

第10回安曇野市景観審議会 会議概要

- 1 審議会名 第10回安曇野市景観審議会
- 2 日 時 平成23年9月1日(木) 午前10時00分から正午まで
- 3 会 場 安曇野市豊科総合支所 第2会議室
- 4 出席者 藤居委員、益山委員、岡江委員、森島委員、石田委員、田中委員、
川井委員、谷委員、古川委員、樫井委員、宮崎委員、唐澤委員
- 5 市側出席者 都市建設部：新家部長、建築住宅課：浅川課長、井口係長、矢淵主査
- 6 公開・非公開の別 公開
- 7 傍聴人 0人 記者 0人
- 8 会議概要作成年月日 平成23年9月12日

協 議 事 項 等

1. 次第

1. 開 会
2. あいさつ
3. 景観条例の運用状況の報告
4. 屋外広告物条例に関する検討
5. 今後の進め方
6. 閉 会

2. 提示資料

- 審議会資料29 安曇野市景観条例の運用状況
- 審議会資料30 屋外広告物実態調査のまとめ
- 審議会資料30(補足) **審議会資料30** 11p～16p貼付図の拡大版
- 審議会資料31 今後のスケジュール

3. 意見概要

- ・頂いたご意見のポイント
→意見への対応

(1) 景観条例の運用状況について

- ・エリア別の行為の届出件数は、地域ごとに特徴が出ているか。
→具体的な数値は把握していないが、特段、地域による違いはない。
- ・豊科、穂高の市街地エリア以外で件数が多いのであれば、条例の今後の運用方法を考えるべきではないか。
→景観計画のエリアは土地利用基本計画の区域ともリンクしているので、建築行為は、土地利用条例に基づく基準に沿って行われている。
- ・市外から来た人は、どのような流れで条例の手続きを知るのか。
→まず土地利用の関係で問合せがくる。またホームページ等で景観行政団体であることを事前に知っている場合もある。大方の事業者は、条例手続きの必要性を認識している。ただ、小規模な外観変更など建築確認が不要な行為において、手続きをせず行為着手していることを職員が現地確認した後に、手続きを促したという事例も数件あった。

- ・民間の建築確認はどの程度の割合か。また民間の場合、景観条例の運用上問題はないか。
- 昨年の建築確認は、市に500～600件、民間に100件くらい出されている。民間の検査機関等には、条例手続きの必要性を事前に周知してあったので、運用段階で、大きな混乱はなかった。

(2) 屋外広告物条例に関する今後の検討について

① 方向性の明確化

- ・ 今回の調査結果をもとに、市としての方向性を検討する必要がある。
- ・ よい悪いの絶対的な基準があるわけではないので、地域にあった方向性を出せるとよい。

② 広告物の必要性

- ・ 商業において、看板は絶対に必要。
- ・ 広告物をバンバンと派手にしていこうという考え方も必要。
- ・ 地域にあった広告物は観光資源にもなりうる。

③ 事業者の視点

- ・ 事業者の8割は、屋外広告物条例の存在を知らない。自分の敷地に広告物を設置して何が悪いのかと思う。
- ・ たとえ住民の声であっても、市場主義経済の中で広告物を抑制するのはいかなものか。

④ 観光客の視点

- ・ 看板規制のある道路で、観光客が観光施設の場所がわからずに迷っているケースもある。
- ・ 安曇野を訪れた観光客に他の街とは違う印象を与えることが大事。
- ・ 観光客の移動手段、移動経路、ビューポイントを踏まえて、広告物の実態やそれが観光体験に与える影響などを分析できるとよい。
- ・ わかりやすく、総合的な案内ができるように、観光地案内の地図と実際の標識を整合させ、統一化を図れるとよい。

⑤ 基本的な考え方

- ・ 規制よりも、秩序やよりよい方向に向かうようにすることが大事。
- ・ よりよい景色をつくることにウエイトをおいてはどうか。
- ・ 景観に調和すれば、特徴のある広告物があってもよい。
- ・ 現地に立ったときに、わかりやすい広告物のあり方を検討の基本路線におくべき。

⑥ 具体的な検討・配慮事項

- ・ 広告物の形態を絶対的な数値だけでなく、実際の視点や視野の中でのバランスを考慮することが大事。
- ・ 比較的表示面積の大きな屋上広告物や設置数の多い地上設置広告物に対する上手な規制が効果をもたらすのではないか。

