

## 第12回千葉市屋外広告物審議会会議録

- 1 日 時： 平成22年7月6日（火）午後2時45分～午後4時30分
- 2 場 所： 千葉中央ツインビル2号館8階 千葉市国際交流プラザ会議室
- 3 出席者： （委員）  
家永委員、北原委員、田口委員、近田委員、村岡委員、  
岩木委員、鴨藤委員  
（事務局）  
都市部技監、都市計画課長、都市景観デザイン室長、  
都市景観デザイン室
- 4 議 題
  - (1) 会議録署名人の指名
  - (2) 議案 屋外広告物審議会と都市景観審議会の統合について
  - (3) 議案 地区指定制度の導入について
  - (4) 報告事項「ゆめ半島千葉国体（第65回国民体育大会）、ゆめ半島千葉大会（第10回全国障害者スポーツ大会）のマスコットキャラクターの掲出について」
  - (5) 「その他」
- 5 議事の概要
  - (1) 会議録署名人の指名  
北原会長より、岩木委員、村岡委員が会議録署名人に指名された。
  - (2) 議案 屋外広告物審議会と都市景観審議会の統合について  
審議会の統合について、了解された。
  - (3) 議案 地区指定制度の導入について  
次回以降、継続審議することとなった。
  - (4) 報告事項 「ゆめ半島千葉国体（第65回国民体育大会）、ゆめ半島千葉大会（第10回全国障害者スポーツ大会）のマスコットキャラクターの掲出について」  
ゆめ半島千葉国体、千葉大会のマスコットキャラクターを含め、公共空間への屋外広告物の掲出についての意見が交わされた。
  - (5) 「その他」  
今後の審議会統合に向けた予定について説明。  
千葉市斎場案内立看板の規制を求める議会陳情について報告。

## 5 会議経過

事務局： ただいまより第12回千葉市屋外広告物審議会を開催いたします。

本日出席の委員は、11名中7名でございます。過半数に達しておりますので、千葉市屋外広告物条例施行規則第25条第2項により、本審議会は成立しております。

本日は、公開会議とさせていただきます。

それでは、開催に当たりまして、千葉市都市部技監森田よりご挨拶を申し上げます。

事務局： 都市部技監の森田でございます。本日は、部長の河野が所用で欠席のため、かわりまして一言ご挨拶申し上げます。

本日、委員の皆様には、ご多忙のところ、お暑い中、ご出席を賜り厚く御礼申し上げます。

また、日頃から、本市の屋外広告行政を初め、市政に多大なるご支援、ご協力を賜り厚く御礼を申し上げます。

さて、ご承知のように、屋外広告物行政は、平成16年の景観法制定以降、景観施策との連携をどのようにとることが鋭意重要となってきております。

本日の議題は、このような背景の中で、屋外広告物と都市景観の2つの審議会を統合する事案及び地区指定制度の必要性についてでございますが、2議案とも景観施策との連携の視点で、今後の屋外広告物行政の方向性に大きくかわるものと考えておりますので、よろしくご審議のほどをお願いいたします。

また、一方で、千葉市は、昨年秋に脱財政危機宣言を行い、徹底した行財政改革により、数年先には危機的状況から脱することを表明しております。この行財政改革の1つとして、まちのにぎわいを呼び込み、経済を活性化し、税収の確保につなげることは無論でございますが、あわせて、新たな収入源の確保が求められ、この後の報告事項で触れさせていただきますが、市は公共施設や公共空間を利用した広告収入の取り扱いについて検討を始めております。まちのにぎわい、経済の活性化が求められ、行政自らが広告収入を得ようとする中で、良好な景観形成に資する屋外広告物の規制とはどのようにあるべきか、また、近年、電子看板の出現もございまして、屋外広告物法の手のひらではございますが、今までの概念を越えて規制のあり方を考える必要があるのではないかというふうに感じております。

今後は、これらの課題を乗り越えて、方向性を明らかにしていきたいと考えておりますので、委員の皆様にはどうか忌憚のないご意見を賜りますようお願い申し上げます。よろしくお願いいたします。

事務局： 続きまして、今回ご出席いただいております委員の皆様方は、第9期の委員として委嘱されている方々でございます。昨年5月12日に第11回審議会を開催しておりますが、改めてご紹介をさせていただきます。

なお、紹介順と座席につきましては、お手元の委員名簿の順番となっておりますのでご了承ください。

また委員名簿の役職につきましてですが、第11回審議会時点における役職となっております。変更が生じております委員におかれましては、後日事務局までご一報をいただきたいと存じます。

それでは、ご紹介いたします。

#### 【審議会委員出席者紹介】

続きまして、事務局の紹介をさせていただきます。

#### 【事務局側出席者紹介】

会議の前に、ここで本日の資料を確認させていただきたいと思います。

事前に送付しております資料につきまして、本日お持ちいただくようお願いしておりますが、お持ちでない場合、事務局のほうで用意してございます。お申しつけください。よろしいでしょうか。

それでは、事前に送付しております資料を確認させていただきます。

本審議会のタイトル名が入っておりますA4の資料でございます。

次第、委員名簿、席次表がございます。続きまして、本日の議題でございます。議案1「屋外広告物審議会と都市景観審議会の統合について」、また議案2の「地区指定制度の導入について」、続きまして、報告事項1「ゆめ半島千葉国体・ゆめ半島千葉大会のマスコットキャラクターの掲出について」、以上が本日の資料でございます。よろしいでしょうか。

それでは、北原会長に一言ご挨拶をいただきまして、議事録署名人の指名をしていただいた後に議事に入っていただきたいと思います。

よろしく願いいたします。

会長： 皆さんこんにちは。お暑い中をご苦労さまです。

前回の委員会から1年ちょっとが過ぎましたが、先ほど森田技監のお話の中にもありましたように、景観行政と屋外広告物行政をより有機的に連携して総合的な取り組みを進めるため、審議会の統合とか、あるいは景観計画と屋外広告物関連の地域地区等のリンクというようなことが今回議案としてのぼっておりますが、具体化に向けて前進ということで、ぜひ委員の皆様からも忌憚のないご意見をいただければと思います。

よろしく願いいたします。

それでは、早速ですが、議事録署名人の指名ということで、岩木委員と村岡委員をお願いしたいと思います。よろしいでしょうか。

会 長： それでは、よろしくお願いいたします。

続いて、議事に入ります。

今日は、傍聴者はいらっしゃいませんね。

前回第11回の審議会では、「会長、副会長の選任」、「バス停留所の上屋に追加される広告物について」、それから「地域における公共的な取り組みに要する費用への充当を目的とする広告物の道路占用の取り扱いについて」報告事項を中心に皆様のご意見をいただきました。

