

重点届出区域におけるデジタルサイネージの取扱い（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。）については掲出を不可としている。

⇒「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重点届出区域におけるデジタルサイネージ等取扱要綱を平成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ている。これらの中には、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。
- また、デジタルサイネージの可変性を活かした商用広告の掲出もみられる一方で、多言語化や緊急時の情報発信を目的に情報発信ツールのデジタル化が急速に拡大し、施設インフォメーションといった、建物低層部における従来から（アナログ）の屋外広告物のデジタル化のニーズがある状況。
- 道路上において、案内板といった公益上必要な道路上の施設の設置・維持管理を目的とした、民間広告物を含むデジタルサイネージの表示について許容される状況にある。



Ⅱ モデル区間の検証

【誘導実績の振り返り】

- 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）

- 掲出コンテンツについて、4年間の協議実績を踏まえるとデザイン性を含め周辺景観に配慮したものへと誘導を図っており、第3者組織を含めた個別協議によって一定のコントロールが可能であること。
- また、これまで培った評価のポイントをチェックリスト化することにより、それを窓口で用いて、今後審査が必要となる申請物件の一定のコントロールを図れること。
- まちの魅力情報の掲出等によって、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。

【検証結果】（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、景観形成の方向性を踏まえ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。

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



Ⅳ 要綱改正概要

（誘導の基本的な考え方）

- デジタルサイネージについて、近年の動向を踏まえると、建物低層部における施設インフォメーションといったアナログの屋外広告の集約化が可能であり、多言語対応や緊急時の情報発信等のメリットがある。

- 一方で、広告物自体が発光することに加えて文字や映像が動く媒体であり、アナログの屋外広告物以上に夜間を含めた景観形成上影響が大きいが、モデル区間の検証を踏まえると、「適切な輝度設定」とともに、「まちなみを阻害しない色彩」、「見る人に不快感を与えない」といった基準に対する評価のポイントをチェックリスト化することで、一定、景観への影響をコントロールすることが可能である。

- 併せて、デジタルサイネージの市場ニーズ、設置場所に関する専門家の意見及び他都市事例を踏まえると、屋外広告物基準の範囲内で、「大きさ（原則1カ所あたり2㎡以下）」、「設置位置（サイネージ間の距離）」等の一定の配慮を求めるといった基準を定めるとともに、「静止画に限定」することで、景観へ与える影響をコントロールすることが可能である。

- また、掲出するコンテンツの実施計画及び実績報告を求めるものの、設置者の運用に委ねることとなるため、「静止画に限定すること」、「周辺の景観特性を踏まえた配慮事項」、「公序良俗に反しないもの（コンテンツ基準）の具体例」等を、設置者自らが「内部取扱規程」として定めることで、適切なコンテンツ掲出の運用を図ることが可能となる。

⇒ デジタルサイネージについては普及過程であること、また景観上への一定の影響があることから、景観計画においてはこれまでどおり掲出不可とし、特例的に、当面の間モデルとして運用するものとする。なお次のとおり、必要に応じて都市景観委員会の意見を聴く仕組みとする。

（協議対象地区の考え方）

景観上影響の大きい中層部への設置については現行とおり主要ターミナル周辺のみとし、低層部への設置については重点届出区域全域とする。

（誘導の枠組みの考え方）

- 窓口で誘導を行うもの（景観形成上影響が小さいとして協議の簡素化） **設置時**
低層部に設置するもので、大きさ2㎡以下としかつ設置基準に定める「景観に配慮した高さ、幅、設置位置」としたものの。

- 第三者組織の意見聴取により個別協議を行うもの **設置時**

- ・ 中層部に設置するもの
 - ・ 低層部に設置するもので、上記設置基準によらないもの及び2㎡を超えるもの
 - ・ 中之島地区で設置されるもの（敷地内の屋外空間や前面道路からの視点が多様で、かつ眺望・夜間景観形成上重要として主要な視点場からの眺めへの配慮が必要として）
- ※運用開始後のコンテンツの実績報告時は、低層部は窓口で行い、協議の簡素化を図る。

