

第27回横須賀市景観審議会議事録要旨

横須賀市 都市部 まちなみ景観課

◇ **開催日時** 平成30年(2018年)11月19日(月)9時30分～10時45分

◇ **場 所** 横須賀市職員厚生会館4階 第4研修室

◇ **議 事**

(1) 屋外広告物条例第11条に基づく適用除外の特例について(審議) 資料2

◇ **出席者**

委員9人

小林正美、田口敦子、工藤幸久、栗原輝男、小泉厚、富澤喜美枝、松下啓一、
三浦勉、柳澤潤

(欠席4人 菊竹雪、国吉直行、吉田慎悟、山畑信博)

事務局4人

まちなみ景観課長・島憲之、景観担当主査・土屋文代、
屋外広告物担当主査・高山智久、高橋翔太

◇ **傍聴人** 0人

◇ **議事の結論**

(1) 屋外広告物条例第11条に基づく適用除外の特例について(審議)

YRPセンターバス停留所にデジタルサイネージを設置するにあたり、次の4点の条件を付して、屋外広告物条例第11条に基づく適用除外の特例を適用することに関して、本審議会にて承認を受けた。

【条件】

- ・表示方法は静止画像のみとし、画面変移は30秒以上の間隔をあけること
- ・表示内容は特定企業の広告とせず、また企業ロゴの表示はしないこと
- ・メディア特性を考慮した、適切な情報量とすること
- ・表示内容については自主審査委員会にて適切な内容審査を行うこと

また、景観審議会からは、バス停留所のデザインについて、次の強い要望があった。

【要望】

今回計画のバス停留所上屋のデザインは場所と空間の特性を理解したものとは言えず、周辺景観を阻害する。添加する広告物を効果的に表示するためにも、景観に配慮し、バス停留所上屋を目立たせないデザインにすること。

◇ 議事の内容

事務局から、当審議会委員 13 人のうち 9 人の出席により会議が成立している旨、傍聴人のいない旨を報告した。内容は次のとおり。また委員長から議事録署名委員として、松下委員と三浦委員を指名した。

(凡例)

以下記録の質疑などにおいて、委員からの質問は「●」、意見などは「■」の記号を付し、説明や回答については「○」の記号を付している。

1. 屋外広告物条例第 11 条に基づく適用除外の特例について（審議）

(1) 事務局から別添「資料 2」及び当日「配布資料 2」に基づき説明

(2) 質疑・意見等

●質問（柳澤委員）

今回のデジタルサイネージは誰が主体となって設置するのか。また、新しいバス停留所の照明やデジタルサイネージは何時まで稼働させるのか。デジタルサイネージとなるとその部分が浮かび上がり、目立つので、夕方から夜にかけての使用方法を確認したい。

○回答（事務局）

設置主体は京浜急行バス株式会社となり、横須賀市道上にバス停留所を建てることとなる。デジタルサイネージの運用方法については、審議会の意見を聞き反映する予定である。当初、24 時間の稼働の話もあったが、本日欠席された山畑委員に事前に意見を求めたところ、稼働はバスの運行時間内に限った方が良いとの意見があり、今のところ、バスの運行時間内に使用を限定する予定でいる。

●質問（松下委員）

今回の設置は特例許可なので、意義を確認したい。提案をした人たちで利用者を網羅しているのか。それとも、提案者以外に多くの利用者がいるのか。また、提案の関係者はこの内容に合意しているのか。

○回答（事務局）

この場所は研究施設ではなく、利用者は Y R P への通勤者や訪問者となり、限定されている。その訪問者に対して、P R するものであり、設置は問題ないと考えている。また、京浜急行バス株式会社の申請であり、提案者の希望で今回の内容となっているため、この内容に合意していると判断している。

