

第34回大阪市屋外広告物審議会会議録

日 時：平成23年3月22日（火）

午前10時から午前12時

場 所：大阪市公館 1階 会議室

出席者：（審議会委員）

舟橋会長、歌委員、梅原委員、悦委員、木多委員、小嶋委員、曾和委員、
西川委員、細田委員、山崎委員、山崎委員、吉田委員
（本市側）

廣石管理部長、橋本路政担当課長、河原路上違反物件担当課長、石川路
政担当課長代理、牧田担当係長（路政担当）、中山担当係長（路上違反物
件担当）、氏原担当係長（路上違反物件担当）

●橋本路政担当課長

本日は、大変お忙しい中、また、先般の地震で、様々なところに影響が出て
いる中、ご出席いただきましてありがとうございます。

私、本日の司会を務めさせていただきます 建設局 管理部 路政担当課長の
橋本でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

本題に入る前に、まず、傍聴者の方に注意事項を申し上げます。

- ① はち巻き、たすき、ゼッケン、ヘルメットなどを着用しないでください。
- ② 危険物、ビラ、プラカード、旗などを持ち込まないでください。
- ③ 飲食又は喫煙をしないでください。
- ④ 携帯電話などは、受信音等を出さないでください。
- ⑤ 写真撮影、録画、録音等は行わないでください。
- ⑥ 会議開催中は、静かに傍聴し、発言、拍手等により公然と意見を表明しないでください。
- ⑦ その他会場の秩序を乱したり、会議の支障となるような行為をしないでください。

以上の内容に違反されたときは注意を致します。なお、これを改めていただけない場合は、退場していただく場合がございます。

次に、本日出席の委員の方々をご紹介します。

ご着席の順にご紹介をいたしますので、お手元の名簿をご参照ください。

なお、前回の審議会以降、新たに、大野委員、曾和委員、梅原委員、山崎委員の4名の方々に、本審議会委員にご就任いただいております。

私の正面中央から、

舟橋会長でございます。

会長の右隣りが

木多委員でございます。

会長の左隣りから、

曾和委員でございます。

歌委員でございます。

西川委員でございます。

細田委員でございます。

吉田委員の代理の大阪府 住宅まちづくり部 建築指導室 建築企画課 課長補佐の植野 様でございます。

小嶋委員の代理の大阪府警察本部 生活安全部 保安課の保科 様でございます。

続きまして、右手奥より

梅原委員でございます。

悦委員でございます。

大阪屋外広告美術協同組合の山崎委員でございます。

関西電柱広告連合会の山崎委員でございます。

なお、大野委員、岡委員につきましては、本日所用のため、ご欠席でございます。

続きまして、本市の出席者を紹介いたします。

建設局管理部長の廣石でございます。

路上違反物件担当課長の河原でございます。

路政担当課長代理の石川でございます。

路政担当係長の牧田でございます。

路上違反物件担当係長の中山でございます。

路上違反物件担当係長の氏原でございます。

そして、改めまして路政担当課長の橋本でございます。

それでは、開催にあたりまして管理部長の廣石より、ご挨拶申し上げます。

● 廣石管理部長

大阪市 建設局 管理部長の廣石でございます。

本日はご多用中にも関わらず、本審議会にご出席いただきましてありがとうございます。

本来でございましたら、建設局長が参りまして、ご挨拶申し上げるところでございしますが、本日、公務のため、出席することができませんので、私の方からご挨拶を申し上げます。

近年、ご承知のように市民の皆さんの都市景観に対する関心が高まっておりますことから、景観に影響を与える屋外広告物についても、そのあり方が問われております。

従来の屋外広告物行政では、「いかに実効性のある規制を行うか」ということについて取り組みを進めて参りましたが、近年、地域の賑わいの創出等の観点から一定の条件のもとであれば「規制緩和を行う」ことも求められており、大阪市におきましても、この規制緩和について積極的に検討を進めているところでございます。

本審議会におきましても、平成21年3月の審議会において、「公共施設等にかかる屋外広告物の規制のあり方」ということで議論を始めていただき、その後も、検討部会や審議会において議論をいただいております。

そして、大阪市では、審議会における議論も踏まえまして、平成22年4月より、2年間程度を目途に、道路上等における屋外広告物掲出の規制緩和について社会実験を行うことしまして、現在も行っているところであります。

社会実験開始後、ちょうど1年経った中間年としまして、中間報告を行うとともに、これからどのような形で進めていけばよいのかということについて、忌憚のないご意見を頂戴したいと思っておる次第であります。

屋外広告物につきましては、良好な景観形成という観点がありますし、地震があったことで特に意識しますが、落下や倒壊などの危険性、つまり公衆に対する危害防止というのも重要な点と思っております。さらに、巷にたくさんございます違反広告物に対する規制・対策といったことも念頭におく必要がございます。

こういったことを踏まえまして、本日は皆様にご意見などを頂戴いたしたいと考えております。

どうぞ、よろしくお願いいたします。

● 橋本路政担当課長

それでは初めに、お手元の資料の確認をさせていただきます。

(資料確認)

それと、議事録作成のため審議会での発言を録音させていただきますので、ご了承いただきますようお願い申し上げます。

それでは以降の進行につきましては舟橋会長にお願いいたします。

● 舟橋会長

おはようございます。本日のご審議どうぞよろしくお願いいたします。

まず、本日の審議会の議事録は後日、大阪市ホームページで公開いたしますので、議事録の確認を委員の輪番でお願いすることとし、今回は木多委員にお願いしたいと思いますが、ご同意いただけますでしょうか。

(木多委員 了承)

本日の議題は「公共施設等にかかる屋外広告物掲出の規制緩和について」ということで、先ほどの管理部長のお話にもありましたとおり、現在社会実験中ということで、その中間報告と今後の進め方についてご議論いただくことになっております。

それでは、これまでの経過について事務局の方からご説明願いたいと思います。よろしくお願いします。

● 石川路政担当課長代理

建設局路政担当課長代理 石川でございます。お手元の【資料1】をご覧ください。

屋外広告物とは屋外広告物法で、常時または一定の期間継続して、屋外で公衆に対して表示されるものであると定義されております。法の趣旨が、良好な景観の形成・風致の維持、公衆に対する危害の防止であり、そのために必要な規制を行うこととされていることから、広告物の掲出を禁止する物件や場所を定めています。特に、道路上や官公署につきましては、広告物を掲出できないように定めております。

これまでの公共施設における広告物の取扱いですが、道路上については広告物の掲出は認めておりません。この例外としては、突出看板や電柱添加看板などがあります。

大阪市役所や区役所などの官公署については、広告物の禁止地域としております。こちらの方の例外は、例えば選挙日程の周知などが挙げられますが、公共広告物として掲出できる取扱いとしています。

屋外広告物行政を取り巻く近年の状況としましては、公共空間における規制緩和の要請があったり、国交省から規制緩和に係る通達が出たり、本市の厳しい財政状況の下、多様な財源確保が求められていることがあります。

