

令和元年度 第2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2年1月27日 月曜日 14:00～16:00
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、並木 直子委員、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2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まして、計画部長の反畑よりご挨拶申し上げます。

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 ・仙台市は総合計画の見直しということで、今年度に総合計画を、来年度に実施計画をつくる予定になっています。私も議論に参加をしており、「風格のあるまち」や「品格のあるまち」など、そういう言葉を申し上げてきています。視点としては、仙台市はこれから10年間、震災復興から一段落し、次のステップへ進むときに、国際間競争に戦えるような都

市仙台として、世界からいろいろな人が訪れ、ここに住み、ここで働くような、そんな街にするためには、やはり世界目線で環境、景観、緑などが優れたまちになってほしいと、そういう期待を込めて総合計画ではいろいろ申し上げております。

- ・一方で、品格や風格と言っても、具体的にどのようにすればいいのかということについては、この部会で考えていただかないといけません。品格・風格を持たせるために仙台市の屋外広告物はどうかあるべきか、そういう視点でご意見をいただければ、よいガイドラインができるのではないかと考えております。

司会 ・本日の屋外広告物部会ですが、委員5名の皆様ご出席ですので、会議が成立しております。

(配布資料確認)

舟引部会長 ・議事に入る前に、議事録の署名委員ですが、私と、今回は山畑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、ガイドラインの検討に向けベースとなる、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きました。
- ・本日は、その議論の結果、市内で実際にどんな不具合や不都合が起きているのかということについて、事務局のほうで抽出し、理由を付記してもらおうとともに、好ましい印象を受けるものなどを対峙させていただきたいと考えております。
- ・今後のガイドライン作成の作業につながる重要な部分になるかと思いますので、風格・品格のある広告物とするために、事務局の準備した不都合等の考え方に過不足はないか、更にはよい手法がないかなどとお考えいただければと思います。

事務局 ・(資料説明)

舟引部会長 ・不都合、不具合について、もっとこんな視点もあるのではないかと、配慮事項の参考として広告物モデル地区の制限も挙げていますが、取り入れたほうが良い視点や、こんなことをしたほうが良くなるのではないかと、

などのご意見もありましたらお願いいたします。

- ・なお、今回の不具合はかなり大胆に踏み込んで、いろいろな例示を挙げさせていただいております。あくまでも今回は例示ということで、こういう具体の事例を挙げたところで、本当のところ、どのように判断すればいいのかというところは結構難しいポイントです。気のついたところから順にでも構いませんし、ご意見をいただきたいと思います。

- 杼窪委員
- ・屋外広告物が、仙台らしさや仙台の風格に繋がるというようなお話があり、もちろんその通りだと思いますし、ぜひそうしてもらいたいと思う反面、都市間競争ということを考えると、仙台らしさだけを求めていった場合、かえって取り残される可能性もあります。そこも踏まえて、東京の真似をすればいいというわけではないですし、だからといって東京の景観を無視するわけにもいきません。その辺の観点を少し違った形で見ていけばいいのではないかと思います。
 - ・東京のいい例、きれいなところを考えたときに、上野の美術館を初め、いわゆる昔で言う山手側というようなイメージがあります。しかし、ごちゃごちゃした浅草界限も無視はできません。
 - ・今の写真を見ると、行政側からストップをかける方法は幾らでもあると思います。のぼり旗に関しては、どこにつけるかという問題もありますが、道路側に掲出したら完全に違反ですので、行政側で取り締まることができます。置き看板は、道路側に出たら完全にアウトです。取り締まりを強化すればできるのではないかと思います。
 - ・もし行政側の人手が足りないのであれば、そういうプロもいらっしゃいますので、委託をして取り締まりをすれば、人手不足も防げるのではないかと思います。

- 舟引部会長
- ・他はいかがでしょうか。

- 並木委員
- ・今発表していただいた気になる事例は、仙台市の職員の方が見て歩いて集めていただいた事例ということでいいのでしょうか。（「はい」の声あり）たくさんあって、すごいです。とても参考になりました。
 - ・1つ、統一して気になったのは、1階、特に低層階の窓ガラスに貼り物をしている広告物です。中が見えないようになっているのは、大体いい印象を持たないという形になっているのかと感じます。今、仙台市のほうでも、定禅寺通や青葉通など都市部、まちの中のいわゆる公共空間的なところの使い方が議論されている中で、人が歩きたくなるまちって何

だろうということが言われているかと思います。その中でもやはり居心地がよく歩きたくなるまちというのは、1階部分が魅力的であって、さらにガラス張りになっていて中が見えるということが大事なのではないかと思います。これは世界的にも言われていますが、割とすぐに改善できることなのではないかと思います。

