

# 平成29年度 第1回 仙台市景観総合審議会 屋外広告物部会

日時：平成29年9月12日（火）

14時00分～15時30分

場所：青葉区役所7階 特別会議室

## 次 第

1. 開 会
2. 挨拶
3. 議 事
  - ・屋外広告物施策のこれまでの取組みについて
  - ・屋外広告物部会の進め方等について
4. 閉 会

## — 配 付 資 料 —

資料1-1：屋外広告物施策のこれまでの取組みについて（パワーポイント資料）

資料2-1：屋外広告物部会の進め方等について

資料2-2：屋外広告物部会の進め方等について（パワーポイント資料）

参考資料1：平成28年度市政モニターアンケート

「屋外広告物に関する意識調査」調査結果報告書

参考資料2：屋外広告物施策の全体像

仙台市景観総合審議会 屋外広告物部会 委員名簿

氏名	所属・役職	備考
とちくぼ まさゆき 杼 窪 昌之	宮城県屋外広告美術協同組合常任相談役 (株) アキバ商会代表取締役	審議会委員
なみき なおこ 並木 直子	(株) ユーメディア メディア本部 メディアコンテンツ2チーム	専門委員
ばば たまき 馬場 たまき	尚絅学院大学総合人間科学部 准教授	審議会委員
ふなびき としあき 舟 引 敏明	宮城大学事業構想学群 教授	専門委員
みやはら ひろみち 宮原 博通	(有)地域環境デザイン研究所 所長	審議会委員

(五十音順, 敬称略)

## 屋外広告物施策のこれまでの取組みについて

### 1. これまでの経過

- 平成元年 政令市となり宮城県より屋外広告物条例を引継ぐ
- 平成 7年 景観条例も踏まえた条例改正  
(広告物モデル地区、広告物協定の追加 等)
- 平成14年 屋外広告物審議会からの答申を踏まえた条例改正  
(禁止地域の追加、許可地域の細分化と基準変更 等)
- 平成21年 景観計画を踏まえた条例改正  
(広告物景観地域の創設 等)
- 平成28年 **「これからの屋外広告物施策のあり方について」**  
景観総合審議会より提言
- 平成29年 国の条例がドライン改正と提言を踏まえた**条例改正**  
(安全点検の義務化、禁止地域の規定の見直し 等)

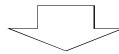
## 2. 提言書の概要

平成25年～27年に景観総合審議会で審議し、提言書としてまとめ、平成28年1月に審議会より仙台市に提出



### 基本的な考え方

規制により良好な景観の形成が図られてきたが、様々な形状や色彩の広告物での景観阻害、まちづくりや観光などの視点での活用などの課題



条例にもとづく規制に加え、別な視点による新たな施策を有機的に展開していく

2

## 2. 提言書の概要

これまでの「規制」を中心とした取組みに加え、

### ①景観や街並みと調和した

#### 望ましい広告物の「誘導」

- ・デザインや色彩等を誘導する指針、システム
- ・改善に対する支援
- ・良好な景観形成に寄与する広告物に対する特例許可
- ・専門家による支援
- ・優れた広告物に対する表彰
- ・地域性を考慮した街並みガイドラインの作成

### ②地域の魅力向上やまちづくりに

#### 寄与する広告物の「活用」

- ・イベントや祝祭等の演出、エリアマネジメントにおける活用

### ③様々な立場の方との「協働」

- ・周知広報、意識啓発のイベント等
- ・誘導・活用の検討に向けた勉強会、意見交換 等

### ④その他の取組み

- ・土地利用に即した基準見直し
- ・安全対策、違反对策

3

### 3. 誘導の取組み

#### ・平成28年度 市政モニターアンケートで広告物の意識調査

##### 【概要】

- ・市民の仙台市の街並みに対する印象や、どのような屋外広告物を良いと感じているか、などを調査
- ・189名から回答
- ・調査項目は「基本情報（年代、居住区等）」  
「屋外広告物に関する施策の認知度や広告物に対する考え方」  
「魅力的な屋外広告物（2つの写真の比較）」  
「特定エリア（仙台駅西口・定禅寺通・国分町・秋保温泉・作並温泉）における屋外広告物の印象」 など

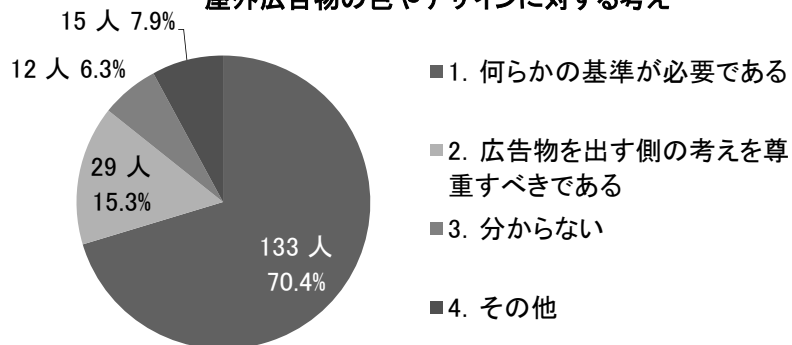
※結果については [参考資料1](#) 参照

4

### 3. 誘導の取組み

#### ・平成28年度 市政モニターアンケートで広告物の意識調査

##### 屋外広告物の色やデザインに対する考え



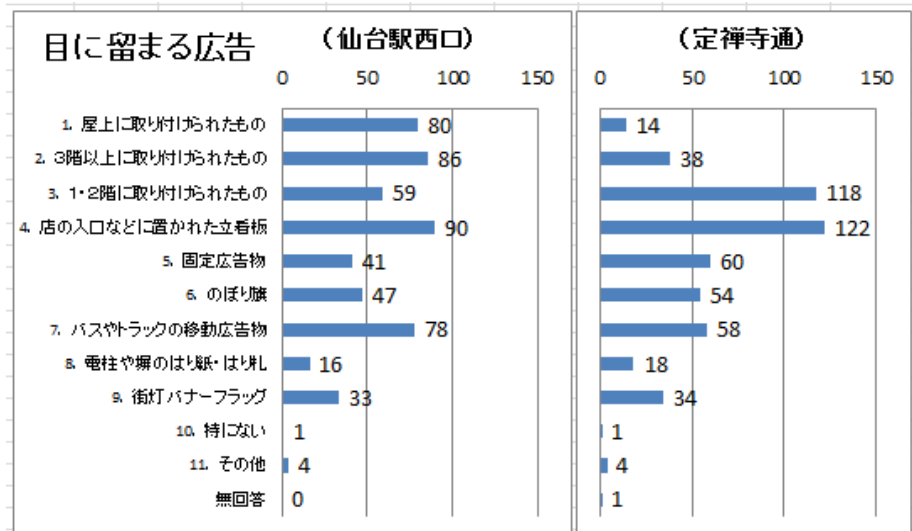
##### （意見の概要）

- ・景観を守る必要のある場所に限り、制限を設けるべきと感じる
- ・目立てば良いとばかりのインパクトで、イメージダウンを感じる広告は、やはりダメージになるしアウトにするべき
- ・周辺の景観を損なわない事を前提ならば特に基準を設ける必要は無いと思う

5

### 3. 誘導の取組み

#### ・平成28年度 市政モニターアンケートで広告物の意識調査



6

### 4. 活用の取組み、誘導の取組み

#### ・泉中央におけるエリアマネジメント広告の社会実験

国家戦略特区による道路占用許可の特例により、地元協議会が主体となり、道路空間を活用した賑わいづくりだけでなく、道路空間の維持管理も担っていくにあたり、収益事業の1つとして、道路上に広告物を設置していく。その際に、エリアにあわせた自主的なデザインルールも検討。



設置場所

【検討例】



情報の整理  
とデザイン  
の統一

7

## 5. 協働の取組み

### ・景観シンポジウム（市主催）の開催（平成28年2月）

「広告物がかわると『まち』もかわる」をテーマとした  
基調講演とパネルディスカッション

※シンポジウムに先立ちアーケード商店街を中心に  
魅力的な看板を探すまち歩きとワークショップも実施



8

## 5. 協働の取組み

### ・景観シンポジウム（市主催）の開催（平成28年2月）

#### 武山先生による基調講演

「『まち』の魅力高める広告物に対する取組み」

- ・ 広告物の良し悪しを決めるのは「図と地」の関係
- ・ 仙台をどんな『まち』にしていきたいか  
= 地を決めれば、図の良し悪しも決まる
- ・ 広告物に関係する皆が一体となって考え、  
自主的に取組むことで、まちの魅力が  
高まっていく



#### 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」

- ・ まちづくりに関わる様々な方が、仙台の街並みや  
広告物の印象、広告物をどう活用すべきかについて議論

9

## 5. 協働の取組み

- ・日本サイン学会デザインフォーラム（共催）の開催（平成28年2月）

「仙台の“魅力発信”と“おもてなし”」

- ※ 1日目 基調講演、パネルディスカッション 等
- 2日目 街中調査、ワークショップ 等



10

## 6. 基準の見直し

### ①都市公園の禁止地域の見直し

- ・民間による管理・運営、イベントでの利用、民間施設の設置など、活用を図っていく公園について、禁止地域を見直す  
⇒どのような公園をめざすか、その中でどのように広告物を活用し、望ましいものを誘導するかを整理し、個別に禁止地域を見直していく

### ②公共施設の禁止地域の見直し

- ・民間の公共施設（博物館（水族館など）、図書館、学校など）で、施設として必要なサインが出せない状況を見直す  
⇒一定規模の自家用や案内用の広告物が可能となる第一種許可地域へ

### ③自然公園内の観光地の禁止地域の見直し

- ・作並温泉について、観光地として必要な広告物が出せない状況のため、温泉地にふさわしい広告物について検討しながら、禁止地域を見直していく

※禁止地域は自家用や管理用の広告物で合計7㎡以下は可、公共のものなどは適用除外

11



## 7. 安全対策の取組み

### ・安全対策

- |           |                                    |
|-----------|------------------------------------|
| 毎年9月      | 広告業界団体主催で中心市街地の<br>広告物の安全点検まち歩きを実施 |
| 平成29年4月   | 屋外広告物条例の改正（安全点検義務化など）              |
| 平成29年10月～ | 市主催で広告物モデル地区の<br>広告物の安全点検（予定）      |



