

<パネルディスカッション>

『『杜の都』仙台を魅力的で活力ある『まち』にする広告物とは』

【コーディネーター】

武山 良三(富山大学芸術文化学部教授・学部長)

【パネリスト】

横山 治(仙台駅前商店街振興組合理事長)

氏家 滉一((株)都市設計取締役 (株)伊達の家守舎)

齋藤 浩美(主婦、仙台市都市計画審議会 市民委員)

並木 直子((株)ユーメディア メディア事業部 メディアコンテンツチーム)

○武山

それでは、パネルディスカッションに入っていきたいと思います。

まずは、自己紹介を兼ねて、先ほど旅人気分でと申し上げましたが、私に仙台のおすすめ場所といますか、ここを見て帰りなさいよということを少し発言しつつ、自己紹介をいただきたいと思います。



○横山 仙台駅前商店街振興組合理事長の横山です。

私は、仙台に住んでからもう四十数年になります。

仙台駅前のまちの見所は、ガス灯です。地下鉄南北線の開通に合わせて、約三十年前になりますが、商店街でガス灯を設置しました。ガス灯があれば一つのまちのシンボルになるので、それに合わせてまちづくりができる。ガス灯ができたことによって、それを守るためのクリーンキャンペーンが月1回行なわれるようになり、40年近く続いています。また、ガス灯を中心としたまちづくりとして、フラッグデザインコンテストを開催したり、春から秋にかけてハンギングでガス灯に花を飾ったりもしています。

○氏家 氏家でございます。

私は、東京と仙台の2拠点を往復しながら、建築設計部門とブランディング部門の2部門がある都市設計の会社を経営しております。

仙台のおすすめポイントは「住んでもらいたいまち・仙台」と思っておりまして、1泊2日で帰るのではなくて、マイクロステイで7泊8日滞在し、住んでみて様々なところに行ってみて、仙台のまちの価値を見ていただきたいです。もうひとつおすすめしたいのが自転車です。私は全国いろいろなまちへ行っていますが、これだけまちの中心部を気持ちよく自転車で走れる都市というのはほかにありません。「DATE BIKE」というレンタサイクルもあって、私も愛用しています。

○齋藤 私は、仙台で生まれて、仙台で育って、子育ても仙台でして今に至ります。一歩も仙台

を出たことがないですが、仙台は他のまちに出られないくらいとても住みやすい。ですから、仙台をPRするというのであれば、先生にぜひここに住んでいただきたい。それぐらい、本当に住んで良さの分かるまちです。コンパクトサイズのまちであり、自然もたくさんあって、杜の都の良さが今もずっと生き続けている。そして、城下町だった歴史も大事に育んでいる。そういうものを大事にしながらも、国際会議なども開いてさらに発展しようとしている。住んで暮らしやすいまち、これが私の仙台のおすすめポイントです。

○並木 私はタウン情報誌に関わっていました。

観光自慢というとなかなか難しいですが、私が携わっていたタウン誌「せんだいタウン情報 S - s t y l e」は、タウン誌の中でも全国で一、二を争う雑誌です。それぐらい市民にとって楽しくいろいろなところに行けるまちで、カフェやパン、ラーメン、温泉は本当に人気のコンテンツです。仙台へ観光に訪れた人たちは、小さくまち歩きをしてお店の素敵な広告物をたくさん見つけられるような場所ではないかと思います。

○武山 屋外広告物やまちづくりとイベントのようなものも関わりがあると思いますが、その辺の体験談を紹介いただけますか。



○並木 いま主に手がけているものは、秋に錦町公園でやっている「仙台オクトーバーフェスト」、それからサンモール一番町商店街を中心にやっている、「伊達美味マーケット」というマルシェです。オクトーバーフェストは年に1回、伊達美味マーケットは月に2回開催しています。商店街を活性化させるという意味において我々が一番商店街の方とも気を付けているのは、表現したいことは何かということです。広告において一番重要

で一番ぶれやすいところでもあります。我々のアドバイスとしては、一番出したいものは何かを教えてくださいということです。シンプルにするのがいいということでは決してなく、ターゲットに一番伝わりやすい方法をご提案しています。何を表現したいかということは、私たち事業者が見つかることではなくて、市民の皆さん、お店をやりたい皆さん、まちをつかっていきたい皆さんの中にあるものではないかなというのが経験を通して感じていることです。

