

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

日時：令和5年3月20日（月）

13時30分～15時30分

場所：仙台市中小企業活性化センター
セミナールーム（1）

次 第

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

— 配 付 資 料 —

資料1-1：屋外広告物ガイドラインの検討

資料1-2：屋外広告物ガイドライン具体的な配慮手法

資料2-1：定禅寺通広告物モデル地区について

資料2-2：定禅寺通モデル地区 広告物美観維持基準 変更案 新旧対照表

資料2-3：定禅寺通広告物モデル地区 広告物自主ルール

資料2-4：道路内建築物の壁面広告物、街路灯フラッグを掲出する場合の流れ

参考資料1-1：他都市の表彰制度

参考資料1-2：広告物設置の流れ

仙台市景観総合審議会 屋外広告物部会 委員名簿

任期：令和4年12月19日～令和6年8月30日

(令和4年12月19日現在)

氏名	所属・役職等	備考
ささき しんたろう 佐々木 慎太郎	宮城県屋外広告美術協同組合 理事長 (有)ササキ創芸 代表取締役社長	審議会 委員
たかやま ひでき 高山 秀樹	仙台商工会議所 常務理事・事務局長	審議会 委員
つねまつ よしずみ 恒松 良純	東北学院大学工学部環境建設工学科 准教授	審議会 委員
なみき なおこ 並木 直子	(株)ユーメディア 地域ブランディング事業部 ブランドマネジャー兼コーポレートブランド推進室長	審議会 委員
やまはた のぶひろ 山畑 信博	東北芸術工科大学デザイン工学部 教授	専門委員

(五十音順, 敬称略)

屋外広告物ガイドラインの検討

1. 前回の部会の振り返り
2. 活用方法について
3. 対象エリアについて

1.前回の部会の振り返り

(1)ガイドライン策定の目的

- ・市民にとって魅力的な広告物とはどのようなものか、論理的かつ分かりやすく示すことで、
広告主の理解・納得を得て、魅力的な広告物を掲出してもらうことを目的とする。

(2)ガイドラインの対象エリア

- ・魅力的な景観創出について重点的に取り組むエリア
である「広告物景観地域」を対象とする。



(3)ガイドラインの対象者

- ・広告物のデザインの決定権を持つ広告主をメインの対象とする。
- ・一方、広告主が直接ガイドラインを見る機会は極めて限定されるため、
屋外広告業者にガイドラインを理解いただき、
屋外広告業者から広告主に説明いただくことを想定し策定する。

