

## 令和4年度 第2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5年3月20日 月曜日 13:30～14:30  
会 場 AER6階 仙台市中小企業活性化センター セミナールーム(1)  
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  
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  
青葉区街並み形成課、宮城野区街並み形成課  
若林区街並み形成課、太白区街並み形成課  
泉区街並み形成課

### 【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2回仙台市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、これより仙台市景観総合審議会屋外広告物部会の議事に入ります。

本日は山畑委員より欠席とのご連絡をいただいておりますので、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高山委員にお願いしたいと思います。

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いたします。

#### ・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

皆さんからご意見をいただく前に、屋外広告物の設置に一体どのような方々が関わっているかということについて、宮城県屋外広告美術協同組合の理事長である佐々木委員よりご説明をいただき、屋外広告物の掲出に関する認識を皆で共有した上で、議論に移りたいと思います。佐々木委員お願いします。

○佐々木委員

参考資料1-2をご覧ください。事例ごとに広告物設置の流れを示しました。どのような関係者がどの段階で何に関わることになるかを示しました。

はじめに設置の検討についてですが、これは建築主やビルオーナー、テナントなどが行います。そこから計画と調査、デザイン・設計、積算・見積もりという作業で様々な人が関わることになり、一般的にこれらの作業は設計事務所が計画や調査、デザイン・設計を担うことが多いと思います。建築主あるいはビルオーナー、テナントが懇意にしている屋外広告業者が直接、計画、調査、デザイン・設計をやる場合もあります。

その中には、大きいビルや雑居ビルですと、テナントが設置の検討を行い、そのビルオーナーやビルの管理会社に相談の上、屋外広告業者や設計事務所等にデザイン・設計を

依頼することもあります。

積算・見積もりについては、屋外広告業者やそのビルに出入りしている、例えば管理会社からの修繕工事等を請負う工務店や建設会社等が作業することになると思います。

契約については、看板業者とオーナーの直接契約か、設計事務所や工務店、建設会社を経由しての契約が考えられます。

許可申請に関しては、設置者名義で手続きすることになります。製作・施工に関しては、基本的に屋外広告業者が作業することになると思います。竣工・引渡し後に完了届を提出することになりますが、これも設置者名義で行う手続きです。

これまで説明してきたように屋外広告物の設置には、様々な人が関与していますが、変わらないのは設置者が広告物のオーナーであり、製作・施工は屋外広告業者であるということです。広告物設置の流れについて、ご理解いただければと思います。

#### ○恒松部会長

事務局と佐々木委員からの説明に意見や質問はありますか。では、私からはじめに質問します。広告物設置が様々あることが分かり、その中でビルオーナーやテナントが申請者になることが多いということですが、ほとんどの場合に当てはまるということですか。

#### ○佐々木委員

テナントが多いです。ただ、ビルの事例で、ビルオーナーがテナントに貸す看板については、看板の所有はビルオーナーであり、テナントから使用料をとっているので、広告物設置の申請はビルオーナーが行うという場合があります、少し複雑な場合もあります。

#### ○恒松部会長

申請者が広告物を掲出する主体になるかということ、必ずしもそうではなく、場合によるということですね。

#### ○佐々木委員

ビルオーナーによるということ。広告物設置の申請を全て行うオーナーもいれば、各テナントに手続きも任せてしまい、報告を受けるだけというオーナーもいます。

#### ○恒松部会長

今後、表彰制度を導入する際に表彰候補となった看板について、看板の所有はビルオーナーだけれども、掲出はテナントというような場合の取り扱いは考える必要があるということでしょうか。

#### ○佐々木委員

看板の所有者とその看板での広告物の掲出者が違う場合でも、広告物設置の申請者を対象とすればよいのではないかと思います。

○恒松部会長

例えば、広告物設置の申請を全て行うビルオーナーが所有する看板で、広告物の賞を取りたいといったテナントが現れた時に、ビルオーナーは理解してくれるのでしょうか。

○佐々木委員

今まで表彰制度がなかったので分かりませんが、そこは協議することになるのだろうと思います。

そもそもビルオーナーが看板に関与する範囲というのは、看板の規格や各階での配置になろうかと思いますが、看板の規格や配置が決められていないビルで、テナントが賞を取ろうとする場合には、ビルオーナーの了承が得られないと取り組めないものの、広告物への配慮はビル全体で取り組まなければならないことなので、各テナントでの対応は難しいかもしれません。

