

平成二十二年 度

第四十三回 新宿区景観まちづくり審議会議事録

新
宿
区

第四十三回新宿区景観まちづくり審議会
開催年月日・平成二十二年八月二十六日

出席した委員

進士五十八、松川淳子、後藤春彦、野澤康、橋本緑郎、
浅見美恵子、大浦正夫、福井清一郎、和田総一郎、阿部光伸、
大野慶一、提坂温子、竹内妙子、鹿島一雄

欠席した委員

西村幸夫、窪田亜矢

議事日程

- 一、会長及び副会長の選出について
- 二、報告
〔報告一〕屋外広告物景観調査について
- 三、その他

議事のでんまつ

午後三時

折戸課長 定刻になりましたので、第四十三回、新宿区景観
まちづくり審議会を開催したいと思います。

皆様方におかれましては、七月一日から、二年間、新しい委
員としてよろしくお願いいたします。

まず、本日の会の出欠についてですが、西村委員と窪田委員
が、所用で欠席とのことでした。皆様によるしくということでご
ざいました。そのほかの委員につきましては御出席でございます。

それでは、新宿区景観まちづくり条例施行規則第三十九条第
二項によりまして、委員の過半数が出席ということで審議会は
成立しております。

次に、本日の進行でございますが、本日配付しました次第の
とおりでございます。本日の資料につきましては事前に郵送し
てございます。お送りしました資料の御確認をお願いしたいと
思います。

報告一は、「屋外広告物景観調査について」、それから参考
資料といたしまして、「屋外広告物の規制及び施策について」、
それから参考資料二ですが、「屋外広告物施策における東京都
と新宿区の関係」というのをお送りいたしました。

それから、本日、皆様に、机上配付資料といたしまして委嘱
状と、それから次第と、それから参考資料三、こちらは本日の
審議会の説明資料ということでございます。

今期より就任いたしました委員の皆様方につきましては、新
宿区景観まちづくり計画・新宿区景観形成ガイドライン、それ
から景観まちづくりガイドブック、既にお持ちの方もおられま
すが、配付しております

もし、資料がないという方は、事務局で用意してございます
ので、お手を挙げていただければ配付いたします。

ございますか。大丈夫ですか。よろしいですね。
それでは、具体的に、本来であれば区長が皆様方に一人ずつ

お願いするということで委嘱状を渡すということでございますが、略式でございますけれども、委嘱状を皆様の机の上に置かせていただいておりますので、よろしくお願いいたします。

それでは、順に私のほうで委員の御紹介をいたします。

ごあいさつにつきましては、また後で行う予定でございますので、今はお名前を御紹介するということでございます。

まず、見識を有する者ということでございますが、まず進士委員でございます。

進士委員 進士でございます。よろしく。

折戸課長 それから、松川委員でございます。

松川委員 松川でございます。よろしくお願いいたします。

折戸課長 それから、後藤委員でございます。

後藤委員 後藤です。よろしくお願いいたします。

折戸課長 それから、野澤委員でございます。

野澤委員 野澤です。よろしくお願いいたします。

折戸課長 それから、橋本委員でございます。

橋本委員 橋本です。よろしくお願いいたします。

折戸課長 それから、浅見委員でございます。

浅見委員 浅見でございます。よろしくお願いいたします。

折戸課長 それから、大浦委員でございます。

大浦委員 大浦でございます。

折戸課長 それから、福井委員でございます。

福井委員 よろしくお願いいたします。

折戸課長 それから、和田委員でございます。

和田委員 和田です。よろしくお願いいたします。

折戸課長 それから、阿部委員でございます。

阿部委員 阿部でございます。よろしくお願いいたします。

折戸課長 大野委員でございます。

大野委員 大野でございます。どうぞよろしく。

折戸課長 提坂委員でございます。

提坂委員 提坂です。よろしくお願いいたします。

折戸課長 それから、竹内委員でございます。

竹内委員 竹内です。よろしくお願いいたします。

折戸課長 鹿島委員でございます。

鹿島委員 鹿島でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

ます。

折戸課長 それから、幹事の御紹介でございますが、幹事は

新宿区の指定職になっております。まず総合政策部長の猿橋幹事でございますが、本日は所用のため欠席でございます。それから、地域文化部長の酒井幹事でございますが、所用のため欠

