

第28回 町田市景観審議会 会議録

日時	2018年2月14日(金) 13時30分～14時40分
場所	町田市役所2階 2-1会議室
出席者	<p>&lt;委員&gt; (敬称略)</p> <p>鈴木伸治、田口敦子、名和田是彦、二井昭佳、天野真、佐藤正志、高橋清人、渥美益明、平川由紀(9名)</p> <p>&lt;事務局&gt; 須原都市整備担当部長、地区街づくり課職員(6名)</p>
傍聴者	4名

■会議内容

- あいさつ
- 会議の成立(定数確認・欠席者の報告)、会議の公開に関する報告(傍聴者報告)
- 調査・審議事項
  - ・議題17-02号 「町田市景観計画に基づく町田市屋外広告物ガイドライン(案)」について

■配布資料

- 次第
- 第28回～第30回景観審議会専門部会の意見まとめ

■議事

- あいさつ
- 「町田市景観審議会規則」第6条第2項の規定による会議の成立に関する報告(全員の出席により、会議の開催について成立)
- 「町田市審議会等の会議の公開に関する条例」第3条の規定による会議の公開に関する報告(傍聴者4名)
- 調査・審議事項
  - ・議題17-02号 「町田市景観計画に基づく町田市屋外広告物ガイドライン(案)」について

【事務局】

(「町田市景観計画に基づく町田市屋外広告物ガイドライン(案)」について説明)

【委員】

今の事務局の説明を踏まえ、今回のガイドラインの大きな要点をいくつか説明する。

このガイドラインは、町田市が策定した景観計画の中に「行為の制限」という項目があり、屋外広告などについて制限することができるとある。それに沿って屋外広告物と町田の景観の2つをどう見ていくかがガイドラインの目的だろう。市の目的は、それをどのようにガイドラインに反映していくの

か。町田市だけではない非常に大きな問題があり、一方では、景観条例に基づく景観計画の中での行為の制限があるが、全く同じ力で屋外広告物法、東京都屋外広告物条例がある。それらとの調和を考えてガイドラインをつくっていくことに大変苦心した。

もう1つ、時代が非常に動いて特に技術開発のスピードが速く、屋外広告物法や都条例ではとても覆い切れない問題をたくさん屋外広告物は抱えている。そういったものも見ながらガイドラインをつくっていくことが、部会の最初の合意事項であった。

部会開催の前に、町田の繁華街を歩いて現状がどうなっているのか、やはり現物を見たほうがいだろうということで、部会委員で半日ほどかけて町田駅前、小野路などでまち歩きをした。それらを大前提に、ガイドラインの1章・2章について、踏み込んだ話をする。

まず、今回のガイドラインで対象とする広告物に、東京都屋外広告物条例に載っていないもの4つを加えた。1つ目は、デジタルサイネージである。これが今のところ都条例では取り上げられていない。また、窓の内側に貼られた窓面利用広告である。これまで都条例では屋外広告物としてみなさないということで手がつけられなかったが、各自治体が取り組み始めている。続いて、自動販売機の側面の空いている部分に広告を張っていくというもの。最後に、大変大きな問題だが、建物に直にシートを貼るものである。建物と一体化を図った広告物をどう捉えていくか、20年ぐらい議論している。この4つを今回ガイドラインの中で対象物として、町田市としてどういうふうにしてほしいか言えるような形にした。

6ページ下に、ガイドラインをつくったのであれば何らかの啓発活動をすべきということで、簡単な文言が黒い枠内の行政という部分に書かれている。啓発活動で新しい事業を起こすのはガイドラインの中の話ではないため、この文言で済ませているが、今後、啓発活動として何らかの事業を始められると思う。これも部会としてはとても大事な項目と考えている。

次に、屋外広告物の役割で、あえて社会的な機能と経済的な機能、2つの機能を持っているということを明記した。屋外広告物には法律、条例があり、社会的な問題としてかなり大きく捉えられているはずだが、実際に屋外広告物が必要なのか、無くてもいいのではという議論が絶えずある。ガイドラインでは「必要なものである」ことを伝えるために、社会的な機能、経済的な機能という言葉を入れた。社会的機能とは「表札」という意味である。住宅に表札があるように、商業施設、企業なども表札を出すべきだということを言っている。経済的機能とは、具体的には営業内容、特別なイベント内容など、「告知情報」という具体的な伝達内容を入れることを言っている。屋外広告物の役割は、今の2つに「商業地域でのにぎわいをつくる役割」を加えた3つだろうということがここに明記されている。

