

第 38 回大阪市屋外広告物審議会 会議録

日 時：平成 27 年 2 月 10 日（火）

午後 3 時から 4 時 50 分

場 所：ヴィアーレ大阪 5 階 レガート

出席者：（審議会委員）

奥会長、岡本委員、林委員、井上委員、小伊藤委員、橋寺委員、富田委員、
悦委員、山崎委員、戸田委員、神瀬委員

（大阪市側出席者）

眞田管理部長、横山路政課長、山内道路管理適正化担当課長、
寺本担当係長、川合担当係長

横山路政課長

お待たせいたしました。ただ今から、第 38 回大阪市屋外広告物審議会を開会させていただきます。本日は大変お忙しい中、ご出席いただきましてありがとうございます。

私は、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課長の横山でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

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）

なお、議事録作成のため審議会での発言を録音いたしますので、ご了承ください。

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いたしますので、お手元の名簿をご参照ください。

私の正面左側から、奥委員でございます。

岡本委員でございます。

小伊藤委員でございます。

橋寺委員でございます。

戸田委員でございます。

神瀬委員でございます。

続いて右側にまいりまして、山崎委員でございます。

悦委員でございます。

富田委員でございます。

井上委員でございます。

林委員でございます。

なお、前回の審議会以降、新たに当審議会委員にご就任をいただいた 5 名の委員をご紹介します。岡本委員、林委員、富田委員、戸田委員、神瀬委員におかれましては今回新たに当審議会委員にご就任をいただいております。川上委員、北村委員、梅原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。

（本市側出席者紹介）

それでは、管理部長の眞田よりご挨拶申し上げます。

眞田管理部長

大阪市建設局管理部長の眞田でございます。

委員の皆様方におかれましては、ご多用中にもかかわらず、本日の審議会にご出席を賜りまして、誠にありがとうございます。また平素より、屋外広告物行政をはじめとする大阪市政について、格別のご支援、ご協力を賜り厚くお礼申し上げます。

現在、国をはじめとしまして、限られた資源の中、公共空間の利活用や各種の規制緩和によりまして、経済の活性化の一助とする動きが盛んに行われております。

屋外広告物につきましても、本市では平成25年1月に、公共的なイベントや地域の活性化を目的としたイベントの開催費用に充当するために、道路空間等に広告を設置することができるよう、大阪市屋外広告物条例を改正しました。

さらに、国においても国家戦略特別区域法や都市再生特別措置法における特例によって、道路空間の特別な利活用が可能となり、景観に資する広告物等の道路への設置が可能とされております。

このように、今後もますます道路の利活用における広告物の可能性や、経済成長に向けた広告物規制の緩和の要望が高まることが予想され、景観との適合を図りながら、広告物規制のあり方を見直す必要が生じることと思われまます。

その際には、改めて審議会の皆様のご意見をいただきながら、大阪市の広告物のあり方を検討してまいりたいと考えております。

本日は、それら規制緩和の中のひとつであります「地下空間における広告物について」を主な議題とし、今後の屋外広告物の規制についてご審議いただければと存じます。

どうぞ、皆様方のご指導、お力添えを賜りますようお願いを申しあげまして、簡単ではございますがご挨拶にかえさせていただきます。

横山路政課長

本日の審議会ですが、前会長が退任となっておりますので、議事に入ります前に、「大阪市屋外広告物審議会規則」の第3条に基づき、委員の互選により会長の選任をお願いしたいと思います。

(前回の副会長の奥委員を挙げる声)

横山路政課長

ただいま奥委員を会長に推すお声があがりましたが、委員の皆様よろしいでしょうか。

(賛同により承認)

それでは、奥委員を会長をお願いしたいと思います。つきましては、議事進行を奥会長をお願いいたします。会長席に移動いただきますようお願いいたします。

奥会長

ただ今、会長を承りました奥です。これからの円滑な審議会運営に皆様のご協力を賜りますよう、よろしくお願いいたします。

まず、議事に先立ちまして、「大阪市屋外広告物審議会規則」の第3条に基づき、会長に事故ある時の職務代理者を指名します。岡本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。

(岡本委員了承)

それでは、これより議事に入りたいと思います。

議題1の「大阪市屋外広告物審議会部会委員の選任について」を事務局から説明願います。

寺本担当係長

事務局の寺本から説明させていただきます。議事をご審議いただくにあたってまず、現在の大阪市屋外広告物審議会と附属機関について説明いたします。お手元の議事資料1をご覧ください。

まず、屋外広告物審議会については本市の執行機関の附属機関に関する条例に基づき、屋外広告物審議会の組織、運営その他必要な事項について定めるとしており、本市屋外広告物条例に関する重要事項の調査、審議及び市長に対する意見の具申をすることとしております。また、この審議会には部会を置くことができるとされ、下部に書いております2つの部会であります審査会を設置しております。

まず、左側の「公共的な取組費用に充当する広告物掲出審査会」についてですが、屋外広告物条例において街灯等を禁止物件に定めております。原則これらの禁止物件に屋外広告物は掲出できませんが、適用除外としまして、公共的なイベントや取組みのために、広告収入をその取組みの費用に充当する目的のものであれば、広告物を掲出することができることとしております。掲出にあたっては、事前に関係行政機関の意見を聞く必要があることとしております。

この意見を聞く場としまして、「公共的な取組費用に充当する広告物掲出審査会」を設置しており、広告物の審査のほか、広告物の基本取扱い方針、広告物掲出審査基準の策定等をしていただいております。

またこの審査会では、国家戦略特別区域法や本市のエリアマネジメント活動推進制度（通称B I D制度）に基づく特例で占用される看板等の広告物につきましても、審査いただきたいと考えております。

こちらの新たな制度について、簡単に説明させていただきます。まず、国家戦略特別区域法に基づくものですが、資料の国家戦略特別区域法の概要をご覧ください。

本法律により特区として認定された区域において、資料中段右にあります「国家戦略特別区域計画」が作成され、その計画に基づき、計画の下に記載がございます、規制の特例措置の適用や金融支援、税制による支援が行われます。関西圏においては、医療に関する特区の認定を受けており、資料3ページ中段の「国家戦略特別区域計画の内容」にありますように、多言語看板の設置などの道路法の特例占用が認められることとなります。