■意見（松下委員）

設置してから、否定的な意見が出ないか確認をした。

●質問（小林委員長）

屋外広告物第 2 種許可地域とは何か。

○回答（事務局）

準工業地域、工業地域、工業専用地域、第2種住居地域などが該当し、今回は第2種許可地域となっている。

●質問（小林委員長）

フランスのパリではエムシードゥコーなどの広告会社がデジタルサイネージの広告収入でヴェリブというレンタル自転車の費用を賄っているような事例がある。そのため、今回の議案は問題ないと思う。今回は第三者広告を扱わないということで議論して良いのか。

■意見（田口委員）

その前に前提を確認したい。そもそも公道上にあるバス停留所に第三者広告を掲出することは、条例上認められている。近隣の人たちが必要としているかは重要な要素ではなく、広告を置くこと自体は問題とはなっていない。

また、広告を出すことは、見る側のニーズがあるかは問題でない。出したい側のニーズがあるかが大事である。まず伝えたいことがあって、出したい側のニーズがあり、費用負担をするわけである。近隣の人たちに必要ないから不要としてしまうと、広告物の意義が根底から崩れてしまう。第三者広告はそこに住んでいる人が出すわけではない。

バスに乗りたい人がバス停に集まる。そこに伝えたいことがある人が広告を出す。また、広告を載せることはバス停が媒体となって収入を得ることに繋がるので、ヨーロッパでは広告収入をバス停留所の維持管理に充てることは、当たり前のこととなっている。

今回の停留所にはないが、通常は椅子が置かれ、そこに座って雨を防げるようになっている。バス停留所の維持管理費用をどう捻出するかというのがヨーロッパ式の考え方である。広告を出したことでその維持管理費用を得るという大前提があることを承知しておいていただかないといけない。今までは掲出許可は静止画のみであった。日本では各自治体で映像メディアを出すことはまだ議論され尽くしていない。ただし、ヨーロッパや東南アジアでは当たり前になっている。映像メディアを出すことでの問題はあるので、そのことに対する審議が重要なことだと考えている。

○回答（事務局）

今回提示した内容は、第三者広告を出さないようにしている。今回欠席をされた、国吉委員や吉田委員に事前に意見をいただいたところ、公共空間に第三者広告を出すことは問題だということになり、設置者に相談したところ、今回はYRPの宣伝だけで、第三者広告は掲出しないという話となった。また、菊竹委員からはバス停留所に映像メディアを掲出することは、議論が尽くされていないので、慎重に判断した方が良いとの意見があった。

■意見（小林委員長）

今回の内容が公共的な物と言うが、京浜急行120周年という広告も載っている。その辺の線引きをどのようにするかが問題となってくる。

■意見（柳澤委員）

公共的な広告にするということで、第三者広告を掲出ししないという考えがあることは理解した。ただ、YRPを利用するとわかるが、バスは就業者しか利用していないのが実情である。第三者広告を入れることを完全に否定するというよりも、部外者はYRPが何をやっているかよくわかっていないので、福祉的な意味合いで各企業が行っていることを説明することが必要ではないか。そのため、企業のマークだけを表示することでは意味がないと思う。企業間が情報交換できるような物が出来れば、市全体の利益に繋がると思う。本来の広告とは意味合いが違ってくると思う。

●質問（小林委員長）

バス停留所の上屋のデザインは審査しなくてよいか。上屋の方が問題と思える。

○回答（事務局）

欠席された国吉委員や吉田委員からも、バス停留所の上屋のデザインが景観を阻害していると意見があった。そのこともあり、今回は第三者広告を掲出ししないということになった。

■意見（柳澤委員）

今回の画像イメージでは情報が少なく、どのようなコンセプトで計画しているのか判断出来ない。

○回答（事務局）

平成31年1月にYRPで自動運転のバスを走らせるようなイベントを開催することになっており、近未来的なバス停留所の上屋にデジタルサイネージを設置したいという意向である。

■意見（柳澤委員）

近未来のイメージが人によって異なるので、今回の近未来のイメージは問題があると思う。もっと単純でシンプルなものでも近未来を描くことも出来る。また、今回の金属の形で近未来を描いているが、その点については、専門部会で議論していく内容かもしれない。

