

## 令和4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4年12月19日（月） 13：30～15：00  
会 場 AER 28 階 エル・ソーラ仙台 大研修室  
出席委員 佐々木 慎太郎委員、高山 秀樹委員、恒松 良純委員、  
並木 直子委員、山畑 信博委員  
事務局 都市整備局計画部長、都市景観課  
まちづくり政策局 定禅寺通活性化室

### 【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
  - <報告事項>
    - ・定禅寺通広告物モデル地区について
3. 閉会

### 【議事録】

#### 1. 開 会

○司会（都市景観課 岩間主幹）

ただいまより、令和4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。  
—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屋外広告物部会の議事に入ります。

本日は委員の皆様全員がご出席ですので、仙台市景観法等の施行に関する規則第35条の規定により、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。

○恒松部会長

議事に入る前に今回の議事録署名人を指名します。私のほかに委員名簿順ということで、今回は佐々木委員にお願いできればと思います。

ここで会議の公開・非公開について確認いたします。

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によろしいでしょうか。

(委員了承)

○恒松部会長

それではそのようにさせていただきたいと思います。

では、議事に入ります。本日は、審議事項が1点と報告事項が1点です。はじ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説明をお願いします。

#### ・屋外広告物ガイドラインの検討について

○事務局（都市景観課 森谷主任）

—資料1-1、1-2により説明—

○恒松部会長

それでは、ただいま事務局から説明がありました屋外広告物ガイドラインの検討について、意見や質問がありましたらお願いします。特に資料1-2のガイドラインの目的や対象エリア・対象者について、意見が欲しいということですので、委員皆さまのご専門の立場からご発言いただければと思います。

○山畑委員

このガイドラインは理解を得るのが難しい広告主をメイン対象に持ってきているのだと思います。間に入る業者からは理解は得やすいと思いますが、広告主については、目立てばいいというように考える人も大勢いるので、そのような人たちからどのように理解が得られるかということが大事になると思います。

仙台市には広告物の表彰制度が存在しないと聞いていますが、山形県では県と山形市の主催で今年初めて、広告景観コンテストが開催されました。そのコンテストで表彰を受けた人の中には店のオーナーなどの広告主が含まれており、表彰されたことをとても喜んでいました。このような制度により、良い広告を出すことで表彰されると、注目を浴び、集客効果も期待できます。このガイドラインの目的などからは少しそれますが、そのような取り組みも同時に必要なのではないかと思います。

○恒松部会長

山畑委員から紹介のあった表彰制度以外にも、広告主にやる気を起こさせるような仕

掛けがありましたら、ご意見をお願いします。

○佐々木委員

私は広告物の施工業者なので、普段から広告主と接することが多いです。

ビルの一角で設置される広告物を例にとると、関係者にはビルオーナーやテナント入居者、施工業者がいます。広告物の設置では、広告主となるテナント入居者が広告物の形や色、大きさを検討しますが、それに対してビルオーナーが指導することになります。この一連の流れを踏まると、ガイドラインはビルオーナーにどれだけ理解してもらえるかが大事であるように思います。

昔よりも広告物の安全確保への意識はもちろん、色や大きさなどについてもビルオーナーやテナント入居者それぞれの立場で理解は高くなってきているものの、色や大きさなどのデザインについては、まだ全然足りていないように感じるので、ガイドラインでは景観に配慮した色や大きさなどについて重点的に言及してほしいです。

○恒松部会長

広告主の理解とあわせて、ビルオーナーの理解が重要ということでしょうか。

○佐々木委員

景観重点区域の一つである都心ビジネスゾーンは特にそうですが、ビルオーナーが広告物に対する理解があまりない場合は、テナント入居者が必要以上に華美なデザインなどガイドラインの内容にそぐわない広告物を設置しようとした時に、そのまま認めてしまう可能性があります。さらにその広告物が行政の許可不要で設置できるものだと、誰のチェックも受けないまま設置されてしまう可能性もあるので、そのような広告物が生まれないように、このガイドラインを広告主はもとよりビルオーナーにも周知できればよいと考えています。

○並木委員

仕事柄、広告物を扱っており、広告主や広告物の製作者とも接する機会があります。広告主や製作者は広告物を闇雲に目立たせたいのではなく、たくさんの人に来店してもらい、少しでも売上げを増やすためのツールとして考えていると感じています。その広告物がガイドラインの内容にそぐわない場合の理由を説明する際、デザインの好みやセンスについて話がされることが多いと感じているので、正解が一つにはならないかもしれませんが、ガイドラインにより論理的で説得力のある説明ができるようになると良いと思います。

