

第 14 回横須賀市景観審議会議事録要旨

横須賀市 都市部 市街地整備景観課

◇ **開催日時** 平成 22 年(2010 年) 6 月 29 日 (火) 14 時 30 分～16 時 50 分

◇ **場 所** 横須賀市役所 1 号館 3 階会議室 (旧来賓室)

◇ **議 事**

- (1) 平成 22 年度景観推進事業について (報告) …… 2 ページ
 - (2) 平成 21 年度景観条例・景観法の運用状況について (報告) …… 2 ページ
 - (3) 屋外広告物条例の見直しについて (報告) …… 3 ページ
 - (4) 景観審議会と屋外広告物審議会の統合について (審議) …… 6 ページ
 - (5) 平成 21 年度景観審議会専門部会議事案件について (報告) …… 8 ページ
 - (6) 景観審議会専門部会議事案件の完了状況について (報告) …… 9 ページ
- ※ 上記 (5) と (6) の議事は、個人情報を含むため非公開とした。

◇ **出席者**

委員 8 人

委員長・曾根幸一、田口敦子、小林正美、国吉直行、富澤喜美枝、
田中忠夫、前田幸永、赤星友香 (欠席 1 人 吉田慎悟)

事務局 5 人

市街地整備景観課長・関根謙二、主査・桑島正明、主査・加藤英明、
主任・近藤明、主任・中川衛

◇ **傍聴人** 1 人

◇ **議 事**

事務局から、当審議会委員 9 人のうち 8 人の出席により会議が成立している旨、傍聴人が 1 人である旨を報告した。続いて議事 (5) と (6) は個人情報を含む内容であるため、非公開となる旨を説明した。委員長が議事進行し、内容は次のとおり。また委員長から議事録署名委員として、田口委員と前田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「●」、意見などは「■」の記号を付し、事務局の説明や回答については「○」の記号を付している。

1. 平成 22 年度景観推進事業について（報告）

（1）事務局から報告

事務局から資料 1 に基づき、今年度の景観推進の 3 事業である「街並み景観形成推進」「屋外広告景観推進」「花いっぱい推進」について説明した。

「街並み景観形成推進事業」では、新規事項として、68 の団体に組織する関東地方都市美協議会の会長市を本市が担当し、総会や研修会を運営する旨などを説明した。

「屋外広告景観推進事業」では、屋外広告業の登録制度導入と、屋外広告物条例の運用上の課題点を解決するため、来年度の施行を目指し同条例を改正する旨説明した。

「花いっぱい推進事業」では、引き続き公共施設花壇の管理と共に、ボランティアによる推進とボランティア指導者の育成を図る旨説明した。

（2）質疑・意見等

●質問（富澤委員）

屋外広告業の登録制度でいうところの屋外広告業とはどのような内容か。

■意見（田口委員）

一般的には「制作」「取り付け」「代理店」を指す業であるが、この制度が対象とするのは、国のガイドラインによれば「取り付け」を行う者である。（事務局注：屋外広告審議会委員長を兼任する田口委員から事務局に代わり回答）

2. 平成 21 年度景観条例・景観法運用状況について

（1）事務局から説明

事務局から資料 2 に基づき、昨年度、景観審議会を 2 回、同専門部会を 11 回開催した旨、よこすか景観賞の表彰が 10 件、景観法に基づく届出及び通知が 124 件あった旨と共に、景観重要樹木指定を 4 件 7 本行った旨報告した。

（2）質疑・意見等

■意見（曾根委員長）

景観法に基づく景観重要樹木指定の積極的な推進は、他自治体と比較しても特徴的な取り組みになっている。今後も続けてほしい。

■質問（曾根委員長）

専門部会は毎月開催されている。事案の具体的な内容については専門部会で常時検討しているため、この審議会もスムーズに進んでいる。問題になりそうな事案、大きい事案は専門部会のフィルターがかかっているが、どのくらいの件数か。