このような状況下において、平成20年度に当審議会でご議論いただきました。平成21年3月30日に第32回の審議会を開催いたしまして、その中で検

討部会を設置することを決定していただきました。平成 21 年度中に検討部会を 3 回実施し、平成 21 年 11 月 5 日に第 33 回審議会を開催しまして、基本取扱い方針の項目について、2 年間程度試行実施を行った上で、本格実施へつなげていくこと、また試行実施にあたっては、関係行政機関で審査会を設置するとともに、その結果を審議会へ報告することとの審議結果をいただきました。

それに基づきまして、平成 22 年 4 月 1 日から 2 年程度、社会実験を行う、また、平成 21 年度中に関係行政機関による審査会を立ち上げ、試行実施に向けた議論を行うという 2 点を大阪市として方針決定いたしました。

こちらにつきましては、次の次のページにプレス発表時の資料を参考として添付しております。

これに基づきまして設置しました審査会は、平成 21 年 12 月から計 6 回開催しました。審査の結果、掲出された広告物につきましては、後ほどご紹介させていただきたいと思います。

次に審査会の概要ですが、次のページをご覧ください。

事務局は大阪市建設局が行っておりまして、構成メンバーとしましては、景観担当部署、屋外広告物担当部署、また道路管理者としまして、大阪市建設局路政担当以外に御堂筋等の管理者として大阪国道事務所にも参加いただいています。それから交通管理者等としまして、大阪府警察本部より交通規制の担当部署と生活安全の担当部署の両方にお越しいただいております。

あと、案件によって出席いただく部署としまして、まちづくり担当部署や経済局、市民局、区役所など、またイベントの実施部局であるゆとりとみどり振興局にも参加いただいております。

こちらの審査会で、基本的な広告物の取扱い方針を議論し、承認された広告物について、各許可担当部署へ必要な手続きを行っていただいて広告物を掲出する、またその結果で検証や見直しを行って基本取扱い方針を見直していくという流れになっています。資料中の四角で囲っている広告物の取扱い方針で定める事項についてこれまで議論し、策定してきております。

それでは、プレス発表資料の次のページをご覧ください。

「広告物の基本取扱い方針」となっておりますが、「広告物取扱い基本方針」とご説明した方がわかりやすいかと思います。こちらが最新版ですが、ア・イ・ウと広告物を設置する物件によって 3 種類に区分しています。

まずアの道路照明灯とは、道路管理者が道路施設として設置する街灯を道路照明灯と呼んでいます。イの街路灯・アーケードですが、街路灯とは道路占用物件として道路管理者より許可を受けて商店会などが設置している街灯のことを指しています。それから、道路上ではないのですが、ウは大阪市役所の本庁舎や区役所等としまして、これらの 3 種の設置物件について、広告

料の充当対象や広告物の形態、申請主体を細かく定めまして運用しています。

申請者はイの街路灯・アーケードを除いて、基本的に地方公共団体やそれを含む協議会等、及び地方公共団体が支援するイベントの実施主体ということに限定して参りました。設置期間につきましては、イベントの周知を目的とするものにつきましては、イベント開催の2カ月前から設置可能とするというルールを作って参りました。設置場所については、イベントの開催場所と広告物の掲出場所に関連性があることという条件を付けています。広告物の内容については、複数の広告を設置する場合には、広告間のデザインの調和を図ること、イベント周知バナーという観点からイベント名や開催日をわかりやすく表示するという条件も設定しています。最後にその他としまして、広告料金の収支状況等を明らかにして、審査会に報告するとともに、ホームページ上で自ら公開するなどして、道路を利用される方にご理解いただけるよう配慮すること等の条件を付けています。

審査会の中で主に議論されたことを中心に、広告物の基本取扱い方針をご説明させていただきました。

この次のページの広告物の内容について定めた「広告物掲出審査基準」をご覧ください。大阪市の財政局で広告事業における一般的な審査基準を設けているのですが、それをベースにし、特に道路上で掲出するものに配慮した内容としています。

追加しましたのは、(10)の公衆に不快の念又は危害を与えるものの次のカッコ書きの部分です。不安や不快の念をもたらすものや、暴力・投機をあおる恐れのある表現、人の顔を実物より大きく表示するなど車両運転者への視線誘導のおそれのあるものというのを付け加えています。

以上が、これまでの経過とこの1年で積み上げた掲出審査基準のご説明となっております。

● 舟橋会長

ありがとうございました。前回からの審議会メンバーの方にとっては、ある種の復習ということで、前回の内容も思い出していただきながら、また新たにメンバーになられた方については、この短時間に全てをご理解いただけたかはわかりませんが、このようなことをやっていたのかという経過の報告でございました。

それでは、今のこの【資料1】に関する説明について、何かご意見やご質問はございますでしょうか。

● 曾和委員

初めて委員になったもので、初歩的な質問になりますが、今回の取組みが規

制緩和ということなのですが、どのような規制がどのように緩和されたのかということを具体的にお教えいただけたらと思います。

● 石川路政担当課長代理

基本的に道路上での広告物掲出は認めておらず、また市役所や区役所の官公署についても、屋外広告物の掲出は屋外広告物条例で禁止されております。この規制を、公共的なイベントなど公共的な取組みに関する広告物については、一定の範囲の中で認めていこうというのが、今回の規制緩和の趣旨です。規制緩和の具体的な内容としては、広告の大きさや内容となっています。

● 舟橋会長

本日、別冊の資料集をお配りしていますが、この資料集の2～4に屋外広告物についての法令がありますが、これらの法令で屋外広告物の掲出についての規制がされているのですが、資料5の通達の中で平成20年に国交省から出された通達があります。これは、公共的な取組みに要する費用に充当するためであれば、道路上に広告を出してもいいというような内容になっています。これを受けて、大阪市でも社会実験を行うことになったというのがいきさつですね。それで、この社会実験についての是非を皆様にご議論いただいている段階という訳です。

● 石川路政担当課長代理

すみません。会長から補足いただいたのですが、資料5の中にわかりやすく絵柄を用いた資料がございますので、ご覧ください。この概略図のとおり、広告料を公共的な取組みにかかる費用に充当するのであれば、規制緩和を進めてもよいという内容の通達になっています。

この次のページで、それをするにあたって、広告料の公益還元、道路の本来機能の確保、また連絡協議会の設置ということで、これを立ち上げて広告物の取扱い方針を定めたり、必要な事項を策定した上で、規制緩和を進めていくこととされています。

次にどのような広告物が考えられるのかということで、街灯のバナー広告であるとか、ベンチへの広告添加、また花壇への広告添加といったものが考えられるとなっています。

次に実際に掲出された事例がのっています。これは世界陸上大阪大会の開催時に掲出されたバナー広告ですが、こういったものが事例として載っております。この下の写真も世界陸上大阪大会のときのもので、マラソンの協賛企業名が書かれた看板が道路上に設置されている写真です。

