

令和元年度 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 令和元年8月9日 金曜日 10:00～11:30
会 場 仙台市役所本庁舎2階 第4委員会室
出席委員 杼窪 昌之委員、馬場 たまき委員、舟引 敏明委員、
山畑 信博委員
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 街並み係長
宮城野区街並み形成課 街並み係長
若林区街並み形成課 街並み係長
太白区街並み形成課 街並み係長
泉区街並み形成課 街並み係長

【議事】

1. 開 会
2. 挨 拶
3. 議 事

<審議事項>

- ・屋外広告物ガイドラインの検討について

4. 閉 会

【議事録】

1. 開 会

司会 ・令和元年度第1回景観総合審議会屋外広告物部会を開催いたします。

2. 挨 拶

司会 ・部会の開会に当たり計画部長の反畑よりご挨拶を申し上げます。

計画部長 ・(部長挨拶)

司会 ・続きまして、舟引部会長、ご挨拶をお願いいたします。

舟引部会長 ・仙台市の次期総合計画の議論の中で、私は仙台が国際競争力を持つためには国際的に通用する美しい都市である必要があるし、風格や品格が必要であるという非常に抽象的な意見を申し上げております。その風格や品格のかなりの部分を占めるのが屋外広告物のしつらえというようなイメージで発言をさせていただいております。その中身をこの屋外広告物

部会で作らなければいけないという気でおりますので、ご協力方お願いいたします。

司会 ・本日の屋外広告物部会ですが、委員の方4名ご出席いただいておりますので、会議は成立しております。
(配布資料確認)

舟引部会長 ・議事に入る前に、議事録署名委員ですが、私と、今回は馬場委員にお願いいたします。

3. 議 事

舟引部会長 ・本日の議事は、屋外広告物ガイドラインの検討についての1点です。
・前回の屋外広告物部会では、事務局よりガイドラインの目的や今後のスケジュールに関するキックオフ的なお話がありましたが、本日は、ガイドラインの検討を進めるに当たりベースとなる現時点での屋外広告物に関する取り組み状況や、そこから見えてきたガイドラインの必要性などについてご説明をいただけるとのことでございます。

事務局 ・(資料説明)

舟引部会長 ・かなり複雑な内容を、相当分かりやすくご説明いただいたのではないかと思います。元々が複雑ですので、まずは仕組み等について疑問点があれば、それを話していきたいと思います。

杼窪委員 ・業者等は素直に屋外広告物という単語の意味が理解できるのですが、一般の方やクライアントの方にとって、屋外広告物という単語は果たして浸透しているものなのでしょうか。業者である私がこんなことを言っただけですが、最近、我々の業界でも、屋外広告物と書いて括弧して看板と記載したりしています。屋外広告物ガイドライン作成に当たり、そうした方が一般の方には分かりやすいのではないのでしょうか。

舟引部会長 ・事務局も少し困ってしまうかと思うのですが、本日ご説明いただいた内容を見ていると、プロですらよく分からないような部分があります。屋外広告物だけではなく、景観行政も含めて、元々の制度から出発して細

分化されてきているので、今度はアウトプットを整理するとき、一元的にみんなに分かるような形で、景観計画も含めて全般的に説明できるようなツールまでたどり着かないと、分かりにくいのではないかと思います。今日の説明資料で全体を理解するのはかなり無理な話だとは思いますが、この場ではきちんとその仕組みをご理解いただいた上でご議論いただかないといけないという意味で、あえて詳しく資料の説明をされたのだと思います。

