

「港区屋外広告物景観形成ガイドライン(素案)」についてのご意見募集結果

1 区民意見募集の実施概要

●意見の募集時期と件数

募集期間	意見の通数	意見の件数
平成 29 年 7 月 21 日～平成 29 年 8 月 21 日	6 通 (区ホームページ 5 通、郵便1通)	11 件

●意見の提出方法

区ホームページ、郵便、ファクシミリ、直接持参

●資料の閲覧場所

港区開発指導課(区役所 6 階)、区政資料室(区役所 3 階)、総合案内(区役所 1 階)、各総合支所、各港区立図書館(高輪図書館分室を除く)

2 区民説明会の開催概要

開催日時	開催場所	参加者数	意見の件数
平成 29 年 7 月 29 日(土曜日) 14 時から	区役所本庁舎 9 階 911～912 会議室	4 人	3 件
平成 29 年 8 月 3 日(木曜日) 19 時から	生涯学習センター 101 学習室	13 人	4 件

3 意見・要望等の反映状況

①	意見の趣旨を踏まえ、素案を修正したもの	2 件
②	意見の趣旨は、既に素案で記載しているもの	6 件
③	意見の趣旨は、既存事業などで対応しているもの	1 件
④	素案の内容に関する質疑など	3 件
⑤	素案の修正は行わないが、意見として受けとめたもの	6 件
	合 計	18 件

項目	No.	意見要旨	区の考え方	反映状況	素案の関連頁
港区屋外広告物景観形成ガイドラインの構成	1	目次と「ガイドラインの構成」ページの関係が見にくいので、ガイドライン構成ページにページ数を記載してはかがか。	・「ガイドラインの構成」ページと本編との関連性を持たせるため、「ガイドラインの構成」ページに、ページ数を追記します。	①	構成
1 屋外広告物景観形成ガイドラインについて	2	「好ましさの曖昧さ」は、「誰にとって」「どのような立場の際に」という状況を定めることで、もう少し観点を絞れるのではないか。誰にとっての好ましい景観か、を明確にしてはかがか。	・港区に住み、働き、学び、訪れる全ての人々にとって、快適な表示となるよう、「屋外広告物に求められる良好な景観形成の視点」ページに、対象を追記します。	①	P.3
2 【共通】屋外広告物のデザインの配慮事項	3	高層ビルなど高いところからの眺望を意識して設置された、屋根面の屋外広告物に対する規制はあるのか。	・高いところから眺望される屋根面の屋外広告物について、種類別の配慮事項は設定していませんが、P.8 から P.19 に記載する共通の配慮事項は適用されます。	④	P.8-19
2 【共通】屋外広告物のデザインの配慮事項 4 【地域別】屋外広告物のデザインの配慮事項	4	色彩の考えについては、ガイドライン上、見開き2ページのみとなっているが、更に詳細に記載をお願いしたい。	・色彩については、P.14 及び P.15 にて配慮事項を示しています。加えて、地域別の配慮事項においても、色彩に関する配慮事項や配慮のポイントを示しています。	②	P.14 P.15 P.26-45
2 【共通】屋外広告物のデザインの配慮事項 資料-3 用語集	5	光公害のことについて、最近ガラスの建物が増え、そこに写る反射光が問題となるケースがあるが、ガイドラインを通して、どのように配慮していくのか。更に詳細に記載をお願いしたい。	・光源を使用する屋外広告物については、照明・光の項目として、P.16 にて配慮事項を示しています。加えて、光害についても、P.64 の用語集にて解説を記載しています。	②	P.16 P.64
2 【共通】屋外広告物のデザインの配慮事項 資料-3 用語集	6	グレアは高齢者には一層深刻となる。そこで、安全・安心という観点でも看板が問題になり得ることを明記したほうが良いのでは。	・照明の不適切な明るさに対する悪影響が広く懸念されることから、P.16 の記載内容に加えて、巻末の用語集に光害について解説を記載しています。	②	P.16 P.64
2 【共通】屋外広告物のデザインの配慮事項 3 【種類別】屋外広告物のデザインの配慮事項	7	プロジェクションマッピングや映像装置付広告物等については、一定の安全性の確保等といった条件のもと、周辺景観への配慮事項(P.17)や、中・高層部への設置(P.25)に関して、柔軟かつ弾力的な対応をご検討いただきたい。	・プロジェクションマッピング等の映像広告については、案件ごとに安全性や住環境等の周辺環境等を考慮し、助言・指導を行います。	⑤	P.17 P.25

