

第61回 横浜市屋外広告物審議会会議録	
議 題	審議事項 議案1 横浜市屋外広告物条例第19条に基づく許可の特例について 議案2 プロジェクションマッピング等の取扱いに関する検討の進め方について 報告事項 1 (仮称)山手地区景観計画(屋外広告物の規格)について 2 大観覧車「コスモクロック21」夜間演出の試行について 3 観覧車の照明演出について 4 企業キャラクターを活用した遊具の新港地区内での設置について 5 禁止地域における展望不可案件について
日 時	平成30年6月29日(金)午後3時00分から5時22分まで
開催場所	関内中央ビル5階 特別会議室
出席者 (敬称略)	委 員：菊竹雪、岩村和夫、河住志保、馬場勝己、松野勲、山崎洋子 事務局：嶋田稔(都市整備局地域まちづくり部長)、鴫田傑(都市整備局景観調整課長)、 吉田直樹(都市整備局景観調整課景観調整係長) 説明者：守屋(文化観光局企画課横浜プロモーション担当係長) 事業者：株式会社ポケモン
欠席者 (敬称略)	秋山桂子、大川一平、竹内淳、村上弘一
開催形態	公開(傍聴者0人)
決定事項	
議 事	開 会 (事務局) 嶋田景観調整課長 時間となりましたので、始めさせていただきます。 今回、2名の委員の交代がございましたので、ご紹介させていただきたいと思います。まずは横浜市町内会連合会のメンバーが毎年5月ぐらにかわるということで、今回、日並委員から馬場委員に交代となりましたので、ご挨拶をいただければと思います。 (馬場委員) 皆さん、初めまして。今ご紹介がありました横浜市町内会連合会の委員ということで、この席に参加させていただきました。前、日並が委員でしたが、私が今年度から泉区連合自治会町内会の会長になりましたので、この席に出させていただきます。よろしくお願いいたします。 (事務局) 嶋田景観調整課長 ありがとうございます。 それから神奈川県との定期の異動でございまして、県土整備局の都市整備課長が川崎委員から竹内委員に交代となりました。本日は所用につき欠席とさせていただきます。 それから横浜市でも、景観調整課に異動がありましたのでご挨拶させていただきます。 (事務局) 吉田景観調整係長 4月の人事異動で景観調整係長となりました吉田と申します。どうぞよろしくお願いいたします。 (事務局) 嶋田景観調整課長 では、ここからは菊竹会長に進行をお願いいたします。よろしくお願いいたします。 (菊竹会長) 皆様、きょうは梅雨が明けた夏らしい1日ですが、お忙しいところお集まりいただきありがとうございます。議長を務めます菊竹です。本日も活発な審議ができるよう、ご協力をよろしくお願いいたします。 それでは第61回屋外広告物審議会を始めます。事務局から、審議会の成立について報告をお願いいたします。 (事務局) 嶋田景観調整課長 審議会の成立についてご報告いたします。本日あらかじめ欠席の連絡をいただいているのが、横浜市屋外広告物美術協同組合の大川委員、それから先ほども申し上げましたが、神奈川県の竹内委員、それから横浜市商店街総連合会の村上委員の3名の欠席の届けをいただいております。また、横浜商工会議所

の秋山委員は遅れているものと思われませんが、10人中6人の出席となっております、横浜市屋外広告物条例施行規則第31条第2項に基づき、委員の半数以上の出席によって審議会は成立してございます。

続いて、手元の資料の確認と会議の公開の取り扱いについてご説明いたします。

資料については、議案が2件、報告事項が5件から成っております。それぞれ綴じられておりますのでご確認いただければと思います。

次に、会議の公開・非公開に関してですが、横浜市附属機関の会議の公開に関する要綱第4条に、附属機関の長は、会議の一部または全部の非公開を決定することができるとなっております。本日の議事につきましては、全て公開とさせていただきたいと考えておりますが、いかがでしょうか。

(承認)

(菊竹会長)

それでは公開としてください。

(事務局) 綿田景観調整課長

ありがとうございます。なお、現在のところ傍聴人はおりません。

以上でございます。

(菊竹会長)

皆様、ありがとうございます。

審議事項

議案1 横浜市屋外広告物条例第19条に基づく許可の特例について

(菊竹会長)

それでは議案1「横浜市屋外広告物条例第19条に基づく許可の特例について」、審議に移ります。事務局から説明をお願いいたします。

(事務局) 綿田景観調整課長

夏季催事に伴う規格外等広告物の掲出についてご説明いたします。まず概要と事務局の考え方から説明いたします。

(事務局) 吉田景観調整係長

それでは私から説明させていただきます。議案1という資料をごらんください。

こちらのピカチュウに関する夏の催事につきましては、既に5年目となります。この催事で出される各種キャラクターなどの表示が屋外広告物に該当するという事で、条例や規則の基準に合致しない広告物をこの審議会で審議して承認し、その後、第19条の特例許可をするという手続をこれまでもとってきております。今回も広告物の一部で条例や規則の基準を超えていることから、この審議会の意見を伺うという案件でございます。それから、また今年も一昨年、昨年に引き続き、コスモクロックの活用を想定しております。内容は後ほど担当課から説明させていただきます。

続いて、事務局としての考え方のところをご説明します。

(1) ですが、この催事の主催者である株式会社ポケモンと横浜市の間では、都市ブランドの向上や観光集客促進、文化芸術振興のほか、広く横浜市の行政施策の推進や地域活性化に資する取り組みについて、相互に協力する旨の協定を現在結んでおります。こちらの事業につきましては、横浜市と株式会社ポケモンの主催事業として行っておりまして、屋外広告物の表示については「その表示若しくは設置が公益上の理由その他の理由によりやむを得ないと特に認める」に該当すると考えております。

(2) ですが、今回の設置につきましては、催事期間内に限られているとともに、個性的な空間演出を通して来街者を楽しませる景観づくりを試みていると考えられます。また、昨年のこの催事に伴う全体接触者数(集客)は300万人となっております、街のにぎわい創出にも効果をもたらした点について評価されておりますので、一定の公益性があったと考えております。

以上の理由から、条例第19条第1項に定める「その表示若しくは設置が公益上の理由その他の理由によりやむを得ないと特に認める広告物」であり「景観を阻害しない」と認められる許可の特例として取り扱うことが適当であると考えております。

では、担当から催事、イベントの概要を説明させていただいた後に、具体的にどの広告物が特例許可かというご説明をしたいと思っております。

(説明者) 守屋文化観光局横浜プロモーション担当係長

文化観光局横浜プロモーション担当係長の守屋と申します。昨年に引き続きまして、よろしく願いいたします。

今、事務局から説明がありましたように、今年で5回目を迎えまして、今年もお盆の時期になります。8月10日～16日の7日間、みなとみらい地区でイベントを実施いたします。これまで4年間、昨年は300万人の集客という説明がありましたが、4年間の合計で817万人の集客と59.7億円のメディア露出効果を生み出しておりまして、それもこちらの審議会での議論とご意見をいただいて実施できていることが大きいかと思っております。今年の1月にみなとみらい地区の事業者の皆様と横浜市、ポケモンでこのイベントに対する協議会を設立しまして、地元の方との連携をより強化しているところでございます。

それでは図面に沿って説明いたしますが、まずこちらの地図が載っている、A、B、Cと丸がついているものをご覧くださいと思います。昨年との違いで言いますと、昨年は日本大通りを使って公道でのパレードを実施いたしました。今年は図面にありますように、みなとみらい地区にまた集中して実施したいと思っております。また昨年との違いで言いますと、これまでの4年間は昼間、日中の開催をずっと行ってきましたが、今年は夜間の開催も企画として入れていまして、そちらでの昼と夜の若干の演出の違いが出てきます。また3つ目ですが、こしはこのCに当たる海を使ったプログラムが出てきますので、こちらは以降の図面を使って個別にご説明したいと思います。

まずAですが、これは桜木町の駅前です。毎年やっているものですので割愛しますが、駅前にピカチュウのバルーンが大きなものと、あとは人間と同じぐらいの高さのものが並んだり、あとは桜木町駅の駅舎の屋外のガラス面にピカチュウの絵が出てくるというものになります。

8ページをご覧ください。Bの日本丸メモリアルパークです。ここが後ほど説明する海の上でのショーの観覧席になる部分ですが、今このメモリアルパークの中を赤い点線で囲ってある部分が観客席と考えていまして、事前に整理券を配布して、この中に見る方を入れていただきまして、その中で関連する設置物が置かれていますが、基本的にはこの図面の地図の下の方に水色で台船というものがありますが、これが海のところに据えつけられていまして、その周りをピカチュウが乗った船とかが回ります。その台船を使って、映像であったり、そのような演出を行いますので、このショーというか、プログラムを見るのは、この赤い破線で囲まれたメモリアルパークの中がほぼ限定的なエリアになるということをお話ししたいと思います。

めくっていただいて9ページのB-1ですが、こちらは半透明のディスプレイボックスという形で、正面の水色の部分がスクリーン状になっていまして、こちらに足元のプロジェクターで映像を投射します。この中にピカチュウが入ったり、出たりして、海の上のショーの全体のプログラムと連動する形で、陸上でもピカチュウが躍るといったものになります。

10ページの来場者ゲートですが、これは先ほど言いましたように、今回、整理券でこちらのエリアの入場者を限定しますので、その方たちを受け入れる際の来場者ゲートが、桜木町寄りの交差点あたりにこのようなものを設置して、入場される方を受け入れる場所の案内と祝祭感みたいなものを出していくものです。このピカチュウの文字は白くなっていますが、夜間はここに照明を当てることで文字がさまざまな色で光るといったものになります。

続いて11ページですが、これは人よりも少し大きい高さのピカチュウという文字です。この絵ではメモリアルパークの芝生の斜面の上の部分、2階の部分に乗っていますが、実際は芝生のほうにこれを差し込む形で固定して設置します。先ほどの来場者ゲートと同じように、白い文字ですが、光を当てることで夜間は色がつくという形を想定しております。

12ページのサインは、入口等に置かれる通常のサインになります。

13ページのB-5、照明器具（ルミエアー）というものですが、工事現場などであたりを明るく照らすために最近よく見かけますが、このようなものに、これは今、大分簡素な図面になってしまっていますが、この幕の所に今回のロゴを入れることで明かりを周りに照らしながら、イベントの演出の一部として使いたいと思っております。

14ページのB-6、映像三角鏡というものですが、三角錐の形をした、内側が鏡になっているもので、足元のディスプレイが内側の鏡に反射して、見ている方たちに対する映像による新しい見せ方をこのメモリアルパークの中に設置します。

15ページ、B-7です。映像スクリーンですが、海で行う映像と船のショーとあわせて、陸上にもスクリーンを設置することで、来ている方がより臨場感のあるというか、迫力のある演出を楽しめるというものになりますので、これを陸上、メモリアルパークに設置いたします。

続きまして、Cのみなとみらい内港ですが、この図面にありますように、メモリアルパークの前面、C-1というところに大きな台船が置かれまして、その周りをC-2の船が行き来するという形になります。

17ページはメモリアルパークから見た、本当にイメージですが、陸上には先ほど説明したボックスが、これは夜間だけです置かれていまして、海側にこのような台船の上にLEDのスクリーンが載った船があります。その手前側をスカイダック、水陸両用バスとか、もう少し小さなカナモエ号という船にピカチュウが乗っていまして、それがこの間を行き来するという形で、そこで台船の上に設置されたLEDディスプレイや、あとは陸上の演出が連動していくという形になります。これは今、観覧車はかなり色を強く光らせていましますが、この夜間のイベント期間中は、これまでもやってきた観覧車にポケモンのピカチュウの絵を載せたりという形をこの時間、LEDで表現するという形になります。

