

第33回 町田市景観審議会 会議録

日 時	2021年3月25日(木) 午後3時15分～午後5時30分
場 所	町田市役所2階 2-3会議室
出席者	<p><委員> (敬称略)</p> <p>二井昭佳、室田昌子、中島直人、入江彰昭、湊元初姫、野間田佑也、小峰光正、植木宗徳、高橋清人、前田純、山崎浩子、吉崎洋子 (12名)</p> <p><関係者></p> <p>株式会社町田まちづくり公社 (2名)</p> <p><事務局></p> <p>都市整備担当部長</p> <p>地区街づくり課職員 (6名)</p> <p>産業政策課職員 (3名)</p>
傍聴者	0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20-02号 「原町田大通り憩いと賑わい空間を創造するプロジェクト」における屋外広告物を活用したエリアマネジメント支援事業の内容と方向性について

■配布資料

- 次第
- 参考資料：「町田市中心市街地まちづくり計画」について
- 参考資料：「屋外広告物を活用したエリアマネジメント支援事業」について
- 参考資料：町田市景観計画 抜粋

■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 (過半数以上の出席により、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0名)
- 付議事項
 - ・議題20-02号 「原町田大通り憩いと賑わい空間を創造するプロジェクト」における屋外広告物を活用したエリアマネジメント支援事業の内容と方向性について

【事務局】

<町田市中心市街地まちづくり計画について説明>

【株式会社町田まちづくり公社】

＜屋外広告物を活用したエリアマネジメント支援事業について説明＞

【会長】 今日、屋外広告物を活用したエリアマネジメント支援事業の内容と方向性について、大きく3つの点からご意見、アドバイス頂ければと思っています。

1つ目は、最終的なゴールに向かって、例えばこういうことを工夫すると、よりゴールに向けて達成ができるのではないかと、こんなアイデアもあるからそれも検討してみたらどうだという、中心市街地の目標像に向けて今回の取組をより有効に働かせるためのアドバイス、アイデアを頂けたらと思います。2つ目は、デジタルサイネージなど屋外広告物を設置するに当たって、例えばこういうことに十分注意することが必要だという、いわゆる景観的な観点からの留意点についてもご意見を頂ければと思っています。3つ目は、社会実験という形で行いますので、この広告物を活用したエリアマネジメント支援事業がどういう効果があったかというのを検証する必要が出てくると思います。それに向けてこういう点も検証したほうがいいのではないかと、こういうやり方があるなどといったご意見も頂けると、より有益な準備ができるかと思えます。よって、目標像に向けたアドバイスやアイデア、景観的な観点からの留意点、それから検証内容についてのアドバイスという3点で、ご議論を頂きたいと思っております。

ご質問あるいはご意見等ありますでしょうか。

【委員】 1つ質問ですが、社会実験としてエリアマネ広告を1年間やられるということで説明がありましたが、デジタルサイネージ等の効果的な運用を図る実験だと受け取ったのですが、デジタルサイネージの設置要否自体は実験では問わないのでしょうか。デジタルサイネージの実験といっても、導入するのに結構なお金を使って、恐らく購入されて設置する。そうなってくると、そもそもデジタルサイネージではないほうがいいのではないかと、検証内容の中に入れるかどうかという点はいかがでしょうか。

【会長】 そもそもデジタルサイネージを採用したいと思った理由などもあるのかとは思いますが、ご回答できますか。

【事務局】 町田市としては、現状デジタルサイネージの導入前提で考えております。ただ実証実験をやってみて、歩行者のよそ見等での事故の発生や視認性というところでのデータを取りたいと考えており、その結果ハード部分等で何か改善が困難な問題が起ってしまった場合は、デジタルサイネージの設置は難しいと判断するというのは当然あるかと思えます。

【株式会社町田まちづくり公社】 レンタルなのか購入なのかという話ですが、今のところはリースで考えています。ただ設置には費用が別途かかっています。また、なぜデジタルサイネージなのかというところですが、より多くの情報を出すためにはやはりデジタルサイネージを設置することが有効なのではないかと思えます。

【委員】 では、それを踏まえて意見ですが、1つは、町田市屋外広告物ガイドラインを見ると、デジタルサイネージに関する言及があり、大きさがもう少し大きなものを想定していて、恐らく建物にくっつくようなデジタルサイネージのことを意識し、その中で重要なこととして、建物の外観と一体感があるようなデザインにすることが書いてあると思えます。多分、新築で建物を建てる時にデジタルサイネージをつけますよと言われてたら、必ずこういうことを言います。今回は建物ではなくてこういうデッキではあるのですが、1つ気になっているのは、デッキのデザインとかあるいはその横にある商業施設も含めて、デザイ

には全く関係ない、ある種の既製品がそのまま付加的につくと、その景観が果たして良い景観になるのかどうかということです。これは情報発信とは別でデッキの景観の問題です。そういうことを考えたときに、突然何個か設置されるというのが本当にいいのかというのが、まず屋外広告物の考え方、特に景観的な考え方からしても、もっと考えるべきことがあるのかと思います。例えばどこにつけるかという問題かもしれません。