5ページで、屋外広告物は情報発信装置であるとしており、社会的な機能、経済的な機能という文言を入れて屋外広告物をどういうふうにつけていくか

を明記した。5ページに自家広告と非自家広告という言葉がある。社会的な機能の表札は自家広告であり、営業内容を書くのも自家広告である。それ以外は、法的にも条例的にも認められていない。本来は自家広告のみである。ただ、一部非自家広告も許されている場合があり、非自家広告の部分が今非常に拡大してきている。今ここにガイドラインの対象広告物であるが、ラッピングバスは非自家広告である。バス会社の広告ではないので第三者広告になる。デジタルサイネージも、ここで設置しているビルの広告をしているわけではないので第三者広告である。こういうものがどんどん増えてきており、東京都屋外広告物条例では扱いきれなくなっている。

13ページに第三者広告のコラムをつくった。まだ町田市は取り組んでいないが、丸の内の大丸有まちづくり協議会の取組事例を出している。エリアマネジントというのは、まさしくまちづくりのことである。まちづくりの中で、広告を利用するという考え方がある。まちにある商店、企業、商店街そのものの名前を明記するのではなく、第三者の名前を出す広告である。実際に各地でやっていることだが、今回のガイドラインでは、直接的にデザイン上どういう問題があるかということは一切触れてはいないが、時代は非常に進んできていて、屋外広告に対する概念が広がっていることもあり取り上げた。

2章に素敵な広告物をつくろうというテーマがあり、そこで設置位置、色彩、情報の内容などいろいろな考え方が明記されている。ここで大事なことは、どの項目も一種の造形要素であり、項目の前提にあるのは、屋外広告は自家広告、非自家広告に関わらず歩行者が見るものだということである。今回は景観を整備していくためのガイドラインでもあるが、情報を伝えるための手法、造形的手法を列記していかなければいけない。まず、「どこに設置されるか」「歩行者から見えるのか」「車から見えるために設置されているのか」設置位置によって色彩の制限も変わってくるので、一律というわけにいかない。情報の内容の整理についても、歩行者が読めるように、ちゃんと字語の整理をするようにと書いてあるが、情報量が多く端的に瞬時に読み取れなければその広告表現は失敗であるため、最も伝えたいことを大きくして、他のものは小さくするという優先順位をつけてデザインしてくださいという書き方になっている。色彩も、歩行者が瞬時にその情報を受けとめられるようにしつつ、景観を整えていくためのデザインを考えていきたいということである。

2章の位置、情報、図記号、端的な伝達は、バリアフリーという目的もあるが、同時に端的な伝達を目指しているわけである。2章には、伝達の目的によってデザインをどうするかということが、裏に潜んでいると思っていた。その観点から専門部会は議論をしてきた。

3章以降は、今の話を前提として、それぞれの地区の特性を考えてどうすべきか、あるいは建物のサイズ、周辺景観との関係はどうすべきかということ細々とした形で議論されていった結果がここに表記されている。

【委員】

全体として大変わかりやすい印象。

壁面シートや広告幕は重要と思っており、例えば島根の松江には、駅前に「ホテル3, 980円」というものが平気で出ており、そういったものに該当するページがどこなのがわかりづらい。

23ページに現状の写真が載っているが、良い広告として載せているのか、悪い広告として載せているのかがわかりづらい。良いのか、悪いのかがわからない状態で現状が載っており、ここから何を読み取ればいいのか気になった。

3ページ右側のスーパーの写真は良い事例として載せる必要があるのだろうか。21ページ左下の写真も配慮されているといえれば配慮されているのかもしれないが、上にいろいろ広告が付いていることを考えるとそこまで良い事例といえるのか。写真の選び方が重要だと思う。

最後の36、37ページ、結局どこまで制限されるのか、サイズが基準内でもデザインが微妙なものに対し市としてどう対応すべきか教えてほしい。

【委員】

最後の、都条例でどこまで制限できるかについてだが、屋外広告物法や都条例は「物（もの）法」なので表示内容について一切言及されていない。都条例では、表示内容について行政によって若干の制限を書いたりするが、基本的に法律上は表現の自由を侵すということで組み込めないという考え方である。表示面について、景観法で誘導を図ることが今回のガイドラインの1つの大きな目的である。景観法ができる前から屋外広告物というのは絶えず景観、景観と言われたが、どうにもならない。表示には一切文句が言えないので法的には制限できない。ただ、今回ここで、色彩や情報の内容については踏み込めないが、情報の整理の仕方については、広告主に対応していただくということが入ってきた。それでもまだまだ表現の自由については課題である。

