

令和6年度第1回  
札幌市屋外広告物審議会

議 事 録

日 時：2024年9月30日（月）午後2時開会  
場 所：TKP札幌カンファレンスセンター 7階

## 1. 開 会

○事務局（東田道路管理課長） 皆様、お疲れさまでございます。定刻となりましたので、ただいまより令和6年度第1回札幌市屋外広告物審議会を開催いたします。

委員の皆様におかれましては、大変お忙しいところ、ご出席をいただき、誠にありがとうございます。

私は、冒頭の司会進行を務めさせていただきます札幌市建設局総務部道路管理課長の東田と申します。どうぞよろしくお願いたします。

まず、1点、報告でございます。

本日の審議会についてですが、11名の委員にご出席をいただいております。委員定数15名の過半数の出席がありますことから、札幌市屋外広告物条例施行規則第30条第3項の規定により、本日の審議会は有効に成立していることをご報告させていただきます。

なお、水落委員、樺澤委員、林昌彦委員、渡部委員からは所用にご欠席の連絡を頂戴しております。

次に、会議及び会議録の公開についてですが、札幌市附属機関等の設置及び運営に関する要綱及び札幌市情報公開条例の規定に基づき、審議につきましては、原則、公開となっておりますので、皆様、ご了承願います。

## 2. 会長挨拶

○事務局（東田道路管理課長） それでは、式次第に沿って進めさせていただきます。

まず、開催に当たりまして、林会長より、一言、ご挨拶をお願いいたします。

○林会長 林でございます。

挨拶は堅苦しくなるのですが、今回は今年度第1回目ということです。ずっとやっているような感じがしていましたが、そういうことです。私もそうですが、委員任期は来年10月までだそうです。それまでは一緒にやってまいりたいと思っておりますので、よろしくお願いたします。

今日の資料も課長や係長たちが細かくまとめていただいたようですので、どうぞよろしくお願いたします。

○事務局（東田道路管理課長） 林会長、どうもありがとうございました。

## 3. 総務部長挨拶

○事務局（東田道路管理課長） 続きまして、札幌市建設局総務部長の藍原より皆様にご挨拶申し上げます。

○藍原総務部長 建設局総務部長の藍原と申します。先ほど名刺交換をさせていただきましたが、改めてご挨拶させていただきます。

本日は、お忙しい中、お集まりをいただきまして、誠にありがとうございます。

本来でありましたら、建設局長の荻田が出席し、皆様にご挨拶をさせていただくところ

ですが、現在、第3回定例市議会の会期中でして、どうしても出席がかないませんことから、力不足ではありますが、私からご挨拶をさせていただきます。

皆様には、大通地区の景観保全型広告整備地区の指定に際し、大変なお力添えをいただきまして、誠にありがとうございます。おかげさまをもちまして、大通公園、都心にふさわしい景観はどうあるべきかを整理することができたと思っております。今後は、これを踏まえまして、大通公園を中心としたエリアの魅力の向上にしっかりと取り組んでまいりたいと考えているところであります。

本日の審議会では3件ほどご報告させていただきたいと思っております。

屋外広告物行政を取り巻く環境は、技術の進歩や経済の影響を受けておりまして、日々、状況が変化しております。私どもとしては、その状況変化に対応すべく検討を進めているところでありますけれども、その検討の方向性が間違っていないのか、こうしたらいいのではないかなど、忌憚のないご意見やご助言をいただければと思っております。

短い時間ではありますが、活発なご議論をお願いいたしまして、簡単ですが、挨拶に代えさせていただきますと思います。本日は、どうぞよろしくをお願いいたします。

#### 4. 委員紹介

○事務局（東田道路管理課長） 本日の審議会は、今年2月以来の開催となります。今年度初めてとなりますが、この間に新たに北海道開発局の調査官である藤田聡様が審議会委員に就任されております。事務局も、私を含め、今回から新たに加わった者もおりますので、恐れ入りますが、皆様より、一言、自己紹介をお願いしたいと存じます。

藤田委員から反時計回りにご挨拶を頂戴できればと思います。

○藤田委員 北海道開発局札幌開発建設部調査官の藤田と申します。この4月から札幌開発建設部で調査官を拝命しております。国道の管理を担当しておりますので、どうぞよろしくをお願いいたします。

○我孫子委員 広告関係業者の一人として、協同組合北海道ネオン電気工業会の理事長を務めております我孫子と申します。北海道ネオン電気工業会は、同じような協同組合が全国に6支部ありまして、それらを取りまとめる日本サイン協会という公益社団法人があるのですが、その北海道支部も兼ねております。どうぞよろしくをお願いいたします。

○北川委員 電通北海道の北川と申します。昨年度に続きまして、今年度で2年目の参加となります。私の部署では屋外メディアやサイネージ広告を担当しております。まさに今日から我々の分野のものを皆さんと議論していくことになるかと思っておりますので、忌憚のない意見を言えたらなと思っております。よろしく申し上げます。

○野村委員 北海道大学の野村と申します。建築計画学研究室に所属しておりますが、建築物単体だけではなく、まち全体、市街地から農村まで、幅広く携わっております。昨年度は参加がかなわなかったところですが、今年度からはなるべく参加できるかと思っておりますので、よろしく申し上げます。

○古谷副会長 プラス・エスの古谷と申します。メインの仕事内容はデザインコーディネーターでして、デザインに関連することでお役に立つことがあればと思っております。今度の10月ということで、あと1年頑張りたいと思いますので、よろしくお願いいたします。

○林会長 株式会社《a》の林と申します。退職してからもう10年以上たちます。元STVの者だと言ったほうが何者かが分かりやすいかと思えます。その後、起業して映像関係の制作をしておりまして、今、韓国と一緒にドキュメンタリーを毎年つくっております。また、札幌市と相談し、来月末に縦型の動画の制作を、そして、生成AIを使ってどう効率化するかといったようなことについてのセミナーの準備をしております。74歳ですけれども、Z世代に興味を持ち始めておりまして、Z世代に響くような映像を、あるいは、言葉を死ぬまでに持ちたいなと思っております。

○飯塚委員 西区琴似で小さいスペースを運営しております飯塚と申します。広告の具体的なことに関しては素人ですけれども、以前、今はなき4丁目プラザの広告宣伝部に勤務していた関係もあり、広告や商業ビルのサインに関心を持っております。いろいろなことをしてきましたけれども、環境と人間の暮らしに関心がありまして、そうした立場から参加させていただいております。

○新貝委員 新貝建築事務所の新貝と申します。何年目になるのでしょうか、この4月から新貝建築事務所をやりながら北翔大学の芸術学部で特任教授を務めております。よろしくお願い致します。

○堀田委員 佳総合設計室の堀田と言います。ふだんは自社で建築の設計をやっておりまして、個人というよりは法人のお客様である銀行や福祉法人の仕事が多いです。よろしくお願い致します。

○森委員 札幌市立大学の森と申します。私は、都市計画や都市デザインが専門ですけれども、札幌に来まして、札幌の形成史にすごく興味を持ちました。大通公園のすばらしさなど、歴史的背景を踏まえるとちょっともったいないなと思うことがたくさんあるので、皆様と一緒に広告や景観の観点から議論させていただきたいと思っております。どうぞよろしくお願い致します。

○吉田委員 初めまして、吉田です。若い頃はレナウンというファッションメーカーがあって、そこにおりました。ただ、地元が小樽なので、札幌に戻って教員になって、市立大学を5年ほど前に定年退職しました。71歳です。もともと、広告やグラフィックをずっとやってきておりまして、学校でもその指導をしておりまして、小樽や札幌の限界におりますので、愛する札幌が美しく、みんなに愛されるように、グラフィックの面から貢献できたらと思っております。どうぞよろしくお願い致します。

○事務局（東田道路管理課長） 皆様、ありがとうございます。

次に、本市事務局の職員を紹介させていただきます。

同部道路管理課広告物対策担当係長の茂呂です。

同じく、路政係長の西元寺です。

同じく、広告物対策担当の安田です。

以上、事務局職員でございます。よろしくお願い申し上げます。

大変申し訳ございませんが、総務部長の藍原は別の公務がありますことから、これで退席させていただきます。

[ 総務部長は退席する ]

#### ◎連絡事項

○事務局（東田道路管理課長） 議事に入ります前に本日の資料の確認をさせていただきます。

皆様のお手元には、式次第、委員名簿、座席図、会議資料としてホチキス留めの資料1から資料3をご用意させていただいております。

そうしましたら、これからの議事進行については林会長にお願いしたいと存じます。

#### 5. 議 事

○林会長 まず、札幌市から資料1から資料3まで順番に説明をいただきます。これは後で説明されるかと思いますが、報告事項について皆さんと意見を交わし、それを記録として残すということになるかと思えます。

