

令和4年度

第60回埼玉県景観審議会

令和4年9月2日（金）

埼玉県都市整備部都市計画課

午前 9時59分 開会

○(司会) 青木主幹 皆様、こんにちは。定刻までまだ少しございますけれども、皆さんおそろい
ですので、埼玉県景観審議会を開催したいと思います。

本日の司会は、私、都市計画課の青木が務めさせていただきます。よろしくお願ひします。始め
に、資料の確認をさせていただきます。審議会の次第が1枚、配付資料の一覧が1枚ございまして、
資料は全部で資料1から資料6まで、資料1が屋外広告物の事務処理権限区分、資料2が公共デジ
タルサイネージへの民間広告の表示に係る県の対応について、資料3が公共デジタルサイネージへ
の民間広告の表示について、資料4が国土交通省からの屋外広告物条例ガイドラインの一部改正通
知について、資料5が同一部改正通知、こちらは平成29年12月19日改正分ですね、最後、資料
6がさいたま市の公共デジタルサイネージということで、資料1から資料6までございます。以上
でございます。よろしいでしょうか。

関係資料は事前にメールで送信させていただきましたが、本日、画面共有機能も使用しご説明い
たします。不足がありましたら後日改めて送付いたしますので、その旨お申し出ください。よろし
いでしょうか。それでは、只今から、第60回埼玉県景観審議会を開催いたします。

まず、埼玉県 都市整備部都市計画課長の小島より、ごあいさつ申し上げます。

○小島課長 埼玉県都市計画課長の小島でございます。

本日は、お忙しい中、第60回埼玉県景観審議会にご出席いただきまして誠にありがとうございます
ございます。新型コロナウイルスの感染拡大によりまして、いまだ収束が見えない中で、本審議会は
会場とオンラインの併用ということで開催させていただきました。皆様方のご協力に、誠に厚く
御礼申し上げます。

本年度、組織の改編がございまして、昨年度まで田園都市づくり課という課がありましたが、
そこで担っておりました景観行政並びに屋外広告物行政につきまして、我が都市計画課に移管さ
れたところでございます。委員の皆様方には引き続きご協力をいただければと思っております。
よろしくお願ひいたします。

さて、本日の議題といたしまして、公共デジタルサイネージへの民間広告の掲出についての中
間報告、並びに公共事業景観形成指針に基づきます専門家アドバイスについてご報告をさせてい
ただきます。

委員の皆様方におかれましては、それぞれの専門分野、またお立場から、ぜひ忌憚のないご意
見を賜りたくお願ひ申し上げまして、甚だ簡単ではございますが冒頭の挨拶とさせていただきます。
本日はよろしくお願ひいたします。

○（司会）青木主幹 ありがとうございます。配付資料の確認をもう一度させていただきます。

まず、審議会の次第が1枚、配付資料の一覧がございまして、資料は全部で資料1から資料6まで、資料1が屋外広告物の事務処理権限区分、資料2が公共デジタルサイネージへの民間広告の表示に係る県の対応について、資料3が公共デジタルサイネージへの民間広告の表示について、資料4が国土交通省からの屋外広告物条例ガイドラインの一部改正通知について、資料5が同一部改正通知、こちらは平成29年12月19日改正分ですね、最後、資料6がさいたま市の公共デジタルサイネージということで、資料1から資料6までございます。

今日はこれらの資料を画面共有機能を使って表示しながら説明いたしますが、もしこの資料の不足がございましたら、ご連絡いただければこちらから後日送付をいたしますので、よろしくお願いいたします。

それでは、続けます。

なお、本日の審議会でございますが、委員13名のうち現時点で12名の方のご出席をいただいております、委員の過半数の出席でございますので、埼玉県景観審議会規則第5条第2項により、本日の審議会が成立しますことをご報告申し上げます。

本日欠席の委員は、荒井委員の一人となっております。

本日は、会場及びZ o o mでの開催としております。会議録作成のためにこの会議を記録いたしますので、ご了承ください。

なお、発言の際は、画面左下のマイクのマークをクリックしてミュートを解除し、お名前を名乗ってからご発言をするようお願いいたします。また、発言後は同様にマイクのマークをクリックしミュートにして、ほかの音声が入らないようお願いいたします。

それでは、これより埼玉県景観審議会規則第5条第1項によりまして、大沢会長に議長として議事の進行をお願いいたします。

それでは、よろしくお願いいたします。

○大沢会長 それでは、皆様、改めましておはようございます。

これから本日の景観審議会を開催させていただければと思います。本日はZ o o mでのご参加の方が多数いらっしゃいますが、途中、音声聞こえない、聞きづらい等々の悩み等ございましたら、皆様のお手元の下にチャットという機能がございますので、そちらに随時入れていただければと思います。よろしくお願いいたします。

それでは、議事を進める前に、埼玉県景観審議会規則第9条第2項の規定に基づき、本日の議事録に署名いただく委員を私のほうから指名させていただければと思います。

本日は、羽生委員と布川委員にお願いしたいと思いますが、よろしいでしょうか。

○羽生委員 はい、承知いたしました。

○布川委員 はい、分かりました。

○大沢会長 ありがとうございます。よろしくお願いいたします。

それでは次に、本審議会は、審議会規則第8条に基づきまして、審議会の会議は公開する。ただし、出席した委員の3分の2以上の多数で議決したときは公開しないことができるとなっております。