もう1つの制度である本市のエリアマネジメント活動推進制度については、資料の「エリアマネジメント活動促進制度の概要」をご覧ください。資料上段の右にありますよう

に、本制度においては、地権者などから分担金を徴収し、その分担金を補助金として都市再生推進法人に補助し、エリアマネジメントを促進しようとするものです。制度の実施にあたっては、TMOと同様、都市再生特別措置法の制度を使用しますので、特例による看板等の道路占用が認められます。これら2つの制度に基づく特例での看板等の審査を当審査会で行っていただきたいと考えております。

そこで事務局としまして、この審査会の委員として、奥会長を審査会会長に、あわせて、法律の観点から林委員にこの審査会の委員をお願いしたいと考えておりますので、ご承認いただきたく存じます。

なお、この審査会は審議会委員のほか、関係行政機関として本市の景観担当部署であります都市計画局都市景観担当、道路管理者及び屋外広告物許可に関する部署として、私ども建設局路政課、また、大阪府警からも交通部や生活安全部の方等が委員となっております。

本審査会は、新たな取扱い方針や基準を策定する場合等には、奥会長や林委員に参加をお願いしてご審議いただきますが、現在のところ、道路照明灯に設置するバナー広告等、既に基準などがあるものについての広告物を審査することがほとんどでございます。この場合は本市の担当部署や大阪府警などの行政機関にて審査させていただいておりますので、審議会委員として奥会長や林委員にご参加いただくことはないと考えております。

次に「大阪市屋外広告物審査会」についてですが、こちらは屋外広告物条例で定める広告物景観形成地区基本計画の円滑な誘導を図るため設置しているものです。

実際には、長堀通広告物景観形成地区と大川広告物景観形成地区について審査いただくこととなります。

事務局としまして、この審査会の委員として、奥会長を審査会会長に、あわせて、色彩関係を専門としご活躍されております岡本委員に審査会委員をお願いしたいと考えておりますので、ご承認いただきたく存じます。

議題の1つ目についての事務局からの説明は以上です。よろしくお願いいたします。

奥会長

説明ありがとうございました。ただいまの説明につきましてご意見やご質問、確認等ございましたらお願いいたします。

井上委員

審議会と審査会の関係で、最初にワーキングのような、とおっしゃいましたが、審査会で決定したことは審議会にはあげないということでしょうか。審議会では報告事項としてということよろしいでしょうか。

横山路政課長

基本的に部会と称していますが、それぞれの審査会で決定されて審議いただいたことについて、最終的には、おっしゃったように、それが資料の4にあります、これまで

の「公共的な取組費用に充当する広告物掲出審査会」というものと、2枚目の審査実績一覧表にある「大阪市屋外広告物審査会」というところが今までありまして、最終的にはこういった場でこのような審査実績等についてご報告をさせていただいております。

奥会長

私の方からの確認ですが、井上委員からお話がありましたけれども、今回事務局からの提案のありました本審議会の附属機関として、「公共的な取組費用に充当する広告物掲出審査会」と「大阪市屋外広告物審査会」という2つの附属機関を設けるということですが、実際の決定をするには、あくまでも上に審議会がありますので、審議会で決めたことに基づいて具体的な対応をするということであって、今回提案されました審査会から超えたこと、また、はみ出たことをしてしまうことはないということによいでしょうか。

横山路政課長

そうです。両審査会で例えば基準ですとか、今後の情勢に応じて方針を変えるといったような場合には、必ず本審議会でのご審議をいただいたうえで、その基準等を変えて、それに基づいておのおの審査するという、手続き的にはそういうことを踏みますので、ここでの議論なくして今の基準が変わるということはありません。ですから逸脱することもないということです。

奥委員

ありがとうございます。

横山路政課長

特にご質問がなければ次の議題に移ろうかと思うのですが、今ルールを説明させていただきましたエリアマネジメント活動促進制度、本市では既に昨年の4月に条例を設けているところですが、まだこれに基づいて活動している団体は今のところございません。それから、国家戦略特区についても新聞報道等でご存じかと思いますが、昨年、申しましたように医療ということで、大阪府全域が関西圏ということで規定されておりました、当然大阪市も含まれるのですが、医療の分野での特区ということであって、それと屋外広告物がどんな関係なのかということではなかなか見え難いのですが、資料にありますように、例えば医療関係のイベントであるとか、シンポジウムであるとか色々なことをされる時にバナー広告でそれを周知するとかということで、今までは道路上ということで認められていなかった広告をそれに限って認めさせていただこうという相関関係になっております。具体的にまだ申請があったわけではございませんので、申請がありましたら改めて審査会で諮っていかうと思っております。

以上、補足となります。

奥会長

他にはございますでしょうか。

それでは、議題 1 の屋外広告物審議会部会委員の選任については、審議会にて承認するというところでよろしいでしょうか。ありがとうございます。

続いて、議題 2 の「デジタルサイネージなどの動画広告の取扱いについて」に入ります。事務局から説明願います。

寺本担当係長

議題の 2 つ目としまして、事務局から説明をさせていただきます。資料 2 の「デジタルサイネージなどの動画広告の取扱いについて」をご覧ください。

現在の規制の現状としまして、本市の条例においてはデジタルサイネージなどの動画について規制を行っておりませんが、景観の関係においても一部の規制する地域を除いては掲出を認めているところです。

一方、道路上においては、屋外広告物条例の基準を満たすことはもとより、道路法の規制も受けることになり、本市で定める道路占用許可基準にも適合する必要があるがございます。この道路占用許可基準により、道路上においては点滅しないものに限ってのみ許可できるものとし、デジタルサイネージなどの動画広告については掲出ができないこととしております。道路下にある地下道や地下街、地下鉄などの駅施設においてもこの基準を準用しており、動画広告はできないものとしております。

しかしながら、近年の広告物の多種多様化により、地下街や地下鉄などの施設管理者から動画による広告を掲出してほしいとの要望が寄せられており、掲出を認めてよいものか検討課題としているところでございます。

一方で、地下にある私鉄の鉄道駅舎など道路法の適用を受けない鉄道用地においては、現在既にデジタルサイネージなどによる動画広告を行っており、通行支障やそれに起因する事故などは発生していないと聞いております。

