;歴史的街区&gt;

48. 御所周辺 (のれん・赤)



平均点 3.08

49. 御所周辺 (のれん・白)



平均点 3.69

## 色彩の市民評価

## &lt;郊外幹線道路&gt;

57. 桂駅周辺 (看板大・赤)



平均点 2.08

58. 桂駅周辺 (看板小・白)



平均点 3.71



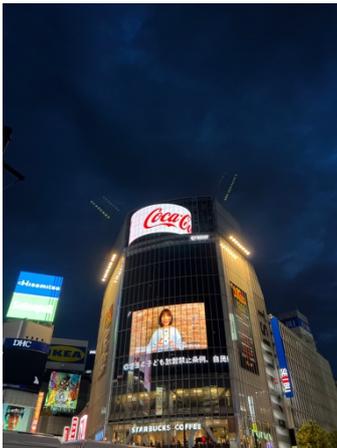


日頃より大変お世話になっております。

20日に行われる屋外広告物審議会は予定と重なり出席出来ないのですが  
ビジョン、懸垂幕またサインの傾向について気付いた点や、感じた点がありますので  
メールにて報告させていただきます。（まとめ方が雑で申し訳御座いませんが）

### ① 気になる点

【ガラス窓の内側に設置してあるビジョンは屋外広告物にあてはまらないのか？】



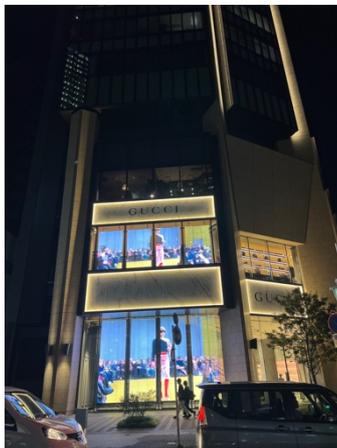
渋谷交差点



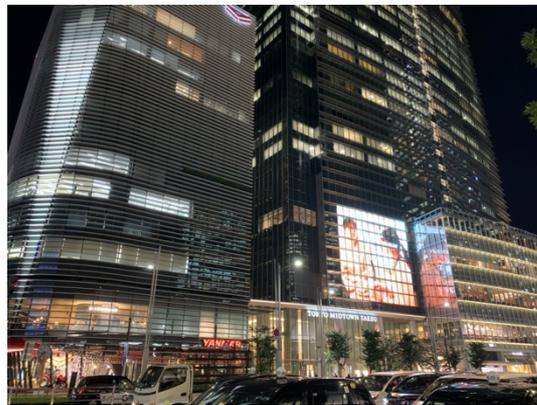
渋谷交差点



名古屋駅前



名古屋駅前



東京駅八重洲口ミッドタウン八重洲

…上記全て建物の内側に設置されているビジョン（渋谷の屋上サインは別）  
東京駅、名古屋駅のビジョンは無音だったので不快感は無かったが、渋谷駅の方は  
ビジョンだらけの交差点で、さらに音でのにぎわいも有る。  
音に関してはその地域に合わせた制限も必要なのかと感じた。

【屋外広告物にあたるその他ビジョン】



渋谷駅前



札幌AOAO

② サインの色温度の傾向

【最近のサインは温かい色（3000 k 程度）を使い落ち着いた雰囲気表現している】



札幌赤れんがテラス



札幌MIREDO



東京ミッドタウン八重洲

【街中も温かい色温度で統一されている（特にビルの低層部はいしきてきなのか？）】



…サインには関係ないがビルの低層部の色温度も統一出来たらと思う

### ③ 懸垂幕

【東京駅の八重洲口、丸の内口の商業ビルには懸垂幕は無かった】



丸の内ビル



新丸の内ビル



大丸八重洲口

…懸垂幕は街並みの美観を崩しかねない広告媒体の様な感じがする。

以上になりますが、ウインドウ内のビジョンは屋外広告物には当てはまらないのか？

また、音の制限（大通り、駅前では無音が望ましいと思う）はどうしていくのか？

懸垂幕を許可すべきなのか？

様々な意見を頂戴し検討が必要かと思いますが、私なりの感じた事での報告でした。

色温度に関しては、個人的に感じた主観です。統一出来たら綺麗な街（ストリート）だろうなど。