事務局にお伺いいたします。本日、傍聴希望者はいらっしゃいますでしょうか。

○青木主幹 本日、傍聴希望者はありません。

○大沢会長 了解いたしました。では、傍聴がないということで、このまま議事を進行させていただければと思います。

本日、皆様にお配りしております次第、議題ということで1点ございます。まず、議題（1）公共デジタルサイネージへの民間広告の掲出について（中間報告）について、事務局からご説明をよろしくお願いいたします。

○岩元主査 都市計画課開発指導屋外広告物担当の岩元と申します。本日はよろしくお願いいたします。

それでは、事務局から、本日の議事でございます報告事項につきましてご説明申し上げます。このまま着座にてご説明をさせていただきます。

本日は、令和2年度の本審議会におきまして委員の皆様からご意見をいただきました公共デジタルサイネージへの民間広告の表示につきまして、県の対応につきましてご報告をさせていただきます。よろしくお願いいたします。

まず、屋外広告物行政の事務処理区分でございますけれども、お手元の資料1をご覧ください。

薄いオレンジ色の市以外のブルーの色の53市町村が、県条例の適用自治体となります。今回ご報告する内容は、この53市町村内におきまして今後検討していくことを考えております。

続きまして、資料3、参考資料のほうをご覧ください。

改めてではございますが、公共デジタルサイネージに関する用語を整理させていただきます。

まず、デジタルサイネージでございますが、ディスプレイなどの電子的な表示機器を使って情報を発信するメディアの総称とされております。また、公共団体による屋外広告物の定義でございますが、県条例7条におきまして、国、地方公共団体が公共的目的をもって表示する広告物等としております。よって、公共デジタルサイネージとは、国、地方公共団体が電子表示機器によ

り表示する情報発信板等ということになります。

続きまして、先ほどの資料 2 ページをご覧くださいませでしょうか。

こうした公共デジタルサイネージにおける民間広告の表示についての現行規定でございます。

まず、禁止地域における広告物の取扱いでございます。禁止地域とは、県の条例では、まず住宅街、例えば第一種低層住居専用地域とか自然環境保全地域等、周辺環境に配慮すべき地域とされています。次に、駅前広場等で知事が指定する区域が該当してまいります。さらには、官公署、学校、公民館等の公共施設及びその敷地も該当してまいります。こうした禁止地域においても、国、地方公共団体は広告物を表示することができますので、公共デジタルサイネージも表示することができるということになります。また、民間広告物の表示は禁止とされております。したがって、公共デジタルサイネージへの民間広告の表示への対応が今後の課題となっております。

資料 2 をご覧いただきたいと存じます。この課題に対する県の対応をまとめた資料でございます。

この問題につきましては、平成29年3月に国が通知を発出したしまして、公共デジタルサイネージに係る屋外広告物規制の運用弾力化への配慮を求めています。具体的には、民間からの広告料収入を活用して、公共案内板等の設置等の促進を図るため、禁止地域での公共案内板上の民間広告を可能としていきたいというものでございます。

今申し上げました広告板にはデジタルサイネージも含まれるといった内容の通知でございます。こうした通知を受けまして、令和2年8月開催の本審議会におきまして、この課題について委員の皆様方からご意見をいただいたところでございます。

主なご意見は次のとおりでございます。

1 点目といたしまして、公共案内板等への民間広告表示を一定の条件の下、禁止地域でも可能とする規制緩和を進めるべきであるのご意見でございます。非常に柔軟でよいアイデアですと、デジタル文化普及のチャンスでもあると、ある意味、エールをいただいたものでございました。

2 点目といたしましては、規制緩和の内容についてでございます。とりあえず公共案内板のみの規制緩和との理解でよいか、同じく、国が通知にて配慮を求めているエリアマネジメントの民間広告の禁止地域での掲出は規制緩和をしないのか、といったご意見をいただきました。

3 点目としては、民間広告の内容や許可基準についてでございます。一定の制限を行うのか、どのように審査をするのか。民間広告の掲出面積、時間、光、彩り等については許可基準が必要だと思います、といったご意見でございます。

4点目といたしましては、緩和する禁止地域は、駅前広場や公共施設用地内に限るべきではないかといった意見でございます。

こうしたご意見を頂戴いたしまして、県といたしましては、公共デジタルサイネージへの民間広告の表示という課題について、さらなる検証を加えることが必要と判断したところでございます。

今年度の県の対応でございますが、資料2の右側中段をご覧くださいと存じます。

本年6月、関東甲信越の都道府県、政令市等の計35の自治体に対しまして、公共デジタルサイネージへの民間広告の表示に関するアンケート調査を実施いたしました。結果は、35自治体のうち規制緩和済みは6市、全体の一部にとどまっておりますが、そのうち5市は埼玉県内の市となっております。また、条例改正を予定している自治体は、対象となる29自治体のうち、宇都宮市の1市のみとなっております。予定なしの主な理由は、当該自治体及び民間事業者等からの広告表示のニーズがないというのが13自治体、現行条例の運用での対応を検討という回答が3自治体、それから、景観審議会の議を経て特例許可を行いたいという自治体が3自治体となっております。各自治体が考える規制緩和のメリットといたしましては、デジタル公共案内板の設置が促進される、デジタル公共案内板が増えれば、緊急時等の災害情報等の取得が住民にとってより容易になる、地元事業者は公共連携でイメージアップを図れる、といった回答がございました。また、考えられるデメリットとしましては、景観や安全等への影響、公平性や官民タイアップそのものへの不満、表示を希望する事業者が今はそれほど多くないといった回答がございました。