- 私も広告の仕事をしていて、こういう看板をつくったりしています。仙台市が感じている、いい屋外広告物と同じ認識でしたので、よかったと思いました。しかし、一定数、気になる屋外広告物をよしとする人がいて、それをどうやってこちら側に誘導するのかという事については、私たちも苦慮しています。しかし、その人たちも、センスが悪いからということではなく、このほうが伝わると思っている、というのもあると思います。
- 物販店舗のセール用の広告物を比較していましたが、試しに全部、いいと思われるほうに変えた場合、気になる広告物が好きだと考えている方から「じゃあ売れるのか」と実際に言われたときには、しっかり説明できるようなものになっていないといけません。変わっていったほうがいいし、私はそのほうが効果があると思うのですが、これがいいと思っている人たちに対して、それを理解してもらうためには、こういう皆さんで取り組むということが重要になってくるのかと思います。
- 先ほど浅草の話も出ましたが、B級グルメ的な要素、都心部を歩く人たちのためのそういうセンスもあるかと思います。もう一方で、レンタカーの屋外広告物の事例もありましたが、車で走っているときに、小さい屋外広告物の場合は見つけられるのだろうかといったこともあるので、車で通る人と歩く人というように対象によっては違う部分があるのではないかと思います。
- 最初は、それ相応にいい形で屋外広告物をつくったとしても、やはりお店は、売れなかつたり、人が来なかつたりすると、1枚貼って、2枚貼って、3枚貼って、というようにどんどん形を変えていってしまいます。先ほど話題に出ていたパトロールをどうしていくのかですが、抑えつけるためにやっているわけではないので、いい広告物をつくろうと積極的に参加してもらえるような仕組みづくりも必要なのではないかと考えます。ガイドラインをつくった後に、どんどんみんながそれに参加したくなるような、例えばサインフォーラムを開くなどでもいいと思うのですが、そういう取り組みにも繋がって行って、仙台にとってのいい屋外広告物というのはこういうものだ、ということを理解していくような場もつくっていくといいのではないかと思います。

- 山畑委員 ・ 行政の皆さんが、これだけ現状に対して評価していただいたというのは、すごいことだと思いますし、私も評価の方向性は概ね問題ないと思っております。
- ・ ただ、幾つか印象の違うところもあるので確認をしたいのですが、資料 3-1 のスライドナンバー 5 に、平成20年（い）と令和元年（ろ）の仙台駅前の写真が掲載されていて、仙台市の規制の取り組みが進んでいる参考として比較、紹介されていますが、例えば屋上広告物の幾つかの壁面が撤去されていますが、これはいわゆる広告板面がなくなってしまった工作物、フレームです。これを同時に撤去されていけばいいのですが、これがそのまま残ってしまうと、危険な工作物が残ってしまいます。同時にこれも撤去してもらえないようにしないと、今後、非常に危険なものになってしまうのではないかという気がします。
- ・ それから、スライドナンバー11のウですが、この広告物は屋外広告物ではなく、窓の内側から貼った広告物のように思うのですが、外から貼っているものもあるのでしょうか。
- 桴窪委員 ・ 内側から貼っていると報告していながら、現実には外側から貼っているものもあると思います。
- 山畑委員 ・ 外から貼ってあれば、屋外広告物ですが、窓の内側からであれば、屋外広告物ではないですね。
- 桴窪委員 ・ そのとおりです。
- 山畑委員 ・ 同じもので、資料 3-1 の一番最後のスライドにある A は、落ち着いたデザインと色彩から質感を感じる、というものでしたが、ガラス面の内側にある広告物であるため、屋外広告物ではありません。これに似たような仙台の事例で、コンビニの店名がガラス面の内側にあるというパターンを見たことがあります。雰囲気としてはいいと思うのですが、いわゆる特定屋内広告物というか、内側から窓面やガラス面に広告物を貼っていたり、窓の近くに表示した広告物の扱いがなかなか難しいと感じます。その部分の取扱いをどのようにするのか、内側から表示する広告物も含めて、いわゆる景観という観点から規制の対象にしていくことになるのだと思うのですが、ガイドラインで扱う広告物の定義的なところをまずしっかり押さえたほうがいいのではないかと思います。

- ・それから、資料3-2のスライドナンバー2に、「好ましい印象を受ける部分」とあって、「美しさや調和、賑わい・楽しさを感じる」とあるのですが、この写真を見る限り、だいぶ落ち着いているため、品格や風格はありますが、賑わいと楽しさは余り感じないと思いました。ただ、品格や風格を強調することによって、賑わいや楽しさが消えてしまうのも困るし、事例に出ていた無秩序なもの、それはそれで面白さを感じることもあります。景観的には評価できないなど、なかなか難しいところがあります。その示し方というのは大事なのではないかと思います。同時に、示し方は難しいなとも思っています。