● 舟橋会長

それでは、実際に掲出されたものの事例の紹介を事務局からお願いいたします。

● 石川路政担当課長代理

それでは【資料4】をご覧ください。こちらに写真等が載っていてわかりやすいかと思しますので、こちらに沿ってご説明させていただきます。

まず、最初の「御堂筋オープンフェスタ 2010」の前半ということで、イベントの開催時期は平成 22 年 5 月 9 日で、御堂筋にバナー広告が掲出されておりました。内容は、関空のリニューアルオープンということで、バナーの下の部分に各就航会社の名前が記載されました。取扱い基準の中では、イベント周知がバナーの大きさの 1 / 2 以上、広告が 1 / 2 までとなっているのですが、全体が一体的に青く空のデザインになっていることから、どこまでが広告で、どこまでがイベント周知かというのがわかりにくく、今後はイベント周知部分と広告部分をわかりやすく区分した方がいいのではないかという議論が審査会でなされました。また、イベントの周知内容がわかりにくいということで、イベントの内容をわかりやすく表示したほうが良いとの意見が出されました。

この次ですが、同じイベントの後半に出されたバナーです。広告内容は森下仁丹のものになっていまして、このデザインについても、広告と周知内容の違いがわかりにくいとの意見が出されました。

この次、左肩に 2 と書いている「いっとこミナミ夏祭り」ですが、これは道頓堀の商店会が中心となって組織されているいっとこミナミ実行委員会というのが設置主体となっています。これについては、中央区役所から副申書の提出があり、道頓堀に掲出されました。デザインについては、広告とイベント周知部分がきっちりと区分されていて、イベントの周知内容も、名称や日時がわかりやすく記載されています。

その次は「大阪クラシック」のバナーです。これは、ビルや企業の 1 階のロビーやホールをお借りして、各所でクラシックコンサートを順次行うという、大阪市のゆとりとみどり振興局が中心となって開催したイベントです。バナーの設置場所は御堂筋と中之島通ということで、実際にコンサートを行う場所の近くに掲出がされています。このバナーにつきましては、イベントの周知というよりも、バナーを掲出して賑わいを創出することで、イベントを盛り上げるという機能を多く担っておりました。

その次の 4 番についてですが、これは「城東まつり」という区民祭りに合わせて掲出されたのぼり旗です。城東区役所が中心となって開催されたイベントで、開催の 10 日ほど前から区役所の敷地内に掲出されました。実際に

やってみて、短期間の掲出であると、のぼりや横断幕等の簡易な広告物しか付けられないということが明らかになりました。

次の5番、「水都にぎわい創出プロジェクト 2010 リバリバ大阪 2010」ですが、これは市役所本庁舎の敷地内にある照明灯にバナーを吊り下げたものです。イベントの実施主体はゆとりとみどり振興局で、広告内容は小林製薬と常翔学園で、大きさも1／2以内で掲出されています。大阪市役所内に掲出された広告物はこれが唯一となっております。

6番は、「御堂筋k a p p o」ですが、大阪府が中心となって開催したイベントです。広告内容としては、各テレビ局が番組コンテンツを広報する内容となっています。この掲出例にもあるとおり、女性の顔が大きくデザインされているものについて、車両運転者の視線誘導につながる恐れがあるとして、車からは見えない方向に設置することとなりました。また、このポストの赤色が信号の色と紛らわしいのではないかという意見が出て、交差点付近には掲出しないようにして、御堂筋での掲出を許可しております。

次の7番ですが「御堂筋イルミネーション」です。これは大阪府が中心となって12月11日から1月16日にかけて実施されたイベントです。これは一定以上の寄付をいただいた会社の社名をバナーの下の方に掲出する方法で、協賛企業という扱いとして掲出を認めています。こちらでも御堂筋の船場中央から北に寄付をいただいた企業の名前だけを掲出しております。そのために1／2よりも広告面が小さくなっています。

8番ですが、これは前にご紹介した「いっとこミナミ夏祭り」と同じで、道頓堀商店会が中心となって組織されている、総衆ミナミという団体が行っている「宝恵駕行列」というイベントで、中央区役所の副申を得て掲出しています。半分より下の部分が広告になっていまして、内容としてはぐるなびで、雑誌の表紙がそのままバナーになったようなデザインになっています。

次の9番は、先ほどの「宝恵駕行列」と同じで、実行委員会総衆ミナミが主体となっておりますイベントで、3月26日から27日まで開催されるイベントです。ゆとりとみどり振興局から副申を得ています。広告の内容としては、ゲームソフトのモンスターハンターの宣伝になっています。

最後の10番は、最初にご紹介したイベントで「御堂筋オープンフェスタ」の今年の周知バナーです。ユニクロの広告が前半期での掲出となっており、3月8日から4月8日の間掲出される予定で、現在掲出中となっております。こちらについても議論がございまして、意匠の写真が下着ではないのか、審査基準の(12)の青少年の保護や、(2)の善良の風俗に反するものという規定に反するのではないかというご意見をいただいたのですが、ユニクロさんから、一番売れ筋である白色を掲載したので下着に見えるが、この商品は下着ではない、という理由書もいただきまして、社会実験中なので一度掲出

してみて、アンケート等で反応を見るということで、掲出を認めております。

一番最後ですが、これは「御堂筋オープンフェスタ」の後半期の広告として、4月8日から掲出予定です。広告の内容については、アパレルメーカーのワールドの広告になっております。当初はこの図案だったのですが、この間地震がありましたので、お見舞いのメッセージを広告の下部分に追加する予定であると聞いております。

以上が昨年から掲出された広告のご紹介となります。

またイベントの開催時にイベントに関するアンケートを行っているのですが、可能であればその中に広告に関するアンケートを入れていただいております。その結果を【資料5】として参考に添付させていただいております。

概ね、広告物そのものについてこれはやめた方がいいであるとか、景観にマッチしていない等の否定的なご意見はあまり見られませんでした。特に御堂筋で掲出しているものと、道頓堀で掲出しているものは随分雰囲気も違うのですが、道頓堀だからこれでいいのではというご意見もありました。あと、この広告料をこのイベントの開催経費に充当しますという説明をした上で、この取組みについてどう思いますかという問いに対しては、ほとんどの方に賛同できるというご意見を頂戴しております。

広告物そのものが景観と調和しているかというアンケートを出しておりますが、景観を壊しているというようなご意見はなかったとの印象があります。

ただサンプル数が1,500を超えるものから50くらいまでとまちまちでして、その理由としては天気が雨であったり、イベントの内容上、アンケートが取りにくい状況であったりなどがあるようです。そのような状況下ですが、概ね賛成が多いという結果になっています。

これで【資料4】に基づく昨年の審査実績報告を終わらせていただきます。では次に【資料2】の2をご覧ください。審査会で議論のあった内容としまして、実績報告しながらご紹介させていただきましたが、今一度確認して参りますので、お手元【資料2】に戻っていただけますでしょうか。

● 舟橋会長

ちょっとすみません。その前に、【資料3】が【資料4】とセットになっております。今口頭でご説明いただいたことが【資料3】に書いておりまして、ビジュアル的にわかりやすい【資料4】を使ってご説明いただいたということですね。それでは引き続きご説明お願いいたします。