こうしたアンケートの結果を受けまして、今後の県の対応でございますが、基本的には公共デジタルサイネージは、民間広告の表示について検討をさらに進めていきたいと考えております。ただ、現時点におきましては、民間事業者による広告表示のニーズの高まりがまだ十分に確認はできていないことから、今後、県内全市町村に対して民間事業者からのニーズや市町村の政策課題としての認識等を確認する追加調査を実施してまいりたいと考えております。この追加調査等によりまして、今回の規制緩和の実施に当たって、ぜひ手法等の方向性を出してまいりたいと考えております。

また、公共デジタルサイネージへの民間広告の表示を認める規制緩和を実施した場合におきましては、どのような手法により緩和するにいたしましても、デジタルサイネージの運用部分につきましては、詳細な運用基準をガイドライン等で定める必要が出てくると考えております。このガイドラインに盛り込むべき内容についても、並行して研究を進めてまいりたいと考えておりま

す。

加えまして、県の対応欄の最後の項目の黒丸の記載のエリアマネジメント広告に係る規制緩和についてでございます。こちらは、資料5に国資料を掲載させていただいておりますので、ご覧いただきたく存じます。

NPO法人等の民間団体が地域の魅力向上等を図るための活動、いわゆるエリアマネジメント活動の取組への配慮を求めた国作成の資料となります。道路、公園等の禁止地域、それから禁止物件とされている場所において、広く民間事業者の広告物の表示等を認め、その表示場所をNPO法人等が広告事業者等へ販売すること等によって、エリアマネジメント事業者等の収入の確保を支援しようとする考え方でございます。この際には、エリア内の景観ルールを策定し、デザインの優れた屋外広告物を誘導することでまちの景観向上にも寄与できるとしております。この規制緩和の課題につきましては、道路や電柱などの禁止物件への広告表示、掲出を認めていくことから、より高い安全性や景観形成効果が求められるというふうに考えております。ここに掲出する広告物につきましては、デジタルサイネージにこだわらないことから、現在県が推進している重要施策である、いわゆるDX、デジタルトランスフォーメーションに必ずしも寄与しないということもございますので、引き続き課題を解決するための詳細な検証を加えていくことが必要と考えております。

説明は以上でございます。委員の皆様方のご審議につきまして、どうぞよろしくお願い申し上げます。

○大沢会長 ご説明ありがとうございました。

屋外広告物条例の屋外広告物に関する内容につきまして、デジタルサイネージへの民間広告の掲出につきまして、今まで検討してきた内容につきましてご報告いただいたところでございます。

もしこの内容につきましてご質問やご意見等ございましたら、皆様からお受けしたいと思えます。もしよろしければ、ミュートを解除するか、皆様のお手元のところのリアクションというところのボタンを押していただきまして、手を挙げるという機能がございます。押していただきますと、押した順に、上から順番になりますので、その手を挙げる機能を押しいただいて、ご発言いただいてもよろしいかと思えます。皆様、いかがでしょうか。

内田委員、お願いいたします。

○内田委員 説明ありがとうございます。

最後おっしゃっていたDXの政策との関連というのがよく分からなかったもので、教えていただきたいなというのがありまして、なぜかという、エリアマネジメント団体にとっては広告収入ってすごく

大事ですが、デジタルサイネージはさらに、収入のレベルが一段上がり、かなり重要な位置を占めることになると思うので、どういう議論で整理されているのか、もう一度教えていただくとありがたいなと思います。

以上です。

○大沢会長 内田先生、重要なお指摘ありがとうございます。

いかがでしょうか。

○鳥海主幹 事務局の都市計画課、鳥海と申します。ご質問ありがとうございます。

D Xにつきましては、基本的に、今回ご提案させていただいた最初の提案は、公共デジタルサイネージということで、デジタルサイネージという公共のデジタル看板を増やしていくことを政策課題としていきたいと考えております。埼玉県は行政のあらゆる側面のデジタル化をしていくために、D Xを推進しております。これは、行政の事務そのものや、県民に対する広報等のデジタル化、また、民間事業者の看板にもD Xを活用し、幅広く、官民、それから産業の部分をD Xの視点で評価していこうという政策でございます。

先生から最後ご質問がありましたエリアマネジメントについても、D Xの視点がすでに十分検討、活用されているということにつきましては、私ども、少し勉強不足でございました。最後の資料5の国の通知上の位置づけでは、エリアマネジメントという課題そのものは、デジタルサイネージとは直結していないと考えており、D Xの視点は、直接エリアマネジメントとは連携していないと認識しておりました。先生からすばらしい知見をいただきましたので、エリアマネジメントの活動をされているN P O団体の方々も、デジタルサイネージの部分に非常に力を入れているということであれば、N P O団体や市町村への追加アンケートの中で、D Xの観点も含めて調査等々をしてまいりたいと考えております。

貴重なアドバイスありがとうございました。

○大沢会長 内田先生、いかがでしょうか。

○内田委員 N P Oだけでなく都市再生推進法人とかいろいろあるとは思いますが、デジタルサイネージがかなり貴重な存在かと思っておりますので、もしご検討の中でつけ加えて考えていただければとてもいいかなと思います。ありがとうございます。

○大沢会長 ありがとうございます。

今、内田先生からご指摘いただきましたとおり、エリアマネジメント広告の考え方には、いま一步踏み込んだほうがいいと思っております。安全性は当然ですが、エリマネを絡めるということは、エリマネの持続的安定性をもった地域活動のための収入を得るというのがこの広告掲出