舟引部会長 ・他はいかがでしょうか。

- 馬場委員
- ・大変細やかに点検をしていただいて、分かりやすくまとめていただいたので、色々な問題点が見えたといったところは、ガイドラインを作成する上で非常に流れとしていい段階だというふうに思っております。その中で、よいガイドライン、あるいは活用・有効性があるガイドラインにしていくためには、もう少し整理していく必要があるのではないかと感じます。
 - ・一つは、チェーン店と個別に出していらっしゃるお店というのは、屋外広告物に対する意識や優先度が違って来るだろうと思うので、規制誘導しても変わらない部分というのはやはり出てきてしまうのであろうと感じます。
 - ・せっかくいいガイドラインができて、資料3-1のスライドナンバー13のイの屋外広告物から、10年前には別な部分で指導・改善されている部分があるのに対して、10年後にも同じように大きな屋外広告物がやはり掲出されてしまうのだなというように見てとれます。10年経っても、指導・助言などが結局生かされないようにも思えます。ガイドラインの有効性といったときに、お示しするだけで10年後に大分変わるのか、それとも結局20年前と変わらなかった、というようになるのかというところが一つ心配です。
 - ・今後ゴールに向かうに当たり、まず、仙台市が今回通りをお調べになったのですが、1つの通りについて面積なのか、通りの長さなのか、何かの基準を定めて、何メートル置きに今回の基準でグレーな屋外広告物がどの程度あったのかを数値で見えてくるといいのではないかと思います。それがあれば、10年後には、例えば5%見つけたものが2%になった、すばらしい景観や屋外広告物がさらにこれぐらい変わった、という

ことが明確に見える化していると、ガイドラインを示したときに店舗側へも説得力があるのではないかと感じました。さらには、収益も上がっていますなど、先ほどフォーラムという話も出ていましたが、アンケートでこの景観がいい景観だということで評価されていますなど、ちょっとしたボーナスのような形で返していくのも良いのではないかと思います。

- ・あと2点ほど申し上げたいのですが、1点目は世界目線というような話もありましたので、今回ガイドラインをつくっていくに当たり、どの部分が世界基準に当たるのかというのは分かりやすく示していただきたいと思います。それと重なるのですが、2点目として、ショーウィンドーなどを活用していくと無駄な広告は必要なくなっていくわけで、今回もショーウィンドーを活用しているよい例と、ショーウィンドーではないけれどもよい例があるのですが、ショーウィンドーがあるものとならないものはやはり違いますので、そこは例を示す際に適切に例示をしたほうが分かりやすいのではないかと思います。

- 舟引部会長
- ・個別具体のところは、もう一度、後ほど皆さんにおさらいをしていただきたいと思うのですが、今の議論から幾つか交通整理を少ししてみたいと思います。
 - ・まず、これからやろうとしていることは、資料1の図でいうとAの部分ということです。広告物景観地域に位置づけられているのですが、広告物モデル地区ほど細かな基準がまだ定まっていないので、広告物モデル地区ほど厳しくはないですが、ある程度ここでどのように判断すべきなのかという物差しを決めていきたいという市のご趣旨だと理解をしていますが、それでいいのでしょうか。

事務局

- ・そうです。

- 舟引部会長
- ・今、委員の皆さんから意見をいただいた中では、デザインの物差しに関するお話をいただきました。実はこれが一番難しいのだと思うので、これを後半もう少し掘り下げて、皆さんの共通認識がどうかということを事務局の方々は知りたいと思いますので、もう一度やりたいと思います。
 - ・もう1つは、そうなったときの対象が何かという議論があります。立て看板なのか、建物に掲出している広告物なのか、のぼり旗や窓の内側から貼った広告物なのか。今回は様々な広告物が複雑に混じり合っていますが、これについては置いておきたいと思います。なぜこれを置いてお

くかという、対象によって、やり方が異なる方法をとらざるを得ないためです。屋外広告物法の規制では取り締まれない、ガラスの内側の屋外広告物をどうするのかなど、そういう手法は行政も含めて考えないといけません。その議論を始めると、深く入ってしまいますので、本日はそれは棚上げをしておきます。