○恒松部会長

説明終盤に広告物の管理者に言及されていましたが、その役割についてもお聞きしたいです。

○佐々木委員

広告物は申請してから3年に1度の更新手続きがあり、その更新時に安全点検が必要になります。管理者とは、その点検時に安全性を確認する役割を担っています。

○恒松部会長

広告物のデザインなどに関与していないのですね。

○佐々木委員

構造に不備がないかなどの安全確認を行っています。

○恒松部会長

事務局に確認ですが、この広告物設置の一連の流れの中で、どのタイミングが一番チェックしやすいのですか。

○事務局（森谷主任）

許可申請のタイミングが行政に対するアクションとして初めに行われるところなので、

そのタイミングだと思います。

○恒松部会長

許可申請でのチェックリストをつくっておき、完了届提出時にそれを使って、申請どおりになっているかのチェックができるということですね。

○事務局（森谷主任）

現地確認までは行いませんが、完了届で写真なども提出してもらうので、それにより確認ができます。

○恒松部会長

賞をインセンティブにするということについては、前回の部会で山畑委員からのご提案もあって、表彰制度を導入したらどうかということと、その賞の審査対象としてガイドラインを活用できないかというような話もありました。その上で、事務局からは、広報に関することと、表彰制度を導入することになると、ガイドラインの対象は市域全域のほうが良いのではないか、という説明がありました。この2点について意見や質問があればお願いします。

○並木委員

行政のチェックのタイミングが許可申請時ということですが、表彰制度は新規のものに限った取り組みでしょうか。

○事務局（森谷主任）

表彰の対象範囲については、現時点では未定ですが、他都市ではおおむね5年以内に設置したものを表彰の応募対象にしているなどの事例があるので、設置されてから一定期間経過したのもも応募対象に含めることを視野に入れて検討したいと考えています。

○並木委員

横浜では、公共のものや、いわゆるナショナルチェーン、地域の個人経営の店舗などとジャンル分けをしないと、それぞれで目指すところやブランディングの仕方が違うので、審査が難しいということが出ているので、仙台でも考えていかなければならないのではないかと思います。

屋外広告物をはじめ、現在の広告の流れはSNSと連動していて、いかに注目を集めるかがトレンドになっており、広告物に対してこれまで配慮してきた、街へ馴染んでいるか、伝統が損なわれていないかなどということに関しては、このトレンドと合わないところがあります。トレンドを排除して、これまで配慮してきたものを重視して広告物を審査する

のは違うような気がします。広告主が儲かってほしい、人が来てほしいというところを考えると、それが喫緊の課題である場合、注目を集める広告物が駄目と言えないと思います。伝統が損なわれ、街に馴染んでいないという違和感が、注目を集めるきっかけになることもあると思います。

ナショナルチェーンや地域の個人経営店では、経営に対する危機感や目指しているものの違いなどがあると思うので、そのようなものに対して、どこまで責任を持てるのかということについて少し心配があり、慎重にならざるを得ないのではないかという感想を持っています。

#### ○事務局（都市景観課 門脇課長）

本日説明した内容についてですが、現段階では、表彰制度を導入することと、その表彰制度の評価基準としてガイドラインを使うことで、よりガイドラインが使われるのではないかというアイデアレベルのものであります。

並木委員からのご意見については、いろいろなアプローチがあると思っています。事務局が取り組みたいこととしましては、景観としていい広告物を出すことで、その広告主の利益につながるような一つの流れ、それ以外の流れもあろうかと思いますが、景観としていいもの、良い広告物を掲げることがそのまま利益につながっていくような流れが一つ生み出せれば、良いと考えていて、これから様々なことについて検討していきたいと考えているところです。

#### ○並木委員

私の意見だけでは良くないので、社内でも話題に出してみたところ、私は実際のことをガイドラインにより改善することがいいと思っていますが、社内ではアイデアコンテストみたいなことをやって、その際にガイドラインを活用してもらい、こういう考え方を仙台市は持っているということを伝えたりすることも良いのではないかという意見が出ました。どちらもアイデアレベルのものであります。

#### ○恒松部会長

賞の位置づけに関する内容でしたが、ほかにいかがでしょうか。

#### ○高山委員

表彰自体はすごくいいと思いますが、これも芸術と同様に個人の感性によって評価が違ってくる場所があり、並木委員の発言にあったように評価の仕方が難しいところがあるので、そこをどうするかが大事になってくると思います。