の一番の目的です。けれども、実はそのことが語られていないと思っております、先ほど内田先生からご指摘いただいたように、デジタルではない広告看板がデジタルになると、収入が上がるので、それを踏まえた在り方というのを検討しないと、先ほど内田先生からご指摘いただいた、埼玉県下には都市再生法人も多くあると思いますが、おそらく持続性のある資金運営にお困りになるのに対して、こういった広告で収入が安定的に得られるというのは非常に重要になります。そこで国からも解決策の方針が出されておりますので、エリアマネジメント組織、地域の持続的な発展、まちづくり活動のために寄与する資金についての観点からこのエリマネの広告掲出について少しお考えいただいたほうがいいのではないかと思います。内田先生はそれをご指摘だと思えます。

これは、デジタルサイネージや、今まで広告看板掲出をやっている安全性とは少し切り離れた別の視点からアプローチされたほうがよろしいかと思いますので、引き続きご検討をよろしくお願ひすると同時に、場合によっては、先ほど内田先生から都市再生法人のお話がありましたが、埼玉県下にある都市再生法人にもヒアリングいただきながら、どういうニーズがあるのかといった点もお聞きいただければと思います。

内田先生、重要なご指摘、誠にありがとうございます。

ほか、皆様いかがでしょうか。

○服部委員 服部です。

○大沢会長 服部委員、よろしくお願ひいたします。

○服部委員 資料6のさいたま市公共デジタルサイネージということで設置事例が載っていますが、こちらは一般の方の使用頻度や効果などは検証されているのでしょうか。

○鳥海主幹 ご質問ありがとうございます。

さいたま市を含めて、公共デジタルサイネージの活用状況というものを今年度6月頃にアンケート調査させていただいております。一般的に、まず民間事業者からの掲出のニーズが年間数件というところがございます、さいたま市からもやはり年間10件程度というような回答をいただいております。大宮という非常に大都市のまさにハブと言われる都市機能の中心の部分を抱えているさいたま市ですら、現状、民間様の公共デジタル板としての情報掲出のニーズというのはそれほど高くはないのかなと考えております。

ただ、最後にご説明させていただいた、政策意識について、民間とタイアップしたいのかというところと、大沢会長から先ほどご助言いただきました都市再生法人やNPO法人を含めた公共デジタルサイネージへのニーズというのはまだ把握しておりませんので、その部分はしっかり

さいたま市も含めて把握してまいりたいと考えております。

貴重なお話、ありがとうございます。

○大沢会長 よろしいでしょうか。

○服部委員 デジタル社会に向けて、デジタルサイネージの取組は素晴らしい取組だと思いますが、今後、アナログの案内板にQRコードを載せて、例えば地図などを、その場で閲覧するだけでなく、そこからスマートフォンなどで情報を持ち歩けるようにするのも便利なのかなと思います。そういう地域のニーズに合わせてそういう使い分けるということも重要なのかなと思います。

以上です。

○大沢会長 ご指摘ありがとうございます。

埼玉県でもDXを大分推進していると思いますし、日進月歩でどんどん進化しておりますので、それに対して規制がうまく対応できていなくて、何かチャンス逃すということが一番よくないかと思っておりますので、その進化に合わせてこういった規制の内容につきましてもぜひ柔軟な対応を図っていただけるよう、よろしく願いいたします。ご指摘ありがとうございます。

では、続きまして吉田先生、お願いいたします。

○吉田委員 今の資料6についての質問ですが、これは、2つ大きな板が駅前に設置されているような絵ですけれども、デジタルサイネージというのは、右側の2つの画面だけですか。地図がタッチパネルになっているとか、そういうことではないのですか。

○大沢会長 事務局、いかがでしょうか。

○鳥海主幹 ご質問ありがとうございます。

この写真の左側中央に大きな地図がございます。この地図の上と右側に小さな広告が14個ございます。こちらが民間事業者の広告になります。また、右側には、下にバス停の案内及び、バス路線の地図がありまして、その上に2つ画面がございます。その左側がさいたま市の情報です。市の情報も民間の情報と併せて効果的に発出できるというところもございます。その右側に武蔵野銀行と書いてありますが、こちらは銀行の情報が載っております。さいたま市のこの事例ではこのような民間とのタイアップ公共板というような形になってございます。

以上でございます。

○吉田委員 今、質問は、デジタルサイネージで表示が変わる部分というのは、民間のさいたま市の情報と武蔵野銀行の部分が変わるということですか。左側の小さな広告の部分も可変性があるのですか。

○鳥海主幹 先生、ご質問ありがとうございます。

可変性があるのは、右側の看板の上の2つの部分になります。

以上でございます。

○吉田委員 名古屋市のタッチパネルで地図が可変するものも出ていたけれど、今はスマートフォン等でかなりの人たちが地図を見ているので、この地図は、ここへ来ると大きく見られるとか、自分の今の位置関係というのはすぐ分かるかということかもしれないけれども、この程度でデジタル情報としていいのかどうかというのがちょっと心配です。また、周りに企業の広告があるけれども、このレベルで見ると情報がよく分からなくて、これでは、まだ広告とか情報提供の効果的な姿というのになっていないのではないかと。現在であれば、グーグルアースとかグーグルマップで見れば、こういうお店の名前も出てきて、そこをクリックすれば、ここの店はどこで、どういうものを売っているかとか、出てくるようになっていきますね。そういう情報と比べてまだまだ次元が低いように思うし、こういうものだとあまり利用しないのではないかと。ここにわざわざ事業者が掲出して何が得するかというと、それだったらグーグルに頼んだほうが、効果が大きいねということにならないかどうか。