項目	No.	意見要旨	区の考え方	反映状況	素案の関連頁
3 【種類別】屋外広告物のデザインの配慮事項	8	音声の問題を是非このガイドラインで取り上げていただきたい。たとえ小さな音量でも、音声(音楽・声・音響等)を公共のスペースに広く放射したり流したりすることは禁止してほしい。(店さきだけに聞こえる程度のもは許容するとしても。)	<ul style="list-style-type: none"> 音声のみの表現については、屋外広告物に該当しないことから、本ガイドラインの対象になりません。映像と音が併用される屋外広告物については、一連の表現方法として、音に関する具体的な配慮例を設けています。 	⑤	P.25
4 【地域別】屋外広告物のデザインの配慮事項	9	商業地域であっても、安心して穏やかに住みやすいという視点も組み込んで立案して頂きたい。	<ul style="list-style-type: none"> 景観事前協議に当たっては、実際の土地利用や景観の実態を踏まえ、周辺環境に応じて誘導を図っていきます。 	②	P.28 P.29
5 屋外広告物の景観誘導について	10	区民として、港区らしい屋外広告物を多くの方々に伝える役割もあったらいいのではないか。屋外広告物大賞を創設し応募窓口を設けるなど、行政が区民の役割を支援する様々方法を盛り込んでいただきたい。	<ul style="list-style-type: none"> 身近な地域で良好な街並み景観を保全・育成するため、意識の向上を目的として、広告主、事業者、建物所有者、関係団体、地域組織等と共に、表彰制度等に取組んでいきます。 	⑤	P.46 P.49
	11	同じ景観誘導の「屋外広告物の普及啓発」で、内容的には含まれていると思いますが、「『既存の屋外広告物』の積極的な誘導」という内容を入れていただきたい。	<ul style="list-style-type: none"> 既存の屋外広告物については、表示内容の変更や移転等の機会を捉えて、効果的に誘導を進めます。 	⑤	P.47
	12	最後の「屋外広告物の景観誘導」の手続きの流れで、完了報告書を提出する事になっていますが、完了報告で許可内容と異なる場合の「是正指示」、悪質な場合の「許可取消」、必要に応じての「現地確認」などが必要ではないか。	<ul style="list-style-type: none"> 景観事前協議の内容通りに施工されていない場合は、虚偽の内容による協議として、氏名の公表を検討しています。完了確認については、完了報告書の確認と共に、必要に応じて現場確認を行います。 	②	P.47

項目	No.	意見要旨	区の考え方	反映状況	素案の関連頁
5 屋外広告物の景観誘導について	13	道路上等禁止区域での広告展開においては、東京都広告物審議会の審査対象となる。そのため、当審議会での決定事項がその後の景観協議における景観アドバイザーの助言と相違するおそれがある。この点、当条例第30条特例を活用する場合、東京広告審議会が許可する範囲においては、港区景観協議の対象から除外していただきたい。	<ul style="list-style-type: none"> 道路上で掲出する屋外広告物については、街並み景観に与える影響が大きいと考えられるため、事前協議による助言・指導の対象から除外することは考えておりません。 	⑤	P.47
	14	景観事前協議書の提出をもって、東京都屋外広告物条例に基づく許可申請の手続きが並行して開始できる等、当制度の目的・効果を損なわず、かつスピーディな手続きをご検討願いたい。	<ul style="list-style-type: none"> 景観事前協議では、掲出内容の協議を行っていただくため、事前協議を終えてから許可申請へ移っていただくという流れを考えています。そのため、手続きの並行化は考えておりません。 	⑤	P.47
	15	第三者広告を景観事前協議にかける際、色・文字の大きさ・人の顔などの助言・指導がアドバイザーの主観によるところが大きいですが、アドバイザーによる助言・指導内容の差異はどのようにコントロールするのか。	<ul style="list-style-type: none"> 本ガイドラインでは、助言・指導の根拠となる様々な配慮のポイントや具体的な配慮例を示しているため、助言・指導内容に差異は生じないと考えております。 	④	-
その他	16	夜間にライトアップで建物の周りやビル全体を赤くしたり、レーザーで照らしたりするなど、特別なイベントで一時的に使用する場合は許可申請を行う必要があるのか。	<ul style="list-style-type: none"> 単に光を発するものは屋外広告物ではないため許可申請の必要はありません。しかし、企業・団体名等、商品等の映像や文字を映すものは屋外広告物となるため、許可申請が必要になります。 	④	-
	17	個々の事例における判断の根拠等の蓄積がなされて、次の事例の判断の参考になるような形があると望ましいのでは。	<ul style="list-style-type: none"> 景観事前協議による誘導においては、個別案件ごとの協議経緯や事例写真などを蓄積し、円滑な指導誘導に活用しています。 	③	-
	18	大手企業について、銀座をはじめとして、一般的に使われるデザインではなく、地域特性を反映した良好なデザインに変更している事例が数多く存在する。これらをガイドラインに示し、誘導していけると良いのではないか。	<ul style="list-style-type: none"> 本ガイドラインには、地域特性を反映した良好な事例写真を掲載しています。 	②	全般