

令和5年度 第1回仙台市景観総合審議会屋外広告物部会 議事録

日 時 令和5年8月1日 火曜日 13:30～15:15
会 場 仙台市都市整備局会議室
出席委員 恒松 良純委員、佐々木 慎太郎委員、高山 秀樹委員、
山畑 信博委員
欠席委員 並木 直子委員
事務局 都市整備局計画部長、都市景観課
青葉区街並み形成課、宮城野区街並み形成課、若林区街並み形成課、
太白区街並み形成課、泉区街並み形成課

【議事】

1. 開 会
2. 議 事
 <審議事項>
 - ・屋外広告物ガイドラインの検討について
 - ・広告物表彰制度について
3. 閉 会

【議事録】

1. 開 会
 - 司会（都市景観課 大友係長）

ただいまより令和5年度第1回景観総合審議会屋外広告物部会を開会いたします。
本日は、並木委員より欠席のご連絡をいただいております。
—配布資料確認—
2. 議 事
 - <審議事項>
 - ・屋外広告物ガイドラインの検討について
 - 司会

それでは、これより景観総合審議会屋外広告物部会の議事に入ります。
本日の出席状況ですが、委員5名中4名の出席でございますので、仙台市景観法の施行に関する規則第35条第2項の規定により、会議が成立しております。
ここからの進行につきましては、規則第35条第1項の規定によりまして、恒松部会長に議長をお願いいたします。それでは、恒松部会長よろしくをお願いいたします。

○恒松部会長

それでは、よろしくお願ひいたします。

議事に入る前に、今回の議事録の署名ですが、私と、委員名簿順ということで山畑委員にお願いしたいと思ひます。

本日及び今後の審議については原則として公開とし、特定の個人を認識し得る情報を扱う場合などに関することがあれば必要に応じて非公開とするということしたいと思ひます。

本日は審議事項が2点になります。

初めに、審議事項の屋外広告物ガイドラインの検討について、事務局からご説明をお願いしします。

○事務局（都市景観課 柳谷主任）

—資料1により説明—

○恒松部会長

最後のスライドで、特にいただきたい意見がまとめられていましたが、全体を通して皆さんからお気づきの点や質問などあればご意見いただきたいと思ひます。

○山畑委員

事例も盛りだくさんで、パターンも色々見せていただきました。ガイドラインをつくっていくときに大事なものは、ポイントでもいろいろと挙げられていると思ひますが、広告物だけではなくて、その周辺や建物などを含めた佇まいの中と、さらにそれを広げ、それがどういう場所にあるか、この場所だったらいいが、この場所だったら駄目だというものもあるのかもしれない。ですから、広告だけではなくて景観との組合せと申しますか、配置されている場所が非常に大きな要素になってきていると思ひます。そのあたりが明快に提示されているようなものが大事なのかなと思ひます。

○事務局（柳谷主任）

広告物の事例を見る中で、この場所だからこの看板が成立しているというところがあると現場を見る中でも感じておりましたので、それがガイドラインの中でも伝わりやすいように、今後記述内容について確認していきたいと思ひます。

○恒松部会長

ほかは、いかがでしょうか。今事務局から3つ意見が欲しいということだったので、1つずつ聞いていきます。初めにスライドの4枚目、前回の審議会でご意見をいただいたところではあるのですが、これについて、方向性や何かこんなことを検討したらどう

か、またはこういう事例があるなどのご意見があればお願いします。

○佐々木委員

一番下の「他自治体で作成したガイドラインは『色を抑えましょう』というものが多い」という点について、確かに色を抑える看板というのは那須だったり、京都だったり各所にあると思うのですが、繁華街で色を抑えると儲からないというのが確実に出てくると思います。ビジネスゾーンでも、色などの抑制が今の規定であったと思いますが、結局アーケードは商業なので、そこが少しごちゃごちゃになっているような気がします。色を抑えましょうというよりは、今回の写真でもあったように、派手な色を使っても周りとの調和があればいいという見方はあると思うので、ゾーンによっての分け方をもう少し考慮したほうがいいと思いました。

○恒松部会長

ゾーンによって色を分けるなどという規定があるのですか。

○佐々木委員

ビジネスゾーンだと彩度を抑えなさいというのがあり、赤色などを使うと言われます。

○事務局（柳谷主任）

現在の広告物景観地域の誘導基準の中で、例えば広告物景観地域全体として「色彩は、極端に鮮やかな色や蛍光色は使用せず」というような記載はあります。

○恒松部会長

適切な指針となっていないということでしょうか。

○佐々木委員

明確な基準は当然ないとは思いますが、例えば赤を使い過ぎであると、申請を出すときに言われたことはあり、そのときに規定のロゴの色よりは少し抑えた色で表示しますなどという形で手続きをしたことがあります。