最近、仕事で他県の人や仙台市民などが参加する場で仙台市中心部に8つある商店街の活性化を考える機会があったのですが、その中でそもそも中心部の商店街が8つにも分かれていることや8つある商店街の違いが分からないという方々がいました。さらにその時

に、朝市と本町以外はシンボリックなものがなく、あまり違いが分からないので、一つひとつのエリアの特性が出るようにエリアのエッジをきかせる必要があるというような話になりました。

景観計画の景観重点区域で定められた地域ゾーンも商店街の活性化の話と通ずるものがあると思っており、都心ビジネスゾーンや北山・宮町界限ゾーンなど、それぞれに特徴がありゾーニングされていると思うので、そこをもう少しエッジをきかせていきつつ、さらに、それぞれのゾーンで存在しているであろうシンボリックな店の発信力や存在感を生かしていく必要があると思っています。他都市では、シンボリックな店にほかの事業者が引っ張られて出店が増え、地域の魅力が向上するということが起きているので、仙台市でも何か探っていけると良いと思いました。

○恒松部会長

並木委員の意見に関連して、事務局に確認したいことがあります。景観地区ではいろいろと設定されていますが、景観重点区域の4つの地域ゾーンで広告物に対する配慮事項はあるのでしょうか。

○事務局（都市景観課 門脇課長）

4つの地域ゾーンでは共通で定める基準が多く、ゾーン毎に細かい内容での差異はあるものの、地域特性を考慮した上で明確に規制を設けるという内容にはなっていないです。

○恒松部会長

景観計画で定められていない内容を部会でどこまで議論していいのかは悩ましいですが、地域特性を考慮した規制がないと、ゾーン毎にエッジをきかせるというのはとても難しいところではあります。

○並木委員

そうなると、好き嫌いやセンスで話が展開してしまい、結果として理解が得られないということをたくさん経験してきたので、そうならないための工夫について知恵を絞っていただけらなと思います。

○高山委員

広告物は素人なのでよく分からないところもありますが、商店街の場合、組合などが広告物に関するルールを設定してビルオーナーやテナント入居者に指導をしていると思います。ところが、商店街に属さないビルオーナーや広告物に関するルールを設けていない地域では、広告物への理解を得ることは、相当難しいと思うので、そこをどのように理解してもらおうかが大事になると思います。

堀会長の発言にもあったように、広告物は商売での売上げを増やしていくことを目的に設置されるので、どこまで許容するか、線引きが難しいと感じました。

○恒松部会長

高山委員は広告物を設置する側の立場になるということはありませんか。

○高山委員

設置する側になることはあまりないです。

ただ、少し話は逸れるかもしれませんが、仙台七夕まつりの飾りつけについて、商工会議所として広告を過大に掲出しないようにというお願いをしているのですが、広告だらけの飾りつけをされてしまうことがあります。

また、新聞でも報道されたとおり、七夕の飾り手が減ってきているので、商店街に属していない方にも七夕飾りを掲出してもらおうという取り組みをしていこうとしているのですが、いざ実施しようとする、飾りつけが企業によっては広告料で賄っている場合があり、そうすると一定の広告は認める必要が出てくるので、どこまで認めるか、また、屋外広告物条例との整合を図る必要があるのかなど、詰めなければならぬ内容が出てきています。

○恒松部会長

各委員から意見をいただきましたが、ほかに何かありますか。

○山畑委員

佐々木委員に聞きたいのですが、宮城県内の広告業者の屋外広告美術協同組合への加入率はどのくらいなのか。

○佐々木委員

宮城県や仙台市で屋外広告業の登録をしている業者でいうと、組合加盟率は大体2割程度だと思います。

在京の広告業者でも仙台市内で仕事をするときは仙台市での屋外広告業の登録が必要なため、市外業者の登録は結構多いと思いますが、屋外広告業が登録済で組合に加盟している業者は2割程度かだと思います。

○山畑委員

なかなか難しいとは思いますが、組合の中では勉強会などいろいろな取り組みにより広告物に対する理解があると思いますので、ビルオーナーなどが広告設置を許可する際に、施工業者を組合に加盟している業者から選定させるようにするなど考えても良いのではないかと思います。

○恒松部会長

山畑委員の発言を聞いて同じ話になりますが、広告物に対して、ビルオーナーの理解が得られると良いと感じました。テナント入居者が替わって広告が新たに出されることになった際に、ビルオーナー側で広告物のコントロールができると、良好な広告物への誘導が一定の範囲でできるのかなと思いました。私にはビルオーナーに働きかけるという発想がありませんでした。