2.活用方法について

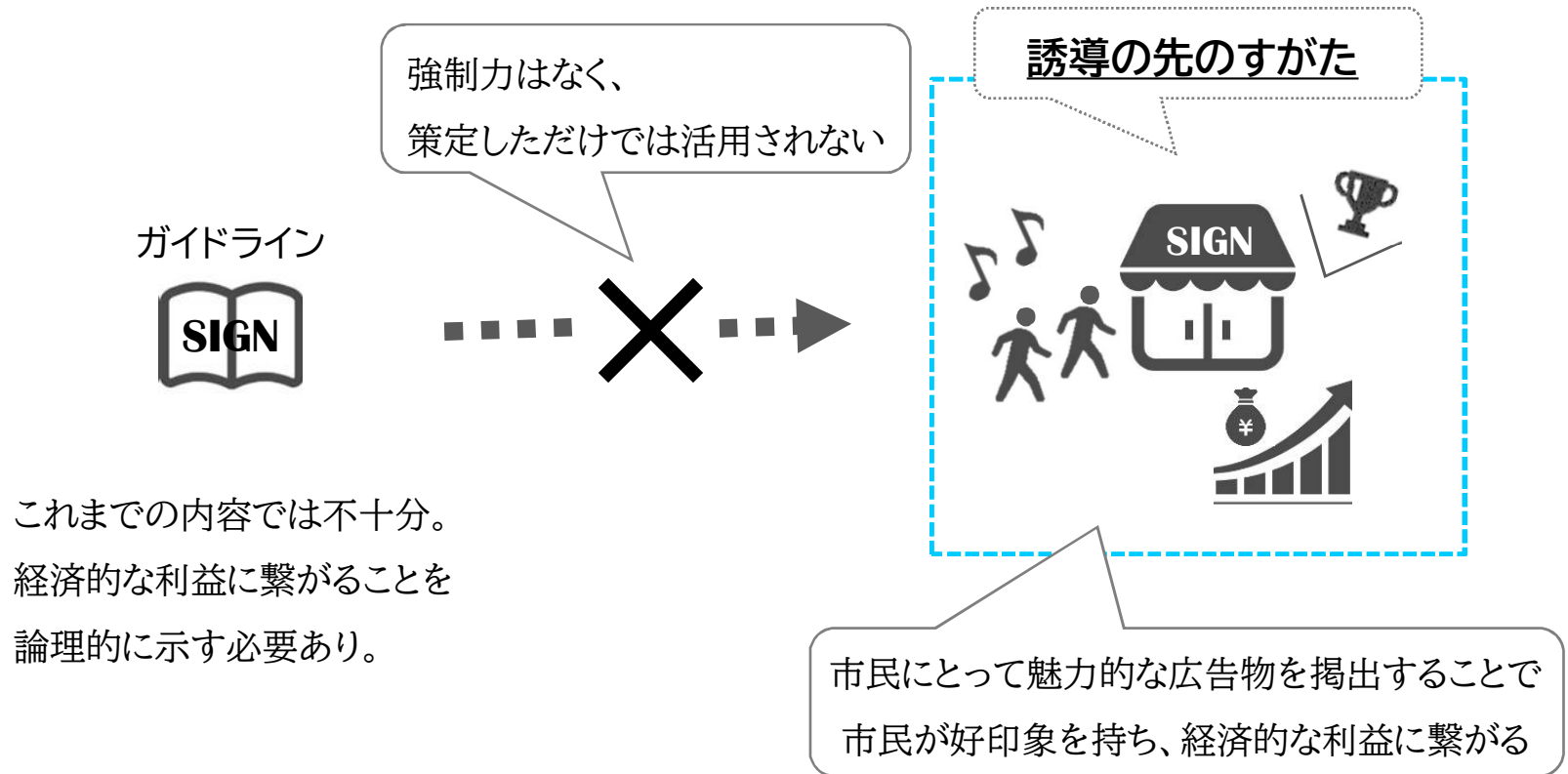
(1)これまでの検討（令和元年度から令和4年8月）



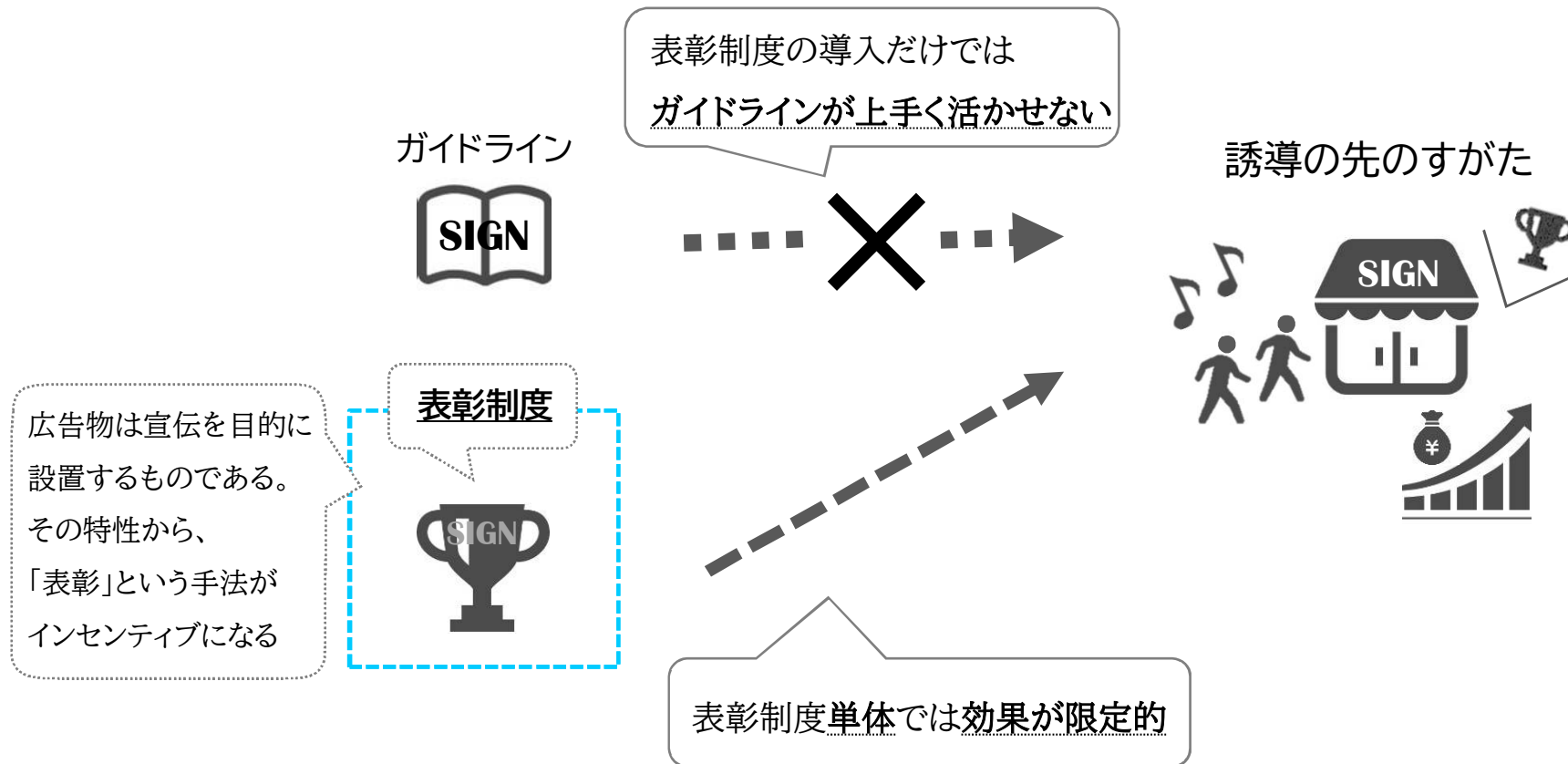
配慮事項をまとめた参考資料。緩やかな誘導。
多くの都市のガイドラインが、このような内容。

配慮事項例：色数はできる限り少なくする、箱文字・切文字にする など（資料1-2）
→規制を誘導と言い換えた内容が多い。

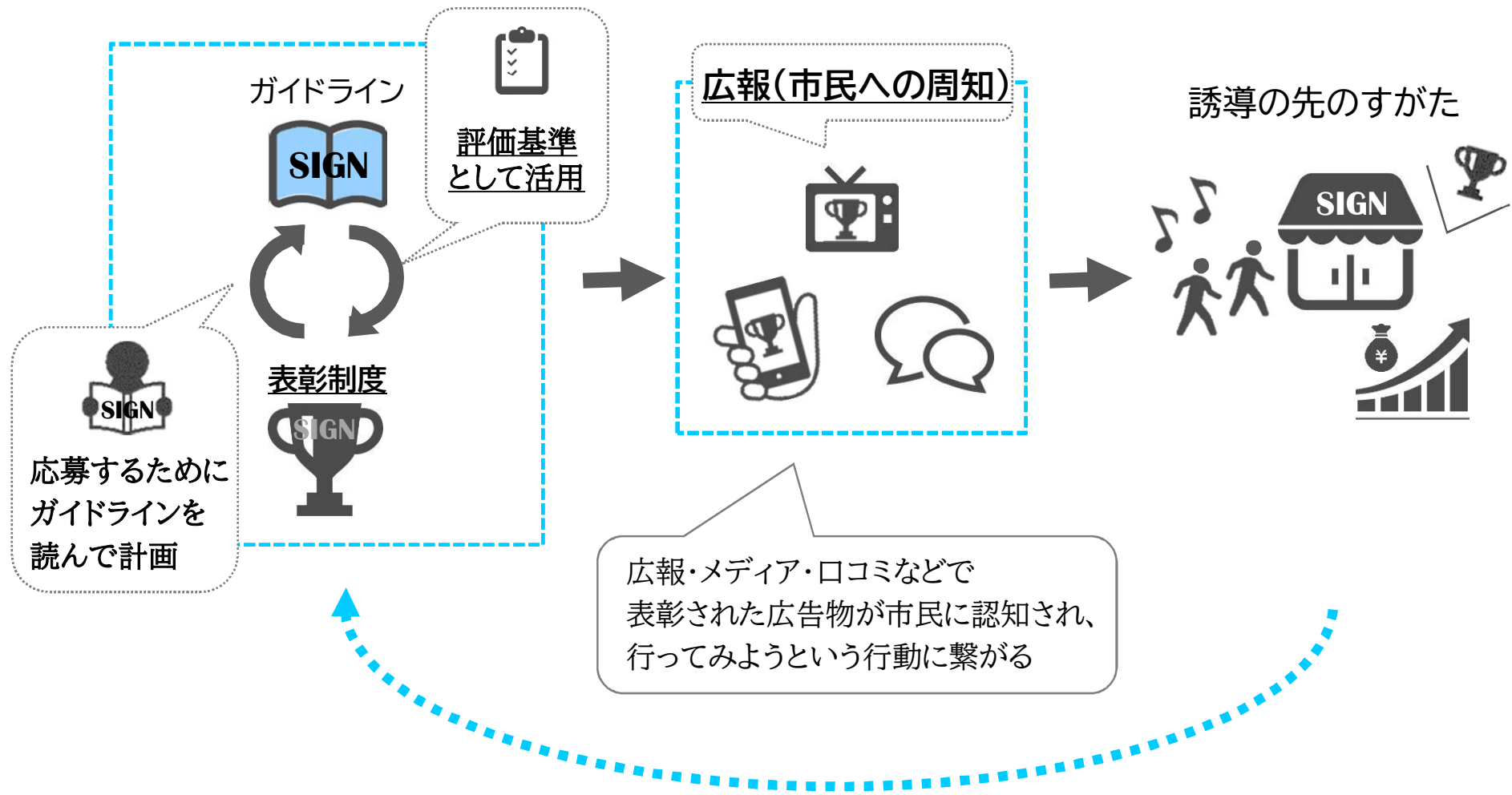
(2)これまでの検討で不足していた考え (R4.8審議会意見等)