12

## 8. 条例改正（H29）の概要

- 国の条例ガイドライン改正（安全対策）にともなうもの
  - ・設置者等に加え、所有者、占有者等にも管理義務を追加
  - ・所有者等の点検義務と  
（継続許可の際の）点検結果の報告義務を追加
- 提言を踏まえた取り組み（誘導・活用など）を推進するためのもの
  - ・市が別途指定した都市公園は禁止地域を除外できる規定の追加
  - ・公共施設を、禁止地域から第一種許可地域※の基準適用に改正  
※許可基準の範囲の自家用・案内用の看板が可能
  - ・特例許可の要件を「公益上やむを得ない」から  
「特に必要と認める」に改正（審議会の意見聴取は従来どおり必要）

など

13

## 屋外広告物部会の進め方等について

### 1. 位置づけ

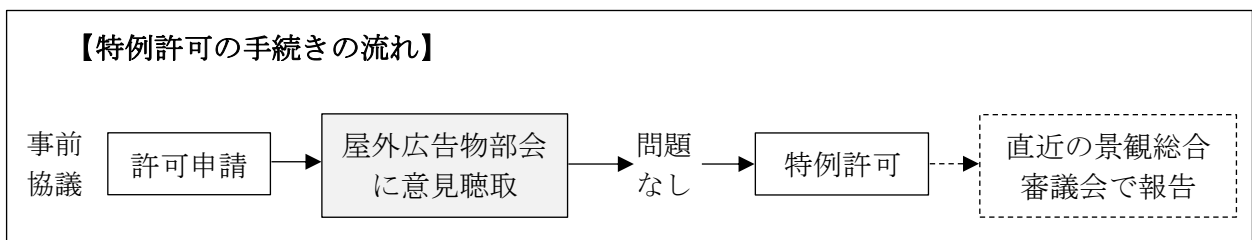
- ・専門事項を調査審議するため、審議会に設置することができる部会の1つ（景観条例 27 条）
- ・部会は、審議会委員及び専門委員で組織する（10 人以内）（景観条例 27 条）
- ・部会に属すべき委員及び専門委員は会長が指名する（規則 33 条）
- ・部会の議決をもって審議会の議決とすることができる（規則 35 条）

### 2. 設置の目的

- ・景観総合審議会でも議論を重ね、「広告物施策のあり方の提言」「広告物条例改正」など、屋外広告物施策の具体的な取組みの方向性が昨年度までに整理されており、今後はより機動的に具体的な取組みについて展開を図っていく。
- ・また「屋外広告物条例にもとづく特例許可の審議」は、審議内容や円滑な事務処理を踏まえ、景観総合審議会を都度開催するのではなく、部会で対応する方が望ましいと考える。
- ・少人数で専門的な委員による屋外広告物部会を設置し、「特例許可」とともに、それ以外の屋外広告物施策での取組みについて、部会での意見も聴きながら着実に進めていく。

### 3. 審議や意見をいただく内容

- ①屋外広告物条例にもとづく特例許可に係る審議（広告物条例 10 条・12 条）
- ②禁止地域を見直す都市公園等の検討（意見聴取）（提言、条例改正を踏まえた取組み）
- ③すぐれた広告物の誘導方策の検討、  
エリアマネジメントなど広告物の活用方策の検討など（意見聴取）（提言を踏まえた取組み）
- ④許可基準の運用や禁止地域の取扱いの検討（意見聴取） ※部会の意見をいただいた方がいいもの



### 4. 今後の予定

- ・禁止地域を見直す都市公園等は、整備が進み利用も始まっている「**荒井東1号公園**」、観光地としての実態とあわない「**作並温泉**」を中心に、まずは検討を進めていく
- ・禁止地域の取扱いの検討は、課題の多い「**新幹線や高速道路から展望できる地域**」について、宮城県の取扱いも参考にしながら、早急に検討を進めていく
- ・部会は11月頃と1月末頃に開催予定（作並温泉以外は年度内（1月頃）までの整理を目指す）

## 屋外広告物部会の進め方等について

### 1. 位置づけ

- 専門事項を調査審議するため、審議会に設置することができる  
部会の1つ (景観条例27条)  
※ 条例上、景観部会と屋外広告物部会の2つがある
- 部会は、審議会委員及び専門委員で組織する(10人以内)  
(景観条例27条)
- 部会に属すべき委員及び専門委員は会長が指名する (規則33条)
- 部会の議決をもって審議会の議決とすることができる (規則35条)

## 2. 設置の目的

- 「広告物施策のあり方の提言 (H28.1)」 「広告物条例改正 (H29.4)」 など、  
屋外広告物施策の具体の取組みの方向性を昨年度までに整理  
⇒ 今後はより機動的に具体の取組みについて展開を図っていく

- 「屋外広告物条例にもとづく特例許可の審議」

⇒ 審議内容や円滑な事務処理を踏まえると、部会対応が望ましい  
(景観総合審議会を都度開催するのではなく)



少人数で専門的な委員による屋外広告物部会を設置



「特例許可」とともに、それ以外の屋外広告物施策での取組みについて、  
部会での意見も聴きながら着実に進めていく

2

## 3. 審議や意見をいただく内容

① 屋外広告物条例にもとづく特例許可に係る審議

(広告物条例10条・12条)

② 禁止地域を見直す都市公園等の検討 (意見聴取)

(提言、条例改正を踏まえた取組み)

③ すぐれた広告物の誘導方策の検討、

エリアマネジメントなど広告物の活用方策の検討など (意見聴取)

(提言を踏まえた取組み)

④ 許可基準の運用や禁止地域の取扱いの検討 (意見聴取)

※部会の意見をいただいた方がいいもののみ

3

## 4. 審議の内容

### ①屋外広告物条例にもとづく特例許可

特例許可の規定（条例上審議会にかける必要あり）

- ①禁止地域・禁止物件に掲出できない広告物であっても  
「特に必要と認めるもの」は許可することができる
- ②許可地域の基準に適合しない広告物であっても  
「特に必要と認めるもの」は許可することができる

例：禁止物件である高架構造物の柱等に、  
収益を地域に還元するエリアマネジ  
メント広告を掲出（泉中央駅前）  
※現在は市と共同の社会実験中

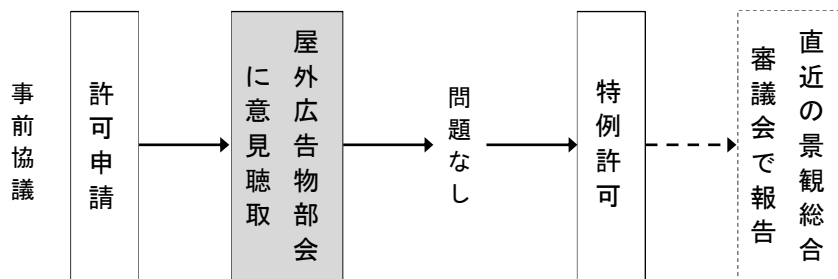


4

## 4. 審議の内容

### ①屋外広告物条例にもとづく特例許可

【特例許可の手続きの流れ】



5

## 5. 意見をいただく内容

### ②禁止地域を見直す都市公園等

新たな活用が見込まれる都市公園において、目標像や方向性、具体的取組み、望ましい広告物の誘導について、専門家や部会にも意見を聴きながら、関係者で議論し整理したうえで、禁止地域から許可地域へ移行

#### 【想定事例】

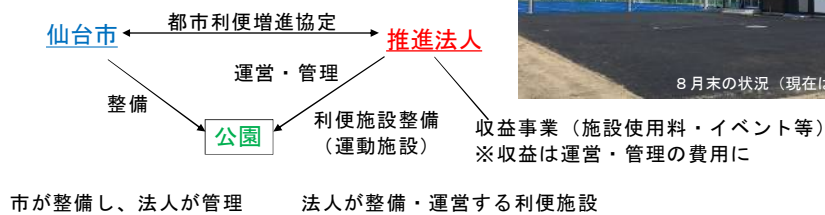
- 1：都市再生推進法人が、都市利便増進協定にもとづき、  
利便施設を設置し、公園の日常の維持管理などを  
事業収益により法人が行っていく公園（荒井東1号公園）
- 2：民間パートナーと連携した新たな運営管理を行う公園  
（現在、西公園でパークマネジメントの社会実験中）
- 3：民間事業者が収益施設（飲食店等）と公共部分を一体的に  
整備し、収益を公園整備に還元するパークPFIを行う公園

6

## 5. 意見をいただく内容

### ②禁止地域を見直す都市公園等

○荒井東1号公園の事例



市が整備し、法人が管理      法人が整備・運営する利便施設



収益事業の1つとして考えている広告物

- ・ベンチ等にスポンサーの企業名表示
  - ・施設名称のネーミングライツ
  - ・イベント時にスポンサー広告掲出 等
- ※都市公園の占用等の許可の範囲で実施  
※大きさやデザイン等の景観配慮は要検討

7

## 5. 意見をいただく内容

### ② 禁止地域を見直す都市公園等

作並温泉は禁止地域である自然公園内にあり、  
観光地として必要な広告物が出せない状況  
(市長が指定する区域は禁止地域の解除が可能)



【地元関係者との今後の検討（案）】

- ・ 作並温泉として、どのような温泉地にしたいか、  
どのように広告物も活用していくのか
- ・ 温泉地にふさわしいデザインや色彩に関する指針等の整理

※必要に応じて専門家の意見も聴きながら進めていく



望ましい広告物の誘導方を整理し、禁止地域から許可地域へ移行



8

## 5. 意見をいただく内容

### ③ 広告物の誘導方策、広告物の活用方策の検討

- ・ 市政モニターアンケートの結果や、泉中央駅前、作並温泉などの  
具体のエリアでの取り組みなども踏まえ、検討していく
- ・ ガイドライン、表彰、アドバイザーなど、  
どのような誘導方策が有効かを、  
他都市事例も参考に検討
- ・ 様々なエリアでの活用の取り組みを  
もとに、課題や必要なルールを整理



