



次なる
茨木へ。



茨木市は持続可能な開発目標(SDGs)を支援しています。

説明資料 3

茨木市 都市整備部 都市政策課

屋外広告物の取組み

令和4年10月11日

本日、主として議論していただきたい内容

今回審議会（R4.10）

次回審議会以降

主な論点

- ・**広告景観の方向性（基本理念）**
- ・**条例による規制内容**



市の素案として、確定していきたい

- ・ガイドラインによる誘導の詳細
- ・経過措置、助成制度の詳細
など

※前回からの変更点を中心に説明

＜参考資料＞	シミュレーション調査結果	別紙3-1
	ハレーション調査結果	別紙3-2
	規制区域図（素案）	別紙3-3
	規制内容一覧（素案）	別紙3-4

(目次)

1 取組みの背景と目的

2 広告景観の方向性（基本理念）

3 基本理念の実現に向けた方策

4 基本理念と規制・誘導内容との紐づけ

5 その他

6 今後の流れ

(目次)

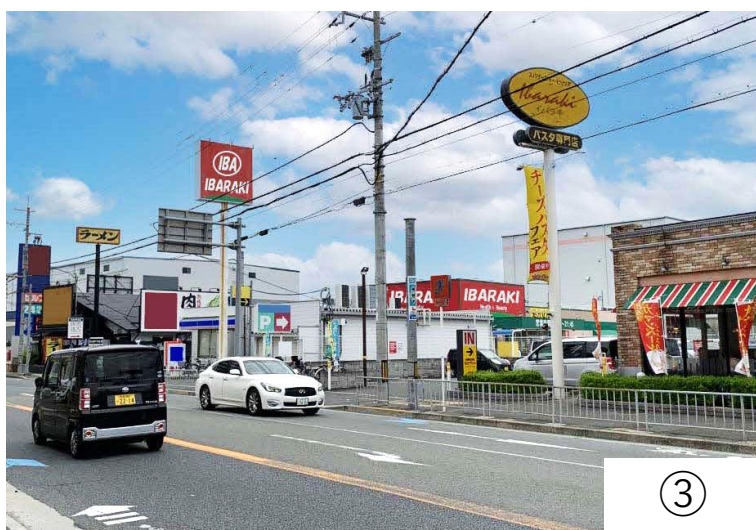
1	取組みの背景と目的
2	広告景観の方向性（基本理念）
3	基本理念の実現に向けた方策
4	基本理念と規制・誘導内容との紐づけ
5	その他
6	今後の流れ

取組みの背景・課題

- 現状、府域全域を対象とする府条例に基づき規制をしており、**本市の景観像に馴染まない広告物の掲出が確認できる。**

【景観像に馴染まない事例】

- ① 景観計画の重点地区に、規模が大きい広告物が掲出
- ② 自然景観を阻害する広告物が掲出
- ③ 幹線道路沿いや商業地域などにおいて、規模が大きく、色彩が派手な広告物が掲出
- ④ ウォークブル（歩行者中心）の視点に配慮されていない広告物が掲出



本市の特性を踏まえた屋外広告物の誘導を図り、茨木らしい魅力ある景観形成を目指す

■ [期間]

令和2年度～令和5年度

中心市街地（東西軸）をウォーカブルにする取組みと期間や内容の整合を図り、広告景観の面から茨木らしい景観形成を検討する。

■ [成果の想定]

① 独自条例の制定

② 屋外広告物ガイドラインの策定

良い事例を盛り込み、良好で質の高い屋外広告物の誘導ツール及び規制基準のわかりやすい解説版として作成

③ 景観計画への反映

屋外広告物の表示等に関する基本的な考え方などを景観計画に反映

＜ガイドラインのイメージ＞

③ 商業地区

③-1 商業地区（駅前周辺）

景観形成の配慮ポイント

まちの玄関口として、にぎわいと品格を感じさせるまちなみを演出する

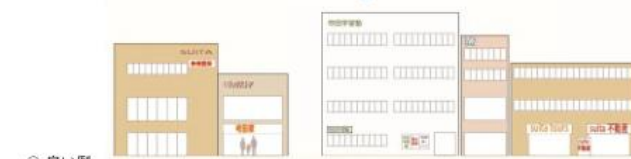
具体的な配慮事項

- 駅前広場や駅舎等に面する建築物に設置する広告物は、そのまちの特性を理解した上で、主に低層部に設置するなど、連続的に賑わいを演出するように配慮する。
- 建築物の高層部に設置する広告物は、シンプルなデザインの箱文字・切り文字とするなど、隣接する建築物や周辺のまちなみに配慮する。
- 複数のテナントが屋外広告物を表示する場合は、掲出位置や大きさ等を統一し、低層部に集合化する。

屋外広告物による景観形成のイメージ例



- 屋上広告物等が無造作に配置されると沿道建築物のスカイラインが乱れ、まちなみの連続性が損なわれてしまいます。
- 過剰な配置や規模の大きな広告物はまちなみの調和を乱しています。



- 高層部の広告物は可能な限り壁面広告とし、切り文字や箱文字とするなど、シンプルなデザインとします。
- 必要最小限の規模、配置とし、まちなみとの調和に配慮します。

