

令和6年度 第3回仙台市景観総合審議会 議事録

日 時	令和7年3月26日（水）10:00～11:30
会 場	仙台市役所本庁舎8階 第5委員会室
出席委員	稲葉 雅子委員、梅田かおり委員、小林 淑子委員、佐々木和之委員 高山 秀樹委員、恒松 良純委員、内藤 良介委員、不破 正仁委員 山畑 信博委員
仙台市	都市整備局長、瀧澤次長、二階堂次長、計画部長、総務課長、 都市景観課長 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
事務局	都市整備局計画部都市景観課

【議事】

1. 開会

2. 議事

<報告事項>

- ・「杜の都・仙台」のビューポイント募集！
ビューポイントの現地確認の進捗状況及び公表について
- ・屋外広告物ガイドラインの検討状況について

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6年度第3回仙台市景観総合審議会を開催いたします。

審議会に先立ちまして、事務局よりご報告がございます。審議会委員名簿をご覧ください。

11月の審議会において、当審議会の会長及び副会長選出の際、副会長に当日欠席されていた山畑委員を推薦いただいております。

事務局で山畑委員にご意向を確認し、ご了承いただきましたのでご報告します。

山畑委員、よろしければ一言ご挨拶をお願いいたします。

○山畑委員

私はもともとヴァナキュラー建築という、日本でいえば民家や、あとアマゾン川、サハラ砂漠、中国の黄河流域など、地域に根差した建築の調査、研究を行ってまいりました。

それから、屋外広告に関しては古くから関わっており、景観法制定10年を経た2014年には、国土交通省の景観づくりに関する懇談会に呼ばれ、今後の景観についての報告書をまとめたりもしました。また各地で景観条例やガイドラインなどの策定に関わり、今日に至っております。

今回、臨海部から山岳部まで、幅広い風土と歴史、文化のあるこの仙台市に対して、私の経験したことを含めてお役に立てればと思っておりますので、どうぞよろしくお願いいたします。

○司会

次に、本日の出席状況の報告をさせていただきます。本日は、加藤委員、佐々木慎太郎委員、佃委員より欠席の連絡をいただいております。

—配布資料確認—

2. 議 事

○司会

それでは、これより景観総合審議会の議事に入ります。

はじめに、会議の成立についてですが、委員 12 名中 9 名の出席でございますので、景観法等の施行に関する規則第 31 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、同規則第 31 条第 1 項の規定によりまして、恒松会長に議長をお願いいたします。

○恒松会長

議事に入る前に、今日の議事録署名ですが、委員名簿順ということで、今回は梅田委員にお願いしたいと思います。

また、会議の公開・非公開についての確認いたします。本日及び今後の審議については、原則として公開とし、特定の個人を識別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でよろしいでしょうか。

(委員了承)

・「杜の都・仙台」のビューポイント募集！

ビューポイントの現地確認の進捗状況及び公表について

○恒松会長

それでは、報告事項に入りたいと思います。

「杜の都・仙台」のビューポイント募集！ビューポイントの現地確認の進捗状況及び公表についてです。それでは、事務局から説明をお願いします。

○事務局（都市景観課 菅原主任）

—資料 1、資料 1 別紙により説明—

○恒松会長

それでは、報告がありました件について、ご意見、ご質問などございましたらお願いします。

○山畑委員

ビューポイントのリストを見せていただいて、仙台の七夕や冬景色、桜や彼岸花など季節限定、日時限定のものがありますが、リストの中に、このビューポイントはこの季節がおすすめといった表記があると良いと思いました。

○事務局（菅原主任）

季節や時間限定のビューポイントに関しては、個票のタイトルの下に、このビューポイントの関連する情報をタグ付けする形で掲載しております。例えば、今ご覧いただいている個票では、所在区や、見える景色は何かがあるか、先ほど山畑委員がおっしゃった季節、日時等を掲載しています。こちらは並木の雪景色というご応募でしたので、実際降雪時に撮影することができましたが、そのような応募情報を加味して「#冬」というものを付け加えております。

また、こちらの個票は国際センター駅を降りてすぐの面前の道路ですが、ケヤキやメタセコイヤなどの、春の新緑、また夏の緑の時期も美しい並木景観であることから、おすすめであるという意味を込めて、「#春」「#夏」という情報も付け加えております。

○山畑委員

この情報は、個票を見る前のリストでわかるのですか。

○事務局（大友係長）

リストにおすすめの時期等の掲載は、現時点ではしておりません。

活用については、観光部門と一緒に考えていきたいと思っており、季節ごとのおすすめや、桜の時期等、時季を限定したPRを視野に考えたいと思います。

観光部門と協議しながら、観光特設サイト等での取りまとめ等について、継続して考えていきたいと思っております。

○恒松会長

ほか、いかがでしょうか。

○不破委員

今ホームページをこちらのスクリーンで見せていただいておりますが、「事業者向け情報」というところの中にこの仙台ビューポイントの情報が入っているということでしょうか。なぜ「事業者向け情報」にビューポイントが入っているのでしょうか。

○事務局（菅原主任）

都市景観課所管のページに掲載しており、そのページは市ホームページ上「事業者向け情報」のページとなっています。

○不破委員

なるほど。わかりました。

まず、そういった考え方をやめたほうがよろしいかと思います。

この制度の目的が「多彩な景観をより魅力的に体感できるおすすめの見学ポイント」となっていますし、「本市の良好な景観への興味と関心の向上につなげてまいります」という話ですので、事業者が探しても意味ないのではないのでしょうか。市民や観光に来ようとしている人や、もしくは市のことをよく知りたい、もっと市のことを好きになりたいと思う人にみていただきたいと思うので、どちらかというと観光情報とかイベントとか、もしくは「くらしの情報」なんかにリンクが張ってあるべきなのではないかと思います。