■意見（小林委員長）

今回のバス停留所の上屋は存在感が強すぎる。

●質問（柳澤委員）

今回のデザインは京急バスが提案してきたのか。

○回答（事務局）

京浜急行バスが提案してきたものである。先ほど説明した平成31年1月に行うイベントに間に合わせるよう進めている。今回の案件は規模的に専門部会にかける案件に当てはまらない。色彩相談にはかけたが、設計者から「近未来をコンセプトにしており、技術的な進歩の象徴である金属との変化と、生命の源でもある海と調和することをイメージした、青色を用いてデザインしている。この青は京急の青をイメージしている。」と聞いている。

最初の上屋のデザインは青のラインが2本入っており、色彩基準を超えていたため、

色彩相談にかけたが、吉田委員からは色彩の問題ではなく、デザインそのものが近未来を感じないと意見を受けた。

■意見（富澤委員）

バス停留所の形とデジタルサイネージで伝えたいことが競合し、伝えたい内容が上手に伝わり難いのではないかと。YRPから携帯電話などの新しい技術が発信されたことが横須賀市民に伝わっておらず、また、横須賀市の誇りとなるものが共有されていない。たまたま訪問した人が横須賀からこれほどの技術が発信されていることがわかるような、一般の人にYRPで何が行われ、今後、何が行われるかわかるような内容をお知らせできればよいと思う。そのため、競合しないようなシンプルなデザインにお願いしたいと思う。

■意見（三浦委員）

先日NTTの見学に行ってきたが、未来のことを研究しており、深い部分までは理解するのは難しかった。今までの実績を市民がわかってくれるような情報発信をして欲しい。ほとんど人が通らないところにコマーシャルが必要なのかと疑問に感じる部分である。

●質問（小泉委員）

今回、バス停留所にデジタルサイネージを設置させると、将来的に他のバス停留所にも普及していくことになるのか。

○回答（事務局）

今回は実験的に行うものである。デジタルサイネージでバスの空席率や災害情報を発信し、将来的にはその活用の必要性があれば、広がっていくと思う。

■意見（田口委員）

バス停留所に画像の広告を載せることは認められているが、映像メディアを表示して良いか議論ができていない。他自治体では、ポスターで認められている2㎡の大きさであれば、設置が認められるか議論している。今回はそれよりもサイズが小さいから認めるのか。問題としては、どの映像なら流して良いのか、また、車道に向いているが問題はないのかが考えられる。車の運転手からは実際に見えているわけである。

横須賀市の屋外広告物条例では映像メディアについて、車道からの距離で設置をしてよいか決めている。横須賀市は早い段階からデジタルサイネージの設置を想定しており、屋外広告物審議会で、設置を条件付で認めた

大前提として、バス停留所は公共性が高い場所だから第三者広告の設置を禁止するとなると、日本中の停留所のポスターが全部掲出出来なくなってしまう。第三者広告の掲出を禁止する議論はない。全てのバス停は公道に乗っており、公共性が高い施設ではあるが、国土交通省は公道上に設置して良いと何年か前に認めている。それ以前は各自自治体が特例として歩道上の広報活動を認めている。ただし、静止画ならよいが、映像メディアであると問題となってくる。

また、停留所上屋そのもののデザインの公共性を考えて欲しい。デジタルサイネージの表示内容はひとまず置いておいて、バス停留所自体が自己主張の強いデザインに

する必要があるのか疑問である。

■意見（小林委員長）

デジタルサイネージは夜でも光っている。またコンテンツを誰かがチェックしていないとどのような内容でも表示出来てしまう。30秒ごとに人が張り替えていると思えば、静止画ともいえる。

○回答（田口委員）

広告物の中から電氣的に発光しているので、静止画ではなくデジタルサイネージとなってしまう。スライドショーというものがあり、駅の構内でポスターが変わるところから普及し始めた。