- 対象が決まった後に、今度は本当に具体的にどうするのかということ。1つは強制力のある手法として何かできるのか、もう1つは指導をしていくような権能があるのか、もう1つはデザインの例示、こんな広告物がいいですよという規範を示すようなやり方があるのか、先ほど馬場委員がおっしゃったようにボーナスを与えるようなことを考えるのか。これも対象と非常に密接に関連するのですが、いろいろな手法が考えられます。先ほど桴窪委員がおっしゃったように、行政だけでなく、屋外広告物に関連する人たちも巻き込んでやるような運動だってあり得ないわけではないと思います。デザインそのものの良否、それからガイドラインの対象、処理方法については、議論を切り離してお願いをしたいと思います。
- あともう一つ、資料2の一番左下に丸の内の仲通りの写真がありますが、私は20年近く、この仲通りを見てきています。この写真は、社会実験を行っているところですので、進んでいる世界ではあるのですが、20年前はこんなふうではありませんでした。そのときは、まだ街路樹が少しあって、彫刻を置いたら何とかなるのではないかなど言って、ここのまちに彫刻を置いていた時期もありました。しかし、地元の地権者を含めた人たちが、東京駅を降りてすぐのところでもあることから、やはり楽しいまち、人が来るまち、はたまた簡単に言うと、客を呼んで、地価が高くなって、お金の儲かるまちをつくらうということで、集団でエリアデザインをやりました。これは建築物のデザインもやっていますし、植栽、緑のデザインもやっています。当然のことながら、広告物の話も含めて、様々なガイドラインをつくり、半ば人工的に作り上げてきたまちなのです。
- これに似た方法論で、エリアマネジメントという言葉が最近よく使われています。要は都市のエリアの価値を高めようというように全国的にも進んできていて、そうすると先ほど桴窪委員がおっしゃったように、じゃあビジョンは何かというと、これに遅れないようにするのではなく、仙台という名前はきっと皆さん持っているイメージがあるかと思います。仙台へ来たら、「何だ、東京のほうがはるかに進んでいるじゃないか」とは、言われたくないですね。むしろ「ああ、やはり仙台のほうが、

ももっとも前に行っているよね」という位のことをやれたらいいと思っております。そのためには、どんな姿を目指すべきかという、この物差しをみんなで作っていないといけないと思います。

- 今の議論の中で、なかなか面白かったのは、コンビニの広告物の話です。15年ぐらい前は、どうしたらあのデザインを変えさせられるのだろうか、派手な色をやめさせようか、という議論の対象でした。しかし、今は全く逆で、むしろ彼らのほうが地域の街並みに合わせるようになってきました。それこそ広告物を窓の内側につり、これがこのお店だったのか、というようなことを自分たちでプログラムするようになってきています。時代と方向性が変われば、広告物も変わってくるので、広告物をたくさん掲出すればいいというような方法論が、必ずしもいつまでも最先端になるかどうかと思います。
- また、どうしても言うことを聞いてくれない人がいるというお話もありました。そのときも物差しの持ちようで、それはそれで容認し、しょうがないとだけ言い続けるのか。はたまた、コンビニですらこの15年でこんなに変わったのだと、いい方向に変わってきた事例を示すのか。未来へ向けて、少し勇気を持った物差し、をここで市の事務局が継続的に持ち得るかというところが1つのポイントだと思います。
- 私はそのような気持ちでありますので、今回は事務局でかなり大胆に、これがいい、悪いなどと判断いただいた広告物が、本当にこれでいいのかどうかということを、できれば委員の皆様頑張れと言ってほしいというのが事務局の気持ちだと思いますので、ここからは、資料3-1を順番に議論していきたいと思います。
- まずは資料3-1の〈参考〉の部分についてです。私が資料として記載してほしいとお願いした部分になります。変わっていないところはもちろん残っていますが、こんなに色々な広告物が10年間で変わり、どう見ても以前より現在のほうが、すっきりしてきているのではないだろうかと思っています。その辺はいかがでしょうか。

- 山畑委員
- これは、例えば屋上広告物の具体的な規制があって、撤去する方向になり、撤去されたものなのではないでしょうか、それとも単に広告主がつかず、不況になって板面が撤去されたということなのではないでしょうか。他都市ですと、単に広告主がつかなくなり、屋外広告物がなくなってしまうということもありますが、これは取り組みの成果であるという捉え方でよろしいのでしょうか。