さらには、ここの小さな2つの画面のためにいろいろ広告も取っていると思うのですが、このさいたま市の情報に関しても、このレベルだとよく見えません。こういう画面でこの位置に必要な情報の流し方というのはもっとあるのではないかと。そういうことも研究しないと、ただの何か景観阻害の要因になってしまうということはないかと。これをぱっと見たときに、やっぱりうるさいですよ。この周りの小さな広告も何を言っているか分からないし、あるいは下の桜とかぺたぺた貼っているのも、誰かがいたずらしてワッペンを貼ったんじゃないかという見え方もするし、右側の武蔵野銀行も暗くて見えず、よく分からない。それで利用率が低いというか、掲出する人も出ないのではないかと。

こういうところのデジタル情報はどうあるべきかということをもう少し考えて、質がそこまで達していないとやっぱり利用されない。それを越える道具をみんな持っていますから、それと比べて、この広告の効果は見当たらないというふうに思いました。

○大沢会長 吉田先生、重要なお指摘ありがとうございます。

今、ご指摘いただいたところでございますが、何か事務局からコメント等ございますでしょうか。

○鳥海主幹 吉田先生、ご意見ありがとうございます。

服部先生からのご示唆いただいた、スマートフォン等を活用したデジタル技術が、日々進歩している中で、このような広告の効果は見当たらないとのことでございますが、今回、市町村及び

他県の一部にアンケートを行ったところ、デジタルサイネージを含むデジタル技術が常に進歩しているので、その都度いろいろな規制緩和を行うという個別対応をするのではなく、既存の条例や規定の中で対応していくやり方もあるのではないかと、もともとこの公共案内板というのは公共施設ですので、その部分を踏まえて、日進月歩していくデジタル技術に柔軟に対応していくやり方もあるのではないかと回答もありました。

今後は先生の視点も視野に入れさせていただいて、他県の情報ともうまく組み合わせて、最終的にどのように常に進化するデジタル技術に対応していくのが望ましいのか、検討してまいりたいと思います。

ありがとうございます。貴重なご意見ありがとうございました。

○大沢会長 吉田先生、ありがとうございました。

今回の場合は、これはさいたま市なので、権限は埼玉県ではなく、一応市が決められているということだと思いますが、吉田先生のご指摘で、確かに左側は、情報が多くてうるさいなというのも本音でありますし、デジタルに見えないということもあります。民間の役割分担は何を求めている、デジタルに何を求めているのかという根本的なものについて、吉田先生にご指摘をいただいたと思いますので、引き続き、埼玉県だけではなく、例えば東京都など、先ほど内田先生からご指摘をいただいた、エリマネ広告看板の実態と収入の関係は実際にどうなっているか調べてみて、効果的に出したほうがいいかなと思います。また服部委員と吉田先生からのご指摘で、デジタル技術の向上は日進月歩ですので、災害時にスマホの電源が切れるが、デジタル看板は情報を掲出できるとか、役割分担を考えたほうが良いと思いますので、効果的な掲出の在り方というのはご検討したほうがいいかなと思います。

吉田先生、ありがとうございます。ご指摘ありがとうございます。

○吉田委員 この広告のところは審査が厳しいのですか。お金を出せば掲出できるのですか。

○大沢会長 いかがでしょうか。

○鳥海主幹 ご質問ありがとうございます。

さいたま市は、デジタルサイネージの部分のいわゆる光の照度とか、民間の広告部分の面積、その点滅の時間について、デジタル的なガイドラインを策定しているようです。屋外広告物条例とか法の規定とは別に、そのガイドラインに基づいて、デジタルの部分を審査しているというふうに聞いております。

一つのやり方ではあるかと思いますが、まず、先生のほうからご示唆いただいた、公共板と民間の広告の在り方そのものを、他県の情報等を確認し、公共掲示板、デジタル掲示板を増やして

いきたいと考えております。会長からもアドバイスいただいた、災害時のデジタル情報の随時発信というのは非常に大事だと思っております。そういった公共デジタル板を普及させるツールとして民間の広告を表示させる方法を取り入れていきたいと考えています。

ただ、先生がおっしゃったように、景観としてどうなのかなというところをしっかりと押さえながら、根本の公共デジタル板を何とか普及させていきたい、と考えておりますので、そのためにどうしたらいいか、先生方々の知見をお借りしながら、引き続き必要な調査を進めてまいりたいと思います。アドバイスありがとうございました。

○吉田委員 今この質問をしたのは、さっきのエリマネとも関わりますが、私の家の近くで最近そういうことをやっていて、商店街である新しいレストランが進出してきたときに、駅のところにずらっとそのバナーが並んでいるんですよ。賑わいができたというふうにも見られるけれども、僕はそんなにいい景色だと思っていないですね。けれども、一回エリマネにして広告収入を当て込んでしまうと、なかなか広告を切ることができなくて、質が落ちてもどんどん入れていかなきゃいけないみたいなことにも陥る可能性が結構いろんなところで起こっているんで、本当に必要なものであれば、もうちょっと覚悟して、やはり税金で作るということも必要かなと思いますけれども、何でもかんでも民間のお金を入れてというのでできるかどうかというあたりを心配しています。

○大沢会長 吉田先生、ありがとうございました。

最後に吉田先生がおっしゃられたように、何が何でもいいとなると、ここは景観審議会でございますので、量ではなくて質を議論しないと、やはりうるさいとかいうことになりますので、ぜひ質の担保、それは最低限にやらざるを得ないと思いますが、その辺もぜひ今後の検討に絶対入れるようお願いいたします。