- なぜこのような難しい体系になっているのかという事について別の立場で補足説明をします。時系列順にご説明をされたのが一番分かりやすいのですが、屋外広告物に関する規制というのは戦前からありました。広告物取締法という国の法律で、今の屋外広告物法と異なり、美観風致の維持や危害防止以外にも安寧秩序や善良風俗の保持が目的に含まれていたため、戦前は思想の弾圧の手段として使われた部分もあったやに聞いています。
- 昭和 24 年に新屋外広告物法という法律ができたのですが、この目的は 2 種類。一つは美観風致の維持、要するに都市がきれいかきれいでないか。もう一つは安全です。街に対して美しいものとして寄与しているかと、落下して事故が起きた事件も最近ありましたが、屋外広告物そのものが安全かどうかということの 2 点しか屋外広告物法は対象にしていないのです。屋外広告物に表示される内容については一切ノーチェック、チェックしてはいけない領域になっています。屋外広告物法は、表示される内容には立ち入らないのですが、やはりきれいな日本をつくりたいということで、戦後すぐにつくったという形の法律です。
- しかし残念ながら、屋外広告物法は全部、都道府県の権限に属する法律でした。建築確認などとは違い、必ずしも一個一個、個別に法律のチェックがあるというものではなく、違法な屋外広告物を掲出されても行政側にマンパワーがなく、それらをなかなかチェックできない状況でした。都道府県の仕事となれば、出先がそんなにたくさんあるわけでもなく、なかなかうまくいかず、世の中に違法な屋外広告物が氾濫をし、ごちゃごちゃになってしまいました。
- 一方で、景観、風致、美観は都市計画法の中にあっただけですが、何がいい景観かということに対して、どのようにコンセンサスを得ればいいのか、それを法律で規制するのはいかかという議論がずっと続いていて、ようやく景観のコントロールをしようということでできたのが平成 16 年の景観法です。単に景観法をつくっただけではなく、景観緑三法といって、景観法と屋外広告物法の一部改正も含めており、ここで初めて都

市全体の美しさを緑も含めてコントロールするようにしようという法律が、自治体主導で国がつくらされたというような形でできました。

- ・本当はここできれいに景観と屋外広告物を一本化するようなことができればよかったのですが、なかなかそうまではいかず、今まであった屋外広告物の仕事の上に、景観を乗せているという形になっています。許可地域・禁止地域の上に、広告物景観地域があるというのは、このためです。景観計画を市がつくるのに合わせて、屋外広告物法の中の景観法対応の上乗せ規定として広告物景観地域をつくり、事業的にやる部分には広告物モデル地区というものをさらに上乗せしたという体系になっています。そのように考えていただくと、多少理解しやすいかと思います。
- ・そうした上で、対応が十分ではないAゾーンやBゾーンについて、今度は規制ではなく、こんなふうにしたほうがよいという誘導のための指針を市の中でつくり、様々な場面で活用したいという趣旨です。
- ・今申し上げた話は、私が景観緑三法の立法に携わっていたためよく分かるのであって、実際に市民の方々、建築物や屋外広告物をつくる方々に分かりやすいかという点、そうではありません。条例も2つか3つぐらいに分かれていて、それぞれのところで別のページに規制が書いてあったりしているため、今回はこれも一元化できるようなことも最終的なゴールにしていけないと、分かりにくいまま、今回のガイドラインがつながっていくのではないだろうかという気がしております。最終的なゴールに行く前に、まずこの足りないところをきちんと議論し、アイデアを出していこうではないかという位置づけです。

山畑委員 ・ 今回の屋外広告物ガイドラインのカバーする部分が、許可地域の中の少し足りない部分だということなのですが、禁止地域の自家用広告物も重要なのではないかと思います。自家用広告物以外は禁止されているし、許可手続きも不要であり、行政がノータッチの部分になってしまっているのですが、オーナーさんが参考にできるようなもの、今回のガイドラインなのか、別なものなのかは分かりませんが、そのようなものが今後必要になってくるのではないかと思います。

事務局 ・ ご指摘のとおり、禁止地域なので、自家用広告物で7㎡以下までしか掲出できず、許可申請の手続きが要らない地域ではありますが、第一種許可地域というのが、どちらかというと市街化調整区域や都市計画区域外などの禁止地域と近い部分があるのかと考えていますので、第一種許可地域で目指すべき姿を示すことによって、禁止地域でも参考となるような