もう1つは、2号デッキに設置する場合の効果です。デジタルサイネージが必要なのはよく分かるのですが、あの場所に必要かどうか、あの場所が本当に効果的なデジタルサイネージを見る場所になるかどうかというのは、どのぐらい検証されてから決めているのですか。デッキは通路としての機能が強く、乗換の客数が30万人と、かなりの乗換え客がいて、恐らく真ん中では立ち止まったりしない場所なのかなと考えたときに、あそこで見上げながらあの広告を見て歩く人がどのぐらいいるのか、あるいはそれは危険ではないかという検証はされているのでしょうか。もうちょっと普通に滞留行動があるような場所で効果的にデジタルサイネージをやるのはいいとは思いますが、本当にあの場所でなぜなのかという理由が必要なかなと思ったのが2点目。

3点目は、デジタルサイネージとバナーとプランターが恐らく全部別物のように見えてしまって、せっかく一斉にやっているのに3つの相乗効果というのがあまり出ないような感じがします。あと3号デッキの上の柱のところに装飾をすること。それも加えた4つのコンテンツが仮に同じようなものであったとしても、ものとしてのデザインが全く違う形が街の中に置かれるということも気になります。その辺も、本当は何らかの形でデザイン的にも統一感を出したりするべきなのではないかと思ったときに、今のイメージ図だとまさに既製品の単なるデジタルサイネージがつくだけになるので、そういう観点も含めて景観的には丁寧なシミュレーションをした上で、社会実験に進んだほうが良いと思います。

【会長】

大きく3つあったと思いますが、1つは、まず今のマルイ町田店の前に通行する人に対し、非常に短時間に見せる情報しか出せないけれども、その理由、有効性というのをどう考えているのかということ。

2つ目は、実際どういう形で設置されるのかが、つけ方によってはかなりイメージが変わってくるような場合もあり、今回の場合は突出物として出てくるということで、その辺の見え方についての丁寧な検証が必要なのではないかとということ。

3つ目は、4つの屋外広告物が、主にあるわけですが、それらがどう関係し合って効果を発揮させたいと考えているのかということ。それぞれ今の時点で回答できることありますか。

【株式会社町田まちづくり公社】 まず、なぜ2号デッキなのかということですが、滞留している方に情報を流すというよりは、まだ町田のことを知らない方とか、あとは通学通勤で利用されている方に、少しでも街なかに下りてきてもらいたいという意図の下で、あそこで情報を流すことによって、今日は帰り寄ってみようかとか、日曜日に行ってみようかという流れを作りたくて、2号デッキに設置を検討しております。

立ち止まるという話がありましたが、2号デッキは立ち止まると危険な場所であり、歩いている方に発信することで、歩行者に伝える、大通りの方面へ流れを作っておくというところを目的にまずはやっていきたいと思っています。

4つの屋外広告物の連動性というお話がありましたけれども、そこは別物として考えるので

はなくて、放映する中身や、掲出するバナーも一体感を持ってやっていきたいと考えています。周辺資源というところでは、芹ヶ谷公園や、季節ごとに実施されている地元のイベントなど、例えばバナーフラッグではイベントの情報を掲出して、サイネージでも来週はこういうイベントをやりますとかの情報を流し、そういった連動もやっていきたいと考えており、植栽についても、芹ヶ谷公園を連想させるような花や草木を掲出していきたいと思っています。また収益還元事業として3号デッキの柱の装飾も、今、中心市街地活性化協議会で実証実験とか検証をやっている部分でもあるので、そこも連動しながら、どういった装飾がいいのか、あそこは待ち合わせスポットとしても定着していますので、どう訴えかけるかというの、4つ連動させながらやっていくということを考えております。

【会長】 ありがとうございます。今のご意見、別の観点でも構いませんけれどもほかにご質問ありますか。

【委員】 にぎわいづくりということをしていきたいということで、その中の1つとして、こういったデジタルサイネージ等屋外広告物をうまく配置して、よりにぎわいづくりに貢献していきたいということだと思うのですが、例えば具体的にどんな人たち、若い人に来てもらいたいとか、高齢者の方、子ども連れ、外から来る人だとか、あるいは地域の中の人たちにもっとにぎわい、憩いのある場にしていきたいのだとか、いろいろ方向性があると思います。それらのうちの複数かもしれませんが、そういったある種のストーリーがあって、その中で、だから今回こういう景観づくりが必要なのだ、という理由が重要になってくると思います。若い方向けだとか、高齢者向けだと、当然デジタルサイネージというものの自体もニーズや、受け取り方が大分違ってくると思います。流れ、ストーリーみたいなものが見えて、例えばにぎわいづくりといった場合に、イベントを誘致したり、支援したりとかそういうことをしていきたい、だったらこういうものだろうという中身、一連の流れがあった上で、こういう方向性が必要だとか、デジタルサイネージはこういう役割が期待されるとか、役割を持たせたいとか、そういうことが見えてくると、確かに必要だし、こういう方向性もあるのではないかなと思えるのですが、今の段階だと、どういう方向性を目指されているのかという辺りが見えにくいので、これが必要かどうかというのが検討しづらいです。