●質問（富澤委員）

海外でデジタルサイネージが普及しているとのことだが、取り入れている事例で問題は起きていないのか。

○回答（田口委員）

データをもっていないので、不明である。少なくとも世界的に静止画像ではなく、デジタルサイネージへ移行しつつある。

■意見（松下委員）

デジタルサイネージの内容は議論出来ないわけだから、例えば30秒のところを20秒で静止画が変わるなど条件を議論するようになるのではないか。

■意見（田口委員）

設置してよいか、映像として流してよいかまず議論しなくてはいけない。

■意見（松下委員）

地域の特殊性、横須賀の強みをもたないと生き残れない時代にあり、そういった理念や広告の中身をもって提案者には説明を行ってもらいたい。そうすると企業の広告ではなくて、表示する内容が異なってくる。審議会の議論ではないが、市がリードして目指すべき形にしてもらいたい。そうすると地域内のニーズをくみ取り、地域内で根拠をもって説明ができ、施策として前に進んでいくと思う。もし日本で初めてということであれば、本格的な議論をしなければならない。

○回答（田口委員）

東京には実例がある。

■意見（松下委員）

それならば、バス停留所のデザインは別として、常識的に考えれば特異な物とは思わない。

●質問（小林委員長）

今回定めた基準であれば、他の地域でも適用させるつもりなのか。京急がどこでも設置しようとならないか。YRPで認められたから認めて欲しいとなった場合はどうするのか。

○回答（事務局）

今回の案件だけ認めて、他の事例は許可しない予定である。

■意見（松下委員）

他の地域に波及すると困るので、地域の特殊性があり今回は認めるよう条件付にするべきだ。

■意見（小林委員長）

今回の案件だけであれば、このコンテンツであれば、個人的には認めても良いと思う。

○説明（事務局）

本市条例では、道路の境でも道路上でなければ、電光表示装置の設置は可能である。道路から5m以内が5㎡、30m以内が10㎡、それ以上離れると15㎡と道路からの距離によって表示できる面積が変わってくる。今回の表示面積は0.68㎡となっており、今まで道路の際に設置する場合でも、5㎡の電光表示装置を認めていることを考えると、それよりも表示面積は小さい。

また今回の設置位置が歩道から3mのところにあるので、道路の境に設置されている場合よりも離れているという考え方もある。加えてバス停留所のポスターは2㎡までとなるので、その基準よりも小さなものとなっている。

今回は歩道上に設置されることが問題となっているものであるが、道路の際からいきなり民地になっているところでは、この位の道路からの距離で設置されている場合もある。

■意見（田口委員）

東京駅丸の内側の道路に設置されている事例がある。東京都の場合、公共団体が設置したものであれば、許可を取る必要がない。そこでは第三者広告の動画が流れても制度上は問題ない。しかし、公共団体でも情報の出し方を制限しなくてはならないと思う。

○回答（事務局）

市や地方公共団体の広報であれば、本市も同様に適用除外となり許可を取る必要はない。

●質問（小林委員長）

今回は京浜急行バスが掲出するから審議をする必要があるのか。

○回答（事務局）

そのとおりである。今回は企業ロゴも入っているので、審議となっている。市の広報しか載せないようであれば、審議の必要がなくなる。地方公共団体の広報なので設置を認めるということになる。

■意見（松下委員）

市が掲出するからといって、全てが適用除外となるのはどうなのか。そう言う時代ではない。何を訴えたいか、理念とかが必要なのではないか。審議会の話ではないが、変えていかないといけない。

■意見（工藤委員）

スマートモビリティチャレンジは注目されており、YRPは行政の立場から、これか

らのICTにとって重要な拠点となっている。市民はYRPで何を開発しているのかわからないので、ここでしっかりとPRすることは、人口減少を伴う業種の衰退から守り、新たな誘致につながる部分もあると思う。

■意見（栗原委員）

国道16号沿いのバス停留所にある広告物は画面が変化するものだと思う。

○回答（事務局）

今回はLEDなど電氣的発光するものの表示が変更するものである。本町に設置してものは電子的に変化しているものではなく、紙ベースのものが変わっている。今回静止画と言っているのは、LEDの画像がそのまま変化せず、例えば30秒後に新たな電子の静止画に変わるよう想定している。動画にしてしまうと、運転手に影響が大きいので、静止画として考えている。電子の静止画をバス停留所に設置するのは横須賀では初めてなので、審議している。