席させていただいております。それから、みどり土木部長の野崎幹事でございますが、所用のためおくりて出席するということ

でございます。それから、教育委員会事務局次長の蒔田幹事でございます。

蒔田幹事 蒔田でございます。よろしくお願いいたします。

折戸課長 こちらのメンバーで本日は進めていきたいと思

いますので、よろしくお願いいたします。

~~~~~

~~~~~

一、会長及び副会長の選出について

~~~~~

折戸課長 皆様の任期は、先ほどもお話ししましたが、七月

一日からということございまして、まず、最初でございます

がので、会長と副会長の選出ということから始めさせていただきたいと思います。

今回は初回ということでございまして、会長はおりませんので、決まるまで私が座長として進めさせていただきたいと思いますが、よろしいでしょうか。

それでは、会長が選出するまでの間、私が会を進行させていただきます。

では、まず一番最初、会長でございますが、条例により、委員の互選ということでございます。だれか御推薦される方とおられますか。

「進士委員」と呼ぶ者あり」

折戸課長 今進士委員というお声がございましたが。（拍手）

前回は進士委員が景観審の会長をなさっておりますし、今会場からも引き続き進士委員かどうかというお話がございましたが、進士委員にお願いをしたいと思いますか、いかがですか。

「異議なし」と呼ぶ者あり」

折戸課長 それでは、進士委員、会長ということでもよろしくお願いたします。

では、会長席のほうにお願いいたします。

進士会長 進士でございます。どうぞよろしく。

一応御推薦いただきましたので、お引き受けさせていただきます。どうぞ。

今回新しいメンバーも加わっていただいたようですから、一言だけあいさつしていいですかね。

私の主義としては、形式的に審議会というのは非常に重要な条例に基づく権威ある組織ですが、権威ぶって中身がないのはやめたほうがいいと思っております。それからもう一つ、御出席の皆さんが形式的にある時間拘束されるだけというものも、とてももつたないと思っております。ですから、私はできるだけ実質らしい議論をする、本質的な議論をできるようにしたいと思っております。できるだけ皆さんが気楽に御発言いただけるようにだけは、私の努力でいたいと思っております。

つまり、権威はありますが、余り形式張らないで自由に御意見をいただいて、行政の皆さんはその全体の雰囲気を感じとって、日々の行政に反映していただければいいと。一字一句、審議会でこういうことになっていたんだから、これをどうしようかと悩んで、動かなくなると困りますから、そうじゃなくておおらかにやりたいと。要するに行政の人は行政の専門でプロなんですから、一生懸命その目的に向かっていっているわけですね。ですから、それに対してよりいいアイデアとか、建設的な意見を言っただけでいいのがこの審議会の役割だと、こう思っていますので、余り議会のようにつきり言葉じりをつかまえて問答するようなね、そういう形式的なものにはここではしたくないと思っております。

そんなつもりでおりますので、どうぞ御協力いただければと思います。

どうぞよろしく。

折戸課長 進士会長ありがとうございました。

この後は、副会長の選出についても互選ということになって

おるんですが、会長が選出されましたので、会長、後はよろしくお願いいたします。

進士会長 はい。

それでは、副会長、いかがいたしましたでしょうか。

初田先生がこれまでやってくださっていたんですが、体調がお悪いということで、今回おかわりになったんですね。野澤先生がなられましたが、地元の大学がいいとは思いますが、ちよつとまだ初めてでいらつしやるので御無理ですから、あと西村先生が年功序列だと長いんですが、西村委員はいろんな区で既に会長をやっておられてお忙しいし、きょうもこれ大学のゼミかな。

だから、申しわけないけれども、後藤委員、お願いできますかね。そういうことでいいですか。(拍手)

私は、地元がやつぱり。そうすると、責任持つて早稲田は新宿のために貢献していただかなきゃいけないので、お願いできれば、皆さんの御賛同を得られればと思います。(拍手)

「「異議なし」と呼ぶ者あり」

進士会長 では、すみませんが、おつき合いいただきたいと思えます。

それでは、そこまではいいんですか。この後はどうしましょう。

折戸課長 では、席を移動させて……

後藤副会長 よろしいですか。できれば、副会長の任務というのは、会長に事故があるとき、または会長が欠けたとき職務の代理をするとか書かれていますので、当面ここで意見を言わせていただくような。何かそこにおひな様のように進士委員と並

んで座るのは、意見が言いにくくなってしまいますので。

進士会長 そういうねらいもあるのかもしれないけれども、いい、それで。では、逆にこれだけ持つていけば。

折戸課長 札だけ持つて、後藤委員の札を持つていってください。進士会長のところの札を、会長の横に持つていってください。

後藤副会長 すみません。なれしんだ席のほうがいいんで。

進士会長 いずれにしても、ではそちらで一言だけちよつと。

後藤副会長 消去法で副会長に……

進士会長 いや、そういう……

後藤副会長 後藤でございます。先ほど会長の御推薦にありましたように、区内の大学として新宿区と協調しながら進めていかなくちやいけないことと多々あります。特にその成果として、景観に反映してることが重要だと思しますので、できる限りのことをしたいと思います。

よろしく願います。

進士会長 それから、あとは何か先ほど御意見をいただくと言つたのは……

折戸課長 皆さん、これから一言ずつ、さつきお名前しかなかつたので、一言ずつ自己紹介とかしていただくと、ありがたいかなと事務局では考えております。

進士会長 そうですか。

そうしますか、屋外広告物景観調査というのを今回おやりになって、そのきょうは御報告だけなんです。ですから、多分、今事務局配慮したように初会合ですから、一応形の上ではね。ほとんど今までからの方が多いですけれども。初会合なの

で、お一人お一人のお考えとか御感想をということらしいんです。私、それ大事なことだと思imasのでやりたいんですが、もしよければ、きょうのメインテーマの御報告をいただいて、その感想も含めて皆さんが御発言されると、抽象的な社交辞令じゃない本音が聞けるかなという気がするんですけども、どうですか。

折戸課長 はい、わかりました。会長がそういう御意向であれば、それで結構です。

進士会長 では、お一人お一人、私、最初に申し上げたように、できるだけ、せつかくお集まりいただいたので御意見をいただきたいと思imasから、ただ材料があつたほうがしゃべりいいでしょう。ですから、別にもちろんきょうのテーマ以外のことも発言していただきますが、きょうの調査報告をいただいた上で、この審議会の将来とか、これからの新宿の景観行政についての御意見は全員からいただくことと思imasので、順番をちよつと変えさせていただきます。

一、〔報告一〕屋外広告物景観調査について

進士会長 それでは、早速ですが、屋外広告物景観調査について、報告をちょうだいしたいと思います。

志原主査 それでは、屋外広告物景観調査につきまして、景観担当の主査をしております志原と申します。どうぞこれからもよろしく願ひいたします。

私のほから、スライドを使って御説明させていただきますと思imas。

それでは、申しわけございません、座つて説明させていただきます。失礼いたします。

暗くいたします。

それでは、屋外広告物景観調査につきまして御報告と御説明をいたします。

お配りしています資料、報告一の御説明となるんですが、その中からポイントを絞つて御説明させていただきますと思imas。

新宿区は、屋外広告物の現状を把握し、良好な景観形成の方向性を検討していく上で基礎資料とするために、景観重要公共施設であります新宿通り、神楽坂通り、早大通りの沿道ですね、また去年から委員をされている方はもう御存じかと思imasが、歴史あるおもむき外濠地区の区分地区指定の検討とあわせまして、外濠周辺について屋外広告物の調査を行いました。

外濠周辺区域は、外堀通りに加えて、外濠の千代田区側からも展望できる広告物も調査対象といたしました。対象とした広告物は、野立看板、屋上広告物、壁面看板、突出看板等です。ただし、景観形成に影響が大きいと推測される広告物のみを対象としまして、新宿通り、外濠周辺では、高さですね、天端の高さといいますが、広告物の一番上の高さが十メートルを超えるもののみを調査対象としております。

この調査結果を踏まえて、その分析と考察を行いましたので、その内容についてこれから御報告いたします。

まず、調査数と傾向です。

こちらの色を塗つた部分が、区域ごとで一番比率の高かつた看板種類です。新宿通りと外濠周辺区域は、十メートルを超え

るもの、特に外濠周辺区域では、突出看板は十五メートルを超えるものも対象としたという都合がございまして、単純な調査間の比較はできないんですが、調査から除外した対象を考慮に入れましても、外濠周辺地区には屋上広告物が特に多いということ、新宿通りには突出看板が多いということ、神楽坂通りと早大通りは比較的同じ傾向であることを読み取ることができません。

これから各項目の関係など、その分析や考察などを御報告と御説明するんですが、説明の前に使用する用語について御説明いたします。

まず先ほどから出ているんですが、野立看板は、地盤面に、地面に直接設置している看板のことをいいます。屋上広告は、建物の屋上に設置しているもので、この種類には屋上広告板というものや、屋上広告塔と呼ばれるものがございます。壁面看板は、建物の壁面に設置されている看板です。突出看板というのは、建物から横に突き出して設置している看板をいいます。

また、規制項目で使用する用語の御説明でございます。先ほど出てきましたが、天端高さは、地盤面から広告物の上端、広告物の一番上までの高さをいいます。この図でいいますと、青色で図示してあるものです。これは天端高さと呼んでおります。

広告物高さは、広告物自体の高さです。ですから、屋上に設置されている広告物であれば、屋上から広告物の上端までの高さということになります。図も赤色のものがございます。

建物からの出幅は、突出看板が建物からのくらい出ているかを示しています。図の紫色で、ちょっと小さいんですが、下

のほうにあります紫色の幅でございます。

歩道上地上高、こちらは歩道の地盤面から突出看板の下ですね、下端までの高さをいいます。この図でいいますとオレンジ色のものがございます。

横幅は、この御説明では、広告物自体の横幅を指します。図の黒色でございます。

用語の説明は以上となります。

これから各種看板について、その天端高さ、建物高さ等、これらの実際広告物の規制の対象となり得る項目でもあるんですが、それぞれの関係ですとか分布をグラフにした図をお示しいたします。そして、そこから読み取れる広告物の景観施策などについて考察していきます。

お配りしました資料では、全部で十の図について、十個のグラフで御説明しているんですが、お時間の都合もございまして、そのうち特徴的と思われる五つの図についてこれから御紹介いたします。

まず野立看板です。資料の中では、図一として御説明しているものがございます。

この図は、野立看板の天端高さと面積の関係を示しています。東京都屋外広告物条例、これ東京都で屋外広告物のことを規定している条例なんですが、そちらでは天端高さは十メートル以下、ただし商業地域内の自家用広告物に限り十三メートル以下という規制となっております。

他の自治体の条例では、面積を規制項目としているものもあります。参考として、名古屋市の景観計画及び横浜市の景観計画の例を図に示してございます。ちょっと小さくて読みづらい

かもしれないんですが、この緑色ですとか青で示していますのが、その条例での規制値をグラフに示したものでございます。

名古屋市では十五平方メートル以内、横浜市では二十五平方メートル以内といったような条例の規制があるようでございます。

この区域別の傾向といたしましては、神楽坂通りと早大通り沿道では、天端高さ、広告物の高さは、これ野立看板ですからそれほど大きいものは普通はないんですが、四メートル以下に大体おさまっているということでございます。新宿通り、外濠周辺では、こちらは小さいものを調査していませんですが、逆に十メートル以上のものしか調査していませんので、こういうグラフになっているんですが、極端に大きいものが、この新宿通りと外濠周辺にあるということでございます。このグラフの上のほうにプロットされていますが、そういった大きなもの、面積は縦掛ける横が面積になるので、非常に大きなものが、この新宿通り、外堀通りには実際に今設置されているものがあるということでございます。