本市交通局からも要望を受けており、次の実証実験の資料にもございますように、昨年の 12 月 8 日から約 1 か月程度、地下鉄梅田駅において動画の映像を放映する社会実験が行われたところです。

実験は大々的なものではなく、(3)の実験内容のとおり、1 分間の中で 15 秒の静止画の連続表示に続き、交通局の PR 動画を 15 秒だけ放映するものでしたが、人の滞留もなく、かつ駅業務に支障が出るものではなかったとの報告を受けております。

先の取扱いについての資料に戻りますが、以上の動画広告の要望に加え、災害時にはこれらを緊急避難情報等の伝達手段とできるのではないかとといった意見も出されているところです。

他都市においては既に道路占用を認め、動画による広告物の掲出ができるようになったところもございます。

以上のことから今後本市としては、まずは道路下において、道路管理上、交通管理上支障がないものでございましたら、動画広告を認めてまいりたいと考えております。さらに災害時には、動画による映像案内のほか、避難誘導を音声により行うことが効果的

と考えられることから、音声についても一部の箇所において社会実験を経たうえで、効果について検証していきたいと考えております。具体的な取扱いについては次の資料でございます。

まず、「道路上におけるデジタルサイネージの取扱い（案）」についてですが、設置場所を車両通行のない地下道、地下街、地下にある鉄軌道施設とし、表示内容としては、公共広告や商業広告及び施設等の案内及び災害時等における誘導案内に限定し、テレビ放映等、人が滞留するおそれのあるものについては不可としてまいりたいと考えております。また、災害時における放送等についても、必須ではないが努力目標として行うよう、許可条件に付す方向で考えております。

次に、同資料中の「音声放送にかかる社会実験（案）」についてですが、こちらは、音声放送にかかる交通支障の有無及び広告としての有効性について検証することを目的とし、実施を検討するものです。

自動車や自転車などの車両交通のない地下道、地下街及び地下にある鉄軌道施設を実施場所とし、期間については来年度以降で1年間程度を見込んでおります。

社会実験の実施者は各施設管理者の中から応募があった者とし、交通支障の有無及び広告としての有効性について検証してまいりたいと考えております。

説明は以上ですが、委員の皆様からのご意見についても反映したうえで、取り組んでまいりたいと思います。どうぞご審議のほどよろしくお願いいたします。

奥会長

デジタルサイネージなどの動画広告についての取り扱いについてということについて、ただいま事務局からご説明いただきました。何かご意見やご質問、確認されたいこと、感想でも結構です。

林委員

人が滞留するおそれのあるものということですが、これはどのような基準で滞留するかしないかということの判断が難しいと思います。ここで実験内容として、交通局の資料がありますが、USTREAMの配信をPRしたものということで、これはおそらく滞留しないだろうと内容からも思われます。そうではなくて、テレビ放映でなかったとして、ただの広告であったとしても滞留するおそれがあるものがあると考えられます。

例えば人気のある芸能人が何か出てきて喋っているであるとか、そういうものをどのような基準で検討していくのかというところを何か考えられていることがあれば教えていただきたいと思います。

横山路政課長

実際に今、林委員がおっしゃっているところが一番難しいところでして、内容として公序良俗に反するものは全く論外としまして、例えば何秒ぐらいならそれがいいのか、おっしゃったように人気のあるタレントとかを使ったものだったらどうなのかといったところがあるのですが、先ほど説明の中で、道路法の規制を受けない地下の施設という

ようなご説明をさせていただきましたが、まず基本的に道路下というのは、どこまでいっても道路法の適用を受けると、地下何階にいきましてもということになります。よくある例として、地下鉄の駅、例えば御堂筋線というものは御堂筋の下で、全部道路法の適用を受けるということになります。横に入って完全に道路法の適用を受けない、利用者の方からしたら全く同じように見える空間なんですけど、上からするとここから道路、駅施設の中に入りますと、事実上デジタルサイネージというのはもう実際ありますよねという状況だと思います。ところが、行政としましては法律の適用が違うということでその中でやはり今例えばテレビ放映ということで、ワールドカップであるとか、相撲であるとかじっと見ないとコンテンツとしては成立しないというようなものの以外の場合です、報告にもありましたように、事故というのは立ち止まってぶつかるとか、人がたくさん集まるだとか、事例は他市の例を見てもほとんどありませんので、基本的には個別具体の協議はさせていただきますが、よほどコンテンツでストーリー性のあるものをずっと流しますと言われない限りは、極力、方向性としては認めていけないのかと考えております。それから、もう1つはですね、これは実際府警本部さんともお話を、交通部の方ともこれに関しましてさせていただいているのですけれども、道路法の適用を受けるとことはすなわち車両が通らないのですけれども、道路交通法の適用も一部受けるところがございまして、要は両方とも、円滑な通行に支障のあるものというのは基本的にだめというのが大前提となっております、我々建設局が所管するのは道路法で、物を置いて人が通れないようなことにするとそれはだめですよということで、それはどけてくださいと、もう1つ、道路交通法で警察さんは交通管理者として人がそういうふうに溜まるとか、例えばよくあるのが署名とか、ゲリラライブとか、デモとか、一般的に物は置かないけれども、人が集まって通れなくなるようなのはだめですよと、その二方向からある意味規制をかけているのです。

ですから、昨年府警本部の交通部さんともお話をしまして、やっぱり人が集まってたくさんになりますと、やはり地下という空間もあって非常に危険性が地上の何倍もあるということなんで、テレビ放映とか、まずいですよねということなんです。

ですので、その両面から地下については、資料に書いております車両の通行のない、これは自転車も入りますけれども、地下街や鉄軌道、これはすなわち鉄道軌道施設ということなんですけれども、そういうところでまず、始めてみようということになっております。

ご質問の趣旨で言いますと、どのような基準なのかということとはですね、実は具体的に本日も実は提案させていただけないというところは、非常に漠然とした内容なんですけど、そういうところで個別具体の協議でさせていただきたいと考えております。少し長くなりましたが、以上です。