【会長】 ありがとうございます。30万人の通過者をとにかく街の中に下ろしたいということをご説明いただいていると思いますが、もう少しどういう方を対象にどんなコンテンツを発信していきたいのかという、その辺を補足できることはありますか。

【事務局】 まず、大きなまちづくりという観点から、ターゲットをどうするかというお話ですが、町田はかなり大きな街であり、商圈の人口、半径10キロ圏内に230万人ぐらいの方が住んでいると考えてございまして、では、若者だけの街なのか、高齢者だけの街なのか。そんなことはないと思っております。時間帯であったり、週末なのか、平日なのか、それによって使われる方々は違ってくると思っております。

にぎわいづくりと申し上げているのは、景観とも合致する部分もあるのではないかなと思っております。どんなに整えられた施設であったとしてもそこに人がいなければ、その景観というのはいいものではないと思っております。景観というのは、そこに来る人としつらえ、双方が相乗効果で作り上げていくものと思っております。にぎわいづくりという観点では、今日の議論から外れてしまうかと思うのですが、原町田大通りの車道の一部を歩道に変えて、そこに人が座ったり、そこで物を食べたり、会話したり、そういった人の活動が空間を

作り、1つの大きな景観にもなっていくのではないかと考えております。

昨今、例えば、南池袋公園という公園が非常に注目されていまして、時間帯によって朝は保育園の園児たちが来て、お昼はビジネスマンがいて、午後になってくると学生が遊んでいてという形で、時間帯によって使われ方が違っていると。これはすごくいい場所だなと思って。どんな人が来ても受け入れられる場所。町田もそうになってほしいとは考えています。デジタルサイネージを使うことによって、例えば時間帯によって、朝、通勤客の方向への広告、お昼になるとお買い物に来た方向への広告、こういったものもできるのではないかと考えております。大きなまちづくりの方向性としては、考えていることは以上になります。

【会長】 ありがとうございます。前半にご説明していただいた部分については、いいことだと思うが、ご質問されたのはそういうのに対して、どういうコンテンツでそれを出すのかということも含まれていると思ったのですが、シティプロモーションとかこういうのを流すというイメージなのですか。

【株式会社町田まちづくり公社】 町田全体をPRしたり、芹ヶ谷公園の動画を流したり、シティプロモーションもその1つだと思っています。公園は誰のものでもなくて、家族で来たり、子どもが来たり、大人が散歩しに来たりという状況も考えられると思うので、そこはコンテンツを使い分けながら運用したいと思います。子ども向けのイベントがあったら夕方の通勤から帰ってくる方向けに週末楽しそうなイベントがある情報を流したり、あとは版画美術館の作品展の情報を流したりもできます。大道芸とかジャズのイベントだったり、季節に応じて対象はちょっと異なりますけれども、季節に応じたイベントもやっていますので、時間帯とか平日休日、使い分けながらいろいろなコンテンツを対象に発信していくというのが必要なのではないかと考えています。

【委員】 それらは駅周辺にあるということは、外部からの人を相当狙っているという理解でよろしいのですか。

【株式会社町田まちづくり公社】 そうです。基本的には通勤通学の方が多く、そこを狙っていくというのがあると思っています。ただ、通勤通学でない方も昼間の時間帯は恐らく多くいらっしゃると思いますので、時間帯を使い分けながら、どういうところをターゲットにしていくのかを考えながらコンテンツを提供していく、放映をしていくという形になるかと思っています。

【委員】 分かりました。そうすると、それぞれの持つ役割とか連携というのが、どういう方々を、どの時間帯に、どういうふうにデジタルサイネージを使ってという点と、それ以外の屋外広告物の手段についてもターゲットが明確になって、うまく連携できるといいなとは思いました。

【会長】 ありがとうございます。ほかにご質問、ご意見ありますでしょうか。

【委員】 先ほどデジタルサイネージの話がありましたけれども、広告物としては非常に目を引くと思っております。ただ、今回2号デッキのほうに設置とありましたけれども、これ3号デッキに設置するということは難しいですか。そのほうが皆さん停止して余裕がある時間帯を過ごしていますので、そういう場所のほうが意外に目を引き、そして、そこにいろいろな緑があれば、なおさらいい雰囲気が出るのかなと感じております。

【会長】 ありがとうございます。さきほどの滞留との関連とも絡むご意見だと思います。

【事務局】 今回、2号デッキで実証実験において、通行者の方に多く見ていただくというところを最初に取りかかりたいと思っております。ただ、有効性やその他諸条件をそろえながら、3号デッ

