

金沢のまちづくりと屋外広告物

Town Development in Kanazawa and Outdoor Advertising

角谷 修

KADOYA Osamu

はじめに（まちなみ景観と屋外広告物）

金沢市の屋外広告物をそれらが設置されるまちなみと調和した形で誘導する目的で金沢市屋外広告物審査会が設置されて四半世紀が経過した。その年月の経過と共に都市景観に関する国内の情勢は目まぐるしく変遷してきた。ここでは金沢市での屋外広告物を如何にまちなみとの関係性を築き上げるかを模索した記録である。それらを理解する上で、まずは金沢市の地形や成り立ちから始めたい。

市内景観のバックグラウンドとなる歴史的な地形や北陸特有の風土により特徴的な高低差と眺望が個性を生み出しており、また気候による四季の変化が明確な土地柄で、特に冬場の厳しさが伝統文化を育む土壌を築いている。

そのような基盤の上に都市が形成され城下町として隆盛を得て、さらに明治、大正と近代的な建造物が築かれながら都市整備が進行してきた。

終戦後、高等教育機関が中心市街地に集中することとなり、まちなかに活気とともに商業環境が整備され各種公共施設や官公庁が整い始めた。また同時に交通環境が整い公共的な乗り物から自家用車まで急激に拡大始めてきた。

そのような中で屋外広告は、昭和30年代から高度経済成長に呼応するかのよう急激に増加していき、また秩序と節度の乏しい環境の中でまちなかを中心に設置されていく。さらに郊外へと高速道路網が拡張することにより人々の生活環境へ多大な影響を与えるようになり、その広がりがまちなかから郊外さらには国内全域にまで関係するようになる。こ