富田委員

現場の人間として、我々昔から交通広告といったものをさせていただいておりますが、その中で、人の滞留をさせるというのは広告効果にとってはいちばんいいところとなります。昔、阪急の梅田駅でラッキー池田という方に踊りをさせたことがあります。日曜

日だったので、ごった返してしまって、後で阪急さんにお叱りを受けたんです。先生、ご心配するのともわかるのですが、我々の経験則から言うと、まずいちばん最初に交通広告で注目させてやったのが、人気のポスター、たのきんトリオ、あれが第一弾なんですよ。それもポスター盗まれて、それをまた張り替えてと大変な作業だったんですけれども、お客さんにすればそれは大変反響があったということで、非常に喜んでいただいたんです。それで何か支障があったかという、と、滞留することはほとんどないですね。それで映像関係では、まず東京もたくさんやっておりますが、滞留することはまずないです。いちばん懸念されるのはワールドカップなどのスポーツの生放送などは間違いなくそれは滞留されますけれども、広告の映像では多分ないと思うんです。反対に実地でやっていたら、それで支障が出たらそこで規制をかけていただいていた方がいいと思います。基本的には大きな問題がないと思います。

横山路政課長

まさにおっしゃいましたように、広告というのはアイキャッチというもので、はっと目がいけないことにはその存在意義というか、やはりそれ自体があまり、そんな広告では逆にだめというふうになってしまうという一方で、滞留と言いますか、人が立ち止まってどうかということを我々としては、警察さん共々懸念するところではあります。おっしゃいましたように、実は我々も東京のメトロとかの事例をたくさんリサーチもしまして、はっきり言いまして、昔の街頭テレビみたいな人が集まってにっちもさっちもいけないということは起きていないという確認はしています。

ですので、先ほど申しましたように、基本的にはよほどのものでない限り、一定の基準は引かせていただきますが、こういう方向性で認めていけないかと考えております。

小伊藤委員

私もこの実験を見た時は、映像の中身がこれでは滞留は起きないだろうと思ってしまいました。実際に設置されているところでも問題は起きていないということの方が説得力があり、このような実験を根拠にされるとかえって結果を疑ってしまうという気がしました。動画の場合は中身が未定ということですが、今のお話では動画として流す中身についても、許可基準を設けて審査をされるということでしょうか。

横山路政課長

そうですね、実は他市の例でも色々と基準等、いわゆるコンテンツにつきまして、基本的にだめですよとはっきり明記されている場合もありますので、そういったことを参照させていただこうかと思っております。先ほど言いましたように、公序良俗に反するものというのはともかくとしまして、よく以前こちらの審議会でもありましたが、ポスターやバナー広告とかで、例えばテレビのゲームで、割と暴力を売りにしたものや、果たして青少年の健全育成の観点からいいのかとか、あるいはインナー、下着のバナー広告で、女性の裸体に近いようなものをどこまで出していいのかというようなことで、確か、ちょっと議論になったようなことが過去にあったように記憶しています。ですので、

まず何でもかんでもそれだと言った瞬間でだめというのではなくて、具体的には個別審査をしていかないといけないが、それには基準がないのでしょという話になれば、我々も非常に弱い立場になりますので、ある程度のところは一般的な規制というところが文言として今後考えていかないといけないとは思っております。

小伊藤委員

そういう動画が映されて、画面が設置された後に、色んな企業からの広告が出てくるのかと思います。その都度チェックされるのでしょうか。

横山路政課長

そうですね、基本的にはまず設置者、ここに書いていますように、地下道であれば当然我々が直になるのですが、もっぱら地下街とか駅の施設とか、これは交通局や私鉄を含めてなんですが、そこでまず基準を作っていただいて、当然我々がある程度のことを示さないといけないこともあると思うのですが、既に先行して、道路法の適用を受けない駅施設、例えば交通局等であれば、局独自で基準を作っておりますので、そういったところでまずフィルターをかけて、その映像を使いたいという業者さんであれば、ご依頼があれば、交通局としてはこういうものはちょっとだめなんですよとか、こういうふうにしてくださいと、まずはそこを一旦フィルターにさせていただきたいと、その場合には当然我々が交通局なり、あるいは地下街とか駅施設の管理者とも充分打合せをしたうえで、一定の基準を、どんなふうに作られているのかなど審査と言いますか、吟味させていただく必要が出てくると思います。

小伊藤委員

なかなか難しそうですねですけども、ここで音声の話としては、災害時の誘導に限ってということでしょうか。普通の広告でも音を出していいということでしょうか。

横山路政課長

そうですね、今正直、動画広告で音声を流している部分はあるんですね。ただ、実はですね、交通局とか私鉄さんでは本来の駅務業務というところでどれだけ支障があるかないかということを考えたうえで、例えば改札内ではあまり動画、音声を流さないとか、駅のホームそのものでは絶対に流しませんというような基準を設けておられるところもあります。例えば駅施設だからといって、改札から出たところが果たして音声があることによって何らかの支障があるかどうかというのは、各施設管理者でまず考えていただくということが一義的だと思うのですが、我々としましては一足飛びに音声までOKですよというのは、現時点では考えていないですね。

小伊藤委員

災害時の避難誘導にも使えるとのことですが、こういったものを掲示するかという具体的な計画案はあるのでしょうか。

横山路政課長

実は国でもこういった災害時の避難誘導を前提としたこういったものをつけるのに、何らかの補助制度があるということもありまして、最近、そういったことでお問い合わせも施設管理者からいただいているんですけども、例えば災害時にどのようなものを流すかという中身まではちょっとまだ何とも想定ができませんのですが、基本的には、その場合は災害時に、単純にテレビ放映でこういう地震が起きたとか、あるいは津波がこうなってますといったようなことを、ハード的にはテレビ放映を流すのは簡単なことだと聞いておりますので、そういったことを前提にデジタルサイネージとかテレビ画面そのもののような形で設置していただくことになるのかなと思います。

小伊藤委員

ぜひ許可と同時にそういったことも検討いただければと思います。

奥会長

その他はどうですか。井上委員どうぞ。

井上委員

色々な基準を設けてするということですが、今規制を受けていないデジタルサイネージとか動画とかがあって、それをいかに規制するかというのが悩みの種と聞いております。地下道という閉ざされた空間の中で、どのくらいの輝度にするか、点滅はどうするのかとか、そういう映像としての物理的な規制というのは考えておられるのでしょうか。

