

第 15 回 横須賀市屋外広告物審議会議事録要旨

横須賀市 都市部 市街地整備景観課

◇ 開催日時 平成 23 年(2011 年) 1 月 24 日 (月) 13 時 30 分～15 時 30 分

◇ 場 所 横須賀市役所 消防局庁舎 3 階 第 2 会議室

◇ 議 事

1. 屋外広告物条例改正のパブリック・コメントの結果報告について・・・2 ページ
2. 条例第 11 条に基づく適用除外の特例について・・・2 ページ
3. その他・・・8 ページ

◇ 出席者

委員 6 人

委員長・田口敦子、河上俊昭、菊竹雪、長井興一郎、浜田哲二、山畑信博
(欠席： 松下啓一)

事務局 2 人

市街地整備景観課主査・加藤英明、中川衛

◇ 傍聴人 0 人

◇ 議 事

事務局から、当審議会委員 7 人のうち過半数となる 6 人の出席により会議が成立している旨、傍聴人のいない旨の報告の後、委員長が議事を進行した。内容については以下のとおり。また委員長から議事録署名委員として、河上委員と菊竹委員に指名があった。

(凡例)

以下記録の質疑などにおいて、委員からの質問は「●」、意見は「■」の記号を付し、事務局からの説明や回答、意見などは「○」の記号を付している。

1. 屋外広告物条例改正のパブリック・コメントの結果報告について

事務局から資料1に基づき、昨年10月8日から11月8日にかけて実施したパブリック・コメント手続の結果について報告した。4人から12件の意見があり、内訳は「屋外広告業登録制度の導入」に3件、「バス停留所の上屋に添加する広告板の基準の新設」に2件、「映像広告の制限」に2件、「塔状の建築物で嵩上げた広告物の制限」に1件、「置き看板の基準の新設」に1件、「眺望景観保全基準に合わせた屋外広告物の高さ制限」に1件、「その他」に2件であった。意見はすべて広告景観推進協力員からで、内容はおおむね賛成となっており、やるからには規制をかけてしっかりやってほしいというものであった。

●山畑委員

資料4ページの眺望景観については、寄せられた意見を踏まえ、今後眺望点を加えていくこともあるのか。

○事務局回答

市の都市景観整備基本計画に9カ所が候補地として挙げられており、そのうち現在までに2カ所が指定されている。残りの7カ所は今後、順次指定していく。ただし、眺望点の指定は海と緑の眺望景観の保全を目的としていて、富士山については考慮されていない。富士山の眺望保全については、かなり広範囲に影響があるので、どう守るか難しいところである。

2. 条例第11条に基づく適用除外の特例について

資料2のとおり、昨年12月に追浜商店街と北久里浜商店街から、街路灯とアーケードに企業広告を掲出し、広告収入を得る事業についての実施希望があった。条例第11条に基づく適用除外の特例の案件として、事務局から審議会に意見を求めた。

広告収入を商店街施設の維持管理費に充てることを目的とする場合には、取扱方針を定めるなどした上で、道路占用を認めるという規制緩和が可能である。そこで別紙の取扱方針案に基づき2年程度の社会実験を実施し、対応を定めたい旨を事務局から説明した。

●菊竹委員

昨年すでに設置されていた千日通商店街の広告旗とは何が違うのか。

○事務局回答

この度の社会実験は、広告収入を得て、商店街の維持管理費等に充てるものを対象として、そうした仕組みを探るものである。千日通の事例は、広告作成費用をクライアントが負担し、クライアントの広告と併せ商店街の名称を掲載するという内容であった。

■田口委員長

この社会実験のポイントは、商店街の活性化のために、今まで広告掲出が禁止されてきた道路空間に合法的に広告が進出してくるという点である。

国土交通省が推進しているエリアマネジメントにより、エリアマネジメント広告と

いう新たなジャンルが生まれた。これは経済活動を優先した取り組みであり、屋外広告物に関わる者として、これからどうなるのだろうか大変注目している。屋外広告物の重要な転換点となるものであろう。