2. 「まち歩き」から見える市民にとって魅力的な看板

○武山 齋藤さんはそういうイベントやお店に触れる市民の立場から、日ごろ看板を見てどんなことを思われていますか。お好きな看板などはありますか。

○齋藤 私はやはり激しい色使いの看板よりも心に響くようなものが良いと思っています。尚絅学院大学の学生5人とまち歩きというものもおこないました。定禅寺通のルートとアーケードのルートに分かれて2チームで歩いて、気になる広告を探してみるという企画です。

写真を撮りながらまちを歩いて、帰ってきてからワークショッ



プをおこないました。気になった看板を挙げてもらおうと、激しいものや押しの強い看板よりも、おしゃれでちょっとドキドキするような、ときめく看板が好まれることが分かりました。商品を活かした広告物や、お花でレイアウトされたものなど、文字だけでなく広告物そのもので人の心にアピールするものです。

定禅寺通ではグリーン系の色を使った看板、アーケード商店街では壁面やガラスの凹凸を活かして表現している看板が挙げられました。

また、昔からあるお店では、伝統的なものを活かしつつ、店構えは新しくして若い方が入りやすいような工夫をしている看板があって、こちらも素敵でした。学生たちが引かれるポイントは、五感に響く、心に引っかかるものが何かある広告だということが分かりました。今回まち歩きに参加してくれた学生たちのような、新しい感性のある方がまちづくりに関わっていただける仕組みができれば、広告物行政の活力になるのではないかと感じています。

○武山 このまち歩きのワークショップをご覧になって、横山さん、いかがですか。

○横山 仙台駅前一番の自慢は、仙台駅の駅舎の上に広告物がないということです。40年ほど前には駅舎に広告物を上げるという議論もJR（当時国鉄）の中でありましたが、市民の意見や河北新報のキャンペーンがあり、JRも地元で配慮した形で中止になりました。それが今現在もそのままなのですが、JRがそこまで地元で配慮して看板をつけなかった、今の仙台駅の姿があるのは非常に良いことだと思います。

3. 地域が一体となって「まち」をブランディングする —エリアマネジメントの活用—

○武山 まちのブランディングという視点から、氏家さんいかがですか。



○氏家 仙台のまちには素敵な雰囲気のあるセンスのいい店も出来始めていますが、先ほど武山先生がおっしゃっていた「仙台らしさ」というのは、市民の間でも共有できていないのではないかと思います。青葉城が仙台だという人もいれば、伊達政宗が仙台だ、笹かまが仙台だというように、仙台のイメージは人によって違います。市民の皆さんの持つ仙台のイメージをひとつにすれば、仙台のまちはもっと面白くなると思っています。

○武山 仙台市民の皆さんにもぜひやっていただきたいのですが、富山県の高岡では、「100年プロジェクト」といって、100年前の写真を集めて今と比べたり、あるいは歴史的な地図の中で、ああ昔ここはこんなところだったんだねということをもっと調べてみました。こういうことを調べてみないとまちを好きになりようがない。仙台でもぜひ「らしさ」を追求する最初の一步としてやって頂きたい。自分たちのまちがどんなだったかなというのを調べていくのは面白いです。そういう「らしさ」を作りつつ、新しい仙台、これからの仙台というものを作っていくかなければいけない。氏家さん、ブランディングの立場から、仙台のブランドはどんなふうにして作ってあげたいですか。

○氏家 何かその意識をそらせることではありますが、ただ、100万人都市で1万人集めて会議をやりましようと言っても、それは現実的でないと思います。僕が東京の方で拠点にしている丸の内という場所は、東京駅前の非常にプロデュースされたエリアです。その屋外広告物の担当者と話すうちに、まちづくりに重要なポイントが3つあると感じました。ひとつは官民連携で屋外広告物のガイドライン事業をやっているところ。丸の内はもともと美観地区に指定されていて、広告物が出せなかったのですが、「丸の内エリア屋外広告物モデル事業実行委員会」を組織して屋外広告物のガイドラインを作り、広告を出せるようにしています。二つ目は、このガイドラインの中で示されている「丸の内らしさ」が定まっていることです。丸の内のコンセプトは、「都市の居間－アーバンリビングルーム」です。イメージが伝わりますよね。三つ目はエリアマネジメントによって屋外広告物の広告料収入を一部まちづくりに還元する仕組みを取り入れていることです。「地域で稼ぐ」モデルを作り、エリアの価値を上げることで人が集まり経済が回ります。

