

資料1

1. 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

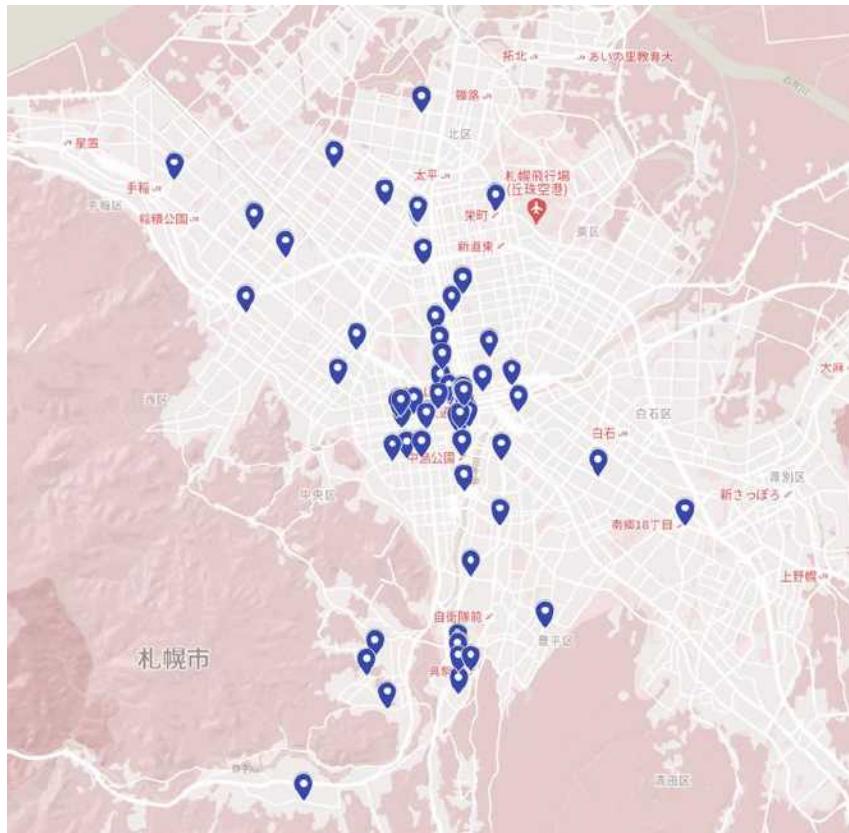
【札幌市道路管理課】

1. 背景及び現況



- 平成20年より市内に展開中で、現在市内73カ所に設置済み
- 内部はポスターで、内照式になっている
- 昨今の広告業界事情により、デジタル広告の需要が高まっている
- バス会社は管理費用を節約でき、行政は公共交通の利便性を維持できる

全市の分布図



各社計73基



北海道中央バス 32基



ジェイ・アール北海道バス 20基



じょうてつバス 16基



北都交通 5 基

政令市の導入状況（2024.8現在）

都市	導入開始時期	広告付きバス停	広告付き案内板
東京	2018年12月	37基 41面	1基 1面
横浜	2019年9月	協議中	24基 24面
川崎	2019年12月	協議中	13基 16面
広島	2022年8月	4基 4面	
福岡	2022年10月	14基 14面	
大阪	2023年10月	4基 4面	
仙台	2023年8月	4基 4面	
神戸	2024年10月予定 (試験設置)	4基 4面	
名古屋	2024年12月予定 (試験設置)	4基 4面	1基1面
札幌		協議中	
京都		協議中	

