

第 43 回大阪市屋外広告物審議会 会議録

日 時 : 令和 2 年 2 月 28 日 (金) 10 時から 11 時 30 分

場 所 : ヴィアーレ大阪 5 階 アレグロ

出 席 者 : (審議会委員)

奥会長、岡本委員、井上委員、橋寺委員、阿部委員、今井委員、
高見委員、川邊委員、土屋委員、三崎委員、久保委員

(大阪市側出席者)

・建設局

平田管財担当部長、石川管理課長、乗上適正化担当課長、

利岡管理課長代理、沼口担当係長、関谷担当係長、白石係員、比嘉係員

(石川管理課長)

ただ今から、第 43 回、大阪市屋外広告物審議会を開会いたします。

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 総務部 管理課長の石川でございます。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。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。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。飲食又は喫煙をしないでください。携帯電話などは、受信音等をださないでください。写真撮影、録画、録音等は行わないでください。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。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、退場いただく場合がございます。

それでは、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、議事録作成のためご発言を録音させていただきますので、ご了承ください。

次に、本日ご出席の委員の方々をご紹介いたします。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。

私から見て左手中央から奥会長でございます。会長の右隣りが井上委員でございます。続いて阿部委員でございます。続いて会長の左側にまゐりまして岡本委員でございます。続いて橋寺委員でございます。私から見て右手に参りましてスクリーン側から今井委員でございます。続いて高見委員でございます。続いて川邊委員でございます。続いて土屋委員でございます。続いて三崎委員でございます。続いて久保委員でございます。また、福田委員、悦委員におかれましては、本日所用のため、ご欠席でございます。

次に、当審議会の事務局を担当いたしております、建設局の出席者を紹介いたします。建設局管財担当部長の平田でございます。建設局適正化担当課長の乗上でございます。建設局管理課長代理の利岡でございます。建設局管理課担当係長の関谷でございます。同じく担当係長の沼口でございます。同じく管理課の白石でございます。同じく管理課の比嘉でございます。

それでは、管財担当部長の平田より、ご挨拶申し上げます。

(平田管財部長)

大阪市建設局管財担当部長の平田でございます。委員の皆様方におかれましては、年度末を控えご多用中にもかかわらず、また、新型コロナウイルスが世間を騒がせている中、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。

大阪市内でも、イベントが中止となったり、マスクをつけた人が増えるなど、街中の様子も変化しているように感じますが、発症された方の早期回復と、少しでも早く収束することを願いたいと思います。

さて、昨年度の審議会においては、「屋外広告物に関するガイドプラン」で指定する地区や、新幹線の沿線にかけていた規制のあり方について様々なご意見を頂戴し、これを踏まえて昨年4月1日から、取扱いの変更を行いました。変更から1年近く経過しましたが、規制緩和による混乱やトラブルもなく、新たに広告物を設置することができるようになった新幹線沿線での掲出申請も少しずつですが出てきております。

本日の審議会においては、道路上の動画広告、いわゆるデジタルサイネージの取扱いについて、委員の皆様のご意見をちょうだいできればと思っております。

昨今、大阪市内の中心市街地を歩いてますと、地上地下問わずいたるところにデジタルサイネージが設置されているのが見受けられるようになってきました。設置に関する申請や協議も年々増加しておりますが、道路上へのデジタルサイネージへの設置となると、原則禁止が基本スタンスというのが現状であります。

一方では、昨年知事や市長が参加し、都市機能の効率化や大阪全域の住民サービスの向上を図るために、先端テクノロジーの活用について意見交換がなされるスマートシティ戦略会議において、道路上の観光案内板などの公共サインへのデジタルサイネージの積極的な導入についても議論が交わされており、デジタルサイネージは、未来の大阪をデザインするにあたって、必要不可欠なコンテンツとなっております。

そこで、デジタルサイネージを含む屋外広告物のあり方については、規制と緩和のバランスのとれた施策を検討する必要がありますので、景観担当部局と連携を図りながら御堂筋などの景観上重要となる場所への必要な規制について検討を進めるとともに、今回の審議会では現在原則禁止としている道路上の動画広告について、規制緩和の観点から検討を進めたいと思います。

今後、2025年に開催予定の万博への機運が高まるにつれて、屋外広告物の掲出はますます増加し、また掲出媒体も多様化してくることが予想されますが、賑わい創出と景観形成とのバランスのとりながら、前例に固執するのではなく、あるべき屋外広告物行政について検討してまいりたいと考えておりますので、皆様方のご指導、お力添えを賜りますよう、お願いを申し上げます、簡単ではございますが、挨拶にかえさせていただきます。

(石川管理課長)

それでは、これからの議事進行につきましては、奥会長にお願いいたします。

(奥会長)

まず、本日の出席状況につきましては、委員数13名のところ、11名の御出席をいただいております、大阪市屋外広告物審議会規則第6条第2項に規定しております半数以上の御出席がございますので、本審議会が有効に成立していることをご報告いたします。

(奥会長)

それでは、これより議事に入りたいと思います。

昨年度は屋外広告物に関するガイドプラン及び、新幹線沿線の屋外広告物禁止区域について審議し、規制の緩和に向けてご意見をいただき平成31年4月1日から取扱いが変更されています。今回は、道路上の動画広告の取扱いについて、特にデジタルサイネージの掲出に関する現状・方針の説明をいただき、内容について審議したいと思います。

それでは、建設局から「道路上における動画広告の取扱い」説明願います。

(関谷係長)