- 桴窪委員 ・それは後者です。やはり不況で広告主がつかなくなったものです。この鉄骨のフレームが残っているところは、9割以上の方が、広告主がつけばまた復活させるという気持ちがあります。ですからフレームを残しているんです。これは仙台だけではないと思います。
- 舟引部会長 ・事務局のほうから何かありますでしょうか。
- 事務局 ・景観計画を策定したときに、旧城下町のエリアには景観重点区域というものを設定し、上乘せの制限を掛けたのですが、それと同じ区域を今度は広告物の基準をさらにアップする広告物景観地域と決めました。その中で仙台駅周辺西口と言われるところについては、基準をかなり強化したという部分があります。例えば、地上高45m以上は自己用・管理用のみの屋外広告物しか掲出できないですとか、建築物の屋上に掲出される広告物の向きは壁面に揃えるという基準もつくりました。また、仙台駅西口は特に、道路に面しない4階以上のビルの側壁面については、そのビルの名称のみにしてくださいというルールや、屋上広告物の高さは建物高さの1/3以内にしてくださいというルールも加えたりしております。
- ・規制が効いてきたことにより屋外広告物がなくなっているのもありますし、ただ、桴窪委員のおっしゃるように、広告主が撤退してしまっているというのものもあるかと思います。一概にどちらとも言い切れない部分はありますが、両方効いてきているのであらうと思っております。
- 舟引部会長 ・どちらだけでも言えないということのようです。
- ・資料3-1、スライドナンバー8の屋上からぶら下がっている広告幕、懸垂幕がありますが、景観地区での評価の取り扱いはどのようになっていきますでしょうか。
- 事務局 ・広告幕としての基準が適用になります。基準としては、幅が1.8m以内、長さが20m以内にしてくださいというルールがあります。ただ、これも、建物にこのテナントが入っていれば自家用広告物という取り扱いになりますし、自家用広告物の場合は、懸垂幕や壁面広告物などの屋外広告物を全部合わせて15㎡までは許可申請の必要がありません。テナントビルですと、テナントごとに15㎡までは許可不要となるので、それで掲出できるという状況になっています。
- ・ただ、これもビルのオーナーさんによって、よしと考えるのかどうかでも大きく変わってきます。オーナーさんが絶対窓貼りは許さないという

ビルもあります。仙台駅前のあるビルでは、窓貼りなどの無秩序な広告物は絶対許さないとオーナーさんが考えています。ビルのオーナーさんによって、秩序が保たれているビルとそうではないビルというのが実際出てきていますが、テナントに入ってもらわないとビルのオーナーさんは収益になりませんので、そこがすごく難しい部分なのではないかと思っています。

舟引部会長 ・他の広告物は、広告物を掲出するための枠があってすっきりしていますが、何となく懸垂幕を見ると、色も派手だと感じます。懸垂幕は本当は、短期的にやるものなのではないでしょうか。

桴窪委員 ・そうです。3カ月ごとに許可申請を提出しなければいけないものです。
・先ほど山畑委員がおっしゃったとおり、窓の外側に貼る広告物は、仙台でも何らかの特別な条例をつくり、全国に先駆けてできるのではないかと思います。どこの都市もそれで困っていると思うのです。舟引部会長のおっしゃるように、仙台らしさというのは、そういうところも必要なのではないかと思っています。窓の外側から貼っている広告物というのは、鮮やかなので、明らかに分かります。内側から貼っているものは、ガラスの色が暗くしていますから、素人目でも分かります。東北の玄関口でもありますので、違反のものは違反だと取り締まれるよう、仙台市でもそういう条例をつくっていただければ大分違うと思います。
・東北の玄関口がある反面、広告物が雑多にあるようなところもつくってもいいのではないかという思いもあります。仙台市の人口が再来年から確実に減るといような記事を読んだので、都市間競争を考えたときに、雑多な広告物で仙台の賑わいを保つというように何らかの人口を増やす方法も考えていく、そういうところも必要なのではないかと思っています。
・ただ、東北の玄関口という視点で見れば、これはひどいと感じます。何十年も前から言われていますが、ここともう1カ所、商店街の玄関口についても広告物が乱雑に掲出されるのを、仙台市の条例でストップをかけるのも可能なのではないか、かけてほしいと業界側からも思うところです。

舟引部会長 ・感想的に申し上げますと、人口はおそらく減るのですが、減るのにはいろいろな要因があって、お年寄りが亡くなって減っていく話と、若い人がいなくなる話とがあります。若い人の話で言うと、東京に大量の若い人を供給しているのはやはり仙台が一番なのです。ところが、若い人が

減らないのはなぜかという、東北中の若い人を仙台で吸収して、受け入れ側のトップになっているからだということなのです。都市の魅力があって一定の若い人が出ていくことが避けられないのだとすると、それでも東北の中に仙台があって、東北中の若い人がいっぱいある程度集まるという楽しさや賑わいがあるのも仙台の特徴の一つなのです。

- ・総合計画では、外からの民間企業、特にハイテク企業が仙台を選ぶようにならなくてはいけないと申し上げています。ハイテク企業になると、オフィスはどこにあってもいいんです。きちんとした基盤があればいいので、そういう人たちが少しでも日本のほかの都市でなく、仙台を選ぶような魅力的な場所にならなければいけません。今、都市再生特区を広げて、仙台駅前にビルの建設をしようとしているのですが、床をつくって、その床に外から企業が入ってくる時に、「ここならいいや」と思ってもらえる魅力を持つ必要があります。
- ・そういう意味でいうと、杼窪委員がおっしゃったように、駅から降りた玄関口の広告物は、きれい、美しくないといけないのではないかとこの点は大いに共感をいたします。
- ・次ページ以降について、これは賛成、あるいは反対だという屋外広告物がありますか。

