

平成 27 年度第 1 回栃木県景観審議会
議 事 録

1. 開催日 平成 27 年 9 月 7 日 (月)

2. 開催場所 栃木県公館 中会議室

3. 出席委員 10 名

三橋委員、粕谷委員、渡邊 (美樹) 委員

尾登委員、秋澤委員、木内委員、波木委員

渡辺 (さちこ) 委員、野澤委員、星野委員

午後1時10分 開会

1 開会

2 あいさつ 印南県土整備部長あいさつ

3 委員紹介及び会長互選

○ 委員の互選により三橋委員を会長に選任

○ 会長あいさつ

○ 会長の指名により粕谷委員を会長職務代理者に選任

○ 会長の指名により粕谷委員及び渡邊美樹委員を議事録署名人に選任

4 審議

○ 会長 着座にて失礼いたします。お手元にごさいます次第に従って進めてまいります。本日は、審議事項はございませんで、報告事項が2件ございませいます。第1号「本県における景観行政の取組状況について」とそれから第2号「屋外広告物条例の施行状況について」の2つでございませいます。関連もございませいますので、一括して事務局より説明をいただきます。

○ 事務局（都市計画課長） 都市計画課長 船山と申します。この審議会の事務局をさせていただきます。私の方から、報告事項を2件御説明を差し上げたいと思ひますけれども、その前に今年度第1回目ということもございませいます、おさらいではないですけれどもこの審議会がどういったことを御審議いただくのか、ということをおまづは御説明を差し上げたいと思ひます。着座にて失礼いたします。

お手元に資料をお配りしてあります、一番最後の裏になります6頁を御覧いただきたいと思ひます。こちら「栃木県景観審議会について」ということで、参考資料として整理をさせていただきます。この景観審議会は平成15年7月、景観条例第29条に基づいて設置をさせていただきます、平成19年に屋外広告物審議会と統合して、いわゆる景観に係るトータルの御審議をいただくというような組織として生まれ変わったといひますか、設置をさせていただきます、ということもございませいます。

具体的な審議事項でございませいますけれども、おまづ景観審議会につきましても、大きく全体の景観形成の方針、こういったものを定めさせていただきますけれども、これを仮に変更しようとする場合に御審議をいただく、それから、1つの柱であります、大規模行為景観形成の基準ですね、こちらを変更しようとする場合にも御審議をいただく、それとあと1つ、いわゆる公共事業・公共工事、地方公共団体・国などが工事を行う際の配慮指針になるわけですけれども、これも今後変更しようとする場合に御審議をいただくということになります。昨今の最大の話題といひますか、具体的に御審議をいただいているのは、その次の4番目に記載の、景観計画区域等を県の条例の適用区域から除外しようとする場合、これは各市町村が景観行政団体になり、景観計画を作り、景観条例をそれぞれ持つという状況になった場合に、それを県の条例の適用範囲から除外し、各市町村の条例によって運用していく、そういった際の御審議、御意見をいただくという内容でございませいます。

次に、屋外広告物条例でございませいますけれども、これにつきましてもお手元に「屋外広告物のルー

ル」というパンフレットを御用意差し上げておりますが、見開きの左側の頁でございますけれども、その1番上です。基本的には禁止地域、禁止物件、それと禁止広告物といったものを指定あるいは変更する場合にやはり御審議をいただく。その次に、これの他にこういう形であれば許可をしてみやむを得ないだろう、あるいはこういう形であれば問題ないというような許可をする際の基準ですね、これもすでに定めておりますけれども、こちらを変更あるいは見直すといった場合には御審議をいただく、というふうに考えております。同様に、適用除外とするものにつきましても必要に応じて御審議をいただくということになっております。それと、5番目、その他ということですが、こちらにつきましては重要事項ということで表記させていただいておりますけれども、この例としては、昨年度、那須塩原市が景観行政団体として屋外広告物条例を制定するというところで、今年10月1日、あと1か月くらいで条例が施行されるという形になるわけでございますけれども、その際に屋外広告物法でいきますと、条例制定権限は都道府県知事あるいは中核市ということになっておりまして、その他の市町につきましては県知事が権限移譲することによって各市町が条例を制定できるということございまして、平成26年度の審議事項として、那須塩原市への条例制定権限の移譲について御審議をいただいて、問題ないということで具体的な手続きに入り、先ほど申し上げましたように10月1日から那須塩原市の屋外広告物条例が施行されるという運びになっております。