都市景観課だからという、いわゆる若干お役所仕事な発想でここに選択されているのはよろしくないのではないのでしょうか。

○事務局（大友係長）

今はまず公開を優先し、既存のページの構成のまま、作業を進めたところです。活用や、来訪される方や市民の方にも見ていただきたいと我々も考えておりますので、観光などのホームページとの関連づけやリンクは継続して整理してまいります。

○恒松会長

ぜひ皆さんのわかるところにリンクを張っていただければと思います。他にはいかがでしょうか。

○内藤委員

携帯でホームページを見ていたところですが、スマートフォン版というページでは、今画面に表示されているパソコン版のものと異なり、探せないです。ビューポイントのところまではたどり着けたのですが、ビューポイント募集終了までしか出てこず、今説明を受けた内容が表示されない状況だったので、今不破委員のほうからもお話をしましたが、市民の皆様に見ていただくのに非常にわかりにくい。特に携帯版だと一つ一つホームから「事業者向け情報」に行って、そこから「建築・都市開発」とかに行くと、順番に進んで行かないと見られないという状況や、リンクがうまくいっていないのであれば早急に対応していただければと思います。

○事務局（大友係長）

ホームページは、本日の朝公開して間もないということもあり、確認して対応したいと思います。

○不破委員

早急に対応するというよりも、最善策を検討して、スタディしてから、きちんとブランディングした状態で出したほうがよろしいのではないかと思います。

ほかの市、自治体のホームページを見ると、ブランディングが上手なところは、景観課が主導して、地域をブランディングしているようなところもあるというように思います。せっかくいい事業を始められたと思いますので、そのあたり、ぜひ自信を持って、いいものを市民の方に表示することが大事なんじゃないかなと思いました。

○事務局（大友係長）

ありがとうございます。内容を確認の上、進めさせていただければと思います。

○恒松会長

全部のデータがそろるのが5月末なので、その時点でしっかりした公開の方法や使い方を観光部門の方たちと協議していただくのが良いと思います。あと先ほどの山畑委員からお話ありましたが、時期が限定されるものなどが、見やすくなっていることは、観光では特に必要な気がするので、ぜひ皆さんのご意見を参考にまとめていただければと思いました。

その他は、皆さん、いかがでしょうか。

○稲葉委員

2点あります。1点目は今の公開の方法と一緒にですが、ぜひ観光の方とお話をされるときに、ビューポイントのリストのタイトルに、観光客とか市民が「お、行ってみよう」と思うような、一言をつけていただけるとありがたいなと思います。例えば「国際センター駅2階の東側デッキから見る街並み」というのは、見たことがある人からすると「あ、あそこだな」とは思いますが、見たことがない人がそこに行ってみようと考えるときに、何が見えるのか、街並みですが、すごく広く見えるのか、高いビルがたくさん見えるのか等、もう少し行ってみたいと思ってもらえるような一言があるとうれしいなと思います。

もう一つは質問です。応募総数の中で重複が認められたビューポイントが85件あるということですが、この85件については、どういうところが重複しているのでしょうか。例えば仙台城址から見る街並みという1か所に60件集まっていたのか、ばらばらの場所85件に3件ぐらいずつ応募があったということなのか、大まかで良いので教えていただければと思います。

○事務局（菅原主任）

重複状況ですが、観光地で幾つか集まっているものがあり、それぞれ3件～5件程度の票でばらついています。1か所に20～30件の票が集まっているものはありませんでした。

○稲葉委員

人気投票ではないので、そういうものではないのはわかっていますが、より一層おすすめがあったものはどれなのかということを知りたかったので質問しました。

○恒松会長

リストのタイトルに、キャッチーなコピーをつけるというのはどうですか。

○事務局（菅原主任）

今後活用していく中で、改善できるものは改善していきたいと思います。

○恒松会長

他にはありますか。

○小林委員

今後活用するに当たって、このリストを見て行くというのがありますが、例えば何も知らず歩いて訪れた場所に、何かのマークやQRコードが設置してあり、何だろうかと調べたら、ホームページ等の情報にたどり着けるような仕組みが今後できれば、是非お願いしたいと思います。

○事務局（菅原主任）

景観総合審議会では、当初から、整備へつなげていきたい旨申し上げておりますが、今後場所を特定の上、施設管理者と調整していく状況にあります。その中でQRコードや現地でサインを設置するという話もある可能性はありますので、その際に考えていきたいと思います。

また、件数が多いので、一律で対応するとなると予算の工面が課題であり、関係者の理解を得ながら進めていく必要もあるので、設置する場所を選ぶなど、場所ごとの対応になる可能性があると思っています。

ただ、現地に行ってみて楽しんでいただく、という仕組みも必要だと思うので、ご意見を参考にさせていただきたいと思います。

○小林委員

無理のない範囲で、よろしくお願いします。

○恒松会長

他には、いかがでしょうか。

○佐々木（和）委員

これだけご苦労されて、すごく有効なコンテンツだと思いますので、まさにこれからの活用と、全個所の公表に向けて考えていく段階で、1つ提案となります。

ユーメディアも媒体がありますので、ある程度次の公表の方法などが決まったら、例えば取材をさせていただき、それを公表するというお手伝いができるのと、あと恐らく使い勝手、使う側、ユーザー目線でどういうものが欲しいかというのも、ユーメディアの編集の人間であれば忌憚のない意見を言えると思うので、公表の前にそういう意見を取り入れるというのも良いと思います。この5月ぐらいまでで、そういうことができればいいなと思っておりますので、ご相談ください。