○佐々木委員

ビルオーナーや管理会社は、テナントに入居してもらうために、建物を綺麗に保とうとしており、その一環として、建物エントランス部分でのスタンド看板を規制したり、壁面看板の形や大きさを統一したりすることに取り組んでいます。そのような方々は、広告物に対する理解があり、とても素晴らしいのですが、一方で広告物に無関心なビルオーナーもたくさんいます。ただ、ガイドラインを作成して、そのようなビルオーナーにも働きかけることができるようになれば、変わっていく可能性があると思っています。

○恒松部会長

本日の各委員からの意見をもってガイドラインの方向性が定まったということではなく、今後、4回の審議が予定されています。事務局では本日の部会からの意見を今後の検討に生かしてもらえればと思います。

資料1-2「4. 今後のスケジュール（案）」の最後に書いてあることについて補足させていただきます。屋外広告物に関する研究ということですが、広告物というのは基本的に、同じものでも設置する場所によってイメージや評価が変わってくるので、同じものでも評価が変わる、あるいは、こういうものがどうやら好まれる傾向にあるなど、設置する場所も踏まえて検討できたらいいなということで、取り組もうとしています。

そのため、研究で得られたデータというのは、ガイドラインの内容に影響を与えるような、有用なものになるかということ、そうなるとは限らず、この部会場で議論する際に、何か足がかりになるようなものが提案できればいいというふうに思っています。

では、これにて審議事項「屋外広告物ガイドラインの検討について」の議事を終わりとします。

・定禅寺通広告物モデル地区について

○恒松部会長

それでは、次の議題である報告事項「定禅寺通広告物モデル地区について」に移ります。事務局より説明をお願いします。

○事務局（都市景観課 板垣主査、定禅寺通活性化室 高橋主任）

—資料 2-1～2-4 により説明—

○恒松部会長

ただいまの報告内容について、意見や質問などありましたらお願いします。

○山畑委員

資料 2-2 「壁面広告物」の共通に、「建築物の窓又は開口部をふさがないこと」ということについて、ガラス窓の外側から貼った広告物を指しているのでしょうか、ガラス窓の内側から貼った広告物に対する規制はあるのでしょうか。屋外広告物条例等で取り扱うことは難しいと理解していますが、景観の観点から規制やお願いなどに取り組んでいるのでしょうか。

○事務局（門脇課長）

屋内から貼った広告物については、屋外広告物法で屋外広告物ではないという整理がされていることから、同法やその条例の中では制限ができないという状況にあります。

一方で、山畑委員からの指摘にあったように、屋外あるいは屋内と貼っている場所の違いがあっても広告物としての効果や見た目はそれほど変わらないものであるため、政令市の中では実効性がある規制などについて研究しているところです。本市においても、対応をまだ決められていませんが、問題意識は持っており、検討を進めているところです。

○山畑委員

資料 2-3 に掲載されている社会実験の検証結果について、企業はとにかく大きく宣伝したいという意向がある一方、市民はそうではないという意向が出ていますが、壁面広告の検証が行われたコンテナは仮設なのでしょうか。

○事務局（定禅寺通活性化室 高橋室長）

今回の実験では仮設のコンテナを使用しています。

○山畑委員

仮設のコンテナで写真のような企業名の載せ方では、どう見てもいい印象は与えないと思います。逆に、グラフィック的にとっても優れたものであれば、もっと面積が大きくても市民の評価が得られるような広告はあり得ると思います。企業名のみを載せる広告で一概には言えないかもしれませんが、やはりデザインによって評価はだいぶ違ってくるのではないかという印象を受けました。

それから、先ほどのガイドラインにも関連しますが、仙台市におけるプロジェクト

マッピングの取り扱いがどのようになっているか教えてほしいです。プロジェクションマッピングの取り扱いを条例で定める自治体が増えてきています。

○事務局（門脇課長）

特段の規制がある状況ではありませんが、従来の広告物と違って、プロジェクションマッピングには色や光の強さ、点滅などの特徴があることから、そのような広告物とどのように向き合っていくかということを検討している状況です。

○佐々木委員

広告物モデル地区について、禁止物件として、動きのあるネオンサイン、点滅を繰り返す電照サインとありますが、「デジタルサイネージ」なども明確に記載したほうが良いと思います。点滅を繰り返す電照サインとされていると、点滅を繰り返さなければ良いと捉える人もいるので、可能であれば、サイネージや液晶など明記したほうが良いのではないかと思います。

それから、広告幕について、街路灯に関しては個人名、企業名、商品名を表示しないと定めてありますが、広告幕はあっていいものだと思うので、今後は、企業名の表示の可否や可能とする場合はその大きさなど、いろいろ検討したうえで、街路灯の広告幕のデザインを良くして行ってほしいです。