今回は、第10回、第11回で連絡がありました当審議会と都市景観審議会の統合を中心に審議をしていただきたいと思います。

それでは、まず議案の1について事務局から説明をお願いいたします。

事務局： それでは、議案1について、ご説明させていただきます。

それでは、資料「議案（1）屋外広告物審議会と都市景観審議会の統合について」をご覧ください。表は、国の動向と千葉市での条例や審議会制定の経過を整理しております。

屋外広告物法は、かなり古く、明治44年からの旧広告物取締法を新憲法と地方自治法の問題に照らしまして、全面的に改められたものとして昭和24年に制定されました。

千葉市は、昭和44年に制定された千葉県条例により、屋外広告物の規制を行ってきましたが、政令市移行に伴い、平成3年12月に法に基づき千葉市屋外広告物条例と施行規則を制定、屋外広告物審議会は施行直前の平成4年3月26日に第1回を開催しております。

この審議会は、御存じのとおり、広告物に関する重要事項を調査審議するために組織されております。

また、都市景観条例については、平成5年都市景観形成懇談会により、提言を経まして、平成8年に千葉市の自主条例として制定、屋外広告物審議会同様、都市景観形成に関する重要事項を調査審議するために同年に審議회를発足しております。

先程、会長から言われましたように、第10回審議会から、両審議会の統合に関する報告をさせていただいている背景に、平成16年の景観法施行に伴う屋外広告物法の改正がありました。

千葉市におきましても、平成18年から、景観法に基づく景観計画の策定作業を行っております。

また、景観法の制定にあわせ、屋外広告物法の目的の一部を美観風致の維持だけにとどめず、良好な景観の形成または風致の維持に改正したことを受け、屋外広告物条例では、平成17年に改正を行っております。

さらには、平成22年末に景観法に基づく都市景観条例への改正、景観計画

の策定にあわせ、審議会を統合したいと考えております。

次の資料をご覧ください。

審議会の統合の理由としましては、組織の合理化と運営の効率化。こちらは全庁的にも行政改革の1つとして推進されている事項でもあります。

それから、総合的な調査審議、連携の強化。その1つには良好な景観形成の要因の1つとして屋外広告物は景観の重要な構成要素であるにとらえていること。

ほかには、景観法に基づいて制定する景観条例及び景観計画では、屋外広告物条例と一体的な規制を行う必要性があり、また、二重規制の回避のための両者の整合性に関する規定が屋外広告物法にあります。

どういうことかと申しますと、景観法に基づき、景観計画には、屋外広告物の表示及び屋外広告物を掲出する物件の設置に関する行為の制限に関する事項」を定めることができるという規定があります。この事項を景観計画に定めた場合、屋外広告物条例の禁止地域や禁止物件、それから表示等の制限、表示の方法等の基準の事項を景観計画に即して定めるというものでございます。

次の10ページにそれぞれの条文を参考に掲載しております。屋外広告物法第6条と景観法第8条に、今、ご説明した内容が載っております。

前に戻りますが、景観行政、屋外広告物行政の一体性を高める一方、具体的な規制に関しては、あくまでも屋外広告物条例により行うものとしたものです。

しかしながら、現時点では、千葉市の景観計画においては、屋外広告物は誘導的基準にとどめております。そのため、屋外広告物条例の規制基準を改正することは今時点では考えておりません。

また、一体性を高めると申しましても、景観法や景観計画は屋外広告物法の上位計画に当たるものではありません。

このことから、審議会については、一方の審議会に吸収されるものとはせず、新たに統合した審議会を創設という形で進めてまいります。

組織の詳細ですが、委員は20名以内とし、学識経験者10名以内、事業者を代表する者6名以内、関係行政機関の職員2名以内、それから公募市民2名以内の構成により、任期は2年以内として調整しております。

先程から、千葉市の景観計画という言葉が出てまいります、千葉市の景観計画（案）がどのようなものか概要をご説明いたします。

お手元の資料A3横の千葉市景観計画（案）の概要をごらんください。

千葉市は、現在、平成8年に制定しました千葉市都市景観条例と、条例に基づく千葉市都市景観デザイン基本計画により、景観誘導施策を展開してお

りますが、平成16年の景観法の制定を受けまして、平成18年度から千葉市景観計画の策定に着手しております。

基本的に、景観法に従い景観計画に規定すべき事項を定めておりますが、まず、左の列の第1章では、千葉市の景観特性を明らかにしております。

次に、中央の列、第2章ですが、千葉市全域を景観計画区域にして、景観法に基づく景観形成を推進いたします。

第3章は、景観形成の目標と方針です。

大きくは、千葉市の景観の特徴である「うみ」「まち」「さと」の魅力を生かした千葉市の景観づくりをテーマにして、目標と方針を掲げております。右の列に移ります。

第4章では、景観形成のための具体的な誘導といたしまして、建築などの行為において届け出を要する規模と、ゾーン別に景観配慮指針を定めております。

これをもとにしまして、届け出に対し景観形成に配慮すべき点、工夫すべき点を、指導・助言・勧告いたします。

このほか、第4章では、景観形成推進地区という制度を設けてございます。

市全域とは別に、地域の特性を生かし、次世代へ継承していく景観づくりのための地域ルールを、市民・事業者・市が協働で考え、合意形成を図った上で、景観形成推進地区として指定するものでございます。

続いて、第5章では、景観重要建造物、景観重要樹木の指定方針を定めています。具体的な建造物等は、この方針に基づき、今後検討することになります。

第6章では、屋外広告物の表示及び屋外広告物を掲出する物件の設置に関する行為の制限に関する事項を定めております。

先程説明しましたように、屋外広告物が良好な景観形成を推進する上で重要な要素であるのとらえ、行為の制限に関する事項としまして、景観形成推進地区において、地区のルールに従いまして、千葉市屋外広告物条例と連携を図りながら、適切に誘導・規制していくこととしています。

第7章は、公共施設の整備等に関する事項としまして、良好な景観形成を先導していくよう努めること、また景観重要公共施設の指定の方針を定めております。

第8章は、景観形成の推進方策として、市民・団体・事業者・市は、それぞれ主体としての役割を果たし、連携・協働して取り組むことなどを定めております。

この8つの章で構成されております千葉市景観計画（案）の概要でございます。今後、都市景観審議会を経て、施行できるよう必要な手続を進めてま

います。

以上で、屋外広告物と都市景観審議会の統合についてご説明を終わらせていただきます。

会 長： どうもありがとうございます。

都市景観審議会との統合について、事務局からご説明をいただきましたが、ご意見等がございましたら挙手をお願いいたします。

岩木委員： 現状ですけれども、広告物法によりまして、かなり看板類の縛りがかかっております。さらにまた景観法によって縛りがきつくなりますと、賑わいのあるまち並みという点からいうと、ちょっと違うのではないかという気はしますが、2個ある審議会を1つにまとめるということなんですが、単なる数合わせではなくて、現状のままではだめなんですか。

会 長： 事務局からお答えをお願いします。

事務局： 先程の説明の中にあるのですが、景観法に基づく景観計画を今策定中でございます。その中で、屋外広告物との連携を図るという中で内容を進めていますが、確かに、屋外広告物の中に規制というものがございます。千葉市域全域については、屋外広告物法に基づく規制がかかっております。それ以外に、今度は、景観計画で定めようとしております景観形成推進地区という形で特定の地域については、住民の方でより細かなルールを定めることができます。