● 石川路政担当課長代理

すみません、先ほど会長から補足いただきましたように【資料3】【資料4】【資料5】を併せてご説明させていただきました。では、【資料2】の2に戻

らせていただきます。

(1) ですが、御堂筋への掲出希望が重複した場合における調整ということで、設置期間や設置場所の調整をいかにしていくかということです。これは実際に3番の大阪クラシックと6番の御堂筋k a p p oでご希望の場所と期間が重複しました。この時はイベント開催者間同士で話し合いによりバッティングしないように調整ができ、9月12日にバナーの入れ替え作業を行うという方法で解決できました。

(2) のイベント開催場所と広告物の掲出場所との関連性としまして、御堂筋の沿道で行うイベントについては、御堂筋にバナーを掲出するとありますが、やはり御堂筋が一番人気のある場所として、御堂筋と関係のないイベントでも御堂筋での掲出要望が多くあります。よって特に御堂筋に関しては、イベントの開催場所との関連性が必要ではないかという議論になりました。

(3) の広告意匠の審査基準の運用ですが、6番の御堂筋k a p p oのところでご説明しましたが、女性の顔が大きく載っている写真で、視線誘導の危険性があるとか、不快の念の抱かせる恐れがある等、ご意見が出ましたので、審査基準にその内容を盛り込みました。

(4) の複数の広告を掲出する場合における広告間のデザインの調和ですが、大阪クラシックのバナーで、三井住友銀行や大阪信用金庫など7社の複数の会社の広告が出され、デザインの意匠にバラつきがあり、デザインの調和の面で問題があるのではないかという意見がありました。そこで、数種類のバナーが並んで掲出される場合には、景観面からの配慮が必要であるとし、取扱い方針にその旨記載しました。

この一年間掲出された広告で特に議論があった4件についてご説明させていただきます。

● 舟橋会長

ありがとうございました。今までの1年間の成果についてご説明いただきましたが、これについてご質問・ご意見はございませんでしょうか。

● 悦委員

アンケートですが、対象とされている方はどのような方なのでしょうか。

● 石川路政担当課長代理

各イベントに来られた方を対象にいたしております。

● 悦委員

ということは一般の方ということですね。一般の方に用紙をお渡しして回収した結果ということですね。

● 石川路政担当課長代理

その通りです。

● 木多委員

アンケートについて3点お伺いしたいと思います。まず1点目。問いが3つありますが、1つ目と2つ目は広告についてのご質問になっています。一般の市民の方にアンケートされる際に、きちんこのバナーを指し示した上でお尋ねされたのか、それとも告知の方法にはフライヤーとかいろいろな媒体があると思うのですが、その点をちゃんと押さえられているかどうか。それをまず1点目にお伺いしたいです。

2点目に、御堂筋オープンフェスタのバナーは前期と後期で変わっていますが、アンケート結果は一本です。これについてアンケートは分けてデータを取ってらっしゃるのか、それとも1回だけのアンケートなのか。イベントは5月9日なので、その場でアンケートされているということですので、その点が気になりました。これは、現在出ているユニクロのバナーが最終的に物議をかもしだすかもしれないという懸念があるのですが、そのことと関連します。

3点目はイベントに参加されていない方に対して、例えば電話や聴き取り等でアンケートを取るような試みをされたことがあるかどうか。以上3点についてお伺いしたいと思います。

● 橋本路政担当課長

まず1点目についてですが、アンケートはイベントに来場されている方を対象にその会場で行っていますので、バナーの見えるところでそれを指して、「これについてどう思いますか」という聞き方をしており、一般的な広告物、例えば屋上塔などの広告について回答をお願いしたものではありません。

● 木多委員

それは承知しているのですが、このアンケートはバナーだけに対して行っているのか、フライヤーとか他の広告媒体を含めた結果なのかということをお伺いしたいです。

● 橋本路政担当課長

このアンケートについては、バナーに対するご回答とお考えください。

● 石川路政担当課長代理

広報媒体については、道路上についてはこのバナーだけになりますので、これに限定してアンケートを行っております。

● 木多委員

わかりました。

● 石川路政担当課長代理

2点目の御堂筋オープンフェスタについてですが、前期後期に分けてアンケートをとっていたわけではないので、どちらかというと後期のバナーにつられて回答されたケースが多いのではないかと思います。

● 牧田担当係長（路政担当）

先ほどユニクロのバナーに関してご指摘があったのですが、イベント開催時にはユニクロのバナーは掲出されていませので、アンケートを取る際には、ユニクロのバナーの掲出風景の写真をお見せしながらアンケートにお答えいただこうと考えています。

あと、個人的なご意見がこのアンケート結果の中にないというご指摘をいただきましたが、あくまでもイベント全体についてのアンケートなので、バナーに関してのご意見は特になかったということ聞いております。

● 木多委員

他の自治体のケースですが、広告物が出たときに地元の住民の方から「この広告物がこんなところに出るのはおかしいのではないか」というような意見が出るという話を聞きますので、イベント参加者ではない他の立場の方であれば、もっと違った意見があったかもと気になりました。

● 石川路政担当課長代理

大阪市には「市民の声」という広聴システムがあるのですが、そこでも特に広告が不愉快だというご意見はいただいておりますので、現時点では概ね好意的に受け取っていただいていると思っております。

● 舟橋会長

ありがとうございます。他にご意見等ございませんか。

● 曾和委員

まさに賑わいを創出するという観点からは、いい試みではないかという印象を持ちました。細かい話になるのですが、システムを教えていただきたいと思います。例えば御堂筋オープンフェスタでいいますと、大阪市が主体となって実行委員会を作ると、広告料はそこに入ることですよね。

● 石川路政担当課長代理

そうです。イベントの実施主体に広告料が入ります。

● 曾和委員

なるほど。掲出するまでの流れとしては、まずイベント実施主体から大阪市に広告を出したい旨の申請があり、それを大阪市の審査会が審査する、そして許可をするときにはお金は取らないのですか。

● 石川路政担当課長代理

はい、徴収していません。

● 曾和委員

では占用とは違うのですね。では、イベント実施主体である大阪市に入った広告料は独自財源とされるのですか。

● 石川路政担当課長代理

収支報告という点に関連するのですが、この御堂筋オープンフェスタに関して言いますと、申請は大阪市のゆとりとみどり振興局が行っていますが、実際の運営は実行委員会が行っておりまして、そこで使われる開催費に充当されています。

現在は財政状況も厳しく、イベントを開催するにあたり大阪市や大阪府の一般財源をいくらか投入していますが、広告料が入ることにより、自治体として予算措置しなければならない額が減り、またイベント自体の拡充を図ることができるようになることで、賑わいの創出につながるという論法になっています。

