

令和6年度

第64回埼玉県景観審議会

令和6年11月29日（金）

埼玉県都市整備部都市計画課

午前10時28分 開会

○（司会）粕谷副課長 定刻前ですが、全員委員の方が出席されましたので、これから第64回埼玉県景観審議会を開催いたします。

私は、本日の司会を務めさせていただきます都市計画課副課長の粕谷と申します。よろしくお願いたします。

初めに、委員の出席状況につきまして御報告申し上げます。

埼玉県景観審議会規則第5条第2項の規定により、会議を開くには委員の過半数が出席している必要があります。本日11名の御出席をいただいております、既定の定足数に達しているため、本審議会は成立となります。

今回から本会議はペーパーレス化を実施しておりますので、会場の委員の皆様は、事務局で用意いたしましたお手元のタブレットの御準備をお願いいたします。

事務局で用意いたしましたタブレットにつきましては、タブレットの脇に操作方法を置きましたので、操作の参考にしていただきたいと思います。また、タブレットの操作方法が分からない場合は、事務局職員にお尋ねください。

次に、本日の資料を確認させていただきます。

事前にメールでお送りした資料が、次第、出席者名簿、資料1として、公共デジタルサイネージにおける県の考え方、資料2として、独自条例制定市の禁止地域に民間広告を掲出できる規定、参考資料1として、県内公共デジタルサイネージ写真、参考資料2として、公共デジタルサイネージ（国資料）、その他資料として、埼玉県公共事業景観形成指針に基づく専門家アドバイスについて（中間報告）でございます。

オンライン出席の委員につきましては、資料に不足がある場合は、恐れ入りますが、画面共有機能で資料を映して説明いたしますので、画面を御確認いただきたいと思います。

また、昨年度の景観審議会でもオンライン傍聴を承認していただきましたが、今回からオンライン傍聴の運用を開始しており、オンライン傍聴者用のカメラを設置させていただいておりますので、御了承いただきたいと思います。

それでは、議事に入ります前に、埼玉県都市整備部都市計画課長の石川から御挨拶申し上げます。

○石川課長 改めまして、こんにちは。埼玉県都市整備部都市計画課長の石川でございます。本日はよろしくお願いたします。

お忙しい中、第64回埼玉県景観審議会に御出席いただきまして誠にありがとうございます。先ほども話がありましたが、本審議会は、多くの委員の皆様に参加していただきやすいように、オンラインの参加も併用して開催させていただいております。改めまして、御協力いただきましてありがとうございます。

また、本日の議題といたしましては、第60回の審議会に報告した事項に対して、委員の皆様からいただいた公共デジタルサイネージに関する意見に関して御報告させていただく件、それと、令和4年度に実施した埼玉県公共事業景観形成指針に基づく専門家アドバイスについての中間報告をさせていただきます。

委員の皆様におかれましては、それぞれの専門分野から、立場から忌憚のない御意見を賜りたくお願い申し上げます。

簡単ではございますけれども、冒頭の挨拶とさせていただきます。本日はよろしくお願いたします。

○（司会）粕谷副課長 ありがとうございます。

本日は会場及びZ o o mによるオンラインでの開催としておりますが、会議録作成のために録音いたしますので、御了承いただきたいと思います。

なお、会場出席の委員は、発言の際はマイクに音が聞き取りやすいようにして、大きな声でお願いしたいと思います。

オンライン出席の委員につきましては、画面左下のマイクのマークをクリックしミュート解除した後に、お名前を名乗っていただいて御発言していただくようお願いいたします。また、発言の後には、同様にマイクのマークをクリックしミュートにさせていただいて、音声が入らない状態に戻してもらうようお願いいたします。

また、リアクションのボタンを押していただきますと、手を挙げるという機能もございますので、発言の際には御活用ください。

それでは、これから埼玉県景観審議会規則第5条第1項によりまして、作山会長に議長として議事の進行をお願いいたします。

それでは、よろしくお願いたします。

○作山会長 よろしくお願いたします。着座にて議事を進めさせていただきます。

まず、議事を進める前に、埼玉県景観審議会規則第9条第2項の規定に基づきまして、本日の議事録に署名をいただく委員を指名します。

今回は羽生委員と藤川委員をお願いしたいと思います。よろしいでしょうか。

- 藤川委員 お引受けいたします。
- 羽生委員 よろしく願いいたします。
- 作山会長 ありがとうございます。

次に、本審議会は、埼玉県審議会規則第8条に基づきまして、審議会の会議は公開する、ただし出席した委員の3分の2以上の多数で議決したときは公開しないことができるとなっています。

