

デジタルサイネージの あり方について

背景

- 近年デジタルサイネージによる屋外広告物が急増。
- デジタルサイネージは景観への影響が大きい。
- 屋外広告物部会でも懸念を示されている。



- デジタルサイネージによる屋外広告物のあり方を検討する。

デジタルサイネージの特徴

一般広告物



内照広告



外照広告

特殊照明装置



ネオン管の露出したネオンサイン



光源の点滅する電飾装置

デジタルサイネージ



光源の点滅で文字情報を表示



光源の点滅で映像を表示

プロジェクションマッピング



立体的な表示が可能だが表示面自体は点滅しない

デジタルサイネージの特徴

<良い点>

- 光による多様な表現により、賑わい創出に寄与
- 光、動き、音等を伴うことで、従来広告と比べて目にとまりやすい
(情報伝達性に優れている)
- 可変性を活かし、観光や防災等の各種情報の提供が可能 etc

<懸念>

- 周辺環境との不調和により景観を阻害する恐れがある
- 光、動き、音等を伴うことで、従来広告と比べて目にとまりやすい
(情報を必要としていない人に対しても情報を伝達)
- 住環境や交通安全性、夜間景観に悪影響を及ぼす恐れがある etc

仙台市におけるデジタルサイネージの状況

- 別資料参照

他都市におけるデジタルサイネージへの対応について

<対象>

- 政令市（仙台市除く）+東京都 計20都市

<状況>

- 条例等でデジタルサイネージを規制している都市：18都市
 - *デジタルサイネージのほか、映像装置、可変表示式広告などと記載
- 手法：
 - 屋外広告物条例 16都市
 - 景観計画 3都市
 - ガイドライン 4都市
 - 要綱等 2都市
 - *条例+ガイドラインなど、手法をあわせて定めている都市もある

<参考>

- 仙台市では条例上の「特殊照明装置」等として以下のとおりデジタルサイネージを規制
 - 掲出できないエリア：広告物モデル地区や広告物景観地域（一部を除く）
 - 掲出できない広告物：移動広告物
 - *その他エリア、広告物では許可基準を満たせば掲出可

今後のスケジュール案

<R6年度>

7月 部会（現況報告等、部会委員からの意見聴取）

8月～12月 検討（定義、規制エリア（用途地域、景観重点区域、交差点等）、基準、手法など）

1月 部会（仙台市におけるデジタルサイネージのあり方について）

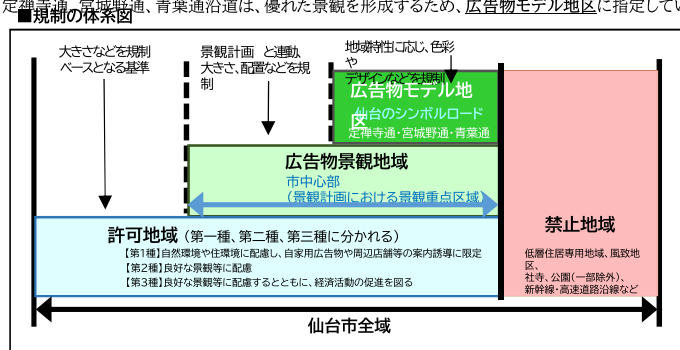
<R7年度>

手法に沿った具体的内容の作成

屋外広告物条例による規制

1.屋外広告物条例による規制の体系

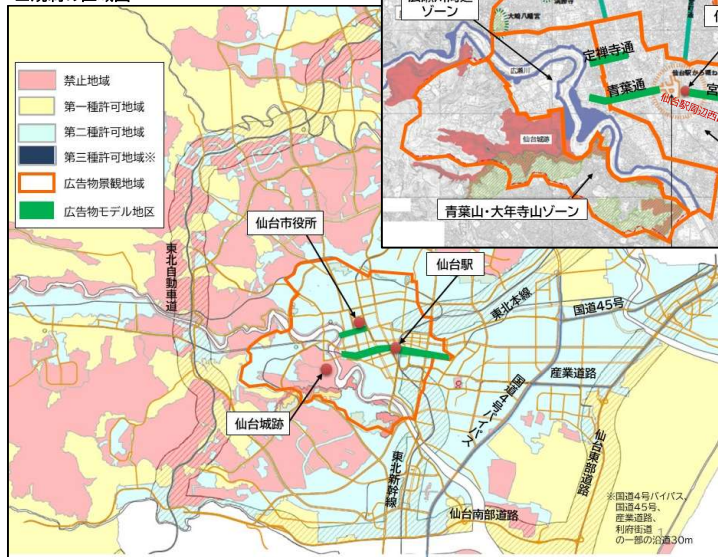
- ・市全域を「禁止地域」と「許可地域」に区分。許可地域は、地域特性に応じ、第一種から第三種に区分している。
- ・市中心部(旧城下町エリア)を「広告物景観地域」とし、景観計画と連動した規制を行っている。
- ・定禅寺通、宮城野通、青葉通沿道は、優れた景観を形成するため、**広告物モデル地区**に指定している。



■中心部(広告物景観地域)の区域図



■規制の区域図

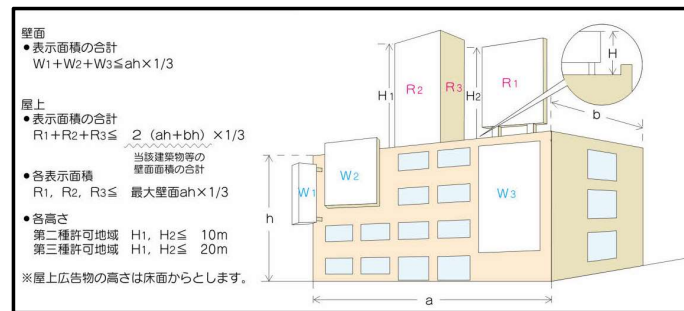


2.屋外広告物条例による許可基準について →【参考】仙台市屋外広告物条例のしおり

(1)許可地域

- ・広告物の種別ごとに、面積や高さなどの大きさを制限している。

【例】第二種許可地域・第三種許可地域の壁面広告物および屋上広告物の許可基準



(2)広告物景観地域

- ・景観計画と連動し、「広瀬川周辺ゾーン」、「青葉山・大年寺山ゾーン」、「北山・宮町界隈ゾーン」、「都心ビジネスゾーン」の4つのゾーンに区分。
- ・許可地域の基準に上乗せして、面積や高さなどの大きさを制限している。また、光に動きのある又は点滅する照明装置の使用を禁止するなど、一部形態・意匠に関する制限も行っている。

【例】北山・宮町界隈ゾーンの許可基準

