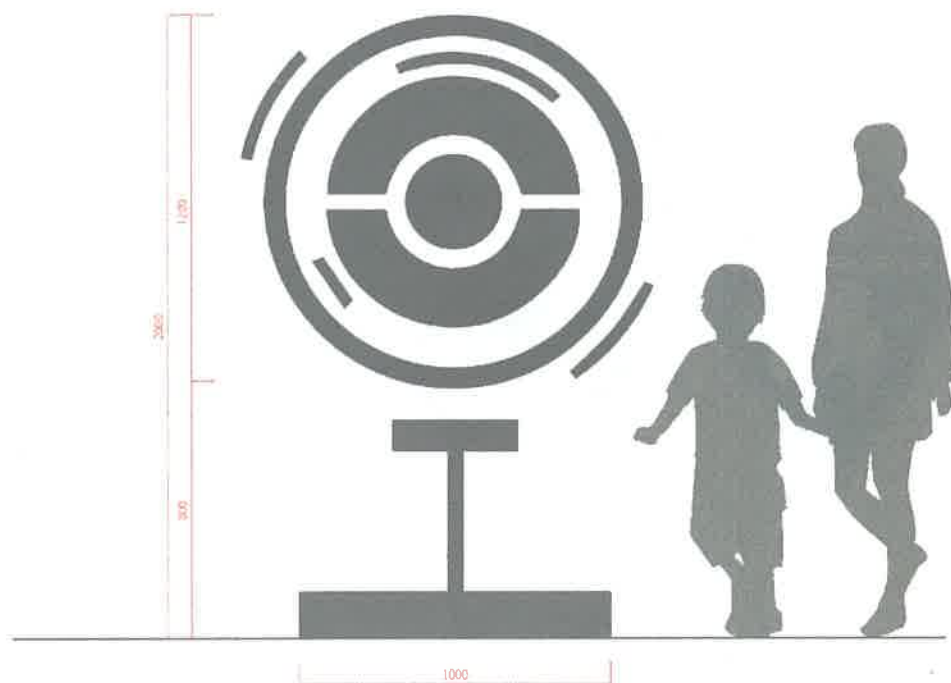


No	種別	審議会 対象/非対象	対象理由	場所	詳細場所	仕様	設置期間(※入・廃止含む)		差込	大きさ	用途地域	広告物上の種別	既設広告 申請の有無	四面 ページ
							日程	日数						
J	●			赤レンガ〜カップヌードルミュージアムパーク間歩道	歩道	リアルボックス	2017.8.8〜2017.8.16	9日	3	10	商業	広告板	必要	70
	●			赤レンガ〜カップヌードルミュージアムパーク間歩道	歩道	標識	2017.8.8〜2017.8.16	9日	4	2	商業	広告板	必要	71
	●			赤レンガ〜カップヌードルミュージアムパーク間歩道	歩道	E2パネル	2017.8.8〜2017.8.16	9日	3	1	商業	広告板	必要	72



○広告表示面積
=10.2㎡ (3.4㎡/一台当たり)

○黄色部分のマンセル値
【CMYK】C:0 M:16 Y:100 K:0
【RGB】R:255 G:215 B:0



○広告表示面積
=1.6㎡ (0.4㎡/一台当たり)

○黄色部分のマンセル値
【CMYK】C:0 M:16 Y:100 K:0
【RGB】R:255 G:215 B:0



歩きスマホ禁止



このさき横断歩道
歩きスマホ禁止



ポケモン捕獲禁止

W600

H2500

○広告表示面積
=1.2㎡(0.4㎡/一台当たり)

○黄色部分のマンセル値
【CMYK】C:0 M:16 Y:100 K:0
【RGB】R:255 G:215 B:0



B2サイズ:515×728=0.4㎡

報告 1 第 4 回横浜サイン・フォーラムの開催結果について

1 開催概要

日 時：平成 29 年 3 月 4 日（土）午後 1 時 30 分～ 4 時
場 所：情文ホール（横浜市中区日本大通 11 情報文化センター 6F）
テーマ：魅力ある看板（屋外広告物）とは・・・
表彰式と講演会から 一緒に考えてみましょう
参加者：約 80 名