のようなことから「景観」なる言葉と認識が生まれ、さらなる影響を示すに至る。



禁止展望広告物等の指定があるエリア（金沢市景観政策課提供）



広告物活用地区（金沢市景観政策課提供）

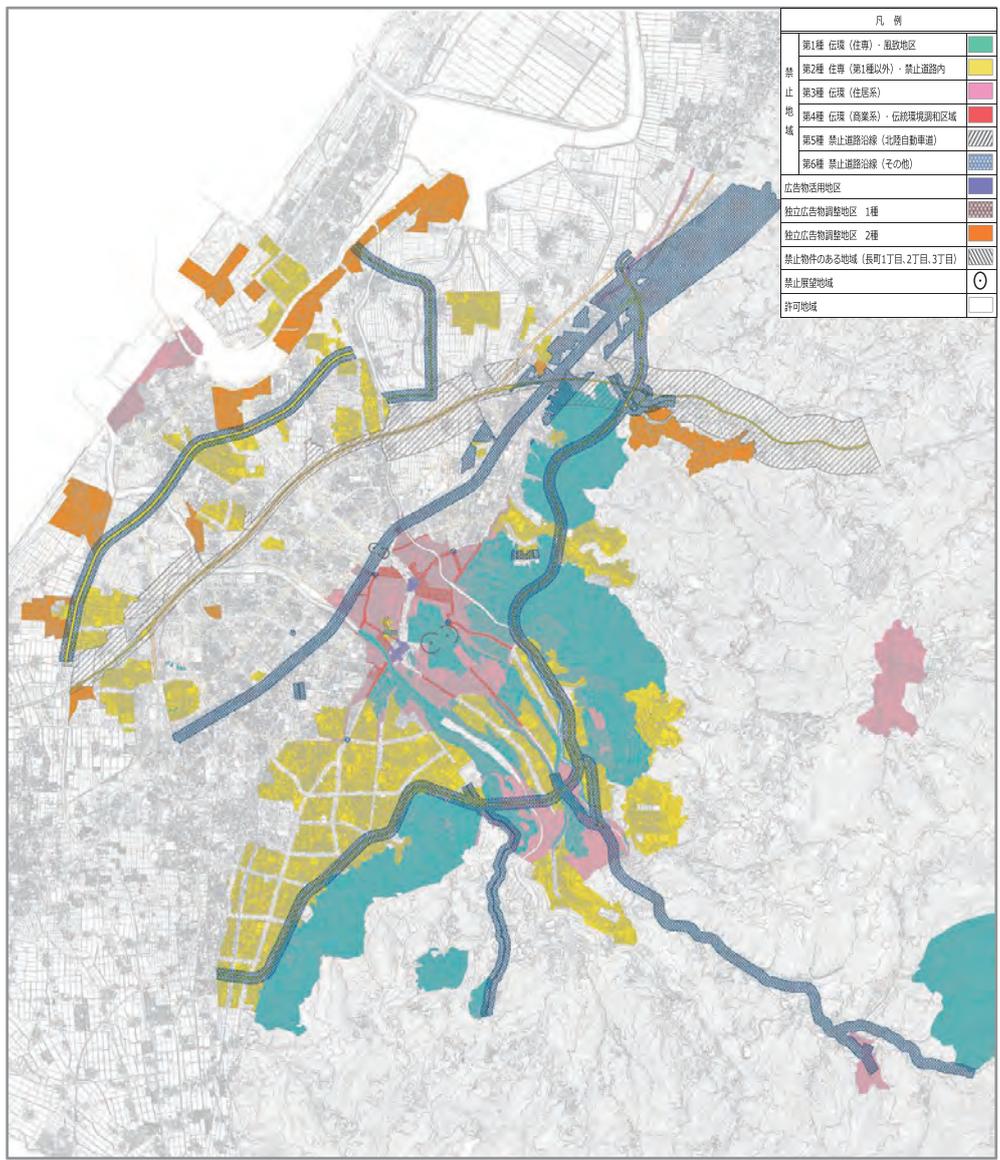
屋外広告物とその歩み

昭和40年代以降より景観保全を目的とした条例が制定されるようになり、金沢市においても独自の発展へと繋がることになる。このような中、早くから屋外広告物について市民意識が高く、昭和40年代前半

から60年代まで建造物から屋外広告物関連の景観や用水の保全に対する要望や批判が巻き起こった。このことへの対応や対策に向けて昭和63年には都市景観に関する方策を検討する「都市景観懇話会」を設置して、これからの景観行政を推進して行くことになる。これに準じて屋外広告物についても専門部会が設置され、その中で専門家や有識者がデザインのアドバイスを行う方式で屋外広告物の誘導を開始した。

平成に入り石川県より事務の一部移管を受けて、さらに平成8年に中核市指定となり正式に「金沢市屋外広告物条例」が施行され、下に掲載の「屋外広告物規制区域図」は、条例の施行に合わせ、平成8年の区域指定の後に用途地域の変更や幹線道路、北陸新幹線の開通などの時代の変化に応じて随時変更を行なっている。またデザインコントロールの制定は平成21年から始まり、その後使用する関連参考画像を随時更新している。

屋外広告物規制区域図（平成 29 年 3 月現在）



金沢市景観政策課提供

屋外広告物等のデザインコントロール

第1種禁止地域

本市の伝統的街並み景観の保全上重要な地域や自然環境・景観の保全上重要な地域を指定しています。

例示：金沢城、重要伝統的建造物群保存地区等

伝統環境保存区域（景観条例）、風致地区、こまちなみ保存地区の一部など



第2種禁止地域

住宅地にふさわしい良好な景観を保全する地域や都市の緑地保全を図る地域を指定しています。

例示：第1種、第2種住居専用地域、保存樹林、都市公園等

住居専用地域（都市計画法：住宅や小規模な店舗が立地することを想定した地域）など



第3種禁止地域

近隣商業活動に配慮しつつも、伝統的まちなみや自然景観の保全を図る地域を指定しています。

例示：にし茶屋街、寺町大通り、犀川沿い、浅野川沿い等

伝統環境保存区域のうち、第1種、第4種禁止地域以外の地域（主に住居系）など



第4種禁止地域

地区の商業活動との調和を図り、伝統的まちなみ・自然景観の保全を図る地域を指定しています。

例示：伝統環境調和区域、十間町、大手町等

伝統環境保存区域（主に商業系）など



第5種禁止地域

高速道路を走行する車輛から展望できる屋外広告物を規制する地域を指定しています。

北陸自動車道に接続する地域(市街化区域は100m以内、市街化調整区域は500m以内)高さ8m以上の屋外広告物の総量を規制



第6種禁止地域

良好な沿道景観を保全する地域(路線)を指定しています。

例示:金沢外環状道路(全線)、東山・内灘線、新神田交差点等

第三者広告を禁止(但し最小限の誘導広告は設置可能な場合あり)