○事務局（大友係長）

活用に関しては、庁内の関連部署とも連携してまいりたいと思っておりますが、ユーメディア様の発信やご意見もいただきながら進められれば、よりよいものになっていくと思いますので、よろしくお願いします。

○恒松会長

他にはいかがでしょうか。

○梅田委員

先ほど、季節によってピックアップするなど、限定の月まで掲載されていたほうがいいという話がありました。前回の景観総合審議会でも話したのですが、「夜」がこれから観光として重要になっていくので、夜おすすめの場所がどこなのかというのも観光課の方と一緒にやっていただきたいのと、最近では店舗でライトアップを行い集客につなげていきたいと実施しているお店が多くなっているの、夜景としてここがおすすめであるとか、一般の方にわかるようにできたらいいなと思いました。

私は今年からこの委員になったので、今までの経緯はわかりませんが、今回、景観課で全体のベースをつくっていただいたのかなというふうにも思っていました。ですから、これからいかに観光の人たちとシェアしていくかというのがすごく大事になっていくと思います。

例えば、フィンランドの田舎町で、まちのランドスケープを照明でつくっていくということをしたことがあったのですが、そのときは、全体の計画をランドスケープ課という部署が行っていました。横の連携をとる役割をする部署で、仙台市では景観課がそのような役割をすることで、すごくスムーズにいろいろ進むのかなと。組織の話なのでわかりませんが、今回の取りまとめは本当にベースになる内容だと思うので、それをいかに横と連携させるかが大事になってくるとすごく感じました。あとは、やはり若い方を入れて、こういうものを使いこなしている方と一緒にやっていっていただけたらというふうに思いました。

○事務局（計画部 阿部参事兼都市景観課長）

今回は、まず応募された市民の方々の思いというものに心を配りつつ、第一段階としてビューポイントの素材集めといったものになります。観光客の方のほか、市民に、前の委員からも意見がありましたけれども、市民になってまだ年数が浅い方にも地域の魅力を知っていただきたいといったふうに考えております。この次の段階で、観光施策の一助となるように、魅力のある景観の創造について様々活用、展開できるように、観光部署、それから先ほどもお話ありましたように民間情報誌であるとか、メディアの取り上げなんかといった助けもいただきまして、連携してまいりたいと思います。

○恒松会長

他にはいかがでしょうか。

○高山委員

大変お疲れさまでした。本当に短期間に174件、よくまとめられたと思います。本当に敬意を表します。

これからの活用だと思いますが、先ほどご意見あったように、このテーマからその景色は連想できないので、インスタグラムのように、その景観を写真だけでずらずらと並べて、「あ、これ見てみたいな」というところをクリックするとその情報にアクセスできるような、そんなつくり方がこれから活用するときにあるといいのかなと思います。というのは、前に宮城

県で行った、学生がアプリを開発するコンテストがあり、その中で観光関係のアプリで、やはり学生さんの目線で作られたアプリは、見栄えのする観光スポットを写真で並べ、今いる位置から近いところから順番に表示し、ここ行ってみたいという写真をクリックすると、場所等の情報が入手できるように作成されていて、若い人たちの目線では、そういう感じでものを判断されたりするのだろうなと思うので、せっかくこうやって作られた資料を有効に活用していただけるような手法を、これから観光などで活用する際にご検討いただければと思います。

○事務局（阿部参事）

このビューポイントの募集時にも、Instagramを開設して呼びかけを行っておりま
すので、こういったSNS、その他広報の手法など、それから活用方法についても、関係部
署とも連携して検討してまいりたいと思います。

○恒松会長

他に何かございますか。

○佐々木（和）委員

私すごくネガティブな反応があるかなと思ったのは、例えば「定禅寺通のケヤキ並木って
こんなじゃない」みたいな話が市民から来る可能性はあるなと思います。これは今後多分
公表後にまた更新したりしていく際にその写真と差し替えるなど、その辺も検討してい
ただけるといいかと思います。何となく私も定禅寺通に関わりながら、定禅寺通を見ていて、
恐らく皆さんから、こういう写真が欲しいなど、逆に前向きな意見もいただけると思うので、
それを反映するような仕組みもできたらいいなと感じました。

○不破委員

すみません、実は私違う意見を持っていまして、この個票にある写真は結構大事だとは確
かに思うのですが、一方で、僕は飲食店のメニューの写真が苦手で、盛り過ぎだと思うので
す。出てきたものは写真と比較して、大していいものでないみたいな印象になってしまう。

