

第3回 ワークショップについて

テーマ 松戸駅らしい風景サインを実現するための方策を考える

・これまでのワークショップでの意見を踏まえて整理した、景観づくりの方向性の案や、実現化方策について意見交換

●オープニング（説明）

- ①第2回ワークショップの振り返り
- ②当日のテーマと進め方、今後のとりまとめ方について
- ③前回までの意見を整理しとりまとめた、事務局案の説明、実現化方策の事例紹介

- ・ワークショップ意見や通りの特性を踏まえた景観づくりの方向性について（事務局案）
- ・風景サインづくりの実現化方策事例について

グループワーク①（例 B：キテミテマツド通り）

●グループワーク① 「通りごとの景観づくりの方向性について」

これまでの意見をもとに事務局でとりまとめた、

「景観づくりの方向性」や、「屋外広告物の景観配慮・ルール・工夫アイデア」の案に関して、意見交換

●グループワーク② 「風景サインの実現化方策について」

オープニングでの風景サインづくりの実現化方策事例の説明を参考にしながら、①で話し合った方向性について、実現していくため取組として、「望ましくないものを是正する」「良いものを増やす」「興味関心を高める」等の視点から、様々な立場から「できること」について意見交換

●グループ発表・質疑・アドバイザーからの講評

1 グループ発表の後、他のグループの方からの質疑の時間を設け、双方向のやりとりを取り入れる事で、会場全体で共有

グループワーク② 風景サインづくりに向けた実現アイデア

	望ましくないものを是正する	良いものを増やす	興味関心を高める
市民・来訪者 ・ 駅利用者			
大学			
広告主 (テナントなど)			
ビルオーナー			
施工者 デザイナーなど			
行政			

○松戸駅周辺の景観づくりの方向性(案)

○景観配慮の工夫アイデア(案)

<第2回ワークショップまでの意見を踏まえ作成>

WSでの主な意見と景観づくりの方向性

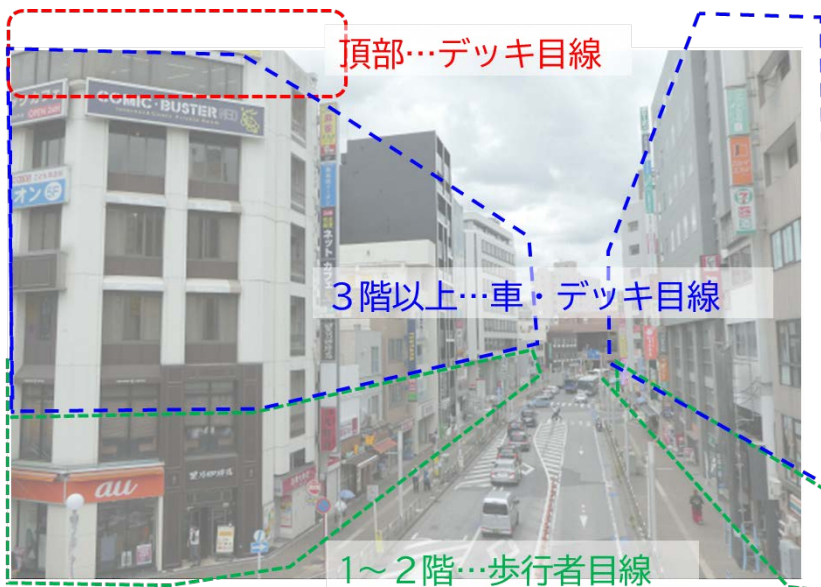
WSでの主な意見

- 本来はメインストリートになるべき通りだが、魅力的な個人商店が減ったため、行きたいお店がない。
- 駅前大通りは、ほとんど歩く機会がなく、歩きたくなる雰囲気ではない(かつては歩行者天国としての利用もされていた)
- 宿場町の歴史をどう活かすか。
- 散歩が好きであれば案内があると行きたくなる(西口から戸定邸へいく道も良い感じ)。
- 周辺にある細道、魅力あるお店、坂川を活かしたい。
- 賑やかだが、個性がない。松戸をどんな顔にしたいのかわかりにくい。
- 駅を出てすぐに行きたい場所がわかるような案内がほしい
- ユニバーサルデザインやシンボル性のあるもの(待ち合わせに利用できるような)など、市民が親しめるサインがあると良い。

景観づくりの方向性

1. メインストリート、シンボル軸としてふさわしく、歩きたくなる雰囲気づくり
2. 旧水戸街道の歴史や坂川など、歴史と文化の奥行が感じられ、周辺へいざなう道づくり
3. 松戸の玄関口として、駅から周辺へのわかりやすさや親しみの感じられるデッキづくり