次のページは映像のイメージなので、一旦省略いたしますが、20ページのLED台船です。24メートル掛ける9メートルの台船がここにもアンカーなどで固定されていまして、その上にLEDが組み立てられたものが置かれるという形になります。

21ページのスカイダックです。これは通常走っているスカイダックとは別にこのイベントの演出用に3台用意いたしまして、スカイダック自身もラッピングすることと、あとは演出の中でピカチュウの耳やしっぽをつけたものがこのショーの中で、海の中を走るようになります。この海を使ったパフォーマンスというか演出は、7日間のうち昼間2回と、夜は20時、8時から1回、各20分程度を考えていまして、昼はさすがに映像とかそのようなものは見えないので使わずに、その船のパフォーマンスが中心になります。夜の1回だけそういう光とかそのような演出を使ったプログラムになります。

22ページのコスモワールドは、これまでもやってきた観覧車を使ったLEDでの演出で、昨年と同じデザインを載せております。

25ページをごらんください。赤レンガ倉庫ですが、これも昨年、一昨年とずぶぬれスプラッシュショーとして、来ていただいた方たちと一緒にピカチュウたちがパフォーマンスをして、そこに大量の水を撒くものです。昨年までとの違いは、これまではこの図面の右側の方にステージをつくって、お客さんがこの茶色いエリアにいましたが、今回はイベント広場のちょうど中央部分に円形のステージみたいなものをつくって、お客さんがその周りを囲っているという形になります。

26ページのバルーンは、これも去年までもつくっていましたが、赤レンガ倉庫の入口に目印的に置かれる大型のバルーンになります。

27ページのインスタレーション（回転木馬）というものが、イベントの広場の中央に置かれる新たな円形ステージ、センターに置かれる新しい今回の演出の内容になります。この周りに、ピカチュウが踊ったり、あとお客さんがその周りにいるという形になります。これも昼間2回、夜間2回の1日4回ですが、夜になるとメリーゴーランドが光を放つという形になります。

28ページの新港中央広場ですが、こちらの新港中央広場でイーブイという、これまでは出ていないのですが、新しいキャラクターが数匹まとまって行進するというプログラムがあります。控室という言い方もあれですが、そのイーブイが入るテントが新港中央広場内に置かれますが、そのテントの周りを壁面装飾をしたものが置かれます。

29ページをご覧くださいと、テントは4張り張られますが、その周りにテントを囲む形でこうしたイーブイが描かれた幕が施されます。さらにテントの上にはイーブイの顔のバルーンが設置されます。

31ページのクイーンズパークは、こちらはクイーンズスクエアのコスモクロック側です。コスモワールド側のイベントスペースにピカチュウのバルーンが、全部で5体置かれるということです。

所管課からは一通り、図面集を使って説明いたしました。皆さんの方で何か質問やご意見等がありましたらいただきまして、私なり、きょう株式会社ポケモンからも同席させていただいておりますので、詳しい部分についてはそちらからもお答えできるようにしたいと思います。

以上になります。

(事務局) 吉田景観調整係長

申し訳ありません。事務局からもう一度、今度は特例許可の対象の部分についてご説明させていただきたいと思っております。同じく資料でA3判のこのような一覧をつけておりますので、こちらをご覧ください。

こちらの一覧表は、今ご覧いただいた申請用図面集と対応しております。この一覧表の中の下地が黒色になっている広告物が特例許可の対象となっております。全体で6件となります。

まず、大変恐縮ですが、またあわせてこの申請用図面集を見ていただければと思います。まずは桜木町付近のA-2、先ほど説明がありましたが、バルーンの大きな形のものでございます。こちらは通常、広告板として扱われる広告物になりますが、これは表示面積が一般の条例・規則の中では75平米が最大になりますが、こちらのバルーン型のものについては158平米という表示面積になります。そのために規格外ということで特例許可の対象になってくるというものでございます。

それからA-3ですが、こちらは桜木町の駅舎のガラス面を使う壁面看板というものでございますが、この壁面看板については、条例・規則上では当該壁面の30%までが装飾の上限となっております。こちらはそれを大幅に超えているということで、今回、特例許可の対象となっております。

ちなみに桜木町地区の1番と4番につきましては、それぞれ特例許可の対象ではありませんが、通常の許可手続を行うものということで、今後、手続を行ってまいります。

B地区につきましては、先ほど所管課から説明がありましたように、基本的には囲われた空間の中で、そのエリアの中の人たちに対する広告物と考えまして、基本的には公衆向けでないということで、屋外広告物扱いをしないこととなります。ですが、その中のBエリアの2番、来場者ゲートについては、来場者ゲートということで当然のことながら公衆の方向けに表示されるもので、規格の中のもので、通常の許可手続を行っていくものとなっております。

それからCのエリア、こちらは先ほどの海の上でのLED台船とスカイダックですが、これまでこのポケモンのイベントにつきましては、7日間以内の表示物については屋外広告物として扱わないということで対応しておりますので、このCのエリア、それからDのコスモクロックにつきましては、こちらにも特に申請の対象としないという整理をしております。

次がEのエリア、赤レンガ倉庫ですが、先ほどご説明したバルーンふわふわというものが特例許可の対象となっております。回転木馬のほうは通常の許可手続対象でございます。

それから今度、Fのエリアの新港中央広場でございますが、こちらは先ほどの壁面看板と同じです。まず1番のほうで、テントの周りを囲う壁面が全面、100%に装飾しているものになりますので、こちらのF-1については規格外ということで特例許可の対象となります。それから図面集の30ページになりますが、こちらは赤い点線で囲われたイーブイというキャラクターのバルーンになります。この新港地区につきましては、景観計画でアドバルーンの類が禁止されておりますので、今回はこの基準の規格外ということで特例許可の対象となります。

最後に図面集の最終のページ、33ページです。Gのエリア、クイーンズパークですが、これも同じくバルーンふわふわということで、広告板の通常の規格を超えておりますので、特例許可の対象となっております。

私どもからの説明は以上となります。

(菊竹会長)

ありがとうございました。

それでは議論を2つに分けて進めていきたいと思っております。まず1つは、特例許可の対象になっているものについて、これを特例として認めてよろしいか、皆様のご意見をお伺いしたいと思います。今、吉田係長よりご説明がありました内容は、例年どおりバルーンや、ガラス面を使ったピカチュウのデジタルで、今まで実施された内容と同じです。台風などの影響で倒れる被害がないように、くれぐれもご注意ください。問題ないと思っておりますが、皆様から何かご意見はございますか。

(岩村副会長)

質問が1つあります。今の報告に直接関係ないかもしれませんが、集客数300万人という数字が出ています。これはどのようにカウントされていきますか。

(事業者) 株式会社ポケモン

まず1つ基準となるのが、弊社のほうで配布物を配っておりまして、お客さんに紙製のピカチュウの帽子みたいなものを配っていますが、そちらの配布数とか、あとは昨年ですと、ポケモンのアプリの企画も行っておりましたので、そちらの参加者数なども加味した上で算出してあります。

(岩村副会長)

それで、今年は5年目ですよね。これまでの経緯、数字が分かっていたら教えていただけますか。

(事業者) 株式会社ポケモン

人数ですよね。

(岩村副会長)

はい。

(事業者) 株式会社ポケモン

初年度、平成26年が142万人、平成27年が196万人、これは2年間とも日数が9日間です。平成28年が8日間で179万人、昨年、平成29年が7日間で300万人です。

(岩村副会長)

今年は何人ぐらい想定されていきますか。

(説明者) 守屋文化観光局横浜プロモーション担当係長

去年300万人という数字が、街の規模を超える人が集まってしまって、それはポケモンGOという携帯アプリと一緒にやったことが原因ですが、さすがに300万人までいくと街の規模を超えてしまう。ですので、人数を余り追い求めるとか、そこを設定するのではなくて、来た方の満足度を上げることを徹底したほうが、横浜市もポケモン社もそれぞれのブランド価値を上げていくことになるので、今年については、去年の300万人という反省もありますが、人数の設定みたいなものはしていません。もちろん振り返りでははかれますが、何万人を目標にするということは、今年を考えていないということになります。

(岩村副会長)

今それを伺ったのは、300万人はすごい数字ですよね。それを管理する方法はどのようにお考えですか。安全性を管理するという意味です。

(説明者) 守屋文化観光局横浜プロモーション担当係長

例えば平成28年度までの179万人とかという規模は、それほど街の中で大きな混乱はなかったのです。人がすれ違えないとか、車が曲がれないとか、そういうことは余り見られなかったのですが、さすがに去年の数字は街が機能がしなくなってしまう、実際コントロールすることも後手に回ってしまうぐらいになったということです。今年に関しましては、ポケモンGOはイベントとしては連携しないということもありますし、あとは通常のイベントごとの警備に関しては、警察や、あとは海を使うので港の関係の方々とも打ち合わせを頻繁にしております、ポストをしっかりと置くことで、滞留させることなく実施するという考え方を、警備計画の中で落とし込んでいます。

(岩村副会長)

基本的に警備計画はポケモンさんがおやりになるのですか。横浜市もおやりになるのですか。

(説明者) 守屋文化観光局横浜プロモーション担当係長

ポケモン社のほうで警備計画を立てています。

(岩村副会長)

何か起こったときはポケモンさんの責任になるということですか。

(説明者) 守屋文化観光局横浜プロモーション担当係長

ただ、今年に関しましては、横浜市も名前を、並び主催という形でクレジットしていますので、もちろん何かあったらポケモン社だけでなく、横浜市もそこはしっかりと対応していきます。

(岩村副会長)

私はよく知りませんが、このようなものをカバーする保険はあるのですか。

(事業者) 株式会社ポケモン

お答えします。施設傷害の保険がございますので、そのような保険には全て入っているということです。

(岩村副会長)

300万人はすごい数字ですので、くれぐれもよろしくお願ひしたいと思います。

(説明者) 守屋文化観光局横浜プロモーション担当係長

我々も去年はもう警察にすぐ怒られたとか、しっかりするようにということで、今年計画を立て直したということになります。ありがとうございます。

(岩村副会長)

比較ですが、湯布院の集客数が年間で350万人ぐらいです。それが数日で来てしまうということですから、大変なことだと思います。

(菊竹会長)

議論を戻させてください。許可の特例と、今年初めて行われる夜間の演出については分けて議論したいと思っております。特例の部分につきまして、ほかにご意見はございますか。

(承認)

(菊竹会長)

それでは、特例については認めるということで、よろしくお願ひします。

(事業者) 株式会社ポケモン

ありがとうございます。

(菊竹会長)

次の夜間の演出については少し意見交換をさせてください。今年初めて夜間の演出をされるということですが、ここは屋外広告物として扱われないそうですが、14ページの映像三角鏡は、室内に置かれているイメージですが具体的な内容をご説明ください。続きまして、15、16、17、18、19、20、Cについ

ても内容をご説明いただけますか。

(河住委員)

先ほど広告物に当たらないという理由の中で、Cのところは7日間以内だからというご説明がありました。それはどこかに決まっていることなのか、運用上、例年そうしているからという運用レベルのお話なのか、そのあたりのことを教えていただければと思います。