この野立看板の調査結果の考察としましては、神楽坂通り沿道、早大通り沿道では、特異な大きさの看板を抑制していくために、この天端高さの規制を強めるということが政策として考えられるということが読み取れると思います。四メートル以上の既に既存看板が現在ありませんので、もしこういった規制をやるとした場合、理解を得られやすいのではないかとということでございます。

続きまして、屋上広告物でございます。こちらは資料の図三の説明となります。

この図は、屋上広告物の広告物の高ささと建物高さの関係を示

しています。

東京都の広告物条例では、屋上広告物の高さは、建物高さの三分の二という規制がございます。この図では、赤色の線が規制値ということになります。

ちなみに、名古屋市の景観計画では、この高さ二分の一、豊中市のこれは条例ではなくガイドラインなんですが、豊中市では三分の一というような数字が示されておりまして、

この調査した区域別の傾向としましては、新宿通り沿道、外堀通り沿道では、建物高さが高くなるにつれ、規制値近くまで高さが大きくなる屋上広告物が見受けられます。

そして、建物高さ三十二メートルまでは、規制値に近い位置まで設置されている実態があるんですが、建物高さが三十二メートル以上になると、こちらは条例で天端高さが五十二メートル以下という規制があるので当たり前なんですが、設置ができないんですが、屋上広告物の高さがおおむね十メートル以下に、逆に高くなるとおさまることが読み取れます。

続きまして、同じく屋上広告物の今度は広告物の高ささと横幅の関係を示した図四でございます。

東京都の屋外広告物条例では、この高さの絶対的な規制というのはございません。先ほどの三分の一といったような比率の規制はございますが、何メートルというような規制はございません。

文京区のほうでガイドラインがありまして、こちらでは屋上広告物の高さは四メートル以下にすることが目標として上げられているようでございます。

区域別の傾向としましては、新宿通り沿道、外濠周辺で屋上



広告物の面積が大きいものが見受けられます。一般に広告物高さが横幅以下であると、安定感があり好ましいといわれます。この図では、先ほども言いました広告板と広告塔を、これをあわせてこの図にプロットしているのですが、図の中に点として示していますが、お配りの資料では、これをそれぞれ別に示したのも掲載してございます。その結果で比べてみますと、屋上広告塔について顕著な傾向としまして、やはり広告物の高さが横幅よりも大きい、つまり縦長のものが非常に広告塔と言われるものには多いという結果が読み取れます。

屋上広告物の考察といたしましては、現在の規制値の建物高さとの比率による三分の二という都条例の規制値があるんですが、それに加えて天端高さ、広告物の高さの規制値変更を行うことで、屋上広告物、屋上につくる広告物の高さをコントロールできるということがうかがえます。

これは極論なんですけど、もしも今の都条例の五十二メートルの高さ制限が仮になかったとしたら、建物の高さが大きくなるにつれ、ひよつとしたら二十メートル、三十メートルといったような巨大な広告物が設置されていたということもあつたかもしれません。

また、規制項目としまして、広告物の高さを横幅よりも小さくするという規制を行うと、一般に高く大きくなりがちな屋上広告塔を抑制するという効果があるということがいえるのではないかとございます。

続きまして、壁面看板についてです。こちらは資料では図の七として御説明しているものがございます。

この図は、壁面看板の天端高さと建物高さの関係を示してい

ます。

東京都の条例では、商業系地域における広告物の高さは、先ほどからありますが、五十二メートルが最大という絶対的な高さ制限がございます。

他の自治体でも、この天端高さを規制項目としておりまして、他の事例では東京都の値よりも厳しくしているという事例が見受けられます。こちらは、緑色と青色で示しているのは名古屋市と横浜市のものでございます。

区域別の傾向としましては、新宿通りの沿道と外濠周辺では、建物の高さに比例して天端の高さが大きくなっている。建物の最上部に設置しているということが、このグラフからうかがえます。比べまして、神楽坂通り沿道ですとか早大通り沿道では、おおむね一定値、神楽坂通りですと二十メートル以内、早大通りですと八メートル以内に大体設置されているということが、このグラフから読み取れます。これらのことから、明らかに広告の対象としているターゲットの違いが、この大通りと、神楽坂通り、早大通りとで大きく看板のターゲットの違いが読み取れるということがございます。

この壁面看板の考察といたしましては、天端高さ、建物、広告物の上の高さの規制値の変更によって、歩行者に対するにぎわい景観の創出ですとか、逆に商業広告物を抑制するといったような、目的を持った景観コントロールが可能であるということがいえます。例えば、天端高さを二十メートル以下とすれば、歩行者をターゲットとしたような広告には影響はないんですが、大きな商業広告ですとか、建物の上に出すような自家用広告物の掲載を制限することが、技術的にできるといったことが推測で

きます。

広告物の内容の解析までは、今回の調査ではまだ行っていませんですが、現在対象とした広告物はすべて写真撮影してありますので、これから内容や、どういった対象とした広告物であるかというような分類作業をもし行えば、より精度の高い分析が可能であると思われれます。

続きまして、突出看板についてでございます。こちらは、資料では図十として説明してございます。こちらは、資料

図は、突出看板の歩道上地上高と建物高さの関係を示しています。突出看板の歩道上地上高と建物高さの関係を示しています。

東京都の屋外広告物条例では、歩道上地上高は三・五メートル以上必要であると。ただし、建物からの出幅が〇・五メートル以下の場合には二・五メートルといったような、そういった規制内容となっております。

名古屋市などは、建物からの出幅に関係なく、歩道上地上高二・五メートル以上としているところもございます。

区域別の傾向としましては、神楽坂通り沿道、早大通り沿道では、都の条例規準に適合していない事例が多く見受けられます。

考察といたしましては、屋外広告物に関する他の規制項目と比較しまして、この神楽坂通り沿道及び早大通り沿道の歩道上地上高は、規準に適合していないものが明らかに多いということです。ほかのものは比較的、皆さん、この基準に適合して広告物を設置しているのにもかかわらず、この二つの通りの歩道上地上高は基準に適合していないというものが非常に多い。このことから、当該地域においては広告の掲載需要と規制値の

間に少しギャップが大きいのではないかということが読み取れます。

考察と分析についての説明は以上でございます。

続きまして、分析とこの考察を踏まえた取り組みの例ということでまとめてみました。まだ事務局としましては、具体的にどのような手法で取り組んでいくかということが効果的であるか、今検討している段階でございますが、幾つか例示をいたします。

この取り組みの御説明に関連しまして、基礎的な御説明として、現在の屋外広告物行政について簡単に仕組みについて御説明いたします。

まず屋外広告物については、東京都屋外広告物条例による許可制度によって広告物の掲出に対するさまざまな制限がございます。ですから、広告物を新たに出したいという方は、許可を得ないと出せないという仕組みになっているということでございます。この許可の内容は、東京都屋外広告物条例に規定されているということでございます。

さらに、この通常の許可基準に加えまして、景観行政団体であります新宿区は、その景観計画の中に、きょうも一部お配りしてありますが、その景観まちづくり計画に地域を限定して屋外広告物に関する制限事項を定めることができます。しかし、その実効性を担保する仕組みとして、やはり屋外広告物条例によるものになるため、区の景観計画に記載した規定は、そっくり同じように東京都の条例の中に定めていくという必要がございます。このため、実際に広告物に関する制限事項を新宿区が設けようとする場合は、東京都と十分協議しまして、東京都と連

携しながら進めていくということになってございます。

なお、新宿区景観まちづくり計画では、現在広告物に関する規制としましては、新宿御苑みどり眺望保全地区、これは新宿御苑の周辺のエリアなのですが、こちらについて広告物の表示に関する制限の事項を定めていますが、これは東京都景観計画で実は定めた内容を、東京都から景観計画を引き継いだ際にそのまま引き継いだものでございまして、現在新宿区として独自の広告物に関する取り組みというのは、今実施していないというのが現状でございます。

そのほか、通常の基準に加えまして、この特別許可基準というのをこの条例の中に設けることができます。この青色で示しているものが、その特別許可基準なのですが、こちらの特別許可基準を設けるためには、この図にありますように、例えば新宿区のほうで地区計画を策定して、その地区計画に広告物に関する規定を設けるとか、しやれ街条例でまちの中に位置づけられた街並み景観ガイドラインというものをつくりまして、その内容をこの特定区域の許可基準にすることができると。そのほかは広告誘導地区ですとか、広告協定地区というものに定められますと、都条例の中に位置づけて、この許可制度に取り組みるといような仕組みになってございます。

ここで少し複雑なんですけど、この広告物条例で定めた規制の許可の申請窓口が、これは事務処理の特例というのがございまして、新宿区がやることになっております。実際の許可する業務は、新宿区が行っていると。申請の窓口も新宿区であり、許可業務も新宿区が、この都条例に基づいて今実施しているというところでございます。

このように複雑な仕組みになっていますが、景観法制定に伴います屋外広告物法の改正によりまして、東京都と協議いたしまして、都条例の中で定めれば、実は新宿区が屋外広告物条例を制定することができるというように現在法改正がなされています。しかし、現在の東京都の見解としましては、市区町村にこの広告物の条例の制定に関しては、移譲する予定はないということをお知らせしているところでございます。

したがって、新宿区がこの条例等により法的な強制力を持つて取り組む場合には、景観計画に定めるですとか、そういうことをしまして、東京都と協議を行いながら実施していくという必要があると思います。

説明が長くなりましたが、実際にこの分析と考察を踏まえて、考えられます取り組みの例について、四例、御紹介していきたいと思います。

まず、突出看板の歩道上地上高、三・五メートル以上となっております。こちらは緩和するという一つの提案でございます。

考察でも触れましたが、神楽坂通りですとか早大通りでは、歩行者に対するにぎわいが求められるようなエリアでは、緩和することによって歩いて楽しい歩行者空間の形成が図れるのではないかと考えます。緩和でございまして、こちら地域ルールとして、都条例ですとか規制の改正が必要になるということでございます。

続きまして、例二としまして、天端高さを高度地区の建築物の絶対高さ以下とするという一つの案でございます。現在、外堀通り沿いや新宿通り沿いでは、おおむね三十一メートルの建

建築物が多く見受けられます。ただ、こちらでは新宿区で設けています絶対高さ制限までの高さまでの建て替えというのが、今後進んでいくということが推測されます。新宿通りでは、多くの通りでこの絶対高さが五十メートルとなっております。ですから、今後五十メートルの高さの建築物がふえてくることが想定できますが、こちらは広告物の天端高さの条例が都条例で五十二メートルであるため、建物が五十メートルであれば屋上広告物の設置はできないので、この案による効果は余りないということがいえます。

ただし、外堀通りに関しましては、現在絶対高さが沿道では四十メートルですが、ちょっと入ったところでは二十メートルというふうな絶対高さ制限となっております。現在の広告物条例の規制値のままですと、広告物の高さが十メートル以上の屋上広告物が設置可能ということになります。このため、天端高さを仮にですけれども、絶対高さということができるのであれば、屋上広告物の設置を抑制できるということが考えられます。また、絶対高さ制限の高さで通りの建築物のスカイラインを整えるというような効果も期待できます。

続きまして、例三として挙げてございます。屋上広告物の天端高さを地域の実情に応じて設定していくということでございます。

実は、この手法は、現在新宿御苑の周辺でも実施して、一番効果的とされ、東京都のほうでも実施している手法ともいえます。実際その効果は大変大きい手法でございます。この天端高さの制限に、例えば今御苑周辺でやっているんですが、自家用広告物は除くとか、そういった除外の規定を組み合わせること