首都圏では、東京や川崎市、千葉市などで社会実験を行っているが、横須賀市も同様に取り組みたいということであろう。

■浜田委員

千日通商店街は収入を得ない代わりに、クライアントが作成する広告旗に商店街の名称を入れ商店街のPRに活用している。PRに力を入れたいと考える商店街には適したスタイルである。本日の案件は、お金が直接商店街に入るというものだが、趣旨としては同じであろう。

■田口委員長

趣旨は同じだと思う。ただ、概念としては、新聞広告と同じで、場所を貸してメディア料を徴収し、得られた収入を街の運営に充てるというものである。

●長井委員

今回の動きは、商店街からオファーがあったのか、あるいは市から働きかけたものなのか。

○事務局回答

商店街から市の経済部に話が合ったものである。第12回・第13回の当審議会において、千日通の事例を基に広告旗の基準について議論いただいたが、各商店街との調整が必要なものとして、条例改正の案件からは見送った。市から各商店街に話をしに行く矢先、経済部を経由して今回の事案の申し入れがあった。

■田口委員長

他都市では、エリアマネジメントの導入に関わり、経済担当部署に話が合ったようだ。横須賀市も同様と思われる。広告担当部署は、そうした流れの中で、広告旗の許可を検討しているものであろう。

■長井委員

全国的にシャッター通り商店街などが問題となっているが、その解決のための一手段になるのかもしれない。

■田口委員長

まさにそこから始まっている。道路沿いの商店街を活性化させるため、国土交通省が関与できることは何だろうというところからエリアマネジメントの考え方が出てきたと思う。

さて、取扱方針（案）であるが、守らなければならない事項があっちこちに散らばっている。この内容を読み解き広告デザインをするのは難しいと思う。9の項目に広告デザインのことがあるが、例えば、8（6）には交通安全に注意してデザインにしなければならないとあったりするので、果たして商店街の人がきちんと趣旨を把握

してクライアントに説明できるのか疑問が残る。

また、他都市で導入されている広告デザインについての「自主審査」を義務付けることも加えていただきたい。屋外広告物条例では、広告デザインの審査ができないので、クライアントの提示する広告デザインを商店街が自主審査していかないと、地域を無視した広告が掲出されることになる。

今回の事例に挙がっているデザインは情報量が多すぎる。歩行者が立ち止まらなければ読めないものは、交通安全に支障がでよう。バナー広告は車ではなく歩行者が対象であるが、その歩行者すら立ち止まるものではないけない。美しい美しくないという前に、まずそうした基本、安全面は守ってもらいたい。

次に美しいかどうかであるが、このデザインは雑誌広告用のものがそのまま使われており、屋外広告物としては美しくない。日本ではチラシをそのままポスターにしてしまうことがよくあるが、屋外広告物としてはレベルの低いデザインである。これから良くしていかなければいけないという意味でも、商店街による自主審査は必要なことである。

■菊竹委員

エリアマネジメントの面白さと言うべきか、商店街の自主審査に委ねると、例えば、あるパチンコ店が地域貢献に積極的であり、地域とのつながりが深い場合、本来であれば認められないはずのパチンコ店の屋外広告物が道路空間に掲出される可能性もでてくるとのことか。

■田口委員長

取扱方針で制限されている。しかし、特例的なものを認めていくかどうか、地域で議論できる場ができたのは進歩である。前は道路空間への広告掲出はとにかく禁止であったが、今は新たな広告物が出てくるたびに行政が考えてみようという動きになっている。一つ一つ考えていくことが必要であろう。

■山畑委員

東京都では、バスや電車は第三者広告が認められているが、トラックは認められていない。その背景には、電車やバスは大手なので自主審査が期待できるが、トラックは個々の自主審査が期待できないという議論があった。