(事務局) 吉田景観調整係長

こちらは明確に条例や規則に7日と掲載されているものではなくて、もともと法律上では常時または一定の期間掲示するものが屋外広告物に当たるとされておりまして、それを実際には運用上で7日間で1つの区切りをつけているというものでございます。

(河住委員)

それは横浜市独自の考え方でなくて、全国的にということでしょうか。

(事務局) 吉田景観調整係長

これは全国的には扱いがさまざまになっております。大体、5日程度もしくは1週間程度が多いかと思えます。

(河住委員)

では、夜だからということではなくて、日数でということですね。

(事務局) 吉田景観調整係長

そうです。

(河住委員)

かなりCはインパクトがあると思ったもので、すごく大きいと思ったのですが、7日であればオーケーで、8日になったら審議会の対象になってくるということですね。

(菊竹会長)

そういうことです。

(河住委員)

わかりました。

(菊竹会長)

ですので、内容について詳しくご説明をお願いいたします。

(事業者) 株式会社ポケモン

それは私から説明します。ポケモンの大木と申します。よろしく申し上げます。

まず、映像の三角鏡ですが、その話の説明の前に、今回、私どもが夜間にやらせていただきたいと申し上げた理由をお話ししたいと思います。

リオ五輪の閉会式の際の東京プレゼンテーションを皆さんご覧になりましたか。リオ五輪の閉会式の時にですね、東京で今度(オリンピックを)やりますよ、というものです。あれ以来、デジタルアートが非常に注目されておりまして、私どももデジタルアートのパイオニアたちと何か組んでやっていきたいという思いが実はございました。昨年は陸地で目いっぱい、ご指摘のとおり300万人というお客さんを呼んでしまって、いろいろな方に迷惑をかけたので、恩返しをしながら、みなとみらいの持つ海というものに着眼点を移していきたいという思いから、デジタルアートという話になりました。ですので、ここで表現するものは、基本的に我々としてはアートというジャンルだと思っています。

この映像の三角鏡は、実は私どもは1回やっておりまして、イタリアの120年から続くピッティというウオモを対象にした世界最大のファッションショーがあるのですが、その中で東京にいらっしゃるインターナショナルなファッションデザイナーの方と組んでこの映像の中身をつくっていききました。その際に映像を具体的に制作した会社がWOWという会社でございまして、まさにリオ五輪のジングルの映像をつくったり、あるいはデジタルアートの部分を担当したりしている映像アートですが、今回もそのWOWがピッティでやったときは違う形でこの三角鏡を使って映像の表現をすることになっています。

その中身ですが、実はこの台船のほうで出てくるものと基本的には同じでございまして、ポケモン自身は出てまいります。彼らといろいろなディスカッションをする中で話したのは、ポケモンが皆さんおなじみの漫画アニメーションというのではなくて、WOW流に解釈されたポケモンが登場するということが今進んでおります。これは実は、この真ん中辺のものはよくわからないと思いますが、水、あるいは電子分子、あるいはこの炎であったり、この自然のエレメントがだんだん形になっていってポケモンになってくる、あるいはポケモンが崩れていって自然のエレメントになっていくというものを、その変化を芸術的に表現したいというWOWさんからの提案を受けて、そのような形で今、映像の中につくり始めております。

(菊竹会長)

さえぎって恐縮ですが、何か映像で拝見させていただけますか。

(事業者) 株式会社ポケモン

映像の準備をさせていただきたいと思います。

済みません、まだ映像そのものは全く着手できておりませんで、WOWさんからいただいた提案書をそのままごらんいただきたいと思います。

Sense of Wonderという探求心と想像力がポケモンの本質ではないかということでWOWさん流に解釈されまして、生態系、デザインの形態、あるいは探求心、想像力というところがSense of Wonderという意味合いに書物の中で書かれているらしいのですが、そのSense of Wonderの要素、生態系、デザイン、探求力というものはそれぞれポケモンが今までゲームの中で表現してきたものと共通するところがありますと、WOWさんが気づかれてこういう整理をされています。ポケモンたちはゲームのリリースごとにつくられるのではなくて、発見されている感じです。つまりゲームがリリースされたときの時系列とは関係なく、ポケモンたちは1つの生態系内で生息しているという解釈をされています。それからデザインも、皆さんは余りご存じないと思いますが、ポケモンは700以上の種類がありまして、それぞれ進化したり、本当に自然のいろいろなエフェクトをそのまま、日本流にという生意気な言い方をさせていただくとあれなのですが、クールジャパン流に解釈したものです。ですから、自然界にいるものとよく似たものが実はポケモンに置きかわっているというのがわかりやすいところだと思いますが、その自然界のものと同じようにいろいろなデザイン、形態を持たれていますというご指摘をいただきました。

このトランジションというところが先ほど私が説明しかけていたところですが、ポケモンはもともと昆虫採集にヒントを得て生み出されたゲームですが、そこには探求心であったり、あるいは生態を知って、行動を知って、世界を知っていくという、子供目線ですが、そこを入り口に想像力や、あるいは自然を愛する心が生まれてきましたと。そのようなところをこのポケモンの絵と自然のエフェクトを組み合わせることで変化させることで表現していきたいという説明を受けております。

これを具体的にコンテに上げたものがこれですが、一番左の炎タイプのポケモンといわれるものから、一番右の水タイプのポケモンといわれるものに、ただ単に絵が変わっていくのですが、ライオンみたいなものからだんだん馬みたいに変わってきているものがあると思います。これは実際、WOWさんがほかの映像でつくられたものですが、こういう形で自然のエフェクトを使った絵のつくり方でポケモンの変化を表現していくと聞いております。

これも同じでございます。真ん中の炎の絵図ですが、これもWOWさんの別のイベントか何かのときにつくられた映像だそうです。

このあたりから少しアレンジが入っていて、やる内容が変わっていつているので、この辺は変わっていつています。

この辺はもう全部割愛されています。トランジションのところを中心にやっていつてほしいという話をしていきますので、このようなアートの内容ということです。

もう一つは、ボックスという話がありましたが、そのボックスのところの映像については、毎回Purfumeの映像ギミックを担当されているライズマティクスさんが今、映像をつくっておられまして、残念ながらその映像についてはきょうの時点で共有できる材料がなかったのでお見せできませんが、例があるかもしれませんので探します。

(菊竹会長)

事務局には、映像と三角柱の内容についても見せていただきたい旨、お願い致しました。これが準備ということでよろしいでしょうか。

(説明者) 守屋文化観光局横浜プロモーション担当係長

そこまではうちもきちんと受けていなかったもので、ポケモンさんにきょう映像を用意するというオーダーまではしていません。

(菊竹会長)

今のご説明ですと、内容が正直よく分からないというところです。また、三角柱も内容が全く分かりません。完成品でなくて構わないのですが、内容が分かるようにご説明ください。

(説明者) 守屋文化観光局横浜プロモーション担当係長

三角柱の映像はいただいているものはありますか。

(事業者) 株式会社ポケモン

ありますが、多分今ご指摘いただいたものでいくと、きちんとしたものを確認したいというお話だと思うのです。通常、映像制作というのは、テレビの世界でもイベントの世界でもそうですが、開催日の

ある程度近い段階、ぎりぎりまで修正が入ってくるものなので、もし確認したいということであれば、我々としては個別にでも説明に上がります。

(菊竹会長)

もちろんそこは十分理解いたします。しかしながら、ここに添付された内容は屋内のように見えますし、高さが3.6メートルあるようなことが伝わってまいりませんし、これが一体、中から見るのか、外から見るのかもわかりません。少なくとも最低限必要な情報を出していただいて、ご説明いただくのが筋ではないでしょうか。

(松野委員)

例えば先ほどのイタリアピッティで実験済みのものがあるならば、それを見せてもらったほうが早いのではないですか。

(事業者) 株式会社ポケモン

分かりました。今ご用意します。

(事務局) 吉田景観調整係長

三角鏡はお持ちですか。

(事業者) 株式会社ポケモン

あると思います。準備にお時間を頂戴したいと思います。すみません。

(事務局) 吉田景観調整係長

そうしましたら、三角鏡については、実際の表示内容は全く異なるのですが、それがどのようなものが分かるようなサンプルがございますので、そちらを。

(映像)

(松野委員)

同じものですか。

(事業者) 株式会社ポケモン

同じではないと思います。こちらは短いショートバージョンです。

(山崎委員)

これは外から見るのですか。

(事業者) 株式会社ポケモン

正面から見えている状態です。

(山崎委員)

中に入っていくわけではないのですね。

(事業者) 株式会社ポケモン

中にも入れますが、今は正面から見えています。今、ここが映像ディスプレイでして、ここは鏡になっています。

(山崎委員)

では、中に入っている状態ですね。

(事業者) 株式会社ポケモン

中にも入れますし、外からご覧いただいてもいいです。

(山崎委員)

何人ぐらい入れるのですか。

(事業者) 株式会社ポケモン

2人ぐらいでしょうか。

(説明者) 守屋文化観光局横浜プロモーション担当係長

今回は実際は演出として使うので、一般の方を入れるという感じではないです。

(山崎委員)

2人なら行列になってしまいますものね。

(説明者) 守屋文化観光局横浜プロモーション担当係長

もしこれをやればそうですね。

(松野委員)

大きな万華鏡というか……。

(説明者) 守屋文化観光局横浜プロモーション担当係長

大きさもこんな感じですか。3メートル。

(事業者) 株式会社ポケモン

そうです。

(菊竹会長)

ここに何が映像として投影されるのですか。どんな内容ですか。

(事業者) 株式会社ポケモン

本当にこれと同じようなものなので、口頭では申し上げにくくて、WOWさんにお任せして、今、よく見ていただくと、実はピカチュウのシルエットが出てきています。

(山崎委員)

これは抽象的な、いわば万華鏡みたいな感じでしょうか。

(事業者) 株式会社ポケモン

はい。モンスターボールなどが出ているのです。

本当に申し訳ないのですが、コマーシャルみたいなものをつくるのではないので、非常にお伝えしにくいといえますが、ただ、私どものポケモンとかモンスターボールという、よくゲームの中に出てくる形を使って、こういうアーチスチックに映像をつくり込んでいくというものです。

(菊竹会長)

ポケモンを抽象化して、アートとして表現するのですか。

(事業者) 株式会社ポケモン

そうです。

(菊竹会長)

2人ぐらいが中に入れるのですか。

(事業者) 株式会社ポケモン

はい。

(菊竹会長)

入れるけれども、入れるようにはしないということですね。

(事業者) 株式会社ポケモン

入ってもらっても全く問題ないので、入るかもしれませんが、多分、何もやらないので入らないと思います。見るだけだと思います。

(松野委員)

この設置場所ですが、芝生から降りてきたベンチのある辺りですか。

(事業者) 株式会社ポケモン

そうです。

(山崎委員)

幾つありますか。

(事業者) 株式会社ポケモン

今は2つ考えていまして、一番右手と左手です。

(山崎委員)

夜でないと見えないわけですね。

(事業者) 株式会社ポケモン

そうです。昼も見えることは見えますが。

(松野委員)

ベンチの辺ですか？

(事業者) 株式会社ポケモン

ベンチ側があるところよりは少し内側です。ベンチがあるあたりです。

(菊竹会長)

何かほかに質問はございますか。

(松野委員)

遠くから見えるようにもしている訳ですか。

(事業者) 株式会社ポケモン

遠くからも夜なら見えます。

(説明者) 守屋文化観光局横浜プロモーション担当係長

抽象的なデザインなので、余り近くでなくても、そういう動きが分かるという意味では。

(松野委員)