によって、特定用途の広告物の掲出を実情上抑制するということができます。しかし、それは裏返しますと既存不適格となる屋外広告物が多く発生するということでありまして、慎重な検討が必要となります。

このため、広告物条例による規制ではなくて、文京区のやっていますような、ガイドラインのような穏やかな誘導方針として示すという方法も考えられます。実際にこのように条例による規制ではなく、ガイドラインを定めている自治体も幾つかございまして、この場合は広告の掲出者の自主的な取り組みを促すということ、効果を期待するということでございます。

最後となりますが、例四でございます。特定地域での屋外広告物事前協議制度の創設という御提案でございます。

屋外広告物条例による許可制度では、やはり数値的規制を定める必要がございますが、実際に広告物のデザインですとか周囲との調和といったようなことを、数値的に表現するということとは非常に困難でございます。また、広告物の掲出によって、このような物理的な制限はできても、広告物のいわゆる質ですね、質によって掲出を制限するということは技術的に限界があるといえます。

加えて例三でも触れましたが、効果の大きい法的な規制を実施する場合は、合意形成に多くの時間と労力が必要となります。協議による緩やかな誘導であれば、比較的早くこういった取り組みに着手できるというメリットがございます。

また、協議制度による緩やかな誘導であれば、強制力はないですが、デザイン等も含めたきめ細やかな景観誘導が実施できるといえます。これは新宿区がずっとやっております建築物等

の誘導での実績から、広告物に関してもある程度有効に機能するのではないかと思われま

す。しかしながら、大きな課題もございます。広告物は発注から着手までの期間が非常に短く、協議期間の確保に課題がございます。協議のために二週間、三週間が必要となるが、経済的な影響も大きいため、強制力のない協議制度では、結果としてうまく機能しないおそれがございます。また、だれがその協議を行うかということについても議論が必要であると考えております。行政が行うということも可能ですが、例えば銀座なんかの例ですが、地域で自主的な組織や協議制度をつくって、広告物の質についての誘導を行っている事例もございます。

本日の報告では、具体的な取り組みの例として四例お示しました。

屋外広告物では、良好な景観形成を図る上では、大きな課題の一つであることは多くの方が感じていることであると思えます。既に実施しています新宿御苑のような文化財庭園の眺望を守るための広告物の掲出制限については、時間はかかっています。着実にその経過が現在出始めているところがございます。しかしながら、次になすべき取り組みについて、まだ議論が始まったばかりであると考えております。

今回のような調査結果の分析を踏まえ、また各関係者のさまざまな御意見を十分聞いた上で、本日、御紹介したような具体的な規制項目や規制値の議論もござい

ますが、また繁華街もあります新宿区の特徴ともいえる広告物がどうなるかと、広告物の是非という議論等も含めてござい

ます。また、どのように取り組んでいくべきであるか、どのように展開していくべきかと

いった根本的な部分も含めて、今後の新宿区を行う広告物施策を検討していきたいと事務局では考えておりますので、委員の皆様にはさまざまな視点から御意見をいただければ幸いです。

長くなりましたが、御報告は以上でございます。進士会長 御説明ありがとうございました。それでは、先ほどちょっとお約束いたしました新しいメンバーも加わったところで、自己紹介といたしますか、自己紹介を兼ねつつも、きょうの問題提起は今、広告物行政のことです。私は、単純に景観上、広告物を取り締まればよいというそういう発想ではないと思っております。自分の言うことを先に言いますとね、広告物というのも、それなりの大きな使命があるし、それが機能している場合も多いわけですから。

ただ、今の最後の外濠のあの広告物が目立つのは、だれが見てもわかりますよね。どうも外濠にあればどうかという、そういう直感はどうなたでもお持ちでしょう。ですから、屋外広告物の内容というのは、まあコモンセンスだと思えますね。要するに、多数がどう思うかということが、やっぱり基準になるべきだろうと思うんですね。それから、場所柄というのがあって、だから、デザインをただやるというのは、先ほどのコメントにあったようにね、事務局のなかなか難しいですよ。行政がやるにしても、それは好き嫌いじゃないかとかね、それから企業イメージというのがあるのに、そうじゃないイメージを押しつけるわけにもいかないし、本当に難しいんですね。だから、屋外広告物法というのは非常に長い歴史があるんですが、なかなか本格的に議論はできていないと思います。

私は、今回事務局が、これ二年前でした、調査。二年前から調査委託をして、ここまでデータを出して。ちよつと高級なグラフだったので、すぐぴんときたかどうかちよつと不安ですが、大変なことだと私は思っています。つまり、いい取り組みをやってくれたと思います。屋外広告物という非常に難しい議論を、初めて客観的なデータでやった。できれば、全部とつたらしいから、全部見たいもんだという気もするんですけどね。見ると、みんな、ああ、あれはいいねとか、あれはちよつと気になるねとかね。それから、ここには建築家、建築事務所の方もおられるんですが、建築物はいいデザインなだけども、広告物とミスマッチで損しているというのはたくさんありますよね。本当は建築家と広告業がもうちよつとコンビネーションがよくて、最初から考えられないものかとかね。考えているのもあるんだと思いますが、そういうようなこととか、いろんな課題がここからあるわけですね。

ちよつとイントロ長くなりましたが、これからお一人お一人、御自分のお考えを御披露いただきますが、そのとき、あるいは最初に申し上げたように景観行政、新宿に対する希望、景観審議会での役割、そういうことについて御発言いただきますが、少しきょうは、せつかくこういうプレゼンテーションをもらったので、広告物を少し意識して、それを絡めながら、それを共有する、話題を共有する形で御紹介いただいたらいかなと、こう思っております。

景観行政にとつて非常に重要な広告物の議論は、実はこの審議会、随分長いんですけども、初めてです。こういう本格的に調査に基づいて議論するというのは、ですから、科学的なデ

ータとか、客観的なデータをまずとつたということは褒めていいし、それに基づいてディスカッションするということも私はとても大事で、その後どういう体制で、どうしたらいいかと。

四つの例だった、最後。四つの例えばのアイデアを、このとおりやりたいというわけでもないですね、事務局は。そこは今言ったようにたくさん議論があるでしょうから、広告というのは経済的な意味も非常に大きいので、企業にとつては命という面もありますしね、それから新宿のまちにとつての広告の価値というか、意義というのも私は大いにあると思っていますので、単純に景観論という電柱を埋めて看板をなくして色をコントロールするという、そういう単純な発想はもう意味ないと思っておりますからね。ぜひ本音の議論を、三時からだから、一時間ぐらいは大丈夫かな。約一時間ぐらいこれやって、きょうはおしまいにしたいと思っていますので、どうぞよろしくお願ひしたいと。

それでは、どうしよう。松川さんからいきますか、それとも専門家は後にする。でも、一番いいのは名簿順がいいね。きょうは自己紹介だから。どこに名簿ある。

この名簿は……。でもいいかね、名簿順で。私も名簿だから、まず私がやらなきゃいけない。

ここにありますように、私、実は三月で定年になったので名誉教授になりました。私の専門は、ランドスケープが専門、つまり景観とか風景とか造園が専門なんですが、きょうのテーマの広告物というのが、何でみどり土木部でやっているかというのちよつと関係があります。

実は、日本の広告物行政は、我々の造園の分野ですつとやっ

てきたんですね。不思議なんですが、景観なんていう言葉がなかったものですから、昔は風致とか美観の中で議論して、特に風致としてやっていましたので、いわばみどり部分がずっと。国もそうなんです。国も公園緑地景観課というのが扱っています。戦前からずっとそういうことになっています。戦前の東京都美委員会というのがあって、都市美行政でやったときも、実は造園家がリードしてきたんですね。そんな歴史もありまして、広告物というのは、どういうわけか今もってそれがやっている。非常に変なんです。景観の本職ができたわけですからね、本当はそうなんです。そういう歴史がありまして、みどり部門で実はやっていました。

それで、これは少し大きくとらえますと、二〇〇四年に景観法というのを国が作りました。そのとき私は議論に加わっているんですが、実はそれは景観法という単独の法律ではありませんで、国会を通すときは景観緑三法と言ったんです。この景観緑三法の一つは景観法、それからみどりというのは都市公園法とか都市緑地保全法というのがあったのを都市緑地法というふうに変えた、それがみどりなんです。景観緑三法のもう一つの法律が、この広告物法なんです。

ですから、二〇〇四年の景観行政を国が本格的にやると決めたときは、実は三本立てで出てきているんです、法律は。景観法と都市緑地法と、この屋外広告物法の改正なんです。ということは、どういうことかという、みどりと広告と、それから景観ということで、全体をまさに美しい国にすると、日本をすばらしい、美しい国にしたい。そのためには三つとも考えなきゃいけないという法の精神で、景観緑三法という形で国会を通し

ているんです。

ですから、何度も言いますが、きょうの担当で広告物を取り上げたというのはまさにそういう意味で、本来の景観のために重要な三分の一をここではつきりと意識している。多くの場合は、それほど議論していませんで、景観法ができたという、景観法、景観法って言うだけで、それからみどりは全く別だと思っっているんですが、そうじゃないんですね。いい風景はそうやってできるんだという、そういうことであります。

自己紹介を兼ねて、こういうことで終わります。

松川先生どうぞ。

松川委員 生活構造研究所というところで仕事をしております松川でございます。よろしくお願いいたします。

地域計画というのを専攻してきたんですが、きょうのような本日に広告を一度にまとめて見たのは、本当に多分経験にないことで、大変刺激を受けたというか、改めてちゃんと考えなきゃいけないということを思いましたし、それから新宿区というのが、本当に広告のまちなんだな、なくてはならないものなんだなというのも、何か非常によくわかったような気がします。感想ですけれども、建物がおしゃべりしているように、いろんなことを話しかけてくるように見えたというような気もいたします。なかなか規制するとか、そういうことを余り私は方策としてまだ考えられませんが、何かやっぱり非常にいい、すてきな広告というの中にはあると思うので、そういうものあげる賞とか何かを考えたらいいんじゃないかなと思いがら拝見していました。

以上です。

進士会長 ありがとうございます。

後藤委員。

後藤副会長 自己紹介を兼ねてちょっとお話ししたいと思えます。

看板の関係でいいますと、屋外広告物の関係でいいますと、私は今、都の広告物審のメンバーで、特に特例許可を出す小委員会の委員長もやっています。それで、いろんなものが屋外広告物なんですね。

皆さん、昨年ですかね、お台場にできたガンダム、あれ屋外広告物なんです。本来、屋外広告物を出せないところに広告を出す。それで特例の許可を与えるわけですが、要はどれだけの公共性があるかということが非常に大きな議論になって、僕は相場をきちんとつくらなきゃいけないと思ってるんですけども、あのガンダムのときは非常に安いお金で掲出を許可してしまっています。

そのほか、最近、都バスのポスターが貼れるタイプのバス停があります。あれも私がかわっています、あそこに貼るポスターのデザインは、都の都バスの交通局の中で審査をして、さらにその後、第三者評価という審査をするんですが、たまたまきのうもそれをやりましたけれども、あれは非常にハードルを高くしています。ですから、非常にしゃれたポスターしか貼っていないと思いますし、少しデザインがかち過ぎた、例えば人間のある体の一部だけを、例えば目だけとか、きれいな曲線美とか、それだけを強調するようなポスターも出すことを許していないんですね。

ですから、ちょっと表現媒体としては厳しい扱いをしていますが、まあ広告を出せないところに広告を出すことを許可するということの公共性、社会性ということをきちんと議論しながらやっています。ですから、都バスのラッピングバスのクオリティーの低さとバス停のクオリティーの高さというのは、ある意味、非常に象徴的だなと……