それでは引き続きまして、報告事項の御説明をさせていただきたいと思っております。

まず、1頁になりますが、資料1報告事項第1号ということで、「本県における景観行政の取組状況について」という資料を用意させていただいております。

こちらにつきまして、まず1番の「景観条例の制定」でございますけれども、ここに記載のとおり基本的には平成15年3月に景観条例を作りまして、翌年4月に全面施行ということでございますが、この骨子、主要な部分につきましては、ここに3点記載をさせていただいております。併せまして、「景観条例のあらまし」を御覧いただきたいと思っております。開いて、さらに見開きという形になりますけれども、私ども景観条例を作りまして、3本の柱になりますけれども、ちょうど1番左側を御覧いただきますと、県の施策がちょうど中ほどに書いてございます。資料1にも記載させていただいておりますけれども、1つは「地域における景観形成」、これについて定めております。それと、「大規模行為における景観形成」と「公共事業に係る景観形成」について定めさせていただいております。一方、景観法でございますが、資料1の2番目になりますけれども、先ほどの話にもなりますが、私ども県の景観条例を制定し、その後1年くらいで景観法というものができてきた。景観法ができた意義といいますのは、基本的にこれまで景観に対する法律というものが特段なかったと、そうした中、各自治体が必要に応じて条例とか要綱であるとかそういったもので進めていくところ、そこに景観法が平成16年からできたわけございまして、その根拠となる強い味方ができたというふうに考えられると思っております。そういう中で、先ほども出ましたけれども、景観行政団体という概念がございまして、いわゆる景観行政を主体的に進める団体として法律でちゃんと位置付けようということでございまして、県と中核市、栃木県には政令市がございませんので、県と中核市の宇都宮市になりますが、こちらは景観法に基づいて自動的に景観行政団体という位置付け

になります。その他の市町村につきましては、県と協議を経た上で、公示するという形をとることで景観行政団体になれるというようなものが景観法でございます。

その中で、具体的に「県の景観施策の基本的方向」ということで説明をさせていただきますと、先ほどの3つの柱、「地域における景観形成」、「大規模行為に係る景観形成」、「公共事業に係る景観形成」ということで御紹介をさせていただきましたけれども、まず地域における景観形成につきましては、まずそれぞれの地域の特性を活かした景観行政が進められるということで、市町村、今のところ景観行政団体が11ございますが、栃木県には市町が25ございますので、それぞれが景観行政団体になっていただいて、景観計画を定め、地域の特性に即した景観行政をしていただきたいという発想のもと、県としてはそれに向けて一生懸命支援しているというのが現状でございます。

それから、「大規模行為に係る景観形成」でございますけれども、こちらにつきましては、同じく「大規模行為届出制度のあらまし」というパンフレットをお手元に御用意させていただいております。こちらを開いていただきますと、これもさらに開いて見開きという形になりますが、景観に大きな影響を与える大規模な建築行為、あるいは開発行為、具体的には今お手元で御覧いただいているパンフレットの一番左になりますけれども、一定の高さであるとか建築面積を超える建築物と工作物、それと一定の面積を超えた開発行為、こういったものについて基本的には届出制度、必要であれば勧告を行っていく、いわゆる届出勧告制度、これを条例で位置付けさせていただいているものでございます。それと、最後に3本目の柱になりますけれども、「公共事業に係る景観形成」ということでございます。こちらは、例えば道路であるとか、公園であるとか、あるいは公的建築物であるとか、そういったものを地方公共団体、国などが造るときに1つの目安といいますか方向性としてこういうふうにしましょうというものを示させていただいているものでございます。こちらの冊子「栃木県景観審議会 常用資料」になりますけれども、「栃木県公共事業景観形成指針」を定めて、最低限の景観に対する配慮をしていただこうではないかということで運用をさせていただいております。