2. 検討経緯

【第1回有識者会議】

日 時：令和5年12月22日

出席者：森朋子氏（札幌市立大学准教授）／岡本浩一氏（北海学園大学教授）

北海道警察本部（中央警察署）／札幌市

主 題：公道におけるデジタル広告掲出の是非

【第2回有識者会議】

日 時：令和6年4月25日

出席者：岡本浩一氏（北海学園大学教授）／松田泰明氏（北海道大学非常勤講師）

北海道中央バス／エムシードゥコー／北海道開発局札幌道路事務所／札幌市

主 題『すすきの地区での試行実施条件について』

【第3回有識者会議】

日 時：令和6年8月28日

出席者：松田泰明氏（北海道大学非常勤講師）／北海道中央バス／エムシードゥコー

北海道開発局札幌道路事務所／札幌市

主 題『続／すすきの地区での試行実施条件について』

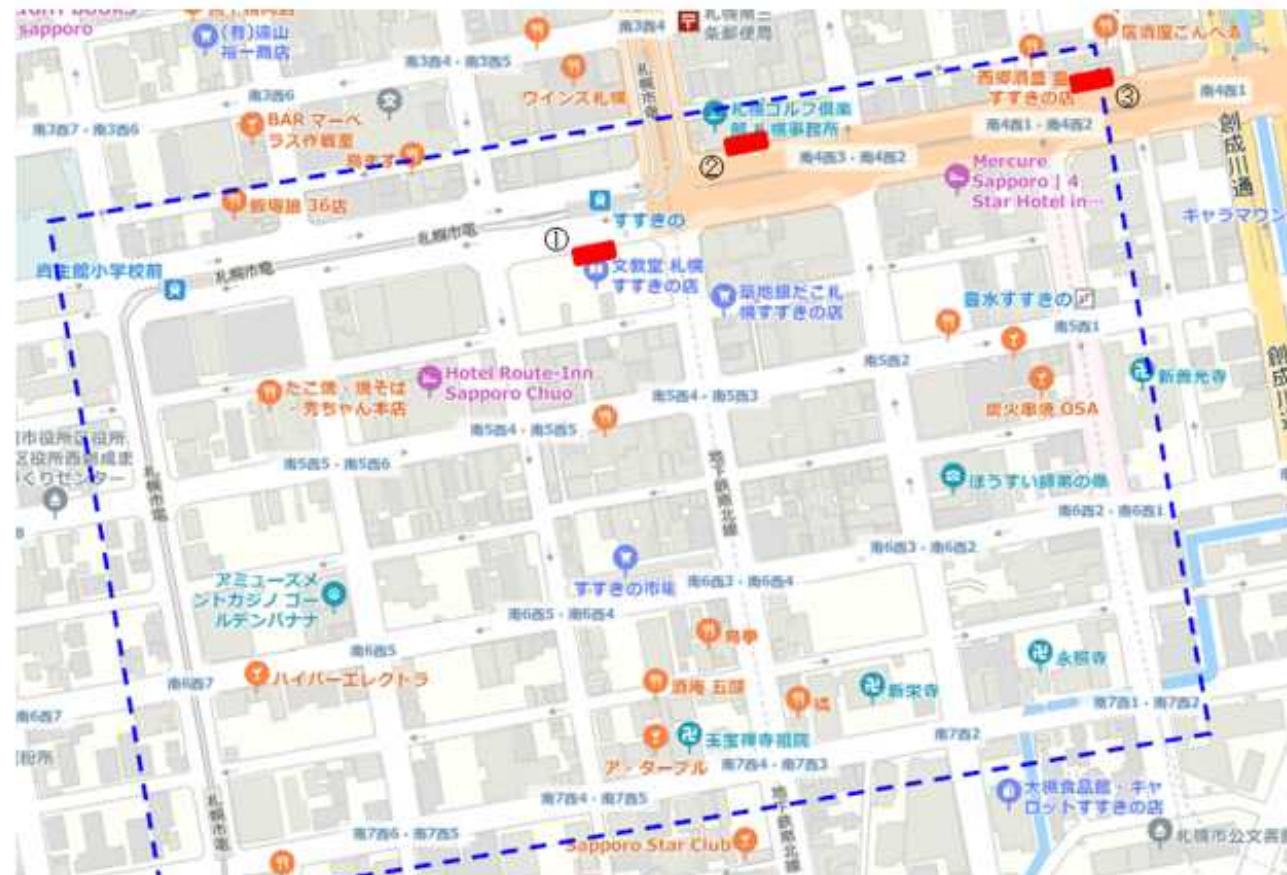
試行実施の場所（3箇所）



susukiの広告物活用地区



広告付きバス停留所上屋(既許可分)