その中に、景観形成をする上での屋外広告物のあり方についても、決められる要因として盛り込もうという考え方がございます。そうすると、その決まったものについては、今度は屋外広告物法の中で取り上げていかなければならないというようなことがございますので、そういう連携の意味も含めて、景観も屋外広告物も同じような立場に立った審議会の中で審議していただきたいというのが趣旨でございます。

それともう一つは、千葉市の行政改革の一環という形で、組織が類似するというような理由だけではないんですが、連携を図るという意味から屋外広告物と景観の審議会を一本化できないかという協議を進めております。そのような背景がありまして、今回、屋外広告物審議会、この後にまた景観審議会も開催されるんですが、同じような議題を審議していただこうと思っております。以上でございます。

会 長： どうも。いかがでしょうか。

規制という側面もあると思うんですが、景観計画、景観整備の中では、必ずしも規制だけではなくて、より魅力的な景観を誘導するという側面があります。そういう意味では、屋外広告物に関しても、より質の高いものを優先していくとか、あるいは地区によっては、屋外広告物を積極的に奨励すると

いう地区もあり得るんじゃないかなという気がしているんですね。そういう意味では、屋外広告物だけの審議会で議論するよりも景観と一緒に審議する方が屋外広告物をより積極的に位置づけていく可能性が出てくるかなというふうに私は理解しています。そういうふうに行くという保証はないんですが、ただ、そういう議論ができるといいなというふうに期待しています。

ほかにいかがでしょうか。

田口委員： 今、会長の北原先生がおっしゃったこととほぼ同じなんですけれども、実は屋外広告の問題で言いますと、近年、いわゆる道路占用の許可というものが国交省から通知がたまして、屋外広告物というのが今までよりもまちづくりに生かしていこうという考え方で今後取り組んでいくという、こういうことはもうはっきり言われているわけです。

ただ問題は、道路占有で新たに許可された屋外広告物というのがなかなか手ごわい、大変手ごわい分野で、いわば今までの看板類にプラスされていく第三者広告、これまで屋外広告物というのは自家広告というものが原則だったんですけれども、第三者広告を許可するというようなことになるわけです。企業などの広告がまちへどんどん出てくるということなんですけれども、そういうような考え方にはもう一つ大きな柱があって、エリアマネジメントという考え方で、非常に地域的なまちづくりと、この道路占有による広告物を生かしていくという2つが並んでいるわけなんですけれども、そういうことになれば、当然、景観計画の方も連動させていく必要があるだろうというような気がいたします。そうしなさいとは言われていないんですけれども、そういう考え方は当然出てくるわけで、私は、そういうことで屋外広告をよりよい形で生かしていくという意味でも、景観の問題と一緒に考えていく、そういう時代に入っているんじゃないかというふうに思います。

そういうことで、時代背景としても、今、申し上げたように、屋外広告を規制していくという方向だけではないという意味で、積極的に両方を並べて議論していくべきだろうというふうに思います。

会 長： 事務局に1点確認ですが、この件については、この審議会に再度最終的にかかるということはあるのでしょうか。

事務局： この件につきましては、この場でご了解いただければ、このままの手続で進めていきたいということで、統合の方向である程度動いておるんですが、委員の皆さんの率直な意見をさらに参考にさせていただきながら統合の方向で進めていきたいというところでご了解いただきたいと思います。

会 長： 今回が、この審議会の意見を聞く場としては、ある意味では最終ということだそうですので、ほかにご意見があれば積極的に。

村岡委員： 屋外広告というのは、まちの魅力を高める上でとても大事なものなんだと



いうことを、特にヨーロッパなどのまちを歩いていますと余計にそう思うんですけれども。なかなか日本ではそこまでまだ行っておりませんが、でもこれからは、ぜひ規制というだけではなくて積極的に魅力的な屋外広告物があるまちとか、あるいはその地域らしい屋外広告物がにぎわいを見せるまちとか、そういったものを積極的に考えていく必要があるというふうに思っております。

委員の構成20名とありますけれども、屋外広告物、景観法の中では余り大きく取り上げられてないようなところもあるんですけれども、ぜひ、広告物関係の方を委員の構成の中に新しい審議会でも入れていただいて、活発な討論ができればよろしいんじゃないかと思っています。よろしく願いいたします。

家永委員： 先程の事務局の説明の中に、市民の意見を取り入れてというような説明があったかと思うんですけれども、具体的にどのような市民参加の方法があるのか、ちょっと教えていただければと思います。

事務局： まず、審議会ですが、屋外広告物と景観を統合した委員の中に、市民から公募して委員になっていただく方を枠として2名分考えております。これにつきましては、現在、当課所管の都市計画審議会でも、都市計画審議会委員ということで公募委員を入れてございます。千葉市全庁的に、市民の意見を取り入れた審議会に下さいというような指導がございまして、そういう方針でございまして。今回、統合された審議会についても公募市民を入れて市民の直接の意見を審議に反映させるという考え方でおります。

もう1点は、先程も説明してまいりましたように、景観計画ができることで、地域住民の特定の地区のルールづくりができます。そういうものを審議会の中で、「こういう地域ではこういうルールを決めたいと思っているんだけど委員さんはどういう意見でしょうか」ということで、お聞きする場面も、また逆にお願いしたいという、そういうことも考えてございます。ですから、直接的なもの、それから千葉市全体の市民の意見、というような二通りのご意見を今後審議会の中で取り組んでいきたいと考えております。

岩木委員： 特定地区というのは具体的にどんな地域を考えていらっしゃるのでしょうか。

事務局： 今は定まったところはないんですが、現在お願いをしたいと考えているのは、千葉駅からちょうどこの文化センターの近辺まで来ています中央公園プロムナード沿道地区というところがございまして。そこが今、デザイン推進地区という指定をしております。そこを、今度の景観計画の中では推進地区という形に移行できればなど。

それから、幕張海浜地域の方で、業務地区や住宅地区といった地区がある

んですが、そちらに地区の協議会がございまして、そちらも将来的な管理とか保全とかというところで、景観法に基づくようなものがないかというような相談がございまして。それで、勉強会を今現在、開いてございまして。その勉強会の中で、やはり屋外広告物について、先程、岩木委員が言われたように、にぎわいとして必要なもの、それから規制しなければいけないもの、そういうものを整理している最中なんです、そういうものが今後反映されれば、そこについても、推進地区というような形で、指定をしていきたいと考えております。

特定の地区ということで、いろいろな場面場面で自治会さんとか、そういったところで、こういう地区をこういうふうに守っていききたいんだとか、それから管理していききたいんだというところへのご意見がございましたら、こちらから勉強会だとか、支援をしながら、地区に指定できるような体制づくりをお願いしていききたいのですが、今のところは特にはないので、そういったところも含めて今後考えていきたいと思っております。