それでは、現在の栃木県の景観法の運用状況ということで、資料にお戻りいただいて4番目になりますけれども、お手元の資料でも5頁にスクリーンに映し出しているものと同じものがございますので、こちらを眺めながら聞いていただければと思います。現在、先ほども申しあげましたように景観行政団体となっている市町、栃木県の場合11ございます。こちらの地図にありますように、その下に表がございますが、景観行政団体、宇都宮市からさくら市まで11ございます。その中で、景観計画を作り条例を施行するという形になるわけですが、これが表の真ん中、さくら市を除いて施行されている。一番最近では、鹿沼市と栃木市が今年の4月1日から施行したということでございます。それと、屋外広告物条例、審議会としては屋外広告物審議会が一緒になって今の景観審議会があるというふうに申しあげましたけれども、一体的なものでございますので、これが独自の条例として定められているのが宇都宮市、日光市、那須町、それと那須塩原市が先ほどお話ししましたように昨年度御審議をいただいてこの10月から施行となるということでございます。分かりやすいように色分けをさせていただいておりますけれども、最終的には全てブルーというか、こう

いったものに各市町村になっていくというのが望ましいというふうに考えさせていただいております。現在、矢板市と大田原市で景観行政団体になるといった意向をもっているということを伺っております。

それでは、資料の1にお戻りいただいて、後ろ2頁目になりますけれども、こちらの1番上に表がございますが、こちらは先ほど見ていただいた資料と同じものでございます。

次に、5番の「県としての景観行政の取組状況」として、どういうことをやっているのかということでございますが、ここに(1)市町への支援 につきまして、大きく①・②・④に記載のとおり研修会をやったり講習会をやったりあるいは現地見学、こういったものを行っているということでございます。また、③の「景観アドバイザーの派遣」、これは直近でいきますと、平成26年度は6回ほど求めに応じて派遣をさせていただいております。ちなみに、このアドバイザーは、三橋会長を始め今のところ10名をお願いをしているわけでございますけれども、昨年度は6回、今年は予定としては11回ほどということ考えておりますが、現時点で実質2回、昨今の話としては9月1日に三橋会長に宮環の上戸祭の立体の色彩、そういったものについてアドバイスをいただいた、ということを行っております。

その次に(2)でございますが、「大規模行為に係る景観形成」ということで、これは実績でございますので、このような形で大規模行為の届出が推移しております、基本的には、勧告をしたり、きちぎち調整をしたというものはございません。届出をしていただいて、景観にマッチした形で進められているという状況でございます。

それから、(3)公共事業に係る景観形成 ということ、先ほど御覧いただいた「栃木県公共事業景観形成指針」を策定し、相談があれば指針で示すものはこういうものなのだというような形で助言を差し上げたり、そうするまでもなく各団体でこれに沿った形での事業を進めていただいているというふうに理解しております。

それと(4)でございますが、景観とは何なんだ、なぜ大切なんだという意味で普及啓発をしていく必要がある、そこには一般の県民も含め、市町村の職員でも、あるいは県の職員でも、あるいは事業者さんでもやはりまだまだ意識が低い、そういったことがあろうかと思えます。そういった意味で、年に1回なんですけれども景観講演会ということで一般の方を対象に講演会を開催させていただいております。なかなか関心が低いということでジレンマではございますけれども、一般参加の方が、なかなかPRをしてはいるんですけれども参加していただけない、ゼロではないんですけれども、そのところを今後どうしていくのかというのが大きな課題かなというふうに思っております。今年は、ここにも記載のとおり11月9日に開催を予定しております、東京大学大学院の中井先生に来ていただいて、デザイン・意匠といったものについて御講演をいただく。この先生も各自治体とかフィールドワークで具体的な経験をされている先生でございますので、ある意味具体的なお話を聞けるのではないかとというふうに思っております。以上、「景観行政の取組状況」についてでございます。