○事務局回答

7 件について審議いただいた。

3. 横須賀市屋外広告物条例の見直しについて

(1) 事務局から説明

事務局から資料 3 に基づき、屋外広告物条例の概要と現在検討中の条例改正案の内容について説明した。

改正案は、屋外広告業の登録制度導入を背景としている。平成 16 年の景観法の施行に合わせて屋外広告物法も改正され、その際に登録制度が規定された。この制度は、屋外広告業を営む者に登録を義務付けるもので、不良業者を排除し、良質な業者を育成することを目的としている。県内では、県、政令三市と本市で足並みをそろえ、平成 23 年 10 月の施行を目指している。事業者が県に登録すれば、各市域で事業を行う際には、手数料のかからない届出のみで足りるとする「片みなし」による登録制度の導入を検討しているところである。

登録制度の導入に合わせ、屋外広告物条例の施行から 10 年目となる節目に、条例のこれまでの運用上の諸課題を解決するため、必要な改正をすることとしている。主な内容は、第三者広告の形態をとる広告物である「バス停留所の上屋の広告板」や「商店街の街灯柱のバナー」の設置基準、「LED（発光ダイオード）を使った映像広告」の設置基準を規定することなどである。

(2) 質疑・意見等

●質問（小林委員）

条例の概要の説明の中で、高さ 4 メートルを超える広告塔などは安全管理者の設置が必要とされ、その資格の一つに「屋外広告士」が挙げられていたが、これはどういうものか。

○事務局回答

試験機関として、国から認定を受けている(社)全日本屋外広告業団体連合会が行う試験に合格した者が得る資格である。

■意見（田口委員）

屋外広告物法は、いわゆる「モノ法」であり、表示面のデザインには関与しない。屋外広告士はこうした法律に規定されるものであり、講習会では安全なものをつくり表示することが重要視されている。屋外広告物に関する問題には二つの大きな柱があり、以上のように制度によって生じるデザイン性の問題がその一つである。

もう一つは、第三者広告の増加によって生じるデザイン性の問題である。もともと「表札・自家広告」としての位置づけであった屋外広告物に、経済活動が伴う広告情報が加わることで、デザイン性の問題が生じてきた。大都市を除き、今までは「自家広告」以外認めない、という考え方で行われてきたが、最近、規制緩和としての道路占用の許可による第三者広告が急激に増えてくるようになった。バス停留所のポスター、商店街の街灯柱のバナー、ラッピングバスなどが第三者広告である。もはやこれは「表札」ではなく、まさしく「広告」である。今後、まちに氾濫するおそれがあるため、景観全体の中で屋外広告をとらえるときに、認識しておかなければ

ならないことである。現在、国土交通省の道路占用の規制緩和は、当初国が想定したものと、各地域で起こっていることの間ズレが生じ始めている。まちを活性化させようというエリアマネジメントの活動に広告物を活用する考え方から逸脱し、規制緩和だけが一人歩きしている面がある。広告は地域の活性化というまちづくりとリンクすることが望ましいが、一方では景観と対立する側面も持ち合わせていることから、地方自治体の対応が望まれる。

また今、広告のメディアが大きく変化する節目にある。広告関係者の間では、デジタルサイネージ（電子看板）の広がりに関心が高まっている。今後は静止画ではなく、動くメディア、動画が技術革新によって大きく広まる可能性がある。動画は伝達効果が非常に高い。連立するビルの表層がテレビ画面の役目を果たしている未来像があるが、これをイメージしていただければ分かりやすい。これが実際に、まちに広がると、景観の問題は大変面倒なことになるであろう。今後、こうした技術革新を念頭に置いて景観について議論していかなければならない。

■意見（国吉委員）

横浜市では1970年代から、屋外広告物の諸規定とは関係なく、独自の景観のガイドラインをつくり、まちなみのデザインを図っている地域がある。山下公園周辺地区が分かりやすい事例であるが、地域独自のルールとして、自家用を除き、広告物を一切表示させない内容となっている。また景観重要道路には広告物を表示させないとしている。現在は、景観条例に基づく地区の景観ガイドラインとなっている。

「ここで何をつくるのか」「何を大切にするのか」という方向性から考えはじめなければならない。広告物の運営としてスタートするのでは、まちの景観はなかなか徹底できない。広い視点、別の視点から広告物をとらえる必要がある。バス停留所の上屋のポスターについても、デザイン面から審査会が意見をいう場を設けている。

■意見（田口委員）

バス停留所の上屋のポスターについて、横浜市以外の案件にかかわってきたが、この問題については、エリアマネジメントというまちづくりの考え方にのっとり、地域が個別に議論していく必要がある。