キにも情報を変えて発信していくという手段としては、2号デッキの実証実験の結果によってはあると思っています。

【会長】 ありがとうございます。通行者も大事ですが、滞留してゆっくり見られるという情報の提示の仕方も同じぐらい重要なのではないかと思います。ほかにご意見、ご質問等ありますでしょうか。

【委員】 ご説明を頂いた中で、恐らくゴールに向かってのアドバイスということを考えてときに、屋外広告物を活用したエリアマネジメントの支援事業「賑わいや交流に溢れるまちの実現」というゴールに向けた、地域の認識と時代の認識とそれをつなぐストーリーが上手にまだ解決できていないのかなという気がしました。地域の再生とか地域づくりで大事なのは時代の認識と地域の認識とそれらをつなぐストーリーだと思っていますが、今、お話しいただいている中でもそれぞれがバラバラだという、いわゆるコンテンツをただ置いただけというところがあって、コンテンツだけではなくて、そこをコンテキストとして、文脈としてつないでいくことが大事かなと思いました。

デジタルサイネージと3号デッキの支柱と植栽が一体化していないということも、もちろんそうかと思います。駅から芹ヶ谷公園まで800メートルあるわけですが、その800メートルの距離をどう歩かせたいのかということのストーリーが見えてこない、ただ情報を並べただけでは、人は歩かないのではないかなという気がします。

それから芹ヶ谷公園という地域の資源を、緑豊かな環境があそこにあるのですから、あれをフライパンのパンと考えるのなら手前はハンドルですから、いわゆるパンハンドルの構造の発想の中で緑豊かなハンドル部分をどう作っていくのかというときも、ただ単に植栽するのではなくて、植栽も環境に配慮した木質なものを使うとか、あるいは3号デッキの支柱にもただ単に装飾するのではなくて緑を活用した壁面緑化的な装飾をするとか、デジタルサイネージも木製のものを使って作っていく、あるいは緑で装飾をしていくとか、何かしら環境だとかエコだとか木を使うとか、そのようなことを考えていくとストーリーができるのかなという気がします。

一方で、ローカルにつながり合うということだと、様々なステークホルダーの方々が参加しやすいような形がいいだろうと思いました。商店街の方、あるいは小学校や学校関係の方々が、こういったコンテンツを作っていくときに参加していくようなストーリーを作られると、多くの方が原町田大通りを共に作っていくという場所になっていくのではないかと思います。

【会長】 ありがとうございます。4つの屋外広告物をひっくるめて町田で実現したいストーリーみたいなのが描かれると、よりこの屋外広告物の意義が分かりやすくなるのではないかと思います。その1つとして、例えばシバヒロとか芹ヶ谷公園とか街なかに緑を持って来るというのがあるとすれば、緑を1つキーワードに考えてみるというものもあるのではないかと思います。もう1つはこれにいろいろな人たちが参加して盛り上げていくという雰囲気を作るために、工夫したほうがいいということ。現時点で何か考えていることはありますか。

【事務局】 まず駅前から芹ヶ谷公園までの大通り、町田市中心市街地まちづくり計画のプロジェクト6でも述べているように、単にフラワーポットとかバナーが飾ってあるだけではなくて、滞留できるような空間や、歩いて楽しくなるような仕掛けを、将来的には作っていきたいと思っています。駅から芹ヶ谷公園まで歩いていて楽しいと思えるような通りにしていくという

ころを考えており、大通りへの一体的な装飾の設置についても、社会実験という位置づけで実施し、連動していったいければいいと思います。

【株式会社町田まちづくり公社】 植栽などは植え替え、日常管理ということで水やりとかそういったものが必要となってきます。そこには小学生や、地元のボランティアの皆さんとか、実際に花を育てている方もいらっしゃいますので、そういった方々が入れるような仕組みを作っていくということも考えております。また、その活動をそれだけで終わらせるのではなくて、地域の方の顔がわかり、それを感じられることによって、温かみのあるこの街はいい街だなと思ってもらうため、2号デッキのデジタルサイネージでその活動の様子を紹介することを、積極的に取組んでいきたいと考えています。

【会長】 ありがとうございます。ほかにご意見等ありますか。

【委員】 社会実験ということですが、例えばデジタルサイネージのことについても、2号デッキで5台つけられるということの意味というのがよく分かりません。同じ費用をかけてやるのであれば、例えば小田急線改札から、JRに向かうときなどに、1号デッキの方がオリンピックの案内などが、非常に見やすいと感じます。2号デッキでは、デパートのほうに目を取られてしまい、上に目がいくことはほとんどありません。

また、デッキから下りるにはどこから下りたらいいのか迷子になりやすく、原町田大通りに行くには、どこから下りたら近いのかというのが全く分かりません。デジタルサイネージを使って、デッキから大通りへどうやって誘導していくのだろうかということを一番に思いました。