○事務局（門脇参事）

補足しますと、今担当からご説明しましたが、建物の色はマンセル値で市内全域の彩度が幾らなどと決めています。広告物に関しては、例えば、シンボルロードと我々が呼んでいる定禅寺通などでは極端に鮮やかな色や蛍光色は避ける、であるほか、4色までにしましょうなど、そういった規定は部分的に、局所的にはございますが、市内全域で見たときには、具体の色彩などの制限はないというのが実情です。

○恒松部会長

ここは、丁寧に議論したほうがいいとお考えですか。

○佐々木委員

悩ましいところで、申請を出した際は、赤の面積が多いから言われたのか、レイアウトしたときの赤の色がそぐわないと判断したのか、担当者がなぜそう判断したのかはよく分かりません。要はグレーゾーンなのかもしれませんが、蛍光色ではなかったし、赤と白を使った看板だったのですが、それが少し範囲的にあやふやになっている部分があるので、もう少し明確にできればと思います。アーケード街がビジネスゾーンになっていますが用途としては違いますよね。そこはビジネスゾーンなのかという微妙なところで、その辺が違和感としてあるところです。

○事務局（門脇参事）

広告物については、今ご指摘のとおり、蛍光色は分かりやすいですが、極端に鮮やかな色や蛍光色は避けるなど、悪く言えばあやふやな部分があります。これは成り立ちから申しますと、仙台市でまず一律の規制がり、そこから地域の方、定禅寺通や、宮城野通、青葉通が上乘せ規制としてそういう言葉を使って、緩やかに規制を進めてきたという歴史的なものもございます。ただ一方で、問題点としては、佐々木委員からお話があったように、実務レベルとしては、看板業者もそうですし、我々としても、やりにくい部分はございます。ただ、ここはもう少し時間かけていければと思っていました。

○高山委員

あまり細かく分け過ぎると、今度はその管理がまた大変になって、同じエリアの中でも、まちの顔が違おうと一括りにできず、またさらに細分化しなければならないなどということもあると思います。あと同じ用途のエリアでも、まちに馴染むという視点からすると、同じエリアでも許せるところ、許せないところが出てきたりするので、あまり細かくし過ぎるのも、事業者側や広告会社が大変になるのではないのかと思うので、どのあたりまであやふやにしておくかもまた必要かとは思いますが、あまり細かく厳密に明確にし過ぎると、かえって皆さんの首を絞めてしまうような気がします。

○事務局（門脇参事）

先ほど山畑委員からもお話あったように、色は場所によって良くも悪くもなるという難しさがあると思っています。今回、ガイドラインを議論していく中で、どういう形になっていくかまだ見えない部分もありますが、非常に細かく、ここはこういう色がいいと決めるのは、少し難しいかと思っています。今高山委員からお話あったように、例えばアーケードはこうだが、アーケードから一本入ったところでまた違ってきますし、東二

番丁通や中央通に面したところなど、地域としては一緒ですが、やはり属性といいますか、地域性が変わってくるというところもあるので、そこまで細かくガイドラインでは決めずに、良いと思える広告物の共通性をお示しできたらと考えていたところでした。

○山畑委員

スライドの11、12ページの事例3。これは壁面がかなり異質な色になっていまして、周りがモノトーンで統一されているというか、抑えたところに1か所ぐらいはこういうのがあってもいいと思います。それが難しいところで、隣は別の色、また隣が別の色となってくると、まちなみが全く変わっててしまうのですが、ヨーロッパなんかだと石造建築で、その部分だけは、もう本当にこの区画だけ赤になったり、青になったり、それがスポット的に、全体の中でそれがあることによって、その地域全体の雰囲気がすごく明るくなると思いますか、少し雰囲気がわくわくするようなものが演出されるのですね。例えば、今写真にありましたように、これが許されて隣にピンクができたときに許されないのはどうかなど、そういう話になってくるとまた難しくなってきます。昔ボストンのサイン条例というのがありまして、そこでは、地域が連担してまちをつくっているので、単独の建物で良い悪いではなくて、隣とのつながりなど、連担したつながりが地域と歴史をつくっているという前段がある中で、結構厳しいサインの規制がかかっていました。今回はそれに近いと思いますか、それをこのガイドラインの文言の中で表現していくというのは非常に難しいと思うのですが、考え方としては、ある建物で広告を出すときには、その周辺との関わりでデザインをしていき、その中で、個性を出していくということが大事だし、できればそういう方向にいければいいとは思っています。ですから、スポット的にすごく派手な色があっても問題はないとは思っています。