■意見（国吉委員）

公共空間において、公共性の高いイベントなどのバナーの必要性はある。バナーを設置するスポンサーとして第三者広告が表示されるのは当然としても、その部分を全体の何パーセント以内にするなどの方策もあろう。

■意見（田口委員）

エリアマネジメントの概念は商店会レベルで考えていくものである。第三者広告表示面の広告面全体の中での比率・パーセンテージを決めたり、造形性・デザイン性について取り決めたりするのは、商店会単位でガイドラインをつくり、取り組んでいくことになると思われる。実際に社会実験の始まっている地域もある。バナーやポスターはよいとしても、ベンチや

アーチ、アーケードなど、広告表示の対象が広がっているため、市として取り決めをしていかないと、まち全体の景観に支障をきたすことが考えられる。屋外広告物を含めた景観全体をとらえることを考えられれば、商店会などへの説得力も強いものとなる。

●質問（田中委員）

バス停留所の上屋について、建築とのバランスはどのような解釈がされているのか。

■意見（国吉委員）

工作物として構造審査されているため問題はない。

■意見（曾根委員長）

屋外広告物について、景観と合わせて考えていかなければならないという方向性の議論であった。

4. 景観審議会と屋外広告物審議会の統合について（審議）

（1）事務局から説明

事務局から資料4に基づき、景観審議会と屋外広告物審議会の統合について諮った。これまでそれぞれの審議会で議論してきたことを、今後は一体的に行っていくため、またさきほどの議論にあったように、大きく変わり始めている屋外広告物と景観を取り巻く環境に対応するため、両審議会の統合案を提出した。

時期は平成23年4月1日から、名称はこの審議会と同じ景観審議会とする。委員数は現在の両審議会を合わせた16人から13人へ変更。委員の委嘱は、来年4月から屋外広告物審議会の分として増員となる5人の任期を通常の2年から1年3カ月に短縮し、平成24年7月から全員の任期をそろえる形とする。景観条例と屋外広告物条例の改正はセットで進める。景観条例の改正は「景観審議会」の項目の人数を変更し、担当事項に屋外広告物審議会の審議事項を加える内容とする。

（2）質疑・意見等

●質問（田中委員）

統合は、したほうがよいものなのか。

■意見（田口委員）

統合が望ましい。もともと屋外広告物法の前文には美観風致という言葉が使われてきた。景観法ができるまでは、景観について触れていたのは屋外広告物法だけであった。つまり従来（昭和24年）から、屋外広告物は景観の一部としての認識でとらえられてきた。このように屋外広告物と景観は非常に密接に重なる部分がありながら、逆に現状のように相反する部分もたくさんある。お互いに問題をぶつけあい、一体的に議論していくべきものである。心配な点としては、屋外広告物法はモノ法であるため分かりにくいということである。現在の景観審議会でも勉強するのが少し大変かもしれない。

■意見（曾根委員長）

商店会単位で自分たちのエリアを守っていこうというエリアマネジメントについても、何かを媒介にして成長していくものであり、その一つが屋外広告物であるのかもしれない。一方では企業戦略で広告が成り立っているところもあり、バッティングするところを今後調整しなければならない。国吉委員から紹介のあった事例など、これから勉強していくことが必要となろう。

●質問（小林委員）

屋外広告物審議会には専門部会があるのか。ないのであれば、現在の景観審議会の専門部会で議論していくことになるのか。

●質問（曾根委員長）

テーマ、案件ごとに委員を組み替えるなどしていく方法もあると思うが。

○事務局回答

統合の方向性が決まれば、その後に検討していく。

■意見（曾根委員長）

異議はないか。

■意見（委員一同）

異議なし。

■意見（曾根委員長）

ないようなので、両審議会を統合することとしたい。

～ 以降は非公開案件のため、傍聴人に退席いただいた。～

5. 平成 21 年度景観審議会専門部会議事案件について
非公開

6. 景観審議会専門部会議事案件の完了状況について
非公開

◇ その他

事務局・市街地整備景観課長から、今月末までとなる当審議会委員の任期満了に際し、各委員へ謝辞を申し上げた。2年間の貴重な意見を今後の景観行政に生かしていきたい旨申し述べ、引き続き本市景観行政にご協力賜わりたい旨お願い申し上げた。

以上

議事録署名委員

議事録署名委員