会 長： よろしいでしょうか。

岩木委員： はい。

会 長： ほかにいかがでしょうか。

それでは、この件につきましては、都市景観審議会との統合を屋外広告物審議会として了解したと。ただ規制強化という方向より、むしろよりよい屋外広告物を普及していく、あるいはまちの環境をより質を高めていくような屋外広告物のあり方を議論する、そういった場ができるということを期待して了解するということで、委員の皆さんのご意見がおよそまとまったのではないかなと思っております。どうもありがとうございます。

それでは、議案の2つ目になりますが、地区指定制度の導入について、事務局からご説明をお願いいたします。

事務局： それでは、議案2についてご説明させていただきます。

資料、議案2の地区指定制度の導入をごらんください。

今回、挙げている議案ですが、これは、過去に、千葉市における屋外広告物の規制の見直しに当たった基本的な考え方や具体的方向について、屋外広告物審議会に諮問しまして答申を受けた中でも先延ばしの状態になっていたものでございます。

その制度の導入の是非については、過去の経緯について説明させていただきます。

まず、経過と背景ですが、平成10年度に実施しました、第4回審議会に、都市計画課都市景観デザイン室から諮問したものでございます。

その後、平成11年度開催した審議会で答申を受けまして、その対応案につ

いて討議を行うものの、当時の建設省からの報告書を受けまして、景観法の制定などによりまして、地区指定制度につきましては、条例改正の一時先延ばしの状態にあります。この期間は全国的にも景観に対する関心、それを左右する屋外広告物への危慎が高まってきたころでもあります。

この経過の概要をご紹介します。次をご覧ください。

平成10年11月開催の第4回審議会で提出されました諮問概要は、平成6年度に、当時の建設省の委員会で討議された屋外広告物あり方検討委員会報告を背景に、①としましては、まちづくりへの意識が全国的に高まっている中で、良好な景観形成は都市政策の重要な課題の1つになっている ②では、屋外広告物の落下事故等が頻繁に起きたことを背景に危害防止の強化が必要となっている。③、昭和44年に制定された千葉県条例がベースになっている市条例が制度的に時代にあわなくなってきたことなどから、規制の見直し、条例の改正のための基本的な考え方や具体的な方向性について審議会に意見を求めたものでございます。

国の報告書についての概要は、次のページを参照してください。

屋外広告物あり方検討委員会の報告では、当時の都市景観形成に関する意識の高まりを受けまして、景観形成推進の観点から検討を行ったものです。その報告を受けて、屋外広告物標準条例（案）の改正を行っております。標準条例（案）は、各都市の条例の規制の地域間調整を図るための国の指導として通達されたものでございます。現在は、時代の変化に伴い、地方分権の要請のもと、条例制定・改正する際の参考資料として位置づけられており、名称も屋外広告物条例ガイドライン（案）に変更しております。

第5回の審議の後、平成11年4月に審議会から答申を受理。第7回では、その答申に対する対応策が討議され、条例改正の方向性をまとめています。

地域特性に応じた魅力ある都市景観の創出と安全な市民生活の確保という基本的視点から、①地域特性に応じたきめ細かな規制・誘導、②地域の広告景観形成活動の支援、③台風、地震等の災害に備えた安全性の確保、④その他規制の適正化、⑤わかりやすい、実効性の高い制度づくりといった5つの方針をつくりました。

答申とそれによる主な対応案は次のページになりますが、手元の資料をご参照ください。

市では、条例改正に向け作業を開始したところ、当時の建設省から、「屋外広告物基本問題検討委員会報告書」、美しい日本の屋外広告物のためにとという報告書が提出され、それに向け法改正の動きが出てまいりました。見直しの動きが、目的の変更を含む制度の根幹に触れるものであったため、状況を見極める必要があるとし、千葉市では条例改正を先延ばしにいたしました。

その後、平成13年の第8回審議会で、さらに検討を加えながら、結果、段階的に条例改正を行ってまいりました。

そこで挙げられました検討と対応が次の資料になります。

詳細は、お手元の資料を参照してください。

19、20、21の3ページにわたっておりますが、平成13年、14年の条例の改正で、ほぼ対応が終わっております。

対応に至っていないのが、2番の、地区住民との連携による地区レベルの規制誘導手段の導入でございます。

22ページをごらんください。

答申では、良好な広告物の掲出の誘導を図ることが特に必要な地区について、地区住民との合意を図りながら地区特性に応じた基準設定が可能な地区指定制度の導入を図ることが必要とありました。

結論としましては、地区制度、都市景観デザイン推進地区制度により、特定地区における屋外広告物の規制・誘導が行われた場合、条例においてもこれらの地区に特別な規制基準を設けることとする。

なお、現状では特定地区の規制・誘導が実施されていないため、必要が生じた際に制度化を図るということでした。

資料23ページをご覧ください。

千葉市で導入にかかわる審議会を進めている中で、平成16年、景観法が制定されております。これにあわせ景観緑三法といわれる——景観法、それから景観法の施行に伴う関係法律の整備等に関する法律、それから都市緑地保全法等の一部を改正する法律、これが三法になりますが、によりまして、屋外広告物法が改正され、市の条例も平成18年改正を行っております。

ここで、話を地区指定制度に戻しますが、次をご覧ください。

諮問・答申当時は、標準条例（案）——今現在の条例のガイドライン（案）ですが、の規定にあります地区指定制度が想定例、イメージとして挙げられております。

ガイドライン第8条の活用地区、第9条の景観保全型広告整備地区、第10条の広告物デザイン協定地区です。

広告物活用地区は、店舗、飲食店、映画館等の娯楽・飲食系が集積する活気のある区域で、かつ雰囲気が住民等に評価されている地区を指定し、広告物の基準を緩和していこうという制度でございます。

次に、景観保全型広告整備地区は、主要道路の沿道地区、歴史的建造物のある地区、駅前広場、メインストリート等地域の顔となるような地区など、良好な景観の形成を積極的に推進していく必要性の高い地区を指定し、従来ある屋外広告物条例の規制基準のほかに誘導基準を定めていこうという制度

でございます。

広告物デザイン協定地区は、地域の住民の自主的な屋外広告物についてのルールを市が認定することで公的な位置づけをしようというのですが、当初、建築協定制度や地区計画、都市景観デザイン協定地区制度により、締結が可能なことから、制度化を図らないものと結論づけております。

平成22年末に向け、法に基づく都市景観条例の改正を行っているところでございますが、現在の都市景観デザイン協定地区制度にかわる推進地区を指定することで、発展的解消をする予定でございます。協定を希望する市民がいなかったこと、それから景観法による認可が可能であることが理由ということのようでございます。

屋外広告物については、建築協定や地区制度、景観法による景観協定で、市民が自主ルールを定めることができることと、良好な景観形成を目的として、屋外広告物に限定して協定を締結する時代ではないといったこともありまして、制度化は考えておりません。

ガイドライン（案）でいう地区指定制度は、景観法といった法律がない中で、良好な景観への高まりを屋外広告物法でどう克服していくかといったものを示してきたものだと考えられます。

答申・対応についても、制度化しないうちに社会的背景が変わってきている状況でございます。

次の資料をご覧ください。26ページになります。

今年度中に千葉市景観計画が制定される予定で今は進めてございますが、屋外広告物法の第6条では、景観計画に広告物の表示や掲出物件の設置に関する行為の制限に関する事項が定められた場合は、屋外広告物条例に規制に関する基準を設けなければなりません。