もう1つ、シートの件はここでは踏み込まなかった。東京都が建物と一体化したシートを広告板という広告物に解釈すると決めたようだ。この会議の最中にその話が入ってきて大変驚いているが、専門部会はそのシートを広告板とみなすというのは理解できないのでここでは取り上げなかった。大事な項目だが建物デザインと言われてしまうとどうにもならない。建物全体に大きい文字を貼りつけて、建物デザインだと言ってしまふことが90年代から始まっていたがどこの行政も手のつけようがなかった。東京都もこれはやむを得ないということでシートを広告板とみなすと言うが、扱いが難しい。今後の課題だと思う。

3ページ下半分の右上の写真は、もっと全体像が見えればなぜ良いかがわかる。スーパーやコンビニ、大きな商業施設には、必ず道路沿いに大変背の高い建上広告があるのだが、この写真の広告はすごく低い。最近町田市で展開されているスーパーマーケットは、大変低い位置に作って協力してくださっている。この斜め前はコンビニなのだが、この倍ぐらいの高さの建上が立っている。できたらこういうことをわかっていただき、コンビニさんも場所

としては低くしていただきたい。そういう意味合いが写真に全部込められていると思うが、キャプションを書き込めない。今のことをどんどん書けばいいのだが、なかなかキャプションを書くのが大変で簡単な解説になっている。

世界中いろいろな文化がある中で「壁画」に対しては、東京都は広告物とみなしている。壁画は純粋な絵画であるが、絵を壁に書くと屋外広告物の色彩制限が適用される。絵描きを尊重してあげないといけない。壁の上のほうは少し色の彩度を下げてくれと言われているそう。屋外広告物情勢がいろいろ難しい時代に入っている気はする。建物との一体化とは、ほぼ同じことで、絵を描いたかシートを張ったかの違いという解釈である。

**【会長】** 東京都屋外広告物条例に関して、将来展望としてどうなるのか、町田市としてのスタンスを確認したい。現状は東京都屋外広告物条例の事務の移管を受けているということか。

**【事務局】** 条例制定はまだであり、受付を都から委任されている。

**【会長】** 部会でも将来どうあるべきかを前提に議論をしているので、長期的な展望でどうあるべきかを教えてほしい。

**【事務局】** 町田市では、今回景観法に基づくガイドラインを整備するが、将来は屋外広告物条例と両輪で担っていきたいと考えている。都条例を移譲して、町田市で独自に策定し屋外広告物行政をやっていききたい。

**【会長】** 主体的にやっていきたいということを前提に、今回はその一歩としてのガイドラインがあるわけである。ただ、東京都側の意向もあり、景観行政団体、景観条例をそれぞれの自治体や特別区が持つこと自体もなかなか進んでいなかったりする。特に屋外広告物条例に関してはなかなかそれを認めないという東京都のこれまでの運用の経緯があるので、必ずしもどうなるかということとははっきりと言えないが、やはり景観行政の中で主体的にやっていくという、その一歩としてガイドラインが位置づけられているとご理解いただきたい。都条例の運用に関しては町田市も適用の対象になっているので、都条例を尊重しなければいけない。若干そこでガイドラインとぶつかる部分も出てくるかもしれないが、その中でなるべく主体的な景観行政を行っていくことになると思う。

**【委員】** 神奈川県の実鶴町の街づくり審議会の委員をしていた時、非常に先進的な、今日の景観行政につながるようなことをやったが、若干疑問を持っていた。国の条例を運用するための説明書にいろいろなことが書いてあり、その中の具体的な1つの事例について、どの項目が適用されるかということが事前にはわからない。そのときになって行政が「基準の中のこれとこれを適用してこうです」と指導している感じがする。行政がやっていることなので、ある程度法に従った予測可能性がないといけないと思う。景観条例の枠内のガイドラインとしてつくとちゃんと書いてあるので、単なるデザイン書でなく公的な文書であり、規制に結びつけて運用していく。書かれていることがどういう規制に結びつくかということが、ある程度明確に事前にわからなければならぬ。ただ、事柄の性格上、素敵な広告にするためにどうしたらいい

かということが、これを読んで必ずしも明確にわかるとは限らない。そこで大事になるのが事前相談だと思う。5章に説明されている事前相談の中で、懇切に「こういう考え方についてこうなのです」「このようなことを考えたらいかがでしょうか」ということを相談する。このプロセスやコンセプトが専門的に行われることが非常に重要である。要は、今後の運用において、懇切に素敵な広告になるように一緒に考えるという態度で行政が臨むことがガイドラインの留意事項だと思う。