2 基調講演

テーマ：「ヒトとマチをつなぐサイン・デザイン」
～都市空間におけるコミュニケーションデザイン～
講 演：菊竹 雪氏（グラフィックデザイナー、首都大学東京大学院教授、横浜市屋
外広告物審議会会長）

講演要旨：

- ・ 工事現場の仮囲いは、その表現によって街並みと調和したものになる。
- ・ 企業イメージにつながるものの使い方で、たとえ企業名を掲げなくともその企業を連想させることもできる。
- ・ 広告は、単に情報を伝達するだけでなく、人の心に届けることが大切。
- ・ 仮囲いを使ったキャンペーンをすることなどで、人とその場の結びつきが生まれる。
- ・ サイン、看板は地域住民がそのまちをどのように捉えているかを考え、その地域の特性や文化を表す場でもあるのではないかと。また、伝えたい情報の届け先を見据えた広告、サインが今後求められていくのではないかと。

3 第 1 回横浜サイン賞表彰式

(1) 表彰制度説明

飯島 悦郎（横浜市都市整備局地域まちづくり部景観調整課長）

(2) 総評

岩村 和夫氏（東京都市大学名誉教授、横浜市屋外広告物審議会副会長）

(3) 表彰状・記念品授与、各作品講評

授与：薬師寺 えり子（横浜市都市整備局長）

講評：松野 勲氏（クリエイティブ・ディレクター、横浜市屋外広告物審議会委員）

(4) 表彰作品・表彰対象者（敬称略）

ア 小田薬局（金沢区谷津町）

- ・ 広告主 小田薬局
- ・ 施工者 株式会社 三恵建設
- ・ 設計者 株式会社 環建築設計事務所

イ GALERIE PARIS (中区日本大通)

- ・ 広告主 GALERIE PARIS
- ・ デザイン坪山 紗織 (故人)
- ・ 施工者 扶桑建設 株式会社
- ・ 設計者 栗原 義孝 (故人)

ウ 牌楼・中華街 (中区山下町)

- ・ 広告主 横浜中華街発展会 協同組合
- ・ 施工者 清水建設 株式会社 他
- ・ 塗装 神勝 有限公司 (不参加)
- ・ 設計者 中山 巖

エ Family Mart 山下公園前店 (中区山下町)

- ・ 広告主 株式会社 ベッキー商会
株式会社 ファミリーマート 山下公園前店
- ・ 施工者 三協立山 株式会社 タテヤマアドバンス社
- ・ 設計者 関建築設計事務所

オ 霧笛楼 (中区元町)

- ・ 広告主 株式会社 鈴音

カ LUNCHAN AVENUE (中区日本大通)

- ・ 広告主 アールアンドケーフードサービス 株式会社

(5) 祝辞

薬師寺 えり子 (横浜市都市整備局長)

4 交流会

受賞者と屋外広告物業界関係者、景観調整課で、受賞作品についての意見交換などを交えた交流会を行いました。

<写真>

		
<p>開会</p>	<p>基調講演</p>	<p>基調講演</p>
		
<p>菊竹会長による基調講演</p>	<p>岩村副会長による総評</p>	<p>松野委員による講評</p>
		
<p>集合写真</p>		
		
<p>記念品</p>	<p>表彰状</p>	<p>パネル展示</p>

報告 4 観覧車の照明演出について

1 概要

演出日：平成 29 年 7 月 20 日（木）

催事開催日時：平成 29 年 7 月 20 日（木）18:45～20:00

催事名：サマーコンファレンス 2017 ウェルカムレセプション

表示時間：19:00～24:00（1 サイクル 15 分のうち、9 分間）（予定）

表示場所：大観覧車「コスモクロック 21」

主催者：一般社団法人 横浜青年会議所

共催者：横浜市文化観光局 M I C E 振興課

2 横浜市屋外広告物条例上の取扱い

横浜市屋外広告物条例第 12 条第 2 項第 3 号「公共的な目的又は公衆の利便に供する目的で表示し、又は設置する広告物等で、景観を阻害しないと市長が認めるもの」に該当すると考えます。

3 表示内容について

「SUMMER CONFERENCE」のロゴマークの由来となっている「黄色＝太陽」、「青＝夏の青空と海」をモチーフとして使用します。

[参考] 過去の事例

平成 28 年 6 月 20 日開催の第 57 回横浜市屋外広告物審議会において、「夏季催事に伴う規格外等広告物の掲出」について審議いただきました。その際に、催事中大観覧車「コスモクロック 21」にキャラクターを掲出する旨の報告を行いました。