ものをお示しできるのではないのかとっておりました。

山畑委員 ・そうすると今回のガイドラインでは、禁止地域のオーナーさんたちにも参考になるようなものがつくれるのではないのでしょうか。

舟引部会長 ・禁止地域の自家用広告物であまりデザイン的によろしくない屋外広告物はあるのでしょうか。現実にあるのであれば、考えないといけないかと思えます。

事務局 ・これから情報収集をしていく中で、その辺も調べてみたいと思えます。

馬場委員 ・ガイドラインを検討する上で確認をしたいのですが、今ある禁止地域の線引きについては、今後見直す余地があるものなのでしょうか。また、規制の内容のほうも、今後ガイドラインを活用することで少し融通を利かせる、或いは緩めるというよりは、規制の内容自体も少し変わっていく可能性があるということなのでしょうか。

事務局 ・禁止地域等の線引きについては、用途地域によって変わっていくという部分があります。例えば、今まで市街化調整区域だったところが第一種低層住居専用地域に変わったとなれば、第一種許可地域が禁止地域に変わるというケースも今後出てくると思えます。禁止地域というのは、例えば都市公園や風致地区などで、そういった地域が拡大されていくという事になれば禁止地域も自ずと拡大していくような形にはなるかと思えます。

・都市公園は基本的に禁止地域なのですが、現在、禁止地域の見直しということで考えているのが、Park-PFIを行っている都市公園です。市民の方にもっと使ってもらおうと、施設を誘致したりしていることもあり、そういった施設を案内する看板や、施設名称の看板が禁止地域の制限である7㎡では足りず、基準を超えて掲出をすることとなる場合も想定されます。仙台市では、都市公園で市長が指定する区域を禁止地域から除くことができるとしていますので、その都市公園のところを禁止地域から除外するという方法もできますし、ケースによっては特例許可という形のほうがよければ、そういった形で認めるということも考えられるのではないかと考えております。

杼窪委員 ・足りない部分を補うということでのお話だったので、その足りない部分

を皆さんで話し合っていくのが一番ベターな方法なのですが、誘導していくという方法について考えると、違反をやったから捕まった、或いは罰則が適用した、というのが一番簡単な誘導方法なのではないかと思っています。

事務局 ・これまで罰則を適用したケースはなく、話題になったのが、以前、青葉通にあったカラオケマンモスです。壁面の3分の1を超えるようなゾウさんの絵がいっぱい描かれてしまっていたため、強い指導をし、3分の1以内に消していただいたというケースはあります。しかし、違反といっても幾つかケースがあります。1つは、例えば今言った3分の1を超えるような実態としての違反というのもありますし、あとは基準以内のものなのだけれども、たまたま手続するのを忘れていて、手続違反もあります。それなりに指導はしてきておりますが、罰則の適用まで至ったケースというのはこれまではないと思っております。

埴窪委員 ・この考えが正しいとは思っていないのですが、指導をした、というような事例の方が効果があるような気がします。

舟引部会長 ・先ほど申し上げたように、都道府県の権限だと、手や目が足りず、そこまでできないのが実情なのですが、それを受けて、景観法をつくった平成16年に、屋外広告物法も合わせて改正をしています。改正の一番大きな点は、景観計画をつくることのできる景観行政団体が、自分のまちの屋外広告物について自分で条例を作り、自分で規制ができるようになったという点です。政令指定都市、中核市は元々景観行政団体なのですが、それ以外の市町村も景観行政団体となることができます。今まで県に頼んでも全然やってくれなかったことについて、自分のまちで条例をつくり、規制をかけられるようになったことで、きめ細やかに街を見れるようになり、指導が行き届くようになりました。よく出てくる京都の例のように、本気を出して屋外広告物をきれいにしようと言ってマンパワーを導入し、かなりの屋外広告物をきれいに撤去した事例もあります。本気の示し方が、必ずしも摘発してやるということではないのかもしれませんが、区役所も含めてきちんと屋外広告物を見ていますよ、それで屋外広告物についてルール定めて、それにきちんと従ってくださいね、ということが通常の行政の中で動いていれば、恐らく同等の効果が出てくるのだと思います。どうしても言うことを聞かない人がいたら、何かしないとイケないかもしれません。