社会実験として、原町田大通りへのアプローチをするために2号デッキに5台設置されるのだったら、1号、2号、3号それぞれに分散してつけることができないのかと思いました。2号デッキだけに集中させて、静止画で何秒か出していかれるという意味がよく分からないです。

それと技術的なことなのですが、同じ絵をずっと5台で映されるのか、歩いていったら少しずつ画面が違って見えるのは、面白いのか。何メートル間隔でやったらそれが面白くできるのかということも含めて、もし研究が進んでいるのであるならば説明していただきたいと思いました。

【会長】 ありがとうございます。より効果が発揮できる場所とか、実験からいうと2号デッキが本当に正しいのかという重要なご意見かと思いますが、例えば1号デッキとかを外している理由とかはあるのですか。

【事務局】 2号デッキは、やはり人の流れが一番あるというところで、まずそこをターゲットにしています。1号デッキを外した理由というのは、先ほど3号デッキの上に将来的には検討の余地を残したいということを申し上げたところで、1号デッキも将来的には、検討したいとは思っています。ただそのつけ方を2号デッキで考えているようなつけ方にするのか、壁面にするかとも含めて、将来的には考えていきたいと思っています。

あと、通りへ誘導するような仕組み、デッキのどこから原町田大通りに下りられるのかが分からないというご意見もあったところなので、そういったところをうまく彩りを添えてJRのほうから出たときに、例えばデッキを通して原町田大通りこっちと分かるような色使いで誘導する工夫はできるかなと思いました。

【株式会社町田まちづくり公社】 面数のお話ですが、2号デッキ、5カ所というお話をさせていただいており

ますが、動画、静止画ともに同じものを流すと想定しています。動画などに関しては、基本15秒の動画、静止画を流す予定ですので、歩いている方が面ごとに違う動画が流れていると多分立ち止まって見なければいけないということが発生してしまうので、同じ動画を流すことによってそこを通られる方が、15秒で見られる動画を見せていくことを、考えております。やはり滞留してしまつては非常に危険な部分がありますので、滞留させないように面数を少し増やして設置をしているところがあります。

あと迷子になってしまう、そこについての案内をする方法としては、こう行ってくださいねと案内もできると思うので、コンテンツとして放映するものとしてはあるのかなと考えています。

【会長】 ありがとうございます。突出させることを避けようと思えば1号デッキは壁面を使うということもあり得るわけですね。

【株式会社町田まちづくり公社】 はい。

【会長】 例えば、今の屋外広告物のガイドラインに書いてあるような建物との一体化みたいなどころはどう考えるかというのはあると思うのですが、どうしても2号デッキでなければいけないという感じでもなくて、まだ考える余地はあるということなのですか。意見として、本当にこの場所がいいのかというのは結構出ているのかなと思うので、そこについていろいろご回答いただいておりますが、2号デッキから全く移せませんという感じにしか受け取れないのが、そういうご回答ということなのですか。

【株式会社町田まちづくり公社】 もともとは1号デッキ、2号デッキ、3号デッキというのは検討として入っておりました。1号デッキについては、やはり壁面に設置する方法しかないと考えており、そうなる歩行者に対して情報を流していくものになるので危険という部分もあり、視認性という部分でもなかなか難しいと思っております。3号デッキについても、先ほども申し上げたとおり、検討は必要だと考えていますが、今のところ歩行者に対して情報を提供していくところを考えていますので、3号デッキに設置するとなると滞留を生みやすく、立ち止まって待ち合わせをしている方もいらっしゃる、常時に歩いている方もいらっしゃる、なかなか滞留させてはいけないという部分もあり、情報を伝えるくいのではないかなというところがあります。待ち合わせ場所とかシンボリックなところですので、装飾あとはLEDの照明とかでそこを装飾、飾るということにまずは焦点を絞って、3号デッキはやっていきたいと思っております。

【会長】 分かりました。他には、ご意見ある方いらっしゃいますか。

【委員】 社会実験の結果について、1年間実施されるということで、あらかじめどうということが予想されるのかとか推察されるのかということについて、ある程度仮説のようなものがありになるのかなというのをちょっと疑問に思いました。1年間実験をしてみて、どういう結果が出たら目標のところにある回遊性が高まったと評価できるのかとか、あとにぎわいとか憩いがある景観が達成されたかと評価できるのか。それがやはり最初から議論されているゴールや、ストーリーというところと関係するかなと思います。やはりコミュニティの方、地域の方がにぎわいに関わって、例えば単にお花が植えられていてきれいとか、支柱がきれいになったとかいうよりは、お花の手入れを地域の方がそれに関わる雇用になって、そこでお花の手入れしている方と散歩していらっしゃる方が出会うとか、そこで何か知らない人同士で交流が生まれるとか、そういうものが究極的なゴールであると思います。ただ説明を聞き、お

花、バナーがここにとか、前の段階にゴールが設定されているように聞こえてしまう部分があったので、ゴールについてももう少し整理していただきたいと思いました。以上です。