最近だとInstagramやグーグルマップの写真、あれは消費者の人たちが自分で好き
な写真を撮ってくるから、何か自分の思い出として、自分の好きな写真が掲載されます。そ
うすると、いろんな角度でいろんな色合いの写真が載ってくるから、実態に近いものが自分
の脳の中で生成されてくるというところがある。それとこのビューポイントの写真のチョ
イスは同じなのではないかなと僕は実は思っていまして、見に行った人たちが、まさにイン
スタグラムという制度があるので、そこにどんどん新しい情報が上がって行って、その空間
を醸成されていく。一方で、僕らが用意する個票の写真が、ものすごいお金をかけて立派な
写真屋さんがいい写真を用意してもらってしまうと、例えば少し天気の調子が悪いとき
に行った人が、「これは写真と違う」と、「仙台の定禅寺通はこんなものか」と逆に思われて帰
ってしまうよりも、もう少し抽象的で、着いた人が「あ、ここが定禅寺通で合っているのだ
な」と思えるぐらいのものでも良いのではないかなと思っています。ただ、もちろんどちら
の意見が最適かはわかりませんが、一方でそういう意見もあったと思いました。

○佐々木（和）委員

そこは私もおっしゃるとおりだと思っていたのですが、今回やはり冬の段階で撮っているというところがこの調査に関してはあるので、季節感のある写真があったほうがいいかなというところで、定禅寺通りなどスタンダードなところは更新していくといったことはあるかなと思い意見させていただきました。

○事務局（阿部参事）

写真につきましては、例えば満開の桜や新緑というところとは時期を外した募集期間になっておりましたので、これからすぐ春先になるとそういった季節がやってきますので、写真のほうは更新していきたいと思います。

また、インスタグラムの中には、今不破委員からもご意見ありましたように、行ってみたらこんなふうだったという感想があれば、それもお寄せいただきたいというふうに思っております、そういった活用や展開もしていきたいと思っております。

○恒松会長

事務局側の言い訳をするわけではないですが、まずは現地に行って、場所の確認を行うということを優先させたので、応募者の方たちの期待する季節感のとおり写真が撮れていない写真もあるようです。まずは、95%まで確認出来てよかったという状況で、写真はこれから更新されていくということでしたので、今後期待したいと思います。

あと、その盛り方みたいな話ですが、ジャストの季節の写真であればそれはそれで良いと思います。欲を言えばいろいろ皆さんにアップしていただいたもので写真が更新されるのか、何かそういった取り組みができればいいですが、リストや個票は思いのほかデジタルな感じに出していますけれど、実際はハンドメイドですので、事務局の方たちがすべて対応できるかというところかもしれないです。

当初案でいくと、ビューポイントの整備も含めて検討するという事でこの制度の案が立ち上がっていたかと思いますが、皆さんからご懸念というかご感想も含めてお話しさせていただくような場があるといいと思っております。

まだまだこれからということになると思いますので、皆さんお気づきの点があれば事務局のほうにお伝えいただければと思います。

それでは、様々なご意見とかいただきましたけれども、皆さんから出された意見や感想を踏まえて、進めていただければと思います。

・屋外広告物ガイドラインの検討状況について

○恒松会長

それでは、次の報告事項に移りたいと思います。「屋外広告物ガイドラインの検討状況について」、事務局からご説明をお願いいたします。

○事務局（都市景観課 田原主任）

—資料 2－1、2－2、2－3 により説明—

○恒松会長

今事務局から大きく 2 点です、店先づくり編に関する資料 2－2 の内容と、景観広告編に関する資料 2－3 についての報告がありましたが、皆さんからご意見やご質問をいただければと思います。

○梅田委員

すごく普通の人にわかりやすくまとまっていて、あと人間の目線でまちを歩いたときにどう見えるか、すごく上手にまとめられていると思って見ていました。

店先編には、お店の色や造形、どういうものがポイントになるということが中心に書かれていますが、実は照明もすごく大事で、例えば同じ看板・同じ店先であっても、どういうふうに照らすかでお店の見え方が全く違ってきます。そういった内容をもう少し深く書いてもいいと思います。どこまで深く書くかは難しい問題ですが、意外と照明って大事だといった内容を、もう一言あってもいいかなと思いました。特に昼間は、外が明るいので、中が暗いと中が見えないなど、単にデザインだけの話ではなく、空間のデザインと照明とが合わさってどういう見え方になるかというところが大事なので、その辺をもう少し詳細に書いていただいてもいいかなと思いました。

そして、景観広告編についても同じことですが、一通りそれぞれのゾーンで照明の記載はありますが、どういうことに気をつけなくてはいけないかという内容をもう少し詳しい情報に誘導されるなどができると思います。例えば田園地ゾーンの看板について、これぐらいの明るさにしてしまうと稲が育たなくなってしまうなど、どのようなことに気をつけなくてはいけないかがわかるように、そういった詳しい情報のリンクを掲載するなどと良いかなと思いました。

加えて、屋外広告物はこれからデジタルサイネージになっていくものも多いと思うので、どういうふうに規制していくのかというのは本当に難しいところだと思います。

○事務局（大友係長）

照明に関しては、我々も特に店先づくり編を考えるとところから、上手にライティングされているお店を見て回ったりし、いろいろ知見を得てきたところです。

ガイドラインにどのように反映していくのかは、今いただいたご意見も参考に考えてみたいと思います。

もう一つ、デジタルサイネージのお話が出ましたが、我々仙台市としても問題意識を持ち始めており、現在、広告物部会に、いろいろ検討してまいりたい旨をご相談させていただいているところです。そちらで知見等もいただきながら、仙台市としてどのように考えていくのか今後整理したいと思っております。

○恒松会長

これは何か参考にしたらいい資料とか、照明の使い方の例とかはありますか。

○梅田委員

例えば看板ばかり制作している、看板照明に強いメーカーの技術資料にはすごく詳しく記載されていたりします。ただ、そのメーカーのホームページに誘導してしまうとあまりよくないかもしれないので、ほかの自治体の例でそういうことをやっているところがあるかと思うので、私も調べてみます。