仙台のまちはまだまちのイメージを出し合ったり、まちの歴史を調べる段階ですが、このエリアマネジメントの手法も取り入れていければいいと思っています。

○武山 エリアマネジメントという考え方は、全国的にも広まってきています。仙台も非常に可能性のある地域だと思うので、ぜひ取り入れてほしいと思います。横山さんは仙台駅前でそうしたまちのマネジメントに既に取り組んだり、事業者の間でこういうまちづくりをしていきたいというようなお話をされることはありますか。

○横山 私が関わっている青葉通まちづくり協議会のイメージとしては、最終的に「まちづくり会社」のような存在にして、エリアマネジメントをやりたいと思っています。協議会の会員はそれぞれ企業の社員であって、専門家ではないので、仕事との両立がなかなか難しい部分も多いと思いますことから、まちづくり会社にして専門性を持って取り組んでいかないと、とてもこなせるような事業ではないと思います。仙台駅前だけでなく、一番町、中央通もまちづくり会社をつくらうという方向に動いています。

4. 仙台らしいまちづくりに向けた取り組み

○武山 では、活性化のまちづくりといったお話の中で、例えば看板をこんなふうにしたらどうかといった話は事業者の間で出ることはありますか。

○横山 これから期待できるのは、再開発と思っています。そのときに建築確認でそういうものが議論されて審議されれば、より有効的だと思います。私の理想像としては商店街にも景観を審議する力を行政とともに持たせてもらいたいです。商店街に入ることによって景観に対する審議ができたり、商店街の中にもそういった審議会があって、そこを通して看板や景観を考えると、我々のまちづくりの考え方が新しい事業者の方々に浸透していくと思いますし、商店街の存在そのものも有意義に活かされていくかなと思います。

○武山 私、実は足しげく仙台には通っておりまして、仙台駅の西と東でずいぶん進捗状況に差があるのかなと思うのですが、齋藤さんはお買い物されるのはどの辺ですか。

○齋藤 私は郊外に住んでいるので、どうしてもまちの中まで出てきていないというのが正直なところですけども、先生のおっしゃるとおり、駅の東と西とであまりにも表情が違いますよね。また、駅前では杜の都というイメージも感じられないかなと思います。新幹線から入ってきたときに、ああ仙台だという個性が何も感じられないような形になっているのはすごく残念だなと思います。歩いて来られる、地下鉄でも来られる、お買い物に来て楽しいとか、住んで楽しいなというまちにするのであれば、そういう広告物も大事だし、広告物に命を吹き込むのはそのお店の商店街の方々でしょうし、広告物倒れにならないようなサービスもしていただきたいというのは私たち買う者の気持ちでもありますので、まちなかに来て買い物がしたい、ここに住みたいと思うような、人を引き込む誘い水になるような屋外広告物があればいいかなと思っております。

○武山 市民代表としてストレートなご意見をいただき、ありがとうございました。まちなかに魅力があることで郊外にお住まいの方も引き寄せることになると思いますし、仙台らしいお店が駅前に元気に展開していくことが一つ大きなポイントだと思います。並木さん、イベントを実施していく中で、郊外に住んでいる人をまちなかに引き寄せるイベントや魅力づけについてどう思われますか。

○並木 魅力的なまちの要素というのは複合的で、味が良くても接客が悪かったり、お店の見た目が悪かったりすれば魅力的なお店にはなりません。皆さんは楽しそう、わくわくするようなエンターテインメント性のある空間に集まってきます。そういう気持ちを与えることができるのが広告の力なのかなと思います。仙台は食べ物がおしくてスマートな都市だと思うので、ソフト面はしっかりしています。しかし、見せ方であるハード面に関してはまだまだ足りない部分があります。エンターテインメント性を感じる広告をつくることで、そこで働く人たちも自分たちが一つ上のランクに上がり、お客さんもこの空間でどういうふう楽しんだらいいのかということを選択的に選び出せるようになると思います。またお店ごとではなくて「このエリア楽しいね」というふうになってくれるのが私としては理想的で、仙台駅前は楽しいねとか、長町は楽しいねとか、今は地下鉄が走っている八木山というのはこんなところだねとかというふうによりエリアごとに皆さんで協力していくことが必要です。だんだんとそういうことに皆さん気づき始めていて、つながりたいという気持ちはあって、そこをつなぐために行政と民間が手を組んでやっていくのがいいなと思います。また、行政の中でもこうした動きを支援してくれる部門と、許可を出す部門は違うので、その連携を図ってスピード感が出てくるとさらにいいかなと思います。