吉田先生、ありがとうございます。

布川委員、よろしく願いいたします。

○布川委員 布川です。

まず、我々は屋外広告業を営んでいますけれども、常日頃、こういうデジタルサイネージ、仕事的にも関わってきています。先ほどもお話があったように、デジタルサイネージ、日進月歩、本当にいろんなものが出ていまして、タッチパネルはもちろん、バーコードによるスマホでの視聴とか、その辺も1年たつと全くまた新しいものが出るような、今、すごいスピードで新しいものが進んできています。

そんな中で、先ほど資料6のほうで、私もこれは実際見たことがあります、広告主が数社しかつかないということで先ほどもお話がありましたけれども、まずこの広告主からの広告料の財源ということもあるんですけども、まずお聞きしたいのは、この大宮駅西口、その後ろの土呂駅、大宮公園駅、それぞれありますが、これは普通の広告物とは違って、これぐらいの規模のデジタルサイネージになると初期投資にもものすごい費用がかかってきます。この初期投資の費用というのは、実際、各行政、各公共団体が予算として見るのか、それとも例えば広告代理店等の主導の下やるのか、その辺はどうお考えでしょうか。

○大沢会長　いかがでしょうか。

○鳥海主幹　ご質問ありがとうございます。

他県のいわゆる先進的に取り組んでいるところを確認したところによりますと、やはり公共掲示板ということで、掲示板そのものは公共のほうで整備していくというような考え方に立っているところが多いところがございます。一部、民間の表示が入ってしまうことによって、冒頭説明させていただきました、屋外広告物法などによって禁止地域というものが規定されていますので、禁止地域では掲示できない、ここをどう考えていくかというのが私どもの課題というところがございます。

私どもも研究をしていますけれども、仮に埼玉県で適用していくということになりますと、基本的には、公共の掲示板で、そこに民間様の広告収入を各市町村がいただいていくというような話になっていくのかなと考えております。

以上でございます。ご質問ありがとうございます。

○大沢会長　布川委員、いかがでしょうか。

○布川委員　ありがとうございます。

先ほど、エリマネの活動推進のための自主財源の確保という話がありましたけれども、これは恐らく初期投資の部分を広告料で賄うまでが結構大変だと思います。自主財源の確保までするとなると、民間広告の部分をどれだけの割合で割くかということによって、やはり広告主が、どれぐらいの費用でどれぐらいの民間企業が手を挙げてくれるかというところが出てくると思います。非常にこの民間の広告をつけるに当たっては、その財源をある程度あてにして、本来、ハードの部分も含めた費用をそこに充てるのであれば、恐らく民間の広告部分というのをある程度、どれだけ魅力的な、やはり民間広告ですので、当然、公共の部分と一緒にやるというメリットもありますけれども、やはり民間企業としては自分たちの広告を全面に周知したいという部分もありますので、その辺をどのように魅力ある広告主がここに広告を載せたいと思うような形にする

かという部分も一方では大事なのかなというふうに思っております。

○大沢会長 ありがとうございます。

事務局、よろしゅうございますか。

○鳥海主幹 ありがとうございます。

最後のエリアマネジメントの内部での広告につきましては、公共デジタルサイネージ、いわゆる官民連携のデジタル板に限らず、エリアマネジメント、NPO活動の中での収入の確保という点においては、先生が今ご質問された、民間単独のデジタルサイネージというのも、国の通知では視野に入れておられるようですので、今後検討しております、NPO法人様等々へのアンケート調査の中でもしっかり現状を把握してまいりたいと考えております。

ご提言ありがとうございました。

○大沢会長 布川さん、ありがとうございました。

作山先生、お願いいたします。

○作山委員 今日の議題は、公共デジタルサイネージへの民間広告の表示というものが中心だと思えますけれども、先ほど内田先生がおっしゃったように、少しエリアマネですとか民間でのデジタルサイネージみたいな部分というのもお話しさせていただければと思います。最初、広告の部分の公共デジタルサイネージなんですけれども、さいたま市の実験は、これ以外の分電盤とかやったんですが、あまりぱっとしなくて、やっぱり欧米でのイメージで言うと、公共デジタルサイネージがあって、公共掲示板があって、民間の広告の板が横にだーんとあって、だからそっちは全面広告でもいいと。それを集中的にどンドンどンドンとやらないと効果がないので、そういうのも含めて、何か連携して公共広告みたいなものはオーケーにするとか、何か大宮のこれだと全然広告の効果になさそうで、逆に何かそういう規制ばかり働かせるよりは、全面的にだーんって。これは多分、欧米の管理会社、旅行社にしる、内部での掲示内容のチェックがとても厳しいんですよ、デザインとか。だから公共掲示板だとそれをちゃんと公共側がチェックできるのかみたいな部分が結構問題になって、僕は柏の葉なんかでも都市再生推進法人をやっていますし、駅前広場管理をやっていますけれども、あそこは景観整備機構での指定もあるので、例えば景観整備機構にその管理をちゃんとさせるとかいうのも、とにかくその掲示内容の管理というのは結構大変なので、今は、広告側、出す側の性善説に立ちちゃうのかもしれないけれども、そうではない部分も、いざというときにはそのチェックのシステムも同時に考えないといけないなど。

私は、基本的に規制緩和はいい方法だと思うんですが、あまり中途半端だと、お互い、全然、何か納得できない内容になるので、むしろちゃんと効果的なものを緩和できるようなシステムで、