○恒松会長

事務局はご相談いただいて、情報をいただくとよろしいかと思います。

○梅田委員

そうですね。ヨーロッパはすごく進んでいて、これぐらいの輝度でなくてはいけないなど、そういった内容が進んでいますので、そういったものも参考にしたら良いと思います。

○事務局（大友係長）

今のお話も参考させていただき、状況によっては梅田委員にご相談させていただくかもしれませんが、どうぞよろしくお願いします。

○恒松会長

デジタルサイネージの意見は部会でも出ていますが、設置をする基準と、いわゆるコンテンツや輝度の話は少し別のルールで動くので、どのように広告としてコントロールするかというのを今事務局に確認いただいているので、またご報告できればと思っています。

○不破委員

そういう意味では、今デジタルサイネージで難しいなと思うのは、例えばネオン文化みたいなものを、あまり否定もできないというところ。例えば日本はアジアの一部だから、中国の街角、もしくはベトナムの街角にあるような、ごてごてした感じの、いわゆるアジアらしい、そういった猥雑な雰囲気、それも文化だと言う人もやはりいて、つまり赤や黄色みたいなものが躍ってくる感じが美しい、例えばそれが仙台のまちだという売り方をするのか、もしくはもう少し北欧とかヨーロッパのほうの、そもそも光ってというのは害でしょう、人工的な光というのは害だから、光の害と認めて、もう少し夜は静かにしよう、人の暮らしの明かりだけで十分だと、何故広告にライトをつける必要があるのか、そういう解釈も当然あるわけで、まさに仙台市がどういう方針でまちをつくっていくのかという考えは結構大事だと思います。もしくはまちの中のゾーン、国分町みたいなところとそうでないところのまちの中の表現の仕方を部会の中で分けて考えていただくのもありなのかなと今お話を聞いていて思いましたが、そのあたりは何か考えはあるでしょうか。

○事務局（大友係長）

今不破委員からお話いただいたような、デジタルサイネージが害になるような面もあることや、通常の広告に比べて内容を可変できるという利点があり、他都市ではデジタルサイネージを活用して観光等に結びつけているような事例も把握しているところです。

仙台市としては、今部会の中にはデジタルサイネージの現状と方向性をまず一度ご相談させていただいているところで、方向性は現時点でまだ決めかねているところではあります。引き続き部会に相談をさせていただきながら、仙台市におけるデジタルサイネージの考え方やあり方を整理し、何らかの政策へつなげていきたいと考えております。

○恒松会長

まず部会側もこれからという状況なので、今いただいたご意見等を踏まえて、検討させていただければと思っております。他はいかがでしょうか。

○不破委員

これは前提として、先ほどのビューポイントもそうですし、ガイドラインもそうですけれども、すでに部会、市の方も含めて様々な議論がされている状態で、まずそのお仕事に対してきちんとリスペクトしているということと、仙台をいずれにしてもよくしようと思っている仕事であることはよく理解しているうえで、日本の社会全体として、1人ぐらいこういうことを言っても良いかな、こういう人がこういう場にも良いかなと思い、そういう発言をさせていただきます。

1つが屋外広告物ガイドラインのこの冊子のタイトルのタイトルが本当にこれでいいのか、もやもやしているところがあります。それは、「景観から考える店先づくり」は、まあ良いと思うのですが、もう1つは、「景観から考える屋外広告物づくり」になっていることが納得いかない。広告物を規制するガイドラインなのに、広告物をつくることになっているようなタイトルで良いのかと感じました。例えば理想では、「広告物の存在意義から考える景観づくり」とか、そういったタイトルなのではないかと思います。広告を掲出することは税金になるので、広告をつくってほしい気持ちはよくわかるのですが、これは景観審議会なので、景観を守るために税金を使いたいと思います。何か物をつくるためには、民間でお金が多く出ますが、守ったりすることには民間からお金が出てきません。つまり、どこが守るのかというと、税金なのではないかと思うのです。行政が守らないと守れないと思うのです。すると、やはりこの「屋外広告物づくり」というガイドラインは、広告物をつくるための冊子になっていいのかというのは、強く嫌悪感を持ちます。私たちがつくっているのは景観なのではないかと。どうでしょうか。

先ほども申し上げましたけれども、広告が世の中、社会全般に必要なだとされている現状は分かっています。が、私は必要ないと思っている立場の人です。部会では様々な方法が良いだろうと書いていただいているのですよね。すごくわかりやすいと思います。絵としてもわかりやすいし、すごく素敵なデザインがそれぞれ施されているので、かわいらしくて読みやすくなっている、それは良いですが、でも結局広告をつくることしか書いていない。景観をつくることは書いていない。ただ景観を守ることとか、農村の景観に本質的にあっているものだという前提がどこにも書いてないというのが、すごくもやもやします。広告をつくることありき、世の中に広告はよいものというような前提になってはいないでしょうか。

とは言っても、現実問題はこれをつくらなければいけないという問題もありますから、こういう方針でやることに否定はできませんが、せめてこのタイトルが「広告物づくり」じゃ

ない方向に考えられないだろうかと、今みたいな問題意識を、現実的にできなくても、そういう問題があるよねということをごどこかに据えておきながら、どこかで妥協点を見つけていくような仕事の方が良いのではないかと。この「景観から考える屋外広告物づくり」というガイドラインができたことで、景観が守られるわけではないということを私たちが、その現実をきちんと認知できているだろうかということが結構大事なことでないかなと思いました。