許可地域

1敷地内の屋外広告物の面積の総量が10㎡を超える場合は、市長の許可を受けなければいけません。許可地域であっても、周囲の景観に調和する意匠、色彩であるとともに、十分に安全を確保した計画を検討してください。

第三者広告を禁止(但し最小限の誘導広告は設置可能な場合あり)



金沢市景観政策課提供

審査会運営について(屋外広告物審査会発足の過程等)

平成4年に「屋外広告物審査会」が正式に始動し、当初は業界関係者2名と学識者4名でローテーションを組んで実施した。毎週一回業界関係者1名と学識者1名および行政担当者数名で開催され、年間50回前後の開催実績となった。審査内容は、条例に則した基本要件の確認(通常審査会前に行政担当者において実施)と建造物や敷地内の設置状況、周辺環境や影響範囲の確認、デザイン的な要件(形状、色

彩、フォント、レイアウト)、図面の確認と安全性、と協議項目が多く感じられるが、審査会を重ねる毎に審査委員内で要領が掴めるようになっていく。その上で物件毎に要点を捉えて審査を進めることが可能となったが、順調に協議を遂行することが実現する環境を作り上げるまでは、多くの時間と審査委員内でのコミュニケーションおよび行政担当者との相互の信頼関係を築くことが求められた。特に慎重になったのは業界関係者からの指摘や考え方への理解と前向きな検証への姿勢を示すことである。具体的な状況の説明としては、業界関係者(屋

外広告物の団体役員で指導的な立場)の置かれている状況を把握することと毎回の審査会での案件への配慮(自社物件もしくは関係者)を怠らない。自社物件の場合には指摘事項や改善点をその他の審査委員から提示するよう配慮に努める。さらに毎回の審査会終了後に審査結果への各委員からの所見と改善点の意見交換を実施した。審査会が軌道に乗った頃は、審査会より入念に時間をかけて話し合いを持つなど当時(平成4年～7年前後)は、まだ業界と審査会および行政との隔たりを感じていた。このように初期の時期に審査委員間での入念な意思疎通とお互いの置かれている立場について理解すると共に、その経験を審査会での協議案件に反映するよう心がけた。常に会話を絶やさず粘り強く対応した初期の期間、約3年～4年の積み重ねのお陰で、その後の審査会運用は徐々に軌道に乗り進めることが可能となった。また、これまで委員の交代と平成16年の景観法の制定に合わせて、金沢市においても平成21年に景観条例を施行し、審査会委員の人的構成も現在の業界関係者5名、学識経験者7名の体制で毎回各2名ずつの計4名と行政担当で協議を継続している。

これまでの特徴的な事例とその経過

昨年度で審査会を立ち上げ25周年となり、業界関係者をはじめ市民および全国的にもその活動が知れ渡りようになってきた。またこれまでの実績と成果がまちなかの景観を含めた周辺環境の中で評価されるまでになった。この期間に審査会に申請された案件は4200件あまりに達し、その中でも記憶に残ると共に印象深い案件について表記し、今後の審査会への戒めと改革に活かしていく。

野立て看板 まちなかの幹線道路沿いの建物外壁や建物間の僅かな敷地内に比較的安価な材料と簡潔な形状、構造の看板に施設の広告もしくは施設までの誘導を表記する屋外広告物である。審査会が開始された当初より最も案件として取り扱うことが多い種

別の広告物であり、またまちなかでも影響力が懸念されている。この審査の難しさは、審査を開始した当初からしばらく委員の間でも共有することができないうえに、それは設計、施工に携わる業界内でも特殊な施工環境(野立て看板を独自に受注して施工を請け負う会社がある)が成り立っている影響で通常使用する書体や矢印等の記号類が異なる。さらに板面のレイアウトや取り込む情報の選別にも異なる形式があり、非常に困惑した。例えば添付画像:野立広告物にあるような必要以上の情報量と独特な書体や記号の表記による表示が存在している。このような状況を長年是正すべく意見交換を重ねているが、ほとんど変わらないのが現実である。今後も粘り強く交渉を継続していく必要があるが、設計施工を担当する業界への直接的な働きかけについても協議すべきと考える。