地区区分図



具体的な配慮事例

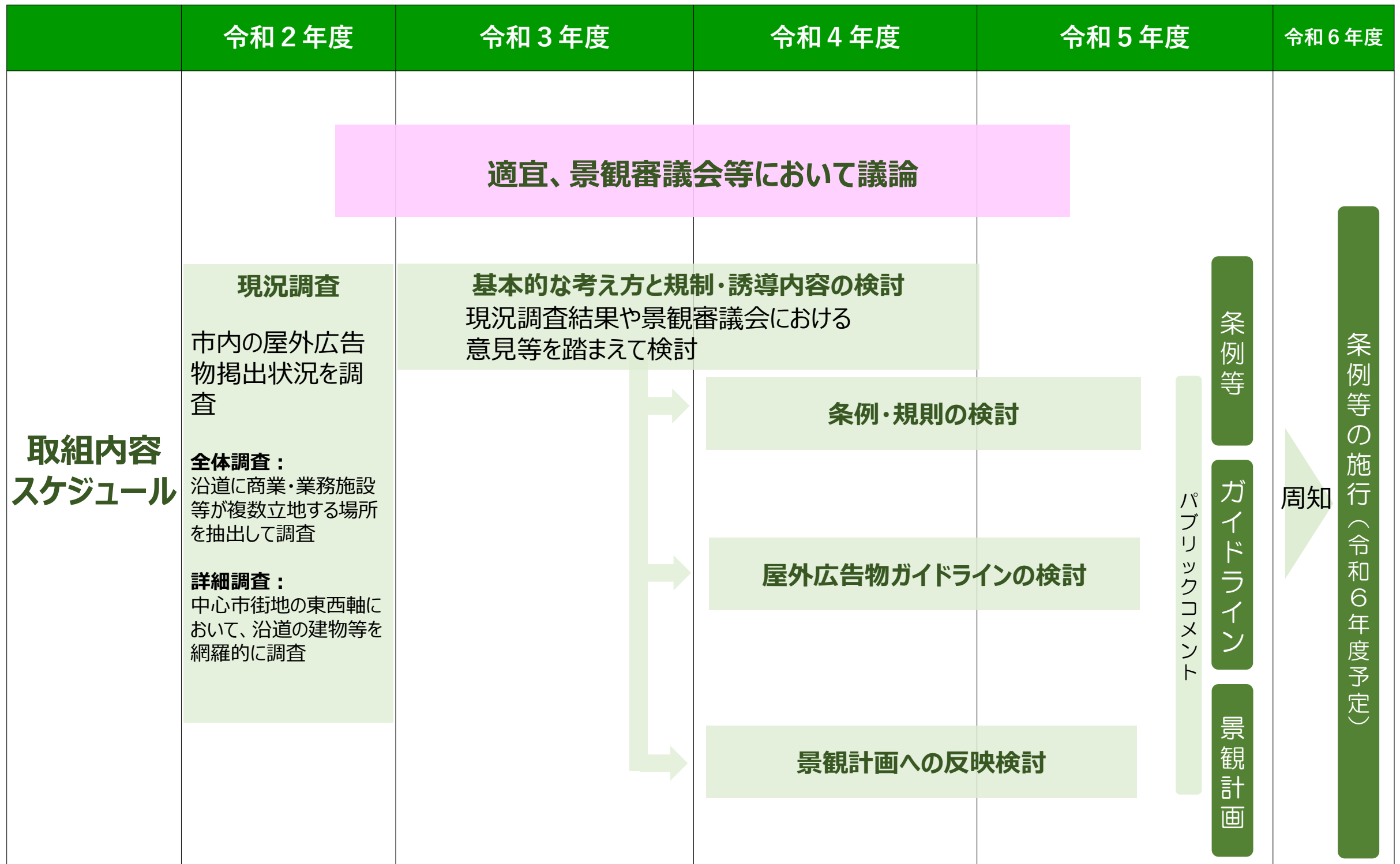


箱文字デザインにして大きさや幅を揃えて配置した事例



テント等でまちなみの賑わいを演出している事例

取組みの進め方



(目次)

1	取組みの背景と目的
2	広告景観の方向性（基本理念）
3	基本理念の実現に向けた方策
4	基本理念と規制・誘導内容との紐づけ
5	その他
6	今後の流れ

広告景観の方向性（基本理念）

前回審議会でのご意見

- ・屋外広告物の印象は市のイメージにもつながっていくものなので、市として、広告物規制によってどのような広告景観を狙っていくのか、打ち出しをしっかり行った方がよい。
- ・東西軸のにぎわいづくりとの関連として、どうすれば看板が活きてくるのかということも含め、市独自の看板のあり方を打ち出せるとよい。