○武山 なかなか鋭い指摘がありましたね。市民協働のまちづくりのためにも、イベントをうまく活用して徐々に許可範囲を拡大して頂ければよいと思います。

仙台らしさということで、「杜の都」というキーワードが出ておりましたが、外から見ても、このキーワードは全国レベルで流れていると思います。新幹線を降り立ってペDESTリアンデ

ツキの通路を歩いていまして、街路樹が豊かにあるというのは非常に仙台らしい景観だと思います。ただ、街路樹というのは実は下が暗いですよね。東京の表参道の場合はバナーの色や、まち並みを行く人々に色があって、それを眺めるカフェみたいなものがビルの壁面にあったりします。さらに、パリに行きますと、歩道上にカフェがあって、そのテントが真っ赤で、街路樹の緑と赤が非常にきれいに映えて、その下で皆さんがお茶をしながら談笑しています。それがパリの豊かさを表現しているようなところがあると思います。定禅寺通や青葉通で、カフェをつくるような動きはありますか。

○氏家 昨年、リノベーションを活かしてエリアの価値を上げていく民間自立型のまちづくり会社として立ち上げた家守会社で今考えているのが、まさに定禅寺通をもっと楽しくできないかということで、その中でもコンテンツとしてカフェや食は外せませんし、アウトドアなど、様々なキーワードを隠しながら企画を立てています。そういう動きを広瀬川の方でやろうとしている人たちもいます。あとはどういう許可が下りるかとか、そこのすり合わせを細かく丁寧にやっています。

○武山 冬にはイルミネーションもされていますよね。あの時期はすごい人でごった返して、車も走っているし、非常に危険な印象があったのですが、期間限定で車を止めて、そこにカフェを設置するようなことはできないのですか。

今や大阪の目抜き通りの御堂筋でも車を全部通行止めにしてイベントをする時代ですから、仙台あたりがやっていない方が不思議ですね。

○氏家 楽天優勝パレードとか、羽生結弦君のパレードのような時は止めていますが、もっと普通にみんなが楽しめる形で止められるというのは、やりたいですね。

○武山 横山さん、商店街や、商店主の方々でもそういう意見は出ないですか。

○横山 まちづくり協議会で年に1回青葉まつりのときに出店をしていて、これを広げていこうという動きはあります。銀行は土日が休みなので、その店の前を借りてカフェをやるなど、そういうところから入っていきたいと思っています。

○武山 素敵な看板ができるためには、素敵なお店、オーナーがいないとできないわけですが、いきなり出店というのが難しい場合に、イベントをうまく活用して期間限定で出店してみて、人が来てファンもついてきたら正式に出店しようとか、そういう流れをぜひ作って頂けたらいいと思います。

○氏家 仙台というのは皆さんご存じの通り、イベントが異常に多いです。

この前数えてみたら食のイベントだけでも300以上あって、数え切れないぐらいありますが、いま武山先生がおっしゃったようにつながっていく形ではなくて、2日経ったら終わってしまうものが多いです。これからは、どんどんつながっていくような形のイベントで、それがプラットフォームになっていくようになれば素敵な仙台になるかなと思います。

○武山 私が仙台で市民や事業者が連鎖していると思うのが七夕まつりです。商店街に吹き流しや短冊が下がっていて、近くのお店が関わったり広告されたりしていますよね。お店の中に入っても、小さい七夕飾りがあって、まさにどこに行っても七夕モードになる楽しさがあります。ああいう雰囲気をもっともっと活かして、あそこでファッションショーをしてもいいですし、何かそういう動きにつなげていって頂けたら嬉しいなと思います。

齋藤さん、いかがですか、七夕の楽しみ方。

○齋藤 あのお祭りでしか味わえないような、商店街に入ってお店の方々とお茶を飲んで話したり、吹き流しの間をすり抜けていく楽しさとか、そういうものをもっとPRしていく形になっていけばいいと思います。仙台の魅力は何かというコンセプトを市民や事業者の方々、広告主、それから行政の方々と思いを一つにしないと、なかなか結実していかないのかなと思います。それが七夕祭りのようなお祭りやいろいろなイベントを盛り上げていくことにつながるのかなと思います。広告物を自分の子供のように愛して、それを挟んでみんなが褒めて育てていくような形にしていけたら、もっと仙台の魅力、活力は上がっていくのかなと思います。

○武山 高岡もそうなのですが、全国で七夕まつりをやっているところが何県かあります。そういったところと連携して、お互いに行き合うとかすることによって刺激されるし、お互いの旅行もできるということになりますので、そういったネットワークみたいなものも活かしていただけたらなと思います。

