

第28回～第30回景観審議会専門部会の意見まとめ

○主な意見

ページ	意見	対応
1	◆課題となる広告物 ○「ガイドラインが目指すこと」の中に、課題となる広告物なども踏まえたガイドラインの目的を記載したほうがよい。	p1にて具体的な課題例を挙げて説明
5	◆対象とする広告物 ○東京都屋外広告物条例で定められた広告物だけを対象にするのではなく、情報発信するもの全般を広告とみなしてガイドラインで誘導することを考えていきたい。(窓面内側広告、壁面シートなど)	p5にて都条例で定義されていない広告物も紹介
6	◆社会的機能・経済的機能の整理 ○「屋外広告物の役割と必要性」において、広告物の「社会的機能」「経済的機能」をわかりやすい言葉で説明する。	p6(1)「屋外広告物は、「案内」「誘導」「記名」の役割を果たす情報伝達手段であり、広告主が店の情報を知らせる等の「社会的機能」や、見る人の購買行動を誘引する等の「経済的機能」を果たすうえでなくてはならないものです。」
7	◆建物全体の色彩 ○某ドラッグストアのように建物の色彩自体が広告物の一部をなしているようなケースについても言及したほうがよい。	p7(2)「鮮やかなコーポレートカラーを外壁色に用いる等建築物全体を広告物とするような表現は避けます。」
8	◆店名・企業名と告知情報の扱い ○「情報」において、広告物には第一に店名・企業名があつて、その次に告知情報が並ぶものであることがわかるように記載する必要がある。	p8(1)「表札に関する情報を最も目に入るように掲出し告知情報は必要最小限のものを整理して掲出します。」
10	◆コーポレートカラーへの配慮 ○チェーン店のコーポレートカラーを使用した広告物に対する配慮事項も記載した方がよい。	p10(2)駐車場の事例写真紹介文「コーポレートカラーを変更し住宅地に配慮しています。」
16	◆信号機・標識との区別 ○交通安全の観点から、信号機や交通標識にも配慮する旨を記載する必要がある。 ◆地上(建植)広告などの非自家用広告物 ○地上(建植)広告などの非自家用広告物に対する配慮事項も記載する必要がある。	p16交差点付近の非自家用広告物について「大きさや内容を揃え、交通標識を妨げないようにします。」

○その他詳細意見

ページ	意見	対応
4	<p>◆都条例に関する説明 ○(1)「ガイドラインの位置付け」において、本ガイドラインは広告主・屋外広告業者の利用が想定されるので、東京都屋外広告物条例との関係についての説明がもう少しあったほうがよい。</p>	<p>p4(1)右下の吹き出し 「屋外広告物を設置する場合は原則として東京都屋外広告物条例に基づく許可を受ける必要があります。許可に必要な要件を満たすとともに、本ガイドラインで示す事項等に配慮し、まちを彩る素敵な広告物を計画しましょう。」</p>
5	<p>◆様々な形態の広告物 ○空気を入れて膨らませた形態のものはどう扱うか。</p>	<p>キャラクターなど、店舗・企業・建物等を連想させるものであれば対象とする。</p>
6	<p>◆「優れた広告」「支援」という言葉 ○(3)「みんなで育てる屋外広告物景観」の図において「優れた広告を制作維持する支援をします。」の「優れた広告」「支援」の表現に違和感がある。市民・事業者・行政の関係性も踏まえ、言葉を考えた方がよい。(「優れた広告」→「素敵な広告物」、「支援」→「応援」など)</p>	<p>p6(3)図中の「優れた広告」を「素敵な広告物」に、「支援」を「応援」に統一。</p>
9	<p>◆バリアフリー ○色覚や言語に関するバリアフリーについても記載した方がよい。</p>	<p>p9「多くの人が利用する観光地等ではバリアフリーに配慮した表現が求められます。」「言語や色弱など障壁があっても認識できるよう、標準図記号や多言語表記、識別しやすい色彩を使用することなどが考えられます。」</p>
15・32	<p>◆大規模広告物への配慮事項 ○大規模な広告物に対しても配慮事項を記載した方がよい。</p>	<p>p15「高層部では箱文字や切り文字など表示面積を抑え、建築物との一体感がある表現とする。」「中高層部では彩度を抑え、建築物の外観を引立てる色彩とする。」 p32「色数を抑えたシンプルな色使いとします。」「地色は派手さを抑えた色彩とします。」など</p>

18	<p>◆景観協定 ○景観協定を結んでいる地区に対し、ガイドラインの中でどう扱っていくか議論してもよい。</p>	p18に景観協定の活用事例(台東区 伝法院通り、千束通り)を記載
20~25	<p>◆地域ごとのルール ○地域ごとのルールについては、駅前、住宅地、丘陵地といった大きな分けだけでなく、もう少し細かなところまで考えていったほうがよい。</p>	p20~25の丘陵地ゾーン、住まい共生ゾーンにおいては、「住宅地」「沿道」「駅前」などに細分化して配慮事項を記載
30	<p>◆照明について ○「深夜帯は消灯する」以外の言葉(例:照度を落とす)を付け足すなどして、もっといろいろな対応ができる書き方ができないか。</p>	p30「消灯するなど」の「など」に意味を持たせているため、現状のままとした。
31	<p>◆写真と文章 ○p31最後の文章と写真を見比べると悪い例の広告物がどれかが写真でわかってしまうが、問題はないか。店舗名を隠す処理をする、または文章の表現を変えるなどして考えた方がよい。</p>	p31最後の文章から「特に高層階の広告物で」を「その中には」に修正
36	<p>◆違反広告物 ○違反広告物への対応についても5章で記載した方がよい。</p>	p36表の下文章「歩道上への設置など、上記に違反した屋外広告物は除却・撤去の対象となります。」
その他	<p>◆行為の制限 ○景観計画の中の「行為の制限」をどのようにとらえてガイドラインに組み込んでいくかが重要である。</p>	「共通事項」「屋外広告物に関する方針」に基づく具体的な配慮事項を4章に記載し、指導していく。
	<p>◆普及啓発活動 ○広告物に対して関心をもってもらうためにも、ガイドライン策定後の普及啓発活動等も必要になってくる。 ○魅力的な屋外広告物を表彰するコンクール・景観賞など、市民の方への普及啓発活動にも取り組んでほしい。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・景観セミナーなどにおいて、啓発コーナーを設けガイドラインに関するチラシを配布 ・ガイドラインのチラシを、景観法に基づく届出のパンフレットや東京都屋外広告物条例のしおりに挟み、配布 ・東京都と八王子市で実施される屋外広告物の講習会にてチラシを配布