通り全体の考え方



…その他、夜間広告物や液晶ディスプレイ等の考え方を記載

■デッキからの見え方やスカイラインへの影響が大きい広告物

- 松戸駅を出た際のまちの顔として、わかりやすさや親しみを大切にする。
- デッキや通りとの調和を大切にする。
- 周辺への見通しを妨げとなるもの、圧迫感・強い刺激を与える規模や色彩の広告物は避ける。
- 周辺の魅力ある資源への案内誘導など、周辺への人の流れをつくる。

■歩行者の目線から外れる広告物

- 建物としての魅力を高める。
- 通りや町並みとの調和を大切にする。
- 大きさや数の工夫等によりすっきりとした統一感を演出する。(突き出し看板・壁面・窓面広告)

■低層部の賑わいを演出する広告物

- 歩行者の目線に入りやすい低層部の賑わいや親しみ、安心感をつくる。
- 歩行の妨げになったり、圧迫感・強い刺激を感じる長大・華美な色彩の広告物は避ける。
- 歩行や滞留を楽しめる設えにより低層部の賑わいをつくる。
- 色彩や素材、建物との一体的なデザインにより、建物・店舗等の「顔」としての魅力を高める。
- 周辺の魅力ある資源への案内誘導など、周辺への人の流れをつくる。

1. メインストリート、シンボル軸としてふさわしく、歩きたくなる雰囲気づくり

■ 松戸市のシンボル軸としての通りの統一感や親しみを演出する



居住者向けのエントランス（左）と1階テナント（右）の広告物も、建物と調和したデザインがされている

テナントビルや複数の広告物を掲出する場合に、建物全体でデザインを揃える、集約する等により、まち並みへの影響を軽減している例（他都市事例）

■ 人の目に入りやすい場所（低層部）に集約・情報量を整理する



建物壁面と調和し、シンプルながらも目にとまるデザインがされたテナントの案内サイン（左：市内事例、右：他都市事例）

■ 建物と調和を図ることで、通りと店舗双方の魅力を高める



色彩や素材、文字のデザインが建物の外観と調和し、店舗のこだわりや親しみが感じられる例（市内事例、対象地区周辺）



テナントビルや複数の広告物を掲出する場合に、建物全体でデザインを揃える、集約する等により、まち並みへの影響を軽減している例（他都市事例）

■ 美しく保つ（メンテナンスや清掃を行う）



他都市事例

2. 旧水戸街道や坂川など、歴史と文化の奥行が感じられ、周辺へいざなう道づくり

■ 素材の工夫、壁面の色や素材感を活かす



建物壁面の色彩と調和し、金属や木材、のれんなどにより印象的な店構えとなっている例（市内事例）

■ 周辺の景観との調和や建物との一体性に配慮する



壁面や建物の意匠に配慮した色彩を用いることにより違和感なく建物と一体的にデザインされている広告物（市内事例）

■ 中高層部は大きさや表示内容を揃えたり、落ち着いたベースカラーを採用する



大きさや表示内容を揃える（他都市事例）



中高層部に落ち着いたベースカラーを採用した例（他都市事例）

■ 周辺へいざなう案内サインや拠点となる場所をわかりやすく



案内サインや拠点となる施設の維持管理、整備

3. 松戸の玄関口として、駅から周辺へのわかりやすさや親しみの感じられるデッキづくり

- 集約化、重複の表現を避ける等により、解放感のあるデッキの広がりを活かす

(配慮手法の例)

突出する屋上広告物の撤去

色彩の彩度を下げる



重複する内容の広告物の集約

- 周辺への案内サインやまち並みが映えるよう、圧迫感や刺激の強い規模や色彩を避ける

(配慮手法の例)

彩度を下げ、規模を小さく

規模を小さく、彩度の高い色はアクセントとしての使用にとどめる



色彩を他の広告物と揃え、彩度の高い色はアクセントとしての使用にとどめる

重複する内容の広告物を集約

WSでの主な意見と景観づくりの方向性

WSでの主な意見

- 松戸の人が休日に利用したくなる場所にしたい
- 買い物、飲食、銀行・郵便局などがあり、多様な世代が集まるため誰でも共感できるイメージの場所にしたい
- 治安の良い印象にしたい
- 路上駐車やごみのポイ捨て対策をしたい

- 街路樹など緑の多い通り
- 緑が多い公園や神社に行く際に通りを利用するため、繋がりを演出できると良い
- 看板が多すぎると緑が映えない一方、緑と調和した落ち着いた雰囲気のお店が増えている