(3) 広告主へのインセンティブとしての表彰制度 (R4.12部会意見を踏まえて)



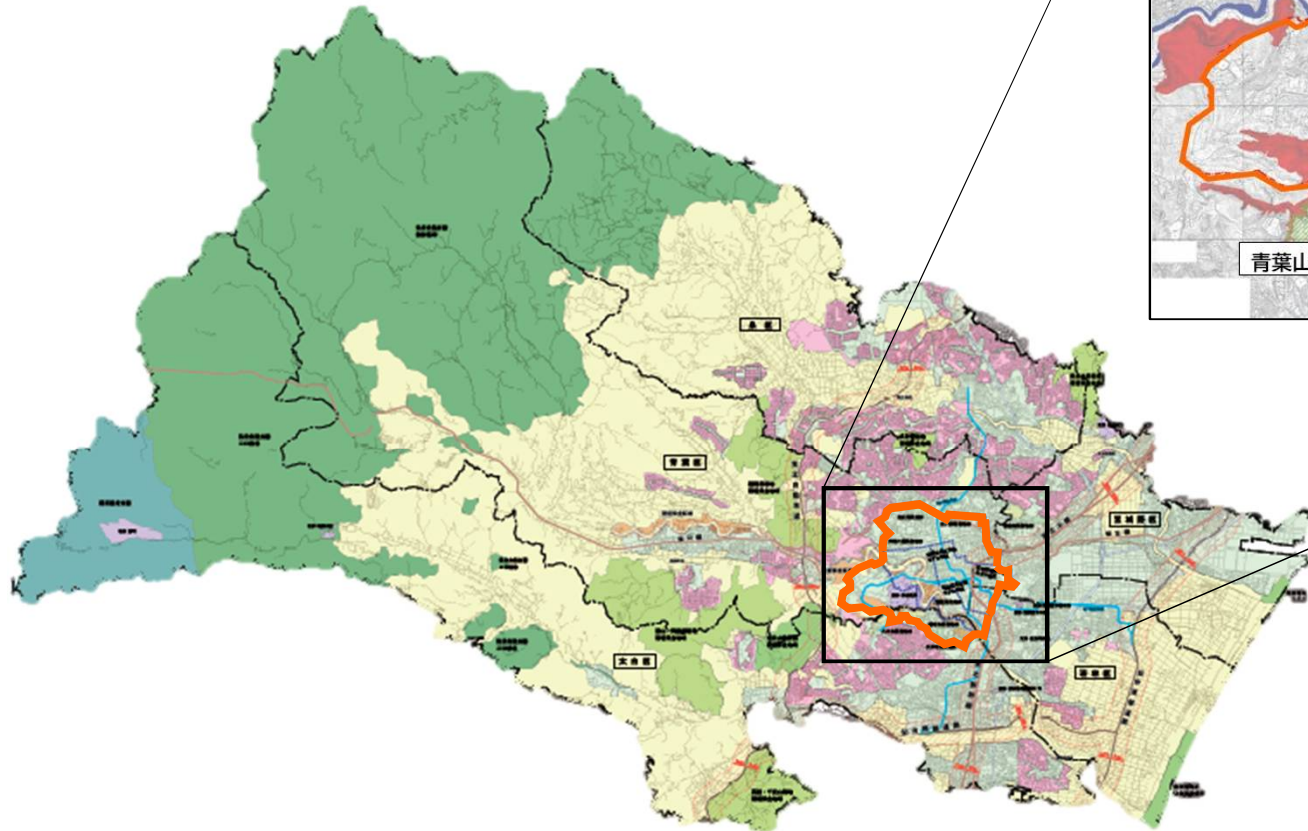
(4) 今後検討を進めるガイドラインを活用した誘導のしくみ



受賞した店舗が賑わっている様子を見て、真似をする広告主が増える

3.対象エリアについて(前回からの変更)

- ・前回の部会においては、ガイドラインの対象エリアを「広告物景観地域」(右図)とすることについて、ご意見を伺い、了承いただいた。



- ・しかし、「1.活用方法について」でお示したように、表彰制度と併せた活用を考慮することから、対象エリアを「市内全域」として、今後、誘導内容の再検討を行いたい。

・本資料は、これまで部会にて議論してきた配慮手法をまとめたものに、広告物モデル地区・広告物景観地域の既存基準等を追加したものです。

1.人を誘うような居心地良い空間のために

【賑わいの創出に関すること】

景観計画 〇おもてなしの心が伝わる、温かみのあるものとする

既存基準の凡例

●: 広告物景観地域の設置基準 ○: モデル地区の基準

*: モデル地区の誘導指針又は広告物景観地域の誘導基準

配慮のポイント	広告物の種別	番号	配慮手法	既存基準
店先の設え	種別共通	1	・植栽・プランター、のれん・日よけ幕・ベンチ・照明、メニュー看板・商品サンプルなどを用い、街の楽しさを演出する	
		2	・手作り感、ひと手間かけたデザイン、マーク、イラスト、シンボリックなデザイン、凝った装飾などを用い、街の楽しさを演出する	○
		3	・屋外広告物に該当しない壁面装飾なども景観形成に配慮したデザインとする	*
	壁面広告物	4	・ショーウィンドウやディスプレイを用いて、室内の賑わいが感じられるようにする	
照明	種別共通	5	・建物内部の照明と広告物の照明が、通りに漏れることで、室内の雰囲気を通りに現し、街の賑わいを演出する	
		6	・広告物と、店舗のディスプレイを併せて計画する	
		7	・広告物と、建物の照明を一体的にデザインする	
		8	・照明の色、明るさは、暖かく、優しく照らすようにし、暖かみや落ち着きを演出する	
		9	・間接照明や内照式看板の使用し、暖かみや落ち着きを演出する	
窓	種別共通	10	・窓面を使用する広告物は最小限とする。表示する場合は、窓面と距離をとったり、切り文字としたりするなど、ショーウィンドウのように演出する	*
		11	・中高層階（3, 4階以上）の窓面に貼り付けて表示しない	○