【事務局】

将来像というところなのですが、広告とかバナーとかフラワーポットという、広告のこのご審議をお願いしている部分がメインに立ってしまっているのも、そこ単体で伝わってしまっているところも若干あるのですが、原町田大通り全体を空間として活用していくものの1つとして、広告事業を考えていきたいと思っていて、さらに将来、モノレールの導入路線となることもありますので、そういったところに向けて居心地のいい空間というのを作っていきながら、地域の方々も含めて活動ができるような場所というのを目指していきたいと思っています。

【会長】

分かりました。ありがとうございます。ほかにはございますか。

【委員】

デジタルサイネージが効くかどうかという、目的と手段の関係が不明確であり、街のにぎわいを出したいであるとか、回遊性であるとか、地域とか市民交流であるとか、あと外部の通過している30万人をどうにかまちなかに下ろしたいみたいな、幾つか異なる目的があるので、それに対して手段が適切かというのが決められていないのかなという印象を受けました。例えばイベントがあつて、それに来てくれないのであれば、情報を単純に伝達するという意味であればSNSとかでやるべきで、デジタルサイネージでそこを歩く人に伝えるのがいいのかとか、通過している人は情報があつても行かない人は多分行かなかつたりすると思うので、そこら辺が本当に効くのかという気がします。私などは美術館とか公園に行きたいと思つて、例えば道なりが寂しいとか、その途中で何かいろいろあつたらいいなと思つたりとかするので、まちづくりとしてあそこをつないでにぎやかにするというイメージはすごく賛成です。けれども、あそこに広告を置いて、どういう広告主がいて、その広告出したらそれを見てくれるのかというのが、ちょっと疑問が残るかなという気がします。

町田市民の過ごしやすい街というか、もともと町田市によく来る人と、買い物や遊びに来る人と、ただ通勤の乗換えで通過する人というか多分いると思います。少なくとも3パターンぐらい。そのときに町田に買い物に行つて居場所がないと、商業施設で喫茶店に入るか、もう買い物して帰るかというときに、ちょっと居やすい場所が街の中にあればすごくいいとか、そういう形で街自体のもともと来てくれる人たちに居やすい場所を作つて、それが結果的に街の発展になるとかそういう形になるといいのかなと思いました。

広告という観点からいうと、どういう広告主を想定して、また広告を出してくれる当てがあるのかというのが大きな話です。また、細かい話として、デジタルサイネージに広告を出す場合、そのクオリティをどう担保するのが問題になります。広告主で特に景観でそこに作ったものがばーっと流れるわけですから、そこで例えばチラシを作るわけにもいかないので、それなりの映像のクオリティで見て景観に耐えるものというものをどう維持していくかという、そういう具体的な細かい問題はまた出てくるだろうと思いますけれども、まずは大きな目的と手段としてデジタルサイネージがいいのかとか、疑問に思うところではあります。

【会長】

ありがとうございます。デジタルサイネージのそもそもの問題と、初めて出た論点として、資料でイメージ作成中となっている企業広告について、市が開催するイベントの中身とか、シティプロモーションとか、あるいはワークショップの様子を流すとかそういうのはよく分かりましたが、収入に関わるのはこの企業広告の部分だと思います。ここは実際具体的な企

業名とか出せないにしても、イメージとしてどういうものを想定されていますか。

【株式会社町田まちづくり公社】 広告主の部分は、まだアプローチしてはいないので具体的には申し上げることはできないのですが、町田にゆかりのある大型店、学校、予備校など、いろいろなことが想定できると考えております。やはりおっしゃっていただいているように、広告主がつかないと事業として収益の還元とか運用というところも難しい部分もあるので、そこは慎重に声をかけながら広告主を探していくというところになってくるかと思えます。

【会長】 分かりました。最終的なゴールとして、例えばこの駅前の地域の力を高めていくとかコミュニティを強くしていくといったときは、1つは商業やっている人たちを元気づけていくというのはあると思えます。そうすると大きい資本を持っている人たちだけが参画できるようにするのか、もうちょっと路面にある小さなお店で魅力ある姿を出していくのかとか、この辺もどこへ向けてゴールを設定していくかによって恐らく広告の出せる部分が変わってくるのかとは思いますが、今の時点では、大きなお店とか学校とかを想定されているという感じなのですか。

【株式会社町田まちづくり公社】 大きな企業というのもあります。広告として出すのか、コンテンツとしてこんな活気あるお店があるということで紹介していくのか、難しい部分ではあるのですが、コンテンツとして商店会の紹介をしていく、そういったやり方もあると思うので、必ずしも広告だけでお金取ってやっていきます、というところだけではないと考えています。