本市の景観特性、屋外広告物が持つ特性や課題を踏まえて、
広告景観の方向性（基本理念）を検討

本市の景観特性（茨木市景観計画）

屋外広告物の特性 や 本市の屋外広告物の主な課題

広告景観の方向性
（基本理念）



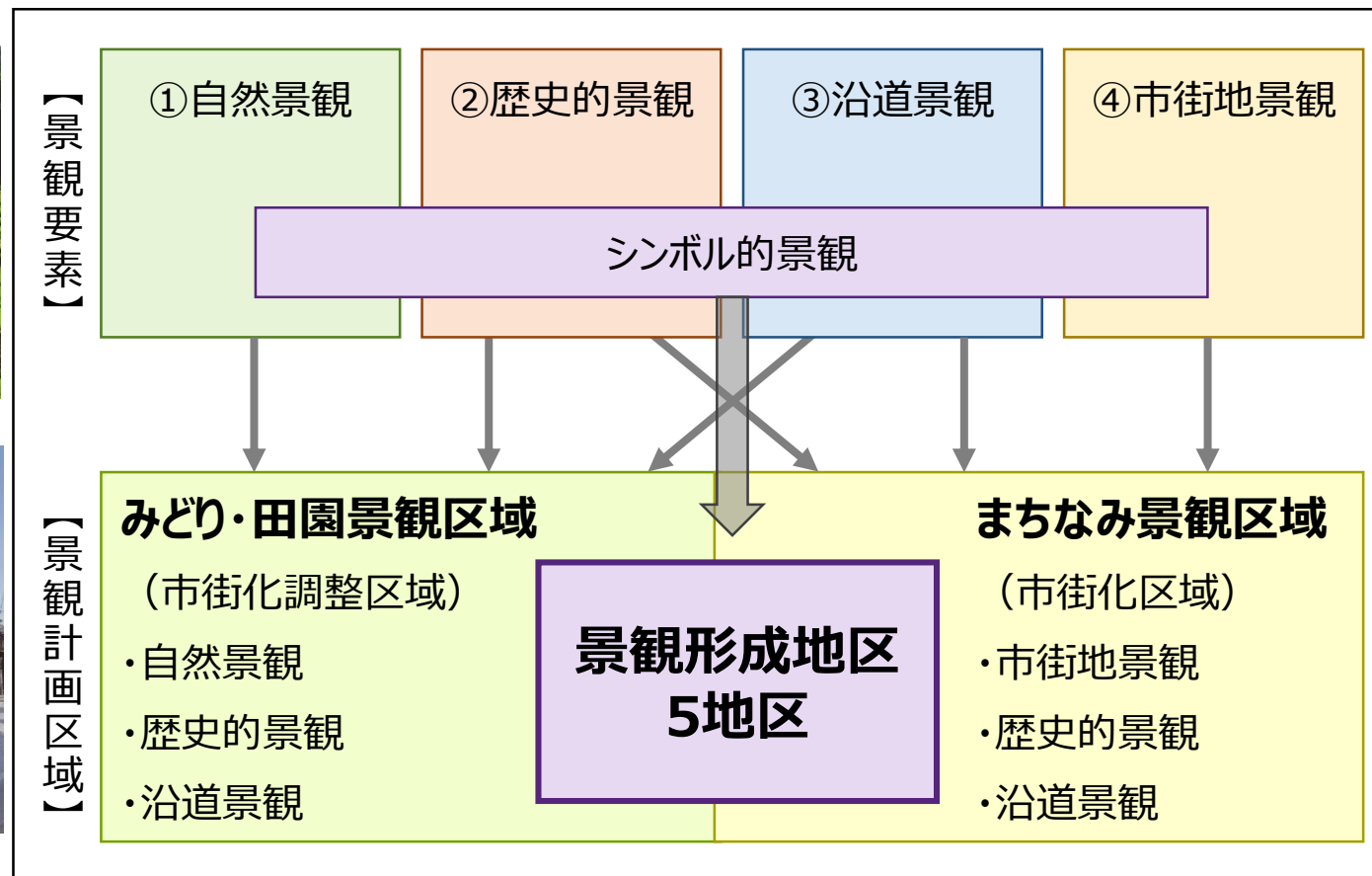
本市の景観特性（茨木市景観計画）

■ 景観の特性

- ・「やま半分、まち半分」といった山間部とまちなかの特性を合わせ持つことからなる「多様な景観要素」
→ 景観計画では景観要素を4つに分類

茨木市のめざす景観像

北摂の自然と歴史に育まれ うるおいと心づかひの感じられるまち いばらき



広告景観の方向性

- 屋外広告物は景観を構成する要素の一つである。
- 茨木らしい広告景観の方向性は、景観計画と整合を図りつつ、屋外広告物の特性や課題を踏まえる必要がある。

本市の目指す景観像（景観計画）

北摂の自然と歴史に育まれ うるおいと心づかいの感じられるまち いばらき

+

屋外広告物の特性

- ・情報伝達手段
- ・まちに活力や賑わいを与える
- ・無秩序な設置はまちの景観を損なう
- ・本市では概ね用途地域に応じた掲出

屋外広告物の主な課題

- ・景観計画との不整合
- ・自然景観の阻害
- ・幹線道路や商業系地域の過大な広告物への対応
- ・ウォークアブルの視点への配慮 など

本市が目指す「茨木らしい広告景観」（基本理念）

本市が目指す「茨木らしい広告景観」（基本理念）

自然とまちに調和し 心づかひの感じられる 広告景観づくり

[基本方針]

自然とまちに調和

自然(北摂山系・田園景観 等)やまちなみ (幹線道路沿道・中心市街地 等) との調和

心づかひの感じられる

広告物を見る人や地域住民、周辺環境への配慮により、居心地が良く、豊かさが感じられる広告景観

自然との
調和

まちなみ
との
調和

目指す広告景観のイメージ

自然 自然との調和



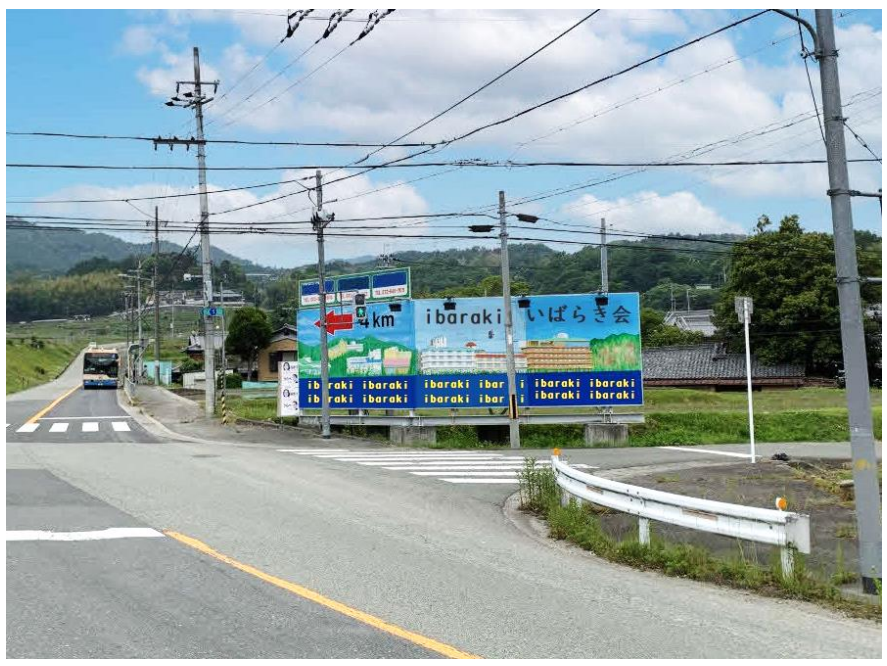
現状



条例規制のイメージ



条例+誘導のイメージ





現状



条例規制のイメージ



条例+誘導のイメージ



(目次)

1	取組みの背景と目的
2	広告景観の方向性（基本理念）
3	基本理念の実現に向けた方策
4	基本理念と規制・誘導内容との紐づけ
5	その他
6	今後の流れ

基本理念の実現に向けた方策

- 本市の特性を踏まえた広告物の適正化と質の向上を目指すため、方策1「独自条例による規制」と方策2「ガイドライン等による質の誘導」を図る。
- 運用を持続可能なものとするため、方策3「推進体制の強化」で維持向上を目指す。

基本理念：自然とまちに調和し 心づかいの感じられる 広告景観づくり

方策1

独自条例による規制

広告物の特性を踏まえた適正な規制
(主に定量的)

方策2

ガイドライン等による質の誘導

広告物の質的な誘導
(主に定性的)

方策3

推進体制の強化

持続的な広告景観づくりの維持向上

[方策 1] 独自条例による規制

- 広告物の特性や課題、基本理念などを踏まえた適正な規制を目指す。
- R6.3月に市議会上程、6～12か月の周知期間を経て施行を目指す。

屋外広告物の主な課題

- 全体 景観計画との不整合
- 自然 自然景観の阻害
- まち 幹線道路や商業系地域で過大な広告物の掲出
- まち ウォーカブル（歩行者中心）の視点に配慮されていない広告物の掲出 など

+

＜基本理念＞
自然とまちに調和し 心づかいの
感じられる 広告景観づくり



規制区分 ※景観計画と整合したベースと重点区分設定を行う。

ベース規制（市域全域）	市域全域を対象とした規制 （区域別、広告物種別）
重点規制（景観形成地区）	景観形成地区における重点規制
+	
その他	適用除外、経過措置等

[方策2] ガイドライン等による質の誘導

屋外広告物の主な課題（ガイドライン等による質の誘導に関する内容）

- 自然 自然景観の阻害
- まち 幹線道路や商業系地域で過大な広告物の掲出
- まち ウォーカブル（歩行者中心）の視点に配慮されていない広告物の掲出



自然景観及びまちなみ景観への調和を踏まえつつ、条例規制になじまない定性的な広告物の質の誘導を図るために、ガイドラインを作成し推奨事例を提示することや助成制度の検討などにより質の向上を図る。