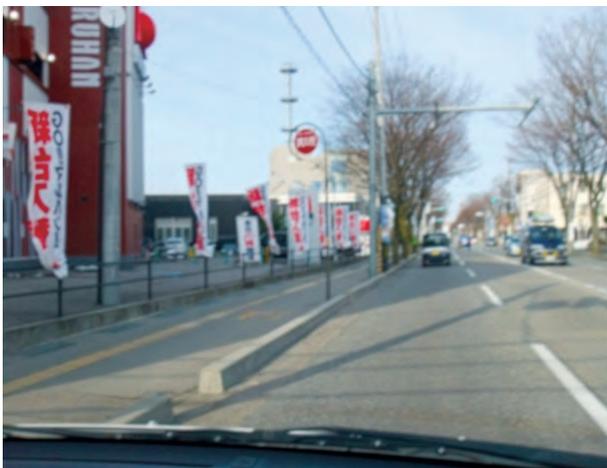


野立広告物が乱立した交差点(金沢市景観政策課提供)

自家広告物 しばらくいたちごっこを繰り返した案件として、記憶に残る屋外広告物があった。ある不動産会社が屋外広告物を活用した広報戦略で一時まちなかを席卷されたような状況を呈したことである。具体的な説明は困難だが、広報戦略の当初は、自家屋外広告物として条例に則ったものを皮切りに自家屋外広告物の範囲を超えた場所や明らかに条例を逸脱した独立看板を連携、連続して活用して広報戦略に利用した。この表現が一定の人々から支持を受けることによりエスカレートして、表現方法のみが一人歩きすることで一見すると不快な表現と受け

取られる内容にまで広がっていった。このような状況を審査会でも深刻に受け止め再三是正をお伝えしたが、5年以上の長期にわたり交渉が続き、是正するどころかその間も新規で施工が継続されていた。現在は、是正をほぼ完了することが叶ったが、長期間の攻防は今でも記憶に残っており、このような案件が二度とないよう審査会において戒めにしている。

小型チラシ、フラッグ、のぼり旗類 小型チラシは10数年前まで全国で深刻な状況に置かれていた。特にまちなかの繁華街の電柱や建物の隙間もしくは中間領域と思われる壁面や外部什器面等と同じような表記内容を多量に貼付する手口で増殖していた。遠慮のないその行為は、屋外広告物と表現するにはあまりにも小さく表記内容は協議することすら憚れたが、無視できない拡散と見逃せない行為にまで行き着いた状況であった。これらに対抗するため地道に撤去と現場を突き止めて指導することで対応した。審査会委員としても被害の多いエリアに出掛け状況を知らせるなど、関係者と連携して対処してきた。また屋外広告物審査後にフラッグやのぼり旗、可動式の立て看板などで追加することも頻繁に行われ、審査後の検証への必要にも言及した。現在も審査した案件について、行政と連携しながら個々で検証を実施している。



幹線道路沿いのフラッグ掲載例（金沢市景観政策課提供）



店舗敷地内でのフラッグ掲載例（金沢市景観政策課提供）

全国チェーンコーポレートデザイン 全国規模の店舗は、どの都市も増加傾向にあるが、特に2000年を境に再編や統合を繰り返し、それらの屋外広告物は都市の景観に多大な影響を与えている。例えば周辺環境への配慮を考慮せずにサイン本体の形状からベースカラーの突如変更を実施するなど強引な印象を与えてきた。また全国統一とコーポレートアイデンティティを合言葉に一切の猶予を寄せ付けないことが常識となっていた。そのような状況の中でも審査会では、色彩への配慮やサイン本体のサイズ縮小等を指摘して再考をお願いするような活動を根気よく継続してきた。このような状況から社会的な風潮としてコンプライアンスが叫ばれるようになり、これまでとは情勢が徐々に変化してきた。その方向転換を象徴する実例としてコーポレートデザインへの考え方を地域の特性や市民意識を考慮した柔軟な対応へとシフトしたことである。具体的には全国統一であったデザインフォーマットを地域ごとに精査して、改良することが企業イメージを高めることと認識されるようになった。そのため京都や金沢は、その姿勢を示す絶好の都市へと位置づけられたように思われた。その後、多くの企業が追随するようになり、長らく攻防が続いた状況から意見交換が可能になると共に、前向きな逆提案（コーポレートデザインに基づいた精度の高い改良案）が企業側から提示されるようになった。