広告物活用地区について(指定地区はsusukiのエリアのみ)

屋外広告物条例第8条

『市長は、活力ある街並みを維持し、又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。』

広告物活用地区の許可基準について

『すすきの地区広告物活用地区に表示又は設置される屋上広告物, 壁面広告物, 突出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のないものであること。』

⇒通常のエリアにはある大きさや個数の基準が、すすきの地区にはない

設置箇所（その1）

①



ココノスキノ前



設置箇所（その2）

②



すしざんまい前



民地

歩道通行量	6889人/1日あたり
車道通行量	24554台/1日あたり
道路種別/車道制限速度	国道/ 50km/h

③



創成川通付近

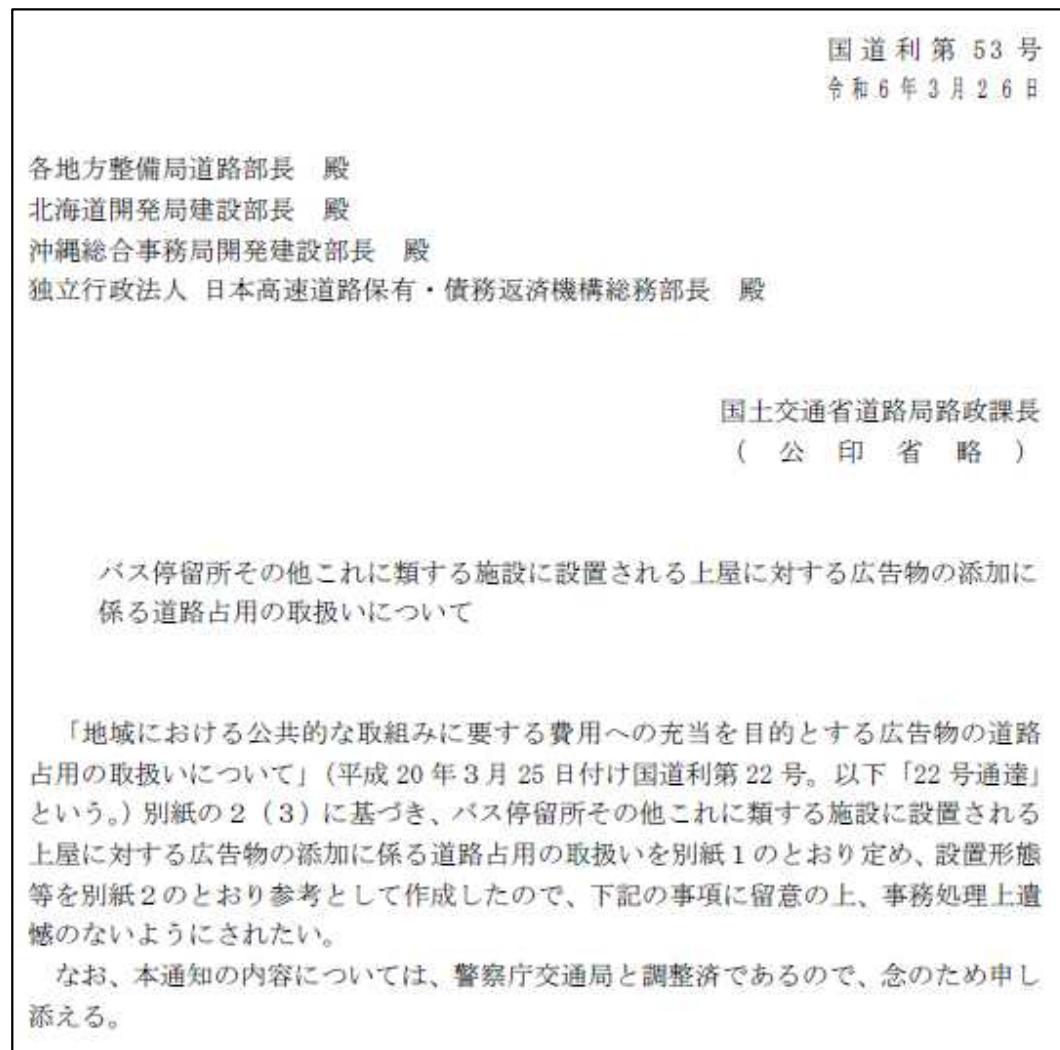


民地

歩道通行量	3639人/1日あたり
車道通行量	31157台/1日あたり
道路種別/車道制限速度	国道/ 50km/h

3. 国通知の変更（国道利第53号／R6.3.26）

☞変更点／デジタルサイネージを可とする



【通知の要点】

○添加広告板の構造又は機能は、歩行者等が注視することで著しく路上に滞留し又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であること。

旧「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。」



新「また、添加広告板をデジタルサイネージとする場合には、照明の方法や明るさが殊更に運転者の視線を誘導し、又は視野を妨げるものではないこと。」

※その他の変更点（その1）

【参考1】広告板の設置位置①



現 行