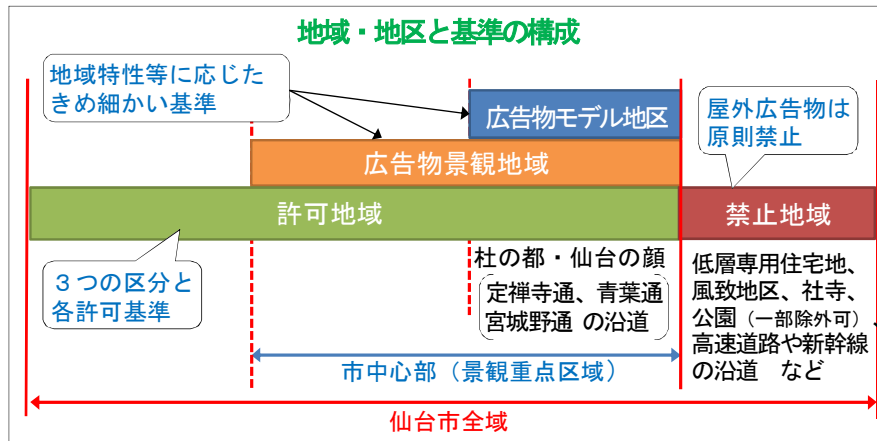
青森県の広告物景観ガイドライン

9

## 5. 意見をいただく内容

### ④許可基準の運用や禁止地域の取扱いの検討

(条例の概要) 市全域を「禁止地域」と「許可地域」に区分し、  
市中心部は基準を追加



10

## 5. 意見をいただく内容

### ④許可基準の運用や禁止地域の取扱いの検討

許可地域 = 許可基準の範囲で広告物を掲出することができる

区域の特性に応じて3つに区分され、それぞれの基準がある

禁止地域 = 風致の維持などが特に必要と認められる場所で、

原則として広告物の掲出ができない

※自家用や管理用の広告物で合計7㎡以下は可、

公共のものなどは適用除外

第一種低層住居専用地域、風致地区、文化財等の敷地とその周辺  
広瀬川の清流を守る条例の環境保全区域、寺社の敷地  
自然公園・都市公園など（市長が指定する区域除く）  
新幹線や高速道路とその両側500m、JR線 など

11



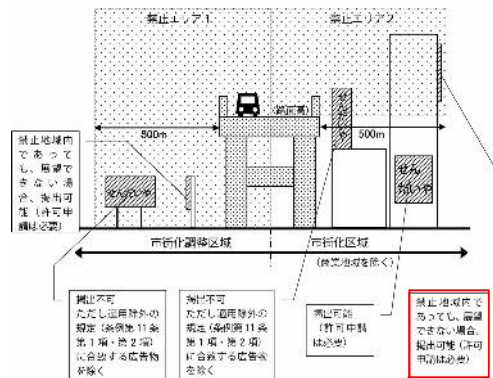
## 5. 意見をいただく内容

### ④ 許可基準の運用や禁止地域の取扱いの検討

(課題となっている事案)

新幹線や高速道路から展望できる地域 (= 禁止地域) の取扱い

- ・ 新幹線や高速道路から500mの範囲（市街化区域は路面高さ以上）が禁止地域  
※商業地域は除く
- ・ 市街化区域は平成14年の改正で禁止地域となり、既存不適格物件は、最長20年の経過措置を設ける



自然地形の遮蔽や建物裏面など  
のみが展望できないと取扱い

12

## 5. 意見をいただく内容

### ④ 許可基準の運用や禁止地域の取扱いの検討

課題：範囲内の広告物がほぼ全て制限されるため、

特に市街化区域※では以下の課題がある

⇒「展望できないもの」の取扱いの整理が必要

- ・ 建物や工作物等で明らかに見えなくても制限
- ・ 遠方であり、新幹線や高速道路ではなく、一般道に対して見せている広告物も制限（表示内容は新幹線等から判別できない）
- ・ 設置場所と路面高さの差がない場合、必要な自家用広告物もほとんど出せない（電柱広告など新幹線等から見えない小規模な自家用以外の広告物も制限）

※二種住居、近隣商業地域、準工業地域などは、  
比較的規模の大きい商業施設や高さのある建物が可能

13

## 5. 意見をいただく内容

### ④ 許可基準の運用や禁止地域の取扱いの検討

建物や工作物等で見えない事例（+路面高さとの差がない事例）



←500mの範囲は、高速道路に対して見せていなくても、合計7mまで



敷地からは、建物などがあって  
高速道路が確認できない→  
= 高速道路から見えない

14

## 5. 意見をいただく内容

### ④ 許可基準の運用や禁止地域の取扱いの検討

遠方にあり明らかに見えない事例（+路面高さとの差も小さい）



15

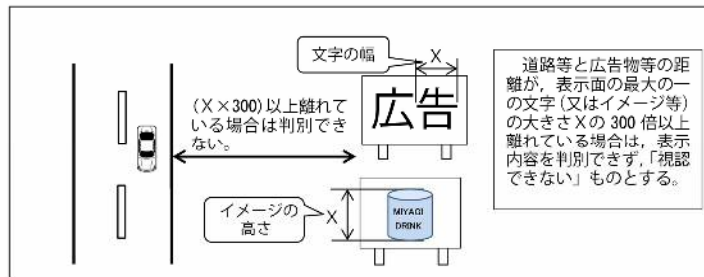
## 5. 意見をいただく内容

### ④ 許可基準の運用や禁止地域の取扱いの検討

取扱いの事例（宮城県の場合）



一時的なもの以外の障害物で見えない場合展望できないものとする



広告物との距離が一つの文字の大きさの300倍以上離れている場合は、展望できないものとする

16

## 6. 今後の予定

- ・ **禁止地域を見直す都市公園等**は、整備が進み利用も始まっている  
「荒井東1号公園」、観光地としての実態とあわない「作並温泉」を中心に、まずは検討を進めていく  
※荒井東1号公園は年度内（1月頃）までに整理を目指す  
※作並温泉は9月後半から温泉組合との話し合いに入る予定
- ・ **禁止地域の取扱いの検討**は、課題の多い「新幹線や高速道路から展望できる地域」について、宮城県の取扱いも参考にしながら、早急に検討を進めていく  
※年度内（1月頃）までの整理を目指す
- ・ 部会は11月頃と1月末頃に開催予定

17

## 平成 28 年度市政モニターアンケート 「屋外広告物に関する意識調査」調査結果報告書

### 1. 調査概要

#### (1) 目的

市民の仙台市の街並みに対する印象や、どのような屋外広告物を良いと感じているかなどを調査することで、屋外広告物景観に関する今後の具体の施策を検討するにあたっての基礎資料とする。

#### (2) 調査時期

平成 28 年 10 月

#### (3) 回答状況

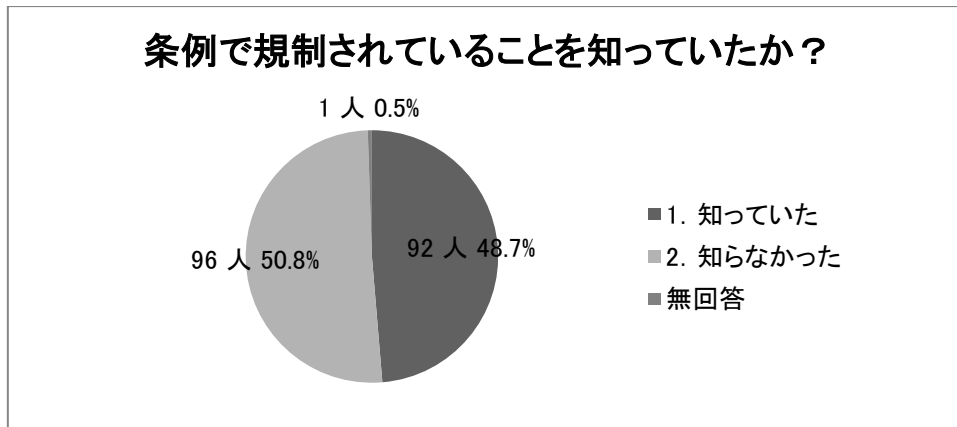
モニター 200 名中 189 名から回答 (94.5%)

#### (4) 調査項目

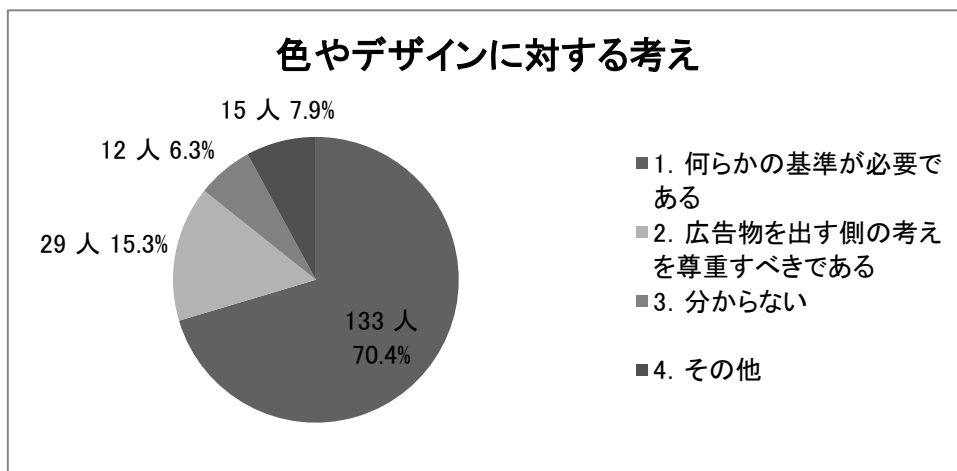
- 基本情報 (性別, 年代, 居住区)
- 屋外広告物に関する施策について
  - －屋外広告物が条例で規制されていることを知っていたか？
  - －屋外広告物の色やデザインなどに関して、あなたの考えに近いのは？
- 魅力的な屋外広告物の誘導について
  - －2つの写真を見比べて良いと思う写真は？ (全8問)
- 特定エリア (仙台駅西口・定禅寺通・国分町・秋保温泉・作並温泉) における屋外広告物の印象について
  - －エリアを訪れる頻度は？
  - －エリアの景観の印象は？
  - －エリアの屋外広告物のデザイン・内容に対する印象は？
  - －エリアの屋外広告物の量に対する印象は？
  - －エリア内で目に留める・留めると思う屋外広告物の種類は？
  - －エリアに相応しい屋外広告物を考える上で重要と思う要素は？
- 仙台市を象徴する風景について
  - －仙台市を象徴する景観として連想する風景は？