- ・公共的なものと自己用のものとの区別はわかりにくいので、そうした区分にとらわれず、生活上の重要性に配慮する必要がある。
- ・広告物を全面的に抑制するのではなく、場所を限定して、独創性のあるものを奨励する制度も必要。
- ・模範を示す意味でも、公共団体の設置する広告物を規制対象に入れるべきではないか。
- ・景観づくり住民協定による看板デザインの共通化や設置の集合化が、地域の景観づくりにおいて効果を挙げている事例もある。

⑦適用除外の扱い

- ・道路標識や信号機についても検討する必要がある。
- ・県条例で適用除外としている自己用広告物が安曇野の景観に与えている影響もあるので、その扱いもポイントとなる。
- ・適用除外となっている道路標識の情報が多いために、民間の看板を大きくせざるを得ない状況がある。
- ・道路標識による眺望景観の阻害を野放しにして、民間の広告物を取り締まるのはいかなものか。
- ・オリンピックのときに信号柱や信号灯器の塗装が茶色に統一化されたが、最近は無塗装も多く、統一感にかける。
- ・豊科I.C.を安曇野I.C.に改称する動きがあるが、それを機に、道路標識の大きさやデザインを適切なものに替えていくことで、広告物の秩序化が図られるのではないか。

(3) その他

- ・屋外広告物条例の検討において、景観審議会はどのような立場・役割か。
→条例の中身の審議し、規制・誘導のあり方を検討する場となる。
- ・調査結果をまとめた資料の各部分をみる際に、全体構成の中での位置付けがわかりにくい。目次を入れたり、見出しを枝番にしたり工夫をして欲しい。

4. 議事要録

(1) 景観条例の運用状況について

- ・表3にある数字は、エリア別の申請件数は各地域の中で見ても、同じような比率か。違った特徴のある地域があるのか。(委員)
→具体的な数値で表していないが、感覚としては、特段、地域別の傾向が出てはいない。(事務局)
- ・正確な数字上の集計はないということか。ざっくり見て言っているだけか。豊科、穂高は元々都市機能が入っているが、そうではないところで、意外に違った傾向が出てくるとすれば、先々運用の仕方での注意すべき問題が出てくる気がした。(委員)
→このエリアは土地利用条例に基づく区域分けとリンクしている。土地利用条例では、田んぼの中の分譲住宅はなくそうという大前提があるので、既存市街・集落周辺への集約重視のまちづくりという中で、3辺接続等のルールをつくり、その中で対応している。建物を新築できる場所は、土地利用条例の中できちんと規制が図られている。具体的な数字は把握し

てないが、土地利用条例との関係からは、そのようなことは言える。(事務局)

- ・景観条例の運用の流れの認知度を伺いたい。一般の方が家を新築したいというときに、景観条例のパンフレットなどを事前に入手して、それを見ながら建築士と相談されるのか。安曇野市の外から来た人はどのような流れで条例の手続きをするか。(委員)

→まず土地利用条例による開発の関係で相談がくる。その際に、景観の届出を知らない方については、パンフレットを配付し、詳細な説明もしている。県外の業者の方もホームページ等を見て、安曇野市が景観行政団体であることを知っている場合もある。大体の方は届出の必要性を認識している。一方で、外観の変更、土地の造成など建築確認の必要ないものについては、知らずに行方を始めてしまっている場合もあり、職員が現地で確認する中で、届出の手続きを促した例も2、3件あった。豊科の市街化調整区域については、開発行為の申請が必要となるので、その際に景観届出の説明をしている。(事務局)

- ・県が建築確認している場合は問題ないと思うが、安曇野市の場合、民間の建築確認の割合はどのくらいあるのか。民間で建築確認を行う場合、景観届出の運用上で問題点はあるのか。(委員)

→具体的数値はきちんと把握していないが、昨年、市を通して住宅センターに上がった建築確認が500~600件。民間の検査機関に対しては、大体100件くらい出ているのではないと思う。景観条例は昨年9月の議決後、半年の周知期間を経て今年の4月に運用を開始し、民間の検査機関にも4月に職員が出向いて景観条例の内容を説明したり、関係者への説明会も開催してきたので、プロの方が窓口に来て慌てるということにはなかったと感じている。(事務局)

(2) 屋外広告物について

- ・素晴らしい調査結果で、びっくりするくらいの数値が出てきている。広告物の分布状況をみると、まちなかエリア以外にも広くくまなく色々な種類の広告物が分布していることが非常によくわかった。