それでは、道路上における動画広告の取扱いについて、説明いたします。お手元の資料にそって説明させていただきます。

まず、概要ということで、今回の議題の趣旨を説明させていただきたいと思います。

冒頭の部長挨拶でもありましたように、LEDディスプレイや「プロジェクションマッピング」等の技術的進歩に伴いまして、広告掲出の許可の受付けをしている私たちの窓口でも、屋外広告物としての動画広告に関する協議は年々増加しているように感じております。

動画広告の掲出につきましては、民地内で掲出する場合、屋外広告物条例上、動画広告を想定した許可基準はなく、壁面看板等を設置する際の許可基準を準用しておりますが、一方で、道路上の動画広告の掲出については、道路に突出する看板を「点滅しないものであり、かつ、静止しているものであること。」としているため、突出看板以外の道路上の広告物についても、動画広告は原則不可としています。

この道路上というのは、地上部分だけでなく、道路法のかかる場所であれば、その地下

にあたる部分についても一律で動画広告は不可という取扱いをしていたのですが、平成27年に地下鉄等の施設管理者からの動画広告の設置要望を受け、車両交通のない地下部分での切替広告の掲出を許可し始めており、現在は、地上部においても、部分的にデジタルサイネージによる切替広告の掲出を認めつつあるという状況です。

デジタルサイネージについての議論は、規制の観点と緩和の観点との双方からの議論が必要であり、一方では明るさやコンテンツなどについて必要な規制を設けることが求められますが、他方では、デジタルサイネージの特性であるリアルタイムでのコンテンツ変更やタッチパネルの機能を活用して、多言語対応や災害サイネージとして付加機能を備えることで、防犯、防災、観光といった行政施策上のニーズに応えることも可能であるため、道路上でのデジタルサイネージを、一律禁止するのではなく、一定の要件を満たす場合には認めていくことも可能ではないかと考えております。

そこで、今回の審議会では、道路上での動画広告の取扱いについて、規制緩和の観点から検討をしたいと思っております。

まずは、動画広告の掲出をすることができる広告媒体にはどのようなものがあるのかということ、次のページに記載しております。大きく分けて3種類あげていますが、一つ目はデジタルサイネージでこれは、液晶ディスプレイ、LEDビジョン、有機ELなどのディスプレイを設置して、そこに映像や文字を表示するものです。

次に、投影広告物ですが、いわゆるプロジェクションマッピングで、これはプロジェクターを用いて、建築物の壁面やスクリーンに映像を投影するものです。前の画面に映しているのは、昨年12月になんばのマルイの壁面に、映画のプロモーション映像を投影したもののなのですが、これは向かい側の高島屋にプロジェクターを設置しておりまして、道路を跨いで投影することを認めた初めてのケースとなりますので紹介させていただきます。

次にメディアファサードですが、建築物の表面にLEDなどの光源を設置して、色や明るさを変化させて、映像を創り出す照明演出で、前の画面に映しているようなものです。単なる光の羅列等の場合には広告物には該当しませんが、企業名やロゴ等を表示する場合には広告物に該当する場合もあるため、継続的に表示される場合には屋外広告物としての申請が必要となる場合があります。

次にデジタルサイネージに関する大阪市の規制状況を説明いたします。次のページをご覧ください。

まず、屋外広告物許可に関する規制についてですが、冒頭で申し上げたとおり、屋外広告物条例にはデジタルサイネージや動画広告に関する規定はなく、壁面看板等を掲出する場合の許可基準を準用した取扱いとしておりますので、敷地内であれば、他の法令等による規制や設置基準等、クリアするべき制約はありますが、基本的には動画広告の掲出ができるということになります。ただし、御堂筋や中之島等の景観上の重点届出区域として

指定されている地区については、都市計画局の策定している要綱に、デジタルサイネージに関する大きさや色彩等の誘導基準の設定があるため、設置に際しては都市計画局との事前協議をする必要があります。

次に道路占用物件にかかる規制についてですが、まず、道路上の工作物に添加できる広告物として、突出看板や電柱添加看板、バス停上屋看板などの道路占用許可基準に定めているものを認めており、道路上に突出する看板に関する許可基準で「点滅しないものであり、かつ、静止しているものであること。」としていることから、突出看板以外の物件についても、動画広告は原則的には認めていません。 とはいうものの、道路上においてデジタルサイネージを活用した広告が一切できないかということ、そういう訳でもなく、関係部署や警察との協議をしたうえで、静止画の切替りに限定したり公共広告に限定したりしながら、認めているケースもあるというのが現状です。

次のページで、これまでの動画広告の掲出の変遷を確認していきたいと思います。

まず、平成 27 年以前は、道路法の適用を受ける道路区域内の広告物については、地上部分も地下部分も、また動画も静止画も、デジタルサイネージの設置は認めておりませんが、ディスプレイ技術の進歩に伴い、安価に設置できるようになってきたこともあり、地下鉄の事業者からデジタルサイネージの設置要望がありましたので、検討を進めることとなり、平成 27 年 2 月の屋外広告物審議会において審議したうえで、「車両交通のない道路下の地下道・地下街・鉄軌道施設」において、道路管理上、交通管理上支障とならないものに限り、掲出を認めていく方針とし、平成 27 年 3 月に鉄軌道施設内で、平成 31 年 3 月には地下街において切替り広告を認めております。

動画広告については、令和元年 7 月から地下鉄の施設内においてのみ認めはじめましたが、これは、道路区域以外の地下鉄敷地において、先行して動画広告の掲出がされており、安全性についても検証済みであったのと、新たに設置する場所についても、安全管理が徹底されることや、通行阻害とならないことを確認したうえで認めたものになります。