- ・ガイドラインの趣旨というのは、法律と条例を守っているのだけれども、なお、もう少し配慮をして欲しいという屋外広告物を指導するための理屈や根拠なのだと思います。

事務局 ・平成 28 年の 1 月だと思いますが、景観総合審議会のほうから、今後の屋外広告物施策のあり方ということで提言書をいただきました。その提言書では、今までの規制だけではなく、これからは誘導、協働、活用といったところにも取り組むべきだという提言をいただきました。活用や協働という取り組みをしていくためにも、誘導すべきものは、どういうものなのかという方向性がなければ、その先に進めないのではないかと考えています。今回はその第一歩として、誘導すべき方向性を示す屋外広告物ガイドラインを作成していきたいという思いがあります。今回お示したような体系の中で不足している部分を補っていくようなガイドラインをつくっていきたいと考えています。ガイドラインをつくるに当たり、こういった点も重要なのではないか、こういった点も加えたら良いのではないかというようなお話があれば、いただければと思っております。まだどういうものになるのかということをお示ししていない中で意見をお願いしても難しいかと思っておりますので、このような方向性でよろしいのかどうかについてご意見をいただき、スタートを切りたい思っております。

山畑委員 ・条例の文言の中なのか、“過大なもの”や“できるだけ集約”など、定性的な表現の基準になっていると書かれておりますが、このあたりの文言を修正するような条例改正を行う必要はないのでしょうか。

事務局 ・資料の 9 ページのお話でしょうか。

山畑委員 ・そうです。

事務局 ・この 9 ページの中身というのは、景観計画に書かれている内容でして、景観計画に書いている内容を具体的にしたもののが、屋外広告物条例に定めている広告物景観地域の規制内容です。10 ページのところに広瀬川周辺ゾーンの例を示しているのですが、景観計画で定性的な表現にしている部分について、屋外広告物条例において具体的に大きさの基準を定めているという立てつけになっているため、景観計画に書いている文言は特に修正する必要はないのかと考えています。広告物景観地域で示して

いる具体的な定量的な基準の他に、さらに誘導すべき事項を今回ガイドラインの中で記載していきたいと考えています。

山畑委員 ・ 了解しました。景観計画の内容が定性的であることで、屋外広告物の許可申請の段階で現場の担当者の方が判断に困るようなことというのはあるのでしょうか。実は他県でそのような事例が幾つかありまして、最近、改正をしましたので、この機会にそういうものがあれば改正した方がいいのだらうと思いました。

事務局 ・ 部会とはまた別な議論で、景観総合審議会の中で今後の景観施策のあり方について、色々ご議論いただいているのですが、当然その中に景観計画の見直しも含まれています。景観計画の見直しをしたほうがいいのではないかというお話であれば、見直しをかけてもいいのかなと思います。

舟引部会長 ・ やはりこれも重層的になっているところで分かりにくい世界なのだと思います。10 ページは景観計画の内容に関する記述で、広瀬川周辺ゾーンなどの4つの景観重点区域のゾーニングが示されています。それと同じゾーンに、一対一対で対応するように、広瀬川周辺ゾーンなどの4つの広告物景観地域が指定をされています。景観計画の中では、過大なものという抽象的な表現になっているのですが、屋外広告物条例に基づく広告物景観地域の許可基準では、表示面積は壁面の3分の1以内までですとか、高さは5m以内とするなど、具体的な数値基準に落とし込んであります。景観計画と屋外広告物条例、この2つが合わさって、ようやくこの紛れがなくなるような立てつけになっています。景観計画で景観重点区域となっているところには、この数値基準があり、現場が迷わないようにはおそくなっているのだと思います。ただ、この数値基準がいいのか悪いのかは、また別の議論です。この基準以外の部分について、というのが今回の目的かと思います。ここには広瀬川周辺ゾーンのみしか示されていませんが、それ以外の3つのゾーンについても、細かい基準が書かれていると承知しています。

