

## 平成 26 年度第 1 回広島市景観審議会 会議要旨

- 1 開催日時 平成 26 年（2014 年）9 月 2 日（火）10 時～11 時 45 分
- 2 開催場所 広島市役所 本庁舎 14 階 第 5 会議室
- 3 出席者
  - (1) 出席委員（13 名）  
杉本 俊多、藤井 堅、三浦 浩之、吉田 幸弘、森保 洋之、児玉 紀子、川内 焔、  
伏見 清香、細見 恵、内田 賢司、坂本 廣明、中川 圭子、中城 秀典
  - (2) 欠席委員（1 名）  
菅原 辰幸
- 4 議題
  - (1) 広島市景観計画に基づく屋外広告物許可基準の改正等について
  - (2) 広島市景観計画に関するガイドラインについて
  - (3) 景観審議会と屋外広告物審議会の統合等について
- 5 公開・非公開の別 公開
- 6 傍聴者 一般傍聴者 0 名  
傍聴者（マスコミ関係） 2 名
- 7 会議資料
  - 資料 1 - 1 広島市景観計画の「屋外広告物に関する基本方針」に基づく規制・誘導について（案）
  - 資料 1 - 2 広島市景観計画の「屋外広告物に関する基本方針」に基づく規制・誘導の枠組みについて（案）
  - 資料 1 - 3 広島市景観計画に基づく屋外広告物許可基準の改正等について（案）
  - 資料 1 - 4 広島市景観計画に基づく屋外広告物許可基準の改正等（案）の概要
  - 資料 1 - 5 屋外広告物の掲出に関する基準（案）
  - 資料 1 - 6 屋外広告物の掲出に関する基準（案）地区別一覧
  - 参考資料 景観計画重点地区のエリア、屋外広告物に関する基本方針（広島市景観計画からの抜粋）
  - 資料 2 - 1 広島市景観計画に関するガイドラインについて
  - 資料 2 - 2 広島市景観形成ガイドラインの構成（案）
  - 資料 2 - 3 広島市景観色彩ガイドラインの構成（案）
  - 参考資料 解説例（届出対象行為、形態意匠の基準、色彩の基準）
  - 資料 3 景観審議会と屋外広告物審議会の統合等について

## 8 発言の要旨

### 【審議会成立の報告】

### 【広島市景観計画に基づく屋外広告物許可基準の改正等について】

#### 杉本会長

広島市景観計画に基づく屋外広告物許可基準の改正等について、事務局から説明をお願いする。

#### 事務局（都市デザイン担当課長）

（広島市景観計画に基づく屋外広告物許可基準の改正等について説明）

#### 杉本会長

ただいまの説明について御意見、御質問等があればお願いしたい。

#### 川内委員

資料1-4のグループIで、広告物に関する基本的考え方の欄では「遠景、中景においては特に景観上の配慮を要請する」との説明書きがあるが、区分のタイトルのカッコ書きでは、遠景がなく、「中景に特に配慮する区域」となっている。遠景を入れていない理由があるのか。

#### **事務局（都市デザイン担当課長）**

特に意図があるわけではない。基本的考え方とタイトルの欄で不整合があるので、修正させていただく。

#### **伏見委員**

資料1-3の右側の一番下で「点滅又は輝度が変化する広告物は掲出ししない」という項目があるが、旧来の一般的な点滅する屋外広告物であればこれで構わないと思うが、現在はデジタルサイネージなど新たな媒体が出ている。デジタルサイネージというものは現代では使わざるを得ないというか、既に一般的に広く使われており、個人的には都市景観に彩りを与えるものだと思っている。

#### **事務局（都市デザイン担当課長）**

この電子媒体の扱いについては、全国の担当課長会議などにおいても議題として挙がってくるが、その定義や取扱いが定まっていない。私どもの思いとしては、広島を特徴づける景観がある特に配慮すべき区域では、けばけばしいものは掲出を控えてもらいたいという趣旨である。

御指摘のように、現在はプロジェクションマッピングやデジタルサイネージなど、にぎわいを演出するようなものもあるので、その取扱いについては運用の中で検討していきたい。