- 杼窪委員
- ・スライドナンバー11、12のウとエは賛成です。
 - ・気になる部分が、スライドナンバー14で、この周辺はある程度の明るさがないと、東京からきたときに、仙台は暗いまちだなという印象になってしまいます。明るくする方法を考えればいいだけで済むのかもしれませんが、ここは一考あるのではないかと思います。

- 舟引部会長
- ・確かに、この周辺は写真を見ても真っ暗です。
 - ・ウの懸垂幕は、デザインをよく考えていない、間に合わせ広告のような感じがします。

- 杼窪委員
- ・そうですね。

- 舟引部会長
- ・デザインチックに全然見えない広告物が、だらだらと垂れていると、せつかく周りにきれいな、立派な広告物をつくっても、これだけのぼり旗のように乱雑感が出てしまいます。

- 山畑委員
- ・スライドナンバー11のAのように、建物の特徴的な意匠と関係のない広

告というのは、建物をリスペクトしていないというか、広告が全面的に出てきてしまっていると思いますので、賛成です。

- ・設計者の立場もいろいろあると思うのですが、しっかりした建物があって、それが都市の顔をつくっていますし、日本のように屋上広告物が多いのは、建物をリスペクトしていないためです。建物でつくるスカイラインが屋上広告物で切られてしまっているということはよく言われていますが、まさしくそのとおりだと思います。そこにある良い建物の特徴を、都市の要素として見せられるような広告のあり方が重要なのではないかと思います。

舟引部会長 ・ありがとうございます。スライドナンバー13のイは何が良くないと感じさせるのでしょうか。場所性と何の関係もないからなののでしょうか。

桴窪委員 ・異常に大きい看板だということなのではないでしょうか。

舟引部会長 ・これを、委員の皆さん方も含めて、仙台駅前にはやはり合わないと思うのであれば、一番難しいところではあるのですが、良くないと思う理由を言葉で表現する必要があります。

桴窪委員 ・仙台駅が玄関口だということで、仙台を降りたら、この広告物が見えるようにということで掲出されたものなのでしょう。それ以外考えられないです。アーケードのように、歩いている人が対象ではないのです。

舟引部会長 ・場所的にもそうなのですよ。

並木委員 ・ロゴマークで統一されている広告物の中に、キャッチコピーとキャラクターもいるので、要素が多いということがあるのかもしれませんが。ロゴだけにすると、要素を少なくすると、また変わってくるのではないかと思います。

- ・スライドナンバー8のように、駅前の建物の窓に広告物を貼るのは良くないと感じます。全部をそうしなさいとまでは言いませんが、駅前やはり、スライドナンバー7のグリーンのビルみたいなほうがいいのではないかと思います。

舟引部会長 ・確かにそうですね。

- 並木委員 ・ スライドナンバー12のエも、一個一個見ていくと、お店の名前を入れているだけで、そんなに悪いものを掲出しているわけではないのですが、ここのコメントで書いてくださっていることが、まさに気になっていきます。ロゴや店名を並べているだけなのですが、ロゴがいろいろな色で、カラフルだから良くないと感じるのであって、窓のところの広告物がなくなればもう少しすっきりするのではないかと思います。
- 舟引部会長 ・ そんな感じがしますね。
- 並木委員 ・ 色を揃えなさいというのは、少しやり過ぎな気もしますので、例えばグリーンの下地に全部白い文字にしてください、などと言うこともできると思います。
- 舟引部会長 ・ 広告物モデル地区の場合ですと、彩度を抑えるなどの制限があるのですね。
- 並木委員 ・ そうですね、色の組み合わせによっては、ハレーションを起こしてしまうので、彩度というのはあるのかもしれないです。
- 桴窪委員 ・ このビルに関しては、もう完全に窓貼り広告物が良くないのだと思います。ビルの左側の広告物は、ちゃんと掲出する場所がつくられています。このビルができた当時の趣旨は、むしろその当時としては進んでいた形なのだと思います。時期が経つにつれ、窓面に広告物が貼られてきて、先ほど言った広告物が雑多に掲出されるようになってきているのかもしれないです。ただ、仙台の玄関口ですので。
- 舟引部会長 ・ 玄関口の感じは大体分かりました。
・ 次に、スライドナンバー15以降のアーケードはいかがでしょうか。アーケードも、重要なのは入り口のところでしょうか。
- 桴窪委員 ・ そうです。一番最初に言ったとおり、まず、違反広告物となっているのぼり旗系をしっかりと取り締まらないといけないと思います。
・ それから、置き看板も敷地内にあればしょうがないのですが、ほとんどが敷地外に出ています。これも違反です。
・ 袖看板も道路使用料を払えばいいということになっていますが、基本的には違法広告物です。結果的には、違法広告物が後づけで道路使用料を