横山路政課長

技術的な、例えば輝度というような基準がありまして、ちょっと単位は忘れちゃいましたが、あるいはテレビ放映などでフラッシュバックするようなものはよくないというような一般的なところは、どこまで文言として盛り込むかというのはあるんですけども、現時点では民地内であるとか、ほとんど規制がない状態でありまして、先ほどから言っていますようにテレビ放映はだめですけども、じゃあその基準を守っていれば地下であれば地上と同じで基本的にいいのではないですかというようなご意見もございますので、今のところは特段の規制は、そこにかかる規制というのは具体的な数値としては考えていないですね。

井上委員

多分数値化というのは難しいと思うんですね。輝度、 cd/m^2 (カンデラパースクエア) と言うのですが、輝度にしても点滅にしても、おそらくどの自治体さんも数値としては提案できないけれども、眩しくないように、というようなことでしか記述できないので、今、駅前などの動画広告などは結構困っている自治体さんもおられます。

その辺り、そして閉鎖空間なのでやはり少し抑えた方がいいのかなという気がしま

す、という意見だけですけれども。お考えいただけたらと思います。

戸田委員

大阪府の戸田でございます。先ほどの井上委員の方からありましたが、デジタルサイネージの輝度ですね、大阪府も屋外広告物のデジタルサイネージ、どれぐらい規制をするべきか、眩しいであるとか、不快を感じるであるとかいった、 2000 cd/m^2 にするとか、それとも国際照明学会ですかね、 40 cd/m^2 とといった、確かに全国的な注目を受けたようでした、まあ点滅といったような、例えば金沢などでは望ましいというのですけれども、なかなか大阪府も非常に悩んでいるところでございます。それはちょっと余計な話なんですけれども、この今の地下道と地下街と地下にある動画広告について緩和してはどうかということなんですけれども、法体系的にどういう形で定められているのか教えていただけますか。大阪市の屋外広告物条例の許可エリアすべてなのか、禁止区域が4条にございますよね、道路とか。今回の分がどういう部分にあたって基準というのか、規則で定められているか、その辺りから今現在、許可基準というのはどういうふうにされているか、法体系とか規制基準みたいなものを教えていただければと思います。

横山路政課長

ご存じのように、本市の屋外広告物条例、施行規則、あるいはそれぞれの基準といったものもございまして、当初と言いますか、今も地上部においては特に道路に出てこない、いわゆる民地内にある壁面の看板につきましては、よほどのことがない限り、基準としては規制を設けていないところです。もちろん、大きさであるとか、窓をふさがないとか、ビルの横から出ないといった基本的なところはちゃんと規制をしておりますが、それとあと、審査会のところで一部ご説明しましたが、例えば長堀通でありますとか、大川が流れているところの両岸についても通常の大きさよりもちょっと小さい部分にして景観に配慮するといったようなことでの規制はしております。ですから、今言いましたような屋外広告物条例での規制と言いますのは、地上部において今のようなところになります。一方で、今まで地下というところは正直、道路の下は道路なんですと言って、道路法としては規制を受けるんですというご説明をしたところですが、地下については今まで、屋外広告物には基本的には当たらないというような認識といたしますか、そういう体系でやってまいりました。ただ一部、本市が直接管理しています地下道と言われるところにつきましては、地上と同じような規制を設けてきたところです。ですから、端的に言いますと、地下の道路の場合で、地下道と銘打って道路法の規定を受けないところは、道路の占用の基準も関係ありませんし、ましてや屋外広告物という規制も全く受けられないような面も当然ございました。それを今回、逆に屋外広告物としてのある一定の規制といたしますか、その枠をはめるということにあたって大幅にそれを緩和しましょうというのが今回のもくろみですので、今までどうだったんですかというご質問に対しては、特段の規制はございませんでしたというようなお答えになります。

戸田委員

許可の区域でもなかったということですか。

横山路政課長

そうです。

戸田委員

そしたら今度はそれを許可の区域にするということでしょうか。

横山路政課長

それをするかどうかという事実上、屋外広告といっても問題は感覚的にはないと思うのですが、今まで事実上屋外広告には当たらないという認識で我々もやってきましたので、許可をするということすなわち、屋外広告物としてですね、それを規制していこうという、ただ規制していこうということでも、がんじがらめではなくて、その対象としますけれども緩いといいますか、緩和するという方向性でいけないのかと考えております。

奥会長

ありがとうございました。他にご意見はございますか。

橋寺委員

今回は地下道、地下街、駅といった限定したところでやってみるということですが、ほとんど基準とか、数値的とか何も基準らしきものがないと思うのですけれども、これは限定されているから事業者とかがある意味数えられるくらいが対象になるということでしょうか。

横山路政課長

そうですね、事実上、場所でいわゆる広告枠というのでは限られると思います。今現在地上におきましても特段、先ほどお話のありました輝度での規制はやっておりませんが、点滅は規制しております。大きく分けますと3つのところにそのまま当てはめるといったような言い方になります。

橋寺委員

地下ではないのですけれども、都市景観の方で、デジタルサイネージ、駅のところでというのが決まったではないですか。それとの関係はどうなのですか。

横山路政課長

確か昨年、所管は都市計画局というところになるのですが、元々、先ほどは屋外広告物条例の枠内でお話をしたので言わなかったのですが、景観法で、本市の景観条例に基

づきまして、都市計画局が一定の路線や地域については、我々でいうところの道路法の適用も受けない、それから先ほどのおおまかにご説明しました壁面につけられる看板については特段の規制がないんですが、景観の観点から規制をしているんですね。それを昨年、難波とか御堂筋の両側とかの一部地域で規制を緩和しました。

橋寺委員

それは屋外とか地上の話で、今回これは地下なので一緒とは思わないのですが、やってみようという時にはそんなに厳しい規制の枠組みではなかったと思いますので、面積ですとかつけていい高さであるとか、ある程度の色んなことを考えてあったと思うんですね。それは地上と地下とは違うので、一緒である必要はないと思うんですけども、そこである程度混まないかとか、目に悪くないかとか、防災上あるいは安全上の観点から考えたうえで、全然ないというのも何か、同じ大阪市なのにと、まあ委員会も審議会も違いますから、当然とも思うのですが、そんな感じが印象としてしました。