<参考条文>

○屋外広告物法

(目的)

第1条 この法律は、良好な景観を形成し、若しくは風致を維持し、又は公衆に対する危害を防止するために、屋外広告物の表示及び屋外広告物を掲出する物件の設置並びにこれらの維持並びに屋外広告業について、必要な規制の基準を定めることを目的とする。

(定義)

第2条 この法律において「屋外広告物」とは、常時又は一定の期間継続して屋外で公衆に表示されるものであって、看板、立看板、はり紙及びはり札並びに広告塔、広告板、建築その他の工作物等に掲出され、又は表示されたもの並びにこれらに類するものをいう。

○横浜市屋外広告物条例

(目的)

第1条 この条例は、屋外広告物法(昭和24年法律第189号。以下「法」という。)の規定に基づき、屋外広告物(以下「広告物」という。)の表示及び広告物を掲出する物件(以下「掲出物件」という。)の設置並びにこれらの維持並びに屋外広告業について必要な規制を行い、もって良好な景観を形成し、若しくは風致を維持し、又は公衆に対する危害を防止することを目的とする。

(定義)

第2条 この条例における用語の意義は、次に定めるもののほか、法の例による。

(許可を受けずに表示し、又は設置することができる広告物等)

第12条 次に掲げる広告物等は、第6条第1項、第7条、第9条及び第16条の規定にかかわらず、表示し、又は設置することができる。

2 次に掲げる広告物等は、第6条第1項、第7条及び第9条の規定にかかわらず、表示し、又は設置することができる。

(1) 官公署、学校、図書館、病院その他の公共的施設又はそれらの敷地内に表示し、又は設置する案内板、掲示板又は当該施設の名称等を表示する広告物等

(2) 営造物、施設、記念物等の由来等を説明する広告物等

(3) 公共的な目的又は公衆の利便に供する目的で表示し、又は設置する広告物等で、景観を阻害しないと市長が認めるもの

「サマーコンファレンス 2017 ウェルカムレセプション」における「コスモクロック 21」での特別プログラムについて

1 大観覧車「コスモクロック 21」への表示の趣旨

平成 32 年（2020 年）J C I（国際青年会議所）世界大会誘致に向けて、一般社団法人横浜青年会議所が、「サマーコンファレンス 2017 ウェルカムレセプション」において、来場者に歓迎の意を示すこと。

2 （公社）日本青年会議所 第 7 回理事会について

概要：第 7 回理事会にて、平成 32 年（2020 年）の J C I 世界会議の国内誘致議案を審議予定。

日時：平成 29 年 7 月 21 日（金）13:00～16:00

場所：パシフィコ横浜 会議センター 3 F 301-304

主催：（公社）日本青年会議所

候補地：横浜、名古屋、仙台

出席者：（公社）日本青年会議所役員及び理事会構成メンバー

候補地決定方法：JC 役員 24 名による決戦投票。

3 「サマーコンファレンス 2017 ウェルカムレセプション」について

概要：サマーコンファレンスが本年度も横浜の地で開催される事に感謝の意を表する為、開催地自治体の横浜市と共に、日本青年会議所他関係者を歓迎する場。

日時：平成 29 年 7 月 20 日（木）18:45～20:00

場所：横浜モノリス（横浜市西区桜木町 1-1-7 TOC みなとみらい 17 階）

主催：（一社）横浜青年会議所

共催：文化観光局 M I C E 振興課

出席者：日本青年会議所会員、横浜青年会議所会員、横浜市関係者等、約 120 名。

4 サマーコンファレンス概要

概要：一般市民も参加可能な講演会、展示イベントの実施。平成 7 年（1995 年）から毎年（1994 年と 2005 年は除き）横浜で開催。

日時：平成 29 年 7 月 22 日（土）～23 日（日）

場所：パシフィコ横浜

主催：（公社）日本青年会議所

後援：文化観光局 M I C E 振興課

参加者：約 10,000 名

5 JCI 世界大会の概要と横浜市への寄与

平成 32 年（2020 年）JC 世界大会は、東京 2020 オリンピック・パラリンピックで日本が注目される中、世界中の JC 会員約 2 万人が横浜に集う大型国際会議です。金沢で行われた 2015 年の世界大会では、経済的波及効果が約 15 億（*）と言われ、世界大会が開催されると、その後、5 年間にわたり、関連会議が横浜で開催され、前回大会以上の経済的波及効果が望まれます。また、MICE 参加者と地域の方々による人的交流が、文化、産業、人材の育成を促進する「社会的波及効果」を創り出します。そのシナジー効果により都市全体が活性化し、ひいては持続的な都市の成長にもつながります。