払っているという形なので、これも取り締まれば、意図に合った街並みに近づくのではないかと思います。

舟引部会長 ・ありがとうございました。他はいかがでしょうか。

山畑委員 ・アーケードの中は、エリアマネジメント的にコントロールをして、上の袖看板を撤去し、置き看板を積極的に設置することで、足元の賑わいを創出するようなこともできると思います。

・アーケードの中の雰囲気、どのように設定するかということだと思います。例として相応しくないかもしれませんが、ミラノのガリレアみたいに、アーケードで、ガラスの屋根があって、以前、その角に金色と黒色を使ったハンバーガー店の看板があったのですが、先日行った時にはそのお店は別なところに移り、同じ場所には超高級店が入っていました。その通りを歩いて、買い物をする人たちの、アーケードのイメージの中で、アーケード内の広告物のあり方みたいなもの、規制なのか、緩和なのか、というところを論じる必要があるのではないかと思います。

舟引部会長 ・私が気になるのは、スライドナンバー18の⑦で、これはアーケードではなく、広瀬通に面しているところですが、先ほどの仙台駅前の理屈と同じように、アーケードの入り口部分にこういう大きな広告物があると少し気になります。スライドナンバー17の①も同様です。ただ、これらの場所とは別で、広告物が雑多に掲出されている部分があってもいいような気もします。先ほど榊窪委員がおっしゃったように、本来のルールから外れている広告物は、ある程度抑えた上でという前提になるのだろうと思います。

馬場委員 ・アーケードに限ったことではないと思うのですが、全体的に黄色い背景に黒文字、あるいは赤い背景に白文字のような、どう見てもひとり勝ちしようというような広告物が目につきます。面積の調整をしても、インパクトは出てきてしまうので、ここはその商店街の今後のイメージ、どこまでの品格を目指していくのかということに通じていくのではないかと思います。

舟引部会長 ・広告物モデル地区だと、彩度や色の面積配分についての基準はある程度あるのですよね。

- 事務局
- ・定禅寺通は、例えば色数を4色以内にする、あとは彩度の違う色合いを使う場合は彩度の低いほうを地色にする、という制限があります。
 - ・先ほどの矜宥委員のように、メリハリは必要なのではないかと考えております。全部が同じになったらおもしろいのかというと、必ずしもそうではありません。アーケードはハピナ名掛丁から始まってそこから幾つか商店街があるので、それぞれの商店街の個性があってもおもしろいのではないかという気はいたします。
- 舟引部会長
- ・個人的な意見ですが、補色を使ってキラキラするのはやはり気になります。
 - ・では、引き続き広瀬通、晩翠通のほうにいきます。晩翠通とハピナ名掛丁の同じお店について比較されていますが、後にできたハピナ名掛丁のお店の方は、市でデザインの指導か何かをされているのでしょうか。
- 事務局
- ・ハピナ名掛丁の方は、大規模小売店舗立地法に係る物販店舗になるため、その中で景観協議をしております、屋外広告物の掲出についても指導したケースです。大規模小売店舗立地法は経済局で担当しているもので、大型店舗が進出するとき、駐車場・交通・騒音・廃棄物・景観などの影響等に関して協議を行うのですが、景観・屋外広告物に関する協議については都市景観課が携わっています。
 - ・規制ではなく、景観として配慮いただきたい内容については、事業者より理解が得られないと難しい部分はあるのですが、意見としてお伝えし、検討いただいております。
- 舟引部会長
- ・これは結構ポイントです。市が何かを物を申すときに、同じ物差しで同じことを言っているのでしょうか。
- 事務局
- ・大規模小売店舗立地法の協議については、基本的には当課で使っている景観計画のチェックリストを使用しますし、大規模小売店舗立地法の時は更に屋外広告物のチェックシートを用いて指導をしています。チェックリストを用いることで、同じ目線で指導はできているのではないかと感じております。
- 舟引部会長
- ・ありがとうございます。やはり物差しを誰かが持っていないと、どこでもコントロールはできないという、一番大切なところがこの事例から分かるのだと思います。