また、エリアを市内全域に広げるということですが、おそらく場所によって広告の特色は変わってくると思うので、中心部や周辺部の商店街、ロードサイドなど、いろいろなエ

リアと特色があるので、その辺をどのように扱うかという課題が出てくると思います。

広告物というのは看板だけではなくて、店舗デザイン全体という部分もあって、例えばスターバックスコーヒーやマクドナルドなど、お店全体で広告になっていると思うので、そういうものの扱いや、先ほど並木委員の発言にもあったように地域の小規模事業者の店づくりなど、店のイメージをどう伝えるかという部分でもあると思いますが、同じ基準で評価はできないと思うので、どのように取り扱うか気になります。

その他に気になるのが、例えばロンドンのピカデリーサーカスやニューヨークのブロードウェイ、タイムズスクエアなどでは、最近デジタルの広告があつて、普通だと、あれが一つあると何か街にあまりそぐわないような感じもしますが、それらの街ではあれが大きく、あれだけ重ねて設置されていると、逆にデザイン的に受け入れられる感じがします。おそらく観光客もそれを楽しんでいる感じがして、おそらく時代によって受け取られ方などはいろいろ変わっていくと思いますが、その辺は街のイメージをどうしたいかということによっても、デジタル広告の扱い方が変わってくるのではないかという感じがします。

広告や景観というものに対する何か共通認識を持つことができると、それが都市景観の形成にもつながっていくと思います。広告に関して事業主も基本的には外装や内装に予算が十分ではないかもしれませんが、やはり客をどのようにつかまえ、呼び込みたいか、それに合わせた外装や内装を手がけられると良いと思います。そういう意識の高い方々をどう育て、増やしていくかというようなところで、表彰制度が何かしらの後押しになるのではないのかと期待をしているところです。

その制度での表彰対象については、広告に対する意識を高めるためにも、ビルオーナーが申請することがほとんどでも、テナントが店の外装や内装の発注をされると思うので、設置者や設計者、屋外広告業者を含めてパッケージで表彰しないといけないのではないかという感じがしています。

#### ○恒松部会長

表彰対象について、現段階で考えていることがあれば事務局から説明をお願いします。

#### ○事務局（門脇課長）

誰を表彰するのは、誰にアプローチすれば良い広告物が増えていくかということと同じだと思っており、こうすれば一番効率的であるとか、こうすればうまく回っていくということについて、これから検討してまいります。

#### ○恒松部会長

建築の表彰制度だと、エントリーは設計業者が行った場合でも、表彰自体は事業体としてその施主や施工者を含めて賞の対象にするものもあるので、そこは考え次第かと思えます。受賞者に賞がとれてよかったと思ってもらい、次につないでいくことが良いと考え

るならば、事業体を対象に表彰することも良いと思います。

○佐々木委員

全国的に表彰制度は導入され始めています。その中でも富山や金沢では昔から取り組まれており、昨年あたりからは、その他の地域でも少しずつ増えてきているので、仙台でもぜひやっていたら良いと思っています。

制度のあり方をはじめとして、表彰対象者の範囲をどのようにするかなど色々な問題はあると思いますが、私は表彰作品で看板のみにフォーカスされているものがあまりないことが気になります。詳細を確認すると、大体が建物と看板と一緒に撮影されています。このことから、広告物の種類はディスプレイや空間デザインなど色々ありますが、それらも含めて、建物があつての広告物であり、とても良い看板は単体で評価されることがあるかもしれないものの、広告物は建物との調和が重要であると思います。

そのような事例も含めてガイドラインで扱う必要があると思うので、このガイドラインの名称については、景観広告など「景観」も入れた名称にすると、看板に対する考え方が変わってくるのではないかと思います。

○恒松部会長

各委員の指摘や意見はとても重要なことであり、整理しなければいけないこともあると感じています。それらを曖昧なままにすると、表彰制度の意義などが危ぶまれると思います。事務局から全体を通じて補足などがあればお願いします。

○事務局（門協課長）

今後の予定として、全国的に見ても最新の表彰制度である山形県の事例について、本日も欠席の山畑委員からご紹介いただくことを検討しています。最新の事例を通して、佐々木委員から言及があった景観広告ということについても、景観の中で見た広告をどういう観点でどう評価していくか、単純な広告のデザイン審査ではなくて景観の中でどう捉えるかというあたりについて議論を深めていけたらと思っています。