進士会長 バスのほうはないんですか、審査が。

後藤副会長 あれはあれでやっているんですけども、僕のうかがい知るところじゃないと。あれはチラシを巻きつけているんですよ。デザインのものとあれがチラシから始まっているところで、非常にちょっとそれはうまくいってません。

ちなみに、きのうこれは確認してきた話なので間違いありませんけれども、都バスのポスター、片面、二週間貼って八万円です。ですから、かなり広告媒体としては高いものだと思いますが、それだけの価値があるということと……

進士会長 一台で。

後藤副会長 一面。

進士会長 だから、一台で。バスなのでしょう。

後藤副会長 違う、違う、バス停。

進士会長 ああ、バス停のは。一カ所。

後藤副会長 バス停の片面、一カ所、二週間、八万円。

進士会長 二週間、八万円。高いな。

後藤副会長 まあ二週間刻みというのがいい業界と悪い業界があるんですけども、最近は映画の事前広告のようなもので、かなり使われ出しているんですね。

進士会長 一般会計に入るんですか。



後藤副会長 交通局に入るんだと思います。それで、バス停上屋をどんどんよりよいものにしていくのと同時に、その周辺の掃除もやるんですね。掃除をやらないとポスターを出してくれないので、掃除をやるということで、そういう社会的に貢献するような使い方をするので八万円とっているわけですが、ただその中間マージン二割とられるといつていましたけれども、だから六万四千円が交通局に入ってくる。そんなようなことをやっていまして、個人的には屋外広告物をうまくコントロールして、新しいまちづくりの資金をそこから生み出すような使い方をしなくては。先ほどのバス停周辺の環境整備ですが、雨が降っても、皆さん、バスを待つのに困らないとか、そんなようなことが一つあります。

同じようなこと、丸の内の一帯規制の強い美観地区、看板一切出せないところを、二週間、社会実験と称して、そのときは全日空ですけれども、全部全日空のバナーとポスターを出すことを許可したことがあります。そのとき、これはちよつとうる覚えだから間違っているかもしれない、二週間で一千万円。ただ、それも僕はやっぱり相場としては安過ぎたんじゃないかと思うんですよ。丸の内、広告出せないところで二週間ジャックして一千万円。そうすると、原宿だったら幾らだ、新宿だったら幾らだと。こういくと、本当に路線型の商店街のバナーをジャックしても、本当に百万円とかそういうような相場になつちやうので、ちよつとそのあたりは、僕としては屋外広告物が生み出すまちづくりの資金というところで、大変興味を持っています。

進士会長 日比谷公園で、ドイツのビール会社が一週間くら

いかな、やったのが、たしか三千万円か五千万円だった。

後藤副会長 ああ、それは結構いいかもしれないですね。

進士会長 とつたのね。公園の管理費に。

後藤副会長 ですから、本当にこういう時代ですから、うまくそれを使って、新しいまちづくりのお金を生み出していくということは重要だと思います。

それから、もう一つ、個人的に思うのは、どうして日本とか韓国とか中国の看板は、こんなにごちゃごちゃしていて、ヨーロッパとかすっきりしているのかという議論をよくするんですが、僕はこれ筆の文化とペンの文化と言っているんですね。

筆は、素人でもでかい字を書けるんですね。ペンの文化というのは、大きな字を書くのは、これはみんなプロの仕事なので、大昔から看板をつくるというのはプロがやってきたわけですが、日本の場合は「何とかあります」とかって、半紙に書いてぺたぺた張り出すことができるような、そういう張り紙文化みたいなのがずつと背景にあるのではないかなというふうに思っていますけれども、それをやはり、ただそれが日本の、あるいはこのアジアの都市の特徴かもしれないので、それをうまく使っていければというふうに思っています。

それから、さっきの外濠の広告物の件ですけれども、鉄道沿線の屋外広告物の規制というのはできるんですね。沿線から何メートルまでどうのこうの。それも在来線と新幹線と、いろんなタイプのことがあって、一番厳しいのは新幹線の静岡県内ですね。あそこは基本的に屋外広告物全部だめです、特にお茶畑と富士山を隠してはいけないというのがるので、新幹線に乗って走っているとわかりますけれども、神奈川県を越えると

急に様子が変わるようになっていきます。ですから、そういう意味で車窓からの景観を考えると、屋外広告物というのはやはり規制の対象になるんじゃないかなと思っっています。

以上、雑駁でありますが……

進士会長 とても参考になる話でした。ありがとうございます。  
した。

それでは、野澤委員、どうぞ。

野澤委員 工学院大学の野澤と申します。

後藤委員と同じく地元にある大学ということで、これからお世話になります。よろしくお願いいたします。

私自身、専門は都市計画、都市デザインとざっくりと書いてみますけれども、もともとは形態規制とか、建築基準法の集団規定の話をやつとやっていたり、密集市街地の整備を考えているほうが専門といえば専門です。

きょう二人とも欠席なんです、西村委員と窪田委員と同じ研究室の卒業をしております、西村委員は大先輩ですし、窪田委員はちよつと後輩になるという素性です。

景観については、幾つかの自治体でお手伝いさせていただいております、千葉市の景観アドバイザーというのを結構長くやっております。そのほかに最近ですと、相模原の景観計画をつくるお手伝いをしたり、幾つかやらせていただいておりますが、ずつとやっついても景観って難しいなと、先ほど進士会長からもお話ありましたけれども、絶対的な評価ができないので非常に難しいなと思っております、卒論とか修論で景観のことをやりたいという学生はたくさん出てくるんですけども、まず最初にやるなと言います。君たちのできる範囲では、大し

たことはできないからということをやつてくれども、例えば彼ら、景観のことをどう評価しようとするかということ、友達十五人集めて丸パツつけてもらいましたというようなことだど何の役にも立たないから、それ以上のことができるんだつたらチャレンジしてみろという話をするんですけども、なかなか卒論レベルではうまくいかないのが現実で、なるべく違うところで勝負したほうがいいんじゃないのという話をしていきます。

私の大学は、ほかに都市デザイン、景観に強い、新宿だと都市計画審議会のほうで倉田というものがいるかと思えますけれども、倉田研のほうがそつちのほうに強いので、そこで勝負しないほうがいいんじゃないかというような話もしていただきます。

きょうの話で、私もいろんなデータを見ていて、すごい立派な調査をやられたなというふうな感想を持ちましたし、最後のほうで四つの提案をされていますけれども、行政の方が事前協議制度を持ち出したのはすばらしいことだなと思ひまして、大体こういうあいまいなやつは排除する意識が、行政の方々には働くことが強いので、こういうことを、いろいろ問題があるとこの御指摘はされていきましたけれども、こういったことを一つ提案されたというのは、今後どう展開するか楽しみだなという感想を持ちました。

それから、今回は大きさと高さの話で、質の話はまたこれからということだと思つてくれども、やっぱり建物も色とかがいろいろ景観計画、景観条例の中で位置づけられてきましたけれども、屋外広告物もやっぱり色によって随分見え方が違ってくると思ひますね。先ほど写真の中にも、あるコイ

ンパーキングの黄色い看板がありましたけれども、あれも川越なんかに行くとき茶色系の看板を同じ会社が出していたりするもので、そういう歴史的なところでは自動販売機の色も違ってきていますし、あるいはコンビニエンスストアの色も違ってきたりとか、企業の側も企業カラーというのにこだわりを持つ会社もまだ多いと思うんですけども、少しずつ法規ができたので意識が変わってきているのかなという気がするので、だからこそやっぱり事前協議という仕組みが、何かうまく成り立って、大勢の人がこれでいいんじゃないかと思えるようなところに落ちつけられるような制度構築ができるといいのかなというふうに思っていました。

それから、先ほど後藤委員がバスの話、バス停の話がされましたけれども、ラッピングバスとか、あるいは最近だと電車もやたらめったらがちゃがちゃと広告が貼ってありますけれども、実は私の大学の前によく路上駐車している、あれ何ていうんですかね、広告トラックみたいな、夜になると光るトラックです。学生にとっては余りよからぬ商売の広告トラックがしょっちゅうとまっています、うちの大学の前に。何かうちの大学のイメージを下げているのかなという気がしています。ああいうものをどうにかしなきゃいけないのかなという気もふだん思っています、実は全然違う専門分野の先生からも、ああいうのは都市計画で何かできるのかって言われたりもしております、そういう面でも景観というのは、固定された景観と、ああいった動く景観もあると思うので、いろんなことを考えていかなきゃいけないのかなと日ごろ思っています。どうぞよろしく願います。

進士会長 どうもありがとうございました。

橋本委員、よろしく。

橋本委員 今期から新しく委員を拝命しました橋本でございます。私、東京都の建築士事務所協会がありまして、その新宿支部から代表ということでいってこいということ、ことからかわりました橋本緑郎と申します。前の委員は山本さんでして、その交代と。

私は、日ごろ設計事務所の代表をやっておりまして、エアロシティ建築研究所ということで、新宿一丁目にありますけれども、そこで設計の仕事をする傍ら、大学で教えるという二足のわらじを履いております。

今冒頭にいろいろ新宿区さん、あるいは関係の方々のいろいろの広告に関する、まち並みに関する思いやら調査結果やら聞かせていただきました、余り私の専門ではなかったんですけども、きょう聞かせていただいて、いろいろ思うところがたくさんありました。ありがとうございました。日ごろの御努力に敬服する次第です。広告物もいろんな媒体があるんだというふうに感じました。

私も、日ごろ事務所協会といいますが、設計事務所としては、建築の単体の設計やまち並みの設計ということで、非常に広告の係にかかわることも多いんですけども、例えば建物の壁面にビルのサインをつけたりします。これは自家用広告というんでしょうか。そのようなものでも、建築の設計者としては、その大きさやらつける位置やら非常に悩みまして、それで大き過ぎるんじゃないですかとか、建て主さんといういろいろやりながら実物ができていくわけですけども、それでもそんなに

努力してやったそうという看板でも、その建物の前を通るたびに、あの文字はもうちよつとちよつとちやくしておけばよかつたなとか、あの文字はもうちよつと色を変えときゃよかつたなとか、いろいろ反省することもしきりです。

また、あの建物はうまくいったなというのももちろんあるんですけども、そんなこんなで、日ごろいろいろ考えさせられること多いんですけども、広告がすべて悪いわけではなくて、要はまちの美しさとか魅力だとか、活力だとかいうことに対して、非常にかかわっている問題だなというふうに思っていて、やみくもに規制していくわけでもなし、またまちのそういう魅力だとかそういうものを大切に、もつと魅力度をアップしていくということのキーにもなってくるんじゃないかなということ、この会をおかりしているいろいろ考えさせていただければありがたいなと思いました。

今後ともどうぞよろしく願います。

進士会長 ありがとうございます。

それでは、次、区民代表委員で、浅見委員からよろしく。

浅見委員 浅見でございます。学経の先生方の後に、一番になるんですけども、素人レベルで発言させていただきます。

美しい東京をつくる都民の会という、そこで運営委員をやらせていただいています。ちなみに進士委員が会長です。これは東京都が美しい東京をつくるという景観の会議を開いたときの最後のメンバーが集まって、私たちがつけたネーミングですが、美しい東京をつくる都民の会として活動しています。

今の広告のことについては、やっぱり屋外広告で、一番先に、野澤委員も今おっしゃっていらつしやいましたけれども、色が

やっぱり一番目立つと思うんですね。大きさとか高さとか、出っ張りぐあいとかもちろん関係してきますけれども、ぱつと見たときに何が一番印象的かといったら、広告はやっぱり色だと思います。

制作者側、私は制作者側じゃありませんが、制作者側からしたら、多分ほかのよりも、どんなところよりも目立つものを、目立つ大ききで、目立つ文字で、目立つ色でやりたいと思うと思うんです。でも、それではやっぱりまち並みというのが、余りごちゃごちゃし過ぎてよくならないのではないかなというふうに思っています。