○高山委員

私は同じまちの中に1つだけこうやって鮮やかな色があると、少しまちにそぐわないと思います。このデザインは商店街の中でも少し不評だったと聞いています。多少の黄色と青などだったらいいのですが、やはり全部が黄色で、周りの店舗と全く異なる色なので、やはりこういったのは避けていただいた方がまちとしても好ましいのではないと思います。

○山畑委員

私が言いたかったのは逆で、場所によるのですが、こういう周りがモノトーンで抑えられているところに少し違う色がある程度入ってもおかしくない場面もあるであろうということなのです。実際に行っていないので、どのぐらい黄色が派手なのかは気にはなるのですが、その辺の色の使い方というのが何かある程度異質なものがあっても悪くな

い場面もある、というところが少し難しいですね。だから、これが良くて他がとなってくると、それは全体を抑えなければならないという気はします。

○恒松部会長

恐らくアクセントカラーで使っている場所であれば問題ないと思うのですよね。みんなこの色にしたときに、みんな許せるのかという話になってくると思います。あと、同じ鮮やかさでも、いろんな色が入ってくると、数が増えたら、それはそれでもしかしたらきれいかもしれません。

○山畑委員

全く違う色が隣あい、全部違う色で、カラフルに連なっているまち並みというのがありますよね。それはそれで、その個性が出るのですが。

○恒松部会長

みんなが色を抑えようとしているところにアクセントカラーのような色が入ってきたら、異物が入ってきたという評価になると思います。そこは山畑委員がおっしゃるように、そこをどういうまち並みにしたいのかという思いがあれば、使って良い色や悪い色は、佐々木委員がおっしゃったように、それをやろうと思ったときに、ここはそういうまち並みにする方針だからこういうのはやはりやめようと、デザイン側である程度自粛できると思うのですが、なかなか難しいとも思います。

○山畑委員

4ページ目の真ん中の、「このような広告物だったら儲かるというものを示してもらうのが賞をもらうよりうれしい」とありますが、確かにそうなのでしょうが、この場での議論にはそぐわないのかなという気はしています。そういったものを提示するかどうかというのは、やはり広告をデザインする側が考えるべきなのかなと思っています。

○佐々木委員

事務局とお話をしたときに、広告物の賞を取りましたとなったら、仙台市がメディアなどで大々的にそのコンテストをアピールして行って、それをオーナーが見たときに、ただで宣伝できることをアピールしたらどうなのかという話をしました。それが可能なかは分からないのですが、宣伝が無料になってオーナーが喜ぶ。なので、コンテストに率先して出ただけでないものだろうか、というのも話をしました。

○恒松部会長

行政が色々なところで使ってもらおうという大きいでしょうか。

○佐々木委員

そうですね。例えば、市政だよりもそのコンテストの情報が出ているなど、そういうことだけでも、みんな目にはつくと思うのですよね。いろいろ方法はあると思うのですが、儲かる看板を示すと周りとの調和がなかなか難しいと思うので、それよりは、参加してもらおうための手段としてですが、そういう形の副賞というか、別の形で宣伝できるものがないのではないかと思います。

○山畑委員

今のお話で、賞を取ったら、市のホームページに載るだけではなくて、メディアに載ることはすごく大きいことだと言えますね。やはり新聞の記事や、テレビのニュースで流していただくなど、そういったところが非常に重要なのかなと思います。それで知ってもらえれば、お客さんにも来てもらえるかもしれないし、その宣伝になるということが、これは非常に重要なことなのかなと思っています。賞の活用方法といいますが、それはあるのではないかと思います。

○高山委員

それに関連してなのですが、せっかく並木委員もいらっしゃるので、賞を取るところで、結構しゃれたデザインのお店が取られると思いますが、デザインだけでなく、そこで販売されているものなども含めて、S-tyleやKappoといったものでクローズアップしてご紹介いただくなど、店構えプラスその扱っている商品などという、そういう賞を取ることによって、そういったPRなどもプラスアルファで補足されますよというような仕掛けなどを、今なかなかテレビ、ニュースや新聞などを見ない若い人たちの世代も多くなっている中で、そういう方たちも見る、目に留まるような媒体などを活用しながら多少発信してあげるということで、それが儲けにもつながっていくような気がするのですが、何か工夫が必要かもしれないですね。