自主審査で、特例的なものを認めていくことができると、何でも認めていくといったことにならないか危惧される。

■田口委員長

もちろん、すべてを自主審査で決められるわけではない。市の方針に沿った上で自分たちのガイドラインをつくり、運用していくということである。

■山畑委員

その確認である。実際の自主審査のガイドライン作りにおいては、色の基準などをとっても、商店街で作るには難しい面がある。

■田口委員長

むしろ自主審査で懸念されるのは、基準が厳しくなりすぎることである。他都市の社会実験で審査に関わっているが、自主審査の基準に従い、クライアントが変わっても、同色で同じイメージのものだけが掲出され続ける事例があったので、自主審査の基準を緩和する修正を働きかけた。

先ほどのパチンコ店の話は難しいかもしれないが、商店街の意向を酌みながら社会実験を進めていけばよい。

■山畑委員

取扱方針（案）の８（６）の交通安全への配慮について記載された事項は、広告物の表示内容に関する事なので、「９ 広告物の表示の内容等」に入っていたほうが適切ではないか。

■田口委員長

「10 占用の許可の条件」の中に色彩のことが入っていたり、素材のことが入っていたりするので整理が必要かもしれない。すべて「９ 広告物の表示の内容等」に入れるという方法もあるが。

○事務局回答

構成については、事前にいくつか組み替えを試してみたが、本案以外では収まりが悪かった。全体の流れを重視し、このとおりとした。

●浜田委員

先ほどの話にあった、昨年すでに広告旗を出している事例については、これからあらためて申請してもらうことになるのか。

○事務局回答

現在、その広告旗は撤去されている。

■田口委員長

運用の仕方が違法なのではなく、そもそも公道上に広告が出ること自体が違法である。

●浜田委員

アーケード内に広告旗が出されているものはどのような扱いになるのか。

■田口委員長

現状、掲出されているものは自家広告、つまり商店街の広告なので違法ではない。商店街の表札という考え方である。市の取扱方針（案）では、商店街の名称を入れるように記載されており、それを社会実験として行うということになる。

■菊竹委員

許可期間が１年というのは長くないか。広告物の劣化の問題を含め、短期間で広告デザインを変更したほうが媒体効果が上がるのではないか。また、デザインを変えるたびに商店街に収入があるのであれば、期間を短くした方が地域振興になるのではない

いか。

もう一つ、商店街のロゴを入れることについて、大賛成ではあるが、逆にかせになってしまう恐れもあるので、絶対記載するというよりは「推奨する」といった表現の方が社会実験に幅が出てくると思う。

○事務局回答

商店街に入る広告収入は、デザインを変えるたびにということではなく、1カ月ごとに商店街にメディア料を支払うものと聞いている。

■菊竹委員

金額だけではなく、1年間同じものが掲出され続けられないようにする仕組みをつくっておく必要があるのではないかな。

■浜田委員

2年間という限られた社会実験の期間なので、有効に活用されるほうがよい。

■田口委員長

広告物が劣化することを考慮しなければならない。他の自治体では、クライアントが半年間スペースを押さえ、毎月掲出内容を変えるという仕組みにしているところがある。いろいろな仕組みがあったほうがよい。

この定められた許可期間というのは、商店街が掲出期間を決める余地はあるものなのか。

○事務局回答

1年間出しなさいということではなく、許可期間が最長で1年間ということ。その期間中で、3カ月ごとに掲出内容を変えるなどするのは商店街単位の運用による。ただし、デザインを変える場合は、その都度、市に申請をしてもらうことになるということである。

■長井委員

1年間同じものが掲出されると、歩行者も見たなくなるだろう。

■山畑委員

バナーの素材は規定していないが、鉄板のようなもの、例えば有機ELなどが出てくることは想定しているのか。

■田口委員長

屋内のデジタルサイネージ（電子看板）の事例はあるが、屋外については危惧されるばかりで行政の対策はない。中国では、防水性なども技術的にクリアできているので、時間の問題である。もし国内で出現するようになったら、これまでの屋外広告物とはまったく別の対応が必要になる。チラチラと眩しく、交通安全上問題があるので、警察が安全面から規制をかけることにもなろう。