<実施内容（案）>

- ガイドラインによる推奨事例等の提示
- 助成制度の検討 ほか

屋外広告物ガイドラインのイメージ

- 良い事例を盛り込み、良好で質の高い屋外広告物を誘導するためのツール
- 規制内容のわかりやすい解説版として活用予定

<共通の配慮事項のイメージ>

全ての地域・種別に共通する配慮事項を記載

ガイドライン構成イメージ案

- 1 理念
- 2 共通の配慮事項
- 3 種類別の配慮事項
- 4 地域別の配慮事項
- 5 規制内容の解説

揃える

低く

少なく

(1) 秩序をつけて配置する

- ・ 瞬時に内容を理解できるよう、位置や大きさを揃えるなど秩序のある配置とします。
- ・ 建築物を新設する際は、計画時から屋外広告物の掲出場所を設け、テナントとルールを共有します。



テナントの名称を間隔や設置高さに秩序をつけて表示し分かりやすくしています。

チェーンストアも位置や大きさを揃え、周辺の環境に配慮しています。



(2) 建築物との調和を考える

- ・ 建築物全体の外観やまち並みを活かす形となるよう、建築物と一体的に計画します。
- ・ 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。

*企業等のイメージを伝えるために設定された色



エントランス頂部に特徴ある広告物を設置することでエントランスの位置を分かりやすくしています。

屋上設備機器の遮蔽と合わせて建築物と一体的に広告物を配置しています。



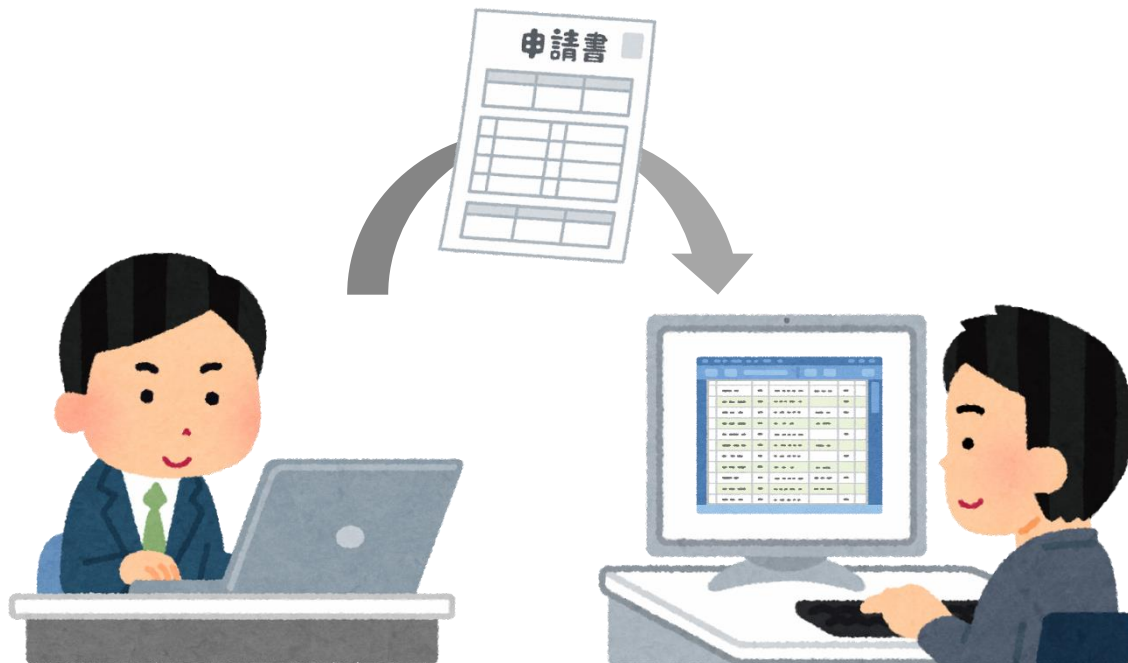
[方策3] 推進体制の強化