#### **杉本会長**

ここに書いてある点滅、輝度が変化する広告物は、デジタルなもの以外の旧来型のものを対象としていて、今後デジタルなものを追加する可能性があるということか。

#### **事務局（都市デザイン担当課長）**

俗に言うネオンサインであるとか、旧来型の広告物を基本的には想定しているが、LEDやデジタルサイネージなど、もっと微妙に色が変わる新たな広報媒体も出てきており、それらを含めて掲出を控えてもらいたいという趣旨である。ただ、やみくもに全く掲出できないとすると、景観に配慮した街に彩りを与えるものまで否定することにもなるので、その辺をどのように取り扱うか、どう定義して、どういう配慮をお願いするのかといったことの検討が必要だと考えている。

#### **細見委員**

そのこととも絡むと思うが、ライティングをした広告物はどういう扱いになるのか。照明の明るさやライティングの仕方も彩度に影響してくると思う。

#### **事務局（都市デザイン担当課長）**

広島を特徴づけるような景観のある場所については、基本的には、直接光を当てて照明を行うようなものは控えてもらうようにしている。

資料1-5で、原爆ドーム及び平和記念公園周辺地区においては、壁面広告物で高さ制限を超えて掲出するものについては照明を行わないこととしている。原爆ドーム周辺では、平和の灯が燃え、ライトアップされているなど、夜間も光が景観の重要な要素になっている。このような場所では、高い位置には照明をつけないでくださいと、少し離れた原爆ドームのD地区では、照明は文字の背面・背後に取りつける間接照明的なものにしてくださいとしている。

#### **坂本委員**

資料1-4の広告物の色彩の規制の区分で、グループIとグループIIに括弧書きで「小規模

なもの対象外」とあるが、これはどのくらいの大きさのものを想定しているのか。

#### **事務局（都市デザイン担当課長）**

グループⅠでは基本的に2㎡を超えるもの、にぎわいを重視するグループⅡでは10㎡を超えるものを規制の対象としている。

#### **児玉委員**

資料1-4のグループⅡの基本的考え方で、「広告物の大きさや位置、色彩等のデザインを工夫するなど一定のルールのもと都市の活力とにぎわいを演出する」とあるが、この「一定のルール」というのは具体的にどのようなことを指すのか。「大きさ、位置、色彩等のデザインを工夫する」ことに係るのであれば、どのように工夫するのが書かれておらず、「工夫」という表現は曖昧であるように思う。

それと、現在既にある看板で、この新たな景観のルールに合致していないものは、新しく作り変えるまでは許可を許すとなっているが、何年間かは猶予するといった年数は決めないということなのか。

また、広島の代表的な通りである本通りの景観は、今あまり好ましくない状況になっていると思っているが、本通りはグループⅡに含まれてその基準によって規制されていくことになるのか、教えてもらいたい。

#### **事務局（都市デザイン担当課長）**

まず、基本的考え方の「デザインを工夫するなど一定のルールのもと」という部分についてだが、この「一定のルール」とはその下のところで示している高さ制限や総量、色彩の規制が一定のルールということになる。「工夫」としているのは、広告物を掲出しようとするときに、設置者が伝えたい情報量やその方法があっても、このエリアではこのようなルールがあるからそのとおりにできないということになると、看板のデザインや引き立たせ方の色使いとか、そうした工夫をすることによって表現してもらおうということを意図している。

既存不適格の広告物についてだが、掲出物件を含めて広告物にはある程度の耐用年数があり、安全上の問題があれば早急な撤去をお願いすることもあると思うが、そうでなければ、広告物個々の耐用年数が切れるところで、新しい基準に適合してもらおうように考えている。

それから、本通りについては、原爆ドーム及び平和記念公園周辺のE地区に含まれる部分も一部あるが、基本的にはグループⅢの一般区域となる。

#### **中城委員**

屋外広告物の定義に関わることもかもしれないが、ガラス面の内側に張るサインであるとか、ガラスの内側に少し離して掲出する看板やネオンサインといったものは、規制の対象になるのか。

#### **事務局（都市デザイン担当課長）**

窓面内側から表示される広告物については、屋外広告物の定義に当てはまらず、屋外広告物法の規制からすり抜けているような状況になっている。全国の担当課長会議などでも議題に挙がり、法改正などの要望も行っているが、現段階では屋外広告物法では縛ることができない。