## 2. 各設問の集計結果

### 2-1. 屋外広告物に関する施策について



条例による規制は市政モニター回答者の間で約半数が知っていた。



「何らかの基準が必要」と考える回答が多かった。

#### ～具体的記述～

##### 制限に対する肯定的意見：

- ・ 景観を守る必要のある場所に限り、制限を設けるべきと感じます。
- ・ 色やデザイン等に関しては、場所により色やデザインなどの基準も必要ではないかと思う。(景観などに配慮の必要性)
- ・ 景観に配慮し制限を設けるのであれば、ユニバーサルデザインにも配慮すべきではないかと思います。
- ・ 目立てば良いとばかりのインパクトでイメージダウンを感じる広告は、やはりダメージになるシアウトにするべき。

##### 制限に対する否定的意見：

- ・ 周辺の景観を損なわない事を前提ならば特に基準を設ける必要は無いと思います。
- ・ 設置場所と周りの環境に大きな違和感がなければ、特に基準は設けなくても良い。

## 2-2. 魅力的な屋外広告物の誘導について

### 2-2-1. 各設問の集計結果について

#### (1) 屋上広告物の有無について

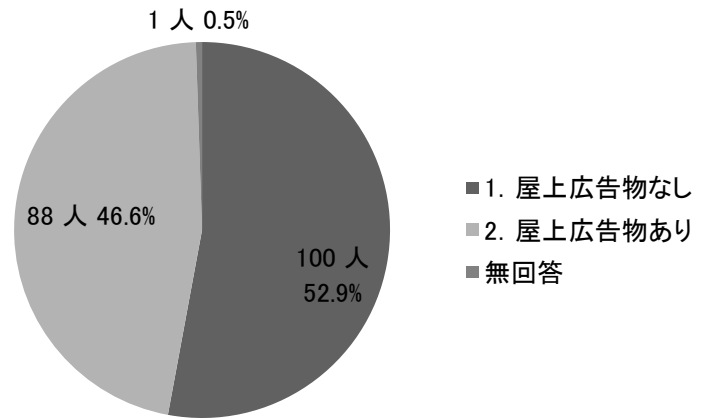
1.



2.



#### 屋上広告物の有無について



設問のケースでは、屋上広告物がない方が良いとの回答と、ある方が良いとの回答が、ほぼ同数であった。駅前の商業地ということもあり、屋上広告物があることに対して、否定的でない意見も相当あったものと推察される。

#### (2) 建物上部の窓面の広告物の有無について

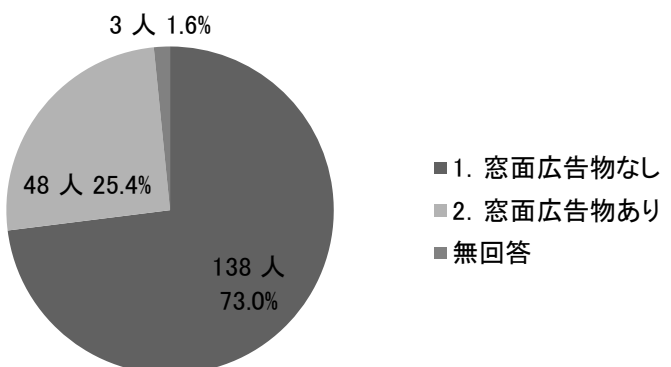
1.



2.



#### 建物上部の窓面広告物の有無について



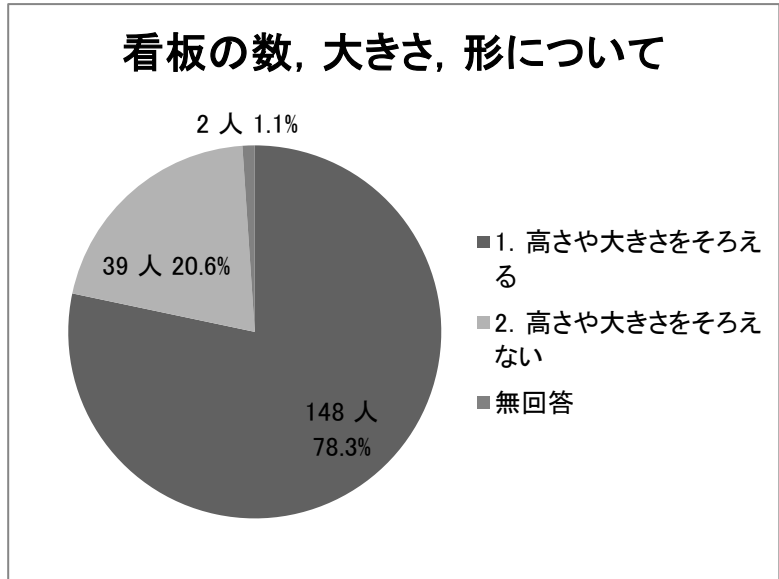
窓面広告物がない方が良いとの回答が大半を占めた。

(3) 看板の数, および大きさ・形について

1.



2.



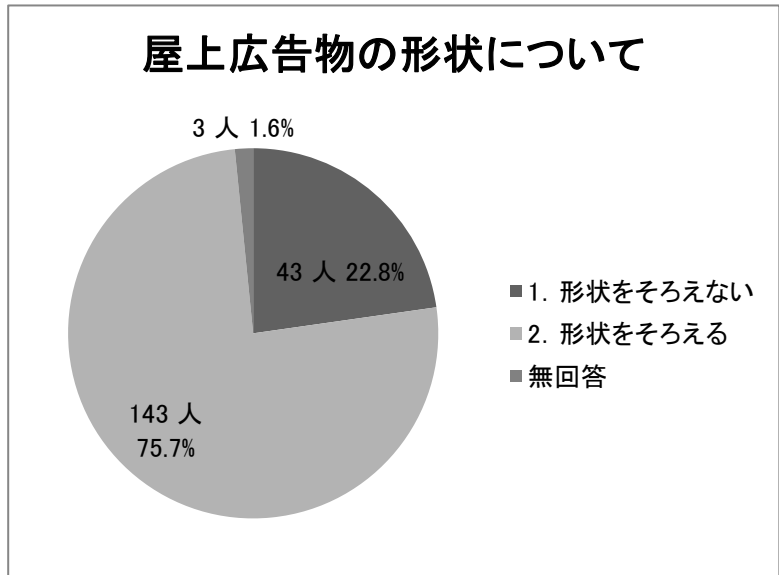
複数の看板が並んで設置されるような場合は、高さや大きさがそろっている方が良いとの回答が大半を占めた。

(4) 屋上広告物の形状について

1.



2.



形状をそろえた方が良いとの回答が大半を占めた。

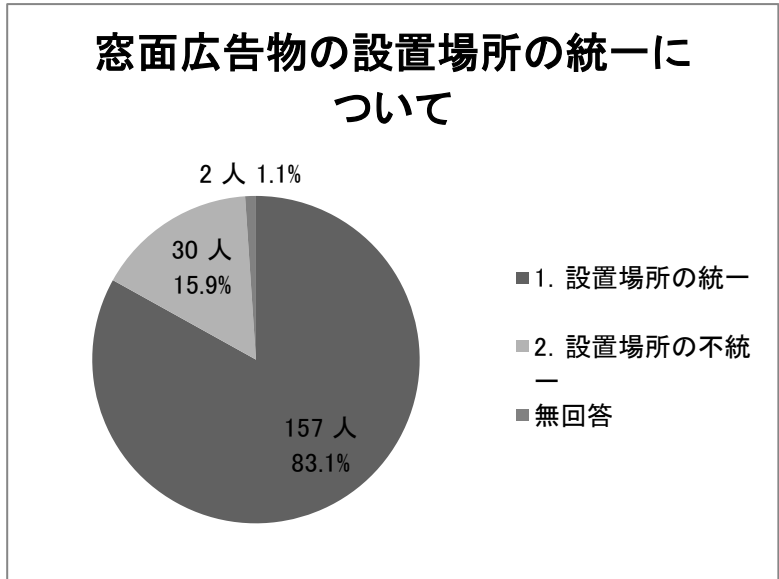
(1) の設問と比較すると、広告物の有無に関しては意見が同じくらいに分かれたのに対し、形状をそろえる事についてはより賛同する回答者が多い傾向が見られたと言える。場所により広告物は必要であっても、周囲とのバランスなどの配慮も重視していると推察される。

(5) 窓面の広告物の設置場所の統一について

1.



2.



設置場所を統一した方が良いとの回答が大半を占めた。

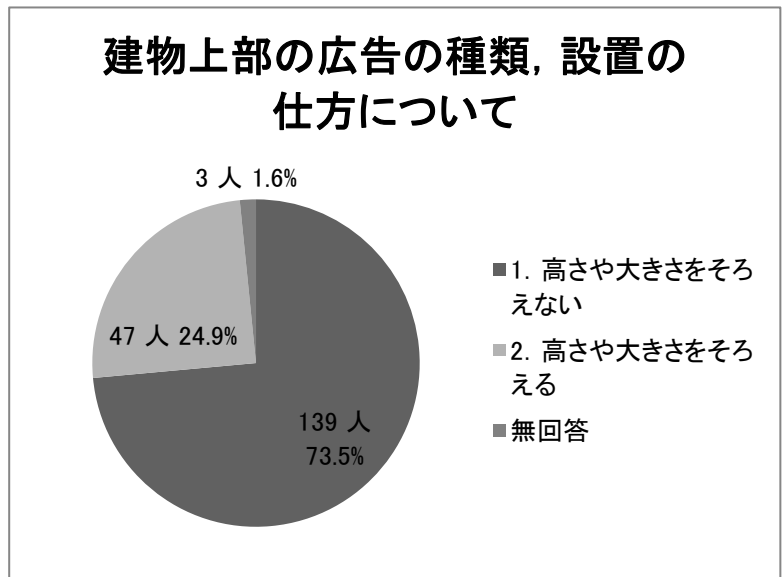
(2) の窓面広告物の有無に関する設問と比較すると、窓貼広告物が完全に無い状態より、設置場所を統一した状態の方に、より賛同する回答者が多くなった(73.0%→83.1%)。広告物の有無より、広告物の配置バランスを重視している傾向にある。

(6) 建物上部における屋外広告物の種類、設置の仕方について

1.



2.