よって大阪市に広告料が直接入ることではないのです。

● 曾和委員

新しい試みだと思ったのは、道路は公共空間であり無償使用が原則になっています。そこで広告料を徴収して、それが一般財源に回るとなると、税金とどう違うかという議論も出てきます。それと、イベント自体は無料のイベントなのですか。

● 石川路政担当課長代理

はい。ほとんど無料で行われているイベントです。

● 曾和委員

これは無料のイベントに限定したものなのですか。

● 石川路政担当課長代理

今のところ、そのような条件付けは行っていません。ただ、公共性の担保は必要になります。道路を使うイベントで有料なのはあまり聞いたことがないですね。有料のイベントはどこか会場を借りて行う場合が多いと思います。

● 曾和委員

ではそのようにお金を取るイベントは対象にならないということになりますでしょうか。

● 石川路政担当課長代理

そのイベントがお金を取るものであっても、公共性が担保出来るのであれば対象になります。取扱い方針でイベントの実施主体を地方公共団体そのものや地方公共団体が支援するイベントに限ると条件付けていますので、今のところ一企業さんが実施されるコンサートやイベント等にこれを適用しようとは考えておりません。

● 舟橋会長

ありがとうございました。他にございますか。

● 細田委員

アンケートについてなのですが、年齢別や性別での集計等はされていないのでしょうか。広告物についての印象は、年齢によって違うのではないかと思うのですが。

● 牧田担当係長（路政担当）

イベント本体のアンケートと一緒にしている関係で、そこまで詳細なデータは取れていないのですが、今後は、そのようなご意見も参考にさせていただきながら進めて参りたいと思います。

● 細田委員

アンケートに盛り込むか否かは別として、広告というのは、年齢によって感じ方が随分違うのではないかと考えているのですが、そういう観点から意見が聞きたいなという気がしました。

あともう1つですが、これまでたくさん事例を見せていただいて、関空のバナーは空のデザインで大変きれいだなと思ったんですが、これについて、イベントの表示がわかりにくいとの意見があったとのことで、デザインの美しさとイベント周知との兼ね合いがどこまで踏み込むのかというのが、審査していても難しいのではないかと思います。

それと、道頓堀は元気なデザイン、また御堂筋はきれいで品格があるデザインと場所性が表れるのが面白いなと思いました。

● 舟橋会長

ありがとうございました。何かご質問等ございませんでしょうか。また、気が付かれましたらいつでもお願いいたします。実際の例を10例ほどご覧いただきまして、経済的なことを曾和委員からご指摘いただきましたが、それはまた後ほどご議論いただくことといたしまして、議論を先に進めて参りたいと思います。まずはこの取組みに関してのご意見はどうでしょうか。

● 山崎委員（電柱広告）

私も今回初めて参加させていただきまして、いろいろご説明いただいたのですが、この規制緩和の目的は地域活性化ということで、取組み自体は評価すべきことだと思っております。もちろん数や年齢層等の課題もありますが、事後にアンケートも行われて効果把握もされているということで大変良いかと思えます。ただ、まだ開始されたばかりで、審査会においても基準の運用等を悩まれているようですね。例えば、写真が大きいとか小さいとか、また地色がどうであるとかいうことですが、今回中間報告ということで、あと1年、このまま社会実験を続けていただいて、このような体系的な問題が解消されるよう進めていけばいいのではないかと考えております。

● 舟橋会長

ありがとうございます。大変心強いご意見をいただきました。他にございませんでしょうか。

● 西川委員

前回の審議会で社会実験をされると聞いて、どういう感じかと思っておりましたが、今ご説明いただいて、地域の財源確保ももちろん大切ですが、こういった方法でイベントがあることを提示できることで、市民の方に

イベントを認知してもらえというのが一番の広告の効果ではないかと思います。いろいろな事例を見て、御堂筋は特徴があるなと思いました。

ただ制限、基準と申しましょうか、こういう風にレイアウトしなさいとかですね。それを設けてしまうと、自由さがなくなるのではないかとと思います。

また同じ1／2の比率でも、広告に目が行く事例と、イベント周知に目がいく事例とがあります。それぞれの特徴を生かしつつ、大阪市としての立場で言いますと、景観とイベント周知の両方の観点でどのようにすれば効果的かということ、これからの1年で審査会において検討いただければどうかと思います。

● 舟橋会長

ありがとうございました。どちらもこれから続けていってもよいというご意見ですので、もう1年、実験を続けるということによろしいでしょうか。

(一同賛成)

ではこれからも実験を続けていただくということでお願いいたします。これにあたり事務局にお願いしたいのは、こういうことをやるというのがはっきりした段階で結構ですが、審議会委員にお知らせいただきたいと思います。私も1年間、こういう広告が掲出されているのを知りませんでした。お知らせいただければ、気にしながら街を歩けるかなと思っております。

また今までの事例の中で、これはどうかと思うというものがあれば、ご意見いただきたいのですが。審議会に審査権限はありませんが、事務局の皆さんにもご参考になるかと思しますので。視線誘導や赤信号と紛らわしいといったようなドライバーへの配慮の必要性であるとか、下着であるかどうか等の議論があったと思うのですが。

● 木多委員

私は今日見せていただいた中では、ユニクロが一番気になります。下着かどうかの議論についてはデザインが美しければいいと思うのですが、値段が入っていることについて、ここまでやっていいのかと気になります。ゲームソフトの広告の400万人という数字にしてもそうですが、数字の入れ方が難しいと思います。関空の事例で日付が入っているものは意味があると思うのですが、価格まで書くのはどうかと思います。

またアンケートについてですが、これを何かの基準にもってくるのはちょっと弱いのではないかと思います。先ほど、その他の広告物はありませんと

おっしゃったのですが、私の大学は常翔学園の仲間なので、リバリバには理工学部も出展させていただいていますが、ポスターとかいろいろな形で広告していらっしゃったと思います。今後はアンケートの聞き方とかも含めてご検討いただけたらと思います。

あともう1つ気になったところが、広告料がどのように使われているかということです。【資料2】の3の(2)に広告料の充当対象として、イベントの開催費用や占用物件の維持管理費に加えて、という表現を見ますと、現在はこの2つということになると思うのですが、【資料1】の基本取扱い方針のその他の中に収支状況を公開することとありますが、これがどの程度公開されているものなのか、そのあたりのことも不明確ですし、そもそも国の通達を見ますと、花壇の整備とかにも充当できるようになっているようです。イベントの開催経費に充当というものもちろんわかりやすくいいのですが、イベントが終わったら終わりではなくて、その先につながるような方法もあるようですが、それをどうPRしてらっしゃるのか気になります。

以上、これからのアンケートについてのビジョンと費用充当の方法と広報の仕方についてお尋ねしたいと思います。

● 石川路政担当課長代理

アンケートについては、主催者側とも相談しながら今いただいたご意見等も反映できるよう進めて参りたいと思っております。

それから収支報告については、年度単位でされる場合も多いので、この時期にはまだ公表できる段階でないというものも多いです。広告料としてこのバナーはいくらという風に明確にはし難い事情もあるようです。よってこの広告に限定して金額を提示するのではなく、協賛金として全体でこれだけ入りました、イベント全体にかかった費用がこれです、という収支報告書をご提出いただいて、協賛金の合計がイベント実施にかかった費用を上回っていないということを事務局で確認しています。ホームページ上での一般公開というのは、年度が終わった時点以降ということになりますので、広告を掲出されたイベントのうちいくつかは収支報告が終わっていないという状況にあります。