私としましては、本日は非公開にすべきと思う案件はございません。委員の皆様は本日の審議会を公開することについて反対の意見はございますか。

(なし)

- 作山会長 特に反対の意見がないようですので、本日の審議会は公開とします。

事務局に伺います。

本日、傍聴希望者はいらっしゃいますでしょうか。

- 野澤主査 いいえ、傍聴希望者はありません。
- 作山会長 それでは、次第に従い議事を進めてまいります。

議題1、屋外広告物に関して、デジタル・サイネージに係る報告事項について、事務局から御説明をお願いいたします。

- 山下主査 都市計画課総務・企画・景観・屋外広告物担当の山下と申します。申し訳ございませんが、着座にて説明させていただきます。よろしくお願いいたします。

令和4年9月に開催した第60回埼玉県景観審議会において、公共デジタルサイネージの規制緩和について御報告をさせていただきました。その際、委員からいただいた御意見に対する県の考え方を御報告させていただきます。

資料1を御覧ください。

中間報告から時間がたっていますので、これまでの経緯を改めて御説明をさせていただきたいと思えます。

平成29年3月に、国の技術的助言である屋外広告物条例ガイドラインが改正されました。主な改正内容は、安全点検の義務化、公共機関が設置する屋外広告物に民間の広告を表示し、その広告料を施設の維持管理に充てることのできるものというものでした。これを受けて、埼玉県屋外広告物条例及び同施行規則を改正すべく、第56回及び第57回の景観審議会にお諮りし、御意見をいただいたところでございます。

2ページ目を御覧いただきたいと思います。

この中で、公共機関が設置する公共デジタルサイネージに関する御意見は大きく4点ございました。

1点目、公共案内板等への民間広告表示を一定の条件の下、禁止地域でも可能とする規制緩和を進めるべきということ、2点目、規制緩和の内容について、3点目、民間広告の内容や許可基準について、4点目、緩和する禁止地域は、駅前広場や公共施設用地内に限るべきといった御意見でした。

県といたしましては、公共デジタルサイネージへの民間広告の表示という課題について、さらなる検証が必要と判断し、第60回埼玉県景観審議会で公共デジタルサイネージへの民間広告の掲出について中間報告をさせていただいたところ、委員から御意見を改めて頂戴したものでございます。

3ページ目を御覧ください。

こちらがそのときの御意見、主に3点でございます。

1点目、特定非営利活動法人や都市再生推進法人及び市町村に自らデジタルサイネージを設置し、他法人の広告を掲載することで得られる広告収入を希望するかどうかを確認すること、2点目、デジタルサイネージを利用した情報の流し方を研究すること、3点目、スマホ等の役割分担を考え、効率的な掲出の在り方を検討すること、この状況について今回御報告をさせていただければと思います。

まず、1点目について、自治体や各法人にアンケート調査を実施いたしましたので、その結果を御報告させていただきます。

4ページを御覧ください。

政令指定都市、中核市、独自条例制定市に対して行ったアンケートの質問項目です。個々の説明は割愛させていただきますが、公共デジタルサイネージの設置の有無や設置している場合における民間広告の掲出の有無など、10項目を改めて質問させていただいています。

5ページを御覧ください。

「デジタルサイネージを設置していますか」の問いに対する回答です。10市のうち4市が既に設置しています。そのうち民間広告を掲出している自治体は2市です。なお、アンケートの間3で質問している条例に民間広告を掲出できる規定がある自治体は、資料2のとおりです。

資料2を御覧ください。

条例で規定している自治体は、さいたま市、熊谷市、戸田市、越谷市、三郷市の5市です。

6ページを御覧ください。

禁止地域へ公共デジタルサイネージの設置検討の有無に対する回答と設置に至らなかったときの理由です。既に設置している自治体を含めての問いになっておりますが、現在検討している自治体は1市のみ、検討したが設置していないや検討していない自治体の理由は、右側の表にお示ししたとおり、事業化が困難、関係課からの相談がないといったものでした。