では、千葉市景観計画ではどうなのかといいますと、次の資料27ページになります。

屋外広告物に関する事項は誘導的基準として施行する予定でありますことから、今回の都市景観条例の改正では、屋外広告物条例を改正するには至りません。千葉市の景観計画の特徴である、項目の下に記載した、景観形成推進地区という地区指定制度を通しまして、周辺地区の先進事例となるようにモデル地区を指定していこうと考えております。

想定している地区は幾つかありますが、先程説明しました中プロとか、幕張というような地区を想像していただければいいと思いますが、中には、住民側で定める自主ルールを検討しているところもございます。地区を指定する段階では、誘導基準（行為の制限）といったところから出発しますが、今後、規制基準が必要になった場合、屋外広告物条例で定めるということにな

ります。

いわば、これが任意的記載事項になるわけですが、現行の屋外広告物条例では受け皿は用意されていない状況でございます。

このことから、ガイドライン（案）の地区とは異なった新たな地区指定制度の導入を検討していかなければならないということでございます。

そこで、次回以降の審議会場で討議していただくことになると思いますが、委員の皆さんに意見をいただき、制度導入、条例改正の手続をしていこうと考えております。

以上で、地区指定制度の導入について説明を終わらせていただきます。

会 長： どうもありがとうございます。

ただいまの事務局の説明について、ご意見等ございましたら挙手をお願いいたします。

いかがでしょうか。

景観計画の景観形成推進地区を使いながら、地区指定を当面していくというふうに理解してよろしいのでしょうか。

事務局： はい。

会 長： 具体的には、次回以降の審議会場で議論をするということですね。

事務局： はい、そのとおりでございます。

会 長： ご意見、質問、よろしいでしょうか。

いろいろ経緯はありましたが、要するにそういうことのように、具体的な話が出てきてからでないとなかなかイメージがわからないかもしれませんが、よろしいでしょうか。

会 長： それでは、この件につきましても事務局のご説明を伺って、次回以降、具体的な検討課題になってきてから、その場でもう一度議論をしっかりとすることによってよろしく願いいたします。

一応、議案意見は終了いたしました。

続いて、報告事項ですが、報告事項の1点目、ゆめ半島国体、ゆめ半島千葉大会のマスコットキャラクターの掲出について、事務局から説明をお願いします。

事務局： それでは、報告事項といたしまして、資料29ページをご覧ください。

左側の、ゆめ半島千葉国体（第65回国民体育大会）、右が、ゆめ半島千葉大会（第10回障害者スポーツ大会）のキャラクターの代表的なデザイン画でございます。通称チーバ君と言っているものでございますが、既に千葉県内各所にありますし、目にされている方もいらっしゃるかと思います。

千葉国体の日程等の紹介をちょっと先にさせていただきますが、千葉国体は、今年9月25日（土）から10月5日（火）11日間、千葉大会は、10月23日

(土) から5日(月)までの3日間開催いたします。

正式・公開競技は39、13競技、デモンストレーションが26、3競技。

それから、千葉国体の開会式は千葉マリスタジアム、閉会式は千葉県総合スポーツセンター陸上競技場、これは天台の競技場になりますが、千葉大会はともに幕張メッセでございます。

千葉市内開催競技数は6種目と4種目。それからデモンストレーションは7種目と4種目行われる予定だそうです。

大会期間中は約1万人の選手・監督と延べ10万人の観客が見込まれるということでございます。

次をご覧ください。

マスコットキャラクターの掲出例でございます。全国的な祭典を県や市として盛り上げようと、マスコットキャラクターと開催期間をこのように各所で掲出しております。写真が、市役所の庁舎前の玄関ポーチのところに掲げてあるものでございます。市庁舎の玄関だけでなく、次の種類のように、階段の蹴上げ部分にシートを張りついたり、これは千葉県の事務局が行ったものですがモノレール駅舎壁面にカウントダウンボードとともに張りつけてた状態でございます。これは千葉駅前になります。

次の資料をご覧ください。

今年度に入りまして、国体の事務局である国体推進課から、モノレール支柱を利用したいという相談がございました。ここ最近、道路上の公共サインや道路構造物、または道路の公共空間に商業用広告を掲載して財源を得ようという動きが庁内で出てきております。その辺の対応に対して今現在私どもデザイン室のほうで苦慮しているところでございます。

条例第9条にある、禁止物件へ掲載可能なことや許可手続が要らないといった国や地方公共団体が公共的目的を持って掲出する広告物は、従来、必要最低限なものが掲出されることを前提として、設置の基準はありません。

また、今回は、「支柱を利用して掲載したいが、広告物を作成する財源がないので、協賛を募りたい。ついては、協賛者名をその中に記入してほしい。」というような相談がございました。それは、今後の商業広告への拡大が危惧される事項でありますし、次のとおり、モノレール支柱も、柱の位置、高さ、形態、地域はさまざまでございます。スライドのほうは、ちょうど千葉市内にありますモノレール支柱を撮ったものでございます。

軌道は、JR千葉駅を中心に、市役所、千葉みなと、県庁、千城台駅と延びております。

今回は、一般に広く宣伝を行いたいという希望がありましたが、車道や街頭、住宅街へ影響が懸念されることから、エリアや協賛者名の大きさを限定

すると同時に、試行という位置づけで考えてほしい旨指導を行っております。  
次の資料をご覧ください。これが実際の設置イメージ図でございます。

本来であれば、7月当初からこのように掲示されるという予定だったんですが、今日現在まだされておられませんので、イメージ図でございますが、お示ししてございます。

まず第一に、市民に向けに、千葉国体の開催機運を高め、同時に来訪者を歓迎するという公共的目的を持って掲出を行うことを前提に、その手段として、来訪者や市民の利用が最も多いと思われる市の表玄関である千葉駅前で行うこと。これが、エリア面積の割に最も効果的な広報となるだろうということと、それから、その他沿道については、その影響について慎重に検討や試行を行う時間が必要であるとし、掲出は避けるようにということで協議は終わりました。

広告の位置、規模、形態については、特に車の交通の支障とならない位置に設置。協賛企業名は、寄贈ということで、商業広告と認められない範囲内で物件1つにつき1個まで、表示面積は掲出物の面積の10分の1以下かつ0.5平米以下を条件としております。

また、あわせて、こちらの審議会でのご意見のフィードバックと掲出後のアンケート調査の実施により市民意見を聴取することも一応条件として挙げてございます。

次の資料は、他都市の参考事例でございますが、これは、平成18年第10回審議会でも、横浜市の事例は紹介させていただいたところでございますが、その後、試行を重ねた結果、今年の4月に、横浜市は、行政財産等への屋外広告物掲出ガイドラインを策定しております。

現在の、市の広告事業と大きく異なるところは、千葉市の場合、広告収入（施設では使用料相当）は一般財源として歳入されますが、横浜市の場合、その媒体を制作した局区が推進する各種事業の税源活用できることでございます。