●長井委員

取扱方針（案）では、街路灯とアーケード以外は対象にしていないのか。

○事務局回答

していない。街路灯とアーケードのみである。

●長井委員

先ほどの議論と逆に、掲出回数を制限する必要はないのか。週ごとに次々と内容が変わる可能性への対応として。

○事務局回答

回数制限は考えていなかった。週ごとにバナーを作り変えるとなると、広告費用が嵩むので、現実的にはそうした事はないものと思われる。

■河上委員

市や県などで禁止区域が見直されてきたので、屋外広告業者としては仕事がしやすくなった。

■田口委員長

景観計画で厳しくなった半面、広告をメディアの視点から使いこなすように考え方が変わり始めている。前向きな行政の考え方と思う。

●浜田委員

社会実験を終えた後、エリアマネジメントと整合をとらなければ先に進まないのか、あるいは屋外広告物条例だけでも改正していくのか。

○事務局回答

社会実験により一番適切な基準を設けることが目的である。屋外広告物条例の基準改正はある。エリアマネジメントをどう進めるかは、当課の所管でないので何とも言えない。

●長井委員

国道 16 号線沿いの追浜商店街では社会実験をしないのか。

○事務局回答

国道・県道については現在、それぞれの道路管理者と調整中であり、準備が整っていない。今回は市道沿いのみが対象となっている。

なお、アーケードの柱部分にステッカーを貼付することもクライアントから要望がある。これについては、国道管理者は不可との結論が出ている。市道管理者は占用許可の範囲外なので、商店街の自主管理の範囲でなら認めてよいのではといった話になっている。しかし、以前の当審議会の議論で、専用の装置を設けないポスターなどの貼付は景観上よくないという意見をいただいているので、屋外広告物担当部署として認めない方向でいるが、改めてご意見を伺いたい。

■田口委員長

柱に広告物を貼り付けるのは景観上、問題がある。国土交通省のエリアマネジメントの考え方は、景観推進の動きと真逆な面があるので、注意しなければならない。バナー以外にもいろいろなものが見えるのではないかと期待感があるが、慎重に扱

っていかななくてはいけない。来年度から当審議会と景観審議会が統合されるので、このような議論を一体的にしていきたい。

私自身は、この前の審議会で申し上げたとおり、アーケードの柱に広告を貼るのは賛成ではない。美しくない。この問題解決のためには行政の力が不可欠である。どこの行政も今回のように場所を限定し、社会実験を行っている。今回はバナー以外は一切認めない内容でよいと思う。

■菊竹委員

現場のシミュレーションのスライド写真を見て、話で聞いているのとは違う印象を持った。マンションの広告に、商店街が占拠されているように感じられる。果たしてこうした広告物の掲載が商店街の活性化につながるのか、危険をはらんでいると感じた。

■田口委員長

国土交通省はあくまで一つの可能性を示しているにすぎない。実際にうまく運用していけるかどうかは自治体行政に任されている。国土交通省がいいと言ったということで進めると、街なかは大変なことになる。

■浜田委員

あまりにも商店街が疲弊しすぎていることが背景にあるのではないか。

■田口委員長

景観形成と真逆のものを国土交通省は出してきた。運用を賢くできれば、街がすごく表情豊かになる。商店街の自家広告でデザインの悪いものに替え、こういった第3者広告を出す方が商店街の活性化につながる。運用次第である。

○事務局回答

このような動きに追いつくため、早めに社会実験を行っていきたい。

■田口委員長

社会実験を進めていく中で随時、状況を報告してほしい。本件については適用除外の特例として認めることで、各委員に異存はないか。

■田口委員長

異存がないようなので、当審議会の意見としては、適用除外の特例として認めることとしたい。

3. その他

事務局から事務連絡。条例改正案については、3月議会に上程し、3月4日に建設常任委員会で審議、3月24日の本会議で議決というスケジュールになっている。施行日は、屋外広告業の登録制度関係が10月1日、審議会の統合その他が4月1日である。

以上

議事録署名委員

議事録署名委員