ベンチ、及びベンチに隣接した壁面への時刻表その他の貼付物等により、当該広告物による運転者への訴求が低減される場合に限り設置可

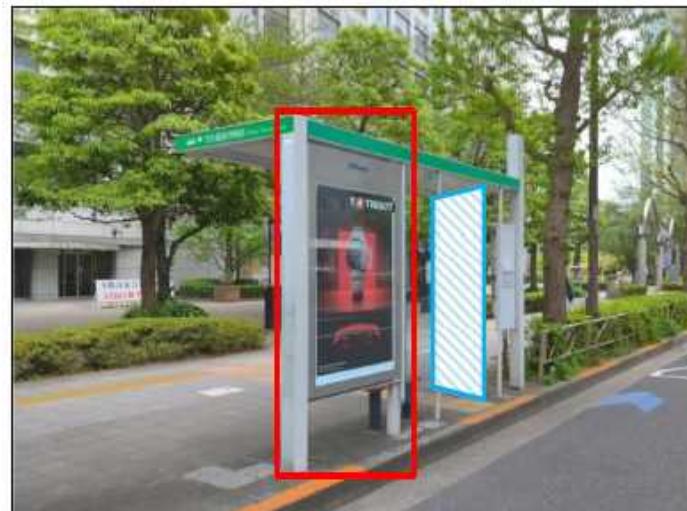
改正後

実証実験の結果、通常掲示されているバス停の名称等以外の掲示物がなくても、運転者へ与える懸念が少ないと考えられる為、現行の条件を削除

（出典 国土交通省）

※その他の変更点（その2）

【参考2】広告板の設置位置②



現 行

歩道の有効幅員が不足し、車道から見て垂直部分(上記図の青斜線部分)に壁面が設置できない場合に限り設置可

改正後

自動車運転者を調査対象としたビデオ調査(①車両の急減速、②発進遅れ・急発進、③車線逸脱の3視点)の結果、実験前後での発生割合に大きな変化はなく、広告板の設置位置、デジタルサイネージによる懸念は少ないと考えられる為、現行の条件がなくても設置に問題がないことから削除。
※①はタピークに微増した程度、②は実験前後で0件、③は実験前後で変化はあったが、数値は実験後の方が低い

(出典 国土交通省)

※その他の変更点（その3）

【参考3】掲示面数制限なし ※上屋等維持管理費用の範囲内



現 行

表裏2面も含め、全体で2面以下。ただし、運転者に支障がない場合には3面以上も可。

改正後

広告面数制限を削除。

ただし、広告と広告の間を開口部や透明な壁面にする等、安全上の措置を講じる。

（出典 国土交通省）

資料2

2. 横断歩道橋ネーミングライツ事業について

【札幌市道路管理課】

趣 旨（始める理由）

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を図るとともに、民間企業者へ社会貢献の場を提供するため。

背 景

元来、行政は道路管理者として規制する立場であり、道路を積極活用するものではなかったが、平成27年に占用入札制度が始まるなど、法制面からも環境整備が図られるようになった。