■意見（富澤委員）

平成31年1月にイベントがあり、その場で披露したいというのか。今回の審議で出た意見は活かされる時間はあるのか。また、京浜急行バスと横須賀市が協議した結果、今回の形になったのか。

○回答（事務局）

デジタルサイネージに表示する内容については活かすことができるが、バス停留所の形については活かすことができないと思われる。バス停留所の形については、京浜急行バスが決定した。

■意見（富澤委員）

横須賀市としては意見を言う機会がなかったのか。

○回答（事務局）

色彩相談で色彩については意見を述べた。

●質問（小林委員長）

建築審査会を通さないのか。

○回答（事務局）

明日建築審査会が開催される。そこで、広告物の設置が認められるのかも条件になっており、本日景観審議会でも審議をすることになった。

■意見（柳澤委員）

田口委員も話をされたように、形も重要になってくる。非常に公共的な場所にあり、ヨーロッパ各地では、バス停のコンペティションは自治体で行われるような世界である。民間企業が公共の場所にこのようなデザインのものを設置することは規模の問題ではなく議論が必要である。景色が良いところに壁のようなものを作って、風景を阻害するようなもののあり方は問題なので、その議論を行う場所がないなら作るべきだと考える。それが景観審議会若しくは景観専門部会であるべきだと思う。きちんと議論した上で通した方が良いと思う。

デザインとしては現在設置されているバス停留所を反対向きにして設置する位の方が風景も見えてシンプルで良いと思う。今のデザインだと、近未来ともいうものが70年代、大阪万博の時の人が提案するような感じを受けた。小さいから問題としないではなく、横須賀市としてきちんとした態度を示したほうが良いと思う。

■意見（小林委員長）

明日の建築審査会は性能と仕様だけの審査となり、デザインを審議する場はないと考えられる。

○説明（事務局）

デザインの話をするとなると、景観審議会になる。

■意見（小林委員長）

上屋のデザインについての付帯条件をつけなくてはならない。

●質問（松下委員）

手続き的には景観審議会の意見を聞くということはないということか。

○回答（事務局）

規模からいうとここで意見を述べる案件ではない。

■意見（松下委員）

正式な手続きとして、後出しは出来ないの、あとは強い要望を出すことにするしかない。関係ないと言われてしまったら仕方がないが、後は時間との勝負となるが、粘り強く話をしていくしかない。ただし、どのように相手に近未来を伝えるかきちんと行わないと相手も困ると思う。部会の誰かがデザインを考えて相手にイメージを伝えることでもしないと相手に伝わらない。

■意見（小林委員長）

景観審議会として要望を出すとしても、工程的には製作が既に始まっていると思われる。ただし、強い要望は出すべきだ。

■意見（松下委員）

次の手続きに勝手に進めてしまうようでは明らかにおかしい。今回の景観審議会とは別な話となるが、今後、手続きの整備を検討していく必要があると思う。

■意見（小林委員長）

いくつかのポイントがあるが、まずデジタルサイネージについて、屋外広告物条例第11条に基づく適用除外の特例を適用することでよいか。その場合、第三者広告を禁止する、ロゴを禁止する、などの条件を付けるか。逆に研究内容ならよいか、YRPのPRにするか。また、秒数は30秒くらいが妥当ではないか。

■意見（栗原委員）

目に負担のかからない程度の表示時間が必要となると思う。

●質問（事務局）

今回のイベントが終了してからは、バスの運行状況を流すように変更すると考えていたが、今後研究内容を流すのであれば、継続してYRPのPRを流すことは問題ないか。

■意見（柳澤委員）

そのコンテンツをはかれる審議会はあるのか。研究内容といっても、勝手にサブミナルに企業広告を入れてくる企業もあるので、公共広告物としてこの内容なら問題ないと判断できるのか。