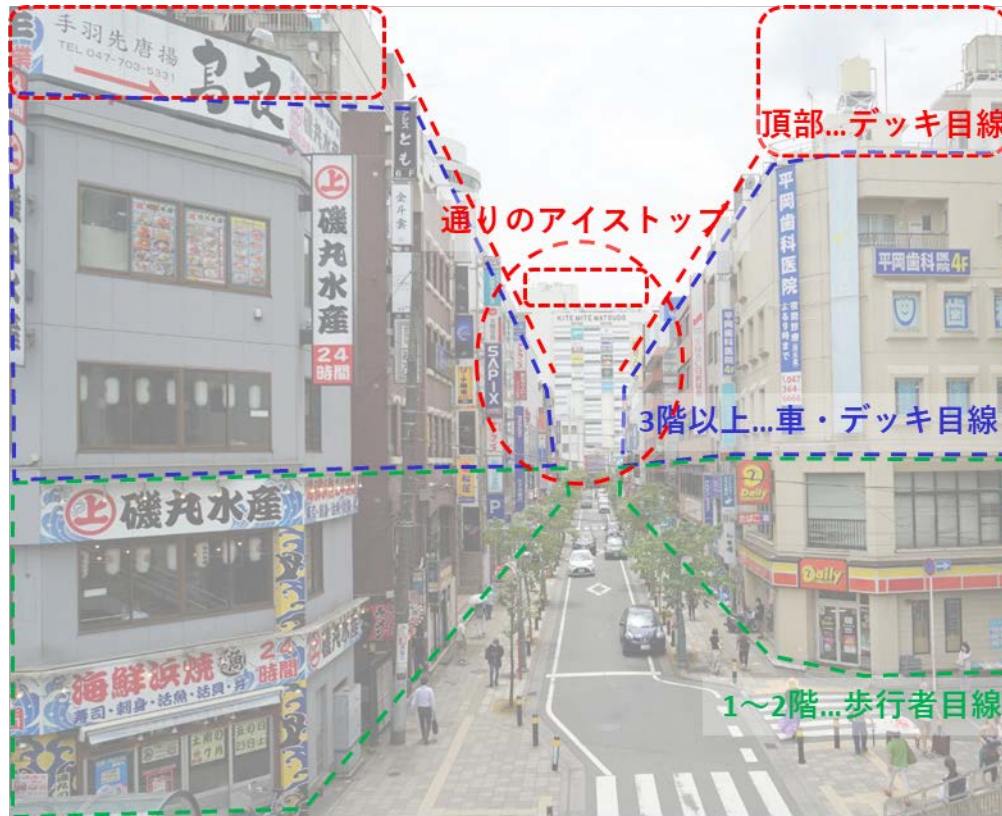
景観づくりの方向性

1. 多様な世代にとって歩きやすく親しみを感じる通り

2. いきいきとした緑が周辺へと繋がるみどり豊かな通り

通り全体の考え方

キテミテマツド通り



■ デッキからの見え方やスカイラインへの影響が大きい広告物

- デッキからの見え方、見通しに配慮し、アイストップが引き立つよう頂部への広告物の掲出は控える。
- アイストップは建物のデザインを活かしたすっきりとした広告物とする。

■ 歩行者の目線から外れる広告物

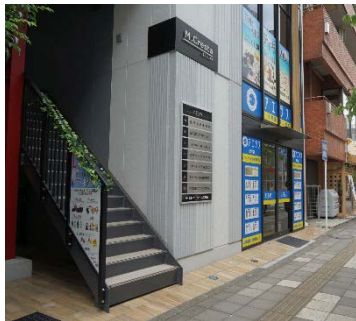
- デッキからの見え方、見通しに配慮し、アイストップが引き立つよう大きさや数を工夫する。
- ベースカラーとなる色彩の工夫により統一感があり、街路樹と調和した街並みとする。

■ 低層部の賑わいを演出する広告物

- 歩行の妨げになったり、圧迫感・強い刺激を感じる長大・華やかな色彩の広告物は避ける。
- 歩行者を意識した広告物の掲出により広告効果を高める。
- 歩行や滞留を楽しめる設えにより低層部の賑わいをつくる。
- 周辺の坂川、広場、寺社等へ接続する緑の連続性をつくる。
- 周辺の魅力ある資源への案内誘導など、周辺への人の流れをつくる。