2. 風格ある街並みのために

【広告物のデザインに関すること】

景観計画 色彩やデザイン、情報量などを工夫して美観を保つ形態意匠とする

配慮のポイント	広告物の種別	番号	配慮手法	既存基準
色彩・彩度	種別共通	12	・色数はできる限り少なくする（面積が7㎡以上の広告物は、4色以下とすることを目安とする）	○
		13	・地色は建物の意匠や街並みに調和した色彩とする	○
		14	・高彩度の色彩は面積を小さくし、低層部でアクセントとして限定的かつ効果的に用いる	○
		15	・色味を抑制（彩度を下げる、蛍光色の利用を避ける）または壁面の色とのコントラストを下げる等、強調しすぎない色彩計画とする	○
デザイン	種別共通	16	・シンプルで洗練された上品なデザインとする	○
		17	・表示内容は、自己の氏名、名称、店名、商標、ロゴマークなどや管理上必要なものとする。特に都心ビジネスゾーンでは、街の賑わい創出、各種イベントを支援するためのものを基本とする。	●
		18	・写真の使用は慎重に検討する	
		19	・表示面に額縁（余白）をつけたり、装飾の少ないシンプルな文字を使う	
	屋上・壁面広告物	20	・道路に面しない4階以上の側壁面に表示する広告物はビル名称のみとする	●
		21	・箱文字・切文字にする。	○
情報の整理	種別共通	22	・伝えたい情報を絞り込み、集約し、規則性を持たせる	
		23	・使用する文字の量に注意する	
		24	・図や記号を用いて端的に情報を伝える	
		25	・同一情報を重複して掲載しない	

【板面の配置に関すること】

景観計画 ・建物デザインと一体的に計画し、通りの見通しを阻害しない配置、形状とする

配慮のポイント	広告物の種別	番号	配慮手法	既存基準
大きさ・総量・設置位置	種別共通	26	・建築物を新築する際は、建築計画時から屋外広告物についても検討し、テナントとルールを共有する。	
		27	・デザインを建物と一体化させる。	○
		28	・商品やサービス等の営利目的の内容を表示する場合は、低層部に集約化して表示し、最小限の大きさとする。	○
		29	・集約化を図り、最低限必要な種類、面積、数量となるよう配慮する	○
大きさ・総量	屋上広告物	30	・安定感のある横長の形態を基本とする。（塔状の場合でも、高さは本市の基準以下かつ横幅の1.5倍以下）	
	屋上・壁面広告物	31	・中高層部（4階以上）は、最小限の面積・数量とする（屋上を含めて、壁面面積の1/5以下かつ150㎡以下を目安とする）	○
	屋上・地上広告物	32	・建物や周辺との調和を考慮し、通りの見通し・スカイラインを妨げない大きさ・高さとする。（地上広告は高さは10m以下を目安とする）	●
	地上広告物	33	・1敷地につき1個を目安とする。	
	広告幕・立て看板	34	・路上へ、のぼり旗、立て看板は原則設置しないようにする。	
設置位置	屋上広告物	35	・建築物の壁面や塔屋と位置を揃える。	●
	壁面広告物	36	・建物の顔をつくるように広告物を配置する。	
		37	・3階以下に集約して設置する	
		38	・4階以上には、1壁面につき壁面広告物、突出し広告物どちらか1つの種別とする。（ただし集約して設置する場合は、それぞれ1か所ずつ可能）	●
		39	・間隔や設置高さに規則を持たせる	
	突出広告物	40	・一列にまとめて設置する。	
		41	・建物のファサードデザインを活かすため、道路境界を越えての突出しは避ける	○
		42	・歴史的通りに面する3階以上の壁面に設置する突出し広告は、道路境界を越えて突き出さない	●
		43	・オープンスペース内に設置する突出し広告物の下端の位置は地盤面から3m以上とする	○
	地上広告物	44	・敷地内のオープンスペースに集合化して設置する。	○
広告幕	45	・街路灯に設置するものについては、固定式バナーアームが取り付けられているもののみとする	○	
	46	・氾濫しやすいため、十分な間隔を空けるよう注意する。		
形状	地上広告物	47	・植栽等と合わせるなど外構計画と併せて計画し、印象にも配慮する。	

【周りの広告物や建物、街並みとの調和に関すること】

景観計画 ・街並みや周囲の広告物と調和するようデザインを調整する

配慮のポイント	広告物の種別	番号	配慮手法	既存基準
共通事項の表現やデザインの調整	種別共通	48	・一つの建物で複数の広告物を掲出する際は、ベースカラーや階数表示など、共通するものは揃えることで、より効果的な広告とする	○
		49	・一つの建物で複数の広告物を掲出する際は、大きさや形状などのデザインを揃える	○
		50	・できる限り、隣接する建物など周囲の広告物の色彩や形態、配置をそろえ、互いの調和に配慮する	
街並みを意識したデザインの工夫	種別共通	51	・色使いや数、大きさで周囲から際立たせようとする、乱雑な景観となることに注意する	
		52	・デザイン性が高いことで耳目を集めることができるよう努める	
		53	・地域で協力してデザインや掲出方法を工夫すると特に効果的	
		54	・街並みに調和したデザインを工夫し、街の魅力として活用する	
	広告幕	55	・街路灯に掲出するフラッグについては、地域のまちづくりに資する統一感のあるものとする	○
仙台駅周辺の景観形成	屋上広告物	56	・仙台駅の玄関口の景観を形成するため、青葉通と東五番丁の交差点から仙台駅舎越しに見える屋上広告物については、仙台駅舎名よりも過大なものとししない。	*
		57	・仙台駅の玄関口の景観を形成するため、屋上広告物は、新幹線ホームやペDESTリアンデッキから見て、建物規模や街並みのスカイラインに合う配置とし、文字だけが派手に強調されない形態意匠とする。	*
	壁面広告物	58	・ペDESTリアンデッキからの歩行者の視線に配慮し、壁面広告は、ペDESTリアンデッキの床面より上部では、ビル名・店舗名等の自家用及びイベント・ニュース・商品等を可動表示する案内用のみとする。自家用は最低限の数量とし、案内用は1壁面当たり1ヶ所とし、壁材・窓割り・ショーウィンド等の建物外観と調和するデザインとする。	*

その他. 市内全域

景観計画 ・背景の自然環境や街並みの連続性に配慮したデザインとする
 ・極端に派手な色彩の使用を避け、建築物との一体化、集約化を工夫する
 ・幹線道路沿いに設ける屋外広告は、派手な色彩や交差点での過度な設置を避け、街並みの美観を工夫する