○恒松部会長

エントリーしてもらったときに、入賞した広告はこういうところで皆さんに見ていただく場面がありますよ、などを示してもらったほうがやる気になるという感じでしょうか。

○高山委員

そうですね。ただ、どういう広告が賞を取るかわからないので、もしかすると雑誌のスタイルに合わないところがあるかもしれないので、断定せずに、何々「など」のような感じですね。ただ、いずれ賞を取った方をうまく市民に広く知らしめる方法は必要ですよ。

○佐々木委員

やはりメディアというのは反響がすごいので、例えばそういうコンテストをやりますよということ自体をメディアで発表するのもいいと思います。例えば看板組合のタウンミーティングなどやっていてニュースやテレビ出ると、その日の夜は結構みんなから見たよと電話が来ます。あと別な業界の例えば左官組合などの知り合いからも、「すごいね、看板組合はね」など連絡が来るなど、結構見ている人は見えて、反響はすごいので、今のこのご時世なのでSNSもしかりですが、うまく活用してコンテストを盛り上げる方向でやっていかないと駄目でしょうし、オーナーさんがコンテストに出展をする、という形になると思うので、乗り気になってもらうようにしていかないといけないと思います。

○恒松部会長

今何かこういうところに載せられそうなど、事務局でありますか。

○事務局（柳谷主任）

メディアに取り上げられることはとても重要だと思っておりますので、例えば表彰制度の実施時や、表彰者決定時にプレスリリースを行ったり、ほかにも、佐々木委員からご意見いただいた市政だよりへの掲載も含めて発信、表彰制度の活用については検討していきたいと考えているところです。

また、例えば、富山県の事例などを見ると、2回目の表彰制度を実施するときには1回目の受賞者の写真がそのチラシに載っており、そのチラシをPRすることで周知できれば、とも感じています。

○高山委員

プレスリリースだけだと取り上げられるだけになってしまって、やはり企画物を提案して、どこかメディアさんと調整して取り上げてもらわないと、ただの結果の報告だけになってしまって売上増などにはそんなに大きくつながらないと思うので、何か企画物でやってもらえるような仕掛けをしたほうがよろしいかと思います。

○恒松部会長

今後、実施するにあたっていきなりうまくははまらないかもしれないのですが、皆さんが興味を持ってくれるような仕掛けを調整しながら検討していくのがよいですね。

○高山委員

仙台放送の「あらあらかしこ」は、あれで取り上げると1か月くらいお客さんが途絶えないそうなのですが、あれもハードルが結構高くて、ただお願いしても取り上げても

らえなくて、相当企画を練ったりしているので、あそこまで人気があると、あの番組の感性に合わないものは取り上げてもらえないので、むしろ何かそういった人気があるものを使おうと思えば思うほど、事前に企画をすり合わせた企画物にしていただかないと、なかなか取り上げてもらえません。

○恒松部会長

事務局でもお話を通していただくことを、お願いしたいと思います。それと、事務局がお示した写真について、先ほどの眼鏡屋のほかにもご意見はありますか。

○高山委員

ほかに何かというのではなく、逆に先ほどの眼鏡屋以外は、堀先生の言う三種の神器が揃った、いい写真をお撮りになられているなど感じております。やはり取り上げられているお店は、流行っているので、店構えと売上げの関係性は高いと思います。私どもは会議所なので、創業をサポートさせていただいていますが、その中で、当然店舗デザインなどにも関わっていて、創業されるのは30代や40代の方なのですが、店舗は造形会社などともう既に調整済みで、やはり一世一代ですので、こういう店をつくりたいという意識が高く、今回危惧するようなデザインの店づくりってほとんどありません。ただ、予算がなくて居抜きなどと言ったらまた別かもしれないのですが、ある程度デザインも固まっていて、あと資金面なんかというようなところで経営計画などのご相談にいらっしゃるのですが、創業支援の担当にヒアリングすると、まず変なデザインはなく、しゃれたデザインがやはり多いということなので、まちなかで新たに創業される方って、この部会で求めているような造形のものをつくられるのではないですかね。逆にチェーン店や郊外など、そういった大きな資本のあるところのほうがあまり好ましくないデザインのものが多いような気がします。まちなかを見ていると、変なデザインだな、少し好ましくないなというのは、アーケードなんかはもうあまり見かけないですね。あと、ド派手というのもまちなかはなさそうなのですよ。