続きまして、資料2を御覧いただきたいと思えます。「屋外広告物条例の施行状況について」とい

うことでございますけれども、こちらにつきましてはパンフレットの「栃木県屋外広告物条例のあらまし」を併せて御覧いただければありがたいと思っております。パンフレット半分から下の具体的な内容でございますけれども、この条例の具体的な内容として、屋外広告物を原則掲出されては困りますという禁止地域、これを定めております。それと栃木県は、それ以外の地域は全域許可地域という形で一定の基準を設けて、許可を要するものについては許可をした上で掲出をしていただくというような形をさせていただいております。その具体的なイメージでございますが、パンフレットを開いていただきますと、許可基準のイメージということで、左側の上半分に模式図ではございますが、まずは禁止地域、これは例えば自然豊かなところであるとか、あるいは高速道路沿線、あるいは鉄道沿線でも眺望を守っていききたい、保全していききたいといったところを禁止地域としております。このほか許可地域につきましては5つの類型ということで、自然保全型・田園調和型・市街地形成型という大きく3つ、さらに自然保全型それから田園調和型については、沿道についてはまたこうしようということで、5地域の基準を設けさせていただいております、その具体的な内容の一部が自然保全型地域・田園調和型それから市街地形成型地域こういったもので、このパンフレットに掲載させていただいております。

あと1つの柱が、「屋外広告業の登録」ということで、具体的に屋外広告物を掲出したり、あるいは工事をして設置していくといったときには、屋外広告業として登録していただくという制度をこの条例でやっております。これは、基本的に屋外広告物というのは、民間の経済活動の一環であるわけですが、そうした際にその安全性であるとか、もちろん見た目も当然ですけれどもそういったものをきっちり確保しなければならないということがございまして、しっかり登録をしていただいでふさわしい業者さんにやっていただくという趣旨でございます。

ここでまたスクリーンを御覧いただきたいと思えます。それと、後で御覧いただければよろしいかと思いますが、常用資料の中に、具体的な屋外広告物の規制図を入れさせていただいております。先ほども御覧いただきましたけれども、宇都宮市と日光市と那須町、また、那須塩原市については10月からという形になるわけですが、独自の屋外広告物条例を持っています。ここ以外の市町につきましても、屋外広告物に係る事務手続き、掲出の基準に適した許可であるとか、あるいは違反している広告物に対する簡易除却などを21年度から市町村に権限移譲させていただいております。その中で、唯一、県に残しているのが、これは紆余曲折若干ございましたけれども、車両広告物、鉄道とかバス、自動車にラッピングをするような形あるいは貼り付けるような形、これも広告物になりますので、この許可については県でやっている、これは1つの市町村でなかなか収まるものではなくて、自動車なんかでいくと他県にまたがるというような状況もございまして、いわゆる運用の合理性、そういったものを考えた際に県が一律してやるのが良いだろうということで県がさせていただいております。そういう中で、条例の施行状況でございますけれども、資料2の2番に記載させていただいておりますとおりでございます。

私の方からの説明は最後になりますけれども、4頁をお開きいただきたいと思えます。今後の検討課題ということで、現在問題意識をもって事務レベルで検討させていただいていることが2点ご

ざいます。1点目は、いわゆる通常の広告物について、ここに記載のとおり、地方創生、今話題になっております、東京オリンピック、これは平成32年、その後私どもの国体平成34年、こういったものが控えている。この辺を考えたときに、いわゆる栃木県として全国、あるいは県内も含めて情報発信をしていく、観光振興を図り、地域振興を図る、そういう中で必要な広告物につきましては一定程度、緩和というところとちょっと語弊がありますがけれども、やりやすいようにすべきではないかということで、いわゆるイベント・キャンペーン、こういったものに係る広告物については今も認めているんですけれども、例えば各イベントごとにきっちり基準とか方向を定めなければいけない、ということをやっていたりしております。それを例えば各市町村が自分のところでやるものについては、ざっくりと大きな方針を立てていただいて、その中で収まっているということであれば、そこは機動的に大丈夫なようにすべきではないかとか、あるいはいわゆる公共団体ということで市町村、国とか県に限っていることについて、商工会議所であるとか観光協会であるとか公的団体にも広げてみてはどうか、そういったことを今ちょっと考えておまして、この辺は詰まり次第、景観審議会にお諮りして御意見、御審議をいただければというふうに考えております。

そして、あと1つがのぼり旗でございますけれども、こちらにつきましても自己の営業所、そこに建てるものについては今のところ1か月、更新は原則なしということでやっておりますけれども、これも物によってはもう少し長期間認めてもいいものがあるのではないかとということで、今ちょっと整理をさせていただいております。いずれにしても、この2点につきまして事務レベルでその辺を整理し次第、審議会にお諮りしたいと、できれば年内にお諮りできるように作業を進めていきたいと思っておりますので、今後ともよろしく願いいたします。少し長くなりましたけれども、私からの御報告は以上でございます。

