

重点届出区域におけるデジタルサイネージ等取扱要綱の見直しの視点（案）

I これまでのデジタルサイネージの取扱い

- 景観計画では、地域特性を活かした重点的な景観形成方策を推進するとして「重点届出区域」を定めている。
- デジタルサイネージについては、時間や場所に応じてコンテンツを配信できる可変性などの特性を有する一方、夜間景観への影響、激しい動きや原色を多用した動画によるまちなみへの影響などを課題とし、景観計画広告物基準において、重点届出区域（国道2号地区を除く。以下、同様。）については掲出を禁止している。

⇒「にぎわいの形成」や「まちの魅力向上」といったデジタルサイネージの設置効果を踏まえ、その効果が期待できるエリアをモデル区間として設定し、第3者組織の意見を聞きながら個別協議によりデザイン性の高いものへと誘導を行うことを目的に本要綱を平成26年度に制定[※]した。（参考1）

（※制定当初は美観誘導路線を対象。景観計画変更に伴い移行。）



III デジタルサイネージの近年の動向

- 大阪市内において、地下街等を中心に街中でのデジタルサイネージが増加する状況であり、国内市場の動向からも、今後、急速にデジタルサイネージの拡大する状況が伺える。
- これまで主であった交通広告に加え、建築物や空間デザインとして、高級感や独創的な演出、アイキャッチ効果を期待する商業施設での導入が増加し、デジタルサイネージの可変性を活かした他社公告の掲出もみられる一方で、ビルのフロア案内、メニュー表示といった従来からの屋外広告物のデジタル化も進む状況も伺える。
- また、歩行者との距離が近く視線に入りやすい設置状況の中、激しい動きの動画コンテンツが掲出される状況も見られる。



II モデル区間の検証

【誘導実績の振り返りと今後の展開】

- 中層部（大阪駅前地区）
（事後協議における審査結果の状況、及び大阪駅前地区運営委員会における運用に係る利点・課題の確認）
- 低層部
（重点届出区域外への設置・掲出状況の分析、設置に係る相談実績）

【検証結果】

（中層部）

- 4年間の誘導実績を踏まえると、デザイン性の高いものへと誘導を図れており、景観への影響が大きいものについてはコンテンツ管理等の仕組みが重要。今後の展開においても継続するとともに、一定の実績をもって第3者組織の関わりを見直すなど、手続きの見直し含め検討が必要であること。
- まちの魅力情報の掲出等によるエリアマネジメントの取組との連携、災害時の情報発信など「まちの魅力、利便性向上」に寄与されていること。

（低層部）

- 誘導実績が無いものの、区域外のデジタルサイネージ設置状況を踏まえると、今後の展開にあたっては、空間特性を考慮した協議対象地区及び設置基準（大きさや位置等）の検討が重要であること。
- 相談実績等から、第3者組織への意見聴取といった手続き等へのハードルがあった点を踏まえ、手続きの見直し含め次の展開の検討が必要であること。

IV 取扱要綱の見直しの視点

モデル区間の検証及びデジタルサイネージの近年の動向を踏まえ、周辺景観への影響が大きいとして個別協議によって誘導するもの、また、重点届出区域の景観形成上、影響が小さく協議の簡素化を図れるものという視点で、それぞれの誘導基準に係る見直しを行う。

（モデル区間の取組継承）

良好な景観形成という目的実現のための枠組み・仕組み等の継続

現行要綱の目的である、「良好な都市景観形成に資する」ものへと誘導を図るため、次の枠組み及び仕組みを継承する。

- 視対象と視点場を考慮した、協議対象地区及び設置基準の枠組み。
- 事前・事後協議に係るコンテンツ管理や、景観への影響が大きい場合の地域との連携及び第3者による評価の仕組み。

なお、主要ターミナル及びその周辺沿道を対象にした「にぎわいの形成」といった要綱の目的について、デジタルサイネージの普及状況を踏まえ一部見直す。

（デジタル化への対応・地域特性に応じた景観形成）

協議対象地区の拡大 設置基準の追加等

- 従来からの屋外広告物のデジタル化を踏まえ、モデル区間として運用を行っていた協議対象の範囲について、重点届出区域の低層部を対象に拡大する。
- 周辺景観への影響が大きいもの、また景観計画に基づく景観形成方針及び基準を踏まえ、景観上特に配慮が必要なエリアについては、現行どおり、個別協議（第3者組織の意見を聞く等）によってデザイン性の高いものへと誘導を図る。
- ただし、低層部における自家用広告物の静止画（切替り含む）掲出、一定の大きさ以下といった基準を満たしたものについては、手続きの簡素化を行う。

参考1 要綱に基づく誘導概要（現行）

目的	「にぎわいの形成」や「まちの魅力向上」につながるデザイン性の高い可変表示式屋外広告物（デジタルサイネージ）の設置・掲出物件の設置に係る協議等に関し必要な事項を定め、もって良好な都市景観の形成に資することを目的とする。
モデル区間の設定	期待する設置効果を考慮したモデル区間（大阪駅前周辺及び難波駅前周辺）において、一定の景観的なコントロールのもとで都市の魅力の向上に資するツールの1つとしての利活用がされるよう誘導。⇒ <u>空間特性を踏まえた協議対象地区の設定</u>
主な協議基準・協議手続き	● 前提条件 中層部に設置の場合、地域によるルールづくり等 ● 設置位置、大きさ、形態・意匠 原則低層部のみの設置（大きさ：5㎡以下。ただし、主要ターミナル周辺エリアでは建築面積200㎡以上の建築物に限り、中層部への設置可〔大きさ：100㎡以下〔本市との個別協議により決定〕、1棟につき1カ所〕） ● コンテンツの基準 来街者の利便性やまちの魅力向上に資する情報の提供等 ● 周辺への影響を抑えるための基準（表現基準） ● 事前協議・事後協議 個別協議に際して第三者組織の意見を聞く



大阪駅前地区〔主要ターミナル周辺〕

（期待する効果）

- 都市のアイコンとしてのイメージ発信
- まちの利便性向上
⇒ 中層部への設置可

大阪駅周辺沿道地区〔～国道2号〕

（期待する効果）

- ヒューマンスケールでのにぎわい形成
- まちの利便性向上
⇒ 低層部のみ設置可

難波周辺沿道地区〔～道頓堀〕

⇒ 低層部のみ設置可

難波駅前地区〔主要ターミナル周辺〕

⇒ 中層部への設置可