横山路政課長

実は屋外広告物条例では、例えば大きさが壁面の3分の1以下だとか、地上ですと規制を色々設けているのですが、地下でも同じく、道路占用というような、道路の下は道路という基本がございまして、道路法の適用を受けるとすると当然、道路法に関する許可というものがなくなってきますので、その観点で、例えば物理的に今は技術革新で非常に薄いものでも壁に埋め込んだら通行に支障もないというのがありますが、ちょっとそれが装飾にして前に出てくるようなものとかであれば、これはもうだめですという、そういう両方の観点から規制を、物理的なところはかけていきたいなと思っています。委員がおっしゃいましたように、地上でこの地域は規制されているのに景観法、景観上の関係で、たちどころに地下に行った段階で何でもありとは言わないですが、その規制がないのですかという、多分都市計画局の規制も地上に関する面だと思いますので、地下の景観というのは想定していないので、我々としてもそこはちょっと連動しないのですけれども、ただ何らかの規制はここに書かせていただいていることとか、あるいは道路法の観点からも規制をかけていきたいとは思っております。

橋寺委員

音声放送にかかる社会実験の最後のところで、検証内容のところですが、そこで、交通支障の有無、それから広告としての有効性、例えば具体的にまだどういうものをもって有効性を測るのか案はないのかもしれませんが、もしありましたら少しご紹介いただけますか。

横山路政課長

まず、交通支障の有無というのは、先ほど来ご説明していますように、音声があることによってですね、人が果たして滞留するのかとか、何らかの通行支障があるのか、単純に言うと今まで事故がなかったのか、そういうことを想定しています。広告というの

は、一種の有効性というのは、例えば普通にテレビコマーシャルのように音声を何でもOKにするのかといった形とかで放映した場合、音の大きい小さい、あるいはそれによって何かがあるのか、もしくはそこに広告を出そうとされている方からすると、先ほどの輝度のお話ではないですが、音声はこれぐらいないと全然聞こえないとか、広告の有用性というか効果としては非常に費用対効果の面からもあまり効果ないというようなこととか、何らかの広告事業者の声とかいったことを総合的に検証した、実験した内容をお聞かせいただいた後に考えていけないかとも考えております。

ですから、音声あるなしにせよ、例えばロケーションによるのかもしれませんが、何とかここに広告をつけたけれどもあまり効果がなかったのかとか、それが音声によるものなのか、どうなのかはわかりませんが、そういったことを総合的に一年ぐらいかけて最終的に一緒にご意見とかもお伺いできたらいいかなと思っております。

橋寺委員

その検証というのは難しいのかもしれませんが、おおよその、例えば数値の範囲でもって、騒音ではないですが、広告音声ですから、ざわざわしているところで無理かもしれませんが、今の検証だと自由記述方式っぽい検証方法になりますね。

そういうもうちょっと明確な検証というのは今のところ計画されていないのでしょうか。

横山路政課長

例えばですね、1年経って具体的にお聞かせいただくとしたら、広告主さんなのか広告業者さんなのかということに限られてくると思うのですが、委員がおっしゃいましたように、単純にうるさいなとかいうことになりますと当然、そこを普段利用されている方から何らかの苦情とか、なかなか建設局にダイレクトに入ってくることは難しいと思うのですが、例えば駅でしたら駅の、ビルでしたらビルの管理者の方に入ってくると思いますので、そういったことは地下道、地下街、地下にある鉄軌道施設ということで、それぞれの施設管理者に対してですね、当然こういうことをやりますというようなお話を、協議もさせていただきますので、その際に、委員がおっしゃったようなこともですね、それに対して苦情があったのかというようなことも事前に声として取っておいてほしいと言うのは可能かもしれません。どこまでいっても自由記述方式になるのか、ほんとにうるさいなという声がたくさんあがりましたら、これはさすがに広告の中身云々ではなく音声として、大きすぎたんじゃないとか、それを今度、何らかの規制をしますとか、広告としての本来の目的を果たせないからとか有効性につながるのではないのかなというふうに考えます。

小伊藤委員

音声については一般広告もおっしゃいましたが、実験は一般の広告に適用していくということなら、地上で行うのですか。

横山路政課長

地上ですね。一般といいますと？

小伊藤委員

音声を出すのは避難誘導時ということでした。今議論されている広告というのは一般、つまり民間の広告を条件付きで許可するものということかなと。

横山路政課長

はい。基本的には行政としても一定許可せざるを得ない部分もあるのかと考えるのですけれども、技術革新が進んで普通に音声が街中でも流れているというのが当然ありますので、それを単に音声だから絶対だめです、というような規制は今後やはりしづらいということになりますので、やはり一定の避難誘導とかといったことを義務付けられるかは今後の検証しだいなんですけれども、そういったことを併用して、こういったことを一定の範囲の中で流すことは可能なかなと、始めていけるきっかけとなるのではと今ちょっとお答えはできないのですけれども。

小伊藤委員

具体的な検証の話もそうですけれども、実験すると言われても何をどう実験するというのが全然分からなくて、例えば音量もどのくらいにしたらどうだったとか、本当にちゃんと検証できるのか、どういう場合だったら許可するのか、許可されるにあたっては、もう少し具体的な基準、コントロールの手段等、きちんと検討された方よいかなと思います。今のままだったら何でもOKとなりそうな気がしました。

奥会長

ありがとうございます。他には。

はいどうぞ。

井上委員

昨今の技術革新に対応するために色んな情報を提供したいということですが、その方向性自体を私は特に反対するものではないのですが、そういうふうと考えていくと、人間の五感に訴えるものすべてということになってきますので、例えば温度であるとか、匂いであるとか、その前を通ると花の匂いがするとか、涼しいとか暖かいとか、そういうところまできつと要求されると思うんですね、広告主の方は。

今後すぐにではないかもしれませんが、でもやはり五感に訴えて人を導くということを実践していくところは世界的に見ればありますので、そういうところも視野に入れて、やっぱり規制なしの許可というのが、何度も繰り返しますけれども、デジタルサイネージですね、一般の、あちこちにありますが、その苦情をもたらしめていると思いますので、要求を突きつけられた時にどういう対応をしようかということもご準備なさってもいい頃なかなと思います。