- 会長 ありがとうございます。それでは、委員の皆様から、ただいまの説明に対する御意見、御質問等をお伺いしたいのですが、いかがでしょうか。
- 委員 質問なんですけど、広告と芸術品、アートの区別がはっきりしないものがあります。例えば、浅草にある、ビール会社の上のモニュメントがありますよね。あれは、ビール会社で出していれば当然広告になるわけですよね。今はアートとして認めていますね。認めるというのは、あくまでも市町村の景観委員会とか審議会で、これは広告ではない、芸術的な価値があるものだと認めるものですね。
- 会長 その辺りはどうでしょうか。
- 事務局 芸術性があるかないかというのは見方の問題なんですけれども、あそこは東京都でありまして、おそらく広告物として何らかの手続きを踏んでいるのではないのかなと思うんですけれども。
- 委員 そうすると、例えば私がですね、お米屋さんをやっていて、3階建てのビルを建てて、壁面にお米の稲穂の絵を描きました。それは、広告になるから許可しませんよ、という判断基準はあくまでも市町村の審議会にあると。
- 事務局 県内、今、独自の屋外広告物の規定を持っているのが宇都宮と日光、那須、10月から那須塩原で、それ以外は県の条例になりますので、先ほどのこのパンフレットを見ていただいて、そ

それぞれの地域にどういう広告物だとの面積までいいですよというのがありますので、その基準に合うものであればOKですけれども、それよりちょっと大きくなってしまう場合にはもうちょっと大きさをなんとかしてくださいとか、そういうことをさせていただくということですね。

○ 委員 表現をしたい者にとっては、やっぱり大きさがなければ自分の気持ちを表現できないというのもあるわけですね。

○ 事務局（都市計画課長） あれにつきましては、ちょうど私が学生の頃ですので、30年はいかないにしても、そのくらいにできて、その当時、多分三橋先生もお分かりになるかと思いますが、話題になりましてね、賛否両論、景観というのは、ある人にとってはこれがいいんだよね、ある人にとってはそんなのとんでもないよね、というある意味主観的なところもあろうかと思えます。あのビール会社のモニュメントについては、屋外広告物にあたるかどうか、どういう処理がされたかということについてはちょっと調べてみたいと思っておりますけれども、いわゆる基準をそれぞれ定めてやっていきます、そうしたときに県としては県内の標準レベルをまず定めさせていただきたい、その上で、各市町村が条例で独自に、県ではこうだけれどもうちではこうするよ、というきめ細やかなものを作っていくというものを期待しております。当然、そこには必ずと経済活動を不当に圧迫していないかなどの判断も当然働いてまいりますので、県としてもそういったものがあつた場合には相談にのっていききたいというふうに思っております。ただ、永遠の課題として残りますのは、多分マジョリティなんですよ、大多数がこれで良しとしたところがやっぱり基準になっていくことは多分間違いないのかなというふうに行政レベルではちょっと思っているところです。

○ 委員 同意見で、スーパーグラフィックスって、基本的には建築というのは巨大に見えますから、いわゆる看板と違ってグラフィック要素の一種なんですけれどもスーパーがつくんですよ、巨大な、要するに視覚的な効果を求めるために建築家はああいうことをするわけですね、あれはおそらくアートか広告かという判断だと、あの時点はアートだと思いますね。フィリップ・スタルクという結構有名な作家が作ったんですね。あの舐斗雲のようなものと、その隣にある方は、ジョッキの上に泡がブクブクと出たような広告塔なんですけれども、あれ自体はアートとしての捉え方が大半だったと思います。だから今問題になっているのは、新国立競技場も含めて、巨大なものが景観を壊すというところにあると思うんですよ。それが一戸の建築でも景観法ができたからには、要するに周りとの関係を考えながら建築しないとまずいんですよ、という趣旨だと思うんですよ。スタルクの舐斗雲みたいなものは景観法以前なので、あの時点ではスーパーグラフィックという認識でいたと思います。だから、ああいう建物は、かなり昔多かったですよ。最近はややおとなしくなっているのかなという気がしますけど。景観法ができてからは、意外と自己主張するような建築物がなくなっている。