1. 多様な世代にとって歩きやすく親しみを感じる通り

- 人の目に入りやすい場所（低層部）に集約・情報量を整理する



情報を集約した例（沿道建物）



情報量を整理するイメージ

- 商品やロゴマークがデザインされ、親しみが感じられる広告物
- 工夫を凝らした簡易広告物により効率的に店舗等の個性を演出する



ロゴマーク等がデザインされた例（他都市）



簡易広告物を効果的にデザインした例（他都市）



- 歩行性や見通しを確保できる配置・大きさとする



歩きやすさや見通しを確保するイメージ

- 建物内部の賑わいが溢れ出す店先や広告物の工夫



透過性の高いガラス面と店内への見通しを妨げない窓内・壁面広告（沿道建物）

- 美しく保つ（メンテナンスや清掃を行う）



メンテナンスや清掃のイメージ

2. いきいきとした緑が周辺へと繋がるみどり豊かな通り

- 大きさや表示内容を揃えたり数を調整する
 - 落ち着いたベースカラーを採用する
 - 壁面の色や素材感を活かす
- 統一感の演出、街路樹の映える街並みとする



大きさや表示内容、地色を揃える例（他都市）



落ち着いたベースカラーを採用するイメージ（周辺建物）

（配慮手法の例） 3階以上の壁面広告板を撤去し、1階に集約



長大な突出広告板を縮小

ブランドカラーを一部のみとし、ベースカラーを外壁色に合わせる

- 自然素材の利用
 - 壁面の色や素材感を活かす
 - 建物のデザインを活かす
- などにより緑の映える広告物とする



自然素材（木）を活かした例（他都市）



壁面の色や素材感を活かした例（他都市）



建物のデザインを活かした例（沿道建物）

- 広告物や店先を緑で演出する



駅周辺に立地する緑を活かした広告物・店先づくりの例（周辺建物）



通りへの花植えなどの活動（他都市：柏駅前）



壁面緑化を取り入れサインを箱文字とした例（他都市）

WSでの主な意見と景観づくりの方向性

WSでの主な意見

- 様々なデザインが混在して印象が悪く、治安の悪いイメージがある
- いろいろなものが整理され、洗練されている場であることが大事

- デッキ下が暗く、窮屈な印象
- 落ち着ける場をつくることが大事
- 立ち止まって写真を撮りたくなる場であるとよい

- 情報量が多いが、店とのつながりが分からない
- 駅を出てから目的地が分かりやすいことが大事

- 様々な機能が集中する多様性があるまちとして考えることが大事
- 市役所や大学のルートなど、通りごとの特徴が出せると良い

景観づくりの方向性

1. 賑わいの中に品格の感じられるまち並みづくり

2. 居心地がよく滞在しやすい雰囲気づくり

3. おもてなしの心を大切にした魅力づくり

4. 心地よく歩きやすい通りの景観づくり



■デッキからの見え方に影響する広告物

- まちの顔として、周辺への分かりやすさに配慮し、親しみやすく安心感のあるものとする。
- 圧迫感・強い刺激を感じる規模や色彩等の広告物は避ける。
- 大きさや数、色彩の工夫等によりすっきりとした統一感を演出する。
- まちの魅力となるよう、質の高い広告物の設置に努める

■スカイラインに影響する広告物

- 周辺建物とのスカイラインをくずさないよう、建物との一体的なデザインとする。
- 規模や色彩を抑え、開放感が感じられるものとする。
- 後背地に整備予定の新拠点との調和に配慮する。

■歩行者の目線に入りやすい広告物

- 歩行者の見やすさや分かりやすさに配慮する。
- 圧迫感・強い刺激を感じる長大・華やかな色彩の広告物は避ける。
- 歩行や滞留を楽しめる設えにより低層部の賑わいをつくる。
- 周辺の施設・資源への案内誘導など、周辺への人の流れをつくる。

エリア・通り全体の考え方

東口デッキ



■ 歩行者の目線に入りやすい広告物

- 歩行者の見やすさや分かりやすさ、周辺の通りへの見通しに配慮する。
- 歩行の妨げとなるもの、圧迫感・強い刺激を与える規模や色彩の広告物は避ける。
- デッキや通りとの調和を大切にする。

■ 通りの雰囲気や印象に影響する広告物

- 歩行者の目線に配慮した規模や位置より、分かりやすさや親しみを大切にする。
- 歩行の妨げになるもの、圧迫感・強い刺激を与える規模や色彩の広告物は避ける。
- 落ち着いた色彩や素材、建物との一体的なデザインなど、通りの魅力を高める。
- 周辺の施設や魅力ある資源への案内誘導など、周辺への人の流れをつくる。

1. 賑わいの中に品格の感じられるまち並みづくり

■ 圧迫感を感じる規模や色彩を避ける

(配慮手法の例)

広告物の大きさを抑え、重複するものを撤去する



■ 情報量の整理、集約化等により分かりやすさに配慮し、まちの印象を整える

(配慮手法の例)