お互いがウィン・ウィンになるようなことが必要なのではないかなというふうに思います。

例えば、私、地方のほうで、日立でアピタの自由通路をやったときは、立体都市計画で都市計画施設になっている自由通路に掲示板、通常のポスターをやるんですが、最初、遠慮して、幾ら取れるか分からないですけども、乗降客1日2万人ぐらいしかいない地方都市の日立駅ぐらいでも、ポスターだけで年間1枚100万とかもって取れる。1日3万人、5万人ぐらいが通るところだとそれなりに効果が上がると思うんですが、そういうところでちゃんと効果のある大きさと場所だと広告というのは、効果が今でもまだあるのかなと。この辺は時代によって変わってくるんですけどもね。そういう意味では、繰り返しになりますけれども、お互いがウィン・ウィンになるような規制内容にしていいただければなというふうに思います。

○大沢会長 ご指摘いただきましてありがとうございます。

事務局のほうから何かございますでしょうか。

○鳥海主幹 ご質問ありがとうございます。

令和2年度の景観審議会で、一度このテーマを頭出しをさせていただいたときに、まさに先生がご質問いただいたような、公共デジタル板の例えば100%民間事業者様の広告になってしまうと公共掲示板でなくなってしまうよねというようなご意見がありまして、ただ、今、先生からアドバイスいただいた、1つの掲示板は公共で、その隣は民間というやり方であればそうはならないというのと併せて、さいたま市などの先進的な事例では、一定の面積を縛っているというのがありますので、柔軟なやり方はいろいろ研究しながら、例えば1つの掲示板の中に、言葉は悪いですけども、汚らしく民間広告を掲示するよりは、大きな広告板を例えば2つ3つ並べて、そのうちの1つは全て民間様の広告にするとか、そういった柔軟なやり方も研究して、あるいはどこかの先進自治体でやっていないか、そういったところも調査しながら、いろいろなやり方を検討していきたいと考えております。

ご提言ありがとうございました。

○作山委員

イメージしやすいのは、バスシェルターで、欧米でも風よけとして側面に広告板があり、そこは全面広告にし、道路に平行な部分は時刻表とかがある。それをデジタル化するのがイメージしやすく、それは、複合施設だから公共デジタルサイネージと同じように捉えられるみたいな解釈というものもあるのかなと思うし、一方、別個の場合とか、あるいは民間でもそうなんですけれども、非常時にこちらに逃げなさいとか、緊急時に公共の防災面の情報を掲示する場合は公的な性格があるというふうな位置づけにするとか、常に使う場合と緊急に使う場合というものも考え

られるかなというふうに思います。

○鳥海主幹 では、今おっしゃるとおり、企画する行政側の最終的には本当に柔軟なアイデアを出せるかというところにもかかってきますので、しっかりいろんな事例を調査させていただきながら、先生のアドバイスをいただいて、少しでもよい、景観上もしっかりした、なおかつ、公共と民間、その両方の発信をしっかりと行える公共デジタルサイネージに向けて、規制緩和ありきではないんですけども、一步ずつ調査等を進めてまいりたいと考えております。

ご質問ありがとうございました。

○大沢会長 ありがとうございました。

作山先生からの質の問題と、それから、中途半端にやるんだったらよろしくないというご意見もありましたので、規制緩和できたから何かちょこっとやってみたというんじゃなくて、しっかり実効性と持続性、効果性を持たせて、それらを踏まえたご提案の検討をよろしく願いいたします。ありがとうございます。

続きまして、藤川委員、よろしく願いいたします。

○藤川委員 藤川です。意見になります。

これまで禁止された地域において屋外広告物の規制のほう緩和されていくというような考え方というのは、自由な広告表現が許されていくという方向で、大変いいことだと思っております。

ただ、資料3の3ページ目ですね、真ん中のところに屋外広告物条例ガイドラインの改正概要とありまして、その中には真ん中辺に、知事等の許可を受けて禁止地域においても表示することができるというような形になっていて、やはり禁止地域においては、知事等の許可がなければ掲載はできないというような制限がかかっているというところについては注意が必要だと思っております。

周囲の景観との調和について許可の条件を設けなければいけないというところは分かるんですけども、やはりその知事等の許可が恣意的に運用された場合には、実質的な広告内容の規制になって、恣意的に広告が取捨選択されてしまうという危険は内包していると思いますので、これからの議論になるかと思うんですけども、やはり許可の要件というのはしっかりと明確にしておいたほうが、双方にとって、行政の恣意的な運用は避けられるし、また、民間の事業者としてもどのような広告を掲載しようかと事前に検討することもできますので、やはり明確に許可の要件を定めるということには十分検討していただきたいと思っています。

以上です。

○大沢会長 ご指摘ございましたけれども、いかがでしょうか。

○鳥海主幹 先生、ご質問ありがとうございました。

デジタルサイネージの部分は、先ほど冒頭申し上げた、光の照度、あるいは点滅具合、こういったことをガイドラインで決めていくんですが、先生がまさにおっしゃった、禁止区域、禁止地域で本当に許可をしていいのかという部分については、しっかりとした許可基準、これは策定をしてみたいと考えております。

どういった形態になるか、要領になるのかとか、あるいは規則になるのか、そういったところはこれからの、まさに先生がおっしゃった今後の検討なんですけれども、大元で禁止地域で認められていないというような運用をしている自治体が大多数を占めておりますので、ここはしっかりと先生のアドバイスを踏まえながら基準を検討してみたいと考えております。