地上部分については、平成 30 年に経済戦略局が観光案内板の設置をするにあたり、その維持管理費用に充てることを目的として、観光案内板にデジタルサイネージを活用した広告を掲出することを認めております。設置場所が車両通行を制限している道路であったことから、交通管理上の支障も少ないということで、切替り広告のみにはなりますが、商業広告の掲出も認めております。これが地上部の道路部分におけるデジタルサイネージとしては、初めてのものになります。

平成 31 年 4 月からの停留所の上屋やバス停標識については、大阪メトロの実施している地下鉄今里筋線の延伸を検証するためのバス運行の実証実験の中で行っているものな

のですが、車両通行への影響が少ない歩道面に向けたもので、公共広告のみの切替り広告を試行的に認めたものとなります。

以上がこれまでの経過になります。次のページに現在、広告物を設置することができる道路占用物件を列挙していますので、ご覧ください。

こちらは、地上、地下に分けて、設置物件を列挙しており、それぞれ占用者が誰か、広告物掲出の目的、デジタルサイネージの許可状況を記載しております。

具体的なイメージをしてもらいやすいように、前のスクリーンに設置物件を映しながら説明いたしますので、ご確認お願いいたします。

まず、電柱ですが、左側の写真が巻付けタイプで右側の写真が突出タイプと2種類のタイプが設置されています。次ですが、左側の写真がバス停上屋広告でチャネルの広告が付いているのと、右側が照明式バス停留所標識でマクドナルドの広告がついているものがございます。

次が、先ほど説明した大阪メトロの実施している地下鉄今里筋線の延伸を検証するためのバス運行の実証実験の中で行っているもので、今里筋において平成31年度から実施しています。赤線で丸を付けている部分がデジタルサイネージになっており、区役所からのお知らせなどの公共広告のみですが認めている例となります。

次が、消火栓標識添加看板で、消火栓と書かれた表示の下にぶら下げる形で広告物が付いています。その次がアーケード添加看板の事例で商店街ごとに形や意匠は異なりますが、統一してつけられている看板となります。

次に、経済戦略局が道頓堀に設置している観光案内板で、盤面の左側がデジタルサイネージ広告になっており、5秒ごとに切替るようになっていきます。広告により得られた収入は、観光案内板の維持管理費用にあてられています。

次が、道路照明灯へのバナー掲出の事例で、御堂筋の道路照明灯には現在はレイヴィトンの広告が掲出されており、広告費用をもって、地域の駐輪対策や清掃活動にかかる費用を補う仕組みになっています。

最後に、これは地下鉄の駅の乗り換えのコンコース上に設置されているもので、動画広告の掲出も認めている事例となります。

引き続き前のスクリーンで、他都市における道路上のデジタルサイネージの設置に関する先行事例を紹介させていただきます。

まず、道路上にある観光案内板ですが、名古屋市、横浜市をはじめとして、富山市、鹿児島市、川崎市、広島市など多くの都市では、車両通行のある道路区域の歩道上への設置が進んでおり、観光案内板としての役割に付加する形で、フリーWi-FiやUSB電源などの機能を備えています。また、商業広告を掲出することで、観光案内板自体の設置や維持にかかる費用や周辺道路の清掃費を賄えるような仕組みになっています。

次に、バス停上屋やバスロケーションシステムに添加している看板をデジタルサイネージ化している事例で、東京都や北九州市で実施されています。時刻表の拡大や多言語対応により、外国の方や高齢者にも見やすい表示ができるようになっていています。東京都では社会実験として、動画広告を掲出し、運転者にアイマークレコーダーという視点の動きを確認するカメラを装着させて、広告物が運転者に及ぼす影響を確認しますが、検証の結果としては、動画広告であっても動きがゆるやかであれば、運転者への影響はないという評価がされていると聞いています。

次が、電柱に添加している広告物でデジタルサイネージではないのですが、画面左側は2017年に豊田市で実証実験として設置されていた電子ペーパーと呼ばれる媒体で、こちらは内部照明があるわけではなく、発光はしないのですが、切替りで広告を表示することができるものになります。天気予報、地域のイベント情報、ニュースなどの配信がされており、地域住民からは好評であったとのこと。交通に与える影響の評価はしていないようですが、電子ペーパーに起因する交通事故やトラブルなどはなかったとのこと。

右側に表示しているのがエミライトという商品で、内部に設置されたLEDがアクリル板を照らすもので、意匠変更はできないものになります。こちらは名古屋市など多数の自治体で実際に設置されており、街灯の少ない暗い場所では、照明としての役割を備えた商品もあり防犯にも寄与しているとのこと。

最後に、国土交通省が実施している実証実験で、現在まさに実験中のものなのですが、これは、無電柱化された道路の歩道上にある変圧器にデジタルサイネージを設置するものなのですが、道路の占用許可基準の一部緩和と路上変圧器への広告掲載を解禁するという視界に入れたもので、広告費を取り入れながら、防災情報や観光情報等を提供することにより、官民連携で運営できるデジタルサイネージの実用化を検証する。ということを目的に賛同する自治体を募集しているものになります。

現在、東京都港区、さいたま市、岐阜市で実証実験中とのこと。

このように、デジタルサイネージの設置を肯定的にとらえ、これまで広告掲出を禁止していた道路路上においても、公的な役割と広告掲出とのバランスをとりながら、防犯、防災、賑わい創出など、安全安心で活気のある街づくりを目指そうとする動きが、国や、紹介した多くの自治体でもあることから、大阪市でも、先行事例における行政上の課題なども踏まえながら検討を進める必要があると考えております。

次に、先行的に実施している自治体や、事業者へのヒアリングを基に、デジタルサイネージを設置することによる、行政上のメリット・デメリットや課題、事業者のメリット・デメリットを記載しています。

