

会 議 録

会議の名称	第 6 2 回 川越市都市景観審議会
開 催 日 時	令和 7 年 1 月 3 1 日 (金) 1 4 時 0 0 分 開会 ・ 1 5 時 1 0 分 閉会
開 催 場 所	川越市役所本庁舎 4 階 4 A 会議室
議長(会長) 氏 名	倉田 直道
出 席 委 員 氏名(人数)	委員 後藤 治 委員 近田 玲子 委員 篠崎 幸恵 委員 町田 明美 委員 和田 文夫 委員 楠 尚人 委員 服部 浩行 委員 正木 一弘 以上 9 名 (議長含む)
欠 席 委 員 氏名(人数)	副会長 日色 真帆 委員 飯沼 哲夫 委員 馬場 常晃 委員 神山 藍 委員 野原 英一 以上 5 名
事務局職員 職 氏 名	都市景観課 課 長 粕谷 勝 副課長 池田 麗子 主 査 平林 直 主事補 鈴木 朋子 以上 4 名
会 議 次 第	1 開会 2 挨拶 3 議題 議案第 1 号 川越市屋外広告物条例施行規則一部改正について (諮問) 4 報告事項 ・ 令和 6 年度都市景観事務について ・ 令和 6 年度屋外広告物事務について ・ かわごえ都市景観表彰、都市景観シンポジウムの報告について 5 その他 6 閉会
配 布 資 料	別添資料参照

議 事 の 経 過	
発 言 者	議題・発言内容・決定事項
事務局	1 開会
事務局	2 挨拶
	◆ 審議会の成立について 委員総数14名中、9名が出席しており、過半数の出席があるため、川越市都市景観審議会規則第3条第2項の規定により、審議会が成立していることを報告。
	◆ 会議の公開・非公開について 審議の結果、内容に個人情報が含まれる事項を除き、公開とすることが決定された。
事務局	3 議題
	議案第1号 川越市屋外広告物条例施行規則一部改正について（諮問） →資料に基づき説明を行った。
	（以下質疑応答、意見等）
後藤委員	これまでの事例で、困った屋外広告物の例はあるか？
事務局	川越市はデジタルサイネージ、音を伴う屋外広告物で景観の観点で好ましくない事例はあったが、その基準を設けていないため許可せざるを得なかった例はある。今回もデジタルサイネージ等の新たな広告媒体は変化が激しいため、施行規則の中で基準を定めることは難しい。今までは埼玉県ガイドラインに準じていたが、今後は川越市でもガイドラインというかたちで、ルールを示して、景観という観点から誘導できるようにしたいと考えている。
後藤委員	地域団体等でエリアマネジメント広告を掲出する予定はあるか？
事務局	1件ある。オーバーツーリズム対策事業の一環として、一

	般広告物を掲出し、その広告料で維持管理を行うスマートごみ箱を伝統的建造物群保存地区の鍛冶町広場に設置する予定がある。広告は市内業者で、スマートごみ箱の設置者は周辺の7商店会。現在デザイン等も含めて都市景観推進団体である川越町並み委員会とも協議を行っている。
後藤委員	とても良いことである。台湾では、伝統的な町並みの商業地域では企業広告を募集、その広告を意図的にコントロールし、元の景観よりも統一感が出てきている。
楠委員	安全点検で有資格者の資格はどのようなものか？
事務局	条例第17条2第2項、条例第37条、施行規則第14条の5に記載している。 今回の施行規則の改正により、民間団体による点検技能講習会修了者も資格として認めるなど、資格の範囲が少し広がる。
楠委員	広告が掲出されていないもの（板面が無地等）の安全点検は必要か？
事務局	無地でも明らかに看板の形状であれば対象となる。そのため、今回の条例の改正により管理義務者が現在の表示者、設置者、管理者に、所有者、占有者が追加された。安全点検をすべての屋外広告物等に対して行うように明記しているが、市が安全点検の有無を確認できるのは許可が必要な屋外広告物のみである。
倉田会長	東京都ではエリアマネジメント団体が、個別にエリアマネジメント広告についてかなり細かく審査を行っている。件数もかなり多く、特にデジタルサイネージに関しては広告が複数あるのでかなり審査が大変である。そのため実際どのように運用していくのが重要である。ガイドラインも整備しなければ判断が難しい。そのあたりはどのように考えているか？