● 舟橋会長

ありがとうございます。ユニクロの値段が入っているものについては、ご意見が出ましたので、また審査会の方でご議論をお願いしたいと思っております。ただ、値段の記載は不可と基準を作ってしまうことまでは慎重にした方がいいと思います。というのは、例えばクラシックコンサート入場料100円というバナーがあったとして、その100円というのも記載してはいけないかということではないと思います。広告を出す側としては、少しでも安いということ

をアピールしたいと思っておられると思いますが、それは事業者として当然のことなのですが、道路という公共空間ですので、ある程度上品さを保った方がいいかと思います。

● 石川路政担当課長代理

実際には値段を出すこと自体が問題になったと言うよりも、値段が下がっているのが期間限定であったにも関わらず、小さい字で書いていてわかりにくかったので、せめてもう少し大きくしてわかりやすくしてほしいということで、修正をお願いしたという経過があります。審査会の中では値段を出すこと自体は議論にならなかったのですが、審議会でこのようなご意見をいただきましたということは審査会の場にも報告しておきます。

● 舟橋会長

よろしくお願いします。先ほど出ました収支については、後ほど扱う案件にも関連しますので後にご議論いただくとして、過去1年の実績についてのご報告を終わって参りたいと思います。

この間事務局の方と打合せをしているときにも言っていたのですが、こんなに御堂筋が人気があるなら、ここを舞台にコンテストをしたらどうかと思っています。イベントに直接関わらなくても広告を出したいという方、結構いらっしゃると思うのですが。御堂筋に賑わいも出て、収入も入って一石二鳥ではないかと思っています。

それでは【資料2】の後半の議論に入って参りたいと思います。【資料2】の3をご覧ください。今後の検討課題ということで、大きく二つ挙げられています。これについて、事務局よりご説明お願いいたします。

● 石川路政担当課長代理

今後の検討課題として2点挙げさせていただいております。1つは広告設置物件に関して、これまでの道路照明灯、街路灯、アーケード等に加えて、以下の物件への掲出についても検討をお願いしたいと思っております。実際に設置要望があったものなのですが、①として、道路照明灯以外の道路施設ということで、例としまして歩行者用の案内標識が挙げられます。

また②としまして地方公共団体が占用許可を受けて道路上に設置している物件として、例として挙げられるのが区役所が占用許可を受けて、各区に十数カ所設置している住居表示町名街区案内板というものがあまして、そこに広告をつけたいという具体的な要望を受けています。

この1年間、審査会を開催して社会実験を行ってきたのですが、その中で主催者側の意見としてよく出されたのが、あまり制約を設けてしまうと、

企業側が乗ってこず、広告掲出に結び付かないということがありました。それではせっかく始めた社会実験なのに、事例がまったくないということにもなりかねないということで、最初はできるだけやってみる、そしてやってみた上でアンケートや市民の声等で修正していく部分は修正していく、とにかく事例を集めることが大切ではないのかという事務局方針に則って今まで1年間社会実験を行って参りました。

その上で、役所の庁舎の敷地内に広告が出された事例というのは、城東区のものだと本庁舎の照明灯のバナーの2件だけだったのですが、費用の充当先をイベントの開催経費に限定していたのではやりにくい、特に短期間の掲出になりますと、のぼりや横断幕などの簡易なものに限られてしまうため、企業の手が上がらないという問題があります。せっかくできる枠組みがあるのに、運用が非常にしにくいといったご意見もございました。

そこで（２）にあるように、広告料の充当対象をこれまでのイベント開催経費や占用物件の維持管理費用に加えて、以下の①～⑤の5項目に拡大していきたいと思っております。これらはこのような意見を反映したものです。

①は道路施設の維持管理費ということで、建設局が作っている道路施設について、税収の状況も厳しい中で維持管理費の捻出が大変難しいという状況が背景にあります。

②の防犯カメラの維持管理費用ですが、現在大阪市内でもかなりの数の防犯カメラが設置されております。最初は設置の際の補助金が出たりして、ある程度の費用は賄えるのですが、3～4年経過したときの維持費がなかなか用意できないという悩みをよく聞きます。

また③ですが、本庁舎や区役所などの庁舎の維持管理費用がなかなか回せないような状況になっています。このように維持管理費に充当したいという要望については、イベント費用にしか充当できない今の枠組みでは対応できなくなっています。

そして区役所から要望されたのですが、区役所が行う事業、この場合は予防接種の啓発だったのですが、これにかかる経費に充当したいということがありました。

最後の⑤ですが、何かの維持管理費という使い道を限定するのではなく、地方公共団体の歳入そのものに組み入れるというものの検討を要すると考えております。地方公共団体が実施して得た広告収入の使い道というのは、税が不足する分に充当されるという限定的なものに決まっておりますので、広告料の使用目的を限定しなくても、公共性は担保されるのではないかとということで目的を限定しないような社会実験ができればと思っております。

今後の課題として、今現在要望があるものなのですが、この5項目につ

いてご検討をお願いしたいと思っております。

● 舟橋会長

ありがとうございました。本日は正式に諮問があったわけではないのでここで結論を出すといった性質ものではございません。ですから皆様に自由なご意見・ご感想を頂戴したいと思います。規制緩和を緩めるとか強くするとか、費用の充当先を拡大する等を正式にされる場合は、この場にお諮りいただけたと思いますので、本格実施につなげる原案作りの段階での参考のためによろしくをお願いします。

まず1つ目は、例にありますように歩行者案内標識や住居表示町名街区案内板などです。これらに広告物を掲出できるよう社会実験の枠組みに加えてほしいとの要望があるそうです。一方でこれらは非常に公共性の高いものであると同時に案内板ですので、何もノイズを入れないのが原則で、余計なものはできるだけ省くというのが基本だと思うのですが、付けようと思えば付けられなくもないということですかね。この広告物を設置する物件の拡大に関しましてご意見等ございませんでしょうか。

● 山崎委員（大広協）

規制緩和を進められるということは、我々業界団体からしてみれば、広告媒体が増えることになるので、大変嬉しい話ですが、例えばこの歩行者案内標識についてですが、案内するための表示ですし、そのためにデザインされたものだろうと思います。ここに企業名等を入れるとなると、広告物そのものが小さくなってきますので、小さいものが氾濫しないかという心配があります。我々、大阪市のかたづけ・たいのお手伝いをしておりまして、よくビラをはがしに行くのですが、そのビラと同じようなものにならないか、つまり違反広告物を助長しないかという心配があります。

ただ、この標識の裏側が空いているわけです。この裏側を利用して車道側に見せる形であれば、出来る可能性があります。表側は標識として歩行者に見せて、裏側を広告として利用するという手法もあるのではないかと、意見を、意見として出させていただきたいと思います。