ほかのものと同時に動いている訳ですか。

(事業者) 株式会社ポケモン

はい。

(山崎委員)

海の中でも、観覧席のほうでも、この台車の上でも、こういう映像がいろいろと流れてということですね。

(事業者) 株式会社ポケモン

そうです。

(説明者) 守屋文化観光局横浜プロモーション担当係長

8ページにある航空図面みたいなもので、この辺が連動するという考え方です。

(菊竹会長)

この映像が台船のインスタレーションで流れるということですか。

(事業者) 株式会社ポケモン

はい。基本的には同じような感じのものをつくっています。

(菊竹会長)

ポケモンそのものではないのですか。

(事業者) 株式会社ポケモン

そうです。唯一補足させていただくと、アートに至るまでの導入であったり、あるいはアートを見せた後に、今回5年目になるので、「ピカチュウ大量発生チュウ！」の今まででステージで撮った映像とかお客さんの映像は使わせていただいて、そこに出したいと思っております。イベント風景です。

(菊竹会長)

これはあくまで仮定の話ですが、例えば設置が7日以上だったときには、これは特例の許可が必要になってくるものですか。

(事務局) 吉田景観調整係長

この大きさだと、済みません、今、正確に計算しないと、映像部分を4倍換算とか計算式があるので正確には申し上げられませんが、三角鏡はそういう意味ではっきりしませんが、少なくともスクリーンのほうは特例許可の対象になってくるかと思えます。

(菊竹会長)

皆様、何かご意見ございますか。

(山崎委員)

ピカチュウがいっぱい出てくるだけではなくて、こういうアートも見られるということですね。少し大人っぽくなったわけですね。

(事業者) 株式会社ポケモン

もう本当にそのとおりでございます。

(山崎委員)

この狭い中にぎっしり入るから、地震対策とか、そういうものさえしていただければ、私はきれいではないかと思えます。

(岩村副会長)

鏡面の材質は何ですか。

(事業者) 株式会社ポケモン

鏡面の材質はそのまま鏡です。アクリルとかではなくて、鏡そのものです。

(岩村副会長)

ガラスですか。

(事業者) 株式会社ポケモン

ガラスです。鉄骨に、ガラスといっても本ガラスではなくて、鏡面をアクリルに張ったガラスです。

(山崎委員)

倒れても割れないというガラスですか。

(事業者) 株式会社ポケモン

割れる危険性はきちんと踏まえた上で、安全対策を施していきたいと思っています。非常に巨大なものなので、ちょっとした地震があったとか、あるいは風が強いときはきちんと撤去したりしないとだめだと思います。

(説明者) 守屋文化観光局横浜プロモーション担当係長

そういう意味では、これは日中は裏にしまって、イベントのときに出すということです。

(岩村副会長)

しまう場所も大変ですね。

(山崎委員)

たためるのですか。

(説明者) 守屋文化観光局横浜プロモーション担当係長

バックヤードがあります。

(事業者) 株式会社ポケモン

しまう場所は、今ごらんいただいている図面の右上のほうにテントが6張りぐらいあると思います。日本丸さんの控室だけでおさまり切れないので、その6張りのテントも使わせていただいています。

(山崎委員)

どんどん規模が大きくなって、すごいですね。

(菊竹会長)

映像が特段、広告宣伝ではないということですが、これは7日間以上の展示であった場合は、屋外広告物特例の対象になり得たということです。ということ的前提といたしますと、当審議会へのきちんとしたプレゼンテーションは必須であったと思います。完成品でなくて構いませんが、内容が理解できるプレゼンテーションを審議会で行って頂くことが必要であることを付記させていただきます。

(説明者) 守屋文化観光局横浜プロモーション担当係長

わかりました。

(菊竹会長)

そういうことで、いかがでしょうか。

(松野委員)

私もそう思います。お話を聞いていると、例えばチームラボとか、もう一つは何でしたか。

(事業者) 株式会社ポケモン

ライゾマティクスでやったりとかはあります。

(松野委員)

鏡面とライティングを皆うまく使っています。言われている意味は頭ではわかるのですが、果たしてどういうものか、それは小さくてもいいから見たいです。馬から虹に変化していくものなどの展開は感動するかもしれないし、ピカチュウ離れみたいなどころを見せたいのだろうけど、そこをスムーズに乗り越えられないと。やろうとしていることは分かるけど。

(説明者) 守屋文化観光局横浜プロモーション担当係長

今後も多分、新しいことに挑戦していく姿勢は変わらないと思いますし、次回また新しいことをやる際には、横浜市の中でも事前に調整させていただいて、準備できるようにはしていきたいと思います。

(松野委員)

その機会を持ってもらった方がいいです。

(菊竹会長)

ありがとうございました。

それでは、特段ご意見がないようでしたら、事務局案のとおりでよろしいですか。

(承認)

(菊竹会長)

ありがとうございます。

議案2 プロジェクションマッピング等の取扱いに関する検討の進め方について

(菊竹会長)

続いて、議案2に移ります。事務局から説明をお願いいたします。

(事務局) 梶田景観調整課長

議案2でございます。前回のこの審議会において、プロジェクションマッピング等の取り扱いの手順についてご説明いたしました。今回はその基本的な考え方をお示しする予定でございます、ご報告させていただきます。

議案2をごらんください。「プロジェクションマッピング等の取扱いに関する検討の進め方について」でございます。

ローマ数字のⅠ「国の動向と横浜市の対応」というところでございます。背景を示させていただきましたが、プロジェクションマッピングの技術は大きく進展しており、ラグビーワールドカップ、オリンピック・パラリンピックの機運醸成策として活用ニーズが非常に高まっていること。それから、プロジェクションマッピング実施のための環境整備を進めることは、都市の魅力を高める上で重要であること。それから、プロジェクションマッピングは無体物であり、従来の広告物と同じ規制を適用するのはなじまないといった事柄が国の方で議論されておりました。このことから、今年3月30日に国が投影広告物条例ガイドラインを策定して発表しております。これに基づいて、各自治体は対応を考えて欲しいということを出されたものです。

このガイドラインの特徴を1番に示しましたが、まずプロジェクションマッピングの定義といたしまして、「建築物等に光で投影する方法により表示される広告物」と定義されております。その上で、従来の屋外広告物条例とは別に、新たに投影広告物条例で規制してはどうかということでございます。

(2)にその内容を簡単に書いておりますが、プロジェクションマッピング実施のために、従来の屋外広告物条例よりは緩和するということが書かれております。ただし、アに書いてありますように、従来どおり、実施には許可が必要です。また、規制緩和という観点から、①から③まで禁止地域、禁止物件を限定したり、面積要件を定めない地域をつくる、また③にあるように、地域の活性化に資するイベントのために表示されるものは許可不要とするといったような内容が書かれてございます。

これに対して横浜市はどう考えるかということですが、(1)に書きましたように、横浜市では従来、今日も話題になっておりますが、コスモクロック21の活用ニーズも高まってきておまして、これが特例でないとやっていけないといったことがあります。また、今後も新しい手法による大型映像広告物が出てくることも予想されまして、国の示す投影広告物条例で対応することは難しいのではないかと考えております。次のページに参りまして、(2)です。ガイドラインで示された許可手続は、従来の屋外広告物と同様で、内容に踏み込むことなく、一律の規格に基づく形式審査がなされることが想定されております。しかし、ここでの議論にもありますように、広告物の内容を含め、さまざまな観点から審査すべきものと考えております。

今後の対応でございますが、まだこのガイドラインが出たばかりで、各自治体はどう動くかということも見えていない段階です。各自治体の動向も見ながら、国とも協議し、対応していきたいと考えております。

新しい条例をつくるか、あるいは現在の屋外広告物条例の中で何か書いていくか、どちらかを選択することになると思いますが、考え方としてはこれから説明するようなことで進めていきたいと考えております。

3ページに参りまして、規格外の映像に対する対応でございます。1番に「規格外のプロジェクションマッピングやコスモクロック21に掲出される映像に対する市の考え方」といたしまして、内容がすぐれていたり、街のにぎわいに資する映像は、来街者を増やすとともに、さまざまなメディアを通して横浜の知名度を上げることが期待できます。一方、これらは公共空間を利用するため、一定の公共性を有するものであるべきであり、景観的にも配慮する必要があります。したがって、横浜市は規格外の映像を特例によって許可する際に、その内容や効果等に関し審査し、よいものについてはその掲出を支援し、問題のあるものについては改善を求め、または許可しないなど、適切にコントロールしていくものと考えております。

2番「現行条例、規則の課題」でございます。(1)は基準への不適合で、プロジェクションマッピングは壁を使うということで、壁面看板と見ることができず、基準によれば表示できるのが10分の3までとなっております。ほぼ100%使うプロジェクションマッピングはそのままでは許可できない、特例でしか許可できないこととなります。コスモクロックも、面積で両面で約1万5000平米ありますが、これを広告板として見た場合、高さも表示面積も合わないということで、これもまた実施する際には特例許可をしていかなければならないこととなります。

(2)許可手数料が非常に高額になってしまうことが想定されまして、条例では5平米ごとに2400円となっております。仮にコスモクロック21で許可しようとしますと、手数料が750万円程度となります。これまでにそのような許可はしたことはありませんが、(条例の)文字どおりに(手数料を)とると、こういうこととなります。

(3)短期間の広告物については取り扱いが不明確ということで、先ほど来の議論にありましてとおり、屋外広告物は「常時又は一定の期間継続して」表示されるものとされておりますが、具体的な日数の定めがないために、短期間の場合は各自治体の独自の運用になってしまっているのが実情です。横浜市の場合は7日間、神奈川県は5日間と聞いておりますが、それについては屋外広告物には当たらない

という運用を行う場合もありましたが、かなり扱いが不明確ではないかと考えております。

次のページに参りまして、「今後の検討内容」でございますが、規格外の映像に対応するため、次に掲げる事項について今後、具体的な検討を行ってまいりたいと考えています。(1) 審査及び許可です。規格外の映像については現行条例の特例許可で対応し、一律の規格に基づく審査だけでなく、内容なども審査の対象とします。また、随時の申請に対応できるよう、審議会に特例許可に関する部会を設けて、素早く対応できるようにしたいと考えております。

そのイメージが次のページにありまして、映像を出す者、それから横浜市、あと特例許可部会と仮称でつけておりましたが、まず企画段階で事前相談をしてもらいたいと考えております。横浜市はこういうことを考えていますということを相手に伝えつつ協議するということを想定しています。3カ月ぐらいいまでに具体的に提案をいただきまして、関係課長会も開催し、相手方に条件等を伝えると。映像を含む資料を提出していただき、それをもって特例許可部会(仮称)で審議していただくと。それによって、やってよろしいとか、あるいはこういう条件でやってくださいという条件をつけるということを想定しております。

さらに6ページ、次のページを見ていただきまして、どういう視点で審査したらいいのだろうかというイメージを書かせていただきました。まず、視点としまして、内容的にすぐれていること。街のにぎわいに貢献すること。公共性があること、あるいは地域一体で取り組んでいること。過度に商業主義的でないこと。安全性に配慮されていること。十分な広報計画となっていること。などの観点から審査してはどうかと考えております。審査の方法としては、各委員に5段階評価していただくやり方もあろうかと思えます。このようなやり方で審査していくことを今のところイメージしておりますが、具体的にはまたこの場で審議していただくことになろうかと思えます。