- 持続的な広告景観づくりの維持向上を図るために、申請しやすい仕組みづくりや管理体制の強化の検討、市民・事業者への意識啓発などを行う。

<実施内容（案）>

① 申請しやすい仕組みづくり 管理体制の強化の検討

申請者の利便性の向上や管理体制の強化につながる仕組みの検討を行う。



② 市民・事業者への意識啓発

広告団体と連携することなどにより、市民・事業者の景観に対する意識が高揚するような取り組みを検討する。



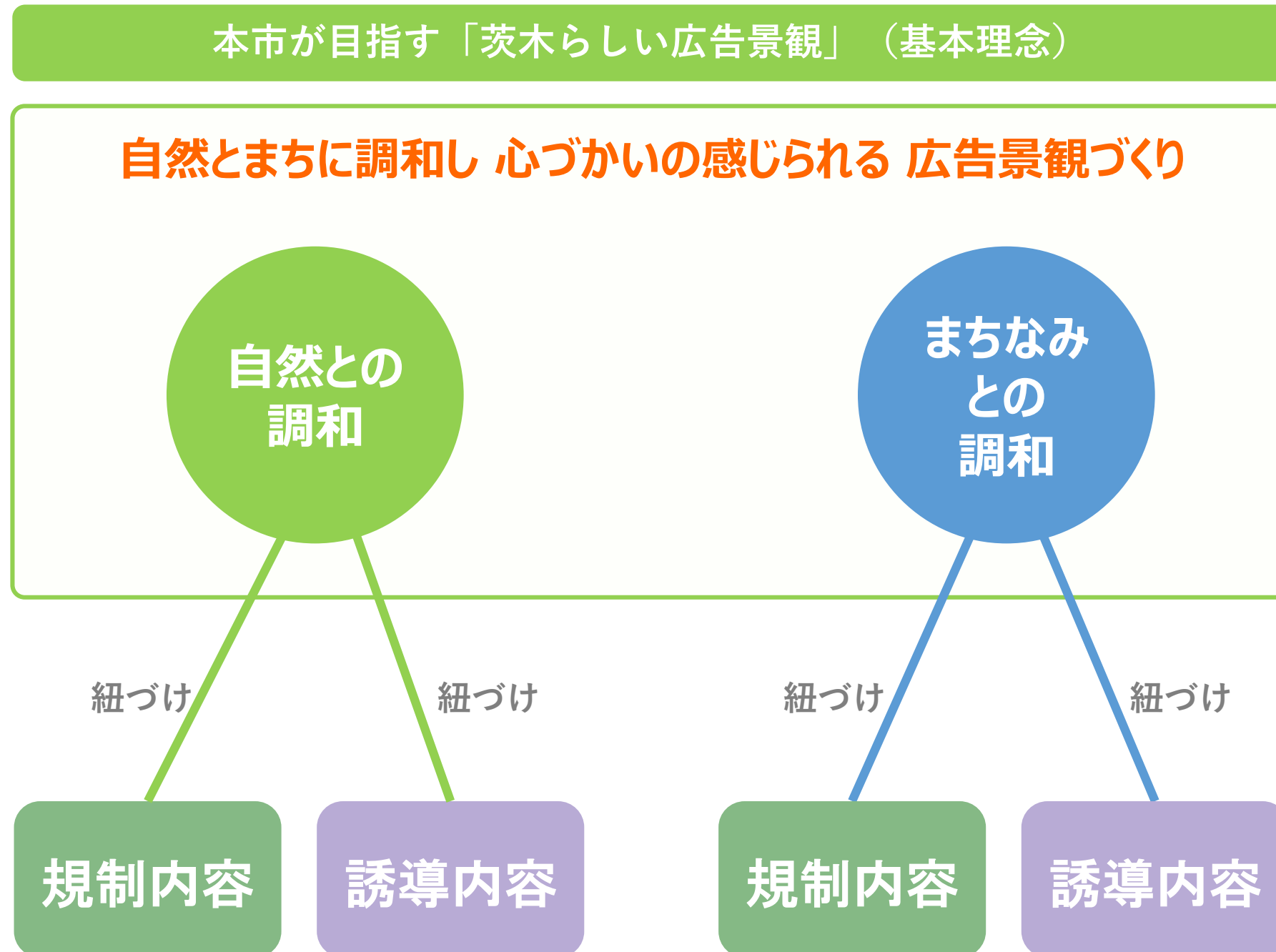
広告団体と行政の連携による屋外広告物パトロール（八尾市）

(目次)

1	取組みの背景と目的
2	広告景観の方向性（基本理念）
3	基本理念の実現に向けた方策
4	基本理念と規制・誘導内容との紐づけ
5	その他
6	今後の流れ

基本理念と規制・誘導内容との紐づけ

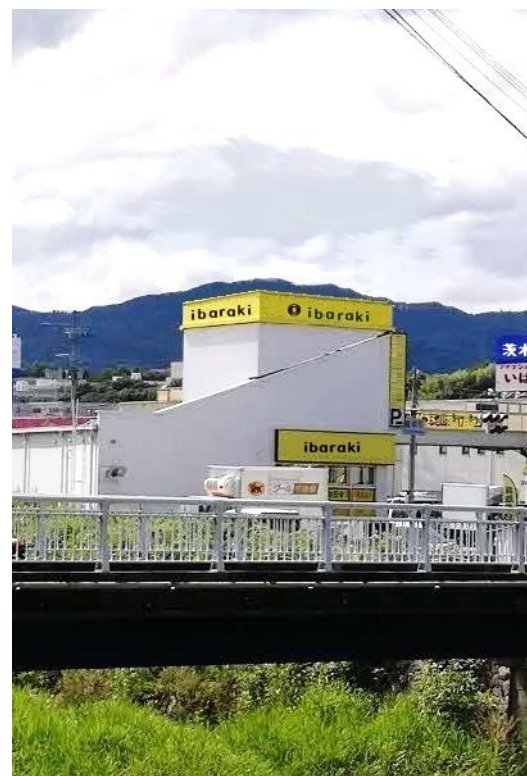
- 広告景観の方向性（基本理念）に即した規制・誘導内容となるよう再検討を実施



自然景観との調和 に関する規制・誘導



現状



条例規制のイメージ



条例+誘導のイメージ



田園風景を背景とした広告物

【現状・課題】

- ・山なみ眺望を阻害する広告物の掲出
- ・沿道での自然景観を阻害する非自家用広告物の掲出

【対策が望ましい点】

- ・背景となる自然景観（北摂山系、田園景観、緑地）と調和する、広告物の規制誘導が必要
- ・山なみ眺望、丘陵地のスカイラインの保全について留意した規制誘導が必要

独自条例による規制内容（理念との紐づけ）

独自条例による 規制内容

[主な規制内容]