○ 委員 ちょっと寂しい気もしますよね。

○ 委員 そうですね。

○ 委員 なんかもっと自由に表現する、近い空間の中でね、自己主張ができる場があってもいいんじゃないのかなって。

- 委員 僕も大学で学生に50メートルの高さ8メートル位の高速道路の、要するに壁面なんですけどね、そこは反対側に小学校があるんですよ。コンクリートの法面がばあーっとあり味気なさがあるんで、それは校長先生からの依頼で学生を動員して、かなりの大きな壁面を塗ったことがあります。だから、確かに建築や土木を含めて当然最近の工事用の防護幕というのかな、絵を描いたりしますよね。あれも基本的には一時ではあるんだけど、仮設ではあるんだけど、人の目の触れるものにやはりある程度好感が持てるような処理をする、それがずっと固定的に据えるとなるとまた違った視点が必要になるのかもしれないんですけど、やはり先ほど、公共的な視点というのは、観光という視点と住んでいる視点とがあって、観光客にはいいんだけど住んでいる人にはいやだよ、というのがあったりしますよね。だから色々な視点で景観というものは考えないと、なかなか、ある視点ではいいんだけど別の視点で考えるとまずいのではないの、それって委員会組織で色々な視点、会議を通じながら景観の本来のあり方を検討していく場だと思うんですけどね。回答がこれでいいというのではないんでしょうけれども。
- 委員 私もそう思います。かつて、フランスのエッフェル塔もすごい反対があったけれども、今はパリのシンボルになっていて、みんなパリというエッフェル塔という感じですよ。はじめばそれがいい。例えば、大阪の道頓堀の派手なイルミネーションも今はむしろそれが観光客を呼んでいるわけですよ、だから一概にこれがいいとか悪いとか言いきれない部分が相当あるのではないのかと。
- 委員 時代によっても違いますよね。東照宮もある時期ね、相当不評だったんですよ。非常にグロテスクでね、それが今スーパーグラフィックとか、それからポスト・モダンが相対で評価されているわけですよ、あそこに行く距離、行程、非常にだんだん見えてくる、その演出が非常にうまい、今そういう視点で見ると、東照宮の建築は、ある時点ではすごいんですよ、装飾過多がね、グロテスクな建築として評価を受けたんですけども、今は逆に非常に面白い。シークエンス、連続性のあるのが面白い。
- 会長 あと、以前の審議会でもちょっと話題になりましたけれども、イルミネーションも今日の話でいうと、大阪のグリコはどのような扱いになりますか。ネオンサインは屋外広告物にはなるんですか。
- 事務局（都市計画課長） 広告物になりますね。
- 会長 なかなか本質的な問題を追及していただきまして、ありがとうございます。他にいかがでしょう。
- 委員 それではひとつ質問なんですけど、資料2の2になりますけれども「屋外広告物掲出の許可件数」のところで、平成25年から26年にかけてちょっとぽんと数が上がっているわけなんですけど、その辺のところは更新とかそういったものの割合でしょうか、教えてください。
- 事務局（都市計画課長） そうですね。基本的に更新がやっぱり出てきているというのが一番大きな要因になっていると思います。というのは、基本最長でも3年ということとさせていただいているので、あと広告物、実際にここに掲載させていただいているのは、いわゆる独自条例を持っている

宇都宮と日光と那須は含まれていません。県がいわゆる県の条例によって許可している、各市町村に権限を移譲してやっていますけれども、それを合計するとこのような形になって、平成26年が突出するような形になっているかと思えますけれども、これについては更新の時期が重なっているというふうに御理解いただければ。特段何かあったとかというわけではないと思います。