この調査をもとにした考察として、一つは、観光客からの視点を加味した分析を加えて欲しい。例えば、観光客の移動経路を踏まえ、移動する際にどれだけ大きな広告物を目にし、それがどの程度観光経験に影響を与えるものなのか。安曇野市はビューポイントがたくさんあるので、そこに立ったときに、どのくらいの広告物があるのか。そうした点を踏まえた分析が必要ではないか。観光者の移動は、自家用やバス、自転車など移動手段によって、移動経路も様々で一概に言えないが、旅行者の移動経路が把握できれば、それをもとに、観光者の移動経路に伴う屋外広告物の現在状況というのがより一層わかるのではないか。安曇野に来た観光客が他とは違う街だという印象をより強く持たせることが大事。

また、広告物を全面的に抑制するのではなく、場所を決めて独創性のある広告物を奨励するような制度も将来考えてもよいのではないか。例えば、穂高駅に降りた観光客が散策する際に、穂高らしい広告物で創造の高いようなものは、新たな観光資源にもなるので、そうしたものを奨励する制度も今後つくっていただけるとよりよい。(委員)

- ・適用除外になっているサイン的なもの、道路標識なども含めて、そうしたものは対象となっていない。我々が生活の上で見ているのはどちらに何があるかという情報の方が多くて、だからこそ、民間の看板がどんどん大きくならざるを得ない状況がある。

豊科I.C.を安曇野I.C.に変えようという動きがあるが、そうになると、看板も替えなくてはいけなくなる。これはいいきっかけだと思うので、もしそうなった場合には、そうしたものを適切な大きさにし、とてもいいデザインに替えていくことをするのが、無秩序なものの整合性をとるための基準になる。

ざっと見てこんなに色んなものがあるんだよで終わって、解決策はここには出てきていないので、そのためには、これがいい悪いで規制かける以前に、安曇野市に秩序をつくる方法としては、道路標識をちゃんとつくるのが、市が今後指導していく上で、秩序正しくなっていくのではないか。ここに出てこなかったサインや標識を今後どうするのかという議論を外さずに考えていただきたい。(委員)

- ・今回の調査の内容については、自己用広告物の扱いがキーポイントではないか。県条例でも適用除外となっている中で、それでもかなりの部分の面積については大きな表示もある場合があり、それが安曇野の景観に影響を与えている面もある。

物件数に比較して平均面積が大きい屋上広告物と地上設置広告物が大きな割合を占めるので、それらをうまく規制していくことでより効果的になっていく。

今回の調査には入っていないが、サイン、信号、道路標識についても今後は検討する必要がある。とくにサインについては、豊里区は景観住民協定の中で個別のサインを集合させ、デザイン的にも共通させて効果を挙げている事例もある。今後その辺のところも是非検討していただきたい。

信号柱と道路標識についてだが、以前オリンピックの前後は、県が信号機の色をブラウンで塗装して統一感を図っていた経緯もある。ブラウンが必ずしもよいというわけではないが、最近は無塗装のものが非常に多く、統一感に欠ける。道路標識などは観光客から見るとインパクトがあるので、その辺の統一化についても検討して欲しい。(委員)

- ・この先、条例としてどういう方向にガイドしていきたいかということ考えたときに、公共の案内標識について、観光客などが外部から来たとき、カーナビがあっても現地で景観を見たときに照合できにくい状況が多い。したがって、まちなかに表現の仕方を統一した地域のガイドマップ(数百m単位のもの5kmくらいの範囲のもの)を置いて、どちらに何があるのか、案内する人も来訪者も頭の整理ができるようにして欲しい。地図と実際の標識の統一性があるって非常にわかりやすいというトータルなガイドの仕方を背景に置いて、個々のものが極端な形態にしなくても、結果的にわかりやすくなるというような総合的な観光誘導の方法の大前提の中で、個々の広告物を考えてはどうか。

景観にマッチすれば、大きさは別にして、よいデザインで特徴のある広告物があってもよいと思う。現場にいたときに、わかりやすい広告物のあり方を基本路線におくなかで、市としてガイドの方針を絞り込んでいくということを考えていかれるとよい。

その際、公共と自己の区分で、郵便局は昔は公共だったが、今は民間企業になり、それに類似して、公共的とイメージされているものと、個人のもので認識されているものとの間に矛盾があったりして、わかりにくいことが多いので、企業の形態とか、民間とか、公共機関かとは別に、生活上の重要なものに対して、自己広告というような意識で縛りすぎないような配慮も必要ではないか。