○恒松部会長

本日の各委員からの意見を踏まえて、事務局では検討を更に進めていただいて、次回の景観総合審議会では、検討状況の報告をしてもらえればと思います。

・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）

—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、質問や意見などありましたらお願いします。

○佐々木委員

自主ルールについて、エリアマネジメント広告を掲出する場合、事前相談から認定申請、審査までどれ位の時間がかかる想定なのでしょうか。

○事務局（板垣主査）

現時点で個別に想定している事例はありませんが、このエリアマネジメント広告自体がまちづくりとセットで考えていく内容ですので、まちづくりに何を還元していくかということとデザインの内容とセットで考えていく必要があります。

そのため、単純に掲出するだけではなくて、どのようなことにお金を還元していくのかということについて整理がついた段階で、相談や事前審査などが必要になってくると考えています。

具体的なデザインのことだけであれば、通常の許可申請と大きく変わらないと思います。が、まちづくりへの位置づけをどのようにするかを考えると、期間はケース・バイ・ケースになるのではないかと考えています。

○事務局（定禅寺通活性化室 高橋室長）

街づくり協議会での審査というところについては、役員会が通常数か月に一度程度開催されておりまして、いつと決まっているわけではございませんが、比較的頻繁に開催されています。

開催については、会長の判断でということもあり得るので、全て広告掲出者の都合に合わせてられるかどうかについては明言できませんけれども、そういったスケジュールも考慮していただけたらと思います。いずれにしても、街協に対して無理な申請をされても困りますので、むしろ申請する側が余裕を持ってやっていただくというのが筋なのかなと、常識的には思いますけれども。

○恒松部会長

佐々木委員いかがですか。

○佐々木委員

例えば青葉まつりでエリアマネジメント広告としてフラッグを掲出することになった時に、その何か月か前から動くことになると思うので、その中で独自ルールをそれぞれまつりの壁につくって貼っている広告にも適用されるのかと思いましたし、あとはスポンサー広告を募集するに当たって、広告代理店が入る場合でも半年ぐらい前から動くと思うので、街づくり協議会での審査があまりルーズになってしまうと良くないと思って確認しました。

○恒松部会長

住民からの意見聴取では特に何もなかったということで、変更案が受け止められているのだらうと思います。ほかにいかがでしょうか。本日の審議事項及び報告事項は以上です。

その他のことでも意見などなければ、本日の議事はこれにて終了にしたいと思いますが、確認や質問等、今後に向けて何かあればお願いします。

○佐々木委員

屋外広告物ガイドラインの中で、将来的にデジタルサイネージに関する取り扱いを定める必要があるのではないかと思います。条例では、現在も点滅する看板等という分類での取り扱いが明記されていて、例えば広瀬川沿いだと野鳥への配慮でネオン管は不可等ありますが、サイネージに関しては曖昧なところが多くあります。そのため、例えば国分町ではサイネージの多用を認める等、エリアごとのルールを定めて良いのではないかと思います。国分町で条例を順守したサイネージや電光掲示板を設置するといまいちに感じるのも、そのようなものについても、できれば検討してほしいです。

現在の看板業界では、サイネージの使用が当たり前ようになってきています。関東地方では屋上にサイネージを設置している事例が多くあり、仙台市内でもロフトの向かいに電光掲示板が設置される事例が出てきているので、事業者から相談や提案を受けた時に行政で対応ができるように、今の時代の流れに沿ったガイドラインを作成してほしいです。

○事務局（門協課長）

デジタルサイネージ等のいわゆる電照広告物や電光掲示板も含めまして、正直に申し上げますと、条例や規則、それらでの用語の定義で分かりにくい部分があります。また、宮城県の条例との関係でも同じ物を意味する用語が違うなどの齟齬もあり、県条例との調整も必要です。

これらの作業は本市の条例の改正を伴う可能性があるため、現段階で作業スケジュールを示すことは難しいのですが、本ガイドラインとは別に調整して、なるべく分かりやすい方法で記載していきたいと考えています。

○恒松部会長

技術革新など起きていくものですので、ぜひご検討ください。

○高山委員

屋外広告物ガイドラインに戻りますが、名称が「屋外広告物ガイドライン」だと、何かどうしても看板をイメージしてしまうので、景観総合審議会の取り組みの一つでもあるし、街の景観づくりのための屋外広告物だと思うので、ガイドラインの名称には「景観」という言葉が含まれるほうがいいのではないかと思いました。

○事務局（門協課長）

ガイドラインの名称につきましても、ご指摘のとおりで、何が工夫できるか検討したいと思います。

○高山委員

現段階でガイドラインの名称は確定していませんね。

○事務局（門協課長）

そうです。

○恒松部会長

ほかに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**