富田委員

広告主さんもやっぱり自分のところのお客さんに対して、親近感を持っていたかないといけなかなと、その辺りの配慮をものすごくされていますよ。だから先生がおっしゃるように、例えば香りなんかだったら既にありますよ、広告で。銀座駅でやったんですけれども。押すことによって匂いが出てくるんです。化粧水なんかの、香水なんかの。まあ自分が選択してその匂いを嗅ぐとかね、あるいは音でも、真上に、ご存じと思いますが、メトロさんが、この部分しか聞こえないという形で、ものすごく外の人には音声が伝わらないか、そういう形、その辺りの配慮はされていると思うんですよ。それと、渋谷なんかの駅では、音がかすかに聞こえますよね、雑踏だから聞こえないんですが、結構音を出してはるんですよ、渋谷なんかは。だから僕自身は音なんていうものね、あっちもこっちもされるとうるさいんで、あんまりよくないんじゃないかなと思うんですけれども、ただ、屋外広告物でもそうなんですけれども、メリハリをつけていただきたいなと思うんです。静かな住宅環境のところ、屋外広告バンバンやるとか、デジタルサイネージつけるとかはやっぱり住んでいる人にしたら不快感を与えるんだろうなと思いますけれども、雑踏といたら変ですけれども、猥雑といたら変ですけれども、街というのはきれいなところと、男といたら怒られるかもしれませんが、そういった部分を好むところも当然ありますので、その、結構繁華街なんかについては緩めるというか、またそれによって人が集まってくると、特に道頓堀の辺りを見ているものすごいすよね、グリコさんの看板なんかはいい悪いは別として、成功した1つのケースと違うかなという感じもしていますので。だから規制ありきではなくて、メリハリつけていただいて、規制のところ、緩和のところをつけていただくのがいちばんありがたいと思っております。ちょっとこれはあくまでも意見です。

横山路政課長

今、地区で色々と緩和している、今おっしゃいましたグリコの看板というところは道頓堀の川に面したところは、まさに大幅に規制を緩和している地域なんですね。逆にビジネス街であるとか住宅街というところは、場合によったら普通よりも、これも先ほど言いました景観の観点で規制しているところもあります。ですから、これを今後、非常に細分化して、どこまで地図を見渡して、ここはこうという一律にどこまでできるのかといった、この道路を規制すればというのがいいのかという非常にそこら辺は屋外広告物と景観といったものはそれぞれ法や条例でも密接に関係していますので、都市計画局との担当部署とも実は昨年来こういうお話をしながら進めていっているところです。自治体によっては一緒にされているところ、大阪府さんは屋外広告物と景観は一緒にされていると思いますが、たまたま大阪市は別の部署になっておりますので、なかなかすっといかない部分も正直にございます。それでおっしゃったようなことも当然、認識はそれぞれの部署でしておりますので。

奥会長

ありがとうございます。他にございますか。

色々なご意見をいただいたんですけども、大阪市さんの方ではデジタルサイネージの方向を考えていこうというスタンスで、委員の方からいただいた意見は、具体的な許可の基準についてどういうことを考えておられるのかというような話だったかと思います。1つは滞留しているしていないをどう判断するか、デジタルサイネージについてのコンテンツ、中身の問題のチェックをどう判断するか、それから物理的な明るさ、輝度、そういったものはどの範囲までにするのかとか、画面の展開の速さであるとか、ひょっとしたらさらに大きさなんかも関係してくるのかもしれないのですが、そういう点をどのように考えているのですかというご意見だったかなと思います。もう1つは法体系の中でどう考えていますかとか、屋外広告物審議会の範囲の中でもありますけれども、先ほど事務局がおっしゃいました景観法であるとか、法が及ぶ境界の部分での関係があるかと思いますので、その辺のところは一般の人から見たら分かりませんので、これは景観法なのか、これは屋外広告物法なのか道路法にかかるものなのか分かりませんので、もっとトータルで見ていると思いますので、その辺の関係の話であったかと思います。音につきましては、今後も社会実験していくというようなことなのですけれども、それに対するご意見、アドバイスなどがあったかと思います。どのような実験をされていくのか、その検証の仕方であるとか、最後の方になってくると、視覚、音だけでは限られなくなってきているのではないかと、五感の話もいただきました。一方、もう既に東京などでされている五感の話について、事例も紹介していただきましたし、非常に指向性の高いスピーカーがあるので、ある一定の範囲だけで聞こえることができるとか、色々技術の進歩があるので、その辺のところをも考慮したこれからの実験の内容なども考えていただければどうかと、これは私の意見なんですけれども。

今回の審議会では、まず、道路上にデジタルサイネージという取り扱いについて検討して、ある基準を設けたうえで許可していくと、認めていこうという方向について承認していかどうかというのを聞きしたいと思うのですけれども、いかがでしょうか。

よろしゅうございますでしょうか。ありがとうございます。

具体的なことにつきましては、さらに今後検討していただきまして、お願いいたします。それでもし決まってきましたら、この審議会にあがってくるのでしょうか。それはもうお任せになるのでしょうか。

横山路政課長

このような場で、もう一度お集まりいただくか、ご意見等反映した結果、このようになりましたとかご連絡させていただくとか、一旦考えさせていただきますでしょうか。

奥会長

せっかく色々なご意見をいただきましたので、どのように対応されるのか、あるいはしたのか、というフィードバックを委員の方に何らかの形でしていただくということでお任せします。

ということで、この「デジタルサイネージなどの動画広告の取り扱いについて」は、審議会として承認とした形とさせていただきます。

どうもありがとうございました。

林委員

素朴な質問なのですが、今地下の話をしていましたよね。地上でこういう議論になる可能性というのはこれから先あると思うのですが。

横山路政課長

現時点でもご要望等はお聞きしています。

林委員

今はとりあえずそれは一律に禁止を、許可しないという形ですね。

横山路政課長

はい。特に道路にかかる、道路占用にかかる分につきましては、やはり我々もそうですし、警察さんとの協議も今しておりますが、基本的には現時点では認められないというふうにしております。