高さや大きさをそろえない方が良いとの回答が大半を占めた。

2.の写真を 1.と比較すると、右から 2 つ目の建物の屋上看板がなくなり、代わりに左隣の壁面看板が設置され高さをそろえた形だが、高さを揃えたことより屋上看板がなくなったことに対し、駅前の商業地として違和感を感じた回答者が多かったものと推察される。

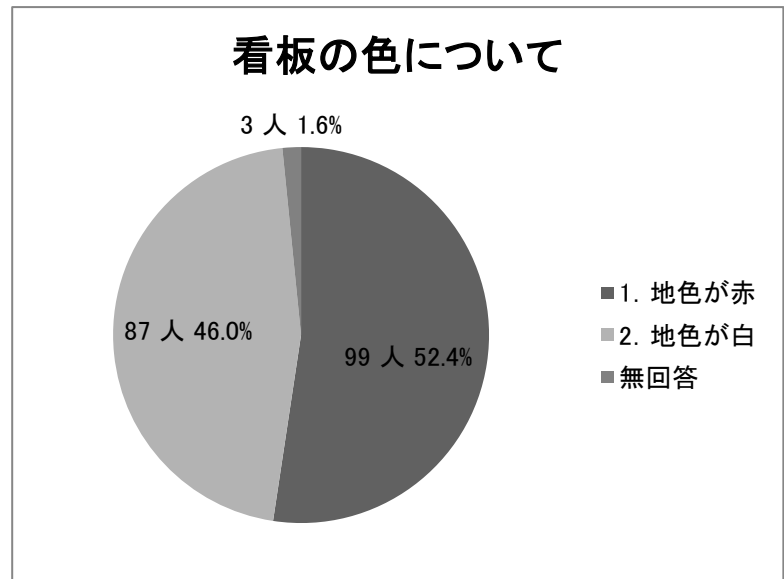


(7) 看板の色について

1.



2.



両者の回答にほとんど差はなかった。

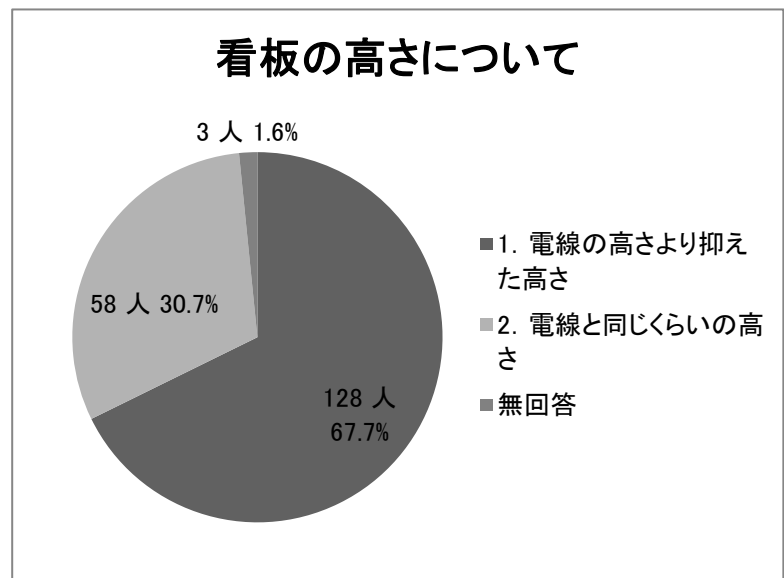
今回は右端の写真のみ地色を変更したので、隣接する看板との調和に差が見受けられず、むしろかえって目立ってしまったことから、意見が分かれたものと思われる。

(8) 看板の高さについて

1.



2.



高さを抑えた方が良いとの回答がより多くを占めた。

背景の山など見通しを確保したことに好感を持った回答者が多かったものと推測される。

## 2-2-2. 比較評価に関する結果分析のまとめ

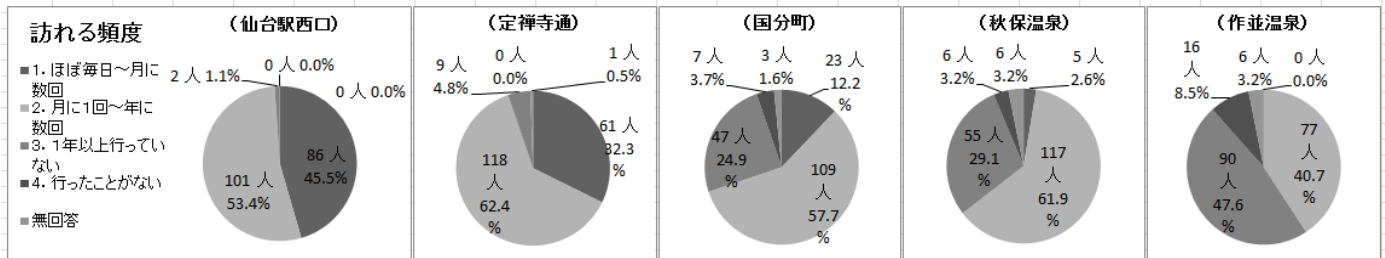
- 乱雑な状態で掲出されている屋外広告物の改善を検討する上で、単純に屋外広告物を撤去するより、周辺との調和や統一感を重視した配置・デザインとした方が、より評価が高い。
- 屋外広告物の色や数については、その場所の特性や周囲のバランスにも影響されることが多いと考えられる。
- 個々の屋外広告物について変更しただけでは、必ずしもより良い印象評価に結び付かない。景観としての全体の調和・バランスが、より重要と考えられる。

### 2-3. 特定エリアにおける屋外広告物の印象について（地域別考察）

より良い広告物の誘導を図る上では、広告物が出されるエリアごとに特性を踏まえた指針を定めることが、効果的かつ重要であると考え、仙台を代表する、または特徴のある地域・地区として、「仙台駅西口」「定禅寺通」「国分町」「秋保温泉」「作並温泉」を選び、各エリアの景観および屋外広告物に対する印象について尋ねた。

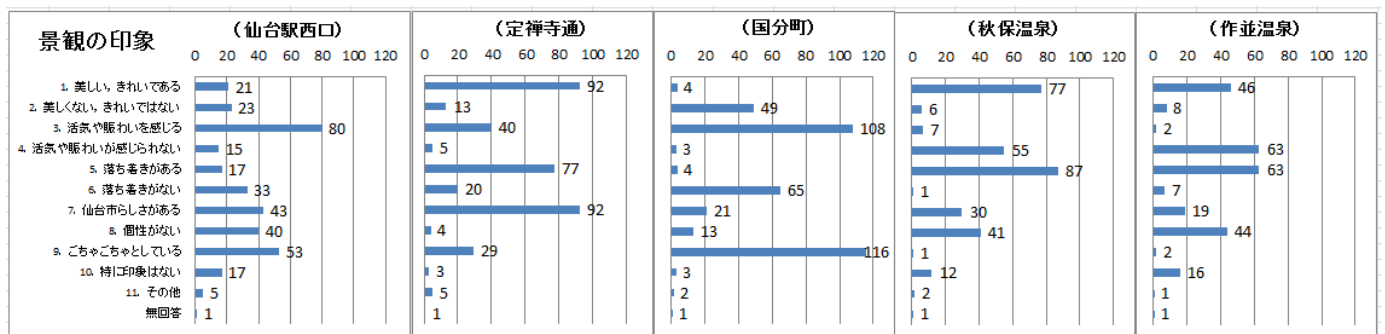
#### （1）エリアを訪れる頻度について

まず、回答者に対して、各エリアをどの程度の頻度で訪れているかを尋ねた。



#### （2）景観の印象について

次に、各エリアの景観の印象について尋ねた。



仙台駅西口は「活気や賑わいを感じる」

定禅寺通は「美しい、きれい」「落ち着きがある」「仙台市らしさがある」

国分町は「活気や賑わいを感じる」「ごちゃごちゃとしている」

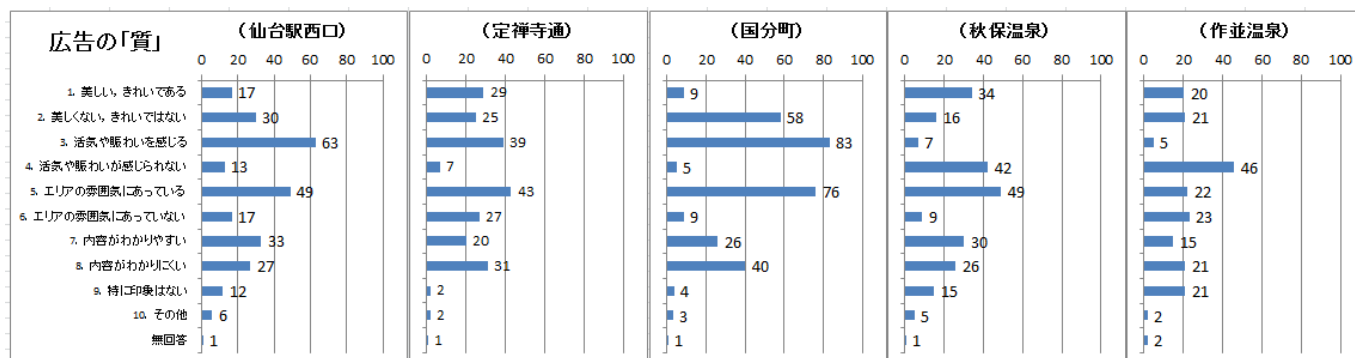
秋保温泉は「美しい、きれい」「落ち着きがある」

作並温泉は「活気や賑わいを感じられない」「落ち着きがある」

との回答が多かった。

### (3) 屋外広告物の「質」(デザインや内容)に関する印象について

次に、各エリアにおける屋外広告物のデザインや内容と言った「質」についてどう思うか尋ねた。



仙台駅西口は「活気や賑わいを感じる」「エリアの雰囲気にあっている」の回答が多かったが、美しさに関しては否定的な回答の方が多かった。

定禅寺通は「エリアの雰囲気にあっている」など肯定的な意見が多かったが、わかりやすさについては、「わかりにくい」という回答が多かった。

国分町は「活気や賑わいを感じる」「エリアの雰囲気にあっている」という回答だけでなく、「美しくない, きれいでない」といった回答も多かった。

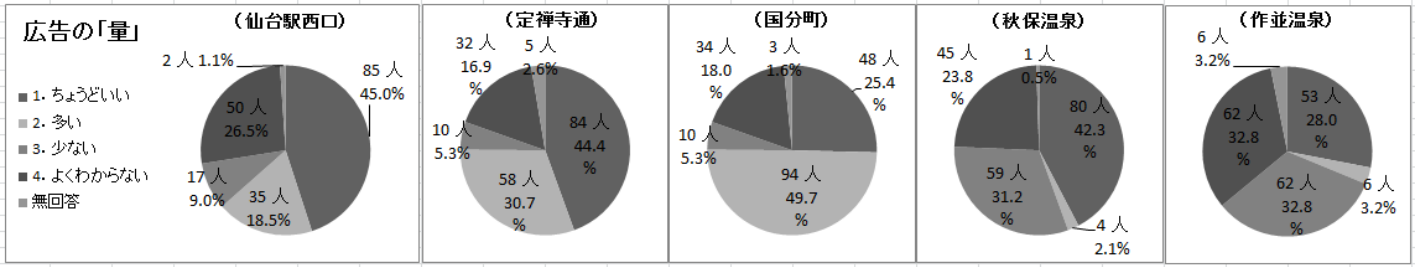
秋保温泉は「エリアの雰囲気にあっている」「美しい, きれいである」という回答が多い一方、「活気や賑わいが感じられない」という回答も多かった。