4ページに戻っていただきまして、検討内容の(2)手数料でございます。適切な手数料となるよう上限や手数料設定などの検討をしたいと思っております。また、特例許可に今まで減免制度がなかったものですから、公共目的の場合にも手数料をいただいていたのですが、減免規定を設けたいと考えております。(3)、イベント等を適用除外することはこれまでも一部行ってきました。例えば冠婚葬祭とか祭礼等です。今後ですが、地域が行うイベントとか、地域振興に資するイベントなどに伴う屋外広告物についても適用除外にするかどうか検討します。プロジェクションマッピング等は今、地域でできるぐらいいに技術が進んでいますので、そのような小さなイベントでも特例許可をわざわざ出さなくて済むようなやり方も検討したいと考えております。

今日これをご審議いただきまして、ご意見をいただき、その後のことでございますが、具体的に条例改正が必要なかどうか検討し、必要であれば条例改正、規則改正という手順を踏んでいきたいと考えております。よろしく願いいたします。

(菊竹会長)

ありがとうございます。このプロジェクションマッピング等の取り扱いに関する検討の進め方ということで、まず国の方はプロジェクションマッピングの実施の規制緩和を進めていきたい、活用のニーズに応じて、広く使っていただけるようにしようということです。一方、横浜市は、4ページにありますとおり、屋外広告物条例を改正するのではなくて、特例許可で対応することによって、ある程度の内容の審査をきちんとしていこうという考え方を出示していただきました。これに対して皆様のご意見やご質問があればよろしく願いいたします。

(山崎委員)

横浜市はそのようになったということですが、国の条例に対して、ほかの都市はどうなのでしょう。

(菊竹会長)

事務局、いかがですか。

(事務局) 綿田景観調整課長

今のところ、国がガイドラインを出して以降、幾つかの都市に電話で聞いたりしていますが、新たな条例をつくったり、あるいはプロジェクションマッピングに合わせて条例を変えることは検討していないところが大半でした。といいますのも、プロジェクションマッピングはなかなか出てこないです。1年に1回あるかないかみたいな状態ですので、その1回のためにどうしようかということは余り心配していないようです。

(山崎委員)

横浜ではこれまで何度か実施されたわけですが、ほかではまだそれほど(件数がない)ということですか。東京などは、また違うのでしょうか。

(事務局) 綿田景観調整課長

一番多く発生するかもしれないのは東京だと思いますが、その東京が、検討はしているとは思いますが、どうすべきかについてはまだ分からないという答えでした。

(岩村副会長)

資料にプロジェクトマップの定義と書いてありますが、これは国が決めた定義ですか。

(事務局) 綿田景観調整課長

そうです。国がプロジェクトマップの定義としてこう書いています。

(岩村副会長)

その下に書いてある屋外広告物が2つに分かれていて、その2つ目にプロジェクトマップが含まれていますが、これも国が決めたことですか。

(事務局) 綿田景観調整課長

その前に、背景の点の3番目ですが、規制改革推進会議において、従来の広告物と同じ規制を適用するのはなじまないと言われてしまったのに対応して、国土交通省は、従来の屋外広告物条例ではなく、それとは別に取扱いが欲しいというつもりで分けて示しています。

(岩村副会長)

この所管は国土交通省ですか。

(事務局) 吉田景観調整係長

そうです。

(岩村副会長)

何局になりますか。経済産業省ではないのですね。

(事務局) 綿田景観調整課長

違います。国土交通省の、屋外広告物はずっと。

(事務局) 嶋田地域まちづくり部長

公園緑地とか景観とか、そういう所管のところになるのかなと思います。

(岩村副会長)

それで、まだ実施の数が少ないのでほかの自治体では条例をいじることまでは余りやっていないという話ですが、例えばトリエンナーレを横浜はやっていますよね。そういう機会にこれから増えてくる可能性はありますよね。

(事務局) 綿田景観調整課長

はい。

(岩村副会長)

だとすると今後これは非常にかかわってくる話ですよ。これを扱おうとすると、今、物すごく高いです。恐らくそういうことも含めた上で、このガイドラインに属する条例的なもの、あるいは運用規定を定めようということですよ。

(事務局) 綿田景観調整課長

少なくとも横浜市の場合は、いろいろなイベントで映像が出てきたり、あるいはコスモクロックを活用したいというお話を受けている中で、7日以内なら屋外広告物として見ないから、審査も何もしないでいいのだろうかというのは疑問としてあります。

(岩村副会長)

将来的にはポケモンもそうですよね。

(松野委員)

ケーススタディーがよく分からないから、何をどのように話していいか分かりません。まず、これはなぜ決めるのか。何があつたら困るのか。

(事務局) 綿田景観調整課長

横浜市ですか。

(松野委員)

そうです。横浜市にとってデメリットが何なのか、そういうものも(1つ1つ)想定していかないと、例えば出てきそうなものを我々が予測してもしょうがないし、例えばパッとこれを見て、国がプロジェクトマップを壁に映すと書いてあるけど、横浜は海もあるから、何がマイナスで、何がいけないのかということはある程度予測して話をして進めていかない限り、このものを見ながら頭をひねってもよく分かりません。先ほどの映像を見なければ分からないのと同じで、内容ではなくて、何があれば横浜市として困るのか、そういうことを考えて想定いかないとたどり着かないのではないかなという

気がします。

(山崎委員)

国が規制緩和するという事は、もっとどんどん使えるようにしたいということですか。

(岩村副会長)

規制緩和しようということです。

(山崎委員)

もっとどんどんできるようにしたいということですね。

(岩村副会長)

こういう表現方法をより一層規制緩和するのは、私はいいいことだと思います。問題は、今おっしゃっていたことに加えて、こういう技術はどんどん発展していきます。1年、2年、3年後にはまた全く違う方法が多分開発されると思います。それを前もって想定して、文章化していくのはほとんど不可能です。ですから、規制の緩和の仕方がこういうものは非常に難しいです。

(松野委員)

例えば、イベントとして7日間という話もあるけど、イベントとして認めるなら日時と内容をどれくらいしっかりと把握できているのか？企画書で納得がいくものになっているのか？それこそ壁以外のところで（プロジェクトマップを投影する）場合に把握しておかねばならないことを列挙したルールブックをつくるのか？何かそういうある程度のケーススタディーを何回かやってみないとわからないのではないかと思います。

(岩村副会長)

そういう意味で、審議会に特例許可に関する部会を設けるのはいいことだと思うのです。それで経験を重ねていながら、これからの技術開発も含めて重なっていくという。逆に言うと、多分そういう方法しかないと思うのです。

(菊竹会長)

インターコンチネンタルのときの例を出したいのですが、特に内容についていろいろなご意見が、出ました。審議会に出された時には、内容について議論できず、良しとするしかない状況であったのは皆さんご記憶に新しいと思います。特例許可部会のようなものがきちんとできますと、3カ月前に申請されて、ここで内容について検討するということでよろしいですか。

(事務局) 綿田景観調整課長

これはイメージとして出しているだけで、具体的な手続については、今後また議論させていただきたいとは思いますが、いずれにしても専門の部会を設けて、その部会で映像を見ながら、先ほど言いましたような観点で、公共性があるか、内容がいいかとかといった確認をしながら、相手方に注文をつけていくということを想定しております。

(菊竹会長)

規模は違いますが、横浜市の上屋付バス停の広告で、松野委員にはご協力いただいた結果、質の高い広告が掲出されるようになりました。特例許可部会において、内容に踏み込んで検討していくというイメージでよろしいですか。

(事務局) 綿田景観調整課長

事務局側としてはそういうイメージで考えております。

(菊竹会長)

今までは、内容について踏み込んで申請者と意見交換を行う機会がありませんでしたが、条例を改正しないのでできる範囲で最大限できることをやっていったらどうかというご提案と受けとめております。

(山崎委員)

このプロジェクトマップのための規制緩和というところにある、「景観阻害や破壊等のおそれが小さく、都市の景観、風致や安全性の影響が小さいと考えられる」という文面ですが、私は、そうかなという感じがして……。国の条例は随分大ざっぱだなという感じもしております。

(岩村副会長)

そこで部会をつくっても、一番気になるのは許可手数料です。今これは5平米当たり2400円ということで、どういう理由で決めたのですか。

(事務局) 綿田景観調整課長

どこの自治体も同じですが、手数料に関しましては、その許可を与えるのにどのくらいの手間がかかるかを計算しながら。

(岩村副会長)

行政側の手間賃ですか。

(事務局) 綿田景観調整課長

はい。

(岩村副会長)

一般的に5平米当たり2400円ぐらいですか。

(事務局) 綿田景観調整課長

そうです。自治体によって値段は多少異なりますが、大体、面積当たり幾らという計算の仕方をしていきます。

(岩村副会長)

コスモクロックが700万とはすごいですね。

(菊竹会長)

私見ですが、手数料という言葉がいいか分かりませんが、媒体料と考えた場合には、この750万円は決して高い金額ではないと私は思います。ある意味、高額であることでそこに出す企業も選択されますし、内容も限定されるのではないかという意味では、この金額は大切な要素ではないかと思います。ただし、手数料という言葉がふさわしいかはわかりません。

(河住委員)

通常の許可手数料は平米当たりで決まっています、期間は関係ないということですか。

(事務局) 綿田景観調整課長

一般の広告物の場合は3年までの期間です。

(河住委員)

1回払えば3年間はもう払わなくていいと。

(事務局) 綿田景観調整課長

はい。

(河住委員)

プロジェクトマッピングが8日間でもこの金額というと、確かに少しどうかというところも。

(事務局) 綿田景観調整課長

今のままだとそういうことになります。

(山崎委員)

これは映す壁が、今までコスモクロックなど公共のものでしたが、例えば一つの企業のビルの壁とかいう場合もあるのでしょうか。

(菊竹会長)

自社広告とするのか、公共広告とするのかは置いておいたとしても、あり得る話だと思います。

(山崎委員)

これから技術もどんどん進化していきますから、影響力は大きいだけに、それは普通の広告より考える必要がありますよね。

(松野委員)

地べたもあります。

(山崎委員)

地べたもあるし、横浜市などはビルが多いですから、映すところもいろいろあります。

(馬場委員)

よろしいですか。少し難しい問題でよく分からないのですが、一番後ろに審議視点というものがありますよね。そこに地域で一体となって取り組んでいくこととありますが、具体的に地域で取り組んでいるところはあるのですか。これは催し物ですよね。

(事務局) 綿田景観調整課長

例えば今のポケモンの話で言いますと、ポケモン社と横浜市、それからほかの団体も今回は一緒になって団体をつくって検討しているということで、地域で一体となっていると見なすことができると思います。

(馬場委員)

では、自治会町内会とかそういう単位ではないのですね。

(事務局) 綿田景観調整課長

それも当然あると思っています。例えばどこかの商店街でプロジェクトマッピングしましょうという場合には、自治会も商店街も一緒になってやっているということです。

(馬場委員)

公共性が高いと、減免の有無というか、そういうものも検討していく必要があるということですか。

(事務局) 綿田景観調整課長

公共性に関しては、横浜市がやれば公共性が高いというのはあるかもしれませんが、ある企業がやるにしても、公共空間を使うという意味では、公共性は必要ではないかと考えています。

(山崎委員)

見たいと思わなくても見えてしまうものですから。

(菊竹会長)