壁面や窓面の広告物を低層部に集約する



2. 居心地が良く滞在しやすい雰囲気づくり

■ 色数やけばけばしい色彩の使用を抑える



落ち着いたベースカラーを採用した例

■ 緑による演出、建物と一体的なデザイン



緑が映える工夫、建物外壁の色彩にあわせた広告物の色彩の例

■ 窓面広告を減らし、開放感を演出する



窓面広告を減らし、店舗照明と一体となった落ち着きある夜間景観の演出例

(配慮手法の例)

表示面積や数を抑え、開口部を広告物でふさがないようにする



3. おもてなしの心を大切にした魅力づくり

■ 人の目に入りやすい場所（低層部）に集約・情報量を整理する



建物のデザイン・色彩と調和したテナントの案内サインの例

■ 緑による演出、建物と一体的なデザイン



店先での演出
緑が映える工夫や建物外壁の色彩にあわせた広告物の色彩の例

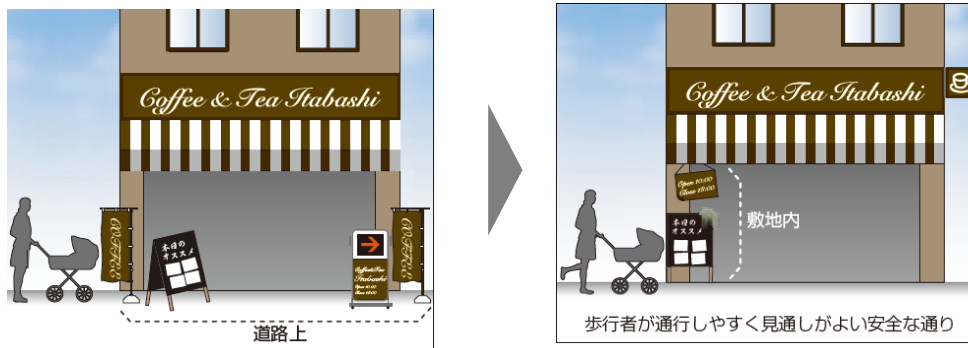
■ 美しく保つ（メンテナンスや清掃を行う）



メンテナンスや清掃のイメージ

4. 心地よく歩きやすい通りの景観づくり

■ 歩きやすさや見通しに配慮した広告物



立て看板などを敷地内におさめ、見やすさに配慮するイメージ

■ 建物や外構部の設えとの調和



色彩・素材・デザインと建物の外観、植栽との調和を図った例

■ 通りの統一感や親しみを演出する



大きさや掲出位置、デザインをそろえ、まち並みの連続性に配慮した例



壁面広告の位置をそろえて情報に秩序をもたせている例



外構部の植栽が映えるよう工夫したサインの例

A班 西口デッキ+西口駅前大通り

景観づくりの方向性	景観づくりの方向性（案）への意見 屋外広告物景観配慮・ルール・工夫アイデアに関する意見
<p>1. メインストリート、シンボル軸としてふさわしく、歩きたくなる雰囲気づくり</p> <p>2. 旧水戸街道の歴史や坂川など、歴史と文化の奥行きが感じられ、周辺へいざなう道づくり</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 周辺へいざなう案内サインや拠点となる場所を分かりやすく ・ 江戸川へ歩いて行ける道として活かしていく ・ 街路樹やバナーフラッグの付いたシンボリックなものがあるといい <p>■ 配慮事項「周辺へいざなう案内サインや拠点となる場所をわかりやすく」について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 大きくてデザイン性の高い公共サイン・ランドマークがあれば
<p>3. 松戸の玄関口として、駅から周辺へのわかりやすさや親しみの感じられるデッキづくり</p>	<p>■ 配慮事項「集約化、重複の表現を避ける等により、開放感のあるデッキの広がりを活かす」について（デッキに関する意見）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 松戸の顔となる場所＝西口デッキではないか ・ デッキ上に植栽（日かげ）とベンチが一体となった場所があれば ・ 移動式のベンチやプランターを置けるとイベント広場的に使える