作並温泉は「活気や賑わいが感じられない」が特に多く、それ以外の回答は特に多くならなかった。

いずれのエリアにおいても、「エリアの雰囲気にあっている」との回答が多い傾向であり、そのエリアの景観に対する印象とも一致している様子が見られる。

一方で、例えば定禅寺通エリアにおいて、景観に対する印象は「美しい, きれいである」に回答が多かったのに対し、屋外広告物の印象は「美しい, きれいである」への回答がさほど多くない、作並温泉エリアにおいて、景観・屋外広告物いずれにおいても「活気や賑わいが感じられない」の回答が多いといったこともあり、屋外広告物の印象を高めることにより、当該エリアの景観への印象をも高められる余地があると言える。

(4) 屋外広告物の「量」(数や大きさ)に対する印象について



仙台駅西口, 定禅寺通, 秋保温泉は「ちょうどいい」

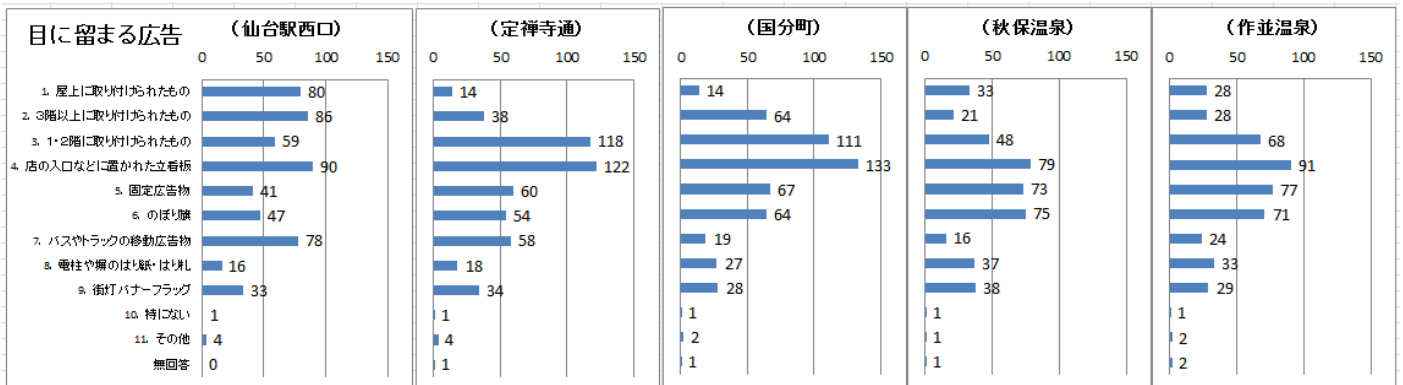
国分町 は「多い」

作並温泉 は「少ない」および「よく分からない」

との回答が多かった。

(5) 歩いていたら目に留める(と思う)屋外広告物の種類について

各エリアを歩いていたら, どのような種類の屋外広告物に目を留めるか・又は目に留めるとするか, 種類別に尋ねた。



仙台駅西口は「屋上」「3階以上」「店の入口」「移動広告物」

定禅寺通・国分町 は「1・2階」「店の入口」

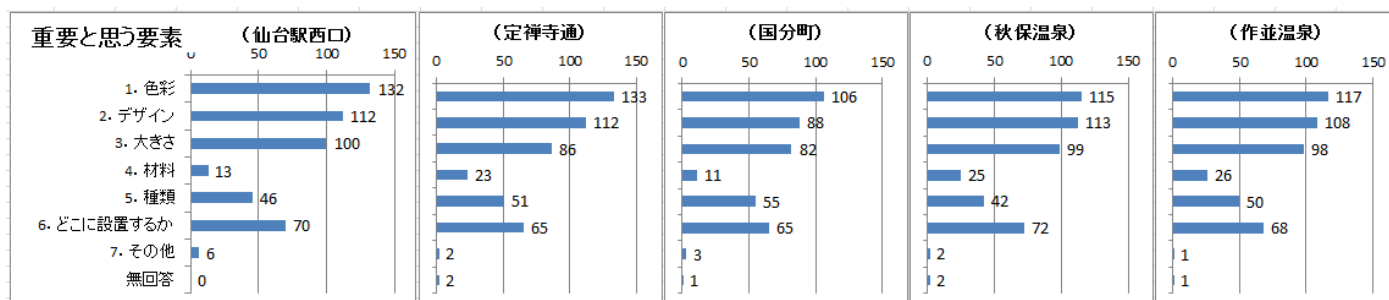
秋保・作並温泉 は「店の入口」「固定広告物(路上の大型看板)」「のぼり旗」

との回答が多かった。

いずれのエリアにおいても, 歩行者にとって最も自然に視界に入るであろう「店の入口」に対する回答が多かったほか, 仙台駅西口はペDESTリアンデッキに面し上空を見通せる, 定禅寺通はケヤキにより建物上部の視界が遮られるなど, 地域の特性に応じて目に留まる広告物の種類が別れる結果となっている。

## (6) エリアにふさわしい広告物を考える上で、重要と思う要素について

「色彩」「デザイン」等の項目を選択（複数選択可）により、各エリアにふさわしい広告物を考える上で、重要と思う要素について尋ねた。



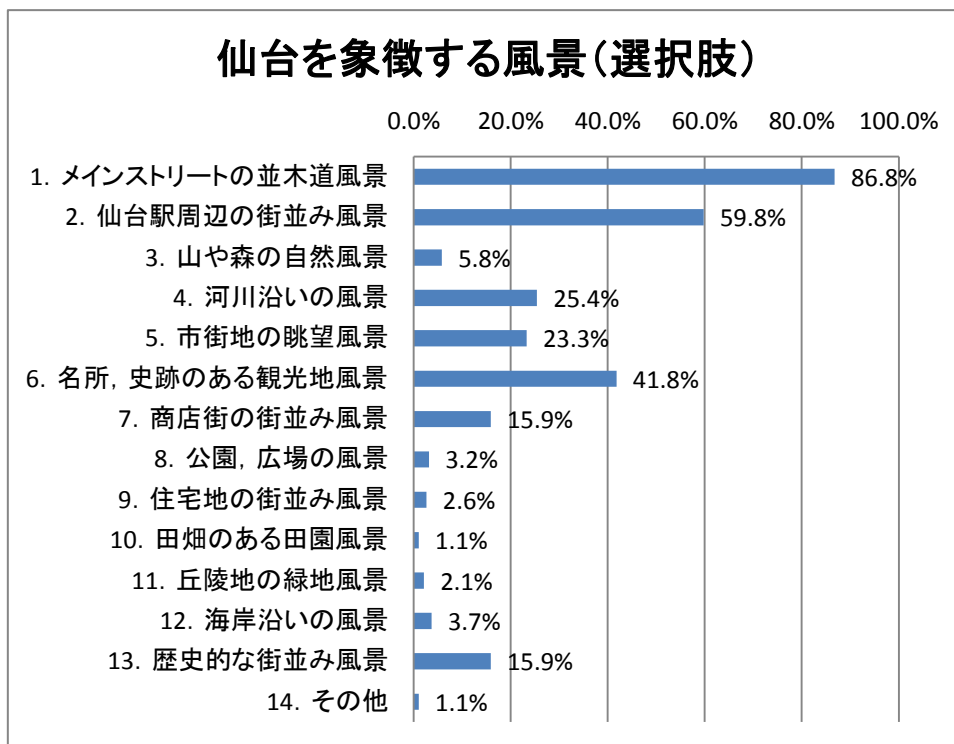
「色彩」「デザイン」「大きさ」に対する回答が集中し、エリア別での回答傾向の差は見られなかった。また、その他の意見として、「統一感」を挙げる回答が複数あった。

### 2-3-6. 特定エリアにおける屋外広告物の印象に関する結果分析のまとめ

- エリアにおける屋外広告物のデザインなど「質」に関する印象については、そのエリアの景観に対する印象と、概ね一致した印象を持っている傾向が見られた。
- 目を留めると思われる屋外広告物の種類については、エリアに関係なく建物の低層階や店の入口などのものに目を留めると思われる傾向が見られたほか、開けたデッキ空間がある仙台駅西口エリア、ケヤキ並木の定禅寺通エリアでは、各エリア特有の傾向が見られた。
- 屋外広告物で重要だと思える要素に関しては、「色彩」「デザイン」「大きさ」を挙げる回答が多かった一方、エリア別の傾向は見受けられなかった。