整理させていただきたいのですが、今回の審議では、屋外広告物条例を改正する方向ではなく、特例で検討するという事によろしいですか。

(事務局) 綿田景観調整課長

特例でいきたいのですが、特例でいくにしてもまだ問題があって、例えば手数料の問題があると。その場合、手数料を変えようとする、条例に踏み込まないといけないということになりますので、今日この場でこの方向性によろしいということであれば、条例改正も検討していくということになります。

(菊竹会長)

条例改正も合わせて検討するという事ですか。

(事務局) 綿田景観調整課長

正確に言うと、この方向によろしければ、我々は条例改正を目指すということですよ。

(菊竹会長)

まだ皆さんの中で整理できていないのではないかと思います。よろしければ、条例を改正しない場合、改正する場合に分けて整理して、もう一回検討するというのでは遅いんですか。

(事務局) 綿田景観調整課長

そのことをここに書いたつもりではいたのです。つまり4ページの(1)の審査については、現状の条例の特例許可を使えばできるのではないかと。それから部会についても、部会はつくれますので、部会は(1)については現行条例でできると。(2)は現行条例ではできませんということになります。それから(3)についても、現行条例では地域で行うイベントを除外するという事は書いていないので、このような除外規定も条例の中に入れていくと。

(菊竹会長)

そうしますと、手数料についてのみ条例を改正するという事ですか。

(事務局) 綿田景観調整課長

手数料と、それから(3)の適用除外の項目についても、これは必須とは言いませんが、これを入れていくと、例えば地域の小さなイベントにおけるプロジェクションマッピングなどはわざわざ審議しなくても、どうぞやってくださいと言えるということですよ。

(菊竹会長)

分かりました。

(山崎委員)

済みません。私はよくわかっていないのですが、この手数料は一体どこが取るのですか。

(事務局) 吉田景観調整係長

横浜市です。

(山崎委員)

では、例えば自社ビルにその企業が企画したプロジェクションマッピングを映す場合、その手数料は横浜市に入るのですか。

(事務局) 吉田景観調整係長

そうです。この手数料はあくまでも許可手続を行うときの事務手数料です。

(山崎委員)

許可を与えるのにそんなにたくさん手数料が要るわけですか。

(事務局) 吉田景観調整係長

そうです。現行でいくと、先ほどの例えば750万円とか、そのような金額になってしまいます。

(山崎委員)

なかなかの金額ですね。

(河住委員)

3ページにある、短期間についての取り扱いが不明確という点の課題は、今回の考えられている条例

を改正する中では特にクリアにはしないままになってしまうことになるのですか。

(事務局) 綿田景観調整課長

済みません。実はその部分が今、内部でも少し割れている内容でございまして、たった1日ならいいではないかという話も一方であります。

(河住委員)

ありつつも、何らかのコントロールをしたいという意見もあってもおかしくないですね。

(事務局) 綿田景観調整課長

そこら辺がまだ定まっていないものでしたから、問題点としては書きましたが、検討の内容としては踏み込めなかったということです。

(河住委員)

では、今後の検討の中でその点も含めてという方向になることもあり得ると。

(山崎委員)

普通の広告の場合は、よほど大きなもの以外は、いちいち横浜市が介入するわけではないですよ。例えば看板の場合とか。

(事務局) 綿田景観調整課長

合計10平米以上の広告を出そうとすると、許可申請をしてくださいということになります。

(山崎委員)

そうするとプロジェクションマッピングも、小さかった場合、これはまた別になりますか。

(事務局) 綿田景観調整課長

小さければ別に申請は要りません。

(山崎委員)

大きなものに対して。

(事務局) 綿田景観調整課長

はい。

(菊竹会長)

条例改正が必要な要項と、改正しなくても運用できる要項と、日数も含めて整理していただいた方が分かりやすい気がします。

(事務局) 綿田景観調整課長

はい。

(松野委員)

あと1ついいですか。5ページの表ですが、企画書が横浜市に提出されて、事前相談となっています。それで関係審査、指摘事項の通告、これは予算などとかと括弧して入れておいた方がいいのではないですか。先ほどの手数料の問題などと併せて、ここから課金されることの位置づけを表で見せた方がいいのではないですか。

(事務局) 綿田景観調整課長

実際には許可手数料というのは、許可申請書が出たときに。

(松野委員)

それなら最初からここに書いておかなければいけません。込みで出す訳ですか。企画書と一緒に出すということですか。

(事務局) 綿田景観調整課長

いえ、この表でいきますと……

(松野委員)

最後の審査を通して許可が下りた時ということですか。

(事務局) 綿田景観調整課長

そうです。下から4つ目の箱に「許可申請」とありますが、このときに手数料を払っていただくことになります。

(山崎委員)

半年前に出さなければいけないのですね。

(事務局) 綿田景観調整課長

いえ、これはあくまでも例でございまして、ただ、事前相談はやらないと、相手方になかなか気持ち伝わらないと思いますので、このぐらいが普通かかるのではないかと想定しています。

(松野委員)

例えばイベントの表現の仕方によって、高額な予算のものも出て来ると思います。そこで、一律で受ける話ではなくて、その手前での詰めが必要ではないかと思うのです。大がかり過ぎるから部分的に検討を重ねながら話を詰めていく流れみたいなものが。

(事務局) 綿田景観調整課長

実際にはこんな単純にはいかないだろうと思っています。

(松野委員)

まあそうでしょうね。ただ、考えられるべきところは明確にしていかないと、なかなか見えてこないかと。既にこの辺から予算の話が出てきていて流れていくと、詰めていく段階で作る側の人が内容を少しずつ変えていくかもわからないし。

(菊竹会長)

ありがとうございます。ほかに何かご意見はございますか。

(岩村副会長)

悩ましいのは減免規定だと思うのです。減免規定ということは、条例の中にそういう規定を設けるといことですね。その場合はプロジェクトマップなら幾ら、そうでなければ従来どおりというやり方もあります。

(事務局) 綿田景観調整課長

屋外広告物全般にわたって減免規定がないものですから、プロジェクトマップであろうと、その他の広告物であろうと……

(岩村副会長)

ですから、減免規定の書き方です。数字の大きさであるとか、すごく難しいですよ。今5平米当たり2400円と明確に書かれていますよね。どんな大きさであろうが、それが適用されるのでしょうか。それは要するに媒体については問うていなくて、固定的なものであろうと、相手が建築物であったり、工作物であったりする場合は、そういう形で手数料をもらいますよと。減免規定に関して、例えばプロジェクトマップ以外で減免規定はあるのですか。

(事務局) 綿田景観調整課長

これは1つの例ですが、マンホールを特例許可しましたが、それには市が設置しているにもかかわらず減免規定がないので手数料をいただいたというものがあります。横浜市がやる場合に、あるいは警察が何か出したいときに、非常に公共性は高いのだけれど、特例許可になってしまうと手数料をいただきますという話になってしまいます。ですから、この減免規定については、広告物一般に関して減免規定を適用したいと思っています。

(岩村副会長)

他都市での事例はあるのですか。

(事務局) 綿田景観調整課長

ある都市もあります。

(岩村副会長)

例えばどのように書いてありますか。書き方がとても難しいと思うのですが。

(事務局) 吉田景観調整係長

他法令などでいけば、例えば50%減免とするとか、全額減免とするとか、金額に対して設定するケースはございます。

(岩村副会長)

という形に減免する訳ですか。

(事務局) 吉田景観調整係長

今回そのようにするかはまたこれからの検討にはなります。

(岩村副会長)

ここで問題になっているのはプロジェクトマップは通常は大きいから、それをそのまま適用するとやたら大きな金額になってしまう、それでいいのですかという話ですよ。菊竹会長がおっしゃったように、それでいいのではないですかというご意見も当然あり得るわけです。しかしそれは恐らく審議会の部会で議論するような話ではないですよ。

(事務局) 綿田景観調整課長

手数料自体に関しては横浜市が定めるものがございます。ただ、減免規定を入れる入れないに関してはここでの議論になると考えています。

(菊竹会長)

ありがとうございます。

(事務局) 吉田景観調整係長

済みません、先ほど岩村副会長から言われました国土交通省の所管なのですが、都市局の公園緑地・景観課という部署になります。

(岩村副会長)

景観行政はそこで所管しているということですね。

(事務局) 綿田景観調整課長

そうです。

(菊竹会長)

いずれにしても、国がはっきりとガイドラインを出した中で、横浜市が独自の方向性を見出して、検討を進めていこうということに対しては、皆さん反対意見はないと思います。したがって、条例改正と特例の要項を整理して引き続き審議するというので、皆様いかがでしょうか。

(承認)

(菊竹会長)

それでは、ほかにご意見がないようでしたら次に進みます。

報告事項

報告 1 (仮称) 山手地区景観計画 (屋外広告物の規格) について

(菊竹会長)

それでは事務局から報告事項についてご説明いただきたいのですが、時間も押してまいりましたので、その点ご留意いただきながらお進めください。よろしく願いいたします。

(事務局) 吉田景観調整係長

それでは報告事項の1番をご説明させていただきます。お手元の資料、クリップどめになっているかと思いますが、そちらの別紙1をあわせてごらんください。中身の詳細はまた担当課からご説明いたしますが、この別紙1に記載されております赤いラインで囲まれた地区、こちらを山手地区と今回呼んでいます。JRの石川町駅と山手駅の間に位置するところですが、こちらの山手地区におきまして景観計画というものを定めていくという話でございます。景観計画ですが、一定の区域内で建築物を建てる場合とか広告物を設置する場合に守らなくてはならないルールでございます。建築物の高さや色彩の制限、屋外広告物の制限などが規定されておりまして、現在、横浜市内ですと関内地区とかみなとみらい地区でこのような景観計画が定められております。

1の「趣旨」の一番下に書いていますが、この景観計画の策定手続におきましては、この屋外広告物審議会での意見聴取が義務づけられているものではありませんが、申し上げましたとおり、屋外広告物の制限などの規定もございまして、重要事項であるということから、事前に概要をご説明させていただくものでございます。

2のところでございますように、屋外広告物の許可手続におきましては、私どもが申請を受け付ける課となりますが、申請があった場合にその地区で景観計画が定められている場合には、屋外広告物条例・規則の基準に加えまして、それぞれの地区の景観計画の基準も満たしていないと許可することができないというものになります。先ほどピカチュウのときにも、新港地区ではアドバルーンが景観計画で禁止されていると申し上げましたが、そのようなケース、もしそれを超えてということになれば特例許可の対象になってくるというケースでございます。

3ですが、横浜市では魅力ある都市景観をつくるために2つの制度を設けておりまして、1つが景観計画、もう一つが都市景観協議というもので、それぞれ根拠が景観法と景観条例となっております。景観計画というのは、基本的で定量的な基準を定めているもの、それからその地域で必ず守るべきルールとなります。丸かバツかで判断できるような項目が定められています。それに対して都市景観協議の方につきましては、魅力ある街並みを形成していくために協議を義務づけるという制度で、お互いが目指すべき方向性を定めているもの、そして協議については、整ったもしくは不調といった2つのケースが定められております。基本的には当然、協議が「整った」という方向に向けて話し合いを進めていくこととなります。都市景観協議では、例えば街並みに調和した広告物とすることとか、そのような丸かバツかでは判断できないような項目が指針として定められております。

4、5につきましては、担当しております都市整備局の都心再生課から説明させていただきますので、よろしく願いいたします。

(説明者) 都心再生課

都心再生課です。お手元の資料に別紙1ということで、今回の山手地区の景観区域の絵が載っていますが、こちらの今回定めようとしている景観区域に関しましては、横浜開港以降、外国人居留地だった山手町の境界は異国情緒あふれる街並み、緑豊かな自然環境が残っている地域でございますので、昭和47年から山手地区景観風致保全要綱という形で行政指導を行ってきた地域でございます。今回こちらの要綱をかけていた区域を景観計画に基づいて制度移行していくことを大きな柱にしております、景観区域につきましても、山手のこの風致保全要綱の区域をベースにして、区域を設定しております。