それでは、説明をよろしくお願いいたします。

○事務局（西元寺路政係長） 資料1からご説明させていただきます。

まず、バス停上屋におけるデジタルサイネージ広告の試行設置についてです。

前回の2月の会議のときの終わりに皆様に若干ご説明させていただいております。

これは市役所の前にあるバス停ですが、広告がついているものがあります。こちらは屋外広告物になりますので、屋外広告物条例の許可が必要です。なおかつ、バス停は道路上にありますので、道路法の道路占用許可も出しております。ですから、屋外広告物条例の許可と道路法の道路占用許可をもって道路上に存在しているということです。

なお、いずれの二つの許可も私ども道路管理課で所管しておりますので、同じ課で処理しております。

こうした背景や現況に関しては前回もご報告させていただいておりますが、念のため、軽く触れさせていただきます。

まず、今から約15年前、札幌市内でバス停に広告をつけてもよいとしまして、73か所にこのような広告がついたバス停が存在しております。内部構造としては、電気が入っております、夜は光るようになっております。ただ、昨今の業界の情勢がありまして、自動に切り替わるデジタル広告にしたいという需要が高まっているとのことです。今はポスターが入っているだけですが、窓みたいなものであり、開くようになっておりまして、ポスターを入れ替えております。2週間に一度、1か月に一度くらいで入れ替えているの

ですが、入れ替える必要のないデジタルのもので運用したいというニーズが高まっているということです。

バス会社は、こうした広告を入れてもらうことによる広告費用によってバス停の維持管理ができるということで費用の節約ができ、札幌市役所としても、バス停の維持管理に広告費用が役立つということで、バス停の環境を維持でき、利便性も確保できるため、双方にメリットがあります。

次のページは全市の分布図です。

手稲区や北区、南区、厚別区など、市内全域に存在します。合計73基あり、中央バス、ジェイ・アール北海道バス、じょうてつバス、北都交通という全てのバス会社が広告を利用しております。

次のページをご覧ください。

このバス停の上屋にデジタル広告に切り替えようというご相談を受けている政令指定都市はたくさんございまして、東京、横浜、川崎、広島、福岡、大阪、仙台の合計7都市におきましては、バス停の上屋が動くデジタル広告になっております。そして、今年の10月に神戸市、今年の12月には名古屋でポスターの広告がデジタル広告になるとの報告をいただいております。下に札幌市を載せておりますけれども、今、協議中となります。

ここで皆さんに実際に見ていただこうと思います。

こちらは、仙台市の青葉通りのものとなります。目抜き通りと認識しておりますが、そこにバス停があり、このようなデジタル広告になっております。こちらは雨が降っている日でして、若干暗いのですが、昼間の時間帯です。テレビ局の広告や不動産や銀行の広告など、いろいろなものに切り替わっております。

広告会社としては6秒ごとに変えることが理想的だと言っております。

こちらは、仙台が地元ということで、楽天イーグルスのものです。

雨が降っているので、歩いている人は少ないですが、こういう状況です。ふだんはもっと人通りが多いのだらうと思います。

同じ場所ですが、こちらは夜の状況です。このように光っています。青葉通りは目抜き通りでもあり、周りも明るいのですが、こういう状況です。ただ、雨は続いております。出ている広告は昼も夜も基本的には同じです。

なお、夜は、周りは光っているわけではなく、ここだけが光っていることになり、存在感は出ています。

後で申し上げますが、我々、広告の移り変わりを遷移と言っているのですが、その仕方です。一瞬で切り替わるものですが、もう少しゆっくり、何秒かをかけ、じわじわと替わるもののほうが街にはなじむといたしますか、目には優しいのではないかと考えておりました、ここは広告会社と協議したいと考えております。

こういうものにもともとあるポスターのものをおおむね何秒に一回か替わる広告にしたという相談が数年前から札幌市にも寄せられておりました、先ほど申し上げましたとお

り、現在7都市、そして、今年中には9都市でこうしたデジタル広告になっていきます。

5ページをご覧ください。

札幌市においても検討を重ねてまいりました。有識者会議において、第1回から第3回まで議論し、森委員にもご参加をいただいておりますけれども、昨年12月から検討を進めております。まず、デジタル広告が公道でできるのかどうかの検討をいたしました。そして、12月の会議において、すすきのエリアでやってはどうかという話が出されました。すすきエリアにはバス停が3か所あるのですが、そこであれば試行的にデジタル広告にするのがよいのではないかと方向性が示されております。また、第2回会議は今年の4月、第3回会議は今年の8月に行いましたけれども、3回目の8月の会議において、どういうスケジュール感でやっていくかを確認し、今年の11月にすすきのエリアにおいてこのようなデジタル広告を出す予定としました。あとは広告会社がどのように工事や手続を進めていくかということになっております。

6ページをご覧ください。

試行実施の場所です。この地図のブルーの点線で囲んでいるのがすすきのの広告物活用地区となります。その下に条例を載せておりますけれども、第8条に、市長が、活力あるまち並みを維持し、または、形成する上で広告物が重要な役割を果たしている区域を広告物活用地区として指定することができることありまして、これに基づいて活力あるまち並みを維持し、広告物が重要な役割を果たしているエリアとしてすすきのエリアを指定しております。

なお、札幌市内ではすすきのエリアだけとなります。

7ページをご覧ください。

こちらに広告物活用地区の許可基準を載せております。非常にシンプルですが、すすきの地区広告物活用地区に表示または設置される屋上広告物、壁面広告物、突き出し広告物及び地上広告物は、構造上安全であり、公衆に危害を及ぼすおそれがあるものではないというものとなっております。構造上安全であって危険でないものであれば、どういう広告物でも出していいということです。通常の地区であれば、1壁面50平米まで、屋上の広告物はこれだけにしてくださいという大きさや個数の基準があるのですが、すすきのエリアにはそうしたものがありません。ですから、どれだけ大きくても、あるいは、どんな種類のものでも出せます。このようにすすきのエリアは、広告物の自由が保たれるといたしますか、自由に表現できるエリアとしてあらかじめ指定しておりますので、試行実施の場所にふさわしいだろうということで、その3か所でデジタル広告を出すことにいたしました。

その場所を下に載せておりますが、ココノスキノ前のバス停です。また、8ページに移りまして、ココノスキノの斜め前のすすき前の店の前のバス停です。さらに、そこから東に100メートルぐらい行った創成川の近くにあるバス停でデジタル広告物を出すことにしております。

こうして11月からやっていこうとなったのですが、その矢先、9ページですが、今年3月に国の通知が変更になりました。今まで、札幌市で、内照式とすること、それもポスターだけとしていたのは、国からの通知がそのようになっているからでした。つまり、国としてはデジタル広告を出していいとはしていなかったのです。しかし、国の3月26日の国道利第53号の通知でデジタルサイネージを可とする内容となっております。

10ページをご覧ください。

その内容についてですが、まず、バス停の広告物というのは添加広告板と言います。これは道路法上の呼び方になります。地上に設置しているバス停の上屋に、広告物など、何かをつけること添加すると言うのです。この添加広告板の構造または機能は歩行者などが注視することで著しく路上に滞留し、または、車両の運転者が注視することでその運転や速度に影響を及ぼすことにより、交通の支障を生じさせるおそれのないものにしてほしいということです。

昔の通知は、なお、周囲の環境との調和を著しく損なうおそれがない場合には照明式とすることができるとなっております。つまり、景観にマッチする場合は照明式としてもいい、光らせていいとなっております。そこで、我々としても照明式とすることができると考え、行っていたのですが、今年の3月末に新しい通知が出されました。それによりまずと、また、添加広告板をデジタルサイネージとする場合は、照明の方法や明るさが殊さらに運転者の視野を誘導し、または、視野を妨げるものではないこと、運転者の視線を誘導し、視野を妨げることがなければデジタルサイネージにしても構いませんという内容に変わりました。

こちらのバス停に広告物を添加できるようになった平成20年からで、十五、六年の時を経て、デジタルサイネージについても運転者の視線や視野を妨げない配慮がされればできるということです。

この通達では、その他に細かい変更点がございまして、11ページをご覧ください。

まず、変更点その1です。

写真を載せていますが、この写真の左側のバス停には、壁面の右のほうに地図のようなものがついていることが分かるかと思います。これがあることによって、赤い四角の中のもので広告物なのですが、それが少し見にくくなっている、視線の誘導の妨げになっている地図のようなものがバス停の壁面についていれば、広告物をつけられますという基準だったのです。しかし、右の写真からお分かりのとおり、そうしたものがありません。これにより広告物が見やすくなっているのですけれども、こうしてもいいですと変わりました。つまり、障害物がなくてもいいということです。ですから、広告物が設置しやすくなった、障害物を設けなくてもよくなったのです。

12ページをご覧ください。

次に、変更点その2です。

二つの写真を載せておりますけれども、左側の写真をご覧ください。青色で何も表示さ

れていない四角があります。通常はここに広告物が出されますが、バス停の構造上、ここに広告パネルをつけられない場合は、赤色の四角のところ、まさに道路の正面に向くところにつけてもいいという基準でした。繰り返しますが、構造上、青色の四角のところにつけられない場合は、道路に正対した赤色の四角のところにつけてよいとなっていたのですが、その基準もなくなりました。青色の四角のところにつけられないわけではなくても道路に正対する赤色の四角のところにつけてもよいとなりました。このように広告会社の自由につけられるようになったということです。