○事務局（阿部参事）

これまで屋外広告物ガイドラインの検討を重ねた経緯といたしましては、屋外広告物は景観を構成する重要な要素の一つで、景観の中の広告物としてまず考える必要があるという意見を頂戴しております。特に広告主さんは、景観を阻害しようとしているわけではなくて、儲けたいという意思でデザインを決めているものであり、しかしながら、その方策であるガイドラインには強制力はないし、一方で広告物の条例、許可基準があり、許可自体はできますが、広告主さんにはぜひ景観に配慮したものをやってみようと思わせるために、消費者である市民から見た看板の善し悪しについて論理的に説得できるよう説明する必要があるでしょうと考えておりました。特に今回作成する屋外広告物というのは、少し長くなりますけれども、当初は景観を守る観点というものと景観を創出する観点というものが同列、一緒くたになっていると、なかなか曖昧でわかりにくくなっているのではないかと意見も頂戴し、まずは人目線での店先のファサードデザインに特化したものと、それから別編ではどちらかというと運転手目線の、大きな建物の壁面を利用するなど、幹線道路沿道のロードサイドショップに掲げられる広告物向けのガイドラインに分けて整理し、分冊したものでございます。

この景観広告づくりでは、仙台の美しい街並みを、市民生活の質の向上や人を集める魅力として地域の活性化にもつながるように、広告物を制作する前の段階でいろんな観点から地域特性に応じた周辺環境との調和について、広告主さん、あるいは制作業者の方々に一旦よく考えていただいて、景観に配慮したデザインを心がけていただけるようにと考えたものでございます。

○不破委員

多分今の議論は、2つが錯綜しているように思うのです。まず、この2冊作ったということとは確かにそうだと思うのです。つまり、議論が錯綜してしまうから2つに分けたということとはそうだと理解できました。

店先づくりの中では、例えばのれんみたいなものとか、立て看板みたいなものが少しかわいらしく見えて、それが空間を創出する、まちのにぎわいを創出するという意味で、広告が一つ景観構成要素になっているという発言になるのは理解できます。でも、全体の話の中で、広告イコール景観構成要素であると言ってしまうと、では農村の中に点在している、つまりロードサイドショップの残念な広告も、例えば屋敷林という美しい仙台の農村の景観の背後に見えてくる残念な広告物、あれも景観構成要素になってしまいますよということが問題なのではないかと私は申し上げているわけです。すると、やはりこの2つをせつかく分けてここまで来たのだから、ここで言うところの2冊目の「屋外広告物づくり」というところ

の概念がもう少し整理されていく必要があるのではないかなというのは、今の話を聞いても思いました。つまり、整理されていそうでまだ整理されていないような、つまり今お話しただいていた話はほとんどまちの中の話で完結できている話で、そこで完結しているからまだぎりぎり聞いていられる話ではあるような気がするのですが、それと農村部やいわゆる郊外部のロードサイドショップに、そこに関係性を同じような論理展開で持つていくのは少し乱暴になってしまうような気がするので、全く別物であるということに意識を向けていったほうがよろしいのではないかなと思います。まちなかのほうではわかります。景観構成要素になっているのだということはわかります。ですので、つまり先ほどもデジタルサイネージのときに申し上げましたけれど、何となく猥雑な雰囲気も、それも一つの文化だと言う方もいらっしゃるので、そういうこともあるのかなと思いますし、でも、何度も言いますけれども、この2冊目の「屋外広告物づくり」と言っているところの農村部の広告にはそれは当てはまらないのではないかなという気がします。

○事務局（大友係長）

我々も農村地域、市街地と、あとそれ以外の景観も、仙台は様々な場所によって見られる景観の表情も違っているということは認識しているところであり、どのようにガイドラインの中で整理していこうかと悩みながら考えてまいりました。

特にこの2冊目のほうのガイドラインにつきましては、まだ現在検討中であり、事務局でも様々考えを巡らせながら、部会でまたご意見をいただき、深めてまいりたいと思います。タイトルも、いただいたご意見を参考にしながら、ご相談させていただければと思います。

○恒松会長

少し言い訳になりますが、今は会長という立場ですけれども、以前部会の取りまとめをしていた際に、前会長から、規制にしてはまかりならないというのがお題としてあり、出せる状況であれば、広告をつくるというのが許される中で、どれだけ景観を壊さないような行為になるか、という視点を持つてつくることがテーマでした。不破委員のご意見はもったもな部分もあり、検討しなくてはいけないことではありますが、もともとのコンセプトがそういう方向性でつくられたという現状があります。方向性を少し修正できるのであれば、部会での検討できればと感じました。

どうするのがいいか今すぐ出てきませんが、ご意見を参考にさせていただければと思います。

○不破委員

皆さんもどう思っているのか、ご意見を聞きたいと思います。僕は今日仙台市役所にやってくるまでの間、景色がうるさいなと思っていました。何がうるさいかなと思って、写真も撮ってきたのですが、仙台市役所の工事の白い仮囲いにたくさんの広告が、もういろんな細かい情報が張りついていて、うるさいなと思いました。こんなの何がいいのかなと思って歩いています。うるさくないですか、広告。日本は情報過多だと思うのです。私は広告に公共の財産を侵害されるのがとても嫌です。