	2016 年 6 月	2017 年 3 月	5 月	7 月	11 月～ 2018 年 10 月	11 月	2020 年 11 月
JC	横浜 JC 総会で誘致決定	神奈川ブロック協議会で誘致決定	関東地区協議会役員会で誘致決定	理事会開催 (国内候補地決定)	世界での PR 活動	JCI 世界会議で 2020 年開催地決定	JCI 世界会議開催
横浜市		国内 BID 作成協力		サマーコンファレンス コスモクロック PR	国際 BID 作成協力		大型国際コンベンション 誘致助成金など

* 世界会議に掛かった費用（ほぼすべて金沢の業者に発注）5 億、飲食、宿泊費一人当たり 20000 円×6 日間×8200 人＝9.84 億円 合計 15 億円程度。



デザインの由来について

■メビウスの輪

SUMMER CONFERENCE の頭文字の S と無限マークをモチーフにして作成。

無限マークについては、公益社団法人日本青年会議所の最大の運動発信の場であるサマーコンファレンスに参加していただいた方が、それぞれ問題意識を持ち、意識変革が起こり、一歩踏み出し(行動し)地域に、そして全国に運動を広げていただく中で、様々な波及によって生まれる無限の可能性を表しています。

■黄色

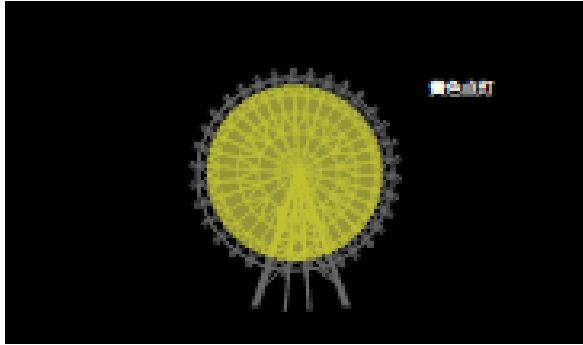
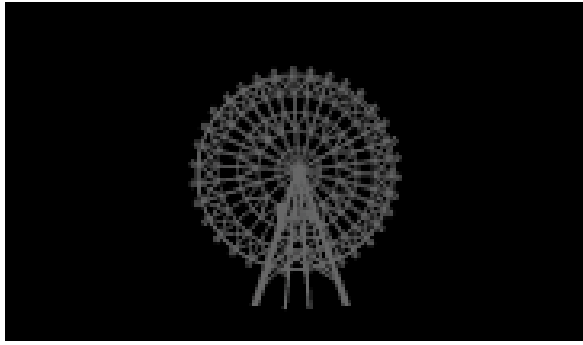
太陽(日本の事業が太陽のように照らすことを意味している)

■青

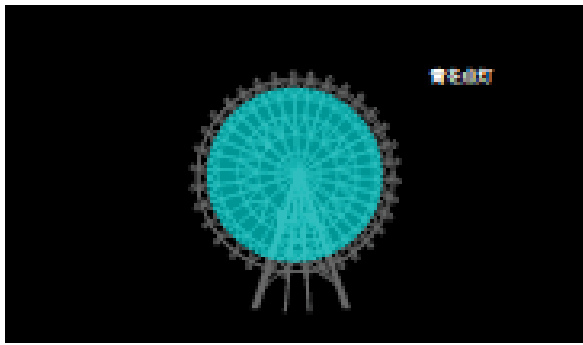
横浜の夏の青空と海

今回、横浜のシンボルマークであるコスモクロックにサマーコンファレンスのロゴマークを点灯させていただくにあたって、デザインの由来となっている「黄色＝太陽」と「青＝横浜の夏の青空と海」をモチーフとして使用し、私たちの想いであるサマーコンファレンス横浜での開催への「歓び」、そしてそれにご協力いただいている企業、団体、横浜市民の方々への「感謝」を表現したいと思います。