その中で今回、山手町特定地区、元町特定地区、石川町準特定地区という形で大きく3つのエリアに分けております。山手、元町については、行政の要綱以外にも、地元で運営されている地元のまちづくりの協定があり、景観づくりにこれまで取り組んできた地区でございます、そのような地区を特定地区という形で、山手町、元町を位置づけてございます。石川町につきましては、山手のこの要綱以外に行政のほうで街づくり協議というものをかけて景観の指導をしてきておりまして、このような既存のルールの見直しも含めて、さらに新たに景観づくりに取り組んでいく地区ということで、準特定地区という形で指定を考えております。

用途地域に関しましては、お手元の資料の別紙5になりますが、山手町の特定地区に関しましては、こちらは第1種低層住居専用地域をベースとした住居が主な用途地域になっている構成でございます。山手の下に当たります元町、石川町につきましては、全国的に有名な元町の商店街等があるところがございますが、こちらのほうは商業地域や近隣商業地域といった商業系の地域があるところがございます。山手の海側のほうは、新山下のほうですが、こちらのほうが第1種住居地域とか準工業地域があるような用途地域の構成になっている場所がございます。

こうした地域に対して、景観計画の概要ということで、A3判の別紙2をご用意しております。趣旨は、冒頭申したとおり、昭和47年策定の要綱に基づいた山手の景観風致保全要綱を景観計画に移行していくことが大前提でございまして、策定のポイントとしては、そちらの保全要綱の指導内容、それ以外にも行政で行っている街づくり協議の指導内容、山手と元町については、地元できめ細かいまちづくりのルールを協定という形で定めて運用している内容、そのような現行あるものを景観計画の中に移行していくことを策定の柱にしております。

今回、全域の中でどのようなものを守っていくのかということで、山手要綱の大きな考え方のもとでございます既存の樹木の保全、山手の丘から港や市街地への良好な眺望を保全する、居留地時代から残されている歴史的建造物、西洋館のようなものとか、土木遺構を景観保全していくなど、そういったことをこちらの景観計画の大きな柱にございまして、山手町、元町、石川町それぞれの特定地区、準特定地区については、各地区の魅力をさらに保全していくという定めをしております。

こういった全体的な中で、屋外広告物の表示及び屋外広告物を掲出する物件の設置に関する行為の制限というものも景観計画の中で取り組んでいく予定でございます。そちらの内容については、お手元の資料の別紙3というA4判の資料に概要を簡単にまとめておりますので、こちらをご紹介します。

一番左のところに景観計画の案というものがございまして、真ん中が屋外広告物条例の規制内容、右のほうが参考ということで、今回の景観計画の中で都市景観協議ということでさらに協議してやっていく項目がございますので、そのようなものを右の欄に書いてございます。景観計画につきましては、基本的には現在ある山手要綱などの現行のルールを景観計画に移行していくことを大前提にしております、現行のルールを記載しているような内容になってございます。

まず、今回の景観区域全域については、屋外広告物は眺望の視点場に向かって設置しないことというルールを考えております。眺望の視点場は何かというものに関しましては、お手元の資料に別紙4というA4判の横の資料がございまして、昭和47年に定めた山手の景観風致保全要綱などで眺望の視点場というものをもともと設けておりますが、そちらの眺望の視点場をそのまま承継する形で、このような形で山手の丘から関内側の市街地への眺望、また新山下側の海側への眺望を守っていくということ、このような視点場を設けております。こちらの視点場に向かって屋外広告物は設置しないことということ、これを全域の基準として定めていく予定でございます。

そのほかに、山手町特定地区につきましては、現在運用しているルールということで、屋上看板、壁面看板は自家用屋外広告物に限り設置可ということで、真ん中の屋外広告物条例と比較すると、太ゴシックになっている部分が屋外広告物条例と比較したときの規制強化に当たる部分ということで、自家用のみ設置可のところは用途地域にあるということがございます。

その下の元町、石川町につきましても、屋上看板は設置不可ということで、屋外広告物条例と比較すると、用途地域によっては規制強化になっているという内容になっております。

最後に、景観計画の今後のスケジュールですが、別紙2のA3判の資料の右下に書いてございます。本日こちらの会議にご報告させていただいておりますが、そのほかにも都市美景観審査部会、都市美対策審議会のほうにも専門の先生方に全体的な概要をご説明して審議をしていただいております。来月7月に都市美対策審議会のほうでも審議を予定しております、それを踏まえた後に法定手続に入っていくことを予定しております、平成31年度後半に施行することを目標にこちらの計画を進めているところでございます。

説明は以上になります。

(菊竹会長)

ありがとうございました。屋外広告物に関しましては、特に眺望の視点場を12点継承されて、そこに向かって広告物を設置しないことということを明確に規定されるという点が、重要な点だと思います。

皆様、ご意見があればお願いいたします。報告事項となりますので、皆様から特にご意見がないようでしたら次に進みたいと思いますが、いかがでしょうか。

(承認)

(菊竹会長)

ありがとうございます。

報告2 大観覧車「コスモクロック21」夜間演出の試行について

(菊竹会長)

それでは2点目につきまして、事務局からご説明をお願いいたします。

(事務局) 吉田景観調整係長

続きまして、報告2でございます。「大観覧車「コスモクロック21」夜間演出の試行について」ということで、こちらは(3)にございますように、既の実施済みのものでございます。4月18日と27日に行ったものですが、審議会の日程に間に合わないということで、事前に4月上旬に先生方に郵送で資料を送付させていただいて、お知らせしたものでございます。こちらについては、実際、我々が当日の様子をビデオで撮ってきておりますので、説明が一通り終わりましたら簡単にご覧いただければと思っております。

(1)の目的のところ、現在はコスモクロック21では文字の掲出は控えているところですが、実際に今後のイベントとかおもてなしのプロモーションとして活用できないかということを実験したものでございます。

(2)にございますように、主催したのは港湾局の賑わい振興課という、港を管理する部署になっております。

(4)の試行概要のところですが、4月18日と27日で若干違っていますが、大型客船が着岸するというので、そのおもてなし、ようこそという感じを出すために「WELCOME TO YOKOHAMA」というものと、「ようこそ よこはまへ」という、アルファベットと平仮名の2種類を行っております。

(5)に移りまして、調査概要のところですが、このA、B、Cの3カ所からそれぞれ見えるかどうかというところを確認しております。Aがクイーンズパークと、コスモクロックのすぐ近くになります。Bが大さん橋で若干離れている場所、Cが大黒ふ頭でこちらはかなり離れていますが、それぞれどのような見え方かというところを確認してまいりました。

裏面をごらんください。こちらは私どもの評価になりますが、それぞれ3地点からメッセージを読むことはできました。ただ、この試行の段階では、例えば「WELCOME TO YOKOHAMA」というものを読み終わるまでに約20秒かかっておりまして、結構長い感じ、冗長かなという感じがありました。一度に示される文字が2~3文字と限定されてしまうので、ぱっと見ただけでは何のメッセージかわかりにくいという状況でございました。(3)ですが、距離によって見え方は大分違うということで、近くなるに従って見づらくなっておりました。さらに斜めから見上げる状況であったり、角度がないような状況から見ると認識は困難であったという印象でございます。

それではビデオを流させてもらえればと思います。まずはA地点のクイーンズパークから撮ったものでございます。

(映像)

これが「WELCOME TO YOKOHAMA」というもので2回繰り返されて、今度はさらに遅く表示しているものでございます。時間の関係もあるので、次に移ってしまってもよろしいですか。

次が、今度は大さん橋から撮ったものとなります。

(映像)

これもここまでで1巡ということで、さらにまたゆっくりなバージョンになりますので、次に移らせていただきます。

今度は大黒ふ頭から撮ったものでございます。少し遠くなってしまうので見づらいかもかもしれませんが、ご了承ください。

(映像)

ここまでで1巡となります。

これで3カ所からの撮影状況ということでございまして、距離感によって見え方がまた違ったと思いますが、まだ最終的にこれに対する結論ではありませんが、今回はこの4月に行ったもののご報告をさせていただきます。

以上でございます。

(菊竹会長)

ありがとうございます。何かご意見はございますか。

(山崎委員)

遠くからのほうがきれいに見えました。近いと文字が大き過ぎます。

(松野委員)

遠くから、ウェルカム！って声をかけるような……けなげな感じが何かいいですね。あれは船からですか。

(事務局) 吉田景観調整係長

資料の表面に大黒ふ頭の客船とあると思いますが、この大黒ふ頭の客船から主に見ることを想定しておりました。

(松野委員)

ということは、上から角度をつけて見ているのですか。

(事務局) 吉田景観調整係長

多少ビデオを撮ったところよりは上になりますが、距離がありますので、それほど極端ではないかと思えます。

(松野委員)

位置的に言うと、下がもっと空いていた方が読みやすいかなという気がしました。

(事務局) 吉田景観調整係長

観覧車の下の方がですか。

(松野委員)

はい。

(山崎委員)

字が大き過ぎるのかもしれないです。

(松野委員)

というか、それこそ観覧車が下の方にあるのでしょうか。ですから結構、文字が下のほうは判読しにくいのではないかという気がしたけれど、その辺をもう一回レイアウトし直してもらおうといいかもしれません。

(岩村副会長)

20秒は長すぎます。

(事務局) 吉田景観調整係長

そうですね。今日のものは4月18日に撮影したもので、27日の方はもう少し早くはしたのですが、済みません、少しきれいに撮れなかったもので、こちらを今回は流させていただきます。

(菊竹会長)

ありがとうございました。それでは次に進んでよろしいですか。

(承認)

報告3 観覧車の照明演出について

(菊竹会長)

それでは3件目、ご説明をよろしくお願いいたします。

(事務局) 吉田景観調整係長

報告3でございます。「観覧車の照明演出について」ということで、こちらは昨年度もご報告させていただきましたが、コスモクロック21を使ったものになります。横浜青年会議所、いわゆるJCと呼ばれている団体ですが、こちらが平成32年の国際青年会議所の世界大会誘致に向けて、来場者に歓迎の意を示すために、コスモクロック21を使って映像を流したいという相談でございます。

昨年度も実施しておりまして、基本的な内容は同じになりますが、先に説明の方、3の部分をご覧ください。サマーコンファレンスの概要ですが、このサマーコンファレンスと呼ばれるものは一般市民も参加可能な講演会や展示イベントでございまして、今年7月21日と22日の2日間にかけて行われるイベントです。会場はパシフィコ横浜で、主催は日本青年会議所が行うものです。

2ですが、21日の夜に、6時から10時ごろにかけて、コスモクロック21に映像を表示したいというものでございます。表示の内容ですが、全体としてはサマーコンファレンスのロゴマーク、いわゆるメビウスの輪というのですが、こちらの由来となっている黄色、太陽の色、それから青、夏の青空と海をベースとした幾何学模様ということで、途中にロゴマークを挟み込んでおります。

詳細は省略させていただいて、済みません、次のカラーの資料を見ていただいて1枚おめくりいただくとイメージを描いてございます。内容自体は昨年度と同じですので、ご記憶にある先生方もいらっしゃるかもしれませんが、最初のほう、黄色と青の図柄から、次のページの中ではメビウスの輪が少し挟み込まれまして、最終的にはまた一般的な図柄、そして最終ページに行って、会場となる横浜市がズームアップされると、そのような展開のものになっております。

