

令和7年度第1回茅ヶ崎市景観まちづくり審議会会議録

議題	(1) 大和地所レジデンス浜見平地区(J・K街区)土地利用計画について(諮問1号)
報告	(2) 茅ヶ崎市商店会等街路灯へのフラッグ広告掲出に係るガイドライン(案)(諮問2号) (1) 2024年度茅ヶ崎市景観計画年次報告書について その他
日時	令和7年7月11日(金) 10時00分～12時00分
場所	茅ヶ崎市役所本庁舎4階 会議室5
出席者氏名	(委 員) 高橋委員、清水委員、神保委員 (WEB会議により出席) 三友委員、荒井委員、田邊委員 (欠席委員) 上野委員 (事務局) 【景観みどり課】高山課長、須賀主幹、鶴岡主事、大友主事 【拠点整備課】沼田主幹、木下主査、松波副主査 (事業者) 【大和地所レジデンス株式会社】村上氏、稲荷氏、甲田氏 【株式会社HIRAMEKI】重松氏 【株式会社テトラ開発】井上氏 【UR都市機構】三好氏
会議資料	次第 議題(1) 資料1-1 質疑対応表 資料1-2 土地利用計画図 資料1-3 土地利用計画について

	議題（２） 資料２－１ 茅ヶ崎市商店会等街路灯へのフラッグ広告掲出に係るガイドライン（案） 別紙１ 商店会等街路灯へのフラッグ広告掲出に関するチェックシート 別紙２ 商店会等フラッグ広告事業計画 別紙２ 商店会等フラッグ広告事業計画（サンプル） 別紙３ 収支報告書 資料２－２ 茅ヶ崎市商店会（フラッグ広告掲出機能あり）位置図と概要 資料２－３ 茅ヶ崎市屋外広告物条例抜粋 報告（１） 資料３ ２０２４年度茅ヶ崎市景観計画年次報告書
会議の公開・非公開	公開
非公開の理由	
傍聴者数 （公開した場合のみ）	０名

（会議の概要）

1. 開会

事務局から、会議の開会にあたり以下のとおり報告があった。

- ・所属委員の過半数の出席を充足しているため、茅ヶ崎市景観まちづくり審議会規則第６条第２項に基づき、本会議は成立していること。
- ・本会議の内容は公開となり、会議録作成及び公表のため AI 議事録システムにより会議内容を記録していること。

2. 議題1 大和地所レジデンス浜見平地区（J・K街区）土地利用計画について（諮問1号）

【事業者からの説明】

事業者から、浜見平J・K街区土地利用計画について説明があり委員による意見及び質疑応答が行われた。

○委員 ●事業者 △事務局

【意見・質疑応答】

- 資料1－1について検討中や協議中という文言がいくつか散見されるが、答申の際にどのように反映されるのか。また諮問の中で、検討中となっている部分を基に答申につなげるのは難しいと思うが、諮問答申の流れでどのように受け止めたらいいか。
- △ 本審議会での協議により、どのような答申が良いのか決めていただきたいと考えている。
- 資料1－1より、第37回・38回浜見平まちづくり推進検討会議にて議論されているとのことだが、以降どのようなやりとりをしているのか。また、検討中となっている部分について現状どのように考えているのか。
資料1－1、No.5の「茅ヶ崎らしさ」についてライフスタイルを計画に落とし込むとあるが、中々織り込めていないように感じる。茅ヶ崎でやるからにはここを一番重要視しているという考えが資料により盛り込まれているべきと考える。これらを踏まえ、今後具体的にどのような対応を取るのか伺いたい。
- 浜見平まちづくり推進検討会議後にしろやまコミュニティ会議への参加や自治会長とフットパス管理・ゴミ捨て場の管理等の打ち合わせをしている。定期的に会議に参加し進捗があり次第打ち合わせを行う予定である。
茅ヶ崎はサーファーが多いと考えているため、サーフボードを搬入しやすい出入り口やシャワーをつけるなどの工夫を施し、人と人のつながりを意識した計画を考えている。サーフィンやアウトドアなど共通の趣味を持った人々が好むような空間を外観に落とし込もうと考えている。
- 検討中となっている箇所、前回の審議会以降の打ち合わせにより検討を深められ

た点については、資料に盛り込んでいただきたい。

サーファーに対する配慮は茅ヶ崎らしさの1点であると思うが、屋外での活動が見られるような状況を作るなど、茅ヶ崎についてのイメージを広げていただきこの土地ならではの特色をコンセプトに反映していただきたい。茅ヶ崎で行う以上は「茅ヶ崎らしさ」が肝となるので、その点についてまとめた計画の報告をしてほしい。