7ページを御覧ください。

県条例を適用する53市町村に対して行ったアンケートの質問項目になります。主な質問は、既に設置しているデジタルサイネージの有無や規制緩和の必要性について質問しています。

8ページを御覧ください。

公共デジタルサイネージの設置の有無と、設置している場合はその設置場所についての問いに対する回答でございます。県条例では、禁止地域であっても自治体は広告物を設置することができます。設置している自治体は2市、両市とも設置場所は禁止地域である駅前広場になっております。

9ページを御覧ください。

禁止地域へ公共デジタルサイネージの設置検討の有無と設置に至らなかった理由に対する回答です。設置検討したことがある自治体は3市でした。設置に至らなかった理由は、右側にお示ししているとおり、設置を検討していたが、庁舎敷地内が禁止地域であり、民間の広告を掲出できないため設置していなかったというものです。公共デジタルサイネージを設置していない多くの自治体は、検討していないというような状況でございました。

10ページを御覧ください。

規制緩和の必要性についてに対する回答です。「必要」及び「どちらかといえば必要」と答えた自治体は4市、その主な理由は、歳入確保です。残りの自治体は「必要ない」や「検討していない」という回答でした。

11ページを御覧ください。

国が公表している県内の都市再生推進法人及び特定非営利活動法人に対して行ったア

アンケートの質問項目になります。自治体が設置する広告物に当該法人の広告掲出についての希望や、禁止地域に広告物を自ら設置することについての希望等を質問しています。

12ページを御覧ください。

自治体が設置する広告物への広告掲載希望に対する回答です。希望する法人は1法人のみでした。

13ページを御覧ください。

法人自らが他法人の広告を掲出できる広告物の設置の有無に対する回答です。掲出している法人は2法人であり、比較的資金に余裕がある法人が設置しているものと考えます。

14ページを御覧ください。

「広告物を禁止地域に自ら設置したいと考えますか」という問いとその理由に対する回答です。必要と考えている法人はありませんでした。なお、その他の意見として、「広告看板が多いとまちの景観を損なう」との意見もございました。

15ページを御覧ください。

アンケートの結果のまとめです。政令市等は、公共デジタルサイネージを設置している4自治体のうち、民間広告を掲出している自治体は2市、そのうち料金を徴収しているのは1自治体です。また、民間広告を掲出できる規定はあるものの、民間からの掲出希望がないので広告物を設置していない自治体もあり、独自に条例を改廃できる自治体においても、規制緩和の必要性が低いと考えていることが分かりました。

16ページを御覧ください。

県条例適用市町村は、規制緩和の必要性の問いに対し、「どちらかといえば必要ない」や「必要ない」が11市町で全体の2割、「検討していない」を含めると8割を超える自治体が規制緩和の必要性をあまり感じていないということが分かりました。

17ページを御覧ください。

都市再生推進法人等は禁止地域に自ら広告物設置の希望がないこと、広告物が多くなることで景観を損なうといった意見から、規制緩和の必要性を考えていないことが分かりました。

18ページを御覧ください。

県の今後の方向性について御説明いたします。

県内市町村、都市再生推進法人等から禁止地域における広告物等の設置についての希

望が少ない、規制緩和の必要性の考えも少ない、といった状況でございます。一方で、歳入確保は課題であり、国が示している公共デジタルサイネージの収入は、当該施設等の設置費用や維持管理費用に充てるという限定的なものではありますが、結果的に歳入の増加になることから継続して検討することが望ましいと考えております。

以上のことから、前回の審議会でもいただいた公共デジタルサイネージを利用した情報の流し方や公共デジタルサイネージとスマホ等の役割分担を考え、効率的な掲出の在り方について、引き続きニーズの把握や効果的な情報発信方法などを検討していくこととしたいと考えております。

最後に、参考資料の御説明をさせていただきます。

参考資料1については、県内にある公共デジタルサイネージの参考写真になります。

参考資料2については、国が示している公共デジタルサイネージの屋外広告物規制の参考の資料となっております。

説明は以上でございます。

○作山会長 ありがとうございます。

ただいま事務局から説明のあった屋外広告物に関して、デジタルサイネージに係る報告事項について御質問、御意見等がございましたら、御発言をお願いいたします。

どうぞ、内田委員。

○内田委員 都市再生推進法人とNPO法人に対するアンケートの聴き方ですが、自治体が設置する公共デジタルサイネージに掲載希望というのは、自分たちをPRするための広告を公共デジタルサイネージに出したいかということをお願いしたのでしょうか。