しかしながら、建築物の形態意匠という観点からは、窓面の外側であろうと内側であろうと関係ないので、先般策定した広島市景観計画の形態意匠の基準の中で、窓面内側の広告物についても景観上の配慮を要請することとしている。

#### **中川委員**

グループⅠになると思うが、平和記念公園の周辺に昔たくさんあったラブホテルが今はビジ

ネスホテルになり、その中には、ネオンサインがあるホテルもある。ホテルのリニューアルにより新しくネオンサインが設置されるといったこともあり、この平和記念公園周辺では、照明について指導を行うなど、景観に配慮していただくことを考える必要があると思う。

それと、屋外広告物の規制とは直接関係がないかもしれないが、今回の土砂災害に関して、避難場所などの情報をわかりやすく示すハザードマップのような案内板の設置が必要だと感じている。住民の目にぱっと入ってくるようなもので、かつ景観を邪魔しない、統一感のある案内板の設置について、今後考えていく必要があるように思う。

#### **事務局（都市デザイン担当課長）**

この度策定した景観計画を運用していく中で、市民や事業者の方の景観意識を高めていきたいと考えており、既存不適格のビジネスホテルのネオンサインで、まだ使えるようなものであっても、周辺の景観配慮の状況や住民意識なども踏まえ、次回の改修時期を待つだけでなく時期を見て、景観に配慮したものにしてもらうよう働きかけていくことも必要と考えている。

ハザードマップのような公共性のある案内板については、市条例の中で普通は掲出できないような場所でも設置できることになっている。今回の土砂災害の対応を検証する中で、避難体制の整備も全庁的な枠組みの中で改めて検討されることになると思うが、避難場所や避難ルートを示す案内表示についての議論が出てくれば、景観や広告物の観点からの留意点について配慮してもらうよう伝えたいと思う。

#### **内田委員**

広告物の設置高さの制限についてだが、多分ここでは建物に設置する広告物の高さのことを言っているのだと思うが、現行で高さ基準がある自立看板についても、例えば、グループⅡでは高さ制限が20m以下であり、20m以下なら立ててもいいということになるのか。

#### **事務局（都市デザイン担当課長）**

グループⅡの自立看板の高さについては現行の基準を優先して15m以下となる。このグループでは壁面設置の看板の高さを20m以下としているが、自立式の看板については、安全面の観点から別の基準がある。壁面広告物の設置高さの制限の方が厳しい地区は自立看板も低い高さの方に誘導したいと考えており、両方の基準から考えていただければと思う。

#### **森保委員**

資料1-4で設定された高さや大きさなどの基準について、設定した数値の考え方、根拠というものがバックにないと適切な運用が図れないと思う。例えば、眺望や見え方の観点から、どこの場所を眺望点に決めて眺めてみたときにこうである、そして全体の枠組みからバランスをとるとこうなる、故にこの値を設定したというように、その設定根拠が要ると思う。

感想であるが、景観形成広告整備地区という表現についてだが、他の都市で用いられている用語としては、景観形成広告整備地区というものと景観保全型広告整備地区の2つが多い。私は、景観形成という表現がよいと思っているが、景観保全型という表現を使っている都市が全国にたくさんある。これらの都市と広島市が設定した言葉の違いを意識して、その意図を認識されるとよいと思う。

今後のこととしてだが、この度の資料では「掲出」という言葉が強く耳に残る。以前私は、景観計画のまちづくりハンドブックについて、できるだけ市民に近い形で、子どもに近い形で作ってもらいたいとお願いましたが、この「掲出」という言葉はちょっと堅い表現なので、ある段階以降からはもっとわかりやすい表現にした方がよいと思う。

私は、特にこの景観計画についてはそうした考え方が大事なのではないかと思っている。都

市計画は物理的なハード面でのプランニングとなるが、景観計画にはソフトも入るし、メンタルな部分も当然関わってくるので、表現についてはできるだけソフトなものの方がよいと感じている。これから市民に伝えていく上では、そうした配慮をお願いしたい。

#### **事務局（都市デザイン担当課長）**

御指摘いただいた基準の設定根拠について、事務方としてはある程度積み上げてきたものはあるが、今後、運用においてその根拠を説明する場面も出てくるかと思うので、しっかりしたものを整理しておきたい。