13ページをご覧ください。

次に、変更点その3です。

旧来は1か所のバス停に対して広告物をつける面は2面でした。しかし、この3月からは3枚でも4枚でもつけてよくなり、枚数制限がなくなりました。

今まで申し上げた変更点全ては、規制が緩和され、デジタル広告もつれられるようになったということで、こういう変化が今年の3月にあったということです。我々は12月から有識者会議で検討してきましたが、今年の8月の会議でも検討を行っております。そして、こうした通達が出たからといって札幌市のスタンスを変えるわけではなく、検討して決めたもの、すなわち、すすきのエリアのバス停のみで限定的に、試行的にデジタル広告を出し、検証する方針とするということを確認いたしました。

4ページでも紹介申し上げましたが、古くは東京で2018年12月からとなります。そして、それに横浜、川崎、福岡が続き、いろいろなタイミングでバス停の広告をデジタル広告に切り替えてきていることを受け、国として通知を出したのだろうと考えております。

こちらのバス停の広告の試行実施についての報告は以上です。

○林会長 それでは、審議という言葉はふさわしくありませんが、意見交換をしたいと思えます。

大事なことは、有識者会議で2年にわたって議論してきたということです。森先生も参加されていたということですが、その有識者会議での議論の経緯を尊重しなければならないと思っております。そして、有識者会議ばかりではなく、札幌市でも検討された上で11月から実施するということになったというご報告です。

ですから、我々としては、大きさはどうなのだ、色はどうなのだというようなことを審議してきたわけですが、有識者会議において、スイッチの切替えなど、様々なことも検討されたようですので、その上で憂いがあるといいますか、ここには気をつけなければいけないのではないかなど、ご意見をお持ちの方がいらっしゃいましたら、それを記録に残しておき、改めて札幌市で参考にしてもらうという趣旨です。

すすきのエリアのものは何月までということはあるのですか。11月からずっと続けていくのですか。

○事務局（西元寺路政係長） かなりの違和感を持つ方もおられるかもしれませんが、2

018年に最初に始めた東京都では、試行実施だと言っていたので、いつまでですかと聞いたら5年間ですと言っていました。私としては長いなと感じました。今後、アンケートを取ろうと考えているのですが、それにより検証していくのに5年という時間が必要なのかということは思っています。また、東京都においても試行実施期間である5年間が終わっていますが、そのまま続けております。

札幌市においてどれだけの試行実施期間としようかについてはまだ決めかねております。それをいつ決めるかは今後検討します。ほかに何を検討するかですが、先ほどもちらっと申し上げましたが、人々が先ほどのデジタル広告をどのように見たか、しっかりと検証しなければいけないということで、そのためにアンケートが大事だろうと考えております。これを見た方にアンケートを取るということですが、それをいつどのタイミングで取るかが大事になるだろうと思っております。

ただ、アンケートはどのような文言とするかも議論の途中です。今、スライドに映しておりますけれども、デジタルサイネージ広告板に変わったことに気がつきましたか、デジタルサイネージの印象はどうか、あるいは、デジタルサイネージ化したことに歩道の安全性に変化を感じますか、歩道の通行のしやすさに悪い変化はありますかなどの設問を考えております。

これは他都市でやっているものと変わらないアンケート内容なのですが、歩行のしやすさに悪い変化を感じますかと聞いても、悪いと書く人はほとんどいなかったようで、99%くらいは悪い変化だとは感じず、そもそも見ていなかったというような結果だったようです。果たしてそれで実態が分かるのか、もしくは、札幌市景観全体に対する影響を推し量れるのかどうかというと、有識者の中には、それでは無理だ、景観へどういふ影響があるかは推し量れないと危惧を示している方がいらっしゃるので、アンケートでどういふ表現とするかは学識者に見ていただいてつくる必要があると考えております。

このようなことは試行実施の期間に直結するものですので、今後の検討としております。○林会長 アンケートの取り方については電通の方が分かっていると思うのですが、新しい広告物を出すとき、マイナスの傾向といいますか、見てほしいのに、気づきませんでしたというデータをもってどんどん増やしていくのがやり方でありまして、拭い難い経済の原理で進むのです。ですから、新たに出したとしても正確なものが集まるかどうかは非常に難しい問題だと思います。

ただ、そうしたことをここで議論してもしょうがないのです。そういう趨勢だということですが、札幌市がそう認識していることがすごく大事であり、注意深くやってもらうことが大事だと思いました。

もう一つお聞きします。

以前もそうでしたが、バス停そのものに関しては、バス停の色はどうするのかなど、もう10年以上やっています。看板やポスターをつけるときもどうするのかという審議に関わりました。その上で、バス停は、ある意味、一つのデジタル化の時代を迎えたなと感じ

ております。そんな中でもすすきのエリアで抑えたのは重要でして、有識者の方もそう思ったからそうしたのだらうと思います。

とはいえ、札幌市からは言いにくいのでしょうかけれども、札幌市の収入です。バス停を維持するために、バス停の維持管理をするためのお金が広告から生まれていると聞いております。これは前提として考えなければなりません。広告はやめてしまえ、景観的にもあれだということではないという非常に大事な部分があるということも押さえておきたいと思っています。

その上で、指名させていただきます。

デジタル化することについて、政府としてもDXをやれと言っているわけですが、日本としてはどうなっているのでしょうか。

○藤田委員 先ほど事務局から9ページで国交省道路局路政課長からの道路占用の取扱いについてという国通知の変更についての報告がありましたとおり、デジタルサイネージを可とするとしております。私は国道の管理を担当させていただいているというお話をさせていただきましたがけれども、今回の試行実施箇所の3か所のうちのその2のすすきの店前とその3の創成川通付近は国道となっておりますので、道路法の取扱い中で道路占用の許可を出すこととなりますし、札幌市と足並みをそろえながら対応したいと考えております。

○林会長 そういう状況の中で有識者会議の森委員からお願いいたします。

○森委員 先ほど会長がおっしゃっていた経済的なことについては認識が違いましたので、もう一度教えていただきたいと思います。

バス停の上屋の管理については、市ではなく、バス会社が行っていると聞いています。公道なので、広告宣伝などに関わるのでしょうかけれども、その認識が私の理解と違いましたので、説明をお願いいたします。

○事務局（西元寺路政係長） バス停については第一義的にバス会社の責任において管理します。つまり、バス会社が占有許可を札幌市から得て、バス停を置いているということになります。

ただ、皆様もご存じのとおり、バス会社の経営は非常に厳しい状況ですので、バス停の維持管理はバス会社単体で難しいらしいのです。ですから、その経費を節減するため、広告会社にバス停の管理をお願いし、広告収入をバス停の修繕や周辺の清掃などに使っているということです。

○森委員 必ずしも税金でどうのこうのという問題ではないということを確認したかったです。

○林会長 経済的なことで言いますと、今後、ほかのところでも出てくるのですが、国も札幌も道路の位置部分をバス会社に預けているわけですよ。つまり、管理者だと言うものの、札幌市としては収入を得ているはずなのです。つまり、土地を貸しているわけです。

僕はそれを肯定しているわけではありません。でも、そうしてお金が回ってきて、景観

の整備に広告が役立っていることになっているという循環だということを前提に考えなくてはいけなくて、札幌市の広告の問題ではそれを考えなければいけないのです。つまり、中央バスやじょうてつバスがもうかっているのだということだけではなく、その一部が札幌市に収められているとお考えいただいたほうがいいのではないかと思います。

今回、広告物についてはほかも出てくるのですけれども、そういう循環になっているので、札幌市としては、恐らく、こういうものを認めざるを得ないというわけではないのでしようけれども、趨勢として検討しなければいけないのです。別段、押し進めているわけではないだろうと思うのですが、そうした前提であることを認識した上で有識者会議でも検討されたと思うのです。

僭越ですが、その論理の中で話さなければいけないのかなと思っています。

○事務局（西元寺路政係長） 今、林会長からいただいたことのとおりです。

まず、札幌市も何がしかの利益は得ております。その一つは、道路占用許可をするに当たっての地代です。道路占用料と言います。料金はいただいているということです。

この占用料金よりもっと大きな利益を札幌市は得ております。それは、バス停があることによって、利用者の方、それは札幌市民となりますが、バスを快適に待つことができる、そういう待合環境を整備していただいているということです。ですから、札幌市のバス停を利用されている方に便益を提供していただいていることが大きなメリットとなります。

○林会長 バス停のことをやってきて10年来となりますが、景観の面から札幌にふさわしいバス停をつくるべきだという提案をしてきているというベースの中で話すべきなのです。そのためにお金が使われるとしたら、歓迎はしませんけれども、ある種のベースとして考えなければいけないということです。