○山下主査 その通りです。

○内田委員 その聴き方では、（掲載希望は）ないと思います。ここでの問題は、ほこみち制度（歩行者利便増進道路制度）等でデジタルサイネージを設置し、都市再生推進法人等がそこから収入を得るという手段があるということに対してニーズがあるかというものをお聴くべきであって、NPO法人とか都市再生推進法人は、資金に余裕があるわけではなく、宣伝する必然性もあまりないと思いますので、なぜそれを聴いたのか疑問です。むしろ聴くべきは、ほこみち制度（歩行者利便増進道路制度）等を利用したデジタルサイネージによる収入を得たいと思っているかということをお聴くべきだったと思います。どうしてそういう質問ではなかったかが気になります。

○作山会長 事務局、お答えください。



○山下主査 自治体が設置している公共デジタルサイネージは駅前に設置されているものが多かったため、そういったところに自分たちの広告を掲出したいかという趣旨で質問をしました。

○内田委員 宣伝するモチベーションに加え、お金もかかるため、広告で宣伝するという需要があるかないかと言われたら、それはないと答えるだろうなと思いました。ほこみち制度（歩行者利便増進道路制度）等を活用することによる、例えば禁止地域等で広告を掲示するようなニーズ等は全く聴かなかったということですか。

○山下主査 質問の内容はこれで全てです。

○内田委員 公共というのをどう捉えるかですが、行政が設置するものに限定してお話をお聴きになっているのか、都市再生推進法人等が制度を活用してデジタルサイネージを置く場合に、どうするかということを考えているのか、どういう目的でアンケートを行ったのかによると思いますが、これでニーズがないという結論を出していいのでしょうか。

○山下主査 これですべて結論というわけではなく、また改めてアンケートや、意見聴取するということが、必要なのかなと感じております。

○作山会長 ほかの委員の方、何か御意見、御質問ございますか。

会長ですが、よろしいでしょうか。

2つの道筋があって、デジタルサイネージが随分進歩し、屋外でも安くできるようになってきたという背景があります。少し前だと採算が合わず、さいたま市がモデル事業で大宮駅等で案内板を設置していましたが、それでも結構大がかりなものでした。一般的にはそういうヨーロッパやアメリカで、エムシードウコー株式会社が行っているストリートファニチャー（広告媒体）は、アナログですが、我々民間が広告を掲出する場合にはやはりその場所の通行量によります。そのため、日本の場合、ショッピングセンターぐらいしか掲出できないということになる。その他、大宮駅のような、乗降客が多くニーズがある場所では、民間企業も広告料を払ってでも掲出する希望はあるが、そういう場所は埼玉県内でも割と限られてくると思います。ですから、利用客の多い場所に限って、どのぐらいのニーズがあるのかというのが1つ視点としてある。

もう一つは、ニーズではなくて、シーズの視点です。つまり、なくてもいいことです。シーズの場合は、あると便利なので、作ってみたら、意外にニーズがあるというタイプです。

アナログ広告ですが、私は、妹島和世さんの設計した茨城県の日立駅の自由通路の全

体プロデュースを行い、自由通路にパネル型のポスター広告を設置しました。デザイン的には、あまり広告を設置したくはないですが、先進事例として、秋田駅の自由通路で広告を設置し、広告収入を得られることがわかったため、日立駅でも行ったものです。枠はすぐ埋まり、日立市役所としては、掲出費用をもう少し高く設定できたという反省がありました。1日2万の乗降客数しかない地方でも、広告を設置してみたらそういうニーズが意外にありました。それがデジタルサイネージに切り替わったときにどうなるかは、まだ分かりません。

ですから、新しい時代に、デジタルサイネージのニーズあるいはシーズに対する反応が、今すぐ分からないし、まだ過渡期ですので、継続的に検討するという結論は、個人的にはいいと思います。ただ、内田委員がおっしゃるように、もう少し潜在的なニーズの掘り起こしが必要だと感じています。私からは意見です。