時間の関係もありますので、これで説明とさせていただきます。

(菊竹会長)

ありがとうございます。これは映像はないのですよね。

(事務局) 吉田景観調整係長

はい。

(菊竹会長)

何かご意見はございますか。これは2日間でどれくらいの方が参加されるのですか。

(事務局) 吉田景観調整係長

済みません、ちょっと。

(菊竹会長)

失礼いたしました。

(事務局) 吉田景観調整係長

申し訳ありません。

(菊竹会長)

では、今年も成功に終わられることをお祈りいたします。ありがとうございました。

少し早いですが、次の報告事項に移らせていただいてよろしいですか。

(承認)

報告4 企業キャラクターを活用した遊具の新港地区内での設置について

(菊竹会長)

お願いいたします。

(事務局) 吉田景観調整係長

報告4でございます。「企業キャラクターを活用した遊具の新港地区内での設置について」ということで、みなとみらい地区の新港地区、赤レンガ倉庫などがある地区になります。

少し先の話になりますが、10月28日に横浜マラソンが開催されます。その2日前に、10月26日の金曜日から横浜マラソンEXP02018というものが開催されます。こちらは赤レンガ倉庫を会場としておりまして、内容といたしましてはマラソン参加者の受付のほか、応援者や一般の来場者にマラソンに関心を持ってもらって、本大会の盛り上がりにつなげようというものでございます。スポンサー等の企業の出展ブースとかステージイベントが行われます。

こちらの会場で、中ほどのカラーの絵にありますように、企業のキャラクターの、先ほどポケモンでも出しましたが、ふわふわと呼ばれる中に子供が入って飛んだりねたりして遊べるバルーン型の遊具になりますが、それを設置したいという話でございます。

一番下の点線の四角囲みのところですが、横浜マラソンでは公式キャラクターを設定しておりません。ただ、ガソリンスタンドなどのエネオスがこの大会のメインスポンサーになっておりまして、その

キャラクターであるこのエネゴリくんと呼ばれているキャラクターですが、こちらにランニングシャツを着せて、マラソンをイメージする図柄といたしまして、さまざまなグッズとか掲示物に掲載しております。この大会のイメージアップや盛り上げ役としてさまざまな場面で活用されておりまして、言ってみれば準公式キャラクターのような感じで活用されていると聞いております。

中ほどのカラーの絵のところの矢印の右側にエネゴリくんがマラソンしている風景がありますが、実際にこの赤レンガに設置するふわふわもこのようなランニングシャツ姿のものにしていきたいと聞いております。通常ですと、景観協議の対象のエリアですので、このような大きな広告物は出ないのですが、さらに企業のキャラクターということで、おやと思われる方もいらっしゃるかと思いますが、このような準公式キャラクターのように取り扱われているということで、今回このような出し物をしていこうというところでご報告させていただくものでございます。

(菊竹会長)

ありがとうございました。何かご意見はございますか。

報告 5 禁止地域における展望不可案件について

(菊竹会長)

なければ、最後の報告事項に進ませていただきます。

(事務局) 吉田景観調整係長

それでは、報告 5 でございます。こちらは毎回ご報告させていただいておりますが、「禁止地域における展望不可案件一覧」でございます。禁止地域、第三者広告を設置することができない地域ですが、実際に見ることができなければ設置してもよいといった規定になっております。実際には東海道新幹線とか高速道路、そのようなものから 500メートルのエリアはこのような禁止地域になってはいますが、それぞれそのような路線からは見えないことを証明した上で設置を許可しています。ただ、その際に、もともと禁止されている地域なので、デザインについては確認しておりまして、例えば余りに文字が多いとか、彩度が高過ぎるとか、そのような場合は修正をお願いしているものですが、実は今回は特に図案を修正してもらったケースがなかったので、全て申請どおりとなっております。

1 枚おめくりいただいて、ナンバー 1、2 は本当に特に我々から言うべき点がなかったものですが、さらに 1 枚おめくりいただいて、ナンバー 3 の黄色いバックのこの歯科のものについては、通常ですと、もっと彩度を落としてくださいと意見を言うようなケースですが、今回は既に設置済みの状態で我々の方に許可申請がなされたものだったので、今回はこのデザインについて指導することができませんでした。ただ、その代わり、許可証を発行する際には次回以降、デザインを変える場合には必ず事前に相談するようということをお願いしております。それから 4 番、5 番についても特に、穏やかなデザインということで修正の話がなく、6 番はまだ白板の状態です。広告主募集という状態だったので、修正の余地なしと。最終ページの 7 番につきましては、もともと過去にオーケーということで話をしていた看板が移設されるというものだったので、今回についてはこの看板については特に我々からは意見なしということで対応させていただきました。

報告は以上でございます。

(菊竹会長)

ありがとうございました。いろいろと悩ましいケースもあるかと思いますが、引き続きよろしくお願いたします。

熱心なご議論をいただきまして、ありがとうございました。皆様、少し時間が押してしまって大変申し訳ございませんでしたが、これで予定された議事は全て終了いたしましたので、議事を事務にお返しいたします。

閉 会

(事務局) 梶田景観調整課長

長時間にわたりまして、どうもありがとうございました。本日の議事録につきましては、いつもと同じでございますが、皆さんに確認していただいた後、会長に確認していただき、署名していただくことにしたいと考えております。

また、本審議会は 2 年ごとの改選とさせていただいておりますが、年に 2 回やっておりますと、次が多分 1 月か 2 月となります。ところが今の審議会の任期は今年の 11 月末となっておりますので、再度なっ

ていただく委員の方々にはまたご相談したいと思いますので、よろしくお願いいたします。

なお、実は附属機関の委員については横浜市全体のルールが決まっています、1人の委員が継続できる期間が10年となっております。大変残念なことです、菊竹会長と松野委員がこの11月末で丸10年を迎えるということで、この10年間、長い間、本当にありがとうございました。お二人からご挨拶いただけるとありがたいと思ひまして、まず菊竹会長にお願いしたいと思います。

(菊竹会長)

力不足で本当に申し訳ございませんでした。また、1つだけ心残りなことがございまして、それがプロジェクトマッピングに関する取り扱いです。ぜひ残された委員の方々に、横浜市独自の取り扱いに関してご議論いただいて、いい形にまとめていただきたいと思ひます。どうぞよろしくお願いいたします。

(事務局) 橋田景観調整課長

ありがとうございました。続きまして松野委員、お願いいたします。

(松野委員)

もう10年も経つたと驚いていますが、皆さんと年に数回ですがお会いしていろいろな議論を交わして、横浜を良くしていくことができたのはとても楽しかったです。

それと私の場合は、2014年から始まった、横浜の看板や屋外広告物をセレクトしようという話から始めて、一般の人にスマートフォンなどで色々な看板やサインの写真を撮ったら送って、皆でこれを褒め合おうということから始まったような気がします。色々手探りで進めていくうちに、そごうの地下街で皆が気に入った景観、看板の写真を展示して、どれがよかったかと票を入れてもらったのが、4年前だったと思ひます。その後、このプロジェクトが「横浜サイン」という名称になり、サインだから3月1日を記念日にしようという何か駄じゃれみたいになって「来年の3月1日は旗揚げじゃないけど何かやりましょう」という話に進展しました。2月頃に「松野さん、マークつくってくれない？」と依頼されました。どうせなら横浜サインというものが一発でわかるような、スローガンのようなコピーも一緒に考えるという。これは私の仕事の常で、コンセプトの部分までいつも追ひ込みますので、いろいろと試行錯誤しているうちに、国際信号旗というアイデアが浮かびました。国際信号旗は船同士でメッセージを交換するため色々あるのですが、私が選んだのが横浜サインのロゴに使った旗です。この旗を掲げている船は、「貴船と交信したし」というメッセージを発信しています。この旗は世界共通なので英文では「I wish to communicate with you」となります。正に、横浜サインで伝えたいことにぴったりではないかと思ひて、これを「あなたに伝えたい」というキャッチフレーズにしました。そして、黄と青の2色の旗の間にカモメを思わせる様に白く抜けているだけで横浜をイメージ出来るのではないかと思ひました。出来上がったロゴマークをクリアファイルにプリントして、第一回横浜サインフォーラムを実施した2014年3月1日にいろいろな資料と一緒ににお配りしました。

皆さんに気に入ってもらえて、私としては置き土産の一つできたことが非常にうれしいのですが…。地道に進めていた活動が、その3年後の2017年に横浜サイン賞を選ぶイベントをやりましょうという話に進展しました。予測を超える魅力的な看板・サインの応募候補が多数出てきたものを、いろいろと議論を重ね、5点の魅力的な看板・サインを選出し、2017年3月4日情報センターで第一回横浜サイン賞を授与しました。

その授与式の2か月前に、我々が取り組んできた魅力ある横浜の屋外広告物の振興を図る「横浜サイン」を神奈川TVの横浜市広報番組「ハマナビ」で紹介したいという話がありました。番組ディレクターから私に「横浜サイン賞」の候補に挙がった看板の優れたポイントを説明してくれと言われました。私でいいのですか？言ったのですが「ぴったりじゃないですか」という話になり、自分としても日頃からハマッ子の三代目を自負しているということでお受けしました。ギャラリーパリという画廊が日本大通りにあるのですが、時代を感じさせる重厚なビルで画廊のシックな藍鉄色の窓枠の中に細い白文字で「GALERIE PARIS」と書いてあります。昔からとてもオシャレで横浜の財産として誇りに思っていました。オーナーは桑沢（デザイン研究所）を出た人で良く知っていたのですが、若い番組レポーターの女性に「この日本大通りが一番横浜のバタクさいところなのですよ」と言ったら、スタッフも含めて彼女が不思議な顔をするのです。バタクさいという言葉が既に死語になっているというのは大分前から知っていたのですが…。日本大通りの景観は私に言わせると、ヨーロッパの街角に立っているような、横浜なのに西洋的なエキゾチック感。本当に一番バタクさいところなのです！

(山崎委員)

ハイカラと言ったほうがまだ……（笑）。

(松野委員)

	<p>ハイカラだと少し女性っぽいし……。バター臭く、油っぽくて良くないものだと大概の人が間違っ て捉えていると思います。トーストしたパンにバターをスッと塗ると、ふわぁーと立ち昇る、あのバター の匂い、その香しさみたいなものを我々の祖母、祖父達が、そのオシャレでライトな感覚を<バタくさ い>という言葉で表現していたと思うのです。でも、その言葉がもう全く通じないということにショッ クを受けました。この番組はわりと好評だったようです。中には横浜の看板を見て歩くツアーが現実 にあればぜひ参加したいと言ってくれた人もいました。</p> <p>私は審議委員として10年間勤めさせていただき、とても貴重な経験をさせていただきました。これか ら先、また何かお役に立てることがありましたら遠慮なくお声をかけてください。微力ですが何かお力 添えが出来たらと思っています。少し長くなりましたが、どうもありがとうございました。</p> <p>(事務局) 梶田景観調整課長</p> <p>本当に長い間、ありがとうございました。それでは本日はこれで全てが終了いたしましたので、終わ りとさせていただきます。どうもありがとうございました。</p>
資 料	・第61回横浜市屋外広告物審議会資料
特記事項	・次回の審議会は、1～2月ごろの開催を予定。