

	年月	事業全体の スケジュール（予定）	市民参画実施の 目的及び内容	対象者	市民参画の手法	
					事業説明・情報提供等	討論・意見集約等
構 と 想 や か 計 画 を 策 定 す る 段 階 か		屋外広告物ガイドラインの策定について検討。				
事 業 の 構 想 段 階	R3.7	ガイドラインの方向性について検討	ガイドラインの構成について意見を伺う	学識経験者		熊本市景観審議会 専門委員会
	R3.8 ～ R3.1 1	ガイドライン（骨子）の検討	ガイドラインの骨子について、学識経験者及び屋外広告物関係者の意見を反映し決定する	学識経験者、関係団体		熊本市景観審議会 専門委員会（4回）
	R3.1 1		ガイドライン骨子について報告	学識経験者、関係団体、公募市民		熊本市景観審議会
	R3.1 2	市民アンケートの実施（1000人）	屋外広告物について市民の考えや意見を徴取する	市民（無作為抽出1000人）		紙アンケート調査
事 業 の 計 画 段 階	R3.1 2～ R4.4	ガイドライン（素案）の検討	ガイドラインの素案について、学識経験者及び屋外広告物関係者の意見を反映し決定する	学識経験者、関係団体		熊本市景観審議会 専門委員会（4回）
	R4.3		ガイドライン素案について報告	学識経験者、関係団体、公募市民		熊本市景観審議会
	R4.2 ～ R4.3	屋外広告物関係団体へのヒアリング	ガイドラインについて実効性があるかどうか意見を伺う	屋外広告物関係団体	個別ヒアリング	ヒアリング調査
	R4.4 ～ R4.5	パブリックコメントの実施	広く市民意見を徴取する	全市民		パブリックコメント
	R4.6	ガイドライン（案）の検討	パブリックコメント結果について報告	学識経験者、関係団体、公募市民		熊本市景観審議会
事 業 の 実 施 ・ 運 用 段 階	R4.7	ガイドライン策定	周知徹底	全市民	ホームページ、SNS等による積極的な広報活動	
				関係団体	関係団体への周知、ガイドラインの配布、説明	