これにより、その施設の整備や充実を図ることができ、市民にも直接貢献ができるという利点として挙げられます。また、地域ごとのまちづくり協議会等とデザイン等の事前調整を図り、景観向上につながるような質の向上を図ることとともに、地元へ掲出されることの影響などの苦情の低減や解消となるのではないかと考えられます。

写真は、みなとみらい21地区のバナー広告（広告旗）の状況でございます。次は、地下道の壁面を利用した野毛ちかみちの状況でございます。

次の資料をごらんください。37ページになりますが、今年の4月に、19番目の政令指定都市になった相模原市の事例でございます。



相模大野駅北口のペDESTリアンデッキに、地元百貨店から寄贈を受けた4台の大型ビジョンを用いて広報を行うというものでございます。民間情報として、企業や商店街等の商業広告も同時に放映し、その広告収入を運営経費に充てるということでございます。

設置から4カ月は試験運用を行い、指針や基準の整備を行っています。指針・基準の項目は、下の枠内をご参照ください。

千葉市では、広告媒体として、封筒、広報紙といった刊行物やホームページと、その他本市の財産で広告を掲載することが可能な媒体を定義しておりますが、特にこの3つ目の、その他本市の財産で…というところにつきましては、具体性は今のところ規定がありませんが、課題として考え、庁内で調整に入っているところでございます。

この辺につきましても、経過を、今後審議会に報告をさせていただきたいと思っておりますが、現在、千葉市の中でも広告収入についてのあり方みたいなものを考える部署として、財政と、併せて道路管理者である維持管理課やデザイン室もオブザーバー的に入っているような状況でございます。

以上で報告事項については説明を終わらせていただきます。

会 長： どうもご苦労さまでした。

ただいまの事務局のご説明について、ご意見ございましたら挙手でお願いいたします。

いかがでしょうか。

鴨藤委員： モノレールの支柱の掲出については、説明がちょっとわからなかったんですけども、実施をすることになったんでしょうか。

会 長： 事務局お願いします。

事務局： これにつきましては、先ほどのイメージ図を見ていただくとわかるんですけども、34ページ、このような形で一応掲出するというふうに決まりました。今回は、商業広告というものではなく、公共的な目的でイベント等を広く市民に広報するというもので、一定の条件をつけさせていただきまして、このような形で認めるということで協議は終了しております。実際は、先程も説明しましたが、7月当初からという話だったんですが、いろいろな手続の関係で遅れているという報告は受けております。

鴨藤委員： 32ページの、モノレールの軌道支柱というところの広告も実施されるんですか。

事務局： これにつきましては、時間をかけて協議する必要があるだろうということで、今のところ、ここに掲出するというお話はまだ先に進んでございません。今後、一定の条件の中で、試行的なものは考えられると思いますが、屋外広告物を担当する部署としては、制限するにしても協議を要するというので、

もっと時間をかけてからの話と捉えています。市全体としては前向きに考えるという方向性は出ているんですが、デザイン室としては慎重に扱いたいということで今協議を進めてございます。

以上でございます。

鴨藤委員： 項目に沿っているのかちょっとわからないんですけども、先程の広告物の規制から始まって活用へという流れもよくわかりますし、景観と一体的に議論しましょうということも非常にある意味で理解をするところですが、しかし、ちょっとそんなことかどうかわかりませんが、モノレールを持っている市としての景観というのが、これは景観の専門家の皆さんだけではなくて市民感情として、その市が景観のことを言って、市民が本当に合意していただけるのかどうかというか、モノレールをつくるというと景観もないだろうというのが市民感情の中にあるのかなというものがあって、これは一朝一夕に解決できるような問題じゃないと思いますけれども、それ本当は両輪というか、両方の視野を持って取り組まないといけないし、ましてや景観的にどうなんだろうと、皆さんの意見はどうかわかりませんが、個人的にそう思っておる中で、しかも広告に携わる人間としては広告、メディアをたくさんつくっていただけというのは逆にありがたい話で、それにコンテンツ力であったりとか、コンタクトポイントも数量が非常に多いということでビジネス化がされて、経済とか産業の発展になるというのはいいと思うんですけども。それでは、そういったちょっとみんなが疑問に思っているようなものに、また税収がなかなか厳しいので広告収入をしますと、それは市の論理であって、そこにまた広告が出たりしたときに、仮に、例えばスポンサーさんにこの枠を売ろうとしたときに、市民感情をやっぱり考えると思うんですね。いわゆるお金が安いとか、露出度が高いから広告メリットがあるというだけで、商業ベースだけで考えるかというところと決してそうじゃないんじゃないかなというふうに思いますし、その辺もちょっと、結果的には何を結論で言いたいかわからなくなっちゃいましたけれども、何かその辺も考慮して、景観行政というか、さっきお話しされているようなところも考えていかないといけないんじゃないかなというふうに思います。

会長： どうもありがとうございます。

モノレールの問題では、景観の審議会などでも議論されたことがあります。支柱に関して言えば、これまではともかくなるべく目立たない、地味なような、図として浮かび上がってこないような配慮をしようということで塗装等もしてきているという経緯があります。そういう意味では、広告掲出媒体にして図にしていいのか、という議論はもう一度原点に立ち返って考える必要があると思いますし、特に車道の真ん中に立っている支柱に掲出する広

告はだれに見せるのか、車に乗っている人に見せるとなると、それこそ高速道路沿いの掲示板等と同じように、かなり歩行者の目から見ると違和感のあるものになってしまう可能性があるので、ただいま鴨藤委員さんのご指摘というのは極めて重要なご指摘だと思いますので、事務局でも、今後ぜひ真摯に受けとめて、市の財政が厳しいのはよくわかりますが、やはり千葉市の品格が問われる問題でもあると思いますので、十分に慎重に対応していただければと思います。

事務局：モノレール支柱自体は道路構造物で、千葉市の屋外広告物条例の中では禁止物件、掲出できないものになっております。ですから、仮に市内部の意見がまとまっても、条例の改正は、ある程度それをクリアするような、委員さんの言われたような市民意見だとか、相当考慮していかないと理由にならないと思いますので、その辺りは、財政部局といったところに提言をしております。ただ、時世柄どういうふうになるか、まだ先が見えないんですが、慎重に協議していこうという方向でおりますので、貴重な意見としてお伺いしていきたいと思います。どうもありがとうございました。

村岡委員：私も、10年ぐらい国体に関連しているんですけども、こんなに派手派手しく歓迎の広告があるところはなかったと思うんです。

例えば駅前であっても、大きな花壇があって、その中にこういうキャラクターがあって、歓迎とか協賛企業の名前がちょっと書いてあったり、あるいはこういうモノレールのものについても、何か花飾りとか、緑化とか、そういう感じで歓迎が表されているところがほとんどで、余りべたべたという広告があったところは、ずっと思い返してみてもなかったような気がいたしますので、是非これだけはもう少し慎重に考えられた方がよろしいんじゃないかというふうに思っております。