配慮のポイント	広告物の種別	番号	配慮手法	既存基準
照明	種別共通	59	・光の点滅や動きがある照明装置の仕様は避け、周辺の街並みに調和する光量とする。	●
交通安全の確保	種別共通	60	・交差点付近や道路標識が設置されている付近では、大きさや内容を揃え、表示面に信号・標識の近似色や彩度の高い色は使用しない。	

定禅寺通広告物モデル地区について

1. 概要

定禅寺通におけるエリアマネジメント広告(エリマネ広告)^{*}の実施のために必要となる「広告物モデル地区の変更」について、変更案に対する住民への意見聴取の結果とそれを踏まえた対応、今後の地域の運用ルールについて報告するもの。

※ エリマネ広告:景観に配慮しつつ、得られた広告収入をまちづくり活動の財源に充てる広告

広告物モデル地区の変更案【資料 2-2】

- ① 道路内建築物の壁面へのエリマネ広告の掲出を認める。
- ② 道路内建築物の壁面広告物、街路灯フラッグへエリマネ広告を掲出する場合、広告物の 1/3 の大きさまで個人名、企業名、商品名(以下「企業名等」)の表示を認める。

	変更前	変更後
道路内建築物の壁面広告物	 <p>自己用・管理用以外の 企業名等の表示は不可</p>	 <p>企業名等の大きさ(赤枠)は 広告物(黄枠)の 1/3 まで</p>
街路灯フラッグ	 <p>企業名等の大きさ(赤枠)は 広告物(黄枠)の 1/5 まで</p>	 <p>企業名等の大きさ(赤枠)は 広告物(黄枠)の 1/3 まで</p>

2. 変更案に対する住民への意見聴取

- 2/3 定禅寺通街づくり協議会への説明
- 2/8 関係権利者へ変更内容等資料の送付
- 2/14~2/27 変更案の縦覧

住民意見聴取の結果： 意見なし

3. 意見聴取結果を踏まえた対応

変更案のとおり広告物モデル地区の変更を行う (年度内に実施予定)

4. 自主ルール (定禅寺通街づくり協議会が独自に定めるルール)【資料 2-3】【資料 2-4】

- ・自主ルールの内容は、広告物モデル地区の基準には無いデザイン等に関する項目等(共感広告、掲出できない業種・内容、配置、バランスなど)を定める
- ・令和 5 年度から自主ルールの運用を開始し、不具合点や改良点等が生じた場合は、必要に応じて適宜修正を行う

定禅寺通広告物モデル地区 広告物自主ルール
定禅寺通街づくり協議会

1) 広告物美観維持基準に規定される「掲出可能な広告物」に対する本協議会の認定基準

街の賑わいの創出の認定基準	<p>以下を満たすエリアマネジメント広告であること。</p> <p>(1) 掲出主体は、定禅寺通地区を対象にエリアマネジメントに取り組む法人その他の団体であるもの</p> <p>(2) 掲出内容は、共感広告＝定禅寺通のまちづくりに関する広告＋それに賛同する企業名等であるもの</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「定禅寺通のまちづくりに関する広告」とは、定禅寺通エリアまちづくり基本構想(2022年3月策定/定禅寺通活性化検討会)で定められた「まちづくりの理念」や「目指す街の姿」を目指し、「定禅寺通エリアの特徴を生かしたまちづくり」をふまえたメッセージ(サステイナブル、エコロジー、SDGs、都市文化、アート、ミュージック、クリエイティブ、コミュニティ、ナイトタイム等)を発信するものとし、その内容に合致したデザインであること ・ 「賛同する企業名等」とは、上記メッセージに賛同する企業やその商品の名称やロゴのこと
各種イベントの認定基準	<p>以下を満たすイベントであること。</p> <p>(1) 仙台市内や宮城県内を会場とする全国的な規模のイベントまたは定禅寺通地区(本協議会規約の別図参照)およびその関連地域で実施するイベント</p> <p>(2) 国または地方公共団体が主催、共催または後援するイベント</p>