○恒松部会長

他にはいかがでしょうか。並木委員は定禅寺通のエリアマネジメントに関わっていらっしゃるのであれば、補足など何かありますか。

○並木委員

先ほど話題に挙がった仮設コンテナについて、このコンテナは今後、もっと皆さんに注目される存在に成長していく可能性があると思っています。山畑委員の指摘にもありましたが、よりデザイン性の高いものになっていくと良いと思っています。今回の社会実験ではおそらく既製品を使っていますが、初回の社会実験では県産材を使ったコンテナにして、製作に携わった人の思い入れが強く、広告の貼り方についても、もう少し良くしてほしいという意見などが出されておりました。コンテナの設置主体や体制が互いに発展していきける可能性も大いにあり、将来的には杜の都のシンボリックな存在になってほしいと期待しています。

○高山委員

規制の変更に対しての意見は特にありませんが、定禅寺通におけるエリマネ広告についての考え方に先ほどのガイドラインの検討へのヒン

トがあると思っています。フラッグに企業名を表示できる大きさは、「1／2」も「1／3」もそんなに大きく印象は変わらないのではないかと感じますが、おそらく「1／2」のほうが企業には広告を出してもらいやすいものの、市民アンケート結果などを踏まえて「1／3」という提案にしたのだと思います。街のブランディングを考えた時に、街全体が評価されなければ、結局人は来ませんので、街の良好な景観を形成していく上で、「1／3」という折り合いをつけたのだらうと思いました。

また例えば、青葉区大町の芭蕉の辻交差点で建て替えられた「新仙台ビルディング」は、1階にレストラン運営やクラフトビール醸造、イベント開催を行うコミュニケーションスペース「CROSS B PLUS（クロスビープラス）」という施設を入れたことで、ビルの価値を高め、テナント入居者が集まり、家賃収入を高く設定しやすくなりました。

定禅寺通や新仙台ビルディングの取り組みと同じように、屋外広告物についても、屋外広告物によるビルのブランディング、ビルの価値を高めるためにできることをビルオーナーにうまく伝えられれば、屋外広告物への理解も深まるのではないかと思います。

#### ○恒松部会長

高山委員の意見は、ガイドラインの検討に生かしていきたいと思います。

根本的な内容で申し訳ありませんが、私から確認させていただきたいことがあります。事務局からは、定禅寺通モデル地区の広告物美観維持基準を変更するという説明がありましたが、この部会で取り扱うとされている審議事項とはどのように関係しているのでしょうか。

#### ○事務局（門脇課長）

審議事項に関連する内容であるため、報告事項として説明しました。

定禅寺通モデル地区については、いわゆる上乗せ規制にあたり、地域の方々の理解の下で運用していますが、今回はその上乗せ規制の内容で変更したいものがあり、そのことについて説明しました。

#### ○恒松部会長

「1／3」の掲出ができる広告ですが、この「1／3」について、企業ロゴの他、商品の写真など自由にデザインできるものなのか、あるいは、ある程度、デザイン可能な範囲が制約されるのか気になりました。また、コンテナについても、コンテナそのもののデザインについても考えたほうが良いのではないかと感じており、例えば、コンテナのデザインに合わせてロゴが入れられるようにコンテナをデザインしてあげれば、道路内建築物の壁面広告で、もう少し積極的な展開が期待できるのではないかと思います。

#### ○事務局（高橋室長）

広告の「1／3」のデザインについては、まだ具体的な議論はありませんが、定禅寺通街づくり協議会の中で自主ルールを策定するというので、現在、検討が進められているようです。また、コンテナのデザインについても同様で、定禅寺通街づくり協議会や定禅寺通エリアマネジメントが、このエリアのブランディングをするためにふさわしいデザイン等について議論がされているようなので、当室としてはその動向を見守りたいと思っています。

○恒松部会長

分かりました。残りの「2／3」に勝ってしまうデザインが許容されると、ややこしくなると感じました。ほかに意見などありますか。

○事務局（門脇課長）

山畑委員からのデジタルサイネージに関する質問の回答に捕捉させてください。

許可地域と禁止地域を念頭に本市の状況を説明しましたが、広告物景観地域や広告物モデル地区など上乗せ規制を設定している地区があり、その上乗せ規制の中でデジタルサイネージを規制している地区があります。

○恒松部会長

ほかに質問などありますか。

○佐々木委員

今後、コンテナの壁面広告などでデジタルサイネージを設置したいという提案が出てくることがあるかもしれませんが、その場合はどのような対応をされるのでしょうか。

○事務局（高橋室長）

現段階で特に議論にはなっていませんが、今後、そのような提案が出てくる可能性はあり得ると思うので、佐々木委員の指摘については関係者と共有したいと思います。

○恒松部会長

ほかはよろしいでしょうか。なければ、本日の議事は終了にして、進行を事務局に戻します。

### 3. 閉 会