ほかの委員、いかがでしょうか。

あまり氾濫されると困るので、難しいところです。

○二井副会長 会長、発言してもよろしいでしょうか。

○作山会長 どうぞ。

○二井副会長 ありがとうございます。

私は、このデジタルサイネージに関する議論について、最初の段階では委員で入っていなかったというのもあり、今回のアンケートの趣旨、どういうことを今後、埼玉県として進めていきたい、このようなアンケートを取っているのかということをお伺いしたい。先ほど御発言がありましたが、ほこみち制度（歩行者利便増進道路制度）や、あるいはエリアマネジメントの中でこういった動きが実際出てくるときに、県の景観として、例えば屋外広告物に近い制度の中で審議しながら考えていきたいと思います。準備をどのくらいするためなのでしょうか。その辺の意図があれば、補足をお願いします。

○作山会長 事務局から、お答えください。

○登倉主幹 私、総務・企画・景観・屋外広告物担当主幹の登倉と申します。

そもそもこの案件につきましては、平成29年3月に国が公共デジタルサイネージを含む公共機関の施設、物件に民間広告を表示し、その広告料収入を施設、物件の維持管理にあてる場合には、屋外広告物の表示禁止地域においても表示することができるという技術的助言を出したのがきっかけです。それを踏まえ、まずは現状のニーズ把握が必要と考え、アンケートを取りました。

その結果、実際にデジタルサイネージを設置している自治体は、独自条例市と県条例の適用市の6市で、埼玉県内63市町村のうちの1割となっており、大多数はまだ検討もしていないという状況です。その原因として、広告収入が得られるというメリットはありますが、一方では、駅前等に設置する初期費用が高額で、デジタルにこだわらなくても、既存の案内板でも十分に足りるためと考えられます。それをあえてデジタルにするのはハードルが高いというのが、このアンケート結果を踏まえた私の印象です。

一方で、東京オリンピックやコロナ禍後に、訪日外国観光客が増えており、このような方々を案内する際、多言語で対応するニーズが増えるので、国でも例示的なものを示しています。しかし、スマートフォンの普及で個別の言語に対応できるアプリ等が普及しております。例えばですが、駅前の広告板に多言語の案内を仮に行っても、どこまで周知できるのかうまく活用されている事例が少ないため、引き続き状況を踏まえながら、検討調査を進めたいと思っております。

○二井副会長 ありがとうございます。

○作山会長 ほかに、いかがでしょうか。

○内田委員 おそらく、デジタルサイネージのニーズと言ったときに、先ほどの話になりますが、ニーズの聴き方がまず間違っていたと思います。イニシャルでお金がかかるのは承知していますが、ランニングで言えば、ほかの広告と比べて回収率が高く、トータルで見れば、広告の収入源としての可能性は非常に高いと思います。もちろんエリアとして、そのランニングで見込めるようなニーズがある場所は限定されますが、ほこみち制度（歩行者利便増進道路制度）で示されている場所や、ほかの自治体でもターミナル駅のようなところであれば、エリアマネジメント団体がデジタルサイネージから収入を得るといった事例はあります。そうすると、ニーズの聴き方として、広告の収入を得てエリアマネジメントにつながるようにする、という聴き方を、どうして行わなかったのかというのが私の質問でした。どういう時系列でこれからまた調査されるのか分かりませんが、その部分はしっかり考えられた方がいいと思います。

○作山会長 ありがとうございます。御意見という形ですね。

都内だともう少し設置された事例があるのではないのでしょうか。また、先ほど、過渡期と言いましたが、これまでは、設置するための初期投資で費用がかかっていました。ところが、最近は、技術の発展もあり非常に安価になってきている。屋外仕様だと少し高くなりますが、都内、特に地下鉄等では大型パネルの店舗広告がすごい勢いです。だ

から、もしかすると、初期投資の部分も徐々に解消される可能性もあると思います。この辺、特に都内では、インバウンドの多さに対応して案内に加えて広告を掲出し、それをエリアマネジメントの収入として見込むというものが徐々に出来つつあるかもしれない。埼玉県内ではまだそういった事例が遅れているかと思うので、都内の先進事例の調査をしたほうがいい。首都圏として、埼玉は都内から人が流れてくる可能性、特にニーズは高いですから。そうすると、埼玉県内だけに限って調査するのは、いかがかなと感じました。これも意見です。

