

# 平成28年度景観講演会「屋外広告物から考える景観まちづくり」

(群馬県・桐生市共催)

桐生市では、平成28年4月1日より、景観法に基づく景観計画・景観条例を策定施行し、色彩を含めた景観形成基準により、大規模な行為について景観誘導を実施しています。さらに、平成29年4月から屋外広告物条例の施行を予定し、魅力あるまちづくりを推進しているところです。

このような背景のなか、市民や事業者、また行政職員の方々などに良好な景観形成への関心をより高めていただくため、平成29年1月16日(月曜日)に景観講演会を開催しました。

講演会では、まず「市の取り組み」を紹介し、桐生市景観計画・条例、4月から施行する屋外広告物条例の内容など、市の方針についても説明しました。

次に、「屋外広告物から考える景観まちづくり」と題し、屋外広告物を専門分野にされている、富山大学芸術文化学部 武山良三 学部長・教授をお迎えし、屋外広告物の事例を数多く交えながら、ご講演いただきました。

「人口減少・産業縮小から都市自体の力(都市力)が低下してきている近年の状況を踏まえ、都市力を向上させ、まちに人が出てきてもらうためには、都市資源を再評価し、都市ブランド(地域らしさ)を構築して、見えるようにしていくこと(景観づくり)と情報発信していくことが重要」とのことで、「まちの地域らしさを感じる要因は、人とのふれあいやおいしい食事等いろいろあるが、訪れた人の誰もが触れる接点は、そのまちの景観であり、私有物の屋外広告物である。この、まちを構成する重要な要素のひとつである屋外広告物が魅力的であれば、まちの魅力も高まる」と屋外広告物が地域にとってなぜ重要であるかの解説がありました。

続いて、屋外広告物を与える影響について「掲出している空間が公共空間であり、個々の店のアピールをするだけではなく、まちの魅力を上げていかなければ、結果としてまちも店も潤わない結果になってしまう」と話され、「屋外広告物に関する意識調査をした結果では、自然素材を使用した看板は好印象を持たれるのに対し、原色を多用したものや情報量が多い煩雑な看板、老朽化した危険な看板は評価が低くなっている。この調査結果を分析すると、良い広告の条件は“図”と“地”の関係が適切であること。ここで、“図”とは看板の文字や色、“地”とは背景となる建物やまちなみの意匠のことで、条例等の規制だけでこの関係性を保つことには限界があり、良い景観形成をしていくには広告主の協力が必要である」と、魅力的な景観づくりを進めるうえで、屋外広告物の意匠ポイントをご教示いただきました。

さらに、兵庫県神戸市の岡本では、「チェーン店の画一的な広告が増加してきたことに住民が危機感を持ち、住民だけで独自の屋外広告物ガイドラインを作成し、表示する広告物のチェックも住民が行っている」との、住民主体型の有効に機能している事例をご紹介いただきました。

最後に、「景観は心を育てる栄養であり、景観は自分自身である」と環境が与える影響・心の風景を守っていく大切さをお話いただき、ご来場いただいた多くのみなさまに、景観・屋外広告物について理解を深めていただく機会となりました。