今、広告もそうですけれども、これは景観、屋外広告物とは関係なくなるかもしれませんが、路上に随分はみ出している商品や並べたりして、もちろんこういうチラシなんかも貼りつけて、すごい量で出ていますよね。ああいうのも、そういうものの中で取り締まるという方法がないのかなと。自転車が危ないとか、通る人がというよりは、景観とかまち並みをやっぱり崩している一つになっているのではないかなというふうに思っています。

自動販売機も、本当に先ほど先生方おっしゃいましたけれども、企業によつてはそのお店、そのまち並みに合った色に変えていたとか、あとは自動販売機の前にフィクションをつけたりとか、いろんな工夫をして、そういうものがずばり見えなような形で、まち並みにそぐうような方法をしている自動販売機の会社なんかたくさんありますよね。そういうのも、規制するのではないけれども、考慮していくという意味では、いろんな意味で事前協議をやるということは、すごくいいことじ

やないかと思いません。

また、余り詳しくはわかりませんが、私が何回か行ったヨーロッパのほうの国では、とつても大きい広告があるんですが、それが同じ大きさ、同じ高さの広告が、まちの中にそのままアトになって、かいてある内容とか全然違って、写真も巨大な写真があつたりしていても、それが上手に組み合わされて、そのもの自体がアトになつていようなこともたくさん見かけます。

だから、特に歌舞伎町なんかは、少しでも先へ、少しでも大きく、少しでも派手にというふうな広告が目立ちますけれども、そうじゃなくてももう少し周りを見た色とか、周りを見た広告というものがあつてもいいかなというふうに思いました。

以上です。

進士会長 ありがとうございます。

では、大浦委員、よろしく願います。

大浦委員 区の町会連合会からきました大浦といます。

最近、マスコミをよくにぎわしております百歳以上のお年寄りが行方不明になつちやつたと。あるいは亡くなつてから、時間が大分たつてから発見されたなんていうことをよく耳にしますけれども、町会活動も、そこまでいかなくても、そこに近いようなきめの細かい活動ができたらいいなと思つております。

それで、きょう初めてお邪魔しましたけれども、この新宿区景観まちづくり審議会、これはどういふものかよくわからないんですよ。といいますのは、大分前から続いているそうなんですけれども、例えば今回はたまたま広告物をテーマにしてやっているんだと。その前は、ビルとかそういうものをやっていたんだ

というふうになつていっているんでしようが、この審議会の意義がよくわからないんですよ。後ほどお聞かせ願えればいいと思うんです。

きょうは広告物ということで、いろいろ広告物が出ました。うちも商店をやっていますので、わかるんですけども、看板、許可制になつていまして、立て看板でも許可制で、そこで一つわからないことがあるんですけども、手数料を出すと許可してくれるんですよ。手数料を出さないと許可してくれないんです。僕が思うには、悪いものは悪い。だから非常にその点、説得力がないといえますか、一八歳未満は、これ見ちゃいけないよ。十八歳超えたら見てもいいよと。悪いものは、だれが見たって悪いんだというはつきりしたあれがないと。

それと今、盛んに地方分権、地方分権と言われていますけれども、先ほどのスライドというが、あれ見ていましたら、東京都と連携してとか、東京都と相談してと言われるけれども、これは独自に新宿区自体でもつて条例をつくつていけばいいことで、東京都なんて相談する必要ないと思うんでね。それは、やっぱり地方分権とかで、何か口ばっかりあれしているけれども、行動が伴っていない、地方分権という。

それで、これに関連して、僕の住んでいるところは大久保通り、御存じかどうかわかりませんが、JRですが、中央線の大久保駅、あるいは山手線の新大久保駅、あそこずっと大久保通りになるんですが、あそこに韓流ブームじゃないけれども、韓国のお店がたくさんできました。また、よその外国人の料理店もたくさんできました。ところが、今から七年ぐらい前でしようか、七、八年前、余りにもごみの出し方初め、自転車

もそこらへほつばらかしているし、もう看板はそのまま出しっ放し、商品は出しっ放しということでもって、東京都第三建築士事務所、それから新宿警察、新宿区、それから私も商店街、二つの商店街、それから四つの町会でもって連合しまして、大久保・百人町クリーン活動協議会というのを立ち上げて、それでもってそういう看板とか広告物を、あるいは自転車、それからごみの出し方、何しろ焼肉は汚いのを出すんでね。それから、あとあれですね、はみ出し商品、それから看板ですか、それから違法駐車とか自転車、そういうのを警察官ともども、東京都の第三建設ともども行っております。

ですから、そういうことが、このまちづくり、景観審議会につながるのかよくわからないので、そこら辺を教えてくださいたいと思います。

以上です。

進士会長 ありがとうございます。

今御質問だったけれども、答えは後でやってください。

では、次に福井委員、お願いします。

福井委員 福井と申します。前回は神楽坂通り商店会ということで出席してましたけれども、今回から神楽坂だけじゃなくて、新宿区商店会連合会として出てこいということで、それを出させていただいております。

どうしても、やっぱり地元で、神楽坂で生まれて、神楽坂から出たことがないものですから、神楽坂の例をどうも出しやすくなっちゃうんですけれども、広告に関しては神楽坂でもって失敗した例では、某居酒屋チェーンが店を出したときに、看板の大きさにみんなが驚いて、事業者と話し合いをしてやった経

緯があるんですが、なかなか彼らは彼らの考え方で、法律にのっとっているんだというようなことでもって引かないと。どうしてもやっぱりうまくいかなかったという経緯が。

それから、また次の機会には、今度、別の居酒屋チェーン店が出店するという、それは事前に入って、看板のことを事前に和民の本部とかけ合ったところ、神楽坂にふさわしいお店を出すので、迷惑はかけないんじゃないかというような本部からの回答があったので、割とうまくいったかなと。そんなようなことは、一つは僕らのまちづくりに対する理解度が上がってきてくれたことなのかなというふうに思っています。

おかげさまで、僕らの神楽坂通り商店会に関しては、自販機を早稲田通りに面しては探すのに苦労するぐらいないというようなことに大分徹底してきたという。それを、まち全体に上げていきたいなというふうに考えています。そういう意味では、神楽坂だけじゃない、新宿区のことやらなきやいけないので、ちよつと荷が重くなってきたなという。

頑張りますので、よろしくお願いします。

進士会長 どうもありがとうございます。さっきの神楽坂の話、何か提案していたね。

福井委員 そうですね。

進士会長 あれどうですか。

福井委員 とりあえず車道に面している建物というのは今ないものですから、歩道上なので、大体でも三・五メートル以上はみんなあると思いますから。

進士会長 あれはもっと下へ下げるといふこと。

後藤副会長 二・五まで下げたらどうかという……

福井委員 どうでしょうかね。我々まだそういったことは、法的な規制の中で三・五を維持するような。逆に、本多横町という場所は、やっぱり車が通ると歩車道の区別のない道路なので、三・五は必要なんじゃないかって逆に思っているので、目線の高さまでおろすのが本当にいいのかどうかというのは、ちよつと疑問に感じています。

進士会長 あれは、事務局は、目の中に入ったほうがにぎわい感が出るという判断なんでしょう。だから、三・五はちよつと上上がり過ぎているので、もうちよつとおろそうかという、おろしてもいいことにしたいというんでしょう。そういう趣旨、どうぞ。

志原主査 結果から、データからちよつとほかのものと比べて著しく適合していないものが多いということで、やはり……  
進士会長 ああ、既存不適合を適格にするというのか。

志原主査 そういうニーズが高いのかなというふうに、逆に読み取れたかなということでございます。

進士会長 ああ今既に三・五をクリアしていないで、みんな二・幾つになつていっているというわけだ、調査したら。そういうことね。

志原主査 余り言いづらんですが。

進士会長 それに逆にルールを合わせちゃったらどうか。

福井委員 そういう意味では、我々のところは歩道上にあるので……

進士会長 歩道上だからね。

福井委員 はい。余り気にはしていません。

進士会長 歩道上だから、下げて差支えはない。

福井委員 そうですね。

進士会長 はい、どうぞ。

後藤副会長 バナーをたしか商店会連合会か何かが出されませんでしたっけ。

福井委員 神楽坂ですか。

後藤副会長 ええ、共通の。

福井委員 はい。

後藤副会長 それは、公的なところから出しているから、三・五メートルをクリアしてバナーが出たんですね。そうすると、やっぱり読めないですね、ちよつと高過ぎて。だから、バナーみたいなものは少し下げてもいいんですけど、建物から突出するものは、一概に三・五か二・五かというよりも、やっぱりそのまの歩道幅ですとか建物の間口の大きさですとか、ちよつといるんな要素があるとは思って伺っていました。

福井委員 バナーに関してはもっと低いですね、我々は。

後藤副会長 ああ、そうですね。

福井委員 逆にさっき先生のおっしゃったような企業からの、例えばマンションの計画があると、バナーを全部やりたいから、広告費を出すから出させてくれというような申し込みもあるんですけども、我々一切受けていないので。

後藤副会長 すみません、途中で口を。

進士会長 おもしろい話ですから、本当はやりたいんですが。

和田委員、お願いします。

和田委員 東京商工会議所ということで出ておりますが、新宿駅前振興組合と申しまして、こちらの靖国通りを挟んでアルタ、三平ストアとか紀伊国屋地域で景観とかをやっております

て、私どものまちとしては、まち角、どこの角に立っていた  
いても、新宿区の木がケヤキなんです、ケヤキのみどりが見  
えるように配慮してまちをつくりまして、あと歩行者に歩きや  
すいように御影石で全部舗装させていただきました。

そのほか、地域にストリートファニチャー及び最近、約七、  
八年になりますけれども、オープンカフェなどをやっておりま  
す。

そして、昨日もこちらの区のみどり土木部及び新宿署の防犯  
と一緒に、モア四カフェというところで五百鉢、花を植えさせ  
ていただいたり、まちとしては一生懸命やっておるんですが、  
先ほど浅見委員のおっしゃったとおり、道路の歩道上にはみ出  
し看板、置き看板、それから商品陳列及び桃太郎旗、かなりこ  
ころのところふえてきまして、区の道路監察、ともにやってお  
るんですけども、ちょっといま一つなもので、景観部門、先  
ほどおっしゃったとおりちょっと考慮していただいて、そうす  
れば一番の歩行者目線だと思いますので、ひとつその辺を切に  
お願いしたいと思います。

進士会長 ありがとうございます。

阿部委員、よろしく願います。

阿部委員 阿部でございます。前回も進士会長のもとで二年  
間過ごさせていただきまして、単純にいいますと、大学のゼミ  
に來た感じですごく後藤委員と進士会長のお話を聞いて楽しく  
思っています、逆にそこで自分が何を思っていたかというこ  
とを改めて考えながらきました。

今、私は仕事は設計、建築とか都市絡みの設計をやっている  
コンサルでございますが、実際、今矢来町に住んでいますので、

あくまでも一住民といましようか、そういうふうに住んでい  
る人として、ここで基本的に発言をしようと思っております、  
それでやっています。

先ほど広告のこの資料、それを見まして、特に参考資料とい  
うのをいただいて、あれざつと読んで、例えばほかの京都とか  
文京区とか、あとはみなとみらいとか、いろんな記載があつて、  
それでこういうふうになつたと、実はすぐくたけになつたとこ  
ろです。

きょうは新宿の規制だつたんですけども、例えば文京区で  
すとガイドラインとしては四メートル、規制じゃないんですが、  
そういう形でやっているという点や、それから場所によつては  
当然より厳しい、広告物なしですか、京都。かなり徹底しまし  
て、改めてびっくりしているところなんですけれども、私がか  
感じましたのは、先ほど話もあつたんですけども、やはり広告  
というのは建築と一体である、どうしても使命を帯びているも  
のなので、そこでどうしたらいいかという話のときに、もっと  
私、色彩と物的なボリュームなんですけれども、色彩が基本的  
には低彩高明というんですけれども、低い彩度で高い明度を維  
持する分には、それほど違和感ないだろうというのが前提の一  