馬場委員 ・ 17、18 ページに他都市の事例を紹介していて、地域ごとという部分を参考にされたいということなのですが、地域というのは禁止地域や許可地域のこの枠組みを示しているのでしょうか。それとも、もう少し小さい単位で考えていらっしゃるのでしょうか。

- 事務局 ・ 景観重点区域はそれぞれ4つのゾーンごとに、景観形成の方針や屋外広告物の方向性が細かく示されています。景観重点区域以外の部分については、禁止地域、第一種・第二種・第三種の許可地域があるのですが、大半は第二種許可地域であり、その第二種許可地域という大きなくくりの中でも、拠点的な泉中央や長町のような場所もあれば、一般的な住宅地、工業専用地域もあるというのが実態です。我々はまず初めに、方向性がある程度はつきりしている都心部の上乗せのガイドラインのようなものを作成し、その次に、それぞれの地域ごとの特性に応じて場所を例示しながら、誘導していく方向性を地域ごとに示していきたいと思っております。
- 馬場委員 ・ ある程度、優先順位があるということで、今後お出しいただけるということでしょうか。
- 事務局 ・ 都心部の建築物がそろそろリニューアルしていく時期に入ってきていますので、誘導できる良いタイミングであると考えております。まずは都心部分がどうあるべきなのかということをお示ししていった中で、その次のステップとして、都心部以外の部分についてどのように誘導していくべきなのか、おそらく様々な地域特性があるかと思っておりますので、その特性をお示した上で、こういう方向性で、というような形になるのではないかと考えております。
- 舟引部会長 ・ 馬場委員が疑問に思われたのは、16 ページにおいて、「地域」という言葉が、広告物許可地域の「地域」と泉中央などの「地域」ということで、2種類の別な意味で使われているためかと思えます。別のゾーニングのイメージとして使っているのだとすると、言葉を使い分けていかないと、それでなくても混乱をしそうなところがありますので、言葉の使い方を考えていただければと思えます。
- 山畑委員 ・ 今回のこのガイドラインの方向性は、これでよろしいかと思えます。現在、オリンピックに向けて、東京都が中心となり、プロジェクションマッピングが実証実験されるなど、プロジェクションマッピングによる屋外広告物が増えることが想定されます。このガイドラインとは別なのかもしれませんが、今後を見据えるとプロジェクションマッピングに対する考え方も少し考えておく必要があるのではないかと感じておりますが、

いかがでしょうか。

- 事務局 ・ 荒井東にG I G Sというライブホールのある建物があるのですが、建物の壁面にプロジェクションマッピングみたいな形で、映像を映し出すということが先日行われました。そのときは、許可基準内である壁面の3分の1以内の掲出であったということで、許可をとられたと聞いています。掲出目的や掲出者も含めて、それに公益性があったり、賑わいの演出につながったりなど、特例許可として認められるものであれば、最初は特例許可という形で実績をつくっていきたいと思っております。件数がかかなり多くなり、毎回、特例許可という形になるのであれば、そのときは具体的な基準をつくるというようになっていくのではないかと考えております。
- 舟引部会長 ・ プロジェクションマッピングのように、今まで全くなかった類いの屋外広告物が出てきて、従来の規定をそのまま適用すると読みづらいというものについては、おそらく国のほうもそこまでギチギチとやらなくても良いのでは、という柔軟な考えはあるのだと思います。何が出てくるのかがある程度分からないと対応もなかなかしにくいという、両睨みのような感じになるのではないのでしょうか。今の特例規定は、このためだけにあるのでしょうか。
- 事務局 ・ プロジェクションマッピングだけではなく、今の基準に合わない場合には特例許可をします。壁面の3分の1以上の面積に映写したいという話なのであれば特例許可になりますし、高層建物の低層部に映すという話であれば、許可基準内である壁面の3分の1以内でおさまってしまうという可能性もあります。そうすると一般的な許可になります。映す映像の中身までは踏み込めない部分もありますので、今の基準に合わない場合ということで特例で認めるということは考えられます。
- 舟引部会長 ・ そうすると、特例許可の申請があれば、屋外広告物条例上、この屋外広告物部会の意見聴取があるなど、手続きを一個一個踏むということになるわけですね。屋外広告物部会の意見を聞いて、果たしてその屋外広告物がいかななものかという議論や手続きを踏み、その数が重なってきた時に、新しいルールづくりをするという進め方になろうかと思えます。
- 山畑委員 ・ 面積に応じて手数料を徴収するとなると、相当な額になる可能性もある