私のいる田舎もそうですが、バス停はぼろぼろで、待つ場所さえないので。雨をよけられるところもありません。本当は税金でやればいいのですけれども、私の個人的な意見ですが、その前提で話さないといけないと思っています。

私は広告を広げましようと言っているのではなく、あくまでも景観を守るために使われるのだという確認をしたいくらいです。

○森委員 初めに発言を求められた有識者会議の中身についてです。

3回の会議をやったうち、2回目と3回目は書面でしか参加させていただいていないという前提がありまして、どういう空気感だったかは、正直、分からないところもあるのですけれども、当初から申し上げていたのはエリアを決めて試行実施してくださいということでした。

というのは、札幌駅近くのバス停でもやりたいというようなご意見もあったのですけれども、それはやめてくださいという中で数を減らしていただいたというようなことが前提にあったかと思っています。

また、可変表示式というのでしょうか、それについての基準です。先ほどは6秒に一度

切り替わるとおっしゃられましたけれども、そうした基準がない中で、できるのだったらこの枠内だねということがあります。その前提で話をさせていただいております。

ただし、その枠を超えるときには各種のルールをあらかじめ定めておいたほうがいいのではないかとすることは当初から申し上げておりました。今は実証であり、本設ではないという前提だという認識でありますけれども、今後、これを広げていくに当たっては別な議論が必要かなと理解しております。

○林会長 それでは、ここからはフリーでご意見を伺います。

森委員がおっしゃったエリアを限定するというについては私も賛成です。まずはエリアを選定し、アンケートを取り、札幌市版のサイネージの在り方を検討するということが記録に残しておいていただければと思います。

それでは、いかがでしょうか。

○我孫子委員 3か所に試しにつけてみるということでしたけれども、既存の内照式の広告をビジョンタイプのものにする上でバス停の構造上の問題はないという認識でよいのでしょうか。

○事務局（西元寺路政係長） 大きさや特別な設備が必要かといいますと、それはありません。大きさもほぼ変わらないというような報告は受けております。

○我孫子委員 何というのでしょうか、バス停自体の構造計算上のものです。重さに耐え得るものになっているかということです。

○事務局（西元寺路政係長） どういう工事が必要かはまだ把握しておりませんが、他都市でも実績があります。今は11月までにそういったものに切り替えたいということですが、それに向けてバス会社が頑張るのだろうと思います。これは札幌市が手伝うものではありませんので、バス会社の能力ややり方によってくるかと思っております。

○我孫子委員 それでは、耐え得るという前提で考えます。

そして、屋外広告物申請の手数料の件ですが、内照式から動画タイプのビジョンに変わったことで変わるのですか。

○事務局（西元寺路政係長） その確認はこれからしたいと思っておりますけれども、物が変わるので、届出といいますか、書類は出していただくことで考えております。

○我孫子委員 バス停に限らず、屋外の大型ビジョンの屋外広告物申請の手数料は内照式と同じだと捉えていいのですか。弊社では大型ビジョンの管理者にはなっていないので、取扱いが分かりません。

○事務局（茂呂広告物対策担当係長） 手数料は変わりません。

○我孫子委員 もう一点、表示の面数の制限はないということでしたけれども、面積についての制限はあるのですか。

○事務局（茂呂広告物対策担当係長） 基本的にはありません。

○我孫子委員 そうすると、全面液晶のものでくくっても問題ないのですか。

○事務局（西元寺路政係長） バス停が広告物に囲われ、中に人がいるかどうか分から

ない状態だと非常に危なくなります。お客様といいますか、例えば、子どもがバス停内にいたとして、子どもがどういう挙動をするかは分かりません。道路にいきなり飛び出してくるかもしれず、それでは非常に危ないので、中にどういう人がいて、バス停がどういう状況になっているのかが分かるようにするということはあります。

国の通知が変わりましたが、バスの運転手をはじめ、車の運転手もそうですが、そうしたバス停を見て危ないと感じないようにする配慮は必要となっております。ですから、バス停内が著しく見にくくなってしまふ、人間がいるかが分からないような状態になってしまうことを許す変更ではないと思っていただければと思います。

○我孫子委員 まずは3か所ということですが、広告に限らず、公共性の高い情報を緊急時に発信することもできれば、この3か所だけではなく、必要性の高いエリアに設置するのはいいのではないかというのが私の意見です。

○林会長 この審議会らしい意見で、私も感激しました。

先ほど中央バスがやるから大丈夫ですと言いましたが、正直、カニの例もありますから、大丈夫ですというのは信じない時代です。市がどのように管理するかで、制限がないところでは管理できないということがありますので、今の意見というのはそういう思いからだと思うのです。ないことは承知しているのでしょうけれども、中央バスが責任を取るのかということだろうと思います。

ただし、実際は公共の道路ですから、国の責任も重いと思います。つまり、貸した側の責任も重いわけで、これはぜひ記録しておいてください。

それに、公務員の方は3年で替わりまして、私は知らない、そんなことがあったのかということもあるかと思えます。この審議会ですらそうした意見が残り、替わられた人がそれを読むことで顧みることが大事でして、ひとつよろしくお願いします。

ほかにございませんか。

○野村委員 どう捉えればいいのかと思って自分でも整理していたのですが、1点目は、10ページで示されている国からの通知ではデジタルサイネージをつける場合は運転者に関する記載がありますよね。そもそもの構造や機能は歩行者にとっても安全でなければいけないということがあると思います。運転者にとって影響はなかったという結果があるようですけれども、歩行者にとってどうだったのかはしっかりと見極める必要があるだろうと思っております。

先ほどあったアンケートの話もそうで、アンケートはほぼ意味がないだろうと思っています。できるかどうかは別として、アフォーダンスといいますか、人々の行動をどのように測るかに頭を使うべきかと思えます。

いい例で言いますと、赤れんがテラスのところはどう活用されているかのアフォーダンスの調査をお隣の研究室でやっていて、それこそ、デジタルの機能を使って個人情報等を介さずどう調査するかという実験も進めているので、そうした歩行者実験をしっかりとされるとよいのではないかなと思います。

もう一点は、先ほどもちょっとあった話についてです。

もちろん、景観にどう合わせるかの審議は当然必要ですが、この広告がデジタルになる意義は何なのかをしっかりと押さえておく必要があると思いました。バス事業者が利益を得ることが今後の札幌市民の交通手段の確保につながるということが一番のメリットだと思うのですけれども、広告収入がどう還元されているかを可視化する作業が必要だろうと思います。こうだから必要だということがあった上で景観とマッチングさせていくという展開であれば納得感が出るのかなと考えました。

○林会長 勉強になりました。

それでは、ほかにありませんか。

○北川委員 質問ですが、札幌市が試行開始に当たってアンケートを取り、それをどう反映させるかを把握していないといいますか、走りながら進めるという話だったと思うのですけれども、今までそんな感じで進めていたのかどうか、聞きたいです。

○事務局（西元寺路政係長） 確かに、今まで同じように試行実施をしてみようというものは当課ではなかったかと思います。そういった意味では非常に実験的なものになります。

また、道路上でありますので、実験のようなものが許されているのかということはあると思います。要するに、危ないのではないか、実験する場所は選んだらいいのではないかと私も思っております。

東京、横浜、福岡、名古屋、仙台、広島ではやっているのですけれども、この広告会社は実験だと言うのです。そして、その実験場所が公道だということです。果たして、車が通っており、交通事故が起こっているのかということもあります。ですから、車の運転をしている方になるべく影響が出ないのはどこなのかを我々として考えました。その上で、すすきの地区というのは広告物活用地区であり、ほかにも広告物がありますので、デジタル広告物が出てきたとて、影響はあると思うのですけれども、ほかの場所より影響は少ないのではないかと考え、選びました。

次に、今後、アンケートをいつどんな内容でやるかですが、これは非常に大事だと私も考えております。そこで、アンケートの専門家に見ていただいて、監修していただいて、しっかりとしたアンケート調査をしたいと考えております。

○北川委員 ということは、結論といいますか、こういう結果が出たらやめる、やめないということもなく進めるという話で組んでいるのですね。

○事務局（西元寺路政係長） 前提として、こういう状態だったらやめる、こういう状態だったらすすきのエリア以外でもオーケーにするということは考えておりません。取りあえずすすきのエリアでやってみようということしか考えていないということです。

○北川委員 お尻の期間も決めずにやっていくのですか。

○事務局（西元寺路政係長） 東京のように5年がいいのかはありますので、妥当な期間は考えなければいけないと思っております。

○北川委員 まずは1年間とか決めずにやるのはどうなのでしょう。我々がやっている

広告の申請でも安全性を確認しながらオーケーを取って、さあ、設置ですと進めてきたのが今まででしたが、ちょっと違うのかなと思いました。

また、映像が動いている時間についてです。何時から何時までなのでしょう。6秒で切り替えると言われていきますので、動画ではなく、静止画なのでしょうけれども、どういう内容で推し進めていくのかは今の資料では計り知れないので、何とも言えません。これは報告だということでしたが、そういうことが分からなければ、我々に意見を求められても難しいところがあるなと思っております。