近田委員：どの広告も何というか、ちょっと貧しい感じがするんですよね。一時代前の広告手段で、お金がないというのが明らかにわかるし、お金がない範囲で派手にやるという昔のやり方が見え見えに見えてしまう。そういう方法では、まちとしての品格がどうなのかというと、ちょっと何か寂しい、わびしい感じがします。

先程の、景観審議会との統合を、今まで別々だったのを合わせましょうという大きな1つとしては、やはり、こういう市としての何か大きなイベントがあったときに、ちゃんと大きく宣伝するような媒体すらなかったということだと思うんですよね。

つい最近、上海に行ってきたして、上海のメインストリートに、もうしっかり広告も掲載できる光の入ったパネルが通りに堂々と林立しているわけですね。それは、それこそ賑わいを創出し、それから、そこで憩っている人の

1つの景色ともなり、そういうことをあわせてやるのが大事なんだと、また併せてちょっと考えた次第なんです。

千葉市にもバナーのしつらえはありますよね。あれをもっと利用できるとういふというふうには思いました。

会 長： どうもありがとうございます。

バナーの話というのは来ているんですか。それはまた別なんですか。

事務局： バナーの話も実は挙がっております。商店街の街灯柱に設置したいということで協議しております。

会 長： ほかにいかがでしょうか。

田口委員： これは非常に限定的なイベントの広告ですので、長期的に継続的に展開される広告ではないということはちょっと頭に入れておかないといけないと思います。ただ、皆さんが危惧されていることは本当にそのとおりだと思うんですけれども、こういうものをどう生かしながら、それを広告空間として使っていくかという時代にも入っているんですね。

私も、あちこちで、実はこういう支柱を使って景観に影響を与えない、つまり悪い影響を与えない案を出せと言われて、東京都で出したことがあるんですね。これは今のモノレールと同じで、東京都はまちの中を縦横無尽に高速が走っておりまして、その下をどうするか。実際に実験的には行われて、日本橋で一度高速道路の支柱に、ある企業に広告のスポンサーになっていただいてということでこういう巻き広告、かなり大がかりにやりました。実際にやってみました。

それから、こういう巻き広告ではないんですけれども、やはり首都高速の構造体を使ってライトアップするとか、実はそういう時代に入っているわけです。それをどうやって千葉市さんでも扱っていくかという時代に入ったなと思います。

基本的には、どんな様々な問題があるにしろ、最後はデザインなんだろうというのがいつも結論なんです。首都高のときもそうだったんですけれども、かなり首都高の場合はこんなもんじゃないんですよ。もっと大がかりなんです、実は。広告表現というのはほとんどしないで、我々は非常に抽象的な絵画、壁画のようなデザインをして、そこに企業さんがスポンサーとして名前を入れてというような形のデザインにまでかなり引っ込めてしまったんですけれども、いずれにせよ同じ考え方でやっているわけで、最後はデザインなんだろうということになると思います。

今、近田さんが、非常に貧しいとおっしゃったのは、やっぱり千葉市さんが、この国体のためにこういうデザインを考えられた、これ今変えられないんですね。非常に知名度の高いキャラクターでもありますし、千葉の県の形

なんですね、これ。地形の形をそのままキャラクターにされたんですが。そういう時代だということ。

いろいろなことを申し上げてしまったんですけども、いずれにせよ、そういう時代に入って、景観上だめと言ってしまうこともなかなか難しいと。今回の場合は、イベントであるということで、非常に時間の限定と、それから、こういうものをこれから取り扱っていく前に、やはり審査制度というものを何らか設けないといけないわけですね。多分、これは審査はないんだと思うんですね、今回は。考えてはいらっしやいませんよね。今後、やっぱりこういう問題が起きたときには、デザインの問題というのは条例上縛りができませんから、どんな場合でも審査制度を緻密につくっていくしかないという考え方になるんですけども、先程のバナーの話もそうですね。今バナー、国では第三者広告を認めているわけですけども、これも審査も経ないと一切掲出できないとか、この辺の制度的なものをバックに置きながら、こういった公共的なその一部分をどう使っていくかというのは、本当に、今後、委員会が一体化する後も議論されていくべきだと思います。時代に逆らうのも悪くはないんですけども、基本的には、やはりこういうものを使って収入を得て、ほかで生かす方法を考えるという時代でもありますし、いい形で生かしていただければというふうに思います。

会 長： どうもありがとうございます。

審査が必要だというのは、車体広告、バスやモノレールの車体広告のときにもそういった組織が必要だという議論が確かなされたんですが、やはりそういう組織がきちんとしてないと、最初はクオリティーの高いものが出ていても、段々いつの間にかあれあれという感じになってしまっって誰も止められないところがあるので、やはり今ご指摘のような点も重視しながら進めていかないといけないかなという気がしますね。

いかがでしょうか、ほかに。

家永委員： 皆さん貴重な意見をたくさんいただいたと思うんですけども、このマスコットキャラクター、これのデザインがいいか悪いかということをいまさら言ってもどうにもならないんだと思うんですけども、例えば31ページの、これモノレールの階段ですね。ここにこういう形で大きく蹴上げ、建築的に、この階段のこの面というのは蹴上げというんですけども、これがもしなかったとして、この階段を見ていただけると非常に暗いんですよ。モノレールの上り降りのところも大変に暗くて、決して気持ちが明るくなるデザインではないんですよ。特に夜遅くなると怖いくらいに非常に暗い状態なんですよ。ですから、この蹴上げのところをこの広告媒体のこういう提供の面積として、これ入札してもいいんじゃないかというくらいに思いますね。

もう少し明るくしていただければ、デザインがいいことというのはもちろん絶対に必要なんですけども、これが俗悪になってもらっちゃ困るんですけども、ただもっと明るくするために提供して、千葉市の収入にもつながるのであれば、むしろ積極的に考えていただいた方がいいんじゃないかなという気はします。

同じように、こういう場面というのはもっと使えるんじゃないのという、まちを明るくするためにということも考えてなんですけれども、まちの中の歩道の床面、歩道の床面にもエリアを区切って広告を床に直にかいてもいいんじゃないのかなという気もするんですね。というのは、自転車が置かれてしまいそうな場所に企業にスポンサーになっていただいて、そこに広告を出していただくと。そこに自転車を置かなくなるんじゃないかな、むしろ何かを描いてあると。そういう効果も狙えるんじゃないのかなという気もしますし、半年とか1年とか時間を区切ってそういうスペースを貸してもいいんじゃないかなという気はするんですね。

同じように、あとは競輪場の外周なんですけれども、競輪場が今いろいろな形で、恐らく見直してはいただけるんでしょうけれども、何か忘れられた存在になりつつあるのかなと。大きな収入は生まなくなってしまって、ちょっと千葉市にとっても恐らく頭の痛い存在になるんだろうと思うんですけども、それをもっと積極的に、例えば外壁面を10メートル刻みで切ってしまうとスポンサーをつけてしまうとか。それから競輪場の真ん中の多少児童の公園にはなっているんでしょうけれども、その部分をもっと積極的に、例えば交通公園のような形で小学校の教材の1つとして使ってもらえるような、そういう有効活用法を考えてそこにスポンサーをつけてしまうとか、何かもう少し考えたらもっともっと千葉市の財産を活用する方法はたくさんあるんじゃないのかなという、そんな気がしました。ぜひ明るい千葉市になってほしくて、こういうことを提案させていただきます。