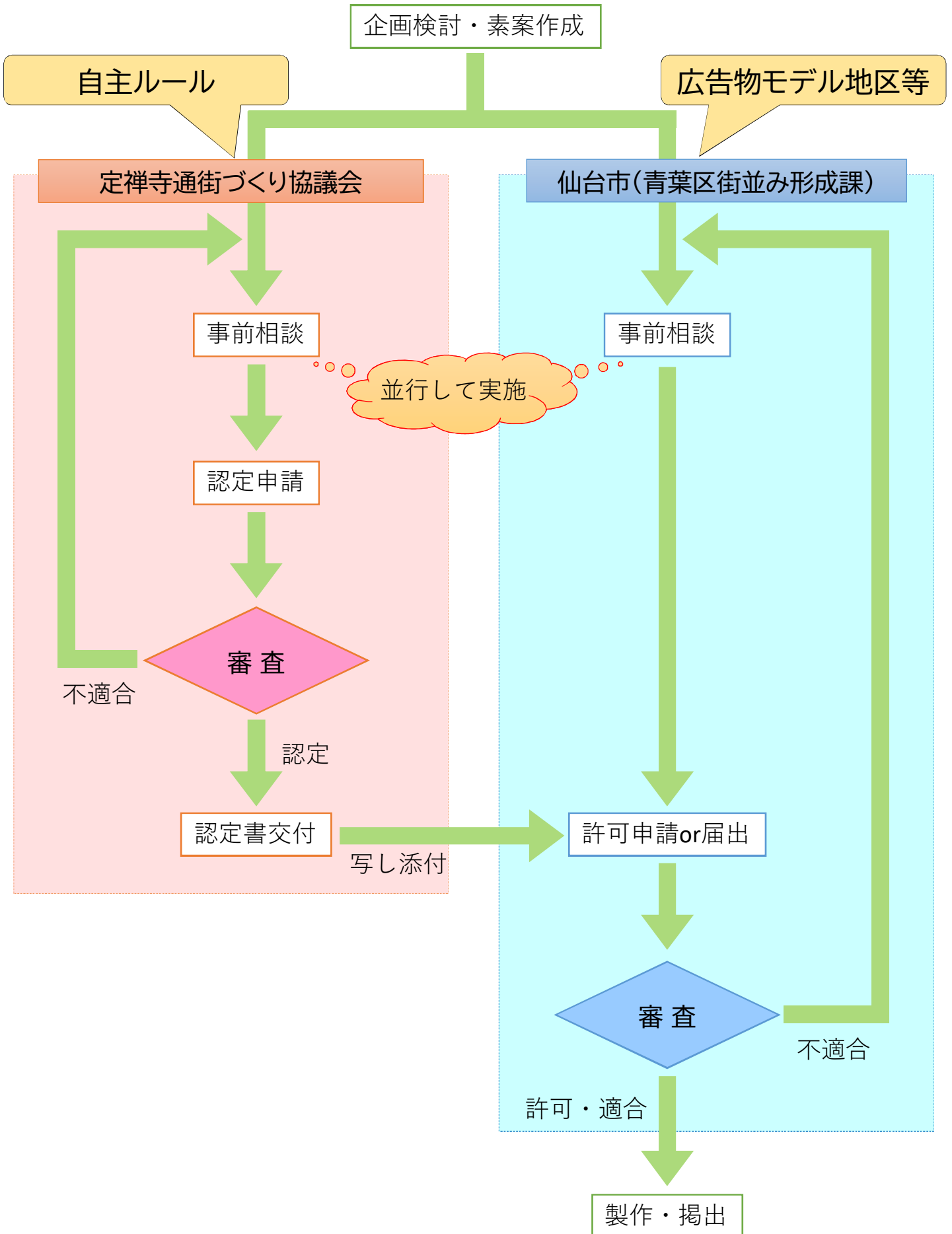
2) 「掲出可能な広告物」のデザインルール

本協議会が上記1)に基づいて掲出可能とする「街路灯に掲出するフラッグ及び道路内建築物の壁面を利用して表示する広告物」については、関係法令で規定された制限内容や広告物美観維持基準に加え下記のデザインルールを定める。



共通で適用する事項	<p>(1) 人々の目を楽しませ、街並みのアクセントとなるように配慮すること</p> <p>(2) 写真やグラフィック、文字等をバランスよく配置し、余白を活かす工夫をし、すっきりとした洗練されたデザインとすること</p> <p>(3) 広告物に掲出主体の名称やロゴを表示すること</p> <p>(4) 次に掲げる内容の広告物は掲出しないこと</p> <ul style="list-style-type: none"> ア. 特定の商品やサービスの消費を煽るもの(例えば、期間限定、〇割引、増量中、残りわずかなどの表現は避ける。) イ. 法令等に違反するもの又はそのおそれがあるもの ウ. 暴力、わいせつ性の連想等、青少年の健全育成に反するもの又はそのおそれがあるもの エ. 人権侵害又は名誉棄損に当たるもの又はそのおそれがあるもの オ. 公序良俗に反するもの又はそのおそれがあるもの
-----------	---

	<p>(5)次に掲げる業種の広告物は掲出しないこと</p> <ul style="list-style-type: none"> ア. 性風俗営業 イ. 消費者金融 ウ. ギャンブルにかかるもの エ. たばこ（マナーアップ広告を除く）
<p>フラッグに適用する事項</p>	<p>(1)エリアマネジメント広告については上段に定禅寺通のまちづくりに関する広告、下段にそれに賛同する企業名等を配置する</p> <p>(2)各種イベントを支援する広告においてスポンサー名等を表示する場合は、上段にイベントに関する広告、下段にそのスポンサー名等を配置すること</p> <p>(3)上下段は調和のとれたデザインとすること</p> <p>(4)上下段ともに地色は同系色とすることし、余白を揃えるなどフラッグの連続性に配慮したデザインとすること</p> <p>参考：エリアマネジメント広告の事例</p> <div data-bbox="1002 763 1374 1391" style="text-align: center;"> </div>
<p>道路内建築物の壁面を利用する広告物</p>	<p>(1)同一壁面に複数の広告物を設置する場合は、大きさや高さをそろえ、デザインや色彩は互いの調和に配慮すること</p> <p>(2)広告物を設置する壁面の形態・意匠との調和に配慮すること</p>