5. 総括

○武山 あっという間で名残惜しいのですが、まちを魅力的にする仙台の屋外広告物をこれからどうしていったらいいでしょうかというようなことでお話をいただきました。

最後に一言ずつ、今後に対する期待や決意といったことを、述べて頂きたいと思います。

○横山 仙台駅前には青葉通で始まり、その青葉通は青葉城まで続いているので、やはり仙台のシンボルというのは青葉通と仙台城跡、この辺をモチーフにしたまちづくりを今後やっていきたい。具体的には、緑の少ない青葉通の東五番町通の交差点から駅前までを公園化できないかなと考えています。大きな公園をつくって、「杜の都」のひとつのシンボルにしていきたいです。そのイメージを持って、景観や看板を考える審議会を駅前の商店街に作って審議していくという方向性を考えております。

○武山 なかなかわくわくする構想をご披露いただきました。ありがとうございます。それでは、氏家さん、お願いします。

○氏家 先ほどの川の話もありましたが、今「仙台リノベーションまちづくり」というプロジェクトが進んでいます。それは、遊休不動産の利活用と一緒に、公共空間をどうすれば魅力的で、ビジネスが生まれたり人が集まってくるような場ができるか、仲間で手分けしながら、いろいろなことを調査し、プランニングしています。

ブランディングというのはぶれずに繰り返しやるのが一番大事だということをずっと事業者の方々にもお伝えしています。それを共有できたら、今度はさらに遊びをまちづくりに取り入れてもよいと思います。例えばこの200メートルの道は全て手書き看板にする、そんな道があってもいいですね。人を引き付けるには、いかにとがらせるかということのような気がします。今のところ手書き看板しか認めない200メートルの道というのは見たことがないので、きっと話題になると思います。そういうことを仕掛けていけるレベルまで行きたいなと思います。

○武山 期待大ですね。ありがとうございます。それでは、齋藤さん、お願いします。

○齋藤 市民協働と言うのは簡単なのですが、枠組みづくり、仕組みづくりというのはとても難しいと感じます。我々市民の広告物に対する思いを受け止めてくれるような、広告の表彰制度のようなものを設けて頂いて、市民一人一人が一票を投じて、こんな広告いいよねというその思いを届けて、子育てではないですが、褒めて育てるような仕組みづくりが今後育っていけば良い広告も育ってくると思います。まち歩きをして一番思ったのは、ああいう若い方々がすばらしい感性も才能もお持ちであるということで、本当に多くの年代の方が関わられるような仕組みづくりができればいいと思います。今日がその一歩になればいいと、市民の立場から感じております。

○武山 ありがとうございます。それでは並木さん、お願いします。

○並木 デザインというはどうしても形の良し悪し、きれいかどうか、整っているかどうか、分かりやすいかどうかという判断になりますが、デザインや見た目の良し悪しだけではなくて、大事なことはそれをつくる前にどういうものをイメージするかだと思います。このエリアにはどういう人たちが入ってどんな楽しみ方をするのかということを描くことができ初めて、その次にデザインがあるのかなと思います。関係者の意識改革とか地域らしさをヒアリングする力が我々事業者にも求められていると感じていますので、その皆さんから聞いた話をもとに、より豊かなデザインをどんどん提案できるようになりたいなと改めて思いました。

もうひとつ、今日の新聞にも出ましたが、仙台市が「文化観光局」を新設して、交流人口の拡大を図っていくということで、観光とスポーツといったものがより身近に一体化して、より市民協働という色が強くなるのかなと感じていましたので、そういった取り組みの中にぜひ皆さんと一緒にいろいろなことをやっていきたいなと思いました。

○武山 ありがとうございます。

デザインは、色や形ではなく、その根底にある情報そのものが問題だということですね。素晴らしい。私の大学で授業していただきたいなと思いました。

今回は、パネリストからはいきなり仙台に住んで下さいと言われてたり、言葉の端々に「仙台ラブ」という印象を受けました。地方をいろいろ回ってしまして、そういう雰囲気は少なからず



あるのですが、ここまでラブというところも珍しいと思います。やはりそれがまちづくりのエンジン、原点だと思います。皆さんが、仙台いいねと褒めてくださるようなって頂きたいです。広告物も、まちづくりや郷土づくりの問題であるということを確認したということで、今日のパネルディスカッションを終わりたいと思います。

ぜひ、今日帰られる道すがら、看板に目をやっていただいて、自分たちのまちのことをお考えいただければ幸いです。どうもありがとうございました。