林委員

いつかその議論はどこかで出てくる可能性はあると思っておいていいのですね。

横山路政課長

そうですね、まだそんなにたくさんのお声ではないですけども。

林委員

分かりました。

奥会長

どうもありがとうございます。もう最後に言い残したこと等ございませんでしょうか。よろしゅうございますか。そうしましたら、これで本日の議事については終了させていただきます。ありがとうございました。

引き続き、報告については事務局の方から進行をお願いいたします。

横山路政課長

続いて、会長からありましたように、一般事務報告ということでお配りしておりますが、このご説明を簡単に説明させていただきますのでよろしくお願いします。

寺本担当係長

一般事務報告についてご説明をさせていただきます。

(資料3に基づき説明)

続いて、資料の4をご覧ください。先ほども出てきておりますが、審査会の実績であります。公共的な取組費用に充当する広告物掲出審査会の審査実績でございます、ご覧いただいたら分かるのですが、ほとんどすべてがバナー広告によるものとなっております。続いて次の大阪市屋外広告物審査会の審査実績一覧でございますが、こちらについては先ほどもありました長堀通と大川の広告物景観形成地区に広告物を掲出する場合は、事前に審査をすることになっております。一覧のとおり、すべてが長堀通となっております、結果として大川における審査実績はございませんでした。以上、簡単ではございましたが、報告については以上とさせていただきます。

横山路政課長

ただいまの報告につきまして、何かご質問等、ございますでしょうか。

奥会長

大変興味深い資料で、一般事務報告の方でございますけれども、大まかな傾向を見ますと、お答えしていただかなくて結構なんです、1ページで言いますと、この表の方で、広告塔・広告板の次の電柱等については、平成25年に向かってずっと少なくなっておりますし、3ページ2の①広告物条例適用の取締状況ですが、平成21年から25年に向かってずっと下がっておりますし、平成25年においては一桁代の5件というように下がっております。4ページの3、①除去枚数で、はり紙が平成21年では46万、それが平成25年には8万に下がっております。というように、広告物についてはずっと低下傾向に、非常にいい傾向かと思うのですが、これには何か理由などあるのでしょうか。

山内道路管理適正化担当課長

私の方から、ある程度除却実績、4ページにありますように、簡易なはり紙、はり札、立看板につきましては、効果が上がってまいりまして、件数が減っているとは理解しております。平成21年度から25年度で非常に減っておりまして、そういう効果があるかと思われま。いちばん最後のページにございますように、かたづけたいという市民の方、ボランティアで、今現在、団体数は減っているのですけれども、所属の個人の方が減っていつているのですが、非常に頑張ってくださいまして、そういった市民団体の協力によることでもございますし、またここには書いておりませんが、ある地域でゆめまちという取り組みを行っておりまして、商店街であるとか、地域の方々、商店街の方々、それから学生さん、高校とか中学校の生徒さんたちと一緒に、駅前の商店街等の道路上の違反広告物、簡易なもの、それから道路上のごみ、放置自転車、そういったものをセットで、エリアで片づけていこうといった取り組みも、啓発としているのですけれども、基本的に成果が上がっているというふうには理解しております。

横山路政課長

以前私もその担当をしておりまして、資料にも色々あるのですが、ボランティアの方、市民の方のご協力と、我々職員でやっているのと、その他ここに書いております、国道

事務所とか、あと定期的に指導に行くんですけども、その際は各所轄警察署の方と一緒にいきまして、警察からもかなり強い指導をやっているのもありますので、除却と啓発という両方でいっているのがだいぶ効果を、私もう7年いるのですが、当時に比べますとかなり減ってきているのが、それだけ効果が、継続的にやってきているのが上がってきているのかと思います。

奥会長

どうもご苦労さまでございました。

戸田委員

大したことではないですが、3ページですね、取締状況ということで、屋外広告物適用数というのは、例えば軽犯罪法というのが屋外広告物条例という検挙が、普通勸告命令ですよ、検挙というのがどういうふうな流れというのが分かりますか。

川合担当係長

この7件といいますのが、具体的な詳細のエリアは分かりませんが、大阪府警察が現行犯で取り締まりをしたものでございます。ですので、実際どこといいますのはこちらでつかむことはできませんが、先ほどの違反広告物の件とも連動いたしまして、やはり貼ることが少なくなっていることから、現行犯逮捕も減ってきていると考えられます。

井上委員

資料4で教えていただきたいのですが、資料の最後の長堀通のところで壁面広告がたくさん掲げられていますけれども、大阪市では壁面広告というのは、窓の中にあるものの規制はどうなっているのでしょうか。

寺本担当係長

窓の中というのは屋外広告物としての取り扱いはしておりません。審査対象外になります。

井上委員

窓の中というのはどんなふうにしてもいいと。それは取り締まる方向に今後あるのですか。

横山路政課長

基本的には屋外広告物法に準拠して、条例を制定しておりますので、今のところ内側に貼られた分の規制というのは予定はないです。おっしゃっているのは窓の内側から外に向けてというものです。

井上委員

そうです。きたないないつも思っております。

横山路政課長

屋外広告物条例上はそれを規制するような規定がございませんので、現に事業者の方にお配りをしておりますものにつきましても、それは対象外ですとお知らせしているような状況です。

井上委員

分かりました。見る方にとっては同じ広告なので、先ほどあったように色んな条例を総合的に考えないといけない一例ですね。どうもありがとうございました。

横山路政課長

その他、ご質問等ございますでしょうか。特にございませんか。

本日は色々ご議論いただき、貴重なご意見の数々をいただきまして、ほんとうにありがとうございました。特にデジタルサイネージ、地下における分ですとか、音声による社会実験とか、かなり具体的なアドバイス等も頂戴いたしましたので、今後、基準あるいは方向性をどのようにしていくかについてきっちりと反映をさせられるようにもうちょっと中身を形にしたいということでございます。先ほどお話ししましたように、これをどのようにフィードバックさせていただくというようなことについても一旦預からせていただきまして、また改めてこの場になるのかどうかというとちょっと分からないのですが、ご連絡を差し上げたいと考えておりますのでよろしくお願いいたします。

それではこれもちまして、本日の審議会を閉会させていただきたいと思います。

どうもありがとうございました。