- 会長 よろしいでしょうか。
- 委員 はい。
- 委員 許可件数となっていますけれども、件数というのは一般的に申請に対して何件ですよ。何パーセントというのはあるんですか。許可件数というのは、何パーセントの申請に対して許可しているんですか。
- 事務局（都市計画課長） 基本的には100パーセントです。というのは、基準というものを定めまして、先生にこんなことを言うのは釈迦に説法なんですけれども、先ほども御紹介しましたように業者をきっちり登録させていただいております。色々講習会とかを含めて勉強していただきますので、あまりそこから逸脱したような、あるいはちょっとボーダーラインに引っかかるようなものというのは通常出てこない、というふうにお考えいただければ。
- 委員 2005件の申請に対して、要するに許可したと。
- 事務局（都市計画課長） そのようにお考えいただいてけっこうです。
- 会長 はい、他にどうでしょうか。
- 委員 ひとつだけいいですか。
- 会長 はい、どうぞ。
- 委員 禁止広告物の中に落下の恐れのあるものとあるんですけれども、基本的には落下の恐れがあるものとは、既存でくっついているものがいわゆる古くなって落下の恐れがあるということだと思うんですけれども、東京かどこかでビルにくっついていたものが落ちるという事故があったと思うんですけれども、県内において更新時期を超えてそのままのものというのはたくさんあると思うんですけれども、そういったもののチェックだとか、あるいは登録されている業者が定期的に保全の管理をしているとか、あるいはしているかどうかを行政として管理するとか、そういう仕組みというのは県としてはどんなものがありますか。
- 事務局（都市計画課長） 基本的には2点ございます。1点目は、看板が落ちたという件ですが、これは今年の2月に札幌なんですけど、実際に人がけがをして大きな問題になりました。その際、国も由々しき事態だということで改めて都道府県に対して一斉点検、これは任意なんですけれども、依頼をして私どもはこれを受けて市町に任意のお願いをしたり、あるいは許可業者・登録業者に対して注意喚起をしたという状況がございます。あと、システム上の問題なんですけれども、基本的に許可広告物というのは先ほどもお話ししましたが最大で3年ということがございますので、それを更新する、その際にいわゆる自主点検ですけれどもこれを義務付けております。そのところでチェックをした上で更新をするということであれば更新をし、そこで何か異常というかそういう状況が見つかれば、それを是正した上で更新をしていただくと。場合によっては更新ではなくて新たな

ものについて許可をとっていただくというような対応で、最大でも3年でチェックをするようなシステムになっております。ただ、現実的にこの前の金曜日だったでしょうか、風で看板が飛ばされてコンビニの鉄柵が壊れたという記事がありました。ですので、そういったことがあったときに改めて注意喚起を行ったりして進めていっているのが現状です。実際そういう形によっぼのことがない限りはないのかなと思っておりませんが、やっぱり安全のためには安心してはいけないと思っておりますので、その辺は今日いっちゃっておりますが栃広美さんなどと連携をさせていただきながら、点検とかそういったものを適時適切に行えるように進めていきたいというふうに思っております。

- 会長 他にございますか。
- 委員 時間もあまりないと思うので簡単に御説明いただければと思うんですけども、先ほど景観行政団体に関して全てブルーになるのが望ましいというお話だったかと思いますが、そういった意味で栃木県景観行政研究会、今14市町ぐらいでしょうか、景観行政団体以外の市町が参加されている、研究会というものが非常に重要になっているものだと思いますが、これは昨年の実施状況だったりとか、また今年度の実施状況、計画の段階で進んでいることや今後予定をされていることがあれば教えていただければ。
- 事務局 景観行政研究会につきましては、今お話にあったとおり景観行政団体になっていない市町と県で勉強しているということなんですけれども、昨年度につきましては3月年度末になってしまったんですが景観アドバイザーを呼びまして、景観行政団体になるとどのようなことができるのかという話、それと昨年度はちょうど栃木市と鹿沼市が景観計画を作りましたので、その先輩としてですね、苦労話とか色々話していただいて我々としてはなるべく気運を高めていきたいと思っております。今年もまだ内容は未定ですが、開催は予定しております。
- 委員 多分今残されている14市町を拝見すると、やはり市町村合併をしていないところだったりとか、ちょっと小さな町が多い、それで残ってしまっているのかなというふうなところもあるんですけども、そうすると1年に1回という形で研究会を行っているとは思いますが、町の職員さんだったりなかなかきめ細やかなところまで分かっていたいていないというのが現状だというふうに私自身お話を聞いていたので、ぜひ回数を多くする、あるいはそれぞれの市町にもっときめ細やかな説明に出向くとかというふうな形をとっていただいて、全ての市町でこうした気運が高まっていけば、逆に先ほどおっしゃられたような普及啓発の部分でも一般県民の方もおらが町のところでどういうふうなことが行われているのかというのが非常に気になってくるのかと思いますので、ぜひお願いしたいと思います。
- 事務局（都市計画課長） これにつきましては、先ほどもお話しましたように、まずはその気になっていただくというのが重要だと思っておりますので、やり方はいずれにしても市町の方への啓発も含めて進めていきたいというふうに思っておりますので、よろしくお願いたします。
- 会長 他に何かございますか。
- 委員 すみません。