まず、事業者側のメリットとしては「省スペースで複数の広告掲出が可能」「意匠変更が工事不要で容易」であるといったことや、「リアルタイムで意匠変更ができる」というスピード感のある広告掲出ができるということ、また「時間帯による広告内容の変更が可

能」であるといった流動的に広告内容を変更することで効果的に運用できるといった声や「広告収入と公共貢献が同時に実現可能」「LEDの消費電力が低い」「多言語対応」が可能、明るくて目立つなどの声があります。

一方、デメリットとして、「初期費用がかかることや、いたずらなどで壊された場合には修理費用がかさむこと」が懸念される他、デジタルサイネージは、亚克力板へのLED内照と異なり、サイネージ自体には意匠がなく、黒いボードでしかないので、昼間にも電気を使用する必要があり、LEDの消費電力は低いものの、紙媒体では電気使用がなかったことを考えると、昼間に電気代が発生するといった声があったり、また、システムのメンテナンスや維持管理やコンテンツの切り替えなどのノウハウがない場合には、外部に委託するなどの管理費用が必要となってくる場合もあるとのことでした。

次に、行政上のメリットにうつりまして、一つ目に記載している「災害時等の情報伝達ツールとして等リアルタイムの情報発信が可能であること」で、スクリーンにイメージを映しているのですが、朝の通勤・通学時間帯は交通安全を流し、駅付近では駐輪対策などを流したり、また夕方の小学生が帰宅する時間帯には防犯対策を流したり、どこまで実現可能か分かりませんが、行政と連携することで地震などの災害時には避難所誘導や海拔表示を流すことで、適切に避難所まで誘導ができるといったことも考えられます。

次に挙げている「夜道の照度確保による防犯効果」ですが、これも前の画面イメージのようなもので、広告面の下にLED照明が付いており、暗い道などでは街灯のかわりとして夜道を照らすことができるもので、名古屋市や豊田市などで実際に防犯対策もかねて設置されているものになります。

資料に戻りまして、その他には、「多言語対応、Wi-Fiなどの付加機能による観光施策」への活用が検討できたり、と防災、防犯、観光施策の多方面にわたって効果的に運用することが期待できると考えております。

次に、行政上の課題になりますが、「住居地域などでは、夜間の照度に関する規制が必要」「ドライバーの視点誘導など交通管理上の支障とならないよう設置場所に関する規制が必要」であることと、コンテンツ・静止画・点滅・音声、等の規制を設けた場合にどのように規制を守れているかチェックをするのかということが大きな課題となってきます。

こちらに関しては大阪市としても、慎重に検討する必要があると考えておりまして、まず一つは占有者自らが内部取扱い規定を作成し、それを順守することを条件に許可を検討したいと考えております。

また、一度にオール大阪の道路上のデジタルサイネージをすべて規制緩和の対象とするのではなく、公共的な役割をもった物件の維持管理を目的に広告掲出をしているもので、行政に近いところでチェック体制も機能しやすいと思われる物件に限定した取扱いとしたいと考えています。

まず、内部取扱い規定についてですが、規定に盛り込む事項の例を次の7にあげており

ます。

大きく4つの項目に分けているのですが、1つ目が「設置場所・設置方法の考え方」で、道路管理上、交通管理上の支障がないような設置方針となっているか、景観への影響について考慮されているか、安全性に問題がないかという視点です。

2つ目が、「表示方法の考え方」で、色彩・輝度・コントラストなどが不快感を与えないものとなっているか、静止画に限定した広告物となっているか、切替り間隔や音声に制約を設けているかという視点です。

3つ目が、「官民連携・災害時の考え方」で、防犯、防災、地域情報・災害時にどのように情報発信などを行うか。また、行政と連携した情報発信を検討している場合はその手法などを記載いただくイメージです。

4つ目が、「表示内容（コンテンツ）の考え方」で、人権侵害につながるものや、犯罪を助長するような表現など、社会的に不適切な広告物やスポーツ中継などの人が滞留するようなコンテンツが掲出されないようになっているかという視点です。

これらの項目について、内部での取扱い基準を作成し、チェック体制を構築のうえ、基準を守れるということを条件に許可を認めていければと思っています。

また、先ほども申し上げた通り、一度にオール大阪の道路上のデジタルサイネージをすべて規制緩和とするのではなく、行政に近いところでチェック体制も機能しやすいと思われる物件に限定した取扱いとしたいと考えています。

次に今後の方針（案）をご覧ください。

道路区域内でデジタルサイネージでの切替り広告できる具体的な物件として、公共的な役割のある物件ということで、電柱、バス停留所標識、照明式バス停留所標識、消火栓標識、観光案内板を検討しています。

こちらは、それぞれ、物件本体の占有者が関西電力、NTT西日本、大阪シティバス、大阪市消防局、経済戦略局であり、現に占有物件の適切な維持管理をするための広告掲出を認めている占有者となりますので、規定を作成し、それを順守することや、本市への定期的な報告をしていただくなど、許可をするにあたって適正な管理がしやすい事業者であると考えております。

新たに切替り広告を認める物件としては、電柱添加看板と消火栓標識で、バス停上屋、バス停留所標識については、実証実験として区役所からのお知らせなどの公共広告しか認めていなかったものを、切替り広告の静止画であれば商業広告まで認めることとしたいと考えています。

また、観光案内板については、先行事例としては、車両侵入を禁止している道路で実施していましたが、今後は、新たに占有許可をする際の基準を定めたいうえで、車両通行のある道路の歩道上への設置もできるようにしたいと考えております。

また、地下部分については、鉄軌道施設内ではすでに動画広告の掲出も認めております

が、特段通行上の支障やデジタルサイネージに起因した事故や事件などもないと聞いておりますので、地下街や地下道においても動画広告の掲出を認めていきたいと考えております。