かと思いますが、そこは大丈夫なのでしょうか。

- 事務局
- ・掲出する目的にもよりますが、手数料の減免規定が規則の中にありますので、例えば商店街が地域おこしのために何かそういうものを掲出したという事であれば、許可の手続はとっていただきますが、手数料の減免も可能ではないかと思っております。
- 舟引部会長
- ・特例許可は屋外広告物部会マターですが、手数料の減免は市長が決めればいいことになっています。もちろん屋外広告物部会がオーケーを出さないような屋外広告物は特例許可にならないので、同じことではありませんが。
 - ・私からも一つ、冒頭にも申し上げたのですが、今回のガイドラインは、きれいな方がいいからといった漠然とした目的ではなく、何のためにやるのかという目的意識を明確にしていけないといけないと思っています。きれいな方がいいから、無い方がいいから、などといった漠然とした目的で行政が行うと、統一感の無いような話になり、それでは抽象的な結果にしかありません。冒頭の挨拶で申し上げました、風格や品格のあるまち。それは何のためにやるのかというと、世界的に美しいまちで有名になった仙台市で、結果的に仙台のまちに経済効果が返ってくるのだということのためです。そういうロジックでまちをきれいにしていき、そのきれいなものを見に世界中から多くの人が訪れ、交流人口が増えるという作り方です。闇雲にきれいなほうが良いということだけでは、なかなか受け入れられるのは難しいのではないかと思います。総合計画で申し上げていて、これは景観総合審議会全体に関わることではあるのですが、それを常に意識してやっていかないと、これからあまりよろしくない事例の写真や実例が出てきたときに、これをどう判断するのか。美しいか、美しくないかというところの判断をするのは、この部会にかなり預けられているところがありますので、仙台らしさや仙台が持つべき美しさというものを、それぞれ委員の皆さんが、どのように思われていて、どのようになったらいいのか、悪いのかということも目的に合わせて考えていかなければならないと思うのです。そういう点で何かご意見ありませんでしょうか。
- 杼窪委員
- ・町田の例を見ていたのですが、要は人通りの多いところということですね。どの都市も、人通りの多いところは、意外と屋外広告物をごちゃごちゃ、汚くなっている可能性があります。人が多いために、それが意外

と景観とマッチしているというところがありますので、そういう意味では仙台市の場合は駅前が一番当てはまるのだらうと思います。その次に人の多いところというところ、東西線、南北線も含めた地下鉄の駅周辺が思いつきました。駅の周辺は電車自体が見えないというところですので、ごちゃごちゃが似合うような駅前ではないわけですから、地下鉄の駅周辺についても何か誘導するという可能性があり得るのではないかと思います。

舟引部会長 ・海外でいいところは、どんな感じなのでしょう。

杼窪委員 ・パリは景観上、屋外広告物が少ないと言っているのですが、実際は1階、2階のテント広告などが意外とごちゃごちゃしていたりします。パリのほうは、そういうイメージがついていますが、やはりそれもそのまちの持つ特性なのかと感じています。

