

第51回鎌倉市景観審議会議事録

日 時 令和4年(2022年)5月23日(月)

午前10時00分～午後12時00分

場 所 鎌倉生涯学習センター 第7集会室

出席委員：(現地) 志村会長、水沼委員

(オンライン) 田邊委員、中西委員、赤松委員、奈須委員、中杉委員、竹内委員

事務局：古賀部長、杉浦次長、関沢課長、國兼係長、前田指導監、齋藤主事、平井主事、藤本職員

傍聴者：1名

オブザーバー：なし

配布資料：(1) 令和4年度の景観審議会の開催について

(2) 鎌倉市屋外広告物条例・市長が別に定める基準について

(3) 鎌倉市屋外広告物条例の運用(ガイドライン)について

ア 鎌倉市電光表示装置等ガイドライン(案)

イ 鎌倉市投影広告物等ガイドライン(案)

ウ 鎌倉市明るすぎる照度を有する照明等ガイドライン(案)

(4) エリアマネジメント広告・インフラ管理広告の申請手続の検討について

(5) 特例許可の申請手続及び審査基準の検討について

(6) その他のガイドライン等の整備について

<1 前回議事録の確認について>

事務局より、4月1日付けの人事異動による部次長の紹介、委員の交代、出席状況及び配布資料の確認を行った。その後、第50回鎌倉市景観審議会の議事録についての確認を行った。

<2 令和4年度の景観審議会の開催について>

[事務局から資料に基づき、令和4年度の景観審議会の開催について説明]

[委員] 旧華頂宮邸の耐震改修の検討について、復元的な検討も併せて行うのか教えてほしい。

[事務局] 保存的改修を考えている。今回は、予算等を踏まえ、どのような方向性に持っていかを考えるスタート地点であると考えている。

<3 議題>

(1) 諮問事項 鎌倉市屋外広告物条例・市長が別に定める基準について(第22号)

(2) 報告事項 ア 鎌倉市屋外広告物条例の運用(ガイドライン)について

[事務局から資料に基づき、鎌倉市屋外広告物条例・市長が別に定める基準(第22号)及び鎌倉市屋外広告物条例の運用(ガイドライン)について説明]

[会長] 本件は全国的にも事例がなく、鎌倉が先陣を切っていくため、しっかりとした形にしていかなければならない。また、鎌倉らしさを考慮し、厳しめの基準で作成しているが、厳しすぎる基準になっていないかを客観的に検討することも必要である。