市有施設の他のネーミングライツ事例

- ①大和ハウスプレミストドーム：275,000千円／年（推定）
- ②北ガスアリーナ札幌46：11,000千円／年
- ③どうぎんカーリングスタジアム：5,775千円／年
- ④カナモトホール：20,000千円／年
- ⑤札幌市電停留所：264～660千円／年／箇所

②



③



⑤



横断歩道橋ネーミングライツの歴史

平成22年 大阪府（1橋30万円、3年契約の形で開始）

平成23年 名古屋市（全国で最も成功している都市）

平成24年 大阪市（2番目に成功している都市）

全国の政令市の状況

実施済み＝12／20都市

仙台市・さいたま市・**千葉市**・川崎市・横浜市・相模原市

・**浜松市**・名古屋市・大阪市・堺市・**北九州市**・**福岡市**

※ただし、**赤字の都市**は現在契約がない

他都市実例 その1 (開始年／全管理橋数／募集対象／契約数)

仙台市 (H25/41/31/30)



大阪市 (H24/155/142/59)



他都市実例 その2 (開始年／全管理橋数／募集対象／契約数)

名古屋市 (H23/241/227/109)



堺市 (R3/124/25/6)



苫小牧市の事例

- ・契約先：(株)とませい
- ・契約金：年額20万円
- ・期間：令和3年3月30日～3年間



TOMASEIグループイメージキャラクター



事前に整理するべき課題

- ①交通安全 車両運転者に必要以上に訴求しない、信号等の妨げにならない
- ②景観保全 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
- ③法令への適合性 屋外広告物条例や道路法との整合性を取る



～方向性～

あくまでも「施設命名権」

ゆえに

「屋外広告物ではない」 「道路占用物件ではない」

道路上施設の添加広告物の例



【標示イメージ(案)】



資料3

3. アドトラックにおける 屋外広告物規制の検討について

【札幌市道路管理課】

1. 本市の状況について

市民からの苦情（抜粋）

求人広告宣伝車が大音量で音楽を流しながら街中を走行しており、うるさい。

大通などで風俗店のトラックが日中平気で走っているのを見ます。子供たちに悪影響ですし、観光客の目にも入りますので札幌の印象も悪くなります。

苦情件数

市民の声を聞く課への苦情は今年度に入り、すでに8件

昨年度は数件しかなかった。



走行台数の増加が考えられる。

札幌市の広告宣伝車の規制

(札幌市屋外広告物条例施行規則第7条第1項)

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。

憲法上の「表現の自由」があるため、広告の内容については審査できない。（屋外広告の知識【法令編】）

(札幌市屋外広告物条例第11条第1項第5号)

また、本市以外の地方公共団体の広告物に関する条例の規定に従って表示されるものは適用除外。

車体利用広告で車体全面広告の場合

(札幌市屋外広告物条例施行規則第7条第1項)

許可申請にあたり、市長への事前協議が必要。具体的には札幌市広告アドバイザーからの意見を聞くことになっている。しかし、こちらも「表現の自由」があるため、アドバイスであって強制はできない。

●車体利用広告と広告宣伝車は
別のものとして取り扱っており、
広告宣伝車は事前協議が必要な
取り扱いにはなっていない。

2. 東京都の規制の状況について

東京都の規制状況

東京都では、早くからアドトラックが問題となっていたため、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していた。

（都内ナンバーのみ規制対象で都外ナンバーは適用除外）

だが、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のアドトラックが頻繁に走行されるようになり、再度問題となっていた。

そこで、規則を改正し、本年6月30日から都外ナンバーも同協会のデザイン審査を受けることとした。

東京都でのアドトラックに係る許可申請の流れ

① 事業者:広告企画・デザイン作成、デザイン自主審査申請



② (公社)東京屋外広告協会:デザイン自主審査



③ 事業者:屋外広告物許可申請



④ 区又は多摩建築指導事務所:屋外広告物許可

東京都での現地調査