ア) 非自家用広告物禁止路線の拡充

沿道から眺める景観を保護するため、
[現在]7路線 → [規制案] **19路線に拡充**

① 前回審議会
から変更

イ) 山間部（171以北の調整区域）の規制の適正化

山間部の近景景観を保護するため、
[現在]第2種区域相当 → [規制案]第1種区域相当に変更し、
規制の適正化を図る。

ウ) 広告物種別の規制

広域に影響を及ぼす可能性が高い屋上広告物及び地上広告物に
対して、規制の適正化を行う。

② 前回審議会
から変更

屋上広告物 **全区域で縦幅規制を強める。**

地上広告物 高さ及び面積規制で土地利用に応じた
段階的な規制を導入

【対策が望ましい点】

背景となる自然景観（北摂山系、
田園景観、緑地）と調和する広告
物の規制誘導

山なみ眺望、丘陵地のスカイラインの
保全について留意した規制誘導

非自家用広告物禁止路線の拡充

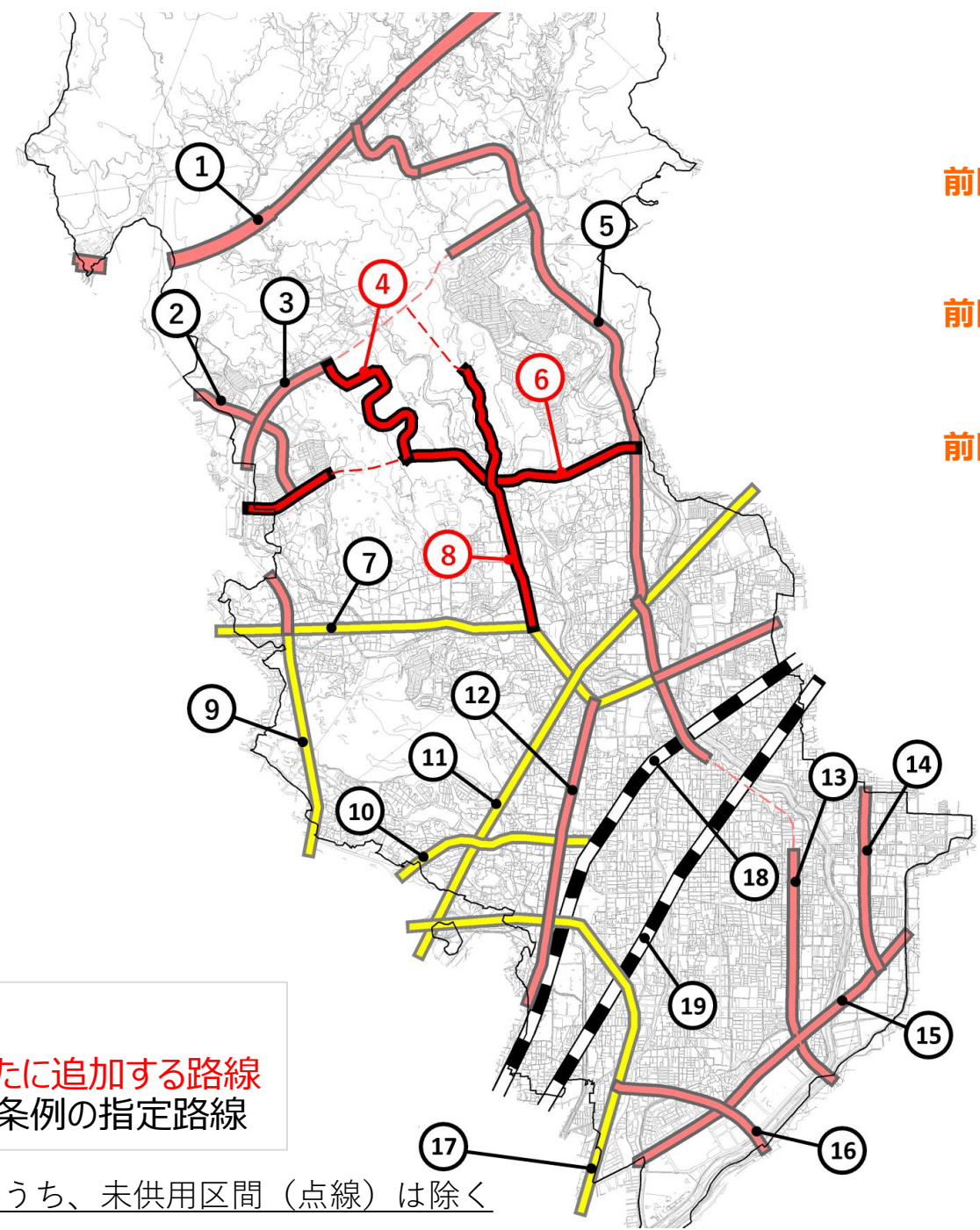
① 前回審議会から変更

山間部の自然景観保全の観点から、**指定路線について再検討**

→ **〔検討結果〕 山間部において3路線を新たに指定**

[現在] 7路線 → [前回規制案] 16路線 → **[新規制案] 19路線**

※原則 車線数が4以上の幹線道路等を追加



凡例
 赤色) 新たに追加する路線
 黄色) 府条例の指定路線

※各路線のうち、未供用区間(点線)は除く

前回からの追加

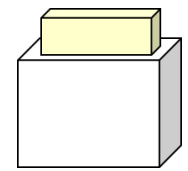
前回からの追加

前回からの追加

	路線名	追加
①	新名神高速道路	○
②	(都)国文都市4号線	○
③	(都)箕面丘陵線 ※彩都あさぎ一丁目～彩都あかね / 彩都はなだ一丁目	○
④	(都)国文都市3号線	○
⑤	(都)耳原大岩線+(都)大岩線	○
⑥	(都)山麓線 ※彩都あさぎ三丁目～六丁目 / 彩都あかね～安威三丁目	○
⑦	国道171号	
⑧	(都)上郡佐保線 ※上郡二丁目～大字福井	○
⑨	茨木摂津線(府道1号) ※宿久庄五丁目～南春日丘七丁目	
⑩	南千里茨木停車場線(府道129号)	
⑪	名神高速道路	
⑫	大阪高槻京都線(歩道14号) ※国道171号との交点～宇野辺二丁目	○
⑬	(都)茨木寝屋川線	○
⑭	鳥飼八丁目富田線(府道133号) ※鮎川二丁目～府道14号との交点	○
⑮	大阪高槻京都線(歩道14号) ※都市計画道路十三高槻線の部分	○
⑯	(都)千里丘寝屋川線	○
⑰	大阪中央環状線	
⑱	J R 東海道本線	
⑲	阪急電鉄京都線	

屋上広告物の高さ規制の強化

② 前回審議会から変更



屋上広告物の高さ規制

山なみ、まちなみへの配慮について再検討を行った結果、前回審議会の規制案では不十分と判断

➔ [検討結果] 屋上広告物に対する 高さ規制を強化する。

	第一種許可区域 (住居専用地域等)		第二種許可区域 (その他)		第三種許可区域 (商業系地域)	
	縦幅	横幅	縦幅	横幅	縦幅	横幅
現行 (府条例)	建物高さ 1/3	建物の幅	建物高さ 2/3	建物の幅	建物高さ 2/3	建物の幅
前回審議会時点 規制案	建物高さ 1/3	建物の幅	建物高さ 1/3	建物の幅	建物高さ 2/3	建物の幅
新規制案	建物高さ 1/5	建物の幅	建物高さ 1/5	建物の幅	建物高さ 1/3	建物の幅

屋上広告物の高さ規制の強化

② 前回審議会から変更

現行規制



第二種区域 現行規制
縦幅が建物高さの 2 / 3 まで



第二種区域 前回審議会規制案
縦幅が建物高さの 1 / 3 まで



第二種区域 新規制案
縦幅が建物高さの 1 / 5 まで

ガイドライン等による質の誘導内容（理念との紐づけ）

ガイドライン等による質の 誘導内容

【対策が望ましい点】

背景となる自然景観（北摂山系、
田園景観、緑地）と調和する広告
物の規制誘導

山なみ眺望、丘陵地のスカイラインの
保全について留意した規制誘導

[主な誘導内容]