【会長】 分かりました。ほかのいかがでしょうか。

【委員】 これはどちらかと言うと、まちづくりに関するご提案になるかと思うのですが、エコロジーという視点を街の中に入れていくのはどうかと思っております。ヨーロッパの街によくあるようなリサイクルポストをフラワーポットの間に設けまして、品目ごとに入れていただくようにします。それをその後、月に1回、大通り沿いに品目ごとのバザー、そういうのをやるのはどうでしょうか。ここにいろいろなお店からも出店していただいたりして、月に1回そういうお祭りのような、食べ物屋さんも出店するというようなことをやってつなげていったらどうか、ちょっと今日のテーマとは飛びますけれども、これは1つのご提案でございます。

【会長】 ありがとうございます。非常に面白いアイデアだなと思えます。今回何を指すのかによっては、例えば今みたいな取組も十分あり得るのかなと思えます。

【事務局】 将来、歩道を拡幅して滞留空間ができたところで、日常使いもそうですし、今頂いたようなイベントというのもどんなものかというのを考えていくようになると思っています。エコの観点というのも取り入れながら進められればいいのかと考えます。

【会長】 いろいろご意見頂きましてありがとうございます。町田の駅の非常に大事な場所で本当に多くの方が通過しているが、街の中になかなか下りる道が分かりにくいという先ほどご意見もありました。やはり町田の路面のにぎわいをもっと作っていくためにどういうことができるかということで、皆さんからいろいろなご意見を頂きました。

最初にちょっと申し上げました、中心市街地の目標像に向けたアドバイス、アイデアというところで言いますと、例えばウォークアブルな都市を目指すということ自体は、今、世界中のほとんどの都市が目指すようになってきているというのがあると思えます。では、どんな街を歩いてもらうのか、町田としては、町田駅の周りをどんな街にしたいのかという、そういう部分をもう少し作ったほうがいいのかというのが、結構頂いた意見かと思えます。それが例えば、ストーリーをちゃんと作ったほうがいいのかとか、最終的な目標像と

してどこまで考えているのかということなどにも通じてくるのかと思います。例えば、町田に緑ということであれば、今回の4つの屋外広告物の出し方というのも緑とどう連携づけてやっていくかということが決まっていくでしょうし、そこに地域の人たちの顔が見えるということを目標として入れるのであれば、先ほどの広告かコンテンツかというお話はありましたけれども、ここで出す情報自体に地域の顔がどのぐらい見えるのかというのを出して、それで多くの人たちに街の中に下りてもらおうとか。ウォーカブルというのは歩きやすいということなのですけれども、歩いてもらうためにどこを推してどういう町田のよさを出していくのかというところを、検討したほうがいいのではないのかというのが、今日大きな目標達成に向けたアドバイスなのかなと思いました。

それから目標達成に向けたアドバイスの2つ目として、30万人の通過者に対する情報提供こそが重要だということで今日一貫してご説明いただいたと思うのですが、一方で、滞留する人に向けての情報の提供というのが本当になくていいのかというのは、真剣にご検討いただいたほうがいいことかなと思います。歩いて通過するというのは、わずかに短時間で本当に限られた情報しか出せません。そこにどうやって地元の魅力を織り込んでいくのかとなったときに、コンテンツの出し方として、滞留する人に向けても見てもらうようなものを今回社会実験でやる中で、どちらがいいかというのを試してみる検討が必要なのではないかという意見があったと思います。通過者だけでいいのか、滞留者にも何らかの情報提供ができるような、デジタルサイネージにも2パターンのつけ方をやるかどうか、ご検討いただいたほうがいいのではないのかというのが意見だったと思います。それに併せて、場所をどういう位置につけるのかということについて、今の申し上げました通過者、滞留者という問題も含めて、ご検討いただくだけの価値があるのではないかと思います。

それから、2番目の景観的な観点からの留意点につきましては、1つは、サイズとしてはそこまで大きいものではないですけれども、非常に突出した形でついてきて、デッキの雰囲気とどうバランスを取ってつけるのかというところが、まだあまり詰められていないのではないかとご意見だったと思います。これは突出型がいいのか、通過者に向けて情報を提供しにくいという話があった壁面タイプでやるほうがいいのか、街の景観との関係で見たときにどういうタイプがいいのかというのを、景観審議会としてはしっかり検討してほしいと思います。街の景観としてこの突出型でいいのか、どういうデザインにしていくのか、デザイン自体にも工夫があつていいのではないかとご意見もあつたと思います。

最後の検証内容につきましては、今日も一応仮説みたいなのは提示していただいていたのですが、より具体的なものが出せればよりいいのではないかと、実際その検証というのが必要になりますので、そこについて引き続きご検討を頂ければと思います。

もう1点、植栽広告とかバナーとかの置く位置が、基本的に原町田大通りに置かれるようになっていると思うのですが、ここに例えば原町田中央通りとか、あるいはパークアベニューとかの方向にも人を動かしたいと思ったときに、すごく重要になるのは交差点の場所や、原町田中央通りの1つ目のバナーのところまでを原町田大通りのものに合わせるとか、角地のところでどうやって方向転換してもらおうとか、そういった工夫が結構必要かと思えます。花壇もそのまま置くとして、小さく企業広告を出せばいいというものなのか、あるいはもう少し広く取れる場所を選んでちょっと腰かけられるようなものとセットに考えたほうがいいのか。