B班 キテミテマツド通り+西口デッキ

景観づくりの方向性	景観づくりの方向性（案）への意見 屋外広告物景観配慮・ルール・工夫アイデアに関する意見
<p>1. 多様な世代にとって歩きやすく親しみを感じる通り</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・規制が厳しすぎるとルール外の簡易広告物が増える原因にもなりそう ・歩道を拡げて、路駐ができないようにしたい（路駐が多い）→広く感じられる通りに ・歩道と車道の舗装面を統一するなど通りの広がり、歩きやすさをつくりたい <p>■配慮事項「人の目に入りやすい場所（低層部）集約・情報量を整理する」について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・1階への広告物の集約は建替タイミングでないと難しそう ・通りのスケールと看板のスケールがあっているとよい ・照明の明るさを抑えられると品格がでる ・古くからある格式ある店や、新しい品格のある店などを拡げていければよい
<p>2. いきいきとした緑が周辺へとつながるみどり豊かな通り</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・沿道は大手チェーンが多い →新しく出店する時が働きかけのポイント ・商店会と連携して補助の運用を →魅力的なものへの誘導 <p>■配慮事項「統一感の演出、街路樹の映える街並みとする」について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・建物の色が控えめなのでベースを活かするとよい ・街路樹はあった方がメンテナンスは重要 ・バナーフラッグが樹に絡まっていることがある。 ・樹種については、景観のポイントとしてはもう少しメンテナンスや樹種も大事 ・街路樹下の花は松戸市から提供を受け商店会で植えている <p>■配慮事項「広告物や店先を緑で演出する」について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商店会にも花・みどりを愛する人はいる ・花植えのイベント化(商店会で松戸市から提供を受けているものを) ・千葉大エディブルプランターのようなおしゃれなものを ・千葉大園芸は松戸の特色。もっと生かしていけると良い ・西口から駅から江戸川へ歩いて行ける道、キテミテマツドから松戸神社へ歩いて行ける道の側道に花・みどりを


C班 東口デッキ上下 ①

景観づくりの方向性	景観づくりの方向性（案）への意見 屋外広告物景観配慮・ルール・工夫アイデアに関する意見
<p>1. 賑わいの中に品格の感じられるまち並みづくり</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 広告物を掲出する事業者は、広告物が見えるか効果があるか不安だから大きくつくってしまう ・ 映像と店の雰囲気、街の風景としてうまくセットで考えられると良い ⇒映像+音の発信方法もあるが、音は慎重に考える必要あり <p>■配慮事項「圧迫感を感じる規模や色彩を避ける」について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 建物の色をまわりとあわせることで落ち着きが出る ・ 広告物を小さくすることですっきりするが、ビルの色が気になる場合がある <p>■配慮事項「情報量の整理、集約等によりわかりやすさには</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 広告物やサインは、見やすいところに小さく集約されている方がよい
<p>2. 居心地がよく滞在しやすい雰囲気づくり</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ デッキそのものの灯り、電飾なども考えてはどうか ・ 照明のまぶしさを抑えることで落ち着いた印象になる ・ 低層部やデッキ下に緑があると落ち着きが感じられる ・ 滞在しやすいスポット・場所づくりができるが良い ・ 居心地をよくするためにも個々の主張を抑える ・ 圧迫感を軽減することで落ち着きやすくする ・ 広告物のメッセージ性を大事にしたい ・ デジタルを活用して店の雰囲気を分かりやすく伝えられると良い <p>■配慮事項「色数やけばけばしい色彩の使用を抑える」について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 店同士で色彩等を話し合い考えられると良い。例えば、周囲と差別化するようあえて色を変える、あえて小さくする等 窓面広告を減らし、開放感を演出する <p>■配慮事項「窓面広告を減らし、開放感を演出する」について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 広告物の照明を間接照明にしたり、地の色や建物の色を抑えると品が出るのでは ・ 品がある。店に入りやすい。キテミテマツド通りになっている（図）



窓面広告を減らし、店舗照明と一体となった落ち着いた夜間景観の演出例

C班 東口デッキ上下 ②

景観づくりの方向性	景観づくりの方向性（案）への意見 屋外広告物景観配慮・ルール・工夫アイデアに関する意見
<p>3. おもてなしの心を大切にしたい魅力づくり</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・バス乗り場への案内をわかりやすくすることが大切 ・人の目に入りやすい場所（低層部）に集約・情報量を整理する ・広告物や壁面に緑・木・葉のイメージをつけると落ち着きが出る ・デッキ上の安全なところの情報をデジタルにすることで、デッキ下の情報を整理する ・ポイントポイントで緑があるとくつろぐ場にもなる（図） 
<p>4. 心地よく歩きやすい通りの景観づくり</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・立ち止まりたくなるものがあると良い ・繁華街なら繁華街らしい雰囲気づくりがあっても良いのではないか ・通りごとのコンセプトがあるとよい ・繁華街なら提灯を並べるなども考えられる ・歩行者の目線に入りやすい広告物 ・デッキの色と建物の色をあわせる ・線を増やす

A班 西口駅前大通り+西口デッキ

B班 キテミテマツド通り+西口デッキ

◆通りへの愛着を育て、景観への関心を高める

[興味関心を高める] / [市民・来訪者・駅利用者・大学・広告主・ビルオーナー・商店会]