【会長】 手続等について、どのような運用を想定しているのか。

【事務局】 事前相談は、町田市としても重要な手続きと考えている。特に、都条例の対象となるものについては、現在庁内の道路部道路管理課と事前に相談をしてもらっているが、併せて地区街づくり課に景観という視点からの事前相談をお願いするという事で案内してもらうよう調整をしている。チラシを作って事業者に訴えていきたい。その際、ガイドラインを有効に使い、1章2章、場所によっては3章4章で、事業者と一緒に屋外広告物を考えながら、素敵な広告物をつくり出していきたいと思っている。

【委員】 5章の「ご用意いただきたい資料」の中に「チェックシート」があるが、ガイドラインの中に載せて、内容とタイアップするようなものに変えるとよりわかりやすくなるのかなと思った。

【事務局】 当初はガイドラインの中にチェックシートを入れることを考えていたが、煩雑になってしまうところもありガイドラインと分けた。道路管理課に事業者が手続きの相談に来たとき、パンフレット等にチェックシートを入れて啓発を図る。

【委員】 ガイドラインの行政指導の対象になるのは、5章にある表示・設置に必要な手続きと書いてある。01(1)で、景観事前相談の対象となる行為、規模があり、行為は広告物全部としているが、対象規模は都条例を見ろと書いてある。02で見ると、どういうものが規制され審査されるのか、どういうものが例外なのかが一般の人には非常にわかりにくい。原則がこうだったものが、今度はこうなったのだというところを一般市民の人にわかりやすく説明してもらわないと、わからない人が増えるのではないか。

【委員】 市民の方が知らないのは当然だが、事業者は知っている。事業者は、屋外広告物法で定められている屋外広告物の講習を受けないと業務ができないため、法的なことも全部知っている。ガイドラインの対象は、市民の方にわかっていただくことと同時に、事業者にこれを活用していただきたいという目的が大きくある。

【委員】 対象は全ての広告物ということか。

【委員】 法的には都条例に申請対象となる広告物が決められている。

【委員】 全てではないのか。

【委員】 ほぼ全てである。どう解釈するかがわかればよい。町田市は4つ加えたが、それを外すとほぼ法律とか都条例に沿ったものとなる。ここに対象として描かれているものは、何らかの申請をしなければならない。

都条例の手続きでは、スーパーやショッピングモールなどの大型の建物の場合、事前相談などを受けるが、個人商店などの場合には、許可申請に来るだけだと思う。ただ、その段階で市の担当部署は、チェックシートを見て、何らかの助言をするのだと思う。

【事務局】

ガイドラインの目次の右側「特に読んでほしい方」で、市民の方、広告主の方、屋外広告業者の方で、章ごとに対象者を振り分けて特性を持たせている。市民の方については、まず興味を持っていただきたいということで1章で町田市のガイドラインに対する考え方、2章で広告物とはどういうものか、広告物はどうあるべきかを見ていただく。広告物を実際に出す方については、3章、4章で屋外広告物だけでなく周辺にも配慮していただくという整理をしている。最後の手続では、専門の屋外広告物業者の方を対象としている。

ガイドラインでは、東京都屋外広告物条例の対象に加え4つの広告物も対象としている。ただし、小さなものから大きなものまで全てを事前相談するのは対応し切れないので、都条例の許可申請対象に規模を絞らせてもらっている。これについてはしっかりと事前相談をしていきたい。

条例にかからないものについても、事前相談をなるべくしていただきたいということもあり、もし相談をしていただければ、対応させていただく。

【委員】

37ページがよくわからない。この面積は何を足したらそうなるのか。1個が10平方メートルなのか。もちろん業者が見ればいいのだが、最終的には市民の人たちがこういう広告を出しているのはおかしいのではないかとこころに本来はいくべきなのかなと感じる。拘束力がないので余計に市民の人が理解できたほうがいいのかなという印象がある。少しわかりにくいところは補足するのがよいかと思う。10平方メートルのカウントはどういうふうにカウントするのか、ここを見ただけではわからない。

【委員】

広告主が別々なので合算する。本来的には10平方メートルは守らなければいけない。1企業の、1広告主の広告がばらばらで幾つもあるものを合算する考え方であるが、大型の建物の場合には1社の広告ではない。そのときの合算の仕方の答えがどこにもない。建物に付けず下に降ろし、歩行者向けの集合広告があればいいぐらいのことを言うばかりで、都条例上で制限している数字についてはどうにもならないものがある。