調査結果をまとめた資料に関して、目次がないこともあるが、章タイトルと、大分類、中分類、小分類の関係がわかりにくくて、あるページを見たときに、資料全体のどの部分を見ているのか迷う。見出しの書式に一定のルールがあるのならばそれでもよいが、できれば、3-(1)-①のように、ある程度タイトルでどの内容のどの部分かがわかりやすいようにすれば、ものすごくわかりやすい資料になるのではないか。内容が多岐に渡っているので、検索に苦労するので、そうしたことにも配慮して欲しい。(委員)

- ・松本市、長野市、飯田市等の自治体で広告を統一しようとか、小さくしようとか、規制しようとする意見が非常に多い。日本は共産主義ではなく、市場主義経済の中で生きている。その中で、こうした会議に商工会議所や工業会の意見が全然出てこない。

看板製作の依頼を受けたときに、屋外広告物条例があることを顧客に伝えるが、商売をやっている方の8割くらいは条例の存在を知らない。自分の敷地に広告を掲げて何が悪いのかという方が8割いる。我々は、できれば屋外広告物条例などつくってほしくない。というのは、今看板の材料は世界から集めて作っている。それを抑えるのは、例えそこに住んでいる人の意見であっても、ちょっとどうかと思う。確か長野県のGDPは日本では39番目。給与は沖縄に次いで低い。確かそうだったと思う。そうすると、安曇野市はこれから商業的なものは一切捨てていくのか。観光資源がたくさんあるのだから、今後、広告をバンバンと派手にしていこうという考え方もある程度あってもよいのではないか。例えば、山麓線を見ていると、お店があってもほとんど看板を出さない。看板を出していないような会社の製品で物を買うのかと思う。あちこちで規制しているので、それも時代の流れでよいと思うが、長野県の7割の地域で、それ以外の地域にポツポツと人間が生きていて、商業、農業、工業で皆生きている。商業の場合は、絶対的に看板は必要。その辺を念頭に色々お考えいただければ

よいと思う。

今「おひさま」ブームで、松本城で入場制限あり、御法田も安曇野橋から7、800m車が並んで動かない。しかしあそこには看板一つない。みんなキョロキョロして、御法田の入り方に迷っている。なおかつ、屋外広告物条例を制定して、看板を小さくしろということになってくると思うが、少しその辺の視点を変えてみていただけるとよい。

どんなものでもそうだが、公益性の高いものは制約から外しているが、もし規制をかけるのであれば、国や県、市町村のものから規制をかけ、公益的なものがまず範を示して、屋外広告物の規制に入っていくことを考えてもよいのではないか。豊科でいくと、新田中交差点から成相交差点まで、青空が見えない。それはなぜかという、大型看板（道路標識）が国道の9割を占めている。そうしたものを放っておいて、景観行政団体になったから、条例をつかって、屋外広告物を取り締まれというのは、ちょっと考えもの。

まず、「公のものが範を示せ」ということと「市場経済であること」を頭において、それを基本理念に据えてやっていかないと、安曇野市は商業を捨てるのかということまで話題がいつてしまう気がする。もっと規制だけ考えるのではなく、「よりよい景色をつくる」ことにウエイトをおいてはいかかと思う。（委員）

- ・具体的な数字で大きさや色を書いてあるが、やはり現場の景色の中で、わかりやすいとか、見て違和感がないとかが大事なので、ただ数字での大きさではなくて、実際の景観の中での大小は視野の中のある地点から見たときの比率で決まる。そうした密度的な景観の中で、看板も理想的なバランスであればよい。以前、建物の高さの検討でも申し上げたが、絶対値ではなくて、そこで大事にしたい視野に対するバランスのとり方でみることが大事。（委員）
- ・今回の調査結果は、県条例の規制内容を目安にして、現状を把握している。これを踏まえて安曇野市自身の方向性を検討する必要がある。これがいい悪いという絶対的な基準があるわけではないので、地域に合った何らかのものが出てくるとよい。そうした中で、公共サイン、自己用の扱いに対する意見が出されたが、規制よりも、秩序やよりよいものに方向に向かうようにすることが大事という意見があった。（会長）

（3）その他

- ・屋外広告物条例に対して景観審議会のスタンスは、どのような立場で審議したらよいのか。（会長）
- 前段で示したまとめに対する課題や方針を導き、それに基づいて条例づくりを行っていくことになるが、その中身について、ご審議いただければ幸いである。（事務局）
- ・来年度4月の施行を目指して屋外広告物の条例を制定したいということで、景観審議会においては、その中に含まれる今後の規制誘導のあり方、課題等について、ご意見を出していただければということだと思う。（会長）