○内田委員 最後に、いいでしょうか。

○作山会長 はい、どうぞ。

○内田委員 そうは言いつつも、質の良い景観をつくらなければいけないということを考えたときに、広告が乱立することがいいと私は言っているわけではありません。質良く広告が掲示できて、エリアマネジメントにつながるようなものを考えられるようなデータが欲しいということです。それを担えるような人たちというのが、どういうふうに今考えているのかということを改めて理解する必要があるのではないですか、ということ意見を申し上げます。

○作山会長 ありがとうございます。

そうですね、質の部分は大事ですね。だから、広告の中身のガイドラインについても示すことになると思います。そのチェックの仕組みで、手間とお金がかかることもある。そういったことも含めて全体としてどうするかというのを考えていく事が、景観審議会として、非常に重要であると思います。

ほか、いかがでしょうか。

はい、どうぞ。依田委員。

○依田委員 導入するとなった場合の許可基準が難しいと思います。せっかく作るのであれば、質の高いものを効果的にうまく大きく作れるといいと思います。今、あるものはコンパクトでポスター的に使われていると思いますが、デジタルになると、動画もできますので、うまく使って質の高いものを継続的にできる仕組みをぜひ御検討いただければと思います。

○作山会長 はい、ありがとうございます。

何かコメントありますか。

○山下主査 屋外広告物の許可基準の中には、表示内容の基準はありません。そうすると、

いわゆる禁止地域に仮に設置していいとなった場合に、それぞれの市町村が設置するデジタルサイネージ、そこに民間広告を掲示するという形になります。その場合の表示内容の基準というのは、やはり市町村の広報基準みたいな基準に沿っていくようになると思いますので、条例の中でその内容を厳密に決めるのは難しいのかなと考えています。

○作山会長 ありがとうございます。確かに表示の部分のガイドラインは重要ですね。テレビ等では、光が強いことに対して、イライラしたりするなどの作用があったりします。ですが、そういった光に関する基準はあまりなく、私もサインを担当したときに、フラッシュランプが景観で規制ができませんでした。かつてパチンコ屋などにあったものです。サーチライトもそうですが、意外に光に関しての見え方や輝度、あるいは速度についての規制がないですね。だから、新たに条例等でつくりたくない規制できないので、良くないですね。

また、先ほどもありましたが、都内のラッピングバスの色彩はやはり公共機関がチェックをするとのことで、どんな表示をするかということを事前にチェックをしていました。同じように、やはり今後、広告の出し方について、チェックをする仕組みを考えていく必要があるかと思います。

ほかに御意見、いかがでしょうか。

○布川委員 ちょっとよろしいですか。

○作山会長 どうぞ。

○布川委員 こういったデジタルサイネージや広告物を普段取り扱っていますが、先ほどデジタルサイネージに関して、ある程度求めやすい金額になってきたという話がございました。例えば駅の構内、東京都に行くと、いろいろな形のサイネージが置いてありますが、かなり安く購入できるようになってきました。ただ、先ほども言いましたように、太陽光が当たるような場所では、輝度を高める必要があり、すると、構造的に中の温度が上がるため、デジタルサイネージの本体自体に冷房装置を設ける等、いろいろな兼ね合いがあり、特に屋外に置くものに関しては、初期費用はかなりかかります。

そう考えると、法人の企業が広告を掲出し、その広告収入がどれぐらいの年月で採算が取れるかということになると、屋外に置くものに関しては、まだ費用が高いため、設置する場所は、人通りが多いところになってくると思います。例えば駅の出入口など、人に見てもらいやすいところにどういう形で置かかということと、広告のスペースをどういうふうにするかということが、収入源に関して一番重要になってくると思います。

ただ、そうすると、やはり景観的にどうなのかというところがあるので、どのような広告を掲出するのか、ある程度前もって審議をした上で、広告物を載せるというのが必要だと思います。

反面、広告のスペースも、目立つようなスペースを取らないと収入源という意味では難しいのかなと、今、話を聞いて思いましたので、小さい広告スペースだと採算が取れないところが結構多いのではないかなと、今までの経験上でそのように思います。

○作山会長 ありがとうございます。御意見ということですね。

ほかはいかがでしょうか。

よろしいですか。

様々な御意見をいただきました。

それでは、これらの意見を参考に、事務局の方で今後も検討を進めていただきたいと思います。

続きまして、その他として、埼玉県公共事業景観形成指針に基づく専門家アドバイスについて、事務局から報告をお願いします。

○野澤主査 都市計画課総務・企画・景観・屋外広告物担当の野澤から説明をさせていただきます。恐れ入りますが、着座にて御説明させていただきます。

埼玉県公共事業景観形成指針に基づく専門家アドバイスについて、基本設計段階アドバイス：SAITAMAロボティクスセンター（仮称）に関する中間報告の御説明をさせていただきます。