全国規模店舗の屋外広告物事例／コーポレートカラー展開
(金沢市景観政策課提供)



全国規模店舗の屋外広告物事例／本体の縮小
(金沢市景観政策課提供)

取り締まりから「金沢らしさ」の追求へ

ここまでの記載内容では、取締まることに執着しているような印象を持たれると考えるが、審査会を開始して10年ほど経過した頃に業界団体代表の方々と審査会の運用や業界の置かれている立場と団体加盟の会員への指導等を話題として意見交換を行った。このような中で審査員の言葉として頻繁に使われるようになったのが「金沢らしさ」で、その境地に近づけることを目指すことが話題に上がった。特に難解な案件で思案していると何処からともなく委員からその言葉が発せられ、襟を正すように感じていた。2014年3月に専門誌（City&Life）の取材で金沢市屋外広告物審査会のこれまでの歩みと具体的な審査の実態のインタビューをお受けした。その折にも審

査会での議論と重要視する項目への話題から「金沢らしさ」が自然と持ち上がり、その象徴となるエリアを取り上げ取材の締め括りとした。そのエリアは、金沢駅周辺の屋外広告物の現状と全国の各地駅前との比較を取り上げた。添付画像：記念撮影している風景は、北陸新幹線が開通する以前より駅前で記念撮影する観光客が絶えない風景である。駅をバックにすることは当たり前で、まちなみを背景としても記念になる景観であり、人々に金沢に立ち寄った思い出と共にまちなみの美しさが記憶に残されていると思われる。



金沢駅前の画像／駅舎側の風景



金沢駅前の画像／まちなみを背に記念撮影

その他の取り組みとして、2008年からラッピングバスへの検証を開始して、4年間の試行期間を経て令和2年12月末現在18台のラッピングバスが走行している。まちなみとの共存を考慮したルールと審査会での指摘事項をもとに移動する屋外広告物としての

良質なクオリティを備えている。さらに今後、歴史的屋外広告物指定を制度化する取り組みを含め益々景観を形づくる屋外広告物の役目の重要性が認識されていると感じる。

まとめ

屋外広告物審査会は、全国的にも注目されている制度で、昨年度施行後25年を迎えた。これまでの実績として審査物件4,200件を越えており、多くの実例とその効果が蓄積されてきた事で、まちなみへの貢献として具現化されてきた。実際にまちなみへの評価が近年高くなっているとの調査結果が出ている。屋外広告物は日常生活や経済活動に今も欠かせない一面があると同時に景観的な視点やまちなみとの共存等でその評価が一変する可能性もある。そのため如何に制御、コントロールを図るのか各都市で頭を悩ませている。これらの解決の糸口として金沢市における審査会の取り組みが突破口となると確信している。またこれまでも他の地域との交流やセミナーの開催、さらに国土交通大学校での講義を通して、その制度の紹介から実際の具体的な協議事項やその推進方法を披露してきた。その場での意見や発言の主な内容としては他の地域においては容易に施行、実現することが叶わないとのコメントが多かった。現状ではそれらの意見を総括していないが、これまでの経緯を記載させていただいたように関係団体や各方面との意思疎通の難しさや審査会自体の運用の煩雑さが要因と思われる。現在（2020年11月）これまでの審査会での実績を総括した新たな指導要領を取りまとめており、今後印刷物として広告主に配布すると共に担当窓口での申請時の指導手引き書として活用する予定である。これらの実績には半世紀に亘る経験値が十分に掲載されており、他の地域においても運用の可能性があると確信する。



ラッピングバス（金沢市景観政策課提供）



歴史的な意匠の屋外広告物（金沢市景観政策課提供）

謝辞

金沢市景観政策課より規制区域図およびデザインコントロール一覧、掲載画像の提供を受け条例等の制定についても確認させていただいた。

参考文献

『伝統環境保存条例制定50周年記念 金沢 景観五十年のあゆみ』発行 金沢市都市整備局景観政策課

（かどや・おさむ 環境デザイン／景観と屋外広告）
（2020年11月5日受理）