最後になりますが、表の一番下の部分にアスタリスクで記載している部分で、大阪市全域の統一ルールとしては今説明させていただいた物件について、条件を整えばデジタルサイネージによる広告掲出を可能としながらも、景観上の規制のある御堂筋や中之島などの重点届出区域については、景観部局と連携をしながら引き続き調整をしていく予定です。

説明としては以上となりますので、説明の中で分かりにくかった点や、ご意見などちょうだいできればと思います。

(奥会長)

はい。どうもありがとうございました。事務局からの説明は以上でございますが、今の説明につきまして、またこの資料の内容等につきまして、ご意見、ご質問がございましたらお願いいたします。

(井上委員)

照度に関する規制が必要ということでしたが、これは住宅地域だけ考えていらっしゃるのでしょうか。

(関谷係長)

実際は商業地域と住宅地域とで明るさの規制に差をつける必要があるかもしれないのですが、まだ具体的なデジタルサイネージの設置事例とか、苦情内容というのが把握しきれていませんので、今後、デジタルサイネージの設置が進む中で、苦情や要望があれば、住居地域で輝度を抑えることを検討する必要があるとは思っています。

現時点では、全域的に過度に明るくならないということを条件にと考えています。

過去にも、デジタルサイネージの動画広告ということではなく、LEDの内照式などで明るすぎるという声がありましたが、その時には、環境局で光害の担当をしている窓口がありまして、そちらと連携をしながら指導をしているという状況で、引き続き同様の取扱いをしながら、規制を設ける必要に迫られた際には、その時に検討したいと考えております。

(井上委員)

その規制を考えられるときに、ご配慮いただければと思う内容といたしまして、照度に関する規制と言っても、どこの照度なのかでまったく変わってきますし、広告の大きさによっても輝度が一緒でも周囲への影響は変わってきますので、総発散光束量、光をどれだ

け放射しているのかというような、そういう規制方法を考えていただきたいと思います。そういった明るいものは誘惑性がありますので、ドライバーにとって、周囲が明るくていい面もあるのですが、直視してしまうと、目の感度がものすごく悪くなってしまうので、視線を元に戻した時に、しばらく物が見えなくなってしまうようなことがありますので、輝度とか光束というような観点でご検討いただけたらいいのかなと思います。

(関谷係長)

ありがとうございます。参考にさせていただきます。

(阿部委員)

ちょっと説明で良く分からなかったところの確認ですが、内部取扱い規定については、例えば電柱であれば占有者は関電とか業者ですよね。それに対して広告を載せるのは個別の企業だったりする訳ですよね。関電ではなくて、広告出したい民間事業者が載せると思のですが、そうするとその場合に、内部取扱い規定っていうのは、関電が定めて、関電がその広告を掲出する業者に守らせるという形になるというのか、それに対して、大阪市は基本的にはその電柱占有者との関係で規制を行うのか、それとも、広告掲出者との関係で規制を行うのか、その関係の整理というのがちょっと見えてなかったので、ご説明いただければと思います。

(関谷係長)

具体的には、電柱に関しては、本体の占有者は関西電力で、広告の掲出に関しては関電サービスが取り纏め、関電サービスがすべての関電柱につけてる広告をまとめて申請してくるという形になっています。関電サービスの社内で、取扱い規定というものを作っていただいて、広告内容等をチェックするようなイメージとっております。

(阿部委員)

個別業者が規定を定めるという訳ではなくて、関電サービスが定める。

(関谷係長)

そういうことです。

(土屋委員)

まさに今おっしゃっていただいた関電サービスの立場で発言させていただきます。電柱広告の取扱はすべて私どもが、実際取付けていただくのは広告代理店などの各業者がいらっしゃるんですけど、私どもが取り纏めたうえで、大阪市にお出しするという形で取

り扱っておりますので、ここにお示しされました内部取扱いの、まだよく目通しできていませんけれども、趣旨はよく分かっておりますし、こういうのを定めて、無秩序な形にならないような歯止めをかけつつお客さんと調整することと考えておりますので、ご説明のとおりでよろしいかなと思っております。ちなみにNTTさんの電柱はまたNTTさんで、私どものような取り纏め業者さんがございますので、安心していけるのではないかなと思います。

(阿部委員)

もう一つ、今の点に関して、例えば、静止画でも動画でも切り替えとかで災害時には防災情報を掲出するといったような場合に、コンテンツの切り替えというのは今のお話だと関電サービスが責任もって、関電サービスの判断で行うのか、それとも個別の掲出主体が判断するのか、その辺はどういう形になるわけですか。

(土屋委員)

具体的な話になりますので、まだ実際にいわゆる関西電力の地域では、こういう事例はないんですね。電柱広告に関しては、1件他府県の市の中で、デジタルサイネージの実証実験をやった例はあるんですけど、基本的にはまだこれからやる話なので、ですから、先ほどの内部取扱いもきちんと定めたいというところだと思いますので、ちょっとまだ今言われたようなところは、コンテンツはどうだとかですね。あるいは商業広告と公共広告を織り交ぜながらというところが味噌だと思いますのから、そういうのはどうするのか、というのは、また個別の中でご指導いただきながらという話になるのではないかなと思います。

(関谷係長)

これから協議を進めていく中で決めていく話にはなると思うんですが、デジタルサイネージを付けるにあたって内部規定を決める中で、災害サイネージについての考え方を決めていく、その中で実際の切り替え作業は誰がするかということであれば、関電サービスさんで切り替え作業をしてもらうと思うのですが、コンテンツをどういったときに何を流すか。といったのは、大阪市の部局の中でも危機管理室というところが窓口であったり、例えば防犯対策であったら府警本部さんとかに窓口があります。そういったところと連携しながら、内容を決めて、どういった内容をどういったときに流しますっていうのを規定に書いていただいたうえで、進めていくということになるかと思えます。