○恒松部会長

対象のエリアを変えたほうがいいのかということでしょうか。

○高山委員

そんなことはないです。ぜひその中でもこういう優れたデザインの方たちを表彰してほしいと思います。あと、新しくお店をつくられる方って、そういったカッコいいものなど、そうやって注目されているものなどを参考にするとと思うので、そういうのはどんどん発信してあげれば、堀先生が言っていた儲かる広告というのをお示しすることにもつながっていくのではないかなと思います。

○佐々木委員

高山委員が言われたように、まちなかは魅力的というか、周りや建物と調和させている看板も多く、あまりひどいことは少ないと思います。何件か、例えば大阪資本のチェーン店や、薬局さんなど、少しこれはいかがかというところはいくつかあるのですが、そんなに周りと不一致しているのはあまりないような気はします。高山委員がおっしゃられたように郊外のほうが逆に良くないと思うのが結構あり、先ほどの事例でいうと長命ヶ丘のランチは周りに山が多いので、その中に植栽と建物もいい雰囲気です、こういうものが例えば表彰制度などをやっていったときに、コンテストに出品されるような感じのイメージのものかなとは思っておりますので、地方もそのようなものを見てくればいろいろなものがあると思いました。あとはこのスライドよりもたくさんあるのですが、代表的なのは今回紹介いただいた写真などだと思います。

○恒松部会長

今後、アンケートを取るためにも事務局に写真をお願いしたところでした。ここで少し引っかかっているのは、写真を集めてもらった結果、全部ファサードデザインだったということであり、広告は看板もあるので、それはどうしようということ。自分の店舗のファサードのデザインは美しくつくと思うのですが、ただ看板だけ掲出するという会社はどうなるのかが気になっているところで、ただ、今それを含めて検討すると手数が多くなり過ぎて複雑になる過ぎるものの、何かから手をかけていかなければならないのだろうという気はしています。

あと、3番目の、共通して含まれる要素についての事務局がまとめていただいたこの内容について、スライドでいうと57ページ目で、「市民にとって魅力的な広告物」に共通して含まれる要素ということで、さきほど説明頂いた事例の共通項を拾っていただいているのだと思うのですが、広告物の表彰制度などの評価のポイントにもなってくるという気はしているのですが、いかがでしょうか。

○高山委員

よくまとまっていると思います。ただ、ふさわしいかどうかは別にして、かつこよさなどの感性というか、皆さんに聞いても曖昧なので逆に曖昧な評価もあっていいのかもしれません。

○佐々木委員

看板をつくっているほうとしては、これに大体合致する内容が多いです。文字の量が昔よりはるかに少なくなってきましたし、店名をなくしてロゴマークだけでブランド名をもう表記するなどがあるので、大分この内容に通じているのが多いような気がします。色彩が派手というよりも、そのものを派手にするが、ベースは少し暗くして、そ

のものだけを映えさせるというのを結構使っているのですが、照明も極端に明るくするのは少なくなっている気はします。

○恒松部会長

これは入れておいたほうがいいなどというのはありますか。

○佐々木委員

一番上の周辺環境と調和しているという項目は必須だろうと思います。

○恒松部会長

その範囲が人によって変わってきますよね。

○佐々木委員

建物が和風なのに洋風の看板だと違和感があると思うので、ある程度の調和は必要かなと思います。あとは、文字の形など、そういうのはその人のセンスなので何とも言えないのですが。

○山畑委員

難しいのですが、1つ加えたいのが、素材です。事例12のお寿司屋さんの木の板が、その業界をイメージするような素材が適切に使われて表示されている、そういうものって大事なのではないかと思います。

○恒松部会長

ありがとうございます。それも含めてまとめたいと思います。

ガイドラインの検討については、何かお気づきの点がありましたら事務局にご連絡いただければと思います。事務局は皆さんの意見をご検討いただいて、引き続き継続して進めていただければと思います。

では、次の審議事項に移りますが、次は屋外広告物の表彰制度について説明をお願いします。

〈審議事項〉

- ・屋外広告物の表彰制度について

○事務局（柳谷主任）

—資料2、資料3、参考資料1-1、参考資料1-2により説明—

○恒松部会長

ただいまの事務局の説明にありました広告物の表彰制度につきまして、参考になる事例として、こちらの部会でも何回も紹介していただいています。山形県の第1回やまがた広告景観コンテストの実施状況について紹介していただいて、皆さんで認識を共有した上で議論としたいと思います。山畑委員、お願いしてよろしいでしょうか。