我々は景観の立場で仕事をしているチームなので、もう少しアンテナを張りめぐらせて

も良いのではないかと、もしくは高いアンテナを張って、どこかで、きちんと戦ったほうが良いのではないかと、思ったりもします。まちで儲けようと思ったり、税金をいっぱい稼ごうと思う部署は別にあるわけですね。むしろここは景観を何としても守らなきゃいけないという、一番弱い立場、一番弱い文化とか景観を守るチームなんじゃないかと僕は思っている、ぜひ皆様のご意見を聞きたいなと思いますし、私自身は先ほど申し上げましたとおりやはり「景観から考える屋外広告物づくり」ではないのではないかなという気はしています。

○恒松会長

今の不破委員のご意見はとても強いご意見だと思いますし、多分いろいろ皆様ご意見があると思いますが、その議論はまた別の場でご意見をいただきたいと思います。まずこの2冊、ガイドラインについてのご意見をいただければと思います。

○内藤委員

質問ですが、景観広告づくりのほうですね、内容は理解をしましたが、この資料は誰を相手に出されるのかなというのが気になったところです。見たところ、看板を制作する看板会社さんとかに、こういう状況を仙台市の景観のために配慮していただけるといいのかなというふうにつくっていただいたものかと私は思っていますが、実際に看板をつくられる業者さんと、看板を依頼する依頼主さんはまた別になるので、私が仮に看板をつくりたいと思ったら、こういう内容を知らなければ、同じ費用をかけて同じ場所に設置するものであれば少しでも目立つ看板をつくりたいとどうしても思ってしまうがちですから、そういう看板をつくられる業者さんに説明をされるだけではなくて、看板をつくりたいと思う依頼主の方にもきちんとご理解をしていただくほうが、よりガイドラインに沿った形で皆さんがご理解いただけるようになるのではないかなと思うので、そのあたりはどうされるのかなというのを確認したいと思いました。

○事務局（大友係長）

メインの読み手としては、やはり看板を制作される方に、一度自分の看板をおつくりになる場所のことをよく考えていただくというのが第一と思っておりますが、看板を実際に掲出される広告主の方も、内容についてご配慮いただきたいと思っております。

事務局の想定としましては、看板を作成される業者の方が看板、広告を作成される方とのコミュニケーションツールとして使っていただき、直接その広告主の方にも読んでいただきたいとも考えております。今日高山委員にご出席いただいておりますが、広告を掲出される事業所等を営んでおられる方へもご案内するなど、多くの方に読んでいただけるように考えていきたいと思っております。

○内藤委員

これはまだ案の段階ですから、決定している状況でもないというところがありますので、出来上がったときに、ぜひ業者の方から制作依頼主の方にもこういう資料を見て説明していただきながら、うまくやっていただけるようにお願いします。

○恒松会長

他には、いかがでしょうか。

○小林委員

不破委員の話をお伺いしながら、何となく「ああ、そうか」と思ったのが、やはり景観をつくるというところですが、内藤委員の話もありましたが、皆さんご商売されている中なので、多分商店街とか、出店するところの場所のチームや団体があると思うのですね、何とか通り組合とか。多分そういった通りの商店会さんとかは、ここの商店会はこうしたいというところを、商店会さんとか組合さんごとでやはりビジョンを持っていただいて、ここはのれんの通りにしたいとか、ここはこういう店先に出てもらって外で食べてもらったりベンチがあったりしている通りにしたいのだからなと今後はつなげていっていただくと、よりこれが使えてくるというか、活用の頻度が上がるのではないかなと思うので、ぜひ看板屋さんとか出店者の方というのも重要だと思うのですが、その地域でどうやりたいというところの方にも、仙台市さんと協力しながら、ビジョンを持っていただいて、よりよい景観のまちになるように活用していただければなと思いました。

○高山委員

事務局に代わってお話しします。実は前会長だった堀先生、この店先づくりの基礎、基本になっているお考えをお持ちの方ですが、堀先生に現在、経済局さんのほうで実際にこれを実践するお店を手挙げ式で選んで、サポートしていただいています、中心部では今回8件くらい参加して、実践したのが4件くらいありました。ですが、なかなか中心部だとナショナルチェーン店さんも多く、商店街としてまとまってそういった取組をするというのは難しいところがあり、それぞれ個店対応になっています。あと今、堀先生の話聞いて、周辺部ですけれども、商店街としてぜひ取り組みたいというところから4か所くらい手が挙がっているようなので、そういった周辺部の商店街ですと、ほとんど地元のお店ですから、こういった取組をすることによって、お店もイメージアップしますし、商店街全体もイメージアップして、魅力ある商店街形成につながっていくと思うので、25年度にそういった取組をするようなので、まずいい事例をつくっていただき、それが広がっていけばよいなと思っています。

○小林委員

仙台市でやっているということですか。

○高山委員

そうです。実は仙台市以外でもやっていて、少し脱線しますが、堀先生に、東北に45商工会議所がありまして、商工会議所の専務が集まる場でご講演をいただいて、そしたら皆さん非常に感銘を受けて、岩手県なんかだと大船渡、釜石、宮古、久慈と沿岸ずっと、4泊5日で、それぞれで講演いただき、あと塩釜商工会議所さんはもう堀先生に年に何回かいらしていただいて、講演いただいたほかにお店を実際に回って実践していただいて、初めはファサードだけでしたけれども、今度は店舗内も少しの工夫で売り上げアップしますよと仕掛