検討中

ア) 自然景観と調和する色彩や素材の誘導

自然景観と調和する色彩や素材の資料等について記載する。

- ・自然景観となじむ彩度の低い色彩を使用し、色数を抑える
- ・自然景観に配慮し、設置規模を最小限に抑える など

イ) 幹線道路沿道における北摂山系への眺望に関する配慮事項

幹線道路沿道において、北摂山系への中景景観に影響の大きい
地上広告物について記載する。

- ・地上広告物はなるべく道路から離れた場所に設置
- ・地上広告物は高さ、表示面積を抑える など

ウ) 市内の平野部から北摂山系への眺望に関する配慮事項

市内の平野部において、北摂山系への遠景景観に影響の大きい
屋上広告物について記載する。

- ・屋上広告物は設置を控え、別の表示方法を検討すること など

まちなみ景観との調和 に関する規制・誘導



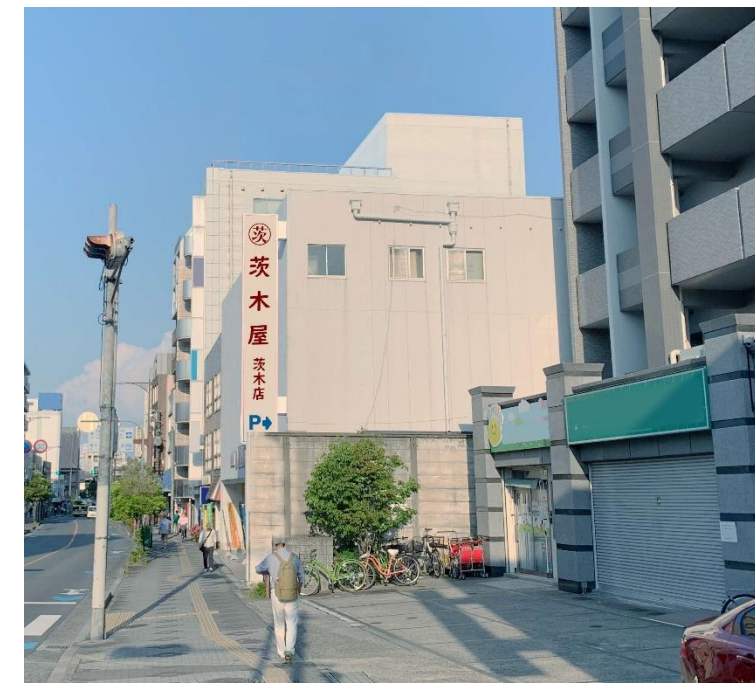
現状



条例規制のイメージ



条例+誘導のイメージ



現状と課題、目指す広告景観のイメージ



【現状】

- ・まちなみのスケール感に馴染まない規模の広告物の掲出
- ・スカイラインや通りの見通しを阻害する広告物の掲出
- ・ウォークアブルの視点に配慮されていない広告物の掲出

【対策が望ましい点】

- ・まちなみの連続性への配慮
- ・通りの見通しへの配慮
- ・ヒューマンスケールに馴染む規制

独自条例による規制内容（理念との紐づけ）

独自条例による 規制内容

【対策が望ましい点】

- ・まちなみの連続性への配慮
- ・通りの見通しへの配慮
- ・ヒューマンスケールに馴染む規制

[主な規制内容]

ア) 非自家用広告物禁止路線の拡充（再掲）

沿道から眺める景観を保護するため、
[現在]7路線 → [規制案]19路線に拡充

イ) 第二種低層住居専用地域の適正化

「主として、低層住宅に係る良好な住居の環境を保護するため定める地域」である第二種低層住居専用地域を保護するため、
[現在]第1種区域相当 → [規制案]禁止区域

ウ) 広告物種別の規制

各種広告物に対して、規制の適正化を行う。

屋上広告物	全区域に高さ規制を強める。（再掲）
壁面広告物	第二種区域の縦幅規制の強化 総量規制を加える。
突出広告物	突出幅、掲出位置の規制を導入 （道路占用許可基準と整合）
地上広告物	高さ及び面積規制で土地利用に応じた 段階的な規制を導入
工作物利用	工作物の特性を踏まえた規制とするため導入
車体利用	近隣市との整合を図るため導入

① 前回審議会から追加

エ) 重点地区（景観形成地区）への重点規制

全5地区 屋上、壁面広告物に総量規制を追加

② 前回審議会から詳細を検討

歴史的、元茨木川緑地景観形成地区 色彩規制を導入

規制を追加した広告物種別（工作物利用、車体利用）

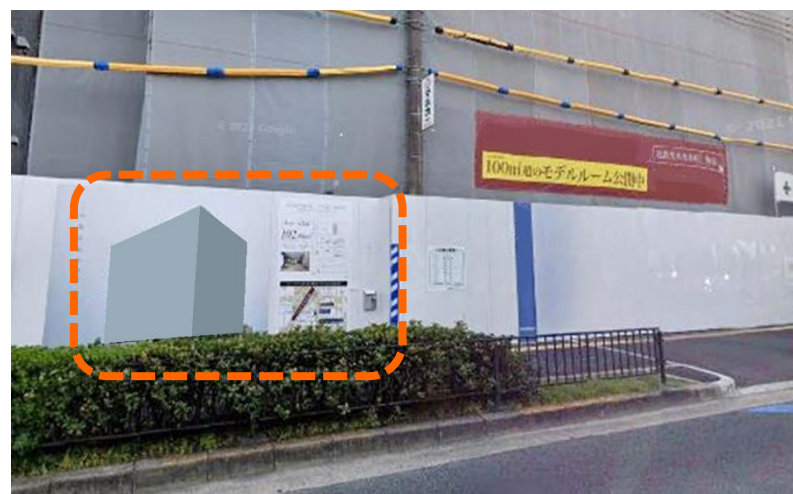
① 前回審議会から追加

工作物利用広告物

- 工事の仮囲いなど工作物の特性を踏まえた規制内容を導入する。

◆ 規制案

- 【縦幅、横幅規制】
 - 縦幅：工作物の高さまで
 - 横幅：工作物の横幅まで
- 【総量規制】
 - 第一種地域（住宅系等）：一面の1/5以内
 - 第二種地域（その他）：一面の1/5以内
 - 第三種地域（商業系）：一面の1/3以内
- 【その他の規制】
 - 工作物の上端、側端からの突出禁止






車体利用広告物

前回審議会でのご意見
 車体利用の広告物について、近隣市の吹田市・豊中市は規制を行っているので、茨木市が規制の抜け穴にならないように対応を検討すべきである。



- 車体利用広告物の規制を導入している近隣市（吹田市、豊中市）との整合を図るために、導入する。

◆ 規制案（近隣市の規制内容と整合）

- 
 電車 < 1 車両当たりの表示面積 8 m²未満 >
 - 車体各面の表示面積 4 m²以内
 - 窓ガラス部分に表示しない
 < 上記以外 >
 - 市長が別に定める基準に適合すること
- 
 路線バス < 1 車両当たりの表示面積 4 m²未満 >
 - 側面：1.5m²以内/1面 後面：1.7m²以内
 - 各面2個以内 など
 < 上記以外 >
 - 市長が別に定める基準に適合すること
- 
 広告宣伝車
 - 消防車、救急車と紛らわしくないものとする

重点地区における色彩規制

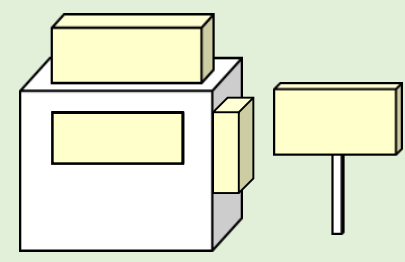
② 前回審議会から
詳細を検討

前回
重点地区（景観形成地区）での、地区の特性に応じた
上乗せ規制（色彩）について、具体的なマンセル値の
検討は【今後検討】としていました。

現行（府条例）

ベース規制に上乗せなし

規制案

<p>歴史的・ 元茨木川緑地の 全広告物</p> 	<p>色彩規制</p> <p>【元茨木川緑地景観形成地区】 板面の地色は 色相 R、Y R、Y は彩度 8 以下 その他の色相は彩度 6 以下</p> <p>【歴史的景観形成地区】 板面の地色は すべての色相で彩度 6 以下</p> <p>※地色とは、広告板面のベースとなる色で、具体的な表示を伴わない文字や絵の背景となるもの。</p>
---	---