(井上委員)

ここでの検討事項ではないかもしれないのですが、災害時の情報伝達ツールとして、デジタルサイネージが非常に有効であるというのは、よく分かるんですけども、災害が起き

たときに、ハード的なところが分からないんですけども、これはどういう状況でも機能するのでしょうか。

(関谷係長)

製品にもよるのですが、予備バッテリーを備えた商品もあります。災害時には予備電源に切り替えて、自動的にコンテンツが流れるようになっていう、外から操作しなくても自動的に操作できる商品が開発されているように聞いています。

(井上委員)

災害時に、そういう情報伝達ツールとして使うものは、ぜひそういう機能を備えておいていただきたいですし、それから、その内蔵された情報じゃなくて、リアルタイムで行政から情報を送りたいということがあると思うのですが、そういうことって災害時に機能するのでしょうか。

(石川課長)

他都市事例ですが、NHKのニュース番組に切り替えて、その放送を流すという形での災害情報の提供をやっておられるところがあるので、そういう手法もあるのかなと思っております。

(井上委員)

先ほどこの委員会の検討事項じゃないかもしれないって申し上げましたのは、そういう災害時の情報伝達ツールとして、あまりデジタルに頼りきらないで、色々なものを用意しておいていただきたいなということをちょっとお願いしたいと思いました。

(阿部委員)

災害時に関しては、基本的にはスマホが使える状況であれば、多分すぐ使うと思うのですが、逆に、まさにスマホが使えるような形式のものにすると、乗っ取りの可能性も当然出てくる訳ですよね。そうするとサイバーセキュリティのような発想でもって、デジタルサイネージが第3者に乗っ取られて、とんでもないものが掲出されるという可能性を防ぐようなセキュリティの確保というのも、すごく大きな課題となると思うんですけど、その辺も基本的には業者さんの内部規定のようなもので定めるというようなことでよろしいんですか。

(土屋委員)

そこまでは全然考えに至っておりません、逆に私どもの範囲を超える話だとも思いますし、リアルタイムでとなると、多分通信の問題が出てきますので、そういうものを組み

込むのかどうかということは、実証実験がないと難しいと思います。

電柱広告に限って言えば、先ほどお示しいただいたような初めに決めたコンテンツをあるサイクルでモードを切り替えるというようなものがまず想定されると思うので、例えばJアラート機能で、有事情報を流すなどの機能を備えるのであれば、実証実験などでの検証が必要だと思います。

(阿部委員)

ただ、将来的にはIOTの高度利用という観点からしたときに、高度に利用しつつセキュリティを確保するということが必須になってまいりますので、そういう方向を見据えて考えていただきたいなという気がしております。

(土屋委員)

今日スライドで見せていただいたように、他都市の事例が色々ございますよね。ぜひ、またこういう場でもご紹介いただいて、おっしゃっていただいたような様々な取組みもなさっているのじゃないかと思っておりますので、大阪市は事例がまだこれからですので、今後の課題という風に思います。

(関谷係長)

通信方法とか災害時にどういう取扱いをしているのかというのは、他都市事例を収集しながら、そういったセキュリティというものも確保できるように、取り組んでいきたいと思っております。

(三崎委員)

基本的なことなのですが、今回の内部取扱というのは、あくまで屋外広告物の許可に関する内部取扱で、道路占用のことではないのですか。

(関谷係長)

基本的には道路占用の話になります。道路占用をするにあたっての許可ということになります。屋外広告物としても申請が必要なので、どちらにも関連することにはなるのですが、あくまでも道路上に広告を掲出する際の観点です。

(三崎委員)

ということは、先ほどの関電さんの話でもそうなんですけども、電柱の占用許可と、屋外広告物をそのうえに作ったりするときの占用許可もいって、かつそれに対する屋外広告物の許可も必要で、どちらかというとその道路占用許可をするときに、色々内部規定とかでコントロールしていく、そういった理解でよろしいでしょうか。

(関谷係長)

そういうことです。屋外広告物の方は、先ほど申し上げた通り民地内というのは、今もデジタルサイネージが既に設置されているのですが、内部取扱い規定までは求めていません。あくまで道路上にデジタルサイネージを設置する場合に限っての話ですので、占用許可の中でみていくことになります。

(三崎委員)

分かりました。あと最後の今後の方針のところ、道路占用許可の中でやっていくということだと思うんですけど、その前に7のところでありました内部規定がありますよね。それはちょっと下の※印を読みますと、今後この方針でやるときに上の7のところも、今後決めていくという形なんですか。今後のスケジュールとかこれを今後の方針として出されてどうされるのかなと思ひまして。

(関谷係長)

こちらでは内部取扱い規定にどこまで盛り込んでいただく必要があるかっていうのは、協議のあったものを横並びで見て、足りてないところとかを補足しながら、流動的に扱っていかないといけないとは思っています。今後の進め方としては、今回審議会でご意見いただいて、あと交通管理者である警察とか景観部局である都市計画局とかとも、引き続き協議して、それぞれの意見がまた出てくるかと思ひますので、それを取りまとめたうえで、どこまでこういった取扱いでやっていくかっていうのを、内部で決裁をとったうえで、関係者、占用者の方に個別で連絡をしていくという形になると思ひます。スケジュールでいつまでというのがあるわけではなくて、今後の展開を見定めるために、意見を聴かせていただいているというところです。

(高見委員)