■意見（小林委員長）

チェックするような外部の組織がないといけない。

■意見（田口委員）

基本的には情報内容には表現の自由があるので、制限はかけられないのが原則である。条例上、表現の自由は担保されなければならないが、産業界では媒体側が広告内容の制限、表現の制限をすることが多い。現在上屋付きバス停のポスターもバス事業者が自主審査を行っているのが、これが相当する。ここで議論されている例では、条件を付けるとすれば、これが屋外広告で発信する情報量なのかどうか。いくらバス停留所で待っている人がいるからと言って、今回計画の広告では情報量が多すぎる。計画のものだと5分間その場で見ていなくてならなくなる。30秒で読み取れなければ、また情報が一回りしてくるのを待たなくてはいけない。屋外広告物であるという大前提のもと大量の情報を整理する必要があり、それは制限できる。

また、何秒で変化するかも問題となってくる。30秒でもいいが、これ以上駄目と言う条件を付けることはできる。車道に向いているため、スライド以外は認めない、などとか技術的なことは言っても良いと思う。デジタルサイネージが車道にまっすぐ向いているのは他の自治体では絶対に許可はしない。あくまでも側面に設置するものである。

今回計画の画像案だとプリントメディア、パンフレットで伝えるべき内容になっているため、メディア特性を理解して情報量を考える必要がある。今回の表示内容だと、理解するためには、何度も通う必要がある。表現方法も計画案では明らかに屋外広告物の表現ではない。あとは条例に明記されているかの有無ではなく、自主審査を行い、そこで内容をチェックするべきであり、あくまでも表示内容については自主審査会に期待をするしかない。

■意見（松下委員）

審議会をチェックするとなると規制の問題とかがあるかと思うが、本来は地域のどのような理念で作るのか、発信するのか、チェックするのか、全体的な仕組みで行わないと、良いものができるとは思わない。何をしたいという意向が脆くて伝わってこない。景観審議会のことではないが、一般的に行政はやりたいことをリードするような仕組みを構築していく必要がある。周りからあれこれ言うような仕組みだと上手く回っていかない。

●質問（小林委員長）

パリの地下鉄の大きな広告は、外部の審査はないのか。また日本にはないのか。

○回答（田口委員）

日本ではほとんど審査しており、バス停留所の側面においているポスターは全て審査を受けなければ掲出できない。また、審査で認められない場合も多くある。理由の一つはメディア特性が間違っている。もう一つは景観上良くないということになる。ただし、何を言いたいかは内容については媒体が掲出を認めた以上表現の自由があり、言及してはならない。この企業がこの広告について宣伝してはならないとは絶対に言うてはならない。メディア特性と景観上の問題については、厳しく言うことができるし、修正案がでてくる。審査は今回も必ず行ってほしい。

●質問（小林委員長）

秒数はどうするか。退屈しない程度と考えると 30 秒だと長くはないか。

■意見（富澤委員）

バスの本数が少なく、待つ時間があるので、30 秒は長いとは感じない。

■意見（小林委員長）

今いくつか条件が出たが、条件を整理したい。

○回答（事務局）

秒数は 30 秒とし、企業ロゴの掲出は禁止する。またメディア特性を理解した情報量に整理する。表示の方法は静止画とし、スライドショーしか認めない。自主審査委員会を通してきちんと審査をする。

■意見（小林委員長）

あとはバスの待ち時間など、公共サービスを積極的に表示する。

■意見（小林委員長）

では今度はバス停留所の上屋について強い要望をまとめたい。

■意見（柳澤委員）

まずは景観的な要素一番強いと思う。場所特性や空間特性を鑑みたデザインを強く要望したい。かつ、周りの風景を阻害するようなデザインは極力避けていただきたい。

■意見（小林委員長）

デジタルサイネージの効果を活かしたいのであれば、上屋の存在感を消してほしい。

小林委員長より全委員に諮り、屋外広告物条例第 11 条に基づく適用除外の特例を適用することに関し、条件を付けた上で本審議会にて承認を受けた。また、バス停留所の上屋について本審議会の要望をまとめた。

閉会

以上

議事録署名委員

議事録署名委員