<検討時に参考にした内容>

- ①本市景観計画（建築物等）では、「R,YR、Y」と「それ以外」の色相に分けた規制基準としている。また歴史的の方が元茨木川緑地より厳しい基準としている。
- ②自然界の概ねの最高彩度は、緑葉の6～7（屋外広告の知識 デザイン編 p.64）
- ③一般社団法人日本塗料工業会（日塗工）の塗料用標準色の彩度区分は「… 2 3 4 6 8 10 …」となっており、7の区分はない。
- ④他自治体事例を調査した結果、色彩制限は彩度を対象にした事例がほとんどであり、自然景観における色彩制限は彩度6もしくは8を超える色彩を制限するものが多い。

ガイドライン等による質の誘導内容（理念との紐づけ）

ガイドライン等による質の誘導内容

【対策が望ましい点】

- ・まちなみの連続性への配慮
- ・通りの見通しへの配慮
- ・ヒューマンスケールに馴染む規制

[主な誘導内容]

検討中

ア) まちなみとの調和

- ・広告物の規模は、まちのスケール感に配慮する。
- ・広告物の高さは、まちのスケール感や建物のスカイラインに配慮する。
- ・建物とのバランスに配慮する。
- ・建物との色彩の調和に配慮する。
- ・**デジタルサイネージ**等に関する配慮事項の記載
- ・**特定屋内広告物**（屋外に向けて表示する屋内広告物）に関する配慮事項の記載

イ) わかりやすい広告物の推奨

- ・広告物の設置数は必要最小限に抑える。
- ・複数の広告内容を表示する場合は、極力集約し、意匠を統一するように配慮する。

ウ) 重点地区での誘導

にぎわい景観形成地区 ウォークブルの視点を踏まえた誘導

- ・低層部で見えやすい広告物の掲出を誘導
- ・1階部分のにぎわいにつながる視点 など

前回審議会から詳細検討

※今後、東西軸の取組内容を踏まえて詳細を検討

参考

東西軸の取組みにおける現時点の「東西軸のめざすべき将来コンセプト案」

東西軸のめざすべき将来コンセプト

人が主役になり、まちの魅力を“^{つな}次ぐ”2つのメインストリート

市役所、新施設・広場などがある中心部と両駅をつなぐメインストリートとして、目的地へ向かう期待感や魅力的な雰囲気演出する空間をデザインし、ストリートの魅力をまち全体に広げていく。

めざすべき将来像に基づくストリートイメージ

①人と人との“ワン・コミュニケーション”を楽しめるストリート

点

スポットづくり
滞在空間

気軽に立ち寄れるオープンなお店の店先やゆっくり滞在できる空間で、ささやかなコミュニケーションが自然と生まれ、通りを行き来する人のゆとりや豊かさを感じることでできるストリート

②沿道の賑わいや季節を感じ、“ワクワク”が高まる歩きたくなるストリート

線

通り全体での魅力的な雰囲気づくり

自然や季節、お店の賑わいなどを感じながら、新施設などの目的地に向けて気分が高まるストリート

③まちなかの個性がつながり、“ふらっと”歩き回りたくなるストリート

面

通りから
まち全体へ

周辺の商店街や施設、東西軸と交差する路地など、まちなかの多様な個性がつながり、歩き回りたくなる起点となるストリート

④ゆったり並んで、安心・安全に歩きやすいストリート

安心・安全

2人並んで歩いたり、子どもからお年寄りまで車や自転車を気にせず、安心して歩ける安全なストリート

(目次)

1	取組みの背景と目的
2	広告景観の方向性（基本理念）
3	基本理念の実現に向けた方策
4	基本理念と規制・誘導内容との紐づけ
5	その他
6	今後の流れ

前回審議会から
詳細を検討

検討中

【原則】 新基準移行後、初めての継続許可申請時に、新基準への適合を求める。

【例外】 経済的な理由などにより早期の適合が困難なことも想定されることから、条例施行後一定期間においては、不適合であったとしても、継続許可を行うことができるような方策を検討する。

条例施行

府条例

新基準

許可

2年

継続

2年

継続

《原則》新基準適合

改修、移転、又は除却が
容易でないと認めるときに限り…

継続

2年

継続

《例外》新基準未適合

他市における
「新基準未適合広告物」の取扱い

- ・理由書や是正計画書の提出などを求め、継続的な誘導を行う。
- ・未適合広告物に対して、主に継続許可申請時に、新基準への適合についての指導を行う。
- ・10年後など、完全適合していただく期間を設ける。

※継続して検討を行う

前回審議会から
再検討

検討中

前回審議会でのご意見

新基準への適合を促進するために、撤去や変更に対しての助成を検討すべきである。

〔検討結果〕

「目指す広告景観の実現」への有効策の一つとして**助成制度を再検討**

<助成制度を設ける意義>

- ・目指す広告景観の実現（課題の早期解消、質の向上）
- ・エリアや対象を限定することで先導的に示し、他エリア等への波及を促す。

本市が目指す「茨木らしい広告景観」（基本理念）

自然とまちに調和し 心づかひの感じられる 広告景観づくり

自然との
調和

まちなみ
との
調和



助成制度の検討

前回審議会から
再検討

- 具体的な助成制度の内容については、継続して検討を行う。

検討中

<現時点での助成制度のイメージ>

自然

山なみ眺望を阻害している**屋上広告物**
の撤去を誘導



まち

優先はこちら

ウォーカブルなまちなみ形成につながる
広告景観を誘導

※東西軸の取組内容を踏まえて詳細を検討

良好な広告景観のイメージ



(目次)

1	取組みの背景と目的
2	広告景観の方向性（基本理念）
3	基本理念の実現に向けた方策
4	基本理念と規制・誘導内容との紐づけ
5	その他
6	今後の流れ

審議会等の開催予定

前回審議会から
再検討

R4年度

R5年度

R6年度以降

議会等

パブコメ前
議会への報告

R5.11月頃
パブリック
コメント

R6.3月
市議会上程

条例施行

6~9か月
周知期間

都計審

R5.上旬頃
都市計画審議会
報告

R6.1月頃
都市計画審議会
意見聴取

景観審

10月
景観審議会
報告

R5.2月頃
景観審議会
報告

R5.10月頃
景観審議会
報告

R5.12月頃
景観審議会
答申