屋外広告物を道路上においた場合の話、デジタルサイネージが敷地内にあって、自立看板ですか、そういったものに関しては、デジタルサイネージの許可方針というのは定められるのでしょうか。

(関谷係長)

現在のところ、今は敷地内の分については、許可が増えており、先ほど少し話が出た照度というところで明るすぎるといふ苦情があったりはするんですが、その他の構造的なところであるとか、安全面というところの問題は今のところは課題としてあがってきてないので、民地内については、現状ではこれまでどおりでいこうかと思ひます。

今後さらにデジタルサイネージというものが一般化されてきて、もっと規制する必要が出てきたときには、屋外広告物条例の中でも規制を設けていく可能性はあると思ひます。

ていますので、それはまたその時に検討したいと思っています。

(高見委員)

輝度に関しましては、機械の中に内蔵されてる、そういったセンサーで機能の調整が可能ですので、その中でもその、輝度の範囲を、例えば商業地域ですとか住居地域において、ある程度規定の中で納まるような形で、昼間でも暗い場合もありますし、夜でも明るいとこであればどのような輝度にするのかっていうのは設定することは可能かと思います。

(川邊委員)

今話を踏まえてなんですけど、点滅の話も先ほど出てまして、名古屋の事例で7秒間をとめていたら、運転者に対して違和感がなかったという事例があったんですけど、そういう風に動画と切替り画の違いですよ。それが今ちょっと曖昧なので、動画はだめだけど、切替りはいいと、では切替りはどういうのが切替りでどれが点滅なんだという規定がないんで、その辺で我々業者も結構困っている部分があるんです。クライアントさんに説明するときも、例えば道頓堀とかの場合、今、結構動画じゃなくて切替り画になってきてるんですよ。というのも、みなさん動画みないんですよ。あまり、で、切替り画でしたら結構見に来て、クライアントさんも納得していただいて、そういう風に増えてきてるんですよ。その切替りが10秒なのか5秒なのか、それは点滅として見るのか、その規定というんですかね。考え方というんですかね。その辺を示していただきたいなと思います。

(関谷係長)

他都市の事例を見ていると、だいたい7秒から15秒っていうところが多いです。で大阪市の道頓堀のところは5秒っていうのでやってるんですけど、実際、静止画も早くしていったら動画になるということと思うんですけど、これは5秒とか空いてるのであれば、基本的には静止画として認識されると思っています。あと、静止画だけど横にスライドしていくとか、ズームされてとかは基本的に動画になるのかなと思っています。設置基準として具体的に定めていくことについても、検討したいと思っています。

(奥会長)

他にはよろしいでしょうか。私の方から少し確認なんですけど、7番の内部取扱いの規定の主体者はどこまで、どの範囲を含むのかということなんですけど、先ほどお話を聞きますと、関電サービスさんの話が多かったのですが、それ以外のバス停であるとかについても、同じ内部取扱いが適用されるというようなことなんでしょうか。

(石川課長)

バス事業者さんが、広告を掲出されるので、バス事業者さんの中で、取扱いを決めていただきます。

(奥会長)

それはまた、関電サービスさんとは別途ということ。

(石川課長)

それぞれになります。今、動画とかではないんですけど、バス停に掲出される広告の内部規定っていうのは、一応バス事業者さんには定めてもらっています。こんなコンテンツは出しません。っていうレベルで規定は定めていただいています。

(奥会長)

そうしますと、大阪市さんとしては、それぞれ関電さんはこんな内部取扱いです、バスの方はこんな取扱いです、といったときに、じゃあこれがお互いに公平で辻褄があっているかという調整はどのようにされるんですか。

(関谷係長)

横並びで調整すべき事項があれば、当然盛り込めてないところは盛り込んでもらう必要がありますし、社内で独自で設けておられるルールというのがありますので、すべてが横並びである必要はないと思っています。こちらが想定しているもので、漏れているなというものが把握できたときには、別途追記してもらってっていうのが、具体的な対応になってくるかと思います。

(奥会長)

それは、あらかじめ決めてるっていうことではなくて、出てきたのを見ながらっていうことでしょうか。

(関谷係長)

はい。実際は見ながら進めていこうと思っています。

(奥会長)

ということなんだそうですけれども、何かご意見はございますでしょうか。よろしいでしょうか。他にはよろしいでしょうか。特に資料のうちの先ほどお話に出おりましたのは、6番、7番、8番というところかと思いますが。

(土屋委員)

今後、市の取組みとして、BRTの社会実験の類の、広告も絡めたような社会実験を、万博やスマートシティのような話の中でするのであれば、そういうところに、デジタルサイネージの屋外広告の取組なんかもうまくリンクしていければ、先ほど具体的な実務的な話になりかけましたけれども、私ども電柱広告の方も実際経験ゼロなんです。ですから、この内部取扱いを作るにしても、どのようなものを想定するのかまだ持ち合わせていませんので、逆にクライアントやスポンサーあつての広告であるのも事実なので、まだ経験値がありませんし、バス停の方はまだ少し経験値が実例としてあるように、今日説明があつたように事例もこれから出てくるのかと思うんですけど。

(関谷係長)

今、具体的に実証実験でやっていくという場所があるわけではないのですが、経済戦略局が観光案内板の再整備というので、デジタルサイネージを活用して観光案内と設置費用を民間の広告で賄うような仕組みを検討している中で、具体的に設置するにあつての取扱いの基準というのが、議論されることになると思います。

今後の方針として、電柱や消火栓標識やバス停については、切替り広告の掲出を認める方向と書かせていただいているのですが、いきなり全面的に解禁とするのではなく、どこかで実証実験をしてというステップが必要になって、その中で実際の取扱い規定の精度を高める過程が必要な可能性もあると考えています。

(土屋委員)