- ・プランターの設置・管理・植え替えイベントを実施する
- ・東口～千葉大にはエディブルプランターが設置されているので西口にも設置できるとよい
- ・学生はフィールドワーク（課外授業）が好きなので連携していけるとよい
- ・松戸には緑や花関係のボランティアの方たちが多い。声をかければたくさん集まると思う
- ・いきなり屋外広告物の話ではなく、花・みどりから愛着や興味関心を育てていき通りの景観づくりにつなげていきたい
- ・通りの興味関心、愛着をはぐくむためには、まずは来てもらうことが重要
- ・学生ランチの割引やランチMAPを作って大学生を西口へ呼び込むことから始められないか。大学生を西口にも巻き込んでいきたい

◆出店時、建物や屋外広告物の新築、更新のタイミングをいかに

[望ましくないものを是正・良いものを増やす] / [広告主・商店会・ビルオーナー]

- ・アドバイスや良い事例を知る機会があれば利用したい
- ・特に個人店は店先づくりにアドバイスをもらえるとありがたいのではないか
- ・大型チェーン店へのアプローチも本社を通じれば対応してもらえる可能性が高い（更新のタイミングで声掛け）
- ・建替えや更新のタイミングでルールを知っていただくことがポイント
- ・代理店・デザイナーへのガイドライン周知も効果的ではないか
- ・看板更新時に相談してもらえる体制づくり、周知が重要。更新のタイミングで市や商店会に相談に来てもらうように出ると良い
- ・ガイドライン・ルール+罰則（ネガティブ）や補助（ポジティブ）なものがセットであると周知・お願いしやすい
- ・色・大きさを規制するのであれば、条例などルール作りも必要ではないか
- ・融通の利かない条例ではなく、民間の取り組みを応援・促進するような事例などがあるとよい

C班 東口デッキ上下

[良いものを増やす]

- ・景観賞は良いものを皆で応募することでもよいのでは[市民・来訪者・駅利用者・学生]
- ・アイデア出し、インターナショナルな視点からあるとよい
- ・外国人向けに翻訳したサインがあると良いのではないか
- ・広告物のリニューアル・模様替が一定期間に進むと飽きない[広告主・ビルオーナー]
- ・良い広告の例を知る[広告主]
- ・広告の適切な枠（サイズ）をきめる[ビルオーナー]

[興味関心を高める]

- ・サインと集客性の関係性が研究されると良い[学生]
- ・良いものを引き継ぐ [広告主・ビルオーナー]
- ・店同士で話し合っってデザインを考える
- ・テナントの地元意識を高める

[良いものを増やす・興味関心を高める]

- ・良いイメージの共有が大事[市民・来訪者・駅利用者]
- ・広告物のデザインコンクール、コンテスト[学生]
- ・祭りの時の行灯つくりのように、コンテスト形式で広告をつくる
- ・大学への場の提供などできると面白い。例えば壁画など [学生・ビルオーナーが連携（橋渡し・マッチングは行政）]

[望ましくないものを是正]

- ・看板数と受注・発注の関係も考慮が必要か
[広告主・ビルオーナー・施工者デザイナーなど・行政]
- ・ルールがあると説明しやすい[広告主・ビルオーナー・施工者・デザイナーなど・行政]

[その他]

- ・看板数と受注・発注の関係も考慮が必要か[広告主・ビルオーナー]
- ・案内などいろいろ設置しなくてもスマホで探せるものが多い[市民・来訪者・駅利用者]

参加者より

- ・照明がまぶしいとその分品が下がり、賑やかすぎる印象を受けるので照明の明るさを規制できれば品のある街並みになるのではないか。
- ・西口は例えば「サードバーガー」は、非常に洗練された店づくりで店内も見えるし照明もちょうどよく、非常に雰囲気のある店づくりをされている店が西口にある印象。
- ・格があるなど感じたのはラーメン屋の「大勝」。派手な看板をつけずにのれんを斜めに垂らしているだけの看板で、食べなくても味が良いのではないか、こだわっているのではないかと感じるような品がある。興味がある店が西口にはポツリポツリとある。また昭和40年代のお店もまだ残っており、こういったお店がもっと街の雰囲気に活かせるのではないかと考えていたのでそういうところを大切にしてほしい。
- ・学生を絡めて良いところと悪いところをやっていかないと良い雰囲気にならないのではないかと感じるので東西問わずにやっていかないとけない問題なので、ぜひ手を組んでやっていければと思った。