・香港もその類いなのかと思います。バンコクは屋外広告物規制がかなりルーズで、人口の割には大きな屋外広告物がいっぱい立っています。200mぐらいの高層ビルの全体に、一つの屋外広告物が掲出されています。それはそれでマッチしているかなと思っています。

・ただ、そのような屋外広告は仙台には似合わないと思います。やはりヨーロッパ型を目指すのではないのでしょうか。アメリカもどちらかというと、近年はヨーロッパ型を目指している感じになってきていますし、全国どの都市もヨーロッパ型を目指しているのかもしれませんが。

舟引部会長 ・サインデザイン協会など美しい広告物を目指している人たちは、やはりドイツやフランスなどのヨーロッパを見本でやってきているのでしょうか。

杼窪委員 ・仙台の場合は、舟引部会長が言いましたとおりドイツ型かと思います。ドイツは緑と都市がマッチしているという印象です。

馬場委員 ・どの自治体もそれぞれの特徴と良さを生かしながら、努力されているのだという点はもちろん感じますが、仙台らしさと言われたときには、アーケードの景観、空間がやはり一つの特徴、シンボルなのだと思います。優先順位ということであれば、まずはアーケード内を快適に通行することかと思っています。ベンチの配置や、お店の前、おそらくグレーゾーンのところにお店の商品や看板を出すところはどうしてもあるので、

そのようなところもちろんというところだと思います。

- ・議論がまた戻ってしまうのですが、14 ページのところでお示しいただいたような、ある意味業者さんにお任せしている部分が、今後、仙台市のほうでこのガイドラインを整えるということで、どれぐらいのスパンで刷新するとお考えなのかが少し気になっております。新規のものに対して誘導や指導をしていくというのは確かに大事なのですが、もう少しスピード感を持って、取組むことはできないものなのでしょうか。例えば、今屋外広告物を掲出している方々に、ガイドラインができましたので、この機会に見直しはいかがですか、というようなことはできるものなのでしょうか。

- 事務局
- ・あくまでもガイドラインは許可基準ではなく、誘導基準なので、お願いベースでしかないと思っています。相手がそのお願いを聞いてくれるタイミングというのは、耐用年数が間もなく来たり、そろそろ新しくしたほうが良いと思っている時だと考えていて、そのタイミングであれば、ガイドラインに従っていただけるのかなと思います。
 - ・継続許可申請というのは、3年ごとに申請されますので、そのタイミングで、これもお願いベースでしかないのですが、仙台市で今度こういうガイドラインをつくったので、見直すときにはこういうふうな配慮をしていただけるといいのですが、といったお願いはできるのではないかと考えています。

- 馬場委員
- ・これまでも何度もそのようなようにご説明いただいているのですが、例えば資料 14 ページの中央の写真、第二種許可地域のあたりは、やはりどう見てもひとり勝ちしようという意気込みだけが感じられるというような屋外広告物に見られるので、本当に美しくはないと思います。例えば仙台市はこのエリアをこういう基準で屋外広告物を誘導しているのですよ、みたいなものをあえて立てるだとか、何かこれまでと若干違ったような動きというもの、なお検討してほしいというのがお願いです。

- 舟引部会長
- ・スポット的にここをどうにかしたいという話と、相当大きな面積に広がっている部分を一律に許可地域・禁止地域の許可基準を高くするという話と、おそらく難しい部分がどうしても出てくるのだと思います。やはり沿道のこの手の屋外広告物は、日本全国どこに行っても決して美しいとは言えない代物です。本当はどうにかしたい気はするのですが、ただ、どうにかするためにも、どのような屋外広告物がいいのかという、美し