○事務局（東田道路管理課長） どれくらいの期間、実験するのか、後ろが見えないのではないかということについてです。

先ほど来ご説明させていただいておりますが、広告つきバス停留所上屋については道路占用許可を出しております。国道域は開発局、市道域は札幌市です。そして、バス停留所上屋の許可期間は決まっております。

今、資料はありませんが、まずは許可期間の終期を目安にしたいなと思っております。ただ、札幌市と開発局からそれぞれ占用許可を出しておりますので、その終期がどうなのかです。国道域のものが二つ、市道域のものが一つで、そこにデジタルサイネージ板をつけるということです。

具体的なことをこの場で申し上げられず、大変恐縮ですが、開発局の占用許可期間の終期と合わせることを目安にしたいと考えております。通常であれば、バス停留所上屋の場合、札幌市であれば3年間の占用許可期間としておりますので、それを目途としたいと考えております。

その中で、専門家の監修の下、アンケートをつくって、市民、バス利用者にアンケートを実施し、それに基づき、ここでデジタルサイネージ化することで何かの悪影響があるかどうかを検証したいということです。

○林会長 ここでの限界に先ほど申し上げたことがあります。森委員に責任を負わせるわけではないのですけれども、有識者会議がなければ、北川委員のおっしゃったことを議事録に残していただけます。この話も残りますし、今の課長とのやり取りも重要な意味を持つと思います。ただ、有識者会議で検討されており、市の独断で進めているわけではなく、それぞれで検討した中でこのように至ったという報告ですので、それは尊重しなければいけないと思います。

ただ、何度も申し上げますように、ここでの意見は記録されます。そのことによって、課長が言ったよね、係長も言ったよねということは、彼らがいなくなっても残るわけですので、それが僕らの仕事なのかなと思います。

○森委員 今はこの枠の中で実験という名の下に3年という期間を目安にしているということでしたが、もっとつけたいとなる場合も想像できると思うのです。そうしてなし崩し的にするのが嫌だなという気持ちもありますが、そのジャッジメントは占用許可の3年という終期までおあずけにするという解釈で事業者も納得されているということによろし

いのでしょうか。

○事務局（西元寺路政係長） 実験という言葉は好きではないので、試行実施という言葉を使いましたけれども、試行期間中にほかのエリアでもやりましょうということには間違いないと考えていただいているかと思います。

○古谷副会長 デジタル広告についてですが、今の時代の流れからといって内照式に取って変わるのには遅いぐらいだと思うのです。試行実施することによってデジタル広告のよさを見る必要があると思うのです。デジタル広告については、安全面を第一に考え、これからどう広めていくのかで、アンケートなりで意見を求めるにしても、その観点を強めていただければと思います。

すすきのエリアで試行実施するのはナチュラルな話だと思いますが、私も皆さんと一緒にですけども、施行された後はどうなるのだろうということが全然見えないので、そこは不安です。でも、先ほど言ったように、デジタル広告を使うのが駄目だということではなく、そのエリアや使い方です。広告の条件といいますか、数も面積も要件が外され、安全であればいいとなっていますが、それでは景観から何が言えるのかという気持ちもあります。

すすきのエリアできれいに見えたから、それをそのまま郊外に持っていこうということはないと思いますけれども、すすきのエリアで3か所動かして、その後、どういう思いの方向へ持っていかれるのかは心の中で強く定めておいてほしいなと思います。

また、すごく疑問に思ったのは、大阪で4か所しかやっていないことです。大阪だったらどんどん広げていきそうな、ステレオタイプな考えで大変申し訳ないのですけれども、これはどうしてなのか、知りたいなと思いました。

○事務局（西元寺路政係長） 恐らく、導入して日が浅いのです。大阪は2023年10月です。東京は2018年ですから、そもそも、大阪にこの広告会社の基盤がなかったのか、営業力がなかったのか、人員の問題で大阪への働きかけが遅れたのだろうと思っています。

と申しますのは、札幌市はポスターの広告を導入したのが早く、平成20年です。これは、これらの都市の中でもかなり早いです。そして、大阪ではその頃は導入されていなかったということかと思っています。

○吉田委員 デジタルサイネージは動画ではなく、静止画を切り替えていくということなのですか。

○事務局（西元寺路政係長） 今のところはそういう内容です。

○吉田委員 先ほどの話ではないですけども、そのうち、動画になるのかなと思います。

一番気にしているのは、広告スペースが増えて、それを軸にいろいろな経済活動が活性化するのは非常に結構なことだと思います。ただ、それで抜け落ちていくのはまちの景観だと考えます。

このテストするすすきのエリアだけだと検証結果の比較するものがないですね。景観

という視点から考えますと、郊外でもう一か所行い、比較をしないと、すすきのエリアは、繁華街ですし、便利ですし、明るいですし、不便ではないという結論しか出ない可能性が大きいかなと危惧したところです。つまり、今回の実証実験でどんな効果を想定しているかを明快にしておいたほうがいいのかと思いました。

○林会長 活発に意見が出され、よかったと思いますが、これで締めたいと思います。課題は出されましたし、それをどうフォローするかは札幌市に預けます。

ちなみに、この件に関しては、非常に悩ましく、個人的には賛成していません。でも、各まちの情報を確認してみると、やむを得ず広がっているという事情があります。税金など、様々な問題もあり、検討しなければならないということで深く悩んでいたということを知っております。ですから、断腸の思いでということがなくはないのかなという気がしています。

大阪の4か所もそうです。東京以外は見識があって、国や市の見識があって、さあ、やりましょう、がんがんいきましょうということではなく、ちゃんとやっつけようという姿勢の中での論議だと思っています。

締めにあたってこんなことを言っはしようがないのですけれども、次の議題もそうにして、市役所は何も考えていないのではないかという感じはしておりません。今後も審議があるかと思いますが、言うことは言って、きちんと記録に残すということをこの審議会の大事なことにしたいと思います。

それでは、次の説明をお願いいたします。

○事務局（西元寺路政係長） 次に、横断歩道橋のネーミングライツ事業についてです。

歩道橋ネーミングライツというのは何のことかと思うかもしれませんが、施設命名権のことです。この間、札幌ドームは大和ハウスプレミストドームという名前になりました。年間2億5,000万円、4年間という契約を結び、札幌ドームは苦境に立たされていますけれども、それで息を続けられるのではないかとなりました。このように市有施設を少しでも利用されるようにという流れのことです。

2ページをご覧ください。

横断歩道橋の命名権を販売することで、増嵩する道路施設の維持管理費の財源確保とともに、民間企業者に社会貢献の場を提供できるのではないかということで始めたいということことです。

背景としては、元来、行政は、道路管理者として、道路上における行為を規制する立場でありますので、道路を活用するという立場ではありませんでしたが、平成27年に入札によって道路占用をさせてもいいという制度がつけられるなど、法制度から環境整備が図られてきております。

3ページをご覧ください。

札幌市では札幌ドーム以外でもネーミングライツを既にしておりまして、中央区体育館は北ガスに命名権を買っていただきまして、年間3,000万円の収入が札幌市に入っ

おります。また、豊平区にカーリングスタジアムがありますが、年間570万円で北海道銀行に買っていただいております。さらに、市民ホールは年間2,000万円でカナモトに買っていただいております。それから、市電の電停です。北土建設前とありますが、この電停の近くにある会社に副駅名称で買っていただいている例もあります。今回、私ども道路管理者として初めて道路施設に命名権を買っていただくということです。

4ページをご覧ください。

歩道橋のネーミングライツについてはほかの都市でも発想がありまして、古くは大阪府庁が平成22年に始めました。1橋30万円で、1年間のネーミングライツですが、3年間の90万円の契約が始まりました。これにより、1橋30万円、3年間という契約が横並びで来ておりまして、その後、平成23年に名古屋市、平成24年に大阪市でも始めておりまして、今は、20政令市のうち、12都市で歩道橋のネーミングライツ制度を取り入れておりまして、仙台、さいたま、川崎、横浜、名古屋、大阪、横浜等でやっております。ただ、千葉、浜松、北九州、福岡では契約がありません。要するに、売れていないということです。歩道橋のネーミングライツがなかなか受け入れられていないといいますが、企業に反応していただけていない都市もあり、明暗が分かれております。

5ページに他都市の状況を載せております。

仙台市では、割と早く、平成25年に始めておりまして、31本の歩道橋を仙台市役所が持っており、そのうち、30橋で売れております。かなりの割合となります。札幌市には37橋あるので、仙台市と同じぐらいの数ですが、仙台市ではかなり売っているということです。

大阪市では平成24年から始めておりますが、全部で142本あり、そのうち、59本が売れております。

仙台市と大阪市の両方で言えることは、ネーミングライツと言いながら、道路の占用許可なり屋外広告物条例をやっている者からしますと屋外広告物にしか見えません。歩道橋に屋外広告物を出しているだけのようにはしか見えないということです。