- 事業者の持つ売り手へのアピールあるいはプランニング時のイメージとしてコートダジュールを掲げている。外から見た茅ヶ崎の全体イメージの一つとしては、そうなのかもしれないが、浜見平地区での事業である。地域に落とし込んだことを示せないか。
NPOや自治会と相談を重ねているとのことだが、イメージでよいので具体的に示せることがあれば伺いたい。
- 今回の計画は、戸建て住宅のため一つ一つ違う土地にプランを落とし込まなくてはならない。これからプランを考えるうえで、具体的な植栽の位置・種類が決まっていなため抽象的なものになってしまっている。
フットパスに関しても個人所有のため管理が非常に難しい。それらの問題も加味したうえでプランを落とし込むため、具体性が見えてきていないのが現状である。
- 実際に販売する際にプロモーションとして、企業ブランドのコートダジュールというコンセプトをメインに売り出すことになるのか。また、販売においてどのように展開するイメージなのか教えていただきたい。
- 茅ヶ崎らしさを取り入れることは考えているが、あくまで会社のイメージであるヨーロッパ風の建築をブランドコンセプトとして出していきたい。販売の仕方については時期が近づくにつれて具体的な打ち合わせをするため現時点では伝えられない。しかし、過去の実績から会社のブランドイメージであるヴェレーナガーデンをPRしたことで大反響を得たこともあるため、その部分を強く出していきたいと考えている。
- 前回の審議会でも指摘のあった会社のブランドイメージと茅ヶ崎ブランドをどう融合するかという点についての答えが資料において数行しかなかった。まちづくりにおける茅ヶ崎ブランドの考え方は、茅ヶ崎市景観計画を参照願いたい。前回の説明

にあった「コミュニティによって緑を支えていく、公園ではなくフットパスを構想する、またその中間領域を大事にする」という1つ1つの考え方においては前向きに発信していただきたい。このまちはゆくゆくはプロの手から離れて、コミュニティや子どもたちが育てていくことになる。会社としてのブランドも、まちや茅ヶ崎のブランドに合わせて地域に語られていくことを意識していただきたい。

- △ 資料1－3の03の街並みコンセプトにおいて、フットパスを中心としてコミュニティが発展していくことが景観計画内の屋外の生活を楽しめる空間を作る、茅ヶ崎の価値魅力を体感できる機会を創出するということに繋がると考えている。また誰でもわかりやすいコンセプトとして記入いただいている「四季を発見する楽しみのある町」という部分に茅ヶ崎らしさを絡めてわかりやすく発信していただくことが求められている。その部分について補足で説明いただきたい。
- こちらとしてもコンセプトについて前回説明では伝わりきらないと理解している。茅ヶ崎らしさにおいて具体的かつ一目でわかりやすく良い街と思えるコンセプトを茅ヶ崎市景観計画に絡めたうえでまとめていく。
- 資料1－1のNo. 16において、「フットパスに関してNPO法人まちづくりスポット茅ヶ崎と連携」とあるが以降は委託となるのか、住民をつなげるためにワークショップ等を考えているのか、現在どのような連携を考えているのか伺いたい。
- 手探り状態である。現在、フットパスに関しても正式に確定したものがない状況のためある程度植栽等が確定した段階で、NPO法人まちづくりスポットに発注等するか、コミュニティづくりとしてワークショップ等を行うか決める。また、公園緑地課に確認すると、緑の里親制度など様々な制度があることが分かったのでそれらを含めて検証段階である。
- フットパスの維持管理成功が茅ヶ崎らしさを演出する一つの点になると思うため、可能なら全面的に委託となってしまうのではなく、連携を行い次世代のコミュニティづくりの繋ぎ手となっていただきたい。
- 茅ヶ崎市内でこの計画が行われるという意識をもう少し持っていただきたい。企業の商品化が前面に出すぎてしまうと、茅ヶ崎市景観計画の考え方が蔑ろにされているように感じてしまうので、その点について今一度考えていただきたい。

- 本件は非常に難しいテーマであり、その調整や試行錯誤も普段以上のエネルギーを費やしていることが伺える。ヴェレーナガーデンというブランドにとって新しいモデルになると思われるが、茅ヶ崎市の景観まちづくりにおいてもモデルケースとなるようなまちづくりを目指していただきたい。その取り組みを、景観計画に基づき発信することを期待している。今回は諮問のため、以降関係課との相談を継続し、その結果を共有していただくことの意見を付記し答申としたい。

議題2 茅ヶ崎市商店会等街路灯へのフラッグ広告掲出に係るガイドライン(案)(諮問2号)