・スライドナンバー43の国分町について確認です。ここは広告物が揃っている印象を受けるのですが、何か規制がありますでしょうか。

事務局 ・第二種許可地域という、一般的な基準のみです。

舟引部会長 ・他都市の繁華街と比べて、結構整然としているなという印象があります。

事務局 ・街灯や歩道をきれいにしたときに、周りのほうも少し意識していただいたと思います。

山畑委員 ・夜になるとどうなるのでしょうか。

舟引部会長 ・例えば、歌舞伎町は新宿区の景観計画で、賑わいと活力を出すためにけばけばしい広告物を掲出しないとイケない、というルールになっています。それがなぜかというと、新宿区としては、日本を代表する繁華街景観だから、これを世界に売り出すというぐらいの気持ちでつくっています。それはそれで、ローカルルールとしてはとてもおもしろいと思います、昼間に行くとごちゃごちゃして、余りきれいではないんです。ただ、国分町は昼間に行っても結構美しいですよ。

桴窪委員 ・盛り場にしてはきれいですね。

舟引部会長 ・だからこそ、スライドナンバー44の広告物について気になると思いますが、結構きれいです。

桴窪委員 ・同じ意見です。

並木委員 ・スライドナンバー44において比較している2つの広告物についてはあまり違いがあるようには感じません。

山畑委員 ・スライドナンバー39の①の壁面にシールを貼ったような広告物は汚らしいので、しっかり規制してもらいたいと思います。

舟引部会長 ・私のほうからもう一つ気になるのは、スライドナンバー45、46。沿道端で大きな広告物がぐちゃぐちゃ乱立しているのは、日本のどこにでもありますが、特にアのようなテナントをたくさん掲出している独立広告

物は、本当に何とかならないのかと思います。電線が地中化しているのにも関わらず、ごちゃごちゃした感じがあり、もったいないと感じます。

- 並木委員 ・ スライドナンバー52のラーメン屋も広告物の量がすごいです。個性と言えば個性なのでしょうけれども、明らかにこれがいいと思ってやっているということが、すごく伝わってきますので、このような場合に難しいと思いました。
- 舟引部会長 ・ 九州の方だと、黄色い看板の方が主流なので、まだましな方ではありますが、全部これだとちょっと困りますし、それほどごちゃごちゃしていない通りだからこそ目立っているようにも感じます。最近、客が並んでいるから、PRする必要がないということで、おとなしい広告物のラーメン屋も出てきていますよね。
- 桴窪委員 ・ チェーン店だからでしょうか。奥州街道沿いですので、お茶屋の気分がちょっと寄っていらっしゃいというような意識なのではないでしょうか。
- 舟引部会長 ・ そうですね、オレンジ色ののぼり旗やメニュー看板がなければ、シックでいいかもしれないです。
- 並木委員 ・ はい、少し抑えるだけで変わると思います。
- 桴窪委員 ・ 写真を見ると、敷地外には出ていないから、違法ではないのですね。
- 舟引部会長 ・ のぼり旗を立てなくても、わかりますよね。
・ 他はいかがでしょうか。むしろ、ここまで言うのは行き過ぎではないかと思うような広告物はありますか。
- 桴窪委員 ・ スライドナンバー54の店舗は、かわいそうな気がします。
- 舟引部会長 ・ そうですね。でも、色使いを工夫すれば、もっとしっくりするようにも感じます。
- 桴窪委員 ・ スライドナンバー56の広告物は派手だと感じます。
- 舟引部会長 ・ 黄色、赤、黒の3つの原色があるからではないでしょうか。

山畑委員 ・スライドナンバー47のイ、杜の都景観重要建造物等の近くにあるという
広告物が非常に気になります。より強く意識して、広告物も含めて指導
をしていただいているのではないのでしょうか。

舟引部会長 ・大体よろしいでしょうか。今日の屋外広告物部会は、事務局の感性が概
ね間違っていないだろうということのお墨つきを委員の皆さんにいた
くというチャンスです。今までの議論を聞く限りは、大体正しい方向性
であるということなので、この方向で行っていただきたいと思いま
す。
・これを強制力の有無も含め、どのような形で行うのか、一方で、市の内
部でも共通して通じるような物差しにまでしていただくと、他の部署
でも使えるようなものにもなろうかと思えます。条例に落とし込める部
分もあれば、単に規範的なものに留まるものもあるかもしれません。例
示集のように、外部の人に向けて指導基準としてちゃんと公開ができる
ようなものであって然るべきだと思います。一方で、市の職員には異
動がありますので、継続的に同じ目線で指導ができるような形にする
ということが一番大きな課題だと思います。次へ向けて、これをどう
料理していただくか楽しみなところです。
・今後は、他都市の事例も勉強していただき、仙台市に合うようにう
まくアレンジをしていただければと思います。

4. 閉 会