道路内建築物の壁面広告物、街路灯フラッグを掲出する場合の流れ

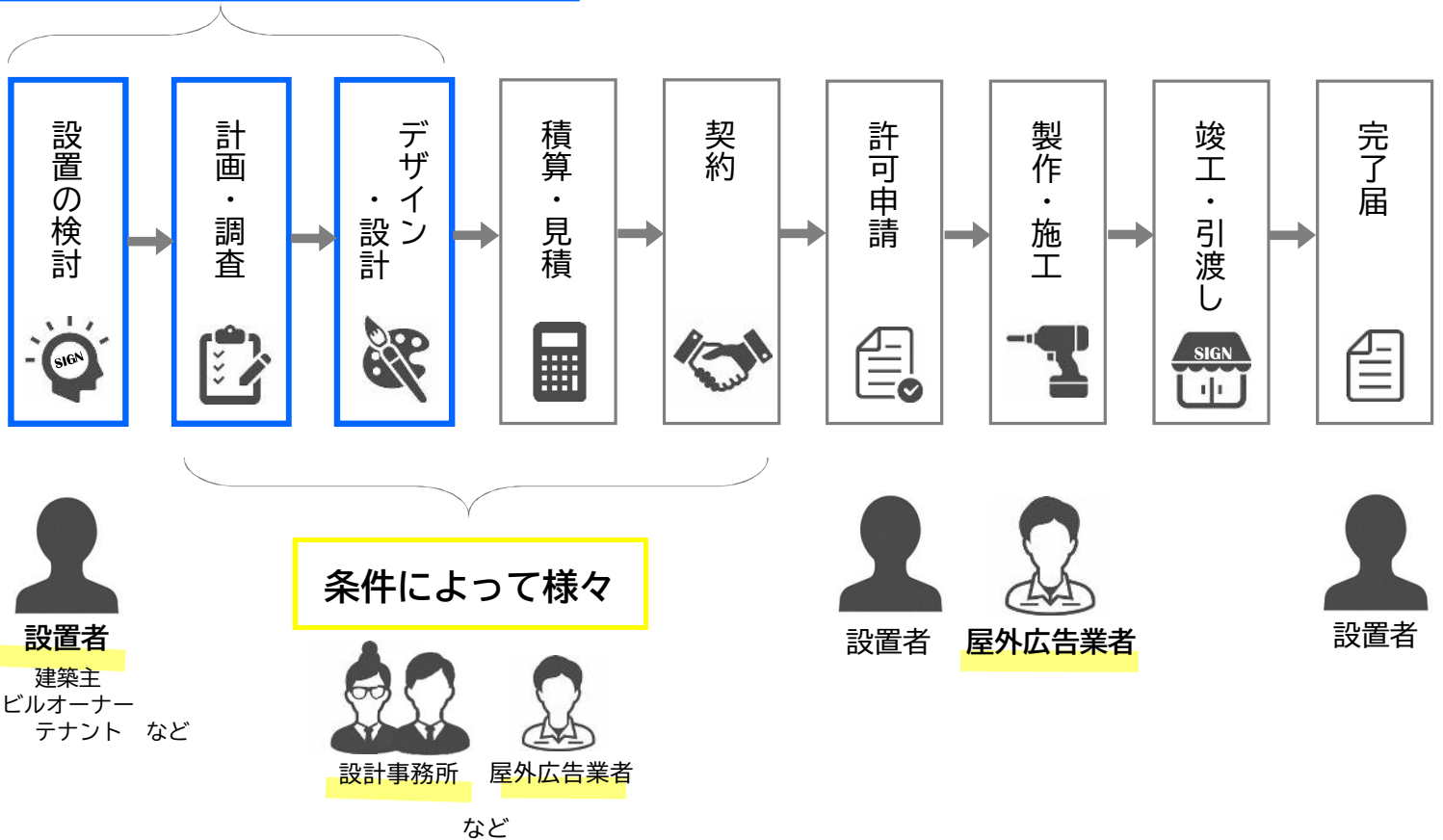


富山県

制度名称	景観広告とやま賞	
目的	地域の特性を生かした良好な景観の保全・創造のため、周辺景観に調和・配慮された屋外広告物である「景観広告」を広く募集し、優れた作品を表彰することにより、景観や屋外広告物に対する県民の意識と関心を高め、「景観広告」の普及を図ること	
開始時期 実施頻度	平成20年（2008年）より開始 毎年開催 → 令和4年（2022年）までに15回実施	
実施主体	<p>景観広告とやま賞実行委員会（県+関係団体11団体）</p> <p>富山県、富山県イベントディスプレイ業協同組合、富山県屋外広告士会、富山県屋外広告美術協同組合、富山県技能士会連合会、（公社）富山県建築士会、（一社）富山県建築士事務所協会、富山県商工会議所連合会、富山県商工会連合会、富山県中小企業団体中央会、（公社）富山県デザイン協会、（一社）日本屋外広告業団体連合会</p> <p>※当初は富山県単独での実施だったが、平成27年度～景観に配慮された優れた屋外広告物の普及を一層推進するため、商工団体はじめ建築や広告物の関係団体の協賛を得ての実施に変更</p>	
募集対象	原則として過去5年以内に設置されたもの	
表彰対象者	広告主、デザイナー、制作・施工者	
審査体制	景観広告とやま賞審査会（有識者等で構成）	
審査基準	<ul style="list-style-type: none"> ・「富山県景観広告ガイドライン」の趣旨に沿った屋外広告物であること ・建築物その他周辺景観や町並みと調和がとれているもの ・デザインが美しく効果的な広告づくりに優れているもの ・文字や図柄、色彩等の企画・デザインに優れているもの ・花や緑の活用、夜間照明への配慮などが優れているもの <p>・関係法令に適合していること</p>	
直近の実施状況	<ul style="list-style-type: none"> ・令和4年度（第15回）は、応募総数75件から12件選定 景観広告大賞 1件、景観広告優秀賞 3件、景観広告賞 8件 	