○山畑委員

それでは、参考資料2-1と2-2と、審査の評価です。このポスターですが、昨年第1回目がありまして、これは大きく、実際に設置、掲出されている広告物を対象とした実作部門と、主に学生ですがこういう場所にこういうものがあつたらいいのではないかという、提案部門の大きく2つに分かれております。

メインのAの屋外広告物部門は、山形県が主催する形にはなっておりますが、中には山形市、東北芸術工科大学、山形県の屋外広告美術協同組合、日広連があり、県知事賞と山形市長賞と芸工大の学長賞と日広連の会長賞という4つの賞を設けております。実際に応募されるのは5年以内のものが中心になっていますが、条例違反がないかを事務局で確認したものに対して写真とプレゼンテーションのボードを各委員が審査をして、その審査会で賞を決定していく流れになっております。実際には山形市長賞に関しては、山形市内のものに限るという縛りがあります。

Bは、山形県も屋外広告物のタウンミーティング、市民の皆さんと業界の皆さんと集まっていろいろと検討して、まちを歩いて何か気づいたことを話していくというようなワークショップをしていたのですが、そのタウンミーティングに関しては山形県が全国最初ではあつたのですが、この広告景観デザイン部門の賞に関しては手つかずであつたということで、昨年はグラフィックの教員が担当して、1回目の賞を設けたということになっております。ですから、実作部門と提案部門と大きく分かれています。

表彰式には広告主であるお店の方を呼んで、その方をメインに表彰するというような形になっておりまして、これもいろいろとメディアにも出たりしておりましたので、こういったものをつくって、こういう広告をつくっていきたいという思いをお店のオーナーさんのほうから語っていただけるというようなことが特徴だつたと思っております。簡単ですが、以上です。何かご質問あれば承ります。

○恒松部会長

ありがとうございます。採点表については何かありませんか。

○山畑委員

これは委員のみ参考資料で、配点とポイント、評価の項目ですね。これで審査委員が点数をつけて、その合計で上位を選んで、敗者復活もあるのですが、これを目安にして、

評価をして賞を決めていったというためのもので、ポイント、要点が書かれております。

○恒松部会長

ありがとうございました。先ほどの事務局からの説明と今ご紹介いただいた山形県の表彰制度について、ご意見などありますか。

○山畑委員

補足ですが、先ほど事務局からご紹介いただいた、この「まちとつながるサイン」は、私が委員長をやっていた屋外広告物適正化委員会で、2015年に発行しました。ちょうどその年は札幌の看板落下事故により女性が重体になった、全国的にもニュースになった事故の年でした。それより前に、こういったデザインをベースにしたものを、この青色の表紙の本編では、最初にサインというものはどういうものなのか、サインの3原則などある中で、かかげるサイン、つたわるサイン、よりそうサイン、たかめるサイン、よびこむサイン、こういったものの中でまちとつながっていく、共感されるものをつくっていかうというようなことを記載しています。オレンジ色の表紙の事例編では各地の表彰制度を取り上げました。ところが、その札幌の事故がありまして、国交省がデザイン以前に工作物としての広告物の安全性の対応にシフトしましたので、安全点検の話をガイドラインの中にまとめて盛り込んだなどの動きがあった中で、これを作り上げたということになっております。

○恒松部会長

山形県の表彰制度は、何の委員会に関わるメンバーで表彰するなど、審査主体や審査員を応募者に示しているのですか。

○山畑委員

昨年はどうだったか、どこかには出ているかもしれません。

○恒松部会長

このために審査委員会のようなものが構成され、都度そのメンバーが替わるということでしょうか。

○山畑委員

そうです。

○恒松部会長

この作品の応募方法は、何か書式にはめていくのですか。

○山畑委員

そうですね。書式にはめてデータで応募します。

○恒松部会長

実際の作品は、その作品に関わる構造的な話やデザインのものなども含めるのですか。

○山畑委員

そうです。周辺の写真などを含めます。

○恒松部会長

広告デザイン部門は、アイデアコンペという感じなのですか。

○山畑委員

昨年は上山市の古いまち並みを中心にして、そこでどういう広告があったらいいか。CMをつくることや、イベントの宣伝などいろいろあるのですが、それに対してどういう場所でどういうものを掲出するかというアイデアですね。