鴨藤委員： 先程申し上げた、いやちょっとこれは反対だなと思うのは、まさに会長がおっしゃったように、32ページの道路上の軌道支柱ですね。これは、本当に交通事故とかいろいろな問題があるということで問題かなと。ただ、先ほど意見が出ておりました34ページ、もう表玄関としてJRの工事が始まっちゃっているというときのおもてなしとしては、なるべく広告協会としても広告スペースをたくさんつくっていただくと。つまり歩行時の真意性のある看板というのはぜひぜひお認めいただきたいなど。デザインについてはまたいろいろあるでしょうし、花壇ですね、みたいなものも設置することで明るくなったりとか。

前々からよく広告というか会社絡みで言いますと、円筒形の、ちょうど支

柱が缶ビールか何かのデザインになっているようなデザインにしてはどうでしょうなんていう意見が出ていたりしたこともあります。そんなのは、逆に34ページなどは、やはり表玄関として、ウエルカム感が出てきたとか、ということをとやられるのはいいんじゃないかなというふうに思います。

それから、バナーもさっきお話しが出ていましたけれども、バナーも非常に効果的で、全市的に取り組みをしたりすると非常に盛り上がりというか、景観的にも、また華々しさ感、にぎわい感的にも出ると。

それから、そのときの仕組みですよね。例えば、非常に生々しい話ですけども、ビール1社が乗りますと、飲食店、例えば商店街の中には飲食店で違うビールを扱っているという飲食店もありますので、そこでやっぱり問題が起きるといことがよくあります。その商店街の会長さんなどが飲食店をやっていますと、違う競合ビールを扱っていたりするとまかりならんということでもめるケースがありますので、ルール化といいますか、デザイン性の管理とルール化ですね、協賛活動をするときの非常に重要な要素だと思いますけれども、なども配慮されるといいと思います。

会 長： どうもありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。

家永委員： ちょっとお尋ねも含めてなんですけれども、LEDなどを利用した電子看板が出ているんですけれども、どうしてもやっぱりそこに目が行くんです。皆さん注意散漫になるんじゃないのかなというちょっと怖いような思いはするんですけれども、ああいうものは規制はないんでしょうか。

事務局： 電子看板について中身の基準というのが今ないわけですが、ちょっと実情をうちのほうで把握してない状況です。

家永委員： 見ていただきたいと思っています。

会 長： ほかにいかがでしょうか。よろしいでしょうか。

こうした公共の施設や空間を使った広告物の掲出というのは、今後増えていくんだろうと思います。それに対して、一律にノーということは恐らくなかなか難しいんですが、ただやはりどういうルールでやるのか、どういう組織をつくって、どういうチェックをしていくのかということを従来の組織やルールだけでは対応しきれなくなってくるので、それをきちんとつくることがやっぱり大前提になるんじゃないかなと思いますね。

それから、それをつくっていく上で試行していく、試行しないとわからない部分があるありそうなので、試行をしていって実験をしながらルールをつくり、システムをつくっていくということが必要なのかなということ委員の皆さんのご意見を伺いながら感じました。事務局も、この点をご配慮いただいてよろしく願いいたします。

どうもありがとうございます。報告事項1は以上ですが、2のその他で何か事務局からございますか。

事務局： 統合審議会について今後、どのように進めていきたいかというスケジュールを簡単にご説明をしたいと思います。

今回の審議会後、条例制定や改正について庁内調整が必要になってきますので、今年の12月の議会に議案として提出したいと考えております。議決が得られれば、12月末に制定施行となる予定で進めてまいります。同時期に景観条例と景観計画についても同じような作業をしていきますので、同時に12月の議会後に施行できればと考えております。

公募委員については、今回の統合審議会の条例が制定されますと、来年1月以降で、公募委員についての選考委員会を設置しまして「市政だより」だとか、ホームページで公募して、広報していき年度内に選考していく予定でございます。

従いまして、屋外広告物と景観の統合された審議会を23年度早期に開催したいと考えてございます。

それから、もう1点、実は6月、議会に千葉市斎場案内立て看板の規制を求めるといふ陳情がございました。これについては、本来であれば、先程の報告事項に入れればよかったんですが、間際だったものですから、この場をお借りして追加で報告させていただきます。

陳情の内容は、このような看板が主な交差点のところに出来ているということで、お通夜や葬儀で千葉市斎場に行くための案内立て看板、通常、捨て看板といわれるものですが、こういったものが同じ場所に同じ業者さんが恒常的に設置している状況が見られるということで、「設置を禁止すること」、また、「屋外広告物条例の条文から「葬祭」を削除する条例改正」を求めています。

屋外広告物条例では、冠婚葬祭、祭礼のため、一時的に表示する広告物を掲出する物件は適用除外事項として許可申請を要しないとか、一部の禁止物件への設置を規制しないものがあります。

市としましては、冠婚葬祭のため、一時的に設置するはり紙、はり札、立て看板等は、祭礼などと同様に、地域の風土風習に根差して必要と考えまして、千葉市屋外広告物条例の改正は考えておりませんという回答をしております。

また、設置の規制については、交差点を中心とした範囲に複数の案内立て看板が設置されているということと、立て看板の表示内容についても、業者名や宣伝、商業的なものが、目立つ状況が確認されております。これについては、過去に千葉市葬祭場管理者から文書でお願いしておるんです



が、禁止している標識だとか、一部地域に集中して設置されていますので、管理者と関係する課と協議しております。

業者に、再度文書による禁止要件の徹底、それから自粛要請を行いまして、さらには違反物件については撤去しますよというようなことで、撤去の実施をするための調整をしている状況でございます。ですから、これにつきましては、引き続き葬祭業者などを中心に指導する対応をしていきたいと考えております。条例改正と、それから看板の禁止について、陳情があったということでこの場を借りまして報告させていただきました。

以上でございます。

会 長： どうもありがとうございます。

事務局から、今後のスケジュールと斎場の案内看板にかかる陳情についてご報告がございましたが、ご質問等ございませんでしょうか。

会 長： それでは、これで議案、報告事項すべて終了しましたが、全般について何かご意見等ございましたら。よろしいですか。

それでは、以上もちまして本日の屋外広告物審議会を終了いたします。長時間にわたりご熱心に貴重なご意見をいただきましてありがとうございます。

それでは、進行を司会にお返しいたします。

事務局： どうもありがとうございました。

北原会長、委員の皆様、本日は本当にありがとうございました。

これをもちまして第12回千葉市屋外広告物審議会を閉会させていただきます。

－ 以上 －

上記会議録は、事実と相違ないことを確認し、ここに署名押印する。

会議録署名人

問い合わせ先 千葉市都市局都市部都市計画課

TEL 043-245-5307

FAX 043-245-5627