6ページをご覧ください。

名古屋市が全国の中で一番成功している例だと思っております。名古屋市は歩道橋の数がそもそも多く、227本あり、札幌市の7倍から8倍あり、そのうち、109本が売れております。これは、名古屋が車社会だからだと名古屋市役所は分析しております。実際に車の登録台数も個人では名古屋市が一番多く、車社会の名古屋ではネーミングライツがかなり進んでいるということです。

また、大阪府堺市では25本出しております。令和3年度から始めた新しいものですが、6橋で契約ができているということです。

名古屋市と堺市を載せている心は、明らかに仙台市や大阪と全く違うからです。まず、歩道橋の色を変えていません。また、多色遣いをしておらず、1色にとどめています。名古屋市や堺市のものはネーミングライツとしてすんなり受け入れられますが、こういうケ

ースがあるということです。

7ページをご覧ください。

北海道内でも1か所だけやっている都市がありまして、苫小牧市です。苫小牧市ではいろいろなことを先進的にやられており、ネーミングライツについても苫小牧市だからという反応もあるようですけれども、とませいという環境のことやごみの収集、運搬をやっている企業が買っております。今のトレンドは30万円ですから、若干安いのですけれども、年間20万円で3年間ということです。

苫小牧市役所のマークのとまチョップのほか、ナスタ君がとませいのイメージキャラクターが入っているようですが、こういう歩道橋のネーミングライツをやっています。

8ページをご覧ください。

こういった事例を受けて、札幌市では歩道橋についてどのようにネーミングライツをするかです。事前に整理すべき課題として、まずは交通安全があります。道路上にこういう新しい表示をすとしても、車両運転者に必要以上に訴求しない、もしくは、信号機など、道路標識の妨げとならないようにすることが前提です。また、景観保全です。周囲の景観に違和感を極力与えない、歩道橋との一体感を保つ必要があるということです。そして、法令への適合性です。屋外広告物条例や道路法との整合を取る必要があります。つまり、広告物条例に抵触しないように、また、道路法などに抵触しないようにするということです。

というのも、道路法や屋外広告物市条例では、橋や歩道橋は全国のどこでも禁止物件になっているのです。広告物や企業の名称などを表示させてはいけない代表例が歩道橋なのです。それにもかかわらず、すごいものがあるということです。出してはいけないものは各都市で違うのですが、歩道橋に関しては全国どこでも広告物条例での禁止物件になっております。そういう状況にあるものですから、方向性としてはあくまでも施設の命名権であり、ゆえに屋外広告物や道路占用物件に当たらないような表示にさせたいと考えております。

9ページをご覧ください。

表示イメージ案と書きましたが、これは北大の近くの歩道橋で、幌北横断歩道橋というものがありまして、ここに出すとすれば、こういうイメージかなというものです。札幌太郎株式会社横断歩道橋と書きましたが、このように、まず、歩道橋の下地の色は変えないことを考えています。また、文字の色は、黒一色とします。

と申しますのは、幌北横断歩道橋という名称がついておりますけれども、もともとついている名称がこのように黒色で表現されているからです。歩道橋の命名権ですから、既存の橋の名前を入れていただくのは当然、色も変えず、あくまでも橋の名前なのだとということで、屋外広告物ではないですということにします。

なお、我々としては来年4月以降に始めたいと考えております。

○林会長 これも基本的に札幌市としてはやりたいということです。ですから、ここでや

っては駄目だ、いかななものかと言うのではなく、やるに当たってこんなことに注意したほうがいいのか、こんなことはどうなのかというご意見を頂戴したいということです。

私は先ほどから札幌市を守るような言い方をしていますけれども、守れと言われているわけではありません。ただ、札幌市の財政は、皆さんもご存じのように、相当ひどい状態です。税収がなく、お金が相当ないらしいので、それでやりたいのだということです。今日、それを言えばいいのに、それが資料からは抜けています。恐らく、遠慮したのだろうと思います。

ある市では、6,000万円ほどの道路舗装事業者といますか、道路を維持管理する事業者に市が支払いを遅延していたということが起きています。札幌市でもそんな恥ずかしいことが起きるかもしれません。これは脅しかもしれませんが、うなずけなくもないといますか、今のご時世はそういう状態であり、やむを得なくやろうということです。つまり、みんながやっているからやろうということではなく、市として財源確保のために何かできることはないかということで考えられた提案だと聞いております。

会長としては余計な補足説明だったのかもしれませんが、その上で注意事項といますか、審議委員でなければ言えないようなことを言っていただければと思います。

いかがでしょうか。

広告をなりわいとしている人はおりますけれども、いかがでしょうか。

○我孫子委員 広告物をつくっている身からしますと、歩道橋のネーミングライツは非常に有力な広告媒体になり得ると思っています。

札幌市の掲示イメージも含め、広告だと思うのです。ネーミングライツになっているのは苫西歩道橋だけだと思うのです。要は、会社名の一部、製品や商品を歩道橋の前につけて掲示するのがネーミングライツだと思うのですが、これでもいいという判断なのでしょうか。

これでいえば、幌北横断歩道橋という名前自体を変えてしまうことがネーミングライツだと思うということです。

○事務局（西元寺路政係長） 今ご指摘をいただきましたように、広い意味で言いますと、名前自体が屋外広告物になります。確かに、名前を変えること自体、もしくは、名前を表示すること自体で屋外広告物になるというのはそのとおりです。ただし、許可が必要なものにしないようにと考えております。

表示しましたのは名古屋市のケースで、非常に穏やかなものですし、そんなに大きくもありません。こちらは、ごたまごという会社の表示です。

屋外広告物条例の許可を必要としないというのは10平米を超えないということです。そこで、名古屋市でも歩道橋全体にごたまごを連呼できてしまうような表示にはさせていないですし、私どももさせないようにしようと考えています。繰り返しますが、10平米を超えるものは屋外広告物条例の許可が必要になってきますので、合計で10平米を超

えない大きさにしていただきます。また、目立たせたくないなので、色も控えていただき、既存の黒系統の色から変えないように表示していただければ、施設の命名権と言えるのではないかというような札幌市としての思いでございます。

○林会長 我孫子委員は例が悪いよと言ったのだと思うのです。札幌太郎株式会社というのは例が悪いです。これでは広告が集まらないとおっしゃったと思うのですが、そういう解釈でいいですよ。

デザイナーの方がいらっしゃると思いますので、黒色にする、また、大きさに関しては審議の範疇にあって、前から決められていることがあります。広告についてはこれだけの幅で、この面積でということを守ってほしいということは分かるのですが、今のことは重要だと思います。

広告でお金を集めたいと思っているけれども、これでは集まらないということだと思います。出しても集まらないようでは意味がないねということですよ。美しい広告を、札幌市らしい広告を出してもらいたいというのがこの人たちの気持ちだと思いますので、よろしくをお願いします。

ほかにございませんか。

○吉田委員 せっかく考えたと思うのですが、やめたほうがいいのではないですか。これだけまちを汚すものはないですよ。どうやっても広告表示になりますし、ロゴを入れてくださいなど、書体を変えたいと言ってくると思います。あるいは、同じような指定書体があって、札幌太郎株式会社という指定書体があったとして、見た目はゴシックであるとします。幌北歩道橋と一般的な文字を使うというところから誤差がどんどん出てきて、ぐちゃぐちゃになってしまうかなと思います。

いろいろなことがあるのですが、個人的にはぜひやめていただきたい企画かなと思っています。

○事務局（西元寺路政係長） 確かに懸念はあります。

細かい説明はあえてせず、反省しておりますが、今、吉田委員が心配されましたことはあります。名古屋市のケースですら、このように字体が一致しておりません。また、マークも入っています。

ただ、現時点で札幌市が考えているのは社章やロゴも入れさせないとしていますし、字体もゴシックに統一し、ほかの字体は使っていけないと指定しています。ですから、会社名と歩道橋の字体が不一致となり、景観上好ましくない状態にしたいと考えております。

○林会長 吉田委員の極論が出ました。それはそれとしてあって、なおかつ、札幌市としては何とかやりたいということです。課長以下、みんなが頑張っていていらっしゃる中で何年たっても札幌ドームのようになかなか決まらないというようなことも考えられるかと思います。取りあえず、私は応援する側で、やってみて、美しいものになればいいなと思います。

ほかにご意見がなければ次に進みたいと思いますが、いかがでしょうか。

○森委員 趣旨のところに民間企業の方への社会貢献の場とありまして、これがすごく重要な視点だと私は思っています。ネーミングライツで得た30万円でいいのかと思うところもありますが、その財源でその歩道橋がきれいになるというようなメリットが直接的に見えれば仕組みとしてはありかなと思います。ただし、デザイン上のことはもちろん考えないといけないと思います。

札幌に来てびっくりしたのは、円形の歩道橋です。ああいうユニークな歩道橋のネーミングを考えてください、それがその地域のアイデンティティーになる、そうした地域の特性を生かすものであれば、まちづくりとしてはありかなと思います。