けをしていただいて、それで二、三千円の少しのお金をかけただけで、今までデッドストックだった十五、六万円の壺が、1個売ればまぐれですが、二、三個続けて売れているとか、いろんなそういった実践にもつながっておりまして、そういった取組の、すぐくベースになる、素晴らしいまとめをしていただいている資料だなというふうに思います。

○事務局（阿部参事）

特に今、前回ご承認いただきました店先づくり編の構成についてはご了承いただいたところですが、これはやはりお店をやっている方、それから看板をつけている方々、あるいはこれからお店をつくらうかと、仙台市内で開業しようという方々へのメッセージだと考えております。仙台でこれから開業する、あるいはすでにお店をやっている人たちが、自分のお店に誇りを持って、自信を持っていただけるように、魅力をつくっていくと、そういう一助に使っていければいいと思っております。これらの活用をぜひ広めて、仙台をよくしていきたいというふうに考えており、経済部局、それから商工会議所、それと広告物業団体という制作者を通じまして、民間経営者でありますとか、あと商店街などに展開してまいりたいというふうに考えておるところでございます。

○恒松会長

他にはいかがでしょうか。

○山畑委員

今の小林委員のお話ですが、いわゆるエリアマネジメントの制度がありますので、それを活用して、その地域独自の景観づくり、広告物を出すのであれば何か統一するとか、そういったことも実際に行われているところもございます。そういったところで、その地域、地区の独自性をどう出していくのかというようなことをボトムアップで考えていくということは非常に大事なことだと思います。

それから、先ほどの不破委員のお話ですけれども、私も日本ってやはりアジアだなというのを感じます。一方、やはりヨーロッパに行くと、落ち着いた雰囲気が非常に心も和ませるし、いいなと。やはりそれはその地域ごとの、狭い日本ですけれども、例えばこの仙台の中でもゾーニングがかなり分かれていますので、そこの中でのあり方ということを考えていかなければいけないのかなと思います。

山岳部とか田園地域での屋外広告物のあり方というのは、例えばもう本当に極論を言えば、そういった地域では自家用広告以外は禁止するとか、そういった屋内広告物条例の中での決め方に関わってくると思います。ですから、今回のガイドラインに関しましては、現状の中でよりよいものをつくって、景観に配慮していくと。景観を考慮した中での考え方が示されているということであろうかなと思っております。

○恒松会長

他にはいかがでしょうか。

○稲葉委員

1点、「景観から考える屋外広告づくり」の目次ですが、第1章のところに「仙台らしさをまもる景観広告づくり」、第3章のところに「仙台らしい景観のための看板づくりのポイント」という言葉があって、資料の中に「仙台らしい」とか「仙台らしさ」という言葉がたくさん出てきます。

仙台らしさについては、3ページのところに、第1章に「都市（まち）と自然（みどり）が共存し調和している風景は、杜の都 仙台が誇る「仙台らしさ」となっています」ということで、ある程度これが定義になるのかなあと考えて拝見していますが、では仙台らしい景観というのは、どういうものが仙台らしい景観なのか、という定義が少し探しにくいので、わかりやすくどこかに書いていただけるといいかなというふうに思いました。

○事務局（田原主任）

いただいたご意見のとおり、第1章のところで記載している都市（まち）と自然（みどり）が共存し調和している風景というのが仙台らしさと考えていて、アンケートからも緑豊かで美しいとか、豊かな自然に囲まれているというのを仙台らしさと認められていることを記載していますが、表現方法についてはいただいたご意見を参考に検討していきたいと思っています。

○恒松会長

仙台の景観計画が上位にあるので、そこで示されているものから外れると、そもそもの計画が成立しなくなるというのがあるので、景観計画をベースに、その中に景観をコントロールするものとか、店先をつくる提案の仕方などの基本になっているので、表現もできる範囲のことになってしまう気はしますが、今皆さんからいただいたご意見を忘れないように、次の作業に移りたいと思います。

そろそろお時間になってきましたが、ほか、皆さんいかがですか。

○佐々木（和）委員

最後、使い方の部分ですね、公表する際に、中には当然書いてありますが、誰にどういうふうに使ってほしくてという前提を、中に入る前のところに記載しておいて、それをこういうふうに使ってほしいというのをしっかりお伝えするということが大事なかなというふうに思いましたので、そこはよろしくお願いします。

○恒松会長

事務局、その辺は議論になっていますけれども、明確に何かアイデアみたいなものはありますか。

○事務局（阿部参事）

まず、活用の対象というよりは、仙台市でまずこの冊子を作ったときに、市の印刷物配布とホームページの掲載だけでは当然足りないだろうというふうに思っており、それこそ先ほどビューポイントの話もございましたけれど、民間の情報誌であるとかマスメディアさん等にも取り上げていただくなど、あとはガイドラインのページにスマホですぐアクセス

できるようなQRコードの配布や、多方面での広報の仕方、発信の工夫というのを併せて考えていきたいと思っております。

○恒松会長

ぜひお願いいたします。

では、時間なので、様々なご意見をいただいたところで、景観をどう考えるかというのも、またこの審議会ですら少しご議論できる場が取ればいいなと、不破委員の意見を伺いながら思っておりましたけれど、まずは今回の報告いただいた点に関しては、皆さんから様々なご意見をいただきましたので、それを踏まえて進めていただければと思います。

それでは、本日の議事につきましてはこれで終了にさせていただきたいと思いますが、何か最後にご意見等ありますか。よろしいですか。

(委員了承)

○恒松会長

それでは、進行を事務局にお返ししたいと思います。

3. 閉会