ご提案ありがとうございました。

○藤川委員 ありがとうございました。

○大沢会長 藤川委員、ご指摘ありがとうございました。

ぜひ許可基準につきましてしっかりと透明性をもって策定いただければと思いますので、よろしく願いいたします。

ほか、皆様いかがでしょうか。

よろしいでしょうか。

もし何か事務局より補足等ございましたらお願いしたいと思いますが、何かございますでしょうか。

○（司会）青木主幹 それでは、本日の意見交換を踏まえまして、また今後、「そういえば」というようなことでご意見がもしございましたら、メールで9月16日までに事務局のほうに送付をしていただけたら、そのご意見も踏まえて今後検討させていただきたいと思いますので、よろしく願いいたします。

○大沢会長 ただいま事務局より、再度お気づきになった点につきましてはメールで事務局にご連絡くださいというお話がございましたので、皆様、よろしく願いいたします。

あと今回、屋外広告物関係でございます。昨年、審議会で安全基準につきまして改正ということでご審議させていただきました。その後、議会でもお認めいただいたということでございますけれども、それ以前に当たりまして専門部会も、たしか屋外広告物専門部会がございまして、様々な議論をして、禁止区域の在り方というのを非常に何回か現地にも行きながら議論した過去もございますので、今回の件につきましても、慎重に審議しなきゃいけない点もありますので、

もし必要であれば専門部会と、この後、別の専門部会のご報告があるかと思えますけれども、専門部会等を活用していただきながら、先ほども藤川先生の、基準を透明性をもって決めないと後でおかしいことになるよというご示唆もいただいたり、ほかの先生方からも質の問題等いただきましたので、場合によっては専門部会等々も開催させていただきながら、ぜひ決めていただきつつ、さらにこの会で、この審議会の場合でも案件をご紹介いただいて皆様と意見交換できればと思いますので、引き続きご検討のほうをよろしくお願いいたします。

そうしましたら、続きまして、報告事項1、埼玉県公共事業景観形成指針に基づく専門家アドバイスのつきまして、事務局よりご説明のほうをよろしくお願いいたします。

○伊藤主査 埼玉県都市計画課、伊藤と申します。

それでは、説明いたします。

公共事業景観形成指針に基づく専門家アドバイスについてご報告させていただきます。

本年度のアドバイス案件は、基本設計段階のアドバイスを1件、施工段階のアドバイスを2件予定しております。

基本設計段階のアドバイスとして、調整中ではございますが、SAITAMAロボティクスセンター（仮称）の基本設計業務へのアドバイスを行うことを考えております。これは、鶴ヶ島市にございます県の農業大学校跡地の周辺地域に、ロボット開発を支援するための実証フィールド、ロボット開発支援フィールド（仮称）と拠点施設、ロボット開発イノベーションセンター（仮称）を整備するもので、総称してSAITAMAロボティクスセンター（仮称）となっております。こちらの施設について一体的にアドバイスをいただくことを考えております。今後、日程調整を行いますが、配置計画案がおおむね定まった11月頃に公共事業景観形成専門部会を開催し、現地視察、審議をお願いしたいと思います。そちらを受けまして、専門部会の委員と事務局で調整しながら、12月から1月に基本設計段階アドバイスの案を作成いたします。その後、年明けになります。令和5年1月から2月に次回の埼玉県景観審議会において、専門部会による報告、そして皆様にご審議をお願いしたいと考えております。

次に、施工段階アドバイスでございます。平成26年に基本設計段階のアドバイスをいただいた3・4・3中央通停車場線道路設計及び、平成29年にアドバイスをいただいた草加柿木産業団地の2件を予定しております。10月頃に公共事業景観形成専門部会を開催いたしまして、2件併せて現地視察、審議をお願いしたいと思います。審議を受けまして、専門部会の委員と事務局で調整しながら、11月から12月の施工段階アドバイスの案を作成いたします。その後、次回の埼玉県景観審議会において、専門部会による報告、そして皆様によるご審議をお願いした

いと考えております。

報告は以上でございます。

○大沢会長 ご説明ありがとうございました。

ただいまご説明がございました埼玉県公共事業景観形成指針に基づく専門家アドバイスにつきまして、ご質問、ご意見等ございましたらお受けしたいと思っております。皆様いかがでしょうか。

よろしゅうございますでしょうか。

先ほど事務局より、例年ですと1件ぐらい、基本設計段階の1件というのが多かったんですが、今年はそれが、以前この審議会からアドバイスさせていただきました内容2件につきまして、施工段階のアドバイスということで、例年より非常に多い案件となりますが、ぜひ、うまく定着してきている内容でもございますので、よろしく願いいたします。

この案件につきましてはご報告でございますので、皆様よろしゅうございますでしょうか。

それでは、この件、事務局におかれましては、大変恐縮ですが日程調整等をお願いしていただきまして、作山部会長をはじめ委員の皆様、今年は非常に検討することも多いかもしれませんが、積極的にお願いできればと思っておりますので、よろしく願いいたします。

ご用意させていただきました審議事項と報告事項は以上となります。

本日の審議はこれで終了させていただければと思っております。皆様、ご協力ありがとうございました。

進行を事務局のほうにお返ししたいと思います。

○（司会）青木主幹 本日は、大沢会長をはじめ委員の皆様には貴重なご意見をいただき、誠にありがとうございました。

これをもちまして第60回埼玉県景観審議会を閉会といたします。

本日はどうもありがとうございました。順次ご退室をお願いいたします。

午前11時13分 閉会