● 石川路政担当課長代理

広告を付けたいという要望はあるのですが、どんな形でつけたいのか、また広告を出す側のニーズがあるのかということは、まだ全然見えておりません。この段階でご議論をお願いして申し訳ないのですが。

● 舟橋会長

でも要望だけはあると。それなら、要望されている側に、具体的な案が欲しいと打診してみるのも手ですね。またこの住居表示町名街区案内板ですが、これは大阪市内でよく見かけますけれども、これに袖を張り出して広告物を付けるのか、またはこの地図の中に企業名等を入れるのか、面積によってはやりようがあるかもしれませんね。先ほどご指摘がありましたように、いいデザインはあると思いますので、何が何でも駄目だということではないと思います。しかし、先ほど曾和委員からもご指摘がありましたように、公共空間であるというのが大原則ですので、ここに私的なものが紛れ込んできると、賑やかになって収入も入る半面、いたずらな混乱を呼ぶという恐れもありますので、そのあたりは慎重に取り扱っていただきたいと思います。

それでは、時間も迫って参りましたので、(2)の広告料の充当対象についてということで、先ほどご質問やご意見もございましたが、今はイベントの開催経費や若しくは占用物件の維持管理費に充てるとというのが原則だそうですが、それ以外に①～⑤までのご説明がありましたとおり、広告料の活用の可能性を広げてほしいとの要望があるとのこと。これについては、公共的な空間で得た資金を税とは別にどのように運用するのか、また一般財源化してしまうのかということですね。これについて、ご意見いただければ大変ありがたいのですが。

● 曾和委員

質問があるのですが、市バスとか地下鉄の車体や中には広告がついていますよね。あれはそれぞれが独立した事業主体だからできるという理解でよろしいのでしょうか。先ほども確認しましたが、1つのイベントの中で収支が収まっている場合はそれほど大きな問題にならない、またそれにプラスして施設の維持管理なんかには使うのは問題ないかと思うのですが、一般財源化するとすると、財政法等の規定との兼ね合いが気になります。そのあたりを検討されているのであれば、お教えいただきたいのですけれども。

● 石川路政担当課長代理

交通局がやっている駅の広告や車体の広告についてですが、そういったものについては、屋外広告物条例で広告物を付けてはいけないものになっておりません。よって広告を掲出することは可能ですし、バスの車体広告については、許可申請をいただいております。

それと交通局は公営企業ですので、稼ぐことも使命であり、お客様を安全にお運びすると共に、広告料で自ら稼ぐことでひいては運賃を安くするという仕組みであると交通局については考えています。

それから大阪市では財政局が中心となって印刷物であるとか、庁舎の中など

で広告事業を行っており、なるべく広告料を稼げるよう進めているところです。これで得た広告料については、雑収という形で歳入計上されており、入ったお金の使い道は儲けたところが使っているという仕組みになっております。道路部局としては、基本的には案内標識の内容の更新であるとかそういったものに使いたいというような要望があると聞いています。

区役所では、区役所に予算を持たせて、独立させようとする動きが強まっていますが、現段階では市の本庁舎が予算を握っていて、区役所では独自財源がないというのが現状のようです。そういった中で、区役所が独自に稼いで、それを区民の方のために使いたいという思いがあるようです。

● 舟橋会長

ありがとうございました。お金についてはいろいろな原理原則があると思いますので、今後検討する時にはその流れについてわかりやすく図で示していただくようお願いいたします。一方では、規制緩和をしながら手を挙げてくれる人がいないということになりかねないという現状もあるようで、だからといって、なんでもいいという訳にもいかないので、そのバランスを今見計らっているところだと思いますが、これはいつまでに結論を出さなければならないと求められているのでしょうか。

● 石川路政担当課長代理

最終結論は、2年間の社会実験を終えた後でどこまで踏み込んでやるのかをこの審議会場で検討した上で、条例改正も視野に入れて考えていきたいと思っています。その中で何らかの形でやってみて、アンケートをとったり、市民の方のご意見を聞いたりして、進めていっていいのかということ判断していきたいと思っています。

● 舟橋会長

そういうことですので、どんどんご意見を頂いた方が事務局としても判断しやすいかと思うので、何かございましたらよろしくお願いします。

● 吉田委員（代理：植野氏）

私どもは大阪府所管の区域において屋外広告物を担当している部署でございます。大阪市さんが社会実験を進めておられます公共的な取組みとしての広告物の規制緩和につきまして、大阪府は既に平成21年10月に条例を改正いたしまして、実施しているところでございます。それに併せまして、今回資料の今後の検討課題の(2)①にあります道路施設の維持管理費に充当する広告物の規制緩和についても、平成21年10月から実施しております。道路施設の維

持管理費につきましては、国より柔軟に扱える旨の通達が出ておりますので、道路施設の維持管理費に充当する目的であれば、広告物掲出もやむを得ないと判断から、緩和を進めて参りました。

大阪府の実績ですが、府内の道路部局より要望を受けて実施したところがございますが、掲出する場所や掲出していただける方を見つけるのが難航しておりまして、話はいただくのですが、折り合いがつかない状況であるというのを聞いております。また箕面のシンボルロードと言いまして、阪急の箕面駅から市役所までの区間、これは府道になりますけれども、ここでバナー掲出のお話があって、広告物の取扱い方針の策定したのですが、御堂筋とは違って、場所性の問題で広告物の掲出まで至っていない状況であります。そういう状況はあるのですが、大阪府としましては道路施設の維持管理への充当については制度化しているということでございます。

③の庁舎の維持管理費用についても充当できるように検討したのですが、屋外広告物条例上、庁舎を禁止物件にしていることから、実施するのであれば禁止物件から除外するのが妥当だということになりまして、行政が禁止物件に指定しているものを例外的に外すためにはそれなりの理由も必要であるため、現在も禁止物件から除外しておりません。

厳しい財政状況の中で、他の部局から広告事業をしたいという要望をよく受けるという、大阪市さんと同じような状況であります。規制緩和は景観に対する配慮とセットで考えていかなければならないというのが結論であります。

● 舟橋会長

実際に事務に携わっておられる中で、やはり大変だということで、非常に貴重なご意見ありがとうございました。今までもそうであったと思いますが、これから関係者を密にさせていただいて、情報交換いただきたいと思います。この、道路施設の維持管理費というのは具体的に何に充てるのですか。