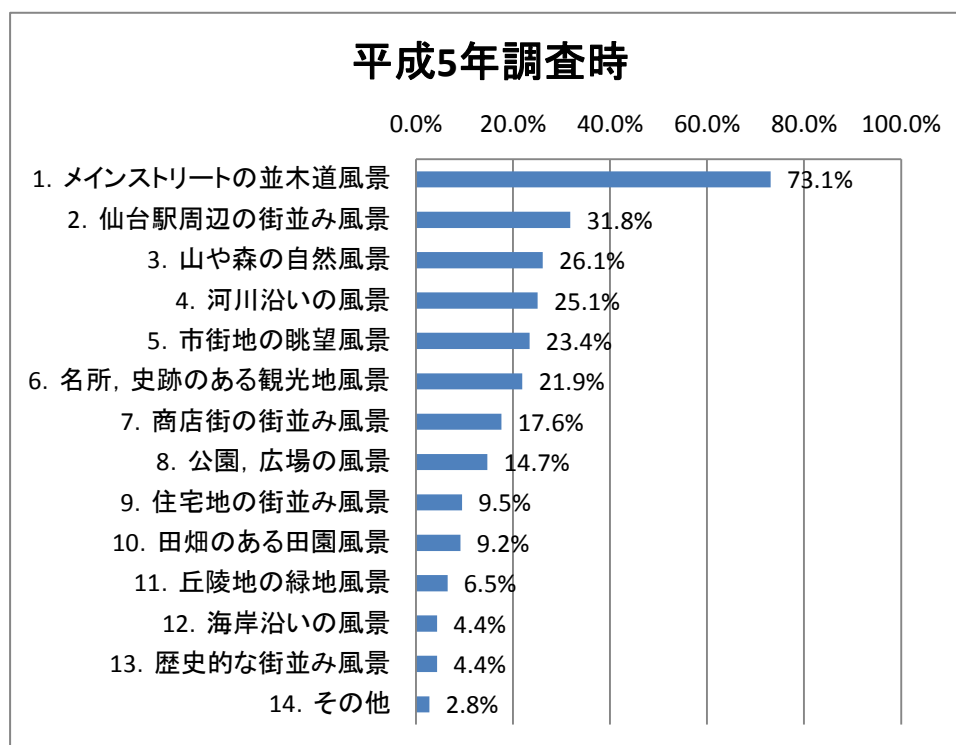
## 2-4. 仙台を象徴する風景について

仙台を象徴する風景について、「その他（記述）」を含めて14の選択肢の中から、3つを選ぶ形で回答を求めたところ、下図のような集計結果となった。



「メインストリートの並木道風景」が最も多く、次いで「仙台駅周辺の街並み風景」、「名所、史跡のある観光地風景」となった。

ちなみに、平成5年に実施したアンケート調査(20歳以上の市内居住者5,000名を無作為抽出し、2,264名から回答を受け集計)でも、同じ質問を実施している。その際の調査結果を下図に示す。



回答者の抽出方法や年代属性などに差があるため単純に比較はできないが、約20年前と比べると、仙台市を代表する風景として「メインストリートの並木道風景」をあげる回答が最も多いことは変わっていない。一方、「駅前の街並み風景」、「名所、史跡のある観光地風景」をあげる回答は増加し、河川沿いの風景を除いて、山や森、公園・広場、田園などの自然風景をあげる回答は減っている。

また、具体的な場所が思いつく場合に、記述による回答を求めたところ、回答数が多かった順では以下のような集計結果となった。

上位10カ所 (右側数字は回答数)		
1	定禅寺通	72
2	仙台城址 (仙台城跡, 青葉城址)	44
3	広瀬川	29
4	仙台駅前	20
5	青葉通	8
6	アーケード商店街	7
7	青葉山	5
8	秋保温泉	4
9	中心市街地の高層ビル群	4
10	宮城野通	3

平成5年度に設けた、同様の質問における結果を、次ページに示す。



上位 10 ヲ所 (右側数字は回答数)		
1	定禅寺通	762
2	青葉通	563
3	広瀬川	481
4	青葉城址	301
5	一番町	198
6	ペDESTリアンデッキ	124
7	勾当台公園	115
8	台原森林公園	102
9	中央通	100
10	青葉城址からの眺め	98

平成5年と現在とで、最も多く挙げられた場所は「定禅寺通」であり、「広瀬川」も多く挙げられている一方、「青葉通」が激減している。

「仙台を象徴する風景」に関して、具体的記述 (回答が多かったもの以外) :

- ・ 上空から見た仙台の街並み (海と街と続く道)。震災があり光景も変わってはおりますが、飛行機の離陸・着陸時に、眼下に広がる光景はなかなかのものかと思ひます。
- ・ 新幹線で仙台に帰ってきたときに目に入る街の灯り。他県や隣エリアでは見ることの無い煌めきや都会的な安定感はキレイだと思ひます。活気と発展した街が一気に目の前に広がる感じがします。
- ・ 鹿落とし坂付近から見る、広瀬川と仙台市街地の全景。
- ・ 緑、杜と明確に何年も根付いている景観があるので、利便性を求めないエリアがあってもよいと思ひう。
- ・ 広瀬川の内側(川内地区) ではできるだけ歴史的・文化的・自然景観を保つために配慮してください。
- ・ 上杉通りの銀杏並木は季節によって綺麗。
- ・ 泉パークタウンをはじめ民間が手がけて、各種条件や規制を敷いている街が、他県の方から素敵であるといわれる場所です。そんなベッドタウンが素敵な風景を連想します。
- ・ 地下鉄大町駅から大橋の方面からの眺め
- ・ 中山の観音像。新幹線から見え、県外の人にも言つてわかる景色 (以前はその近くに住んでいたの)
- ・ 国見ヶ丘 5 丁目から北を見ると海が見える風景
- ・ 薬師寺周辺
- ・ 仙台港方面に行く産業道路の橋から七北田川が海や山が見える所。
- ・ 仙台藩を守つた寺町 (新寺小路付近や北山付近)
- ・ 太白山と蕃山一帯
- ・ 三神峯公園 (桜がきれいで毎年県外から来る友人に喜ばれる)
- ・ 博物館仙台国際センター周辺
- ・ 泉区に住んでいるので泉中央駅周辺・七北田公園
- ・ 二高や美術館の周辺
- ・ 地下鉄泉中央駅二階のデッキ (緑が多く季節ごとに花が植えられている)
- ・ 青葉山東北大植物園
- ・ 榴岡公園の枝垂桜

## 2-5. 屋外広告物全般に関して気になることに関する自由記述（抜粋）

### 仙台らしさに対する意見：

- ・仙台市も、観光地においては、看板の色などを統一したほうがいいのではと思う。地味すぎるのも寂しい気はするが、観光者にとって看板は印象に残るものなので、「これは仙台」と感じられるデザイン、色彩が望まれる。
- ・杜の都をイメージさせられるようケヤキ並木の緑を邪魔しない、景観を元にした決まり事があると良い。よく目にする企業カラーも仙台限定カラーを定めることで特別感が増すのではないかと思う。
- ・規制も大切だが、仙台市のイメージが市民内に確立されていないと感じる。例えば神戸や東京の一部では、はっきりと「その街が目指す景観」が伝わるし、市民や全国的にブランドイメージとして受け入れられている。ブランドイメージの方向性をもって広告を誘導していくなら効果的だが、単に看板が小さい方がいい、派手でない方がいいという一般的な（全国誰でも言いそうな）規準なら規制をしない方がいいと思う。

### デザインや色などの調和，統一感に関する意見：

- ・色・デザイン・大きさにある程度規定を設けて統一した方がスッキリして良いのではないかと思います。活気は感じられますが、落ち着きも必要ではないでしょうか。本当は、看板等は最小限にしてイギリスのような趣のある市になってほしいというのが願いです。
- ・街中の広告物を統一する考えはとても良いと思います。例えばジャニーズの嵐が来仙した時に駅の広告を全て嵐にするとか、統一性を持つとより魅力のある街になると思います。
- ・もし、杜の都というブランド（価値）を意識する（させたい）ならば、屋外広告物に対して条例をつくり（例えば、モスグリーンを基調とした広告にするなど）街並みの統一感を出した方が美しいと思う。ごちゃごちゃした広告ばかりの無法地帯だと観光客の印象は悪いと思う。

### 目印としての屋外広告物：

- ・広告物で目的地が探す事が出来るので助かる事がある。
- ・広告を見ることによって場所が分かったりしています。楽しく思うことも多々あります。入口ですと歩いて邪魔に感じることもあります。道路そばの高い広告は目印になりますし探す時楽です。
- ・郊外については、緑や土の色を邪魔しない色使いと一目で分かりやすい施設などの案内板が観光案内にも役立つと思います。

### 印象の良い景観，屋外広告物に関する意見：

- ・街中の視力検査のものは面白いと思っていた。
- ・時々ユーモアのある広告物などがあると嬉しくなります。歴史などに絡めて「なるほど！」という広告物が増えると観光客の方々も、ますます仙台を楽しめて思い出に残ると思います。

### 印象の悪い景観，屋外広告物に関する意見：

- ・過度な広告は、景観を損なう場合もあるので今後検討が必要かと思う。
- ・広告の車（電飾、音量など）が街の景観にあってないと感じている

- ・ 高いビルの屋上の広告は歩いている人からはあまり見えないのであまり効果が感じられません。むしろ景観的にごちゃごちゃした印象を与えるのではないかと思います。
- ・ 原色の氾濫は如何なものでしょうか。杜の都仙台を落ち着いた、洗練されたイメージを持てるように、カラーを決め彩度で変化をつけられないのかしらと思いました。
- ・ 屋外広告は店の名前と場所が分かれば良いと思う。〇〇% off などの細かい内容は見ているとあまり美しくはないのかなと思う。
- ・ 仙台ならではというより 大手の広告ばかり目につき、仙台か東京か大差ない感じがしていやだと思っています。風俗の車の宣伝車もやめてほしいといつも思います。
- ・ 閉店した店の看板などそのままになっていることがたまにあるので、そのようなものは早く撤去してほしい。(看板があるとまだ営業していると思ってしまうので)

#### 屋外広告物の安全性に関する意見：

- ・ 強風時に立て看板が歩道に倒れているのを見かける事があります。店員は気づかない(テナントの2階以上の店ならなおさら)ので倒れたまま放置されていたりと、歩行時に障害となっていますので設置時は倒れないように指導してほしいです。
- ・ 古い広告塔は危ないので、定期的な検査が必要だと思う。風で飛んだり上から落ちたりしたらと想像してしまいます。