最後の札幌太郎株式会社というものがまちの中にあるのは嫌だなと正直思うのですけれども、先ほど申し上げたように、特徴的なもの、そこの地元の企業が貢献するということであればいいということです。

あそこにはエレベーターがないと思いますので、そうしたものをつくってバリアフリーの整備をするなど、見える化される社会貢献が一体でされるといいのではないかと思います。ただネーミングライツをやりますというだけではない、もう一步踏み込んだアイデアが欲しいなと思いました。

○林会長 ものすごく勉強になりました。

これはいつから募集し、いつからやるのですか。

○事務局（東田道路管理課長） 4月から募集します。

○林会長 やめることはないのですか。

○事務局（東田道路管理課長） はい。お客様がつくまで頑張ります。

○林会長 吉田委員の意見も参考にさせていただければと思います。

○事務局（東田道路管理課長） 令和7年度には募集し、3年間の契約期間を考えております。全く興味を示されないのであれば、結果的に一橋もつかないということもあるかと思っておりますけれども、募集があれば公募によってネーミングライツとして表示したいと考えております。

○林会長 契約が早めに決まることを祈っております。

吉田委員のご意見は非常に重要だと思います。

○事務局（東田道路管理課長） 承りましたけれども、札幌市としては進めたいと思っております。

先ほど会長もおっしゃったとおり、道路の維持管理費は物価高騰の影響で右肩上がりです。札幌市が管理する道路総数は5,400キロメートルを超えております。そのための財源が必要です。これは数十万円というレベルではあるのですが、少しでも足しにと言ったら言葉は変かかもしれませんが、積極的に活用することで維持管理費を捻出したいという思いが強いのです。

今の現行法令の範囲内でこれならできるのではないかとということでお出ししたのがこちら

らです。幌北という名前を変えてこそネーミングライツではないかという話もありましたけれども、横断歩道橋の名前を変えることができないものですから、横断歩道橋の名前はそのままにした上で会社の名前を掲出したものをネーミングライツとして札幌市としては整理したということですので、何とぞご理解をいただければと思います。

○古谷副会長 今日のお話は苦肉の策だとしか捉えられなかったのですけれども、行うのであれば魅力もつけないといけないと思います。

例えば、これしかできませんというのではなく、企業が経費を出して、色を塗り替えた、何かをしたいということに対して許可ができるようになると愛着が湧くので、自然と地域の人たちがケアするようになるのではないかと思うのです。冬は雪の問題がありますが、愛着を持てるような条件もつけて、魅力が増すようにしてほしいです。

○林会長 取りあえず、広告の専門家がたくさんいるので、参考にしてください。というのは、このままやっても集まらないと思います。それが一番格好悪いと思うのです。集まってから、吉田委員の意見も聞いて、やっぱり駄目だねとなるのが一番美しいのです。でも、審議をやったのに集まっていないぞとなりますと、俺たちの意見も聞いていないこととなりますし、残念だねとなって、課長は首にはならないでしょうけれども、仕方ありませんねとなると思います。部長や局長からも言われましたとやって、結局、集まらなかったらここで審議の意味もなくなるのです。取りあえず、駄目だと言う人もいながらやろうとなったわけですから、いろいろなアイデアを出して集めてくださいよ。そして、やっぱり汚れているよ、あれはいけないという意見の中で整理し、財源を集められれば新しいものとなると思います。

吉田委員以外、デザインに関係する人がこれだけいるのに否定はされてないのです。吉田委員としては、デザインのことも含め、トータルで考えてやめろと言われただけです。

取りあえず、参考にしてお進んでいただかないと、このままいくと契約は決まりませんよ。

○事務局（東田道路管理課長） 大変ありがたい意見です。参考にさせていただきたいと思います。

○林会長 それでは、次の報告をお願いいたします。

○事務局（茂呂広告物対策担当係長） 私からアドトラックという宣伝車による屋外広告物規制の検討についての報告をさせていただきます。

お手元の資料3になります。

お手元の資料では、権利の関係もありまして、写真は載せておりませんので、スライドをご覧ください。

まず、本市の状況についてです。

これは求人系のアドトラックになりますけれども、こういったものが音を鳴らしながら走っております。本庁周りも窓を開けますと音が聞こえてくるのが結構あります。最近こういったホスト系のサイネージも使ったものが出てきております。

市民からの苦情の抜粋もあります。大音量で街を走行しており、うるさい、大通でも風

俗店を宣伝するトラックが日中に走っており、子どもたちにも悪影響ですし、観光客の目にも入って印象を悪くする、子どもが歌をまねするということがあります。

今年度に入りまして、半年くらいたっていますが、苦情が8件ほど来ております。昨年度は、年間を通して数件しかありませんでしたけれども、走行台数が増えてきているのかなと考えております。

札幌市のアドトラックの規制についてです。

今、条例の施行規則に電光板、映像等を右側面及び後部に用いる場合にあっては、文字、図形、映像等は動かないものであることとなっております。また、対向車や後続車に危険を与えないということしかありません。そして、憲法上の表現の自由がありますので、広告の内容については審査できておりません。

なお、車庫が本市以外にあるアドトラックで、車庫のある市町村の規定に基づいて許可を受けて走っているアドトラックが札幌市内を走っても適用除外となります。例えば、江別市に車庫があるとします。江別市には条例がないので、北海道の条例となるのですが、北海道の条例で許可を受けていれば札幌市内も走れます。

こちらは、車体利用広告です。

アドトラックは該当していませんが、写真のとおり、ラッピング車については、許可申請に当たり、市長への事前協議が必要となります。具体的には札幌市広告アドバイザーといって、この審議会の委員にもなっているのですが、そうした方から意見を聞くことになっております。その意見を受け入れてもらいたいのですが、あくまでもアドバイスということで、強制はできません。

これについては広告宣伝車には該当しないという扱いです。

そこで、東京都の規制です。

6月30日から規制強化するとの報道がなされました。これはネット記事ですが、かなり大々的に全国ニュースになっておりましたので、その状況について調査しました。

東京都では早くからアドトラックが問題となっておりました。2011年、平成23年から東京屋外広告協会のデザイン審査で承認を受けることとなっておりました。ただ、それは都内ナンバーだけであり、都外ナンバーについては適用除外です。そして、近年になってデザイン審査を受けなくてもよい都外ナンバーが頻繁に渋谷などの繁華街を走行することでかなりの問題になっておりましたので、東京都は規制を改正し、6月30日から都外ナンバーも東京屋外広告協会のデザイン審査を受けさせることとしております。

次に、東京都でのアドトラックに係る許可申請の流れについてです。

事業者については、デザインを作成したら、自主審査申請を東京屋外広告協会にします。その後、協会の内部委員会で東京都知事の指定を受けた車体利用広告デザイン審査会が審査を行って、問題がなければ審査済み証を交付します。問題があれば修正指示を出すことになっております。

その後、審査済みになれば、区なりに屋外広告物の許可申請を出すということになって

おります。

こちらは、実際に東京に行って走っていたアドトラックになります。

左側が漫画系、エンタメ系、右側が求人系です。こういったものが走っておりました。こちらはホスト系のもので、左側のものは顔がかなり大きく出ております。

こちらも求人系ですが、左前面部に東京都の広告宣伝許可票を出してくださいということになっておりました、新宿で30分ほど調査したところ、これが走っていたのですが、許可票は全てついておりました。ですから、東京都のデザイン審査を経て走っているということなのです。

そういった状況も含め、本市での検討はどうかを考えました。東京都の自主審査を参考に同じようにやってみてはどうか、札幌市のアドバイザーの意見を聞きながら修正指示を出そうと思っているのですけれども、効果は薄いのかなと感じております。

また、周回走行範囲を絞るということが有効かなと思っております。具体的には、第三者広告が掲出できない景観保全型広告整備地区です。大通周辺や駅前通などがありますけれども、そこに入れないように何かしらの規制をすることはできていると考えていますけれども、特定の車両が入れないようにする規制はかなりハードルが高いです。

そういったこともあって、すぐに規制とはならない状況ですが、まずは、事業者様に対し、表示内容や走行エリア、音などに配慮するお願いのチラシを配付することも策としてあるのかなと考えております。

このように行き詰っている感じもありますので、委員の皆様にご意見やアドバイスを頂戴できればと思い、今回、この議題を出させていただいた次第であります。

○林会長 以前、森委員でしたか、アドトラックが止まっていることについて話されていたかと思えます。非常に悩ましい問題で、この提案もそこから始まっており、規制できるものなら規制したいということだと思っております。

表現の自由ということがあって、何が悪いのだと言われたら手も足も出ないといいますが、何も言えないという前提があって、札幌市が提案された案を含め、札幌市が次に進みやすいようなご意見をいただければと思います。

○森委員 この議題を上げていただいて、本当にありがとうございます。

私としては場所の制限ができたらいいなと思っております。といいますのも、特に問題だと思うのは、テレビ塔のところや駅前通に夜に止まることです。写真を撮る人もいますし、運転手も出てこられて、しばらく止まっているのです。あれはどうかなと気になっていました。何枚か写真を撮っていますので、提供することはできますが、札幌の顔のテレビ塔、大通の軸のところ止まる行為はやめていただきたいというのが一番です。