事務局	川越市内でエリアマネジメント団体としてはっきり確認できるものではなく、都市再生整備法人を取得している会社は1社のみである。 川越では、資料にある通り、屋外広告物条例施行規則（別表第3）共通基準適合確認書（案）のようなチェック表を作成し、項目について守られていれば、屋外広告物として景観を阻害しないものになると判断したい。各項目については、委員の皆様にご意見、アイデアをいただき反映させていきたい。 申請の流れについても各地域の団体との協議が入っており、確認書の中でもそれが済んでいるかを確認する予定である。
倉田会長	地域の団体というのも大体は専門家の方もいらっしゃる、しっかりと協議や審査が行われることが多い。 ただ、週末のみ行われるイベントのための広告が使いまわしであるようなケースや、渋谷のように複数のものが同時に掲出されるケースもあり、そういったものの審査は難しい。
近田委員	案内板の中に、広告を掲出する場合、広告なのか、情報なのかという差をはっきりしたほうがよいと思う。特に海外の方には情報の差が分かりにくい。
倉田委員	特にこの問題があるのは、デジタルサイネージである。情報量が通常の広告よりも格段に多く、災害時などはそれが役に立つこともあるが、設置場所によってはその光が、周囲の交通へ影響があったりもする。そういった基準すべてを川越市独自で決めようとするのではなく、東京都の基準や事例を参考にしながら川越らしい基準になるといい。
服部委員	川越市で公共のデジタルサイネージ広告の設置事例はあるか？
事務局	川越市でデジタルサイネージの広告付き屋外公共案内板の設置事例はない。屋内であればデジタルサイネージの広告

	付き公共案内板はある。
服部委員	他市にはデジタルサイネージの屋外案内板はあるが、使用率も低く、デザインもよくない。自治体や地域だけではなかなか良いものも出てこない。官民が共同で進めていけるとよい。
篠崎委員	資料の屋外広告物条例施行規則（別表第3）共通基準適合確認書（案）のようなチェック表を作成することはよいと思う。 色彩の基準に専門的な言い回しや一般の方が見たときに様々な捉え方ができてしまう表現がある。もう少し整理したほうが良い。 例えば、「3色以内を基本とし～アクセント色を除く」としているが、この記載であると無限に様々な色を使ってしまうように思う。
事務局	より精査いたします。
篠崎委員	屋外広告物はそれをずっと滞留し漠然と見ている人は少なく、バス停の場所が知りたい等目的があってみている人が多い。設置場所、広告内容に明確に目的があるものとしたほうが有効に使えるのではと思う。
服部委員	適用除外の屋外広告物は、広告が入らない期間はどうか？あくまでも広告が掲出されることが前提なのか？
事務局	屋外広告物の許可申請で内容を確認するので、あくまでも広告が掲出されていることが前提になる。許可更新期間は広告物ごとに決まっており、更新手続きが必要なほか、除却が行われた際は、除却届も必要となる。
倉田委員	今回の適合確認書はデジタルサイネージに向けたものではない。韓国などでは、建物全体がデジタルサイネージになっており、それが広告でない場合もある。新しい広告媒体に対するルールは適合確認書では間に合わない。

後藤委員	そういった基準のないものの助けとなるのが、屋外広告物条例の目的である。屋外広告物条例の目的は「良好な景観を作る、風致を維持する」ことであり、それに対して当該屋外広告物がどのように貢献しているのか問うとよい。それに回答できないものは保留するようにすればよい。目的を問うことで協議がうまくいくようになった事例もある。根源的なことを聞くようにしたらいい。
事務局	よいガイドラインを作成できるように、今後も検討を続ける。
倉田委員	それでは諮問のあった、川越市屋外広告物条例施行規則の一部改正については、適当であるという意見とする。
事務局	4 報告事項 ・令和 6 年度都市景観事務について →資料に基づき説明を行った。
事務局	・令和 6 年度屋外広告物事務について →資料に基づき説明を行った。
事務局	・かわごえ都市景観表彰、都市景観シンポジウムの報告について →資料に基づき説明を行った。 5 その他 6 閉会 以上