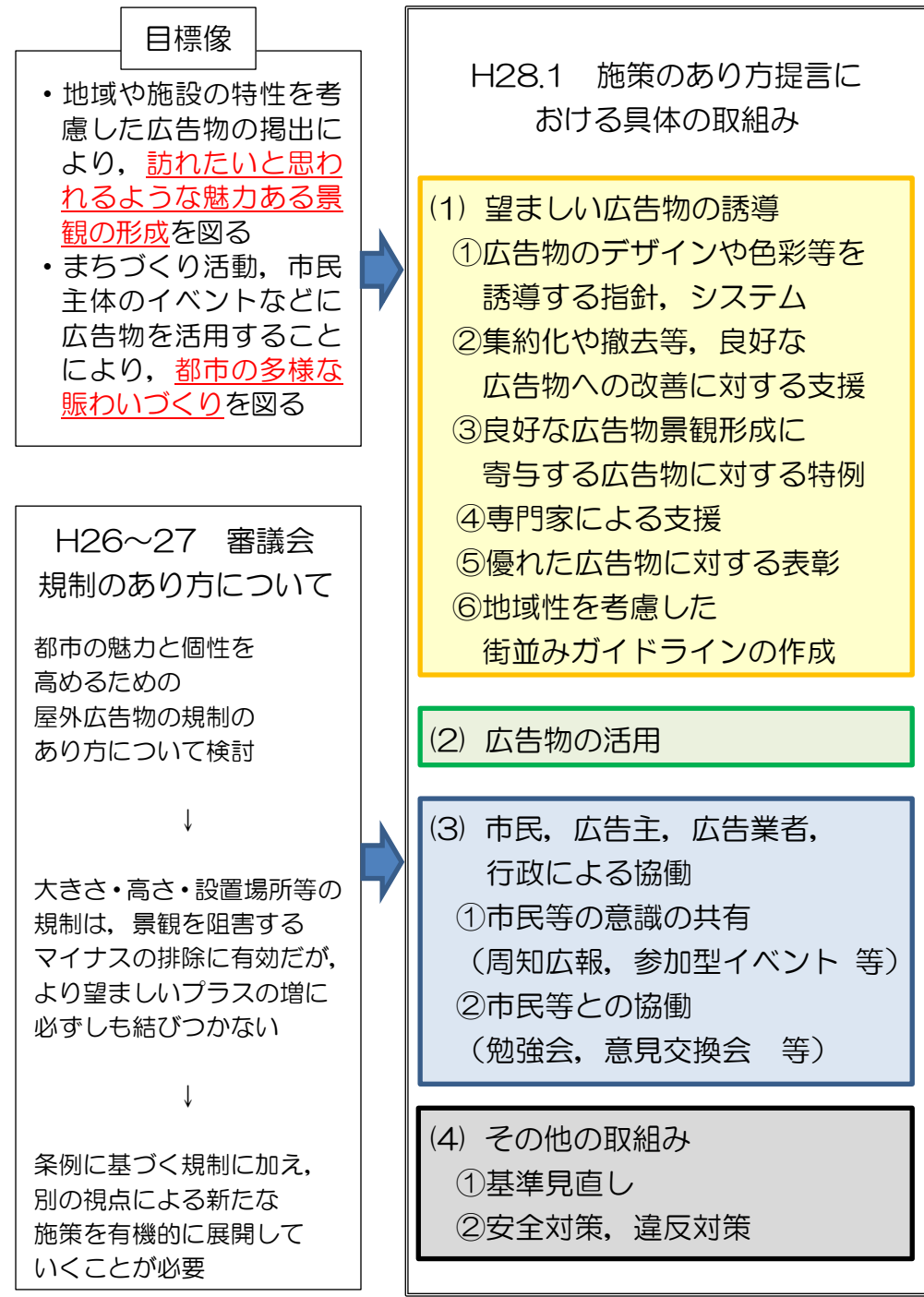
#### 行政の規制, 対応, 関わり方に関する意見など：

- ・ 良い印象を持たれた観光客は必ずリピーターになります。私自身がそうです。観光県・観光都市として発展しつつある今、行政側からの積極的な指導を期待します。
- ・ 原則として、広告の設置場所、色やデザインなどについては、設置する企業の自律的な判断に委ねられるべきであって、行政が過度な規制をするべきではないと考える。但し、往來に危険を生ぜしめるおそれのあるものや、周囲(辺)の街並みに鑑みて著しく景観や風紀を損ねるようなものは、公共の利益のため制限を受けることもやむを得ない。それでも広告もその街の活気や賑わいを徴表する大きな要素であるから、行政が斉一を図ろうとすべきではない。

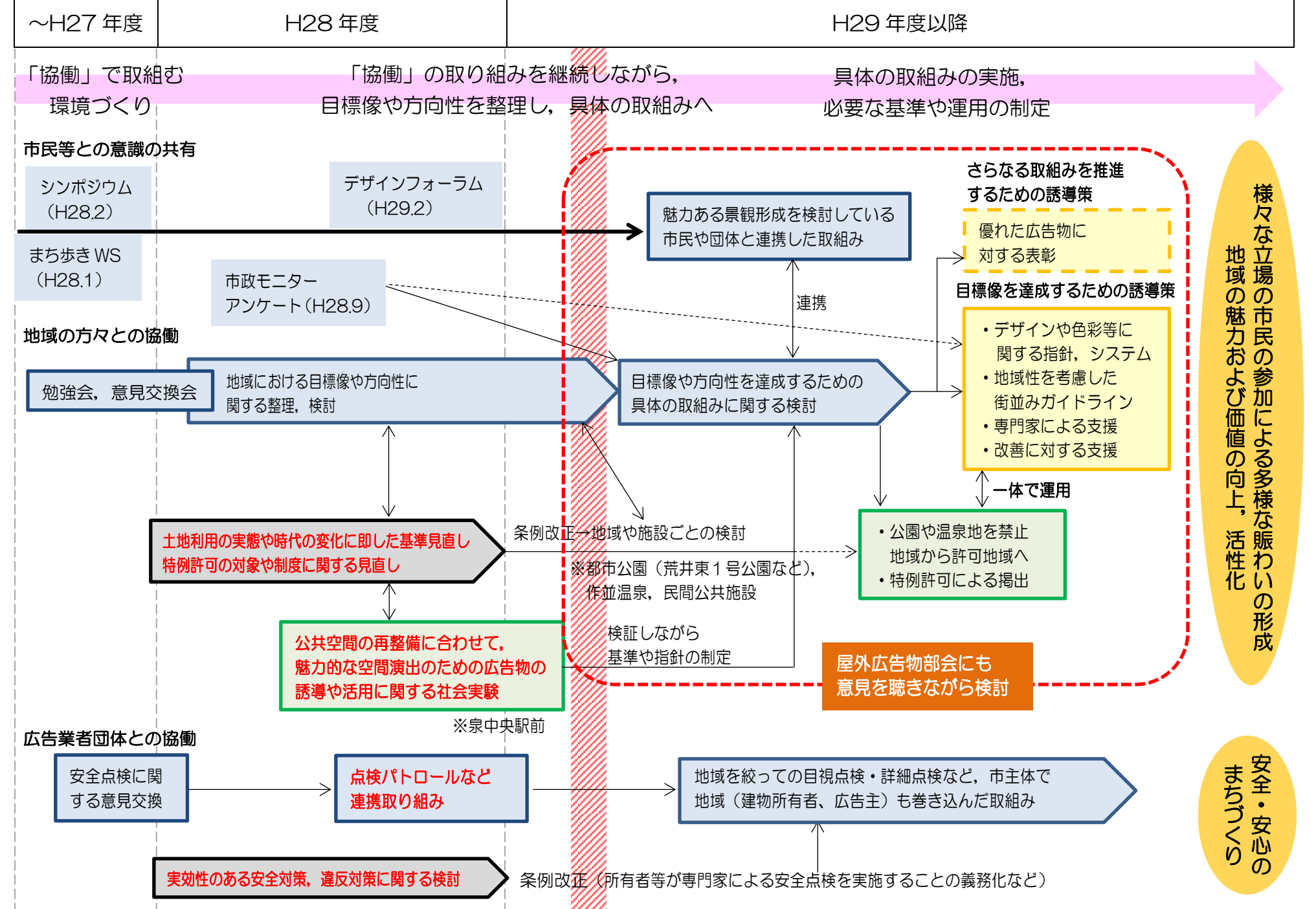
#### その他, 景観・屋外広告物に関する意見・提案・感想など：

- ・ 海外旅行で感じることは屋外広告物が規制されているため景観の素晴らしさに感動します。しかし、それは長い歴史があるようです。仙台も50年先を見据えて考えるべきと思います。
- ・ 美しく統一された街の景観づくりのために、個々の企業が行う営業広告の内容やデザインについて、官による統制ができるものなんでしょうか。他の街や国の事例があれば知りたいと思いました。
- ・ 特に気に留めていませんでしたが、配置や色彩で相当印象が変わると感じました。広告物は多いとは思いますが、樹木等自然も多いのでバランスが良いと思います。色合いが過剰に感じられるものの中にはありますが時代や個人の捉え方の程度だと思います。
- ・ 仙台市バス、動く広告塔だと常に目に留まっています。上仙したころは何と言っても大きくはっきりしたものが目に留まりました。近年は横文字の広告が多くなった。時代の推移を感じています。

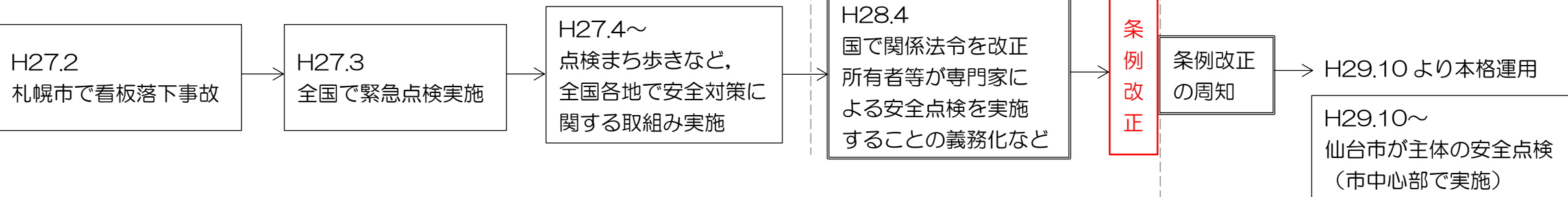
○審議会での検討～提言まで



○提言後スケジュール



○安全対策に関する動向



- ・ 具体的取組みを実施する上で課題となる部分を中心に、条例改正済
- ・ 禁止地域については、関係者と議論し、方向性が整理された段階で、許可地域へ移行