● 吉田委員（代理：植野氏）

もともと考えていたのは街灯ですが、そこに限定すると道路部局としてもしんどいというのがありまして、その地域一帯の維持管理費にまで対象を広げております。

● 舟橋会長

道路施設というのは一体どこまでが道路施設になるのでしょうか。例えばアスファルトの補修も対象に入りますか。

● 吉田委員（代理：植野氏）

それも対象になると考えております。

● 舟橋会長

ありがとうございました。他にございませんか。

● 曾和委員

感想になるのですが、ここで行われていることは今までの行政のイメージを変える取組みだというのが印象です。従来行政というのは、自ら儲けに走るのではなくて、必要な経費は税金で賄うのが原則でした。ところが、全体的に財政の危機があって、その中でいろいろやろうとするとその経費をどう捻出するかということになるのですが、工夫によって何とか行政自身が財源を工夫する仕組みが考えられないかというのが今回の取組みです。これは今までの行政のイメージとは異なっています。また独立採算制というか、独自財源で動いている部局は事業がやりやすいわけですね。ただ一般行政機関がどこまでやれるのかということについて、他の法令等によって制約を受けるのではないかなというのが1つの感想です。

それともう1つは、広告というのは企業にとっては私的利益追求の1つの手段であります。それと同時に住民にとっても1つの情報を得る手段として有用なんですね。私自身は広告に抵抗感がなくて、きれいなデザインだとそれ自体が1つの景観にもなります。このように広告の持つ公共性が、行政がここまで踏み込んでいる理由なのかと感じました。

やはり従来のイメージを変えるものであるもので、それだけに基本的なところから検討していった方がよいのではないかと思います。

● 舟橋会長

大変基本的な観点からご指摘いただき、貴重なご意見ありがとうございました。

● 歌委員

規制緩和で話を進めていただいているのですが、広告でまちを楽しくなるように、緩和と言わず、積極的に進めていってほしいと思います。今の社会状況を考えますと、重くて暗いときです。広告は明るくする力を持っています。デザインの力でまちを明るくすることができます。下着かどうかという議論があったとのことですが、この写真を見ても男性の方が来ているものはTシャツですね。昔はこれを下着と呼んでいたのですが、そういった概念は若い人にとっては崩れてきています。ある凝り固まったイメージで否定していくと、そのまちは面白くならないし、社会実験にならないと思います。社会実験なんて、

失敗して当たり前だと思ってどんどん進めていけばいいと思います。個人も企業も元気にならないといけないときなので、積極的に仕掛けていくというのがよいと思います。

● 舟橋会長

ありがとうございます。それではいろいろご意見いただきましたので、整理いただいて、今後の検討に生かしていただければと思います。また社会実験はあと1年継続していただくということで、今の歌委員のご意見にもありましたとおり、積極的に進めていただければいいかと思います。

それでは残り時間も少なくなりましたので、【資料6】【資料7】の一般事務報告に移りたいと思います。よろしくお願いいたします。

● 橋本路政担当課長

それでは一般事務報告をさせていただきます。【資料6】をご覧ください。

● 牧田担当係長（路政担当）

一般事務報告について御説明させていただきます。

まず、1ページの屋外広告物の許可状況についてですが、簡易広告物を除く広告物の許可状況をお示しいたしております。一番右の欄が平成21年度ですが、広告塔・広告板は4,976個、電柱等（消火栓添加を含む）は2万524個、その他の広告物（車体利用、バスロケ）は3,631個となっております。合計は2万9,131個で、過去5年間でも、毎年3万件前後の許可状況となっております。

続いて2ページには、簡易広告物等の許可状況をお示しいたしております。平成21年度は、アドバルーンは70個、広告幕は43個、立看板は0個、はり紙・はり札は0個となっており、合計では113個となっております。

なお、簡易広告物の場合でも7㎡以下の自家用広告物の場合には、許可が不要となっております。

次に、3ページの屋外広告物に関する取締り状況についてですが、

大阪市屋外広告物条例違反による平成21年度の検挙数は、25件、35人でございます。また、軽犯罪法（他人の家屋等にはり札をする行為に該当）による平成21年度の検挙数は、2件、2人となっております。

次に、4ページの違反物件の除却実績の推移についてですが、まず、①の除却枚数は、はり紙、はり札・立看板等を合わせると、平成21年度は、51万6,654件、5ページの②の違反広告物除却実施距離の合計は、4万3,473kmとなっております。なお、平成20年度に工営所の直営除却体制を強化したことにより、平成20年度以降増加いたしております。

続いて、6 ページの置看板等の取締り状況ですが、平成 20 年度に多数の指導・除却を実施したため、平成 21 年度の、③の置看板等の指導勧告は、3,553 件、④の除却は、568 個となっております。

次に、7 ページの屋外広告業の登録状況についてですが、平成 23 年 2 月末現在で、大阪市での登録総数は 1 件、大阪府へ登録し大阪市には特例届出を出している特例届出総数は 1,216 件となっております。なお、大阪府での登録総数は、1,574 件となっております。

また、屋外広告物講習会の修了状況ですが、大阪市開催の講習会の修了者は 1,956 人となっております。この講習会の修了者については、屋外広告業者が各営業所ごとに選任しなければならない業務主任者となることができます。

次に、8 ページですが、簡易広告物の除却にかかるボランティア「かたづけ・たい」の活動状況は、平成 22 年 4 月 1 日現在では、①の認定団体数は 242 団体、②の認定活動員数は 4,871 人となっております。

なお、③の活動実績は、違反広告物が減少していることから、年々減少しておりますが、平成 21 年度においても 6 万 2,102 件の撤去を行っていただいております。

説明は、以上でございます。

● 舟橋会長

ありがとうございます。このかたづけ・たいの皆さんが撤去していただいているのと、4 ページにある除却の総数というのはこれは別物なのでしょうか。

● 中山係長（路上違反物件担当）

4 ページの除却件数の内数が、かたづけ・たいの除却件数となっております。

● 舟橋会長

ありがとうございました。他にご質問ございませんか。では以上で報告を承りました。次に【資料 7】をよろしく願いいたします。

● 牧田係長（路政担当）

道頓堀川遊歩道、愛称がとんぼりリバーウォークと申しますが、ここにおける簡易広告物禁止地域の拡充について、ご説明いたします。

道頓堀川遊歩道は、本市として良好な景観の維持を図るよう努めている場所であり、整備当初より簡易広告物（はり紙、はり札、広告旗、立看板を設置）の禁止地域の指定を行って参りました。

その後、遊歩道の整備が進み、これまでの指定範囲と実際の遊歩道の範囲

が異なることとなりましたので、今般、指定範囲を現状にあったものに拡大することといたしました。

なお、今後、遊歩道の整備が進みましたら、順次、指定範囲を拡大していきたいと考えております。

説明は、以上でございます。

● 舟橋会長

ありがとうございました。これは青の枠が赤の枠に拡大したということですね。

● 牧田担当係長（路政担当）

はい、その通りです。

● 舟橋会長

遊歩道ができて、人が動けばそこに違反広告物が出てくるとのことですね。これについてご意見・ご質問ございませんでしょうか。

特にないようですので、本日議論しなければならないものは以上でございますが、事務局から何かございませんでしょうか。

● 橋本路政担当課長

特にございません。

● 舟橋会長

それでは本日の審議会は終了いたしたいと思います。長時間ありがとうございました。

● 橋本路政担当課長

これをもちまして、本日の審議회를閉会とさせていただきます。ありがとうございました。