【事務局からの説明】

事務局より茅ヶ崎市商店会等街路灯へのフラッグ広告掲出に係るガイドライン(案)について、ガイドライン策定に至った経緯、趣旨について説明があり意見及び質疑応答が行われた。

○委員 △事務局

【意見・質疑応答】

- 実際のバナーフラッグについてはそのデザインによって機能的になる。具体的には文字数であれば15文字程度が人の記憶にとどまりやすい。車道側に掲出であれば下端が4.7mと高いため、文字サイズによっては視認性が低い。バナーフラッグはイメージを伝えるものとして捉え、何かの広告宣伝を行うというよりもまずはその存在を覚えてもらう媒体として、これから経験を積み上げていけば良いものになっていくのではないかと。
- 著作権や肖像権についてはどう対処していくのか。この点についてはよく問題になるところなので、確認が必要である。
- △ ここに記載していなかったのだが、まずは各商店会の方で事前にその点を確認したうえで、広告物の申請をするという流れにしていきたいと考えている。
- エリアマネジメントという形で広告として再考するということであれば、やはりよく使われる機能性の高い広告となってもらいたいと思う。許可を出す出さないという視点だけに限らず、例えば他の施策と重ねて、地域のクリエイターと共同するなど、景観的な部分も含めてその商店会への関心を高めたりなど、プロモーション的なもの、後パブ(事後広報)的なものにまで展開できていくことを期待するが、そ

ういう検討はしていけないだろうか。

- △ 他課の管轄ではあるが、クリエイターシティチガサキという計画もある中、もし景観みどり課として広告を通じて協力できることがあれば、調査研究しながら可能性を広げていければという思いだ。
- こういった地域の盛り上げ方としては良いものと感じた。今回はフラッグ広告掲出が可能なところに限られている。地域のエリアマネジメントはやりたいところも多々あるのでないか、と感じている。今回資料で示された中には北側のエリアで（フラッグ広告を）掲出できる場所がないようなのだが、エリアマネジメントを行いたい意向のある商店会でまた違った提案などがあった場合には、柔軟にとらえて対応していくようになれば良いと強く思った。
- ガイドライン文面には各所に「・・等」という表現があるのだが、意図としては市として、例えば事前の助言や運用の中で色々と支援をしていくという意味で良いか。
- △ 「商店会等」という書き方をしているのは、公共性の高い団体やNPO団体などが申請してきた時でも柔軟に対応できるよう幅を持たせた表現にしてある。商店会やその他の団体についても、こういった取り組みも可能だと、提案していけるようになると良いと思う。
- これ自体が新しい試みであるため、最初から（利用可能な団体や方法など）ガチガチに固めた考えを持つのではなく、柔軟に対応する中で経験値を積んで、地域の方々の創造と努力を応援する形で展開していけると良い。

3. 報告 （1）2024年度茅ヶ崎市景観計画年次報告書について

【事務局からの説明】

事務局から、2024年度茅ヶ崎市景観計画年次報告書について説明があり委員による意見が出された。

【意見】

- 定点観測は前回と変化がなかったから良かったという流れになっているが、景観計画

は生物多様性と連動させているので、その視点からみると特に谷戸とか里山などは手を入れていくから良いというものもある。生態系の効果を考えると、里山の風景を留めておくために維持管理していきたいという思いがあると思う。定点観測の評価を人と環境の関係性からどのようになったらよいか考えてみるのも良いと思う。

- 写真が多くビジュアルで訴えていて分かりやすい。
- 変わらないことにも意味があるし、都市部は変わって良くなったという考えもある。年次報告書であるため、定点観測は前年度との比較になってしまっていることは仕方のない部分はあるが、評価期間の初年度との比較をしてみると見え方がかわってくると思う。景観計画に取り組むことでこんなに良くなったと確認できることもあると思うので検討してみしてほしい。
- 最後の方で今年度の取り組みを記載していたが、ページの最初にその年のトピックを一枚挟んで評価年度に何に取り組んでどんな成果が出たのか記載があれば、読み物として読みやすいし、市民の方が進捗状況を見たときに応援してもらいやすいと思う。見せ方に一工夫あれば良いと思う。
- 報告書は市民が見るものなので、理解を促し景観計画を推進するための後押しをしてもらえるようなメッセージを込めるといい。また、後々の取り組みに向けての財産になるので、活動の記録という記録書としての意味合いも大事にしてほしい。
- 見やすさというものは正解がないため、引き続き時代に応じたアップデートをできればよい。

4. その他

【事務局より今後の審議会予定の説明】

- ・ 次回の審議会は10月、11月頃を予定。詳細なスケジュールは別途調整。