表現のわかりやすさについては、私ども事務局も重々心しながら、今後の資料作成等に生かしていきたい。

#### **森保委員**

今回の規制では、遠景、中景、近景というのがキーワードになっていると思う。大きさが同じでも遠景、近景、中景では見える大きさが違うわけで、眺める場所によってまた違ってくる。そうした総合的な理由でこの基準にしたのだというのがあって、それがたとえ表に出てこなくても、こうした説明の場で披露できるようにしておくとうよいと思う。

#### **吉田委員**

音についての規制はどうなるのか。これからは、音やメロディーを使って店舗の商標を表すような新しい媒体での広告手段や方法が必ず増えてくると思う。

#### **事務局（都市デザイン担当課長）**

屋外広告物法では音は規制の対象とはなっていない。これまでの話にも出てきたが、新たな電子媒体や屋内の広告物のほか、音というものへの対応も課題の一つだと認識している。

#### **杉本会長**

広告物は多様な形態があるので課題もいろいろあり、議論していくと細かい話がたくさん出てくると思うが、会議の終了予定時間が迫っており、時間の関係上、どうしてもという御意見があればお願いしたい。

#### **三浦委員**

また別途意見を出させていただきたい。

#### **杉本会長**

本日ここで決めるということではないので、御意見等があれば、後日メール等で提出していただく形をお願いしたい。屋外広告物許可基準の改正等の案については、今後、本日もいただいた御意見や市民意見の募集を踏まえて改正等の案の取りまとめを行い、改めて本審議会でも正式に審議することになっている。事務局においては、本日の御意見等を参考にして、今後の改正等の案の作成作業を進めてもらいたい。

### **【広島市景観計画に関するガイドラインについて】**

#### **杉本会長**

続いて、広島市景観計画に関するガイドラインについて、事務局から説明をお願いする。

#### **事務局（都市デザイン担当課長）**

（広島市景観計画に関するガイドラインについて説明）

#### **杉本会長**

ただいま説明があったことについて、御意見、質問等があればお願いしたい。

#### **森保委員**

参考資料の5ページに色彩の基準の解説例があり、中段に「地区の景観になじみやすい外壁色の例」という形でサンプルが示されている。「基準」となると、がんじがらめにこれとなくてはならないということになるので、私は「標準」という考え方の方がいいと思っている。そうした考え方からすれば、ここで「例」と書いて推奨例を示していることに賛同したいと思う。

### **三浦委員**

資料2-2の景観形成ガイドラインの構成案の第2章の2のところ、「より良好な計画とするためのご提案」となっているが、この「計画」とは何を指しているのか。このガイドラインを見る者にとっての計画をいっているのか。

### **事務局（都市デザイン担当課長）**

建物の計画のことを指している。この景観計画を踏まえて建築計画を考えるに際し、周辺の景観に配慮した建物にさせていただくためのご提案という意味である。

### **三浦委員**

「良好な」という言葉でそれを理解してもらえるのか。

### **藤井委員**

「より良好な計画」ではなくて、「より良好な景観を創出するための計画」のご提案とすべきだと思う。

### **事務局（都市デザイン担当課長）**

少しわかりにくく伝わりにくい表現になっており、建築計画がより景観と調和したものになるようにという趣旨に表現を改めたい。言葉足らずであったが、ここでは事前協議の必要性を伝えたいと考えている。クライアントと設計士との間で計画がある程度まとまった段階で役所に協議に来られると手戻りになることもあるので、より早い段階で、こういうところに御配慮をいただきたいと提案し、より景観に配慮した計画にしようというのが趣旨なので、それがうまく伝わるようにしたい。

### **杉本会長**

御意見等は以上でよいか。御意見等があればまたメール等で事務局に伝えてもらいたい。

広島市景観形成ガイドラインについては、今後、内容の充実を図り、冊子の体裁を整えて、事業者や市民に配布することを予定している。事務局においては本日いただいた御意見等を参考に、ガイドラインの作成作業を進めてもらいたい。