先ほどスライドでも、東京でありますとかさいたまの国土交通省の実証実験などもご紹介いただき、色々これからも出てくるのではないかなと思いますし、観光の切り口でありますとか、自動運転とか、あるいはスマートシティとか、そういう中で我々も実証実験として商材として扱えるような場面があればいいのではないかなと思います。

(奥会長)

よろしいでしょうか。いただいたご議論といたしましては、規制のことについては、住宅地域などの地域の話と、明るさ、輝度の問題と、切り替えと動画との判断の基準が欲しいというようなお話がありました。それと、災害時のことについて、それがどのように機能していくのか、つていうようなことについて、通信のあり方について検討してほしいという話があつたかと思ひます。それから、7番の内部取扱いにつきましては、これから考えていくということなので、それを考えていくためにも、今後の方向としては、まだ経験が十分積まれていないので、できれば、社会実験であるとか、試行とかされと、その経験を踏まえたうえで、取扱いの規定も確定していくという方法はいかがか。という意見があつたかと思ひます。そういうところかなと思ひているんですが、付け加えや訂正などはご

ございますでしょうか。

では、そのように取り纏めさせていただきます。この意見を踏まえまして、今後の道路上の動画広告のあり方について、検討していただくようお願いいたします。どうもありがとうございました。

本日の議事については、以上で終了となりました。引き続き報告については、事務局から進行をお願いします。

(石川管理課長)

次に、報告についてであります、「一般事務報告」のご説明をいたします。

(沼口係長)

一般事務報告についてご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。いちばん右の欄が平成30年度ですが、広告塔・広告板は7,445個、電柱等(消火栓添加を含む)は1万1,740個、その他の広告物(車体利用等)は3,278個となっており、合計は2万2,463個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30年度は、アドバルーンは61個、広告幕は22個、立看板・広告旗、0個、はり紙・はり札は0個となっており、合計では83個となっております。

なお、簡易広告物の場合でも一般広告物同様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30年度の検挙数は、2件、2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30年度の検挙数は、6件、5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30年度は、1万7,906件です。

5ページの②の違反広告物除却実施距離の合計は、1万9,481kmとなっております。続いて、6ページの置看板等の取締り状況ですが、平成30年度については③の置看板等の指導勧告は、2,710件、④の除却は、27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、令和2年1月末現在で、大阪市での登録総数は3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1,089件となっております。なお、大阪府での登録総数は、1,645件となっております。

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31年4月1日現在では、①の認定団体数は119団体、②の認定活動員数は2,107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きていることから、年々減少しておりますが、平成 30 年度では、2,100 件の撤去を行っていただいております。

一般事務報告は以上でございます。

(石川管理課長)

一般事務報告について、何かご質問がございますでしょうか。

(井上委員)

2 ページのアドバルーンが、簡易広告物で急激に増えてるんですけども、これは何か流れがあるのでしょうか。

(関谷係長)

大阪城公園の太陽の広場で開催されているメーデーに関する申請なのですが、5 月に開催しますので、同じ年に当該年度分と翌年度分の申請が出たため 2 件分の件数になっています。

(井上委員)

分かりました。何か世の中が変わってきているのかと思い質問いたしました。

(今井委員)

平成 29 年度だけ、立看板、広告旗というのが、11 件というのがありました。後はほとんど、はり紙とか立看板が減ってきている中で、なぜ突出しているのか教えてください。

(関谷係長)

立看板、広告旗については、グランフロントで相撲のイベントがあったときに設置があったもので、突発的に出てきたものです。

(今井委員)

はり紙、はり札等が引き続きゼロ件ということは、トレンドじゃないということか。

(関谷係長)

それもありますし、はり紙、はり札などで敷地内に掲出されるものについては、7 m²以下のものは、大阪市では適用除外となるので、申請が必要ではないためです。

(阿部委員)

4 ページと 5 ページで除去件数がどんどん減ってるというのと、5 ページの除却実施距

離が H28 年をピークにかなり減ってるという、この関係なんですけれども、そもそも、違反物件が少なくなってるから除却をする必要がなくなっているという望ましい話なのか、それともそうではなくて、除却実施エリアが少なくなってるから、見逃される違反広告物が多くなってる可能性があるのかというのを、事務局として何か認識があればおしえていただければと思います。

(沼口係長)

まず、はり紙やはり札というのはそもそも件数として除却の枚数は減ってきております。原因としてはそういうアンダーグラウンド的なのが全てネットの方に移行しておりますので、今までよくあった金融などのはり紙等は減ってきております。実施距離については、工営所実施のものによる除却状況はブロックを定めて、そのブロック内の違反広告物があるかどうかというのを、パトロールして回るっていうのを、これまで別でやっておった部分っていうのをあるんですが、違反広告物の減少に伴って、それに特化した取り組みっていうのは現状取り組んでいないところもあります。そのうえで、日常のパトロールの中として違反広告物の発見に努めるものをピックアップしたものが距離としてあがってきますので、通常の日常パトロールで例えば道路工事の際に違反広告物を見つけました、取りましたというのは、この実施距離の中には入っておらないっていう部分もありますので、そういう意味では、特化して除却に行くのがなくなったって意味合いで捉えていただければと思います。

(石川管理課長)

他によろしいでしょうか。

それでは、本日は、熱心なご議論をいただきありがとうございます。

今後は、取りまとめていただいた審議会のご意見を踏まえて、本市の景観部局である都市計画局や交通管理者である大阪府警本部との意見交換を重ねながら、道路上のデジタルサイネージの取扱いについて検討を進めてまいりたいと思います。

それでは、これをもちまして、本日の審議会を閉会とさせていただきます。

ありがとうございました。