【事務局】

数字の取り扱いについては、面に出ているものの合計をカウントする。

【委員】

禁止区域の中で全域というのがあり、5平方メートル以下と書いてある。禁止区域全域が5平方メートル以下とうたっているにもかかわらず、その上には10平方メートル以下というの表記があったり、何で第二種文教地区というのは禁止区域に入っているのに10平方メートル以下になっているのか、全域というのが何を表していて、橋とか高速道路のみにかかっていることなのか、意味がわからないと思いながら見ていた。

【会長】

禁止区域ではあっても、例えば店舗があつたら、店舗も自社の広告は認められる。必ずしも禁止区域と言いつつ、全面的に禁止しているわけではない。

- 【委員】 禁止区域で、全域5平方メートル以下という条件がかかっている、上には10平方メートル以下の場合もある。ここは東京都の読み方を議論する場ではないと思うが、矛盾していないかと思いながら見ていた。
- 【委員】 前のページにあるが、橋などは設置してはいけない。ただ、禁止物件でも選挙のポスターは問題ない。
- 【委員】 例えば住宅のイルミネーションは広告の範囲内に入らない、規制ができないのか。
- 【委員】 特に言及はされていない。
- 【委員】 第1種、第2種低層住居専用地域などには完全に入ってくるなという希望的なものもある。
- 【委員】 施設限定という考え方だと思う。対象となるものがどんどん出てくる。
- 【委員】 先ほどの意見のように、都条例の基準については一般の生活に密着した部分での補足説明があってもいいのかなと感じた。
- 【会長】 基本的には東京都の運用によるので、町田市は口を出せない。今回のガイドラインは、量的な部分よりは質的な部分に焦点を当てて協力を求めているというのが趣旨である。そこを分けて理解していただければと思う。
- 【委員】 やはり市民全体がこういうことをやろうとしているのだなという理解があって、極端なものが出た場合、あれは何だという見方が一般的になるには、そういう意識が下支えをするのではないかと思う。ガイドラインをつくったことによってこんなことを目指しているのですよということがある程度わかるような広報活動をしていただくといい。
- 【委員】 専門部会でも、啓発活動をどういう形で検討していくかについてご意見が出た。
- 【事務局】 市民にとってわかりやすいのが大事なことだと我々も認識している。いずれは屋外広告物条例を市で制定したいと思っているが、まず市としてこれだけ頑張っている、町田市はこれだけ良くなったというところを東京都にアピールしたい。まずはそのスタートを切りたい。
- 【委員】 8ページ「ピザ食べ放題」の部分は、まさにそのとおりだと思うが、業者から見れば「1,980円」がもっとも大事な内容だから載っているのだから、こういう風にしてもらえないかと言えない。こういう言葉がまちのイメージに関わるとか、これがまちのイメージを下げるということも言ってもいい。
- 11ページ右下のコラムは、すごくいい。文字によらない、お客さんに立ち寄ってもらうための仕掛けづくりである。店側がお客さんを迎えるような仕掛けとして、緑や腰掛けるベンチなどを足してもらえると活動が出てくると、よりお店側からのウェルカムなサインが出ていいのかなと思う。「緑」や「ベンチ」などの言葉を足すのもよい。
- 【会長】 部会では、シートを張りつけた広告物、建物自体が広告物となっているものが課題であるという確認をしてきた。それらはこの中に入れられないか。
- 【委員】 別の自治体のガイドラインでは、悪い事例は違うまちの写真を使っていた。



モザイクも一応入っていた。市内の写真だともめる。

【委員】 名前が出るのでキャプションが難しい。「これは悪い例」と書ければ簡単だが書けない。

郊外はもっとすごいものがある。建物全部が文字で、前も側面も全部文字のものがあるが最近は大いぶ落ちついてきた。

【委員】 悪い例というのは非常にわかりやすいと思う。悪い例を出してもらったほうが、市民が理解しやすい。

【委員】 悪い例についてはキャプションを読みながら付度して理解していただく。

【委員】 屋外広告物の現状に、こういうのが良いというのを見てもらうのであれば、良い例だけを入れるというのものもある。このゾーンにふさわしい感じになっている例で載っているものもあるのかもしれない。

【会長】 シート型については、メニューと金額がシートで印刷されぺたっと貼る広告が特に中心部の商業地域で非常に増えていった。そういった難しいものも念頭に置きながら写真を選んだり、作業をしていただいた。悪い例は簡単には出しづらい。

そのほかの意見が特になければ、今日の意見の対応について私のほうに一任していただき、最終的な答申としてまとめて市のほうに提出させていただく。

— 了 —