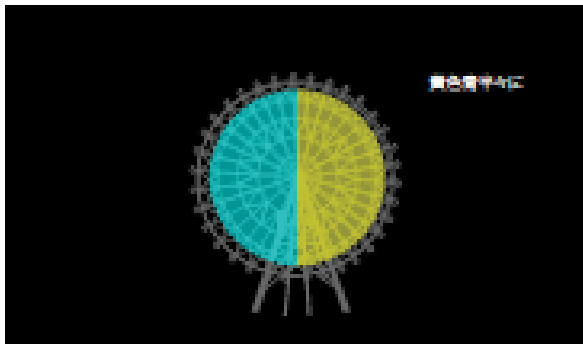
また、高い経済効果が見込まれるJCI世界会議誘致を横浜市と横浜青年会議所が一体となって行っていることをメッセージとして伝えたいと思います。



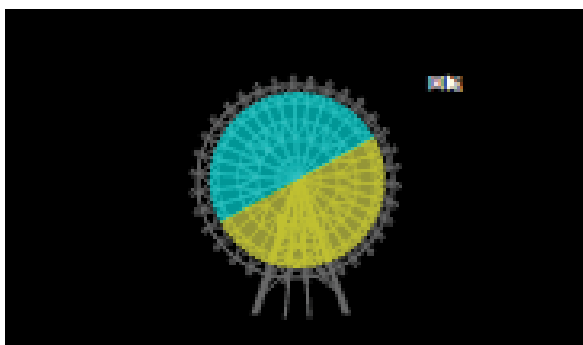
黄色を点灯
太陽＝日本の事業のことを表現

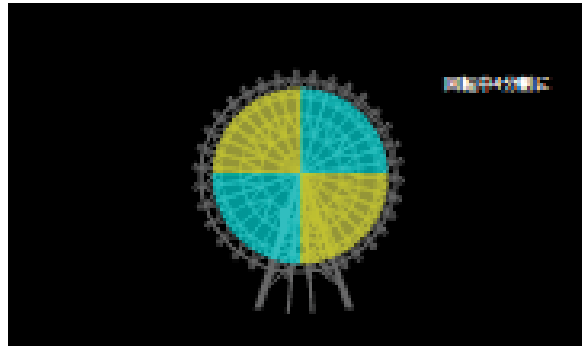
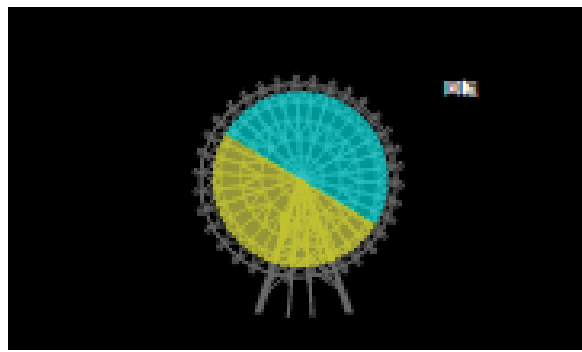


青を点灯
横浜の夏の青空と海＝横浜のことを表現

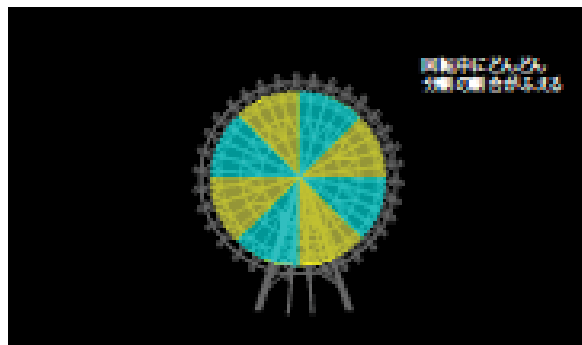


黄色(日本)と青(横浜)が半々に点灯することで、
主催(日本)と共催(横浜)の協力を表現





2分割で回転していたものが途中で4分割になり、その協力の深さを表現



回転しながら分割の割合が増えることで、お互い事業に携わってくれた人や企業、団体のことを表現し、それが協力し合っていること表現