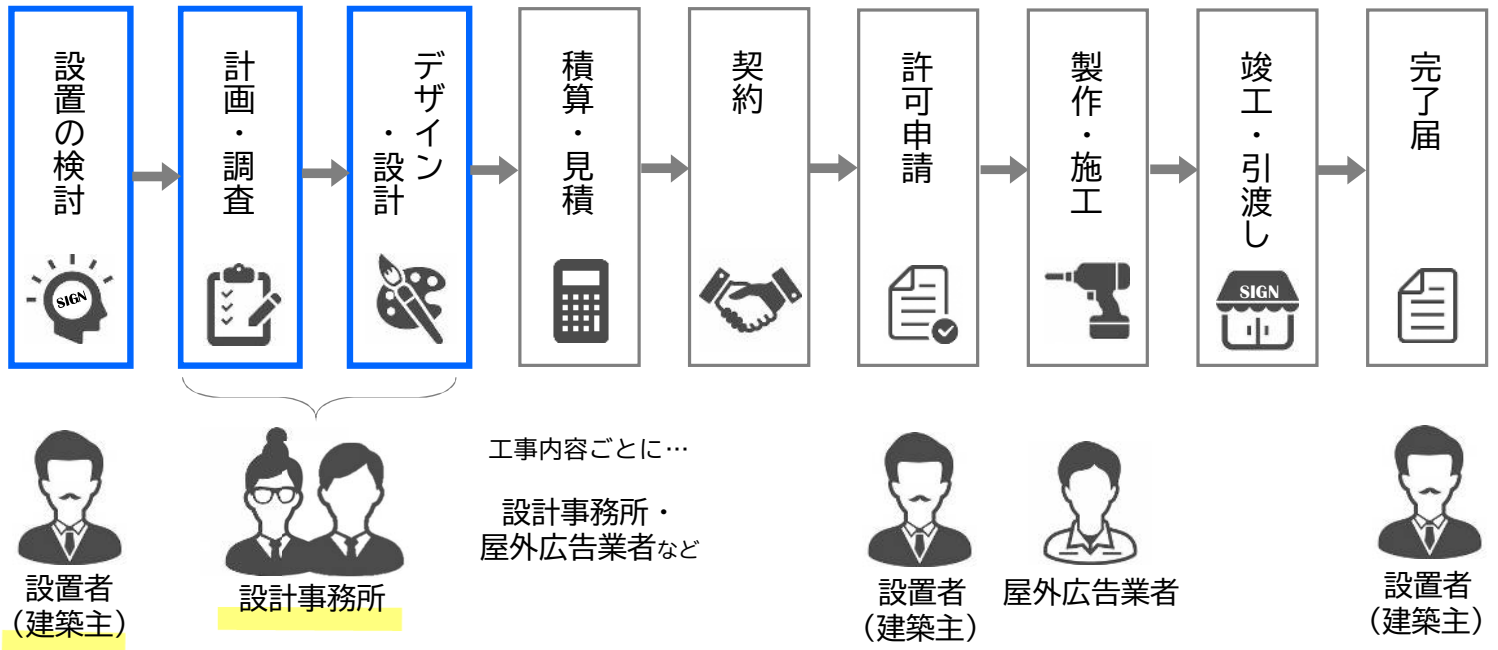
広告物設置の流れ

ガイドラインを参照できるタイミング

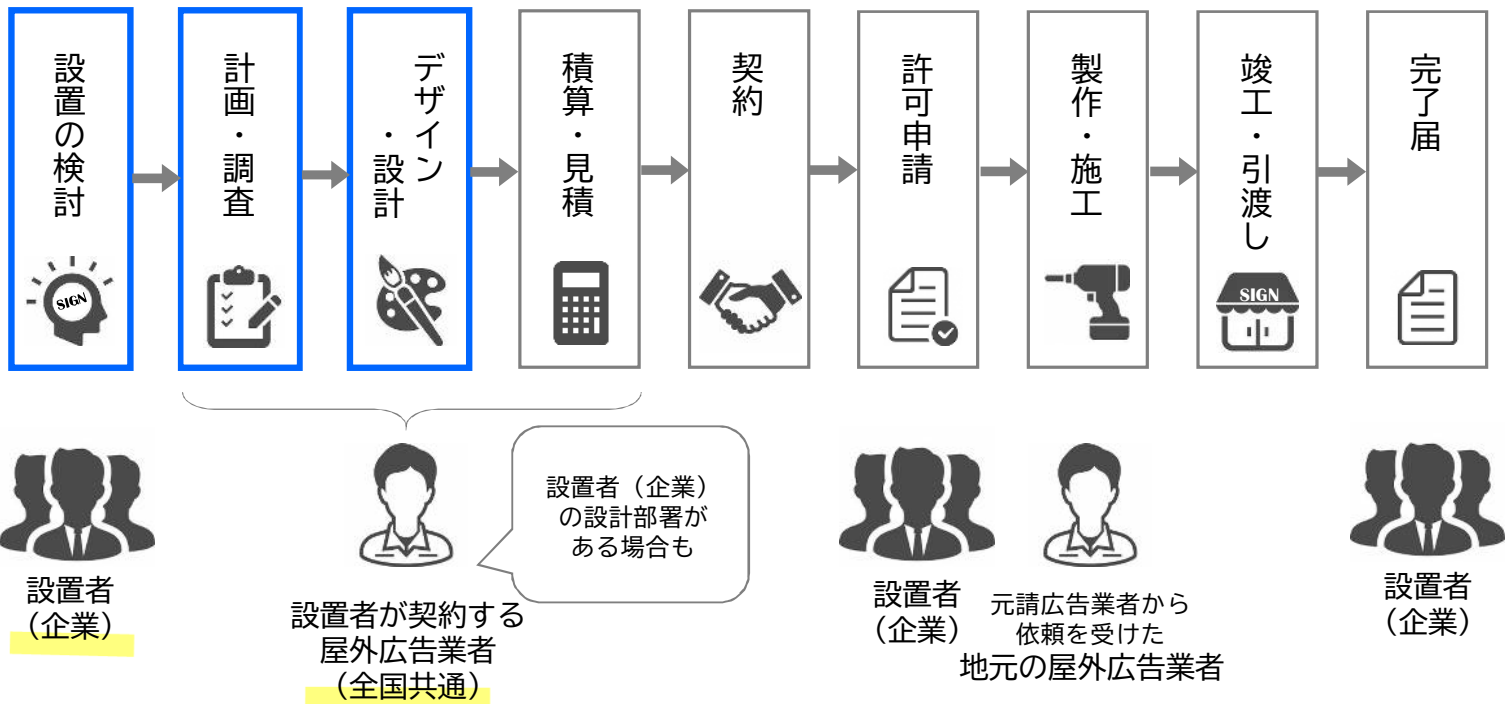


- ・「広告物の設置者」と「屋外広告業者」以外に関わる者は、
 - ・メイン工事が何か？（建物の新築工事、看板設置工事、テナントによる看板の入れ替え）
 - ・建物規模がどのくらいか？
 - ・全国チェーンか個人経営か？ …など、条件によって異なる。
- ・ガイドラインを参照できるタイミングは、「設置の検討」「計画・調査」「デザイン・設計」の段階

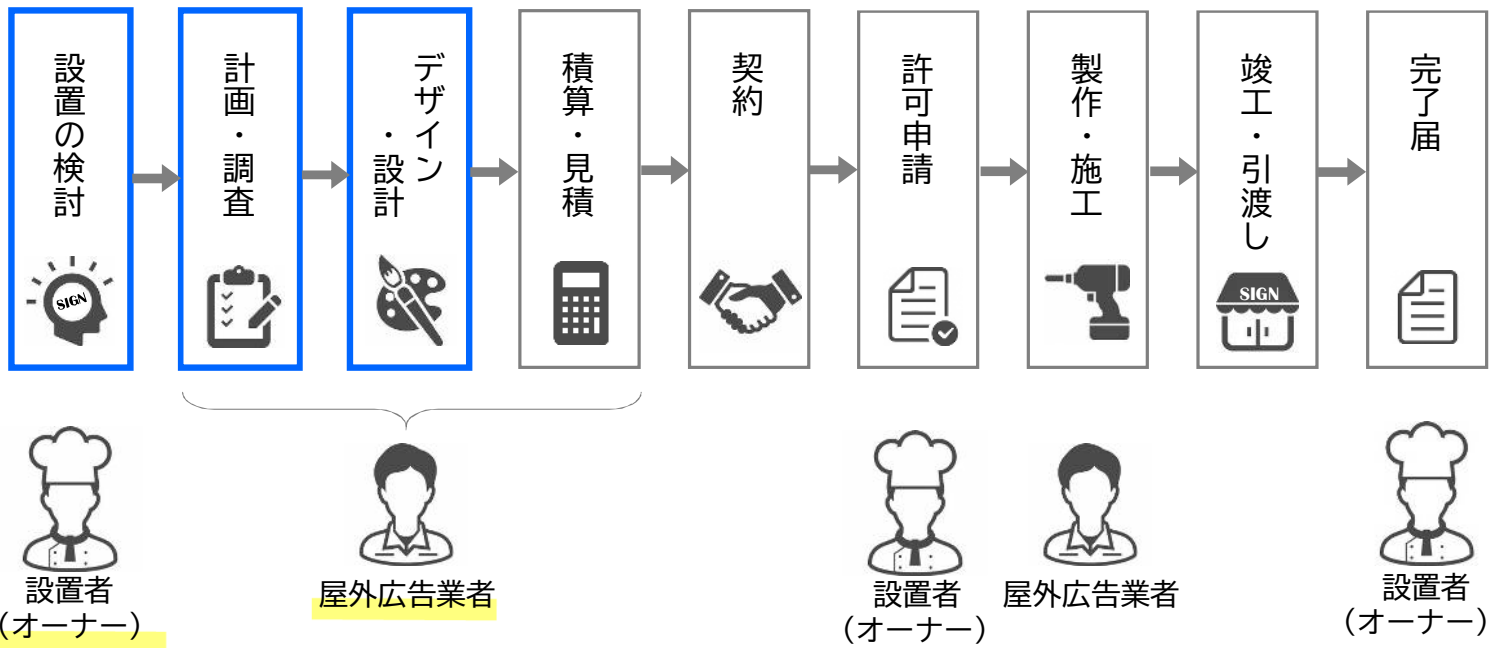
事例1 ビル新築時の場合



事例2 広告物の設置のみ・全国チェーンの場合



事例3 広告物の設置のみ・個人経営の店舗の場合



事例4 ビルへ入居するテナントが広告物を設置する場合