もう一つ、あそこはデジタルサイネージができないエリアになっているわけですね。それなのに移動のものはオーケーというのは矛盾していると一方で思いますので、そうした根拠を基に何らかのことを理論的に言えないかと思えます。あのために新しく何かをつくるのではなく、そういう場所にしているのだからおかしいのではないかと言えるのでは

ないかと思っていました。

○林会長 この件に関しては森委員から出ていたと札幌市に確認していました。ご存じのように、あそこは、一定時間、停車してはいけないことになっており、許可をもらわなければいけないと思うのです。私も仕事で中継車に乗っていましたが、あのぐらいの大きさのものについては確実に許可をもらってやっていました。ですから、警察なのではないかと思います。

国として道路占用についてはどうですか。

○藤田委員 車で移動するものにどれだけ規制をかけられるかは悩ましいところです。そういうものに対応する場合は、おっしゃられたように、警察との連携が必要になってくるのかなと思っております。

○林会長 許可ステッカーを貼って走っているものの所在が分かれば、許可を得ているところで規制をかけられるのではないかと思います。市や東京都が指定していないものがあれば市も言いやすくなるでしょうし、あなたのところは違法だから許可を出さないということを言えるのかなという気がしました。二重、三重に網をかけるといいますか、やりにくくさせるといふことがあるのかなと思いました。

○事務局（東田道路管理課長） 駅前通を走っているアドトラックは札幌ナンバーではなく、野田ナンバーです。

本来であれば、野田市なのか、千葉県なのかは分かりませんが、屋外広告物条例に基づく許可をもらっているのであれば、札幌市の屋外広告物条例で規制しようと思っても千葉県からもらっているのです、できませんというのが今の関係法令の立てつけです。

東京都に話を聞きに行った際、先ほど会長からもお話があったとおり、東京都で規制を始めるといったとき、警視庁のバックアップがかなり強いということがあったとのことです。

そうしたことも踏まえますと、繰り返しになりますが、札幌市単独でどうにかできる問題ではないと思っております。

私どもとしても警察と連携を取らないといけないと考えておりまして、近く相談に行きたいということです。

○林会長 市が置かれている状況が分かったのですけれども、だからといって諾々というわけにもいかないですね。市民が応援できるようなアイデアや意見があれば、ぜひ札幌市に役立つと思います。

僕の経験で言いますと、札幌テレビ放送でやっていたとき、大通に関しては、YOSAKOIもそうですが、札幌市も警察もこの通りを守ろうという中で今までずっと進んできたと思うのです。それでも大変な事情はあるのですけれども、それと同じように、駅前通などである程度の規制をしようというのが基本かなと思います。

YOSAKOIもそうですし、いろいろな行事も警察と一体となって初めて成立していますので、応援できればいいなと思っています。先ほどのアイデアの一つとしてのエリア

を決めるというのもそうで、そんなに強制力はないにしても、札幌市ではそうしたこともやっているのだというのも大事ですし、市民に何もやっていないわけではないということも必要かなと思います。

○野村委員 実情を聞けば聞くほど難しいかなと思います。今おっしゃられたように、デザインの審議をするのは難しい気がします。今の法の立てつけ上、結局、内容について議論ができないのであれば、審査に関わられる負担が大きくなって、どちらにとってもいいことがあまりないのかなと思います。そういう意味では、実行力は薄いかもしれないですけども、エリア規定が一番明確で、それで札幌市の方針を打ち出すということかと思えます。それでもやる人はいると思うのですけれども、それは警察に委ねることだと市民に対して説明しやすいでしょうし、分かりやすいと思います。

あとは音ですね。デザインで音を規制できないので、音に関しても現状の拡声器の使用、あるいは、生活環境の確保に関する条例では第1種低層住宅地域では駄目だというようなことがあるかと思うのですけれども、その一つのエリアとして大通のエリアを指定しますとするしかないのかなと思いました。

○事務局（東田道路管理課長） 広告の内容より、むしろ音に関する苦情のほうが多いかなと思っております。

ただ、実際に音を測ったわけではないのですので、基準を超えているかといいますと、65デシベルや75デシベルなど、そういった基準があるのですけれども、そこはクリアしているのではないかと推測します。このようなこともあって屋外広告物という一部門だけで規制するのがなかなかできず、また、できることが少な過ぎるということです。

○林会長 そんな事情があるということです。ただ、ここで話されていることは重要です。市民の声があって、それに反応し、どうすべきかがあります。

今日ご意見を出されていない方がいらっしゃいますが、何かありませんか。

○新貝委員 今、手詰まりになっており、どうしていいかが分からない状況かと思うのですけれども、市に苦情が来ているという事実があるわけですよ。違法ではないけれども、みんなが迷惑しているぞということを前面に出して、社会問題化することで応戦していくということもあるのかなと聞いていて考えました。

○林会長 それはすごく重要だと思います。

今日、ここに記者が来ていないのです。記者の人たちが来て、こういうことが問題になっているということを記事にして、市民の人たちがいかなものかと言えればいいのです。森委員一人が写真を撮って、いかなものかというだけではなく、市民みんなでいかなものかと言うと、あの手の人たちもそれには弱いはずなので、それはあるかなと思いました。

○堀田委員 先ほど、東京都で走っているトラックがルート図を出して許可をもらっているということですが、それで大通周辺では駄目と警察で言えないのかなと思います。法制度など、バックグラウンドのことは分かりませんが、それが一番いいのかなと思いました。

そして、最初の議題についてです。

試行期間の間で広告料収入がどれだけアップしたのか、紙のポスターに比べ、デジタルサイネージに替えたことでこれだけの広告収入が得られましたというデータはぜひ取るべきかと思います。効果はほとんどありませんでしたとなったら意味がありませんし、結局、バス会社がデジタルサイネージ化する設備投資をするわけですね。

○事務局（東田道路管理課長）　そういう事業モデルが構築されておりまして、広告事業者が広告収入を取ってバス停留所上屋を設置し、なおかつ、その広告収入で維持管理していくという枠組みになっております。

○堀田委員　民間事業者に財布の中身を出せとは言えないかもしれませんが、試行期間だけはそういう条件をつけてもいいのかなと思いました。

○林会長　人に貸しておきながら、儲かっているかは言わないよというのはね。私も商売をやっていますけれども、そんなに儲かっていませんよと言うのが普通です。でも、試行期間であり、やらせてくれと言っているのならおっしゃるとおりだと思います。それによってどうなったのか、どういう反響があるのかはちゃんと報告してもらわなければいけないのではないかという気がしますね。

最後に、私がまとめさせていただきます。

時間をオーバーしましたが、今年度はこれで終わりかなと思っています。皆さんにせっかく集まっていたので、こんなことが気になっているというものがあればお願いします。

私から言えば、台風、異常気象により大変で、看板が落ちたということがいろいろなところであって、どこで落ちてもし不思議ではないという状況です。あの事故が起こって以来、あまり大きなことはなかったので、この審議会でも話しましたが、注意喚起することですね。先ほど言ったバスのこともそれを気になさっていると思うのです。京都では本当にしっかりしているのかです。台風もそうですが、今までには考えられないことが起きているわけです。そんなことも含めて確認してほしいと思います。

○我孫子委員　ネーミングライツの件です。

これ以外に道路管理課以外で、市営交通など、屋外広告媒体になり得るものはまだたくさんあると思うのです。そちらを優先して、これは一度保留にされたらいいのではないかと思います。重ねて言います。よろしくお願いします。

○林会長　課長は大変でしょうけれども、決まったことですので、お願いします。

これ以外にもいろいろなところに広告物を出して税収を上げたいというのは課長たちにはあるようでして、我々はあくまでも景観や広告のことを考えるだけで、広告を出せという立場ではありません。そういうことについて審議させていただければうれしいと個人的には思っています。

ほかにありませんか。

（「なし」と発言する者あり）

○林会長 それでは、これで審議を終了いたします。  
進行を事務局にお返しいたします。

#### 6. 事務連絡

○事務局（東田道路管理課長） 本日、多くのご意見、ご助言をいただきました。

歩道橋のネーミングライツは来年度中にやらせていただきたいと思います。また、デジタルサイネージについても走りながらということではありますが、試行実施をさせていただきます。さらに、アドトラックについては何かしらの手を考えたいと思っております。最初にお願ベースというところから入るかもしれませんが、何か手をつけるという姿勢を札幌市として見せられればと考えております。

今後とも広告に関連してご意見やアドバイスを頂戴できればと思っておりますので、引き続きご協力をお願いいたします。

#### 7. 閉 会

○事務局（東田道路管理課長） それでは、これをもちまして令和6年度第1回札幌市屋外広告物審議会を終了させていただきます。

お忙しいところ、ご出席をいただきまして、誠にありがとうございました。

以 上