つだろうと。あとボリュームは、これいたし方ないんですが、  
法的なものでやります。でもそれといつても、やはり結局、進  
士会長、コモンセンス、一般的に自分が感じたときに、ああこ  
れ大丈夫だとか、これどうしても違和感があるというのは、それ  
はやっぱり規制があつていいんじゃないかなという思いがあり  
ます。

新宿区は、景観地域ですか、でも地区が今回あると思うので、



地区、五つですかね、それなりのやっぱり規制の仕方があると思っ  
ていいと思うんですけども、やはり何かかけてそのま  
ちの特色をちゃんと出していったらベストだと思っ  
ています。

ちなみに、私、外濠は週末よくジョギングします。皇居も、  
月一回ぐらいはジョギングして、千代田区の周りをの  
りをしながら、違和感があるときとないとき大体わかるので、例  
えば外濠走って、例の看板は、列車に乗ってても、そこをジョギ  
ングしても、やっぱり違和感がありまして、何とかしたいと実  
は個人的なこと。

あとは神楽坂のまちづくりも、福井委員がやっていまして、  
少しばかりかわらせてもらっているんですが、その日、居酒  
屋チエーンの看板が、壁面がやはり大きいんですね。ですから  
三割以下といつても、やっぱりその壁面で一割か五割規制しな  
いと、とんでもない看板を出す方がいて、やはりそれはどうし  
てもちゃんとした形でやっていかないとまずいかなと思っ  
ています。

やはりそういう意味で、環境、景観と、一つの公益だとい  
ふふうに思っていますので、自分がいいふうと思うのと、思えば  
ほかの人も多分いいというふうに思ってくれるだろうという前  
提のもとで、いろんなことを発言できればと思っ  
ています。

進士会長 ありがとうございます。

大野委員、よろしく。

大野委員 御苑のそばの内藤町に住んでいます大野です。二  
期目ということで、私自身、景観を変えて、前からいらっし  
やる方はおわかりだと思っ  
ますが、少しでも、景観審議委員であ

る以上は、自分の景観をと  
いうことで涼し目にして  
みたんですが。

私は、公募した理由は二つありまして、一つは、前回申し上  
げましたけれども、新宿で生まれて新宿で育ちましてもう七十  
数年、こよなく新宿を愛しているという立場です。はばかりな  
がら新宿の大体のところの地域は、頭に浮かぶという自信がご  
ざいます。

たまたま、私はその三分の二を高田馬場の商店街で過  
しました。地域の一つにな  
ってありました。パブルの  
ときに資産を売却しまし  
て、御苑のところ、内藤  
町のところに住まいを移  
しました。移しましたと  
ころ、大変いい環境の  
ところだったのでござい  
まして、ほとんどが古木  
がありまして、大木もあ  
ります。このまま放置し  
たらば、私が住んでいた  
開発地域と変わらなくな  
ってしまうと。こう思っ  
まして、当時の町会長と  
相談をして、八年をかけて  
地区計画をつくり上げ  
て、三階建てまでとい  
うことで、自主的に保  
守的な、今まで開発地  
域にいなから保守的な、  
本当に大変でしたけれ  
ども、了解を得るには。  
九十何%の了解を得  
て、地区計画をつくり  
上げました。大変いいこ  
とをしたというふう  
に自分では思っており  
ますし、現在も皆さん、  
みどりを植えて、新し  
くお住まないになる方  
は、生け垣にしたり、木  
を植えたりとい  
うことをなさ  
つていただ  
いております。

そういう立場で、ぜひこの委員会に参加したいと思っ  
て応募いたしました。

広告ということですが、私自身、大変さ  
ういう意味でも繁華街に  
いましたから興味はござ  
いますが、四谷という地  
域で見ますと、あそこ  
に、四谷四丁目  
にアキレスという大きな

看板がございました、この新宿御苑みどりと眺望保全地区と、これにかかったのか、行政指導でこれが太陽パネルと変わりました。

いい点では、私などがこの京王プラザとか高層ビルの上から見ると、ああそこが私のうちのそばだというふうにいよいよ目印だったんですが、悪いところは私の住まいを含めて、その地域の人たちが、これが点滅する大きな真つ赤なアキレスという看板だったので、窓に真つ赤に映るんですね。非常に不愉快きわまりない状態だったのがなくなりまして。大変そういう意味では喜んでおります。ほかの方に聞きましても、大変よかったですおっしゃっている方が多い。これは景観まちづくりの中の大きな出来事の一つとして、私は喜んでおります。

ちよつと気のついたことは、これは広告というふうにとられるのかどうか私ばかりませんが、気になつているのが四谷の地域に一つございます。いずれそれをお考えいただければありがたいと思っておりますが、それは、表通りに建つておりますものです。およそ三十メートルぐらいの建物であります、ここにネオンのポールみたいなものがくねつて、赤、黄、緑、青というふうに点滅をいたしております。どういふ状況であれができたのかよくわかりませんが、建物自体もくねつた建物で、非常に特色のあるものですが、そこにネオンのようなものがついています。これは文字を書いた広告媒体ではありませんが、建物というものを強調するという意味では、ある意味の主張するものであるかと私は思っております。それが果たして四谷の商店街、あの地域に調和するのかわかるといふ点では、私は大きな疑問を持つと同時に、あれがよければということ、これが多くな

つていくと思いませんが、一つの既成事実になることはちょっと困るのではないのかな。この場合、考えますことは、やはり地域との、あるいはその地域の商店街とか町会とか、そういった地域に住んでいる人たちの了解を得られているのかどうか、これが私は大きな疑問ですね。ああいうふうにつくられてしまったものはどうしようもありませんけれども、先ほどの説明の中で事前協議がなされるような話がありました。少なくともああいう建物を建てて、そこにそういう色彩を施すという場合には、地域と事前協議を必要とするようなほうに発展をしていただければありがたいと思っております。

以上でございます。

進士会長 ありがとうございます。

さつきから大野委員ずつと見ていたんですよ、涼しげだなと思つて。

大野委員 別に意図はございません。さっぱりとした。

進士会長 「私のお家も景色の一つ」というのが景観の標語であつて、だからみんな自分だけ、自分が周りの風景をつくつているというのを自覚されて、本質をついておられると。

大野委員 そうですか。冬場にはまた冬場の……

進士会長 冬場。沢村貞子はもつと言つていて、いい景色だねと言つんですよ。大野委員みたいがいい景色と呼ぶので。

提坂委員、よろしく。

提坂委員 初めまして。今年度から委員をやらせていただきます。提坂温子です。

私は皆さんとちよつと違ひまして、新宿は今住んで丸七年目に入りました。静岡とか横浜、宮崎、東京都内では文京区と品

川区にも住んでいました。

やはりちよつと景観のことで私が考えることは、景観ができているということは、やはり地形もあります、歴史的文化もありますし、あとはやはり今いるとほとんど無自覚のうちに成立してきた地域の暗黙のルールとか、そういうものというのがあると思うんですね。ですから、本当に規制とか保全とか開発、規制とかというものじゃなくて、その地域を、だからそこに住む人、そこに住む人だけじゃなくてそこに働く人、そういう人たちすべてを含めて、その地域をマネジメントして景観を生むということがすごく大切ではないかなと思うんです。

ですから、最初に言った広告物に関して、すごく赤で書いていますね。あれは外堀通りに面しては、やはり水とみどりがあるそこは一番大切なところであり、それが景観を保たれるためには、その広告物というのはすごくちよつと異物だと思っんです。そういったときに、その会社にとって景観を考えるとということによって、自分たちがもらえるアメニティー、そういうものがどれだけ享受できるか。企業イメージですね。企業イメージが上がるんじゃないですか、もしみどりとかそういうふうにしたときに上がると思うんですね。

ですから、やっぱり企業に対しても、景観を大切にすることに対する利益というものを考えていただいて、それでまちづくり、景観づくりというのは、本当にワークシヨップというが、事前に今さっき言ったように、広告物をよく調べていらっしやいましたけれども、やはり私たちがいるんなまちを歩いて、そこで見たり感じたりしたものを話し合っつて、それでやっていかなければいけないんじゃないかなって思っています。

それで、今ちよつと後藤委員がいらっしやるので、コズミック通りのところに住んでるんですけれども、あそこに赤いカラーコーンが早稲田大学で置かれていて、それが何か……

後藤副会長 学生が自転車をとめないように。わかりました。提坂委員 それが何かすごく景観に合っつてないので、気になっつたものです。

後藤副会長 はい。私、キャンパス整備担当で。

提坂委員 ぜひ、御配慮のほどよろしく願ひします。

以上です。

進士会長 どうもありがとうございます。

それでは、続きまして竹内委員、よろしく。

竹内委員 初めまして、公募で応募しました竹内です。よろしく願ひいたします。

私は、市谷の早稲田通り、神楽坂通り、外堀通りのあたりに住んでいる者なんですけれども、そして地区協で将来像を考える会とかいうので、今みどり、そして環境を考えながら歩いているんですけれども、この早稲田通りを見ますとケヤキがとても茂っつていまして、広告については、やっぱり目の位置というのが、そのケヤキで隠れていまして、出ている看板については余り考えないんですけれども、やっぱり道路が狭いものから、道路に出ているものを、ちよつと不愉快だなとか、お店が出ている感じがあるんですけれども、それについては牛込警察と一緒に取り締まりに行っつたりするのも協力したことがあるんですけれども、でもやっぱりケヤキが多い、細い神楽坂通りというのは、とても歩くのにお勧めの通りじゃないかなと。それと同時に、早稲田通りも、今度は少し広くて、中に中央分

離帯があるものですから、より一層広くて、そんなに歩いてみて看板を気にしないような感じなんですけれども、一番気になるのはJR市ヶ谷駅におり立つときに、やっぱり水面に映る看板たちのことを考えると、帰ってきたなというほつと感と同時に、あれでいいのかなというのは、やっぱりそこで皆さんが言っているようなことも思いながら、このあれを、資料を考えました。

環境や公共性を考えた広告について、皆さんと一緒に考えていけたらと思います。どうぞよろしくお願いいたします。

進士会長 どうもありがとうございます。  
では、最後に鹿島委員。

鹿島委員 鹿島でございます。ことしの四月に、都市計画部長に就任いたしましたところでございます。きょうは景観ということで、一通り皆様方のいろいろな御意見を聞いているだけで、随分私自身もまた勉強になりました。

この半年以上、もう少したっているかもしれないんですが、靖国通りを大ガードのほうにぱっと向かっていきますと、おやつとあって、昔あったエプソンのブルーの看板、大きなものがあつたんですけれども、あれが、ああいうと、あの印象というのは非常に気がついたときに、本当に日常見なれていたんですけれども、随分周りの風景と違いますか、変わってくるなど、強烈な印象を持ったことを今思い出していたんですね。

それで、冒頭で進士会長のほうから、昔、我が国ではと、風致とかという話があって、広告物条例については美観、風致という立場、あるいは安全・安心というようなところで規制をしているわけですが、一歩進んで景観というふうになりま

すと、やはりまちの歴史を含めた地域の特性、あるいはその地域の持つ固有の文化的なもの、そういったものともまたマッチさせていかなきゃいけない。

一方で、事業活動に規制をかけて、まちのにぎやかさとか、まちの魅力といったものが、やはりまちの知恵でもって健全に発展していく部分については、やはり行政としても応援していかなきゃいけないということを考えますと、いろいろな方法があるんだらうと思いますけれども、規制だけでできるのかどうなのか、むしろ地域ルールみたいなものをつくり上げていくほうがいいのかもわからない、そういったような感じも受けたところでございます。

いずれにいたしましても、こういった調査活動、この景観審議会そのものが二十三区的、あるいは全国的に見ても平成三年から設置されておりまして、景観法が十六年にできる間、十数年間、非常に先進的な取り組みを、それぞれの歴代の委員の皆様方の御尽力によりまして、新宿区は取り組ませていただいていたということでございます。