○恒松部会長

エリアだけがテーマとして上がっていて、対象にするデザインの項目は自分たちで考えるということでしょうか。

○山畑委員

そうですね。大体写真とコラージュさせたようなものなどが多かったですね。

○恒松部会長

採点表は、なかなか情報を出しにくいかもしれないのですが、例えば足切り点みたいなのはあるのですか。

○山畑委員

足切り点はなく、合計点です。

○恒松部会長

合計点で競ったときに、さきほど敗者復活の話もされていましたが、こっちのほうが良いというような話もあるのですか。

○山畑委員

そうですね。委員によっては、全体としては低いが一押しがあるという場合は議論をします。ただ、押しなべて結果的には合計の上位から大体取っているような状況です。

○恒松部会長

単純に決めるのではなくて、最終的には十分な協議が行われるということですか。

○山畑委員

そのあたりは議論しますね。明らかに誰が見てもいいという上位のほうは、これでいいですねと一つ確認をします。

○恒松部会長

賞の位置づけとしては、県知事賞が最優秀賞など、意味合いがあるのですか。

○山畑委員

意味合いは特にはないですが、もらった人からすると県知事賞が一番大きいのではないかと思います。

○恒松部会長

一番点数がいいのが県知事賞の候補になって、それが決まった後に市長賞の候補を決めていくのですか。

○山畑委員

そこはほぼ一緒です。

○佐々木委員

AとBそれぞれに賞があるのですか。

○山畑委員

それぞれです。

○佐々木委員

実際どれぐらい応募されていたのですか。

○山畑委員

Aが30点^{*1}、Bのほうはもう少し多かった^{*2}です。去年はBの提案部門に関してはグ

ラフィックの先生がいましたので、その学生の演習の課題みたいな形で応募させたというような経緯がありましたので、応募は多かったです。今年はそれがないので、どのくらい集まるか分かりません。

※1、※2：部会後に確認し、正確にはAが24点、Bが34点

○高山委員

Aに応募されるのは、基本的には広告主だと思うのですが、広告主に応募してみようかというよりは、看板屋や造形会社が推薦などをして参加してもらう感じでしょうか。

○山畑委員

そうです。昨年は1回目でしたので、周知する時間や認知度もないので、業界を通じてお願いをして、応募してくださいという形で募集しました。

○恒松部会長

それで30を超えたのですね。初回だったから狙ってきたのかもしれませんがね。

○山畑委員

地域にやはり少し偏りがあり、山形市内が多かったですね。先ほども最初の仙台の事例を見ていますと、いいものたくさんあるなという感じはしますね。

○高山委員

副賞などのインセンティブは何かありますか。

○山畑委員

副賞は賞状だけです。

○恒松部会長

何か広報紙で大々的になどというのありませんでしたか。

○山畑委員

新聞や県の広報紙には出ていました。ただクオリティ的には結構悩ましいのも少々ありました。

○恒松部会長

前例がないから取りあえずいってみようという感じでしょうか。

○山畑委員

やはり景観やその場所、建物などを含めても、お金かけてしっかりやったものというものと、普通のお店が広告をつくったところのやはりクオリティの差は大きかったですね。

○恒松部会長

1回目をやって、これは少し考えようなど、ここはこうしたほうがよりよくなるのではないかなのような意見は出たことなかったですか。

○山畑委員

何を上位とするかというポイントはある、平均点的にしてしまうとつまらなさがどうしても出てきますので、平均的で何となくそつなくポイント取っていると全体的に上位になりますが、それよりも個性があったほうがいいのではないかなど、そういう特性は出てきますね。

○恒松部会長

非常に平等な配点ですが、評価としてはもう少し重きを置きたいところがありますよね。今年もこのように審査をおこなうのですか。

○山畑委員

そうですね。今年はまだ少し審査会での議論に重きを持たせることになると思います。

○恒松部会長

これを皆さんで検討された際、何かベースにしたキーワードなど条件のようなものはあったのですか。

○山畑委員

それはないですね。

○恒松部会長

本当に景観としてよいもの、良好な景観を形成するものという感じでしょうか。

○山畑委員

そうですね。山形市のものは市の条例がありますから、ものを見て、どう評価するかということになります。

○恒松部会長

これはその書式に則って提出されたものだけが評価対象になるのですか。

○山畑委員

そうですね。ただ、点数が上がってこないものの中にももっといいものがありそうなので、今年度、昨年応募していただけなかったものなども、そういうのも含めて評価したいですね。