- 〔委員〕 最近の観光客の動向、商店会、お店の移り変わりを鑑み、デジタルサイネージは本当に必要なのか。商業利用となると、基準内で最大限の広告物を掲出することが想定される。デジタルサイネージの前に集まった人たちと動線の関係が懸念される。特に、プロジェクションマッピングは、電力の供給がひっ迫する日本において、今後、許可をしていく必要があるのか疑問である。また、ガイドラインがあることは、利用したい人に対するアピールになると思う。その需要や鎌倉市としての必要性について検討してほしい。
- 〔事務局〕 神奈川県屋外広告物条例では、光源系の広告物に関する基準が無く、制限が全くない状況であった。そのため、鎌倉らしい基準を設けなければ、デジタルサイネージ等の設置を進められてしまうという懸念がある。
- 一方で、鎌倉市では今まで規制を中心に進めてきたが、観光地や住宅地として魅力ある都市を維持するためには、規制一辺倒にせず、地域の活性化と景観づくりのバランスをとる必要がある。デジタルサイネージは情報伝達や可変性に優れているというメリットもあるため、景観との調和に配慮したかたちで取り入れられるよう先行的に誘導していきたい。
- 〔会長〕 ご指摘のとおり、デジタルサイネージは目立つものとして捉えられがちだが、光の量や大きさ等を数値で抑え、鎌倉らしいものを作っていくのは面白いのではないかと。
- 〔委員〕 小町通りのまち並みも変化し、夜に訪れる観光客も増えている。それに伴い、広告物やその照明の基準は非常に重要になってくるが、観光客のマナー等感覚的なものを規制するルールが無ければ、鎌倉はいつまでも住みよいまちにはならない。まち自体が変化していかざるを得ないのは承知しているが、鎌倉のブランドを率先して醸成していくことも必要なのではないかと。
- 〔委員〕 先進市を参考に作成したとのことだが、効果や影響についても紹介してほしい。
- 〔事務局〕 体系的に整理がされているさいたま市のガイドラインを参考にしており、厳しめの基準ではあるが、それぞれの地域に合った適切なものを誘導していると聞いている。投影広告物については、屋外広告物としての利用はあまりないが、ガイドラインを作成しているところもある。近隣市では、路面に映し出す投影広告物の相談があり、面積の取り方を検討していると聞いており、鎌倉では大きさの基準を厳しめに設定している。今後、発展する可能性のある新しい広告物に対しては、市長が別に定める基準とガイドラインの二本柱で対応していくことが望ましいと考えている。
- 〔委員〕 市内事業者が事業をしにくいルールにならないければ良い。
- 〔委員〕 今回のガイドラインは、制限が比較的緩やかな商業エリアにおいて、どの程度まで誘導できるのか。
- 〔事務局〕 商業系にあたる第5種地域のものについても、ガイドラインで高さ、面積、音については一定の誘導ができると想定している。
- 〔委員〕 緩やかなエリアであってもガイドラインに沿って落ち着いた方向に誘導できるのであれば、ある程度の効果は期待できる。また、デジタルサイネージの特性に合わせ、設置時のみならず、継続的にガイドラインに即した協議を行っても良いのではないかと。
- 〔会長〕 ご指摘のとおりである。事務局はどのように考えているか。
- 〔事務局〕 基本的にはコンテンツが変更されるごとに内容を確認し、変更許可等の手続きをとることを考えている。軽微な変更と変更許可をどの程度で仕切るかは、先の事例を研究し、整理していきたい。
- 〔委員〕 デジタルサイネージの設置を促進するためではなく、鎌倉らしいものにしていくとい

うメッセージを出しながら、ガイドラインを周知することが大事である。
また、職員だけでは判断が厳しい事例や、大きな影響を及ぼす事例の場合、専門家等に相談できるような仕組みの一文を入れた方が良いのではないかと。
また、配慮事項の中に、工夫した点など、プラスの意見を引き出す項目の追加やエリアでトータルコーディネートをして掲出された広告物については、必ずしも基準に従わなくても良いという仕組みがあると良い。

〔事務局〕判断が厳しい、または影響が大きい事例については、景観審議会の中で判断する仕組みを作っていきたい。チェックリストについては、景観計画の中の「つかむ」「なじむ」「工夫する」の文章を加えていくことを考えていたが、ご指摘についても前向きに検討していく。

エリアでのトータルコーディネートについては、広告景観形成地区を条例で定め、基準を緩和できる仕組みを既に作っている。

〔会長〕景観保全の項目で、景観重点事業の指定文化財周り50メートル以内という基準はどのように定めたのか。また、指定物件が増えた場合は、既存不適格になるのか。

〔事務局〕神奈川県屋外広告物条例で周り50メートルを禁止区域にしており、その数字を引用した。後から指定された物件の周辺の広告物については、既存不適格の扱いになり、改修時には適合するように指導していく。

〔会長〕県の基準を引用するならば、県の数字がなぜそのように決定したかを説明できるようにしておかなくてはならない。また、鎌倉の特性を考えずに県と同じ数字が良いのか。景観重要建築物等の周辺を一つ一つ丁寧に検証した方が良いのではないかと。

〔事務局〕具体的な事例を踏まえ、検討する。

〔委員〕建築物ではなく、敷地から50メートルという認識でよろしいか。

〔事務局〕そのとおりである。

〔委員〕了承した。ガイドラインの検討と併せて、具体的な良い事例を分かりやすく見せていくことも重要である。

〔会長〕具体的な協議事例は表に出しづらいものではあるが、工夫をして事業者に見せることを検討してほしい。

〔委員〕他の委員のご指摘のとおり、判例主義的な手法で基準を明確にしていくことが必要であり、そのためには指導例を分かりやすくまとめるべきである。併せて、その例を審議会で報告してもらえば、さらに議論が深まるのではないかと。