- 会長 どうぞ。
- 委員 例えば旅館なんかでは大きな暖簾を付けたりするんですけども、暖簾というのはどこの分類に入るのでしょうか。屋内ではなくて、屋外です。
- 事務局（都市計画課長） 形状にもよりますけれども、いわゆる野立て看板みたいな感じでしょうか。
- 委員 いろいろありますけれども、玄関に大きなものがついていたり、鬼怒川であると温泉地なんかに駅の出口のところに大きなものを時々掲げていたりしているんですけども、ああいうものはどういう分類に入るのかなと思ひまして。
- 事務局（都市計画課長） 例えば建物に暖簾みたいな形で下がるものはいわゆる壁面に下げるものなので、パンフレットを見ていただくと、例えば自然保全型地域でいうとオレンジ色の壁面広告物みたいな形になりますけれども、基本的には壁面に暖簾みたいな形を下げるということであれば、それは壁面広告物になるかと思ひます。
- 事務局 今、委員のお話は、駅にあつたりとか色々だと思うんですけども、例えば材質が板状のものであつたり布状のものであつたり、あるいは駅という公共のスペースにあるものであつたり自分の店にあつたりするものであつたり、けっこう扱いは違ってきたりしているんです。全ての広告物の類型をこれはこういうふうに見ますと全部が全部決めきれていない部分もございますので、逆に私どもも各市町の方からこんな場合のこういうものはどれに当たるんだろうという相談を受けながら判断している部分もございますので、ちょっと一概にそういったものはこれに当たりますとかちょっと言いづらい部分もあるんですが、ちょっと色々な形態があることだけ、まずは御理解をいただければと思ひます。
- 委員 去年かな、公共の色彩を考える会の検証事業をやったときに、暖簾を中心とした町づくりで受賞した町なんですね。これは要するに住民の方々の主体的な関わりで暖簾を街道沿いにかけてすごいですきな景観を作っているんですよ。おそらく栃木県は、他県とどこが違うのと考えたときに、委員が言われるように、観光日光とか鬼怒川とかあの辺を考えるとやはり暖簾が表に出てくる、そういう景観はけっこう多くなると思ひますよ。京都なんかもそうですね。京都の魅力は基本的には足袋屋さんとかかんざし屋さんとか扇子屋さんとか暖簾がすごいきれいなんですね。あれは看板ですよ。だから、他県と違う屋外広告物の1つの事例として、栃木県は暖簾に対してこういう考えを持っていますよということを、各市町村の景観行政団体にある程度考えを示すぐらいのことはあつていいと思ひますよ。金太郎飴みたくどこにあつても景観法以降、要するにみんな同じなんですよ。要するにローカルティがないんですよ。地方色をどういう風に景観の中に込めるかというのがないと、どこへ行っても同じような景観になる。今の委員の指摘はそういうことだと思ひますよ。暖簾はあるんだけど暖簾をどういうふうに位置付けますか、というのは大きな問題だと思ひますよ。栃木県の景観の中の屋外広告物の1つである暖簾をどういうふうに位置付けるか、それはやはり重要なテーマだと思ひますよ。
- 会長 たまたまですけども、今日これから現地へ行く栃木市の大通りは、何軒かは魅力的なもの

があると思いますので、現地でまた議論の続きをさせていただけたらと思います。まだあるかもしれませんが時間の関係もございますので、この辺で締めたいと思います。次第に従いまして、今日は報告事項のみですので、これで閉会をしたいと思います。どうもありがとうございました。

午後2時20分 閉会