○恒松部会長

評価に関しては、補足資料を事務局で集めたりなどということはしたのですか。

○山畑委員

それはしていません。統一フォーマットを事前に審査員に配付をして、事前に点数化しておき、それを審査会の場で一斉に公表して検討しています。その場で採点していくともう時間がないものですから。

○恒松部会長

では、応募者がどれだけ作り込んでいるかというところが評価につながる。

○山畑委員

そうですね。見せ方や、写真の撮り方などにも影響されますね。

○高山委員

最終的には写真で判定をされているのですね。書類審査のときには写真を使っても、最終審査は現地を確認するなどはしていますか。

○山畑委員

本当はやりたいのですが、そこまではやっていません。だから今年も難しいです。山形県の景観物語という事業を今やっており、それは現地審査でやっていますが、相当大変です。

○恒松部会長

全県でやったら話が変わってきてしまいますね。仙台市であれば1日皆さんの時間を、誰か審査の方たちの時間をいただくような形になるのだと思うのですが、やれるかもしれません。

○山畑委員

景観物語も2日ぐらいかけてルートを検討して要領よく回るというのは大変でした。

○恒松部会長

ほかに、皆さんから何かご意見などございますか。

スケジュールについての補足ですが、私のほうで学生と一緒に作業しようとしていて、一緒に仙台市さんが市政モニターの実施を9月にやっていただけるということで、今その内容を学生がやっている研究と連動する形でやれるといいということで検討しています。どういう結果が出せるか分からないのですが、そのときに市政モニターの結果をご報告して皆さんと議論できるように準備をしています。

市政モニターで聞ける設問数には限りがあり、やれる内容に制限がかかりそうだとということで、市政モニターを補足することを研究室で検討しているので、併せてご報告できればと思っています。アンケートは現在まだ相談中なので、また皆さんにご報告できる機会があれば事務局のほうから報告していただければと思いますが、あくまで参考資料にしかありませんが、それを踏まえて、少し議論の参考にさせていただいて、そこからガイドラインの素案を作成していくということで、併せて表彰制度についての検討をしていくこととなります。この部会の任期があるので、その間に何かしらの結果を出さねばならないということで、来年の8月が一応何かしらの、次に引き継ぐにしても成果物をまとめなければいけないと考えられますので、来年度に向けて作業を進めていくということで、今事務局と相談して調査はするとしています。併せて皆さんにいろんなご意見をいただきながら進めていければと考えております。

○高山委員

市政モニターではこのガイドラインについての質問をされるのですか。

○恒松部会長

ガイドラインのダイレクトなアンケートではなく、その前段となる印象に関する内容です。今皆さんとの議論では、皆さんそれぞれの知見などでやってはいるのですが、市民の意識ってなかなか分かりにくいので、それ得られることを期待しながら検討中です。全くそんな結果にならないかもしれないのですが、一定の人数が答えてくれるのが前提になっているのと、対象に幅があるので、そういう意味では検討するのにとっても有益な結果になるのではないかなという期待感もあります。

○高山委員

サンプルの量にもよりますが、年代や男女差でその捉え方が違うなどもあるかもしれ

ません。

○恒松部会長

そういうのが分かるかと思っています。この部会でこういうアンケートをお伝えできるかどうかということ为先々週ぐらいに私が迷いはじめ、皆さんにご報告できる状態になりませんでした。スケジュールは事務局と相談してまた皆さんにご報告、ご意見をいただけるように取りまとめたいと思います。

○高山委員

モニターはウェブ上のフォームなど使うなどデジタルを使うのですか。

○事務局（都市景観課 大友係長）

市政モニターの制度につきましては、年の最初に、今年市政モニターに参加していただける市民をあらかじめ募集しているのですが、募集の段階で、インターネットで回答する方と紙で回答する方の、2種類の登録を事前にいただいているものになっています。インターネットで答えていただく方と実際の紙をご自宅等にお送りして答えていただく方に分かれるので、両方のやり方の回答を市政モニターの担当に戻してもらって集計をするという形で実施します。

○高山委員

登録されている方は何人ぐらいいらっしゃいますか。

○事務局（柳谷主任）

約400人です。

○恒松部会長

そのほか、表彰制度に関して、皆さんからご質問やご意見などありますか。

それでは、事務局のほうで引き続き皆さんからのご意見を踏まえてご検討いただければと思います。

では、本日の審議事項は以上となります。進行を事務局にお返ししたいと思います。

3. 閉 会