## **【景観審議会と屋外広告物審議会の統合等について】**

### **杉本会長**

最後に、景観審議会と屋外広告物審議会の統合等について、事務局から説明をお願いします。

### **事務局（都市デザイン担当課長）**

（景観審議会と屋外広告物審議会の統合等について説明）

### **杉本会長**

ただいまの説明について御質問等があればお願いしたい。

### **森保委員**

私は屋外広告物審議会の取りまとめ役の会長をしており、一言、述べさせていただきます。本日配布されている名簿で、上から5番目の吉田先生以下の10名が屋外広告物審議会の委員を兼ねている。景観審議会への統合をこのような形で進めさせていただいたことをご理解いただき、御承認いただければと思っている。

また、これまで屋外広告物審議会に関わってきた関係で、部会について2点ほど気づきがあるので申し上げておきたい。

一つは車体AD専門部会について、例えばバス停であるとか、車体以外の車両に関係することについて、どのように取り扱うのかということ。もう一つは、車体以外の専門部会の設置も必要かもしれないと感じているということである。例えば、本日の議題の中にも出てきたが、自家用広告物について、そのとらえ方は様々であり、市町によっては自家用広告物についての勉強会をつくっているところもある。それから集合看板のこともある。金沢では、看板を少なくするために集合看板を奨励して指導している。また、違反広告物の規制、誘導に関することも大きな問題である。京都では、市民も参加して現場を見て回り、広告物に関する意識をともに共有し、醸成するといった仕組みをつくっている。

景観計画の策定を機に、景観審議会で検討する事項が広がっていくに当たり、この車体AD専門部会だけでなく、間口を広げて部会の設置を検討してもらえればと思う。

特に強調しておきたいのは市民の意識醸成である。景観計画はあっても、心の問題がついていかないと良好な景観は生まれないわけで、部会の設置に際しては、市民意識を醸成する仕組みというものも取り入れて、工夫していただければと思う。

#### **杉本会長**

私から質問させてもらうが、車体AD専門部会の「AD」は、「エーディー」のなのか「アド」なのか、どちらなのか。AdvertisementとArt Directionの2つの意味があるとの説明があったが、どちらかに決めておかないと困ると思う。「アド」と読むのか、「エーディー」と読むのかによって意味の違いが出てくる。

#### **事務局（都市デザイン担当課長）**

意味としては両方の意味があり、読み方は「エーディー」としているが、ご指摘を踏まえて整理しておきたい。

#### **杉本会長**

御質問等は以上でよいか。

先ほど説明があったように、審議会の統合は市において決定することであり、既に市議会の議決を得て、条例が改正されているということで御理解いただきたい。

車体AD専門部会を景観審議会の部会として設置することについては、審議会として決定する必要があり、皆さんの御承認をいただかないといけないが、いかがであるか。

#### **委員全員**

（異議なし）

#### **杉本会長**

異議なしということに決し、車体AD専門部会を景観審議会の部会として設置することとする。

本日予定していた案件は以上であるが、事務局から何かあればお願いしたい。

#### **事務局（都市デザイン担当課長）**

坂本委員、内田委員が所属する広島県広告美術協同組合が主催し、広島市などが後援する「景観タウンミーティング」のチラシをお手元にお配りしている。昨年からは国土交通省の働きかけにより、行政、関係業界、市民などが一緒になって景観と屋外広告物について考えるタウンミーティングの開催が全国で始まっており、広島市においても来週開催することになっているので、情報提供させていただく。

## **事務局（都市計画担当部長）**

屋外広告物の許可基準の改正等については、今月15日から市民意見の募集を行うこととしており、いただいた御意見等も踏まえて内容を検討し、改めて当審議会に正式に諮問したいと考えている。

また、景観計画のガイドラインについては、本日の御意見等を参考に内容を詰め、なるべく早い時期に配付できるよう準備し、来年1月からの景観計画の運用開始に向けて周知を図っていきたいと考えている。

今期の委員の任期は10月19日までとなっており、おそらく今回の景観審議会が今期の委員で開く最後の審議会になるかと思う。

この2年間で6回の審議会を開催し、委員の皆様には大変熱心に御審議をいただいた。長年の懸案事項であった景観計画の策定という大きな成果を上げることができ、杉本会長、森保副会長をはじめ、委員の皆様のおかげと感謝している。今後ともいろいろな場面で御意見をいただくこともあると思うので、どうぞよろしくお願ひしたい。

## **杉本会長**

以上で本日の審議を終了する。