資料ですが、その他、専門家アドバイスについて（中間報告）となります。

また、会場出席の方は、お手元のタブレットに保存してあります、05 その他、専門家アドバイスについて（中間報告）になります。

埼玉県公共事業景観形成指針に基づく専門家アドバイスは、県が行う公共事業に対して公共事業景観形成専門部会で審議し、景観に関するアドバイスをするものです。実施設計を行う前にアドバイスを受ける基本設計段階アドバイスと、工事終了後にアドバイスを受ける施工段階アドバイスがありますが、SAITAMAロボティクスセンター（仮称）に対しては、令和4年度に基本設計段階アドバイスを行いました。

基本設計段階アドバイスを踏まえて令和5年度に実施設計を行いましたので、本日は中間報告ということでその進捗状況について御報告をさせていただきます。

資料の2枚目を御覧ください。

令和4年度に作成した基本設計段階アドバイスになります。

施設の概要ですが、鶴ヶ島市に建設予定の施設で、ロボット開発を支援するための実証フィールド「ロボット開発支援フィールド（仮称）」と拠点施設「ロボット開発イノベーションセンター（仮称）」から成るもので、総称して「SAITAMAロボティクスセンター（仮称）」となっております。

このうち、ロボット開発支援フィールド（仮称）では、アドバイスを受けて、ランドスケープデザイナーを活用し実施設計を行いました。

資料の1枚目を御覧ください。

実施設計業務では、受注者の協力会社として「株式会社グリーンワイズ」が景観の検討を行いました。なお、担当者は、登録ランドスケープアーキテクト及びサイト認定プロフェッショナルの資格を有しております。

左上の図面が実施設計後の全体平面図になります。

ランドスケープデザイナーの提案により、メインエントランスの形状、舗装の仕上げ、調整池の形状や、外周フェンスの色・高さなどを変更することといたしました。この実施設計に基づき現在工事のほうを進めており、令和8年度に開所予定となっております。

なお、冒頭でも申し上げましたとおり、令和8年度以降に専門部会において施工段階アドバイスを実施し、本審議会で御報告させていただきますのでよろしくお願いいたします。

説明は以上となります。

○作山会長 御報告ありがとうございました。これは報告のみですね。

このアドバイスには、私も関わってしまして、失われた30年の後半10年ぐらいの中でだんだん行政の予算も厳しくなって、デザインすると華美だとかぜいたくだと言われるような時代になって、必要最小限のものしか作れなくなり、技術者、特に土木技術者のデザインのクオリティーが随分下がっていると感じています。最初計画を見たとき、これだけのプロジェクトなのに、まず入り口がどこだかよく分からなかった。スペックだけ積み上げて、道路の線形も調整池のデザインも、少し不自然で、直線と曲線だけ組み合わせただけの道路になっている。人間の目で修正して、それを美しい線形に変えていくみたいな操作がない。だから、ランドスケープデザイナーをぜひこういう大規模プロジェクトへ入れてほしいというアドバイスを作成した。これは県の中で、相当大変だったと思います。今回ランドスケープデザイナーを入れていただいたら、やはり従前・従

後で明らかに良くなった。最初から入っていればもっと違っていたと思います。それでもこの段階からでも随分変わったと個人的には感じました。ですから、やはりランドスケープデザイナーを活用することが、効果があるということを改めて報告を聞いて感じました。

何かこの報告を聞いて感想はありますか。

よろしいですか。はい。

ありがとうございます。今回は、報告になります。

以上をもちまして、本日の議事は終了です。御協力いただきありがとうございました。

議長の任を解かせていただき、進行を事務局にお返しいたします。

○（司会）粕谷副課長 皆様、ありがとうございました。

本日は、作山会長をはじめ委員の皆様には貴重な御意見をたくさんいただきました。

誠にありがとうございます。

これをもちまして第64回埼玉県景観審議会を閉会といたします。

本日はありがとうございました。

オンライン参加の委員の皆様につきましては、順次御退室をお願いしたいと思います。

よろしく申し上げます。

午前11時12分 閉会