池邊このみ氏より

- ・松戸駅を利用する人たちが松戸駅を少しでもきれいにしたい、自分たちのまちとして愛したい、誇れるまちをみんなで一緒になって作る、たとえ小さな社会実験でもいいのでそういうことができるといい。
- ・西口デッキとか東口デッキとかの壁面にミストと一緒に壁面緑化ができればものすごい温度の低下が見込まれて、暑いときに松戸は涼しいといった状況になれば、市民は市役所さんがすごくいいものを作ってくれたとなる。市が行動して、効果を実感するとお店もそういうものをする人が集まるとか、センスの差は料理の差にも全部に通用するものなので、みんなで工夫してもらえればいい。
- ・「サードバーガー」はエコな感じと通りに対して透明感があり、そのような店があるとその通りが変わっていく。一つの看板とかそういうことに馬鹿にしないで少しの工夫によって人が増える、宣伝看板もセンスあって少し小さいものにすると、例えば役所から補助が出て安く作れるということができるとオーナーさんにあまり迷惑がかららずに広告看板の取り換えの時期をうまく捉えて、その時にLED化や、色温度など今の時代に合ったものを変えていく。
- ・照明デザイナー近田玲子さん。日本はとにかく明るすぎるということをずっと言われ続けていて、暗くすると品がよく見えたり、行燈効果が生まれるため、考えたらいい。

神谷繁樹氏より

- ・メイン通りをにぎやかにすると横の通りも波及できる。チェーン店も西口から出てすぐの店舗の看板が上下あって、是正するような体制にした方がいい。最低限ルールを守っていい街を作っていければよいと思う。

田邊学氏より

- ・二丁目の通りに古いお店が残っていて、古いお店の看板には木の看板や布の看板だったりして、通りの道幅に対して広告のセンスや大きさ、素材を魅せるような表現が通りのスケールと看板の関係図があって素敵だと思う。センスのいいお店が一つ二つ連なっていると次に入るお店がどんどんそういうものになっていく例も数多くある。
- ・世田谷区役所の近くに松陰神社通りという通りがある。一つ素敵な古本屋さんがあって、そこのオーナーはデザインが出来るので、次に入るお店のデザインを見てあげていた。そうするととてもおしゃれなカフェができ、客層が若返って新たなカフェが出来るなど、どんどん変わっていくのを目の当たりにした。こういった先頭を切ってくれるお店がとても重要なのではないか。
- ・兵庫県で『シングルサインツインツリー運動』をやっていた。看板を出来るだけ集約してそれとセットにして二本の木を植えましょうという運動でこれをすると補助がもらえることがミソ。看板と木をセットにするのは役所の垣根を取る意味でも協力し合って実現しているものだと思うが、松戸の場合、木を植えるのは難しいがプランターを2つ置くことくらいは出来る。行政も柔軟な発想で出来ると良いのではないかと。

池邊このみ氏より

- ・規制ではなく、自分たちが良いと思うものを考えることが良いと思った。ガイドラインは悪く言うと規制をするということ。そうではなく、事業者・使用者・行く人間の3者が行きたいと思える看板や店のしつらえを考え出すのが一番。実現方策の中で良いと思う看板を市民投票で決めるなどそういうのが素晴らしいやり方だなと思った
- ・今後は駅を降りた印象として、園芸や子育てのイメージ、人に優しいまちだということがすぐに感じられるような街になると良い。

田邊学氏より

- ・下北沢の商店街の方と広告板の勉強会をしたことがある。下北沢の商店街の方は自分たちの問題なので店の方が来てくださる。議論してみようという風土があることがまず大事。
- ・雰囲気は自分たちで作っているものだから、ルールはなくても自分たちがいる間は大丈夫だということをおっしゃっていた。実際に広告物の調査をすると特徴がある。お店の低いところに集まっていて、チェーン店だけ下北沢仕様になっている、街に対するプライドを持って共有している点が素晴らしい。また商店街にかかっているバナーが素晴らしい。
- ・品川宿にはまちづくりの協議会がある。新しい店舗ができると協議会につける看板や色を言わないと店が出せない仕組みになっている。古い宿場町の風情が今も残っているところがある。
- ・街の良さを皆さんが共有することが重要
- ・発表の中でもいい看板を共有することが大事と結論を出していたがとても大切なことだと思った。

神谷繁樹氏より

- ・ビルの改修前後の比較で景観大賞とか榮譽を称えたらよりいいまちづくりになるのではないか。

【3回のワークショップを通じて まとめ】

池邊このみ氏より

- ・実際に声を聴くと、その方々のやる気が急に変わってくる。
- ・実際に話を聞いてみると自分たちが動かなきゃいけないとか、自分たちの動くこんな効果があるということを感じると次のアクションプランになる。行政がガイドラインを作るなら、事業者さんたちの協議会とかワークショップとか、若手の会議等やり取りできるような組織がこれを機会に来年度以降作っていただければと思う。