さの物差しをまずつくっておかないといけないという話になります。先に物差しをつくって、場合によってはルールも変更してやろうじゃないかというところまでお考えかどうかは分かりませんが、本当であれば、物差しをつくり、それを強制できるようなルールまで踏み込んでいくのがベストかと思います。ただ、現実を見たときにどこまでそれが見込めるのかというところは、行政のほうでご判断をいただく世界になるのだと思います。

- ・次のステップで、具体の写真やエリアのゾーンを見て、これが良いか悪いかという議論をし、判断していかなければいけません。そのためには事務局側がどういう判断基準を持てばいいのかというところも気になります。

梶窪委員 ・高橋課長は重々ご存じだと思いますが、14 ページの乱立している屋外広告物というのは、貸し看板業という代理店がいるのです。当然ながら、屋外広告物を掲出したい人たちから土地の持ち主に対し、直接声が掛かることが仮にあったとしても少しばかりで、ほとんどは貸し看板業という代理店がここに出しませんかと声を掛ける形で、掲出されています。その土地に10の家賃を払うのであれば、自分は看板製作代と20の家賃を取っているという屋外広告物がほとんどです。その辺も誘導していく狙いではないかと思います。

舟引部会長 ・そういうときの許可申請については、誰が許可申請者になるのですか。

事務局 ・代理店です。

舟引部会長 ・代理店がやるのですか。屋外広告物を掲出したい人が許可を受けるわけではないとすると、代理店が言うことを聞かなかった場合、そのままになってしまうわけですね。

山畑委員 ・このガイドラインは、業者の方たちだけではなく、一般の市民の方にも知っていただき、ここは何かおかしいのではないかなど、そういったことにも気づいてもらえるような方法も考えていただきたいです。関わる人たちだけではなく、一般の仙台市民のみなさんが仙台のまちの風格、品格というものを考え、自分たちのまちとしてつくり上げていくという一体化したような活用も含め、今後、検討していただければと思います。

舟引部会長 ・次に何をするのかという、一番最後のスライドを再度ご説明していただけますでしょうか。

事務局 ・今回、屋外広告物の取り組みだけで、単独で成り立つものではありませんので、上位・関連する計画として、舟引部会長が参加されている次期総合計画や、景観施策のあり方を検討している景観計画など、現在、動いている議論の状況についてお話しします。その議論の中では、「めざしていく街の姿」について話されている部分がありますので、ここをご紹介しますことで、広告物でどのようなことができるのかといった議論ができるのではないかと考えております。

舟引部会長 ・事務局は今後どのような作業をするのでしょうか。

事務局 ・事務局では、優れた景観配慮の方法やデザイン手法という一個一個の取り組み、どんなことができるのかということを、まずは要素の素材集めとして収集作業に取りかかりたいと考えています。それで、「めざしていく街の姿」で出てくる体系として、どのような整理ができるのか、その整理に基づいて使える要素を引っ張ってくるというようなことを後で突き合わせができると思いますので、まずは事務局のほうでは、体系はないにしても、要素を収集する作業というのを行いたいと考えております。

舟引部会長 ・私から一つ言いますと、対応が十分ではないAゾーンやBゾーンというすき間があって、そのすき間を埋めなければいけない現実とはどのようなものがあるのでしょうか。おそらく、行政の仕組みは不都合があって、それを改善するために動くものですが、現実には本当にそのような不都合が存在しているのかどうかというところを実はまだ議論をしていません。すき間がありますからそこをうまく埋めたいと思いますという話だけでは十分ではありませんので、仙台市のまちに対して、どのように相応しくない屋外広告物が存在しているのかなどの現実には起きている不都合や不具合を抽出していただきつつ、一方では、この優れた景観配慮の方法やデザイン手法ということを収集するという、その2つを突き合わせてみないと、このキックワークのゴールは見えてこないような気がしますので、そこをぜひお示しいただきたいと思います。

・次は具体の作業と実例を見ながら、どんな方向性があるのかという議論になるかと思っております。事務局は大変かと思っておりますが、ぜひそのあ

たりのところをよろしくお願ひしたいと思います。

4. 閉 会