（その他） 都市景観条例に規定する「ガラスの内側に貼付する広告物等」を対象とする。

（要綱改正スケジュール） 令和3年1月 都市景観委員会の意見聴取
1月下旬～ 要綱改正案の意見公募（2月下旬まで）
4月 要綱改正・施行、景観読本の変更（公表）

（今後の課題） デジタルサイネージガイドラインの作成、低層部における動画の取扱い

設置基準等の改正（案）の概要

設置協議対象地区

今回の変更点：水色着色部

低層部に設置する場合	御堂筋・堺筋・四つ橋筋・なにわ筋・土佐堀通・中之島地区
中層部に設置する場合	現行のとおりに（大阪駅前地区 及び 難波駅前地区）

設置基準（抜粋）

今回の変更点：水色着色部

	低層部に設置する場合		中層部に設置する場合
	御堂筋及び堺筋地区のうち 長堀通以南	左記以外	
前提条件	・ 設置者による内部取扱規定を設ける。		・ 地域独自の基準や協議体制を設ける。 ・ 上記基準に適合し、設置について合意が図られている。
設置位置、形態等の基準	・ 壁面への設置及び自立型設置であること。壁面に突出し、また天井に吊り下げて設けることは不可。 ・ 土佐堀通地区の一部※ ¹ 及び中之島地区の水辺に直接面する敷地について水辺側に向けての掲出は不可。		・ 原則、高さ 31m 以下。 ・ 大きさは原則 100 ㎡以下とし、具体的な設置可能な大きさについては、設置位置及び視点場となる空間の広がり等を踏まえ、本市との個別協議により決定。 ・ 建築面積 200 ㎡以上の建築物のみ設置可能とし、1 敷地につき 1 ケ所とする。
大きさの基準	5 ㎡以下	2 ㎡以下	
総量の基準	5 ㎡以下とする。ただし、敷地面積が 2 0 0 0 ㎡超の場合、面積に応じて、一敷地の合計面積を加算。		
快適な街路 景観創出の ための基準	（2 ㎡以下の場合） ・ ヒューマンスケールに配慮した高さや幅とする※ ² 。 ・ 通行の妨げにならない設置位置とする。 ・ 他のデジタルサイネージとの距離を 10m 以上離すこと。		
	（2 ㎡を超える場合） ・ 具体的な設置可能な大きさ、設置位置及び設置間隔については、2 ㎡以下の場合の基準を基本とし、敷地内の視点場となる空間の広がり等を踏まえ、本市との個別協議により決定。	—	
周辺への影響を抑えるための基準	・ まぶしすぎない明るさ（輝度）とする。ただし、中之島地区については、眺望及び夜間景観に配慮し、輝度について、本市との個別協議により決定。 ・ まちなみを阻害しない色彩とする。		
	・ 音声は不可とする。（緊急時を除く） ・ 静止画の切替り（切替り間隔は 15 秒以上）のみとする。		・ 不快感を与えない音量、音色とする。 ・ 心身に悪影響を与えない、不快感を与えないゆるやかな表示速度とする。
コンテンツの基準	・ 見る人に不快感や不安感を与えないものとする。 ・ 公序良俗に反しないものとする。		
	・ 他社広告掲出の場合は、右記のとおりとする。ただし、自社広告の場合は 1 0 分の 1 の値を超えていること。		観光情報などまちの利便性や安全性を高める各種の情報を提供し、その割合が 4 分の 1 の値を超えていること。

（※1）谷町筋から四つ橋筋の間の北側の敷地。

（※2）地盤面から画面上端の高さは2.3m、幅は1.5mを上限とし、設置位置や掲出内容に応じて配置。ただし、これによらない場合は、本市との個別協議により決定

参考2 重点届出区域における景観誘導について

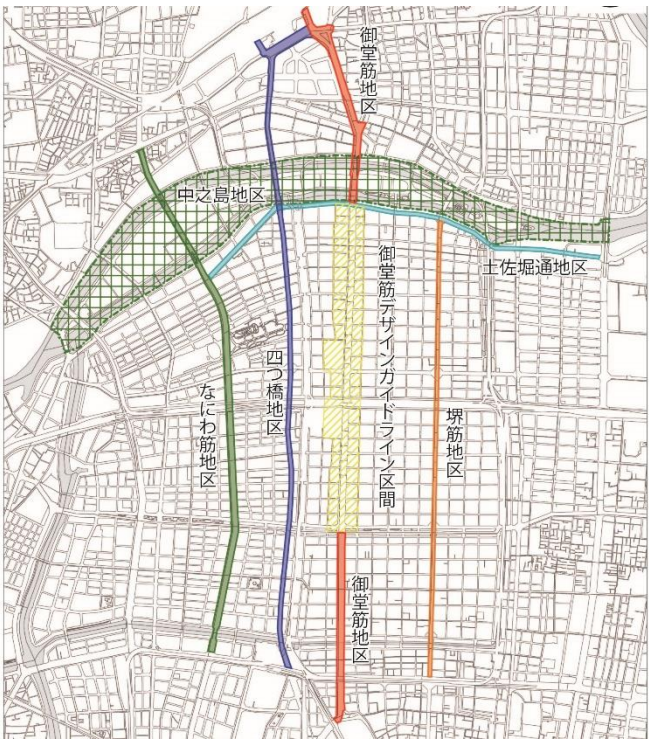
重点届出区域は、次のとおり、一般の基本届出区域よりもきめ細やかな景観誘導を行うものとして平成29年3月の景観計画変更の際に指定したもの。

- ・届出対象を規模に寄らず全ての建築物とする（基本届出区域は、延べ面積5000㎡以上といった大規模建築物を対象）
- ・それぞれの地区毎の景観形成方針を定め、外壁後退基準や一階部の形態基準といった詳細な基準を景観形成基準として規定
- ・屋外広告物に関する行為の制限を定め、建築物と一体的な景観誘導を図る

指定する地区については、昭和9年、建築物の整備統制とともに大阪の玄関口や都心にふさわしい美観を形成することを目的に、大阪駅や難波駅周辺、御堂筋、中之島等で指定した「美観地区」に始まり、美しく個性的な都市景観を図ることを目的に、市民に親しまれ、訪れる機会も多い都心部の主要な街路沿いの地区を昭和57年から指定した「建築美観誘導制度」といった景観施策の歴史があるエリアである。これらの景観施策の精神や基本的な考え方を継承し、一貫した考え方もとで新たな景観施策を展開するものとして、重点届出区域として景観計画上に位置付けた。

■景観形成方針の考え方

御堂筋	堺筋	四つ橋筋	なにわ筋	土佐堀通	中之島
大阪のシンボル ストリート、 風格	ビジネス街・落ち着いた				水・みどり ゆとり
	緑豊かな				【西部】 国際・文化・学術 【東部】 歴史・伝統
【駅前及び道頓堀周辺】 にぎわい		居住地		水辺	眺望・夜間景観



主な協議フロー

今回の変更点：水色着色部