また、基準には柔軟性があると良い。現在の案は妥当であるが、強化・緩和の議論は適宜行っていくべきである。

〔会長〕地域の活性化と景観のバランスは難しいものである。改定を含めた検討時期をあらかじめ設定しておくのも良いのではないかと。

〔事務局〕今後出てくる広告物への対応を見極めるため、1年間ほど事例を積み重ねて、再検討を行っていきたい。

〔委員〕チェックリストの他に、添付書類等は提出させるのか。広告物はタイムリーに動いていくものであるため、具体的な事例に対してスピード感を持って対応しなければならないが、チェックリストだけでは心配である。

〔事務局〕さいたま市は、チェックリストの添付書類として立面図や配置図のほかに、広告物のパーツやコンテンツのDVDを提出させている。参考にして対応したい。

また、職員の審査だけでは対応できない部分は、専門家に意見を聞きながら対応していく。

〔会 長〕 ●●委員が冒頭でご指摘した「人の流れ」にも関連するが、今後出てくる可能性のある広告物に関しては、景観だけの問題ではないこともある。市の他部署と連携して対応することは考えているか。

〔事務局〕 人の流れについては、道路部局を始めとして、他課との連携を図っていきたい。その他の懸念事項についても、連携すべき課を明確にしたい。

〔会 長〕 以上、議題（１）の諮問事項及び議題（２）の報告事項アについて了承ということでよろしいか。

〔一 同〕 異議なし。

〔会 長〕 それでは議題（１）の諮問事項及び議題（２）の報告事項アは了承とする。

（２）報告事項 イ エリアマネジメント広告・インフラ管理広告の申請手続の検討について

（２）報告事項 ウ 特例許可の申請手続及び審査基準の検討について

（２）報告事項 エ その他のガイドライン等の整備について

〔事務局から資料に基づき、エリアマネジメント広告・インフラ管理広告の申請手続の検討、特例許可の申請手続及び審査基準の検討及びその他のガイドライン等の整備について説明〕

〔委 員〕 公用車広告は、デザインが良いものは別として、広告のパターンを決めた方が、公用車と民間の車の見間違いを防げるため、市民の理解を得やすいのではないかと。また、右下の「広告」のマークは必ず入るのか。事例では入っていないものもある。

〔事務局〕 「広告」のマークは必ず入れることになっている。

ご指摘のとおり、デザインの拘りがない事業者との協議は順調に進まないこともあり、デザインフォーマットを示した方が広告を出しやすい印象がある。

〔会 長〕 公用車の車体の色は決まっているのか。それによって広告の印象が変わるのではないかと。

〔事務局〕 公用車は基本的に白色であるため、広告物も白を基調色として車体色から浮かないデザインにするよう指導している。具体的な事例の中でも、最初は色を多用していたが、協議を進める中で、最終的に白地でまとめたものがある。

〔会 長〕 広告を掲載する位置は、これで良いか。「鎌倉市」と併記されている方が分かりやすいとの意見もある。市民感覚としてはどうか。

〔委 員〕 他市では掲載費用が公益に還元されていることが分かる文言を入れている事例もある。市民の理解を得やすいため、煩雑にならない程度に行っても良いのではないかと。

〔会 長〕 今後、数が増えた場合、デザインの協議に要する人員は大丈夫か。

職員の負担が増えたり、異動等により判断基準が変化したりすることがないよう、デザインの分野に長けたサポーターの役割を補充しても良いと考えられる。

〔委 員〕 歴史的風格を持った鎌倉において、表示面積を小さくする等の工夫をしながらも広告物が掲出できるようになったことは、大きな一歩である。今後、上手く運用されていくよう願っている。

〔会 長〕 以上、議題（２）の報告事項イ、議題（２）の報告事項ウ及び議題（２）の報告事項エについて了承ということでよろしいか。

〔一 同〕 異議なし。

〔会 長〕 それでは議題（２）の報告事項イ、議題（２）の報告事項ウ及び議題（２）の報告事項エは了承とする。

これにて第51回鎌倉市景観審議会を終了とする。