この広告物についても、非常に難しいナイーブな問題もありますけれども、きょうは調査報告を中心に、例として、四つの例は御紹介させていただきましたけれども、これから少し時間をかけて、任期も七月一日から始まったばかりでございますので、皆様方の御意見、いろいろと参考にさせていただきながら、一つまとめなければありがたいなと思っておりますので、どうぞよろしく御協力のほどお願い申し上げます。

進士会長 ありがとうございます。

以上、これで委員の皆さんの御紹介と意見をいただいたと思

いますが、特にもう一回、忘れていたという発言ありますでしょうか。

それでは、事務局から、先ほど大浦委員が……。事務局、今お答えすると思いますが、広告物のこういう個別に、このときはこれをやるとか、そういうんじゃないかと、今まではまさに新宿全体のまちづくりを景観の面から、大きな計画をつくったわけですね。お手元についているんでしょう、資料はね。景観計画がありましたね、それをずっとやってきております。

ですから、きょうちよつといきなりこういうので説明して、非常に細かい話をして、しかも景観ってうんと広いんですが、その中の広告のことだけがきょう出ましたので、何かおまえら暇人だなというか、こんなこと一つずつやっているのかという御感想を持たれたかもしれません。きょうが普通よりちよつと違いまして、だからちよつと今、言いわけはこれから事務局がすると思いますが、私が事前に言いわけをするとそういうことで、景観まちづくり審議会は、いわゆる景観と違って、先ほどの看板とか色彩とか、そういう狭くとらえないで、新宿のまち全体が、それぞれのまちが個性を持つて、元気で、それこそ大久保通りは大久保通りらしく、そういうよさを生かしながらまちづくりを支えようと、そういうのに合うような仕事をずっとやってきたんですね。

きょうちよつと非常に何か学会の論文発表みたいに丁寧なグラフが出ましたりして、ちよつとこういうことを毎回やっているのかというのではないので、ちよつとそこだけはお断りしておきます。

事務局どうぞ。

折戸課長 本日配った資料の中で、参考資料三というのがありまして、新宿区景観まちづくり審議会について総論としては今、進士会長がお話しになったとおりなんですが、景観まちづくり審議会につきましては、景観まちづくり条例によりまして、景観まちづくり計画の策定や変更、それから景観形成ガイドラインの策定や変更、それから今度、新宿区も景観行政団体になりまして、景観行政団体というのは、景観法を運用できる団体でございます。景観法はかなり強力な権限を持っています。景観計画に合わないものに対して変更命令や勧告ができるようになります。そのような措置をとる場合、この審議会への意見聴収が必要になってまいります。

それから、あと景観形成に関する区長が必要を定める事項でありますとか、景観形成に関する重要な事項なんかも定める場合、区長が本審議会に対して、さまざまな施策を諮問し、皆さんに審議していただきまして、答申をいただいて、それをもとに区としての景観行政を進めていくというようなこともございます。

新宿区の景観行政の大きななめというところで、審議会は、条例で位置づいておりますので、ひとつよろしくお願いいたします。

進士会長 あと新宿は新宿で、都なんか無関係で頑張ったらしいという励ましがありましたので、それもかなり新宿区は新宿独自のことをやっておりますので、多分、大浦委員のねらいどおり区は動いていると思いますので、御理解ください。

大浦委員 ありがとうございます。

進士会長 まあ本当は景観まちづくり、先ほど大浦委員たち

がおやりになつてゐる大久保通りで、いろいろ活動されたことをさつきお話しになりましたが、そういうことそのものが実は景観まちづくりなんですよね。ですから、そういうレベルで、それぞれのまちが、まち全体で、コミュニティでいいまちなしように。気になることは直すし、汚いところはきれいにするし、それやっているとだんだん、もうちょっと家のつくり方とか、道路の整備の仕方そのものからちゃんとしなさいとけないねというふうにだんだんなつて、それで区全体では、その川をどうするか、通りをどうするかつて、例えば景観全体をやつぱりやらなきゃいけないと、こういう話なんです。

ですから、一番の基本は大浦委員が実際に今までおやりになつた大久保通りの仕事で景観まちづくりそのものだと思いますので、ぜひこれからもよろしくお願いしたいと思います。

それから、先ほど四谷三丁目の建物。

大野委員 ごらんになつたんですか。

進士会長 私はあそこの会合に行つたことがあります。その色は気がつかなくつたんだけど、さつき言つた色は韓国の国旗の色じゃない。

大野委員 五色か六色、六色ぐらいですかね。

進士会長 韓国の国旗の色ですよ、その組み合わせは少なくとも。

大野委員 非常に目立つんですよ。

進士会長 それがね、だからここは、今度さつきの看板の議論ですが、まずパブリックアートというのがあります。例えば、ラブって大きい字で、彫刻ですね、一応あれは。だけど、あれ、ラブを、じゃあ企業名とかやつたら看板になるのか。芸術と、

つまりオブジェとかスカルプチャーというのと看板というのはどこで区別するんですかと、そういうことになりますね。

それから、今、建物本体がもう看板、あの鳥の巣の何だあの学校は。東京モード学園ね、あれはここで審議したんですよ、実は。それで、ちよつとせつかく新宿は、西口全体は再開発して非常にきれいに整備したんですね、都庁を中心からね。ビルは一個一個ちゃんとして、それで公開空地をとつてみどりもきれいにしてね。一番最後にあのモード学園は入つてきて、ぼんと置いちゃつたんです。だから、後ろはとつても整然としてゐるから、あれがものすごく格好よく、輝くわけですね。あれと同じビルが十個もあれば、あれつまらないものなんですよ。

つまり、風景というのは、そういうふうな背景と点景の関係になつてゐるものだから、いつてみれば先駆者が努力して整然とした背景をつくと、最後に一番格好よく目立つのが入つちやうという。看板もそうですよ。整然とした風景をつくれればつくるほど、真つ赤な看板が、やつぱり一番得しちゃうわけね。得するというのは、商売上はね。

さつきの提坂委員おつしやつた、企業イメージは落ちるかもしれませんが、ただ落ちても商品を買う人もいっぱいいるわけで、高い企業イメージを維持するところはみんな品よくやるんです。だけど、世の中には、購買というのは、むしろそうじゃない、それこそダサイほうが好きという人だつて人口からいふといっぱいいるわけですから。

そうすると、なかなか企業の社会的貢献だの企業の社会的責任だのという議論だけでは、やつぱり淘汰されないんですよ。だめなほうが得という商売はいっぱいあるわけで。ですから、

そこが、そういう漁夫の利みたいなのと、最後に入ってきてせっかくの努力を泡にしてしまうのは、やっぱり少しコントロールしないといけないということですよ。

それで、先ほどの事務局の説明のように、景観法という法律に基づいてそういうことがやれるようになったはずなんです。これから景観行政はまさに本番に入っているわけですが、やっぱり本当は区民がそういう企業を軽蔑して、いいまちに貢献しているのを評価してくれるようにだんだんなるといいですね、本当はね。それも大事な景観運動ですよ。

それから、今の韓国の話は、ちよつと文化が違うというかな。大野委員　それが悪いということじゃなくて、あれだけのものをつくる以上は、事前に地域に説明をするというふうな前提が新宿区にあれば、だめだということじゃなくて、そういうプロセスがあってもしかるべきじゃないかという。

進士会長　あれはいつできたんですか、あれはだけか……

大野委員　二年ぐらい前ですか、あれは。

進士会長　韓国の建築家をやったんですか、あれは。

大野委員　そう聞いていますね。

進士会長　大使館ですよ、あれ。  
大野委員　二年ぐらい出て言っていますね。どこか直しているの、一時的にきているらしいんですけども、ただもう警備隊が、機動隊がいて、非常に不穏な雰囲気になっていきますけれども。

進士会長　韓国に行かれると、どのまちにも教会がたくさんあって、十字架を真つ赤なネオンで包んでいるのわかりやすい。そういうものを気にしない文化みたいなんだよね。だか

ら、そういう文化の違いがね、異文化が入ってきて、そういうのがちよつとあるかもしれないね。

大野委員　事前にちよつと話すような機会があったらと思いますね。

進士会長　そうですね。あれはただ区に相談しない規模かもしれない。都でやっているのか。

折戸課長　その建物については、私が課長をやっていたときに協議した覚えはないですが、調べてみないとわかりません。

進士会長　地域の方が、四谷につくるんだから。それは、だから大野委員が意見を言うことは全然問題ない。地域住民なんだから。

大野委員　商店街からだめだというふうなうわさは聞いてはいませんが、ただ相当目立つものですから、事前に何かあつてもという感じがしたものですからね。

進士会長　さて、きょういろいろ御発言があつて、後藤委員が言われたような、むしろお金とって公益性に還元するような、そういう積極的な看板というか、広告物行政の扱い方もあるでしょうし、今言ったようなモラルとか企業の方といいますか、そういう議論まであるし、それから事務局が提案したような、幾つかの細かいところでコントロールしてよりよくするというために、今の基準とかを見直すとかね、そういうのもあるだろうと思いますし、いろいろまだ議論があると思います。

今回、何度も言いますが、大浦委員には特に申し上げますが、広告だけを取り上げたり、色だけを取り上げたりは基本的にはしません。ただ、今まで長い、景観行政の中で一番言われてきたのが、実は広告ですね。さつき松川委員おっしゃったように、

新宿という歌舞伎町で、ぎらぎらにぎやかな看板ね。そういうふうな新宿の代名詞みたいに、看板というのは非常に気になるというのがあるんだけど、ただ和田委員たちは新宿の駅を中心に本当にケヤキをやって、舗装に御影の立派な石を使っただけです。非常に丁寧な質の高い新宿の歌舞伎町のイメージをむしろ抑えるというか、本当に格調高いまちにしようとして和田委員たちは努力してこられたね。ですから、景観はある種のコントラストで、悪いものの中に悪いものがあると、いいものがあると悪いものが気になるし、比較なんですね。図と地の関係といいますけれども、比較だ。

ですから、なるだけ地域が、それぞれが魅力的に映るように、それぞれやっていくという話になってくると、どこかだけというわけにいかないの、いつも全体を見るんですね、新宿全体を見る。そして、このあたりは看板があつていいんじゃないの、これからこういうレベルの看板でいいだろう、だけどここはそれは似合わないよねという、それぞれ地域によってかなり違つと。

お手元にいつているというのは、竹内委員にもありますが、その小さな冊子ですね。それで地域ごとに調査をしました。きょうお休みの西村委員たちの研究室、それから後藤委員たちの研究室、工学院もやったけな、あれ。いろいろやっていただいで、分担してそういうのをやっていただいたんですね。ですから、新宿の景観まちづくりは、丁寧に地域ごとにいろんなあり方があると。看板大歓迎のところもあつていいし、全面禁止もあつていいんだと、その中間もいろいろあると。そういうような、比較的あれはだめ、これはだめなんていうんじゃない、何

でもいいでもない、ちょうどそのバランスをとりながら全体像をつくつていこうと。新宿の魅力や、新宿の風格をつくつていこうと、そんなやり方で進めていますので、ぜひこれからもいろいろ御意見をいただきたいと思ひます。

ありがとうございます。

三、その他

進士会長 それでは、どうぞ事務局、何かありますか。

折戸課長 事務局からということなんですけれども、今回の議事録ですが、個人情報に当たる部分を除きまして、よろしくお願ひいたします。

次回の審議会でございますが、また通知によつてお知らせいたします。

それから、先ほどお話ししたんですが、景観の事前協議制度の届け出、行為の届け出につきまして、景観法に基づきます勧告や変更命令を検討する場合がございます。そうした事例が発生した場合、この審議会の審議を経てやることになっていきますので、急遽審議会を開催する場合がございますので、その際は御連絡したいということでございます。

事務局からは以上でございますが、よろしいでしょうか。

進士会長 それでは、委員会、もし御発言なければ閉じたいんですが、よろしいでしょうか。特に御発言ありませんか。

それと幹事の皆さん、せつかくおいですがいかがでしょうか。ないですか。

蒔田幹事 特にございません。



進士会長 それでは、大変長い時間、私、一応目安二時間と  
いうのでちようどですので、もし特に御発言なければ、これで  
お開きにしたいと思います。

どうも御協力ありがとうございました。

午後四時五十七分閉会