4つの屋外広告物、サイネージ、プランター、バナー、3号デッキの装飾というのが、それぞれがどうつながってどういう役割を發揮していくのかということところが、具体的に変わったほうがやる意味が出るのではないかということだったと思いますので、その辺りも少しご検討いただければと思います。

今日は非常に重要な意見をたくさん頂いたと思いますけれども、皆様方から頂いた意見、これを踏まえて今の時点で欠けているということはございますか。

【委員】

先ほどもフライパンのハンドルの部分のようなものだよという話をしましたが、やはり公園のほうに向かっていく公園通りのパークアベニューとしての緑の軸を縦軸と考えるならば、横から来るのは多分にぎわいの軸で町並みの軸が横から来ているのかなと思うのです。緑の軸の中にあるのが本当にプランターだけでいいのか、緑のじゅうたんのような形で考えたら芝生一面敷いてみるとか、何か社会実験的なことをやるのであればそれもあるでしょうし、海外の方と歩いていますと日本はベンチが少ないね、ただで座れる場所がないねということをよく言われます。公園の魅力は、1つは座ったり、あるいはそこで憩いの場所があったりということだと思いますが、そういったものが原町田大通りにあることによって公園をイメージできたりとか、何かしらそういった公園とのつながりを感じさせるようなことが、私は植栽だけではないのではないかという気がいたします。

【会長】

ありがとうございます。具体的なアイデアを頂きましたけれども、大きなストーリーの中で何を達成するか、町田で物を大事にしてそういったものをみんなで使っていこうみたいなことをここでもちゃんとアピールするのであれば、リサイクルボックスの設置みたいなのも出てくると思います。今、どれにしてほしいということまで景観審議会では申し上げませんが、この事業を通じて町田の駅前のイメージをこう作っていききたいのだと、多くの人々がただ歩くということだけではなくて、そこに1つのストーリーを作ってもらえると、より理解が広まるし、いい結果になるのかなと思います。

今日多くのご議論、またご意見頂きましたけれども、景観審議会としては、より効果を發揮するために工夫したほうが良いと思うことですか、あるいは景観としてお願いしたいこと、それから検証についてもアドバイスということで、大きく3つの観点から意見を申し上げることになったと思いますが、これを踏まえて基本的にはさらに検討していただくということで、事業自体は前に進めてもよいと審議してもよろしいでしょうか。

【委員】

基本的に社会実験だから、これをやりながら、街のイメージを並行して考えていくと、それができないとなってしまうと多分何もできない、何も動かないとなるので。こういう実験はいいと思うのですが、これはあくまで時限的なもの、1年ではなかなか難しいかもしれませんが、将来はデッキとかどう考えるのだとか、この通りをどう考えるのだというのは、もうちょっと中期的により具体的なビジョンを作っていくという、そこを条件とするのであれば、今、取りあえずこういう実験をするというのはありかなという気がします。

【会長】

分かりました。ありがとうございます。今日頂いたような意見をできるだけ受け止めて検討いただくということでよろしいですか。

【事務局】

貴重なご意見ありがとうございます。頂いたご意見を踏まえながら今後よりよい計画にしていければなと思っております。最後、ご意見いただいた中で、原町田大通りの将来像ということで、都市再生整備計画の策定をお伝えさせていただいて、2023年度に歩道を拡幅し、休憩したりベンチがあったり、パラソルがあったり滞留できるような空間を作っ

ていきたいというところで、この整備計画を作っております。それに向けて、2021年度にはどのくらいの期間やれるか分からないのですが、滞留空間を創出するような社会実験を一定期間やっていきたいなと思っております。2021年、2022年、2023年の3カ年で、この通り全体を先ほどの広告事業も活用しながら居心地のいい空間にしていきたいなと思っております。今日頂いたご意見を基に、広告のほうについては考えられるところを整理して参りますので、よろしくお願いたします。

【会長】 ありがとうございます。一応今日は審議、議決を取りたいと思いますが、付議事項として最終的なゴールをちゃんと見据えながら進めていってもらおうというのが非常に大事な条件であるということ頂きました。私もぜひ、そういう方向でいってほしいと思います。今日、皆さんから頂いたご意見を踏まえて検討していってもらうということで、事業自体は認めるということよろしいですか。

(「はい」という声あり)

【会長】 分かりました。ありがとうございます。それでは「原町田大通り憩いと賑わい空間を創造するプロジェクト」における屋外広告物を活用したエリアマネジメント支援事業について、条件付承認することにいたします。継続して、より効果が発揮できて本当にいい街、よりいい街になるようにご検討いただければと思います。
それでは、今日の審議会をこれで終了したいと思います。

— 了 —