

平成30年度 第1回東京都広告物審議会

平成31年2月21日（木）

東京都庁第二本庁舎31階特別会議室23

午前10時02分 開会

○米田緑地景観課長 定刻となりましたので、ただいまから平成30年度第1回東京都広告物審議会を開会させていただきます。

本日はご多忙のところご出席いただき、ありがとうございます。私は当審議会事務局、都市整備局都市づくり政策部緑地景観課長、米田と申します。よろしくお願いたします。着席させていただきます。

議長に進行をお願いいたしますまでの間、私のほうで進行を務めさせていただきます。よろしくお願いたします。

現在出席の委員の方は13名でございますので、東京都屋外広告物条例第63条第1項の定足数を満たしていることをご報告いたします。

それでは、まず、お手元にお配りした資料を確認させていただきます。議事次第、それから資料1から資料3、参考資料1、そのほか東京都広告物審議会委員名簿、座席表でございます。

また、「東京都屋外広告物条例の手引」「屋外広告物のしおり」「東京都広告物審議会運営要綱」を用意しております。すべてお揃いでしょうか。不足がございましたら事務局のほうへお申し付けください。

それでは、お揃いのようなので、進めさせていただきます。

今年度第1回目の広告物審議会でございますので、昨年度から異動がありました委員をご紹介します。

関係行政機関の代表委員といたしまして、警視庁交通部長の田中俊恵委員です。本日は代理で蛭坂管理官がご出席です。

○蛭坂代理 警視庁交通規制課道路担当管理官の蛭坂です。どうぞよろしくお願いたします。

○米田緑地景観課長 東京都職員の委員といたしまして、消防総監の村上研一委員です。本日は代理で坂本係長がご出席です。

- 坂本代理 坂本でございます。よろしくお願いいたします。
- 米田緑地景観課長 続きまして事務局の紹介をさせていただきます。景観・プロジェクト担当部長の山崎でございます。
- 山崎景観・プロジェクト担当部長 山崎です。よろしくお願いいたします。
- 米田緑地景観課長 景観担当課長の蓮見でございます。
- 蓮見景観担当課長 景観担当課長、蓮見です。よろしくお願いいたします。
- 米田緑地景観課長 屋外広告物担当課長の小野でございます。
- 小野屋外広告物担当課長 小野でございます。よろしくお願いいたします。
- 米田緑地景観課長 屋外広告物担当課長代理の田原でございます。
- 田原屋外広告物担当課長代理 田原と申します。よろしくお願いいたします。
- 米田緑地景観課長 屋外広告物担当の高久でございます。
- 高久屋外広告物担当 高久と申します。よろしくお願いいたします。
- 米田緑地景観課長 では、映像・写真の撮影につきましては、ここまでとさせていただきます。

それでは、本日は松本守会長がご欠席でございますので、東京都屋外広告物条例第60条第3項及び東京都広告物審議会運営要綱第5条の規定に基づきまして、有賀会長代理に議長をお願いいたします。よろしくお願いいたします。

- 有賀会長代理 皆さん、おはようございます。議長を務めさせていただきますので、どうぞよろしくお願いいたします。

それでは、早速ですが議事に入ります。本審議会は東京都広告物審議会運営要綱第11条に基づきまして公開で進めさせていただきます。

本日の議事は1件、プロジェクションマッピングに係る屋外広告物規制についてであります。

それでは、資料について事務局からご説明をお願い申し上げます。

- 小野屋外広告物担当課長 プロジェクションマッピングに係る屋外広告物規制についてご説明させていただきます。着座にて説明いたします。

まず、お手元の資料で参考資料1-1というものをご覧いただければと思います。プロジェクションマッピングに係る経緯をまとめたものでございます。

プロジェクションマッピングにつきましては、2013年の3月に都の広告物審議会におきまして、プロジェクションマッピング等の新しいタイプの屋外広告物の取扱いを審議

して、了承を受けまして、区市町のほうへ通知してございます。

1枚おめくりください。参考資料1-2、「プロジェクションマッピングの取扱い（平成25年）」というふうにしておりますけれども、そのときに、平成25年3月に広告物審議会で整理した内容を記載してございます。

場合分けをしております、まず1番としまして、イベント等で企業名、商品名等が映らない映像を一時的に投影するもの、これについては屋外広告物条例の規制対象外にするということでございます。

2番目、営利内容を含む映像を投影するもの。これにつきましては禁止区域では掲出不可。許可区域では一定の規格内は許可により投影可能というふうにしてございまして、この規格の例としましては、商業地域の例としますと、表示面積が100㎡以下、かつ建物壁面の10分の3以下。広告物の高さは5.2m以下ということで、ちょっと米印で書いてありますけれども、通常の広告板の計算方式に準じて扱うということにしております。

それから3番目としまして、道路等をまたいだ投影は不可という取扱いにしているところでございます。

また最初のページにお戻りいただければと思います。

その後、2017年の10月から国の規制改革推進会議におきまして、プロジェクションマッピングに係る屋外広告物規制の見直しについて審議がされているところでございます。

その後、2018年2月には都の広告物審議会、これは規格等検討小委員会におきまして、2013年に一度定めた都のプロジェクションマッピングの取扱いの改正案について審議をいただいておりますが、このときには継続審議という扱いになっております。

その後、2018年3月には、国土交通省が投影広告物条例ガイドライン、プロジェクションマッピングのガイドラインを策定しまして、地方公共団体へ通知しております。性格としましては、地方公共団体が条例改正等を行う場合の参考ということで、規制の弾力的な取扱いについて技術的助言をするといった内容になっております。

2枚おめくりいただけますでしょうか。参考資料1-3、平成30年3月国土交通省資料、「プロジェクションマッピングを推進するための屋外広告物法における対応について」という件名になってございまして、概要としましては、プロジェクションマッピング実施の環境整備を進めることは都市の魅力を高める上で重要だということで、プロジェクションマッピングの特性を生かすようなガイドラインを策定、公表するというところでござい

ます。

左側に経緯といったようなものを書いてありますが、規制改革推進会議からの主な指摘としまして、従来の広告物と同じ規制を適用するのは疑問である。特に面積規制。それから、各自治体ごとに規制のあり方を委ねるのは酷である。ガイドラインで国のほうで方向を示すべきだといったような指摘を受けまして、新たに策定、公表するということが、ガイドラインの概要を右側に書いておりますが、主な内容としましては、①として公益性があつて期間限定で行われるものについては、規制手続きの適用除外とするということが出来ますよということを明示してきた。

それから、②のほうでは、例えば商業地域等においても面積要件等の制限を撤廃することができるといったことを示してきたというようなことをございます。

また最初のページにお戻りいただければと思います。その後、2018年6月には、規制改革推進会議のほうで答申が出まして、内閣府のほうでも規制改革実施計画というものを策定しておりまして、その中でプロジェクションマッピングに係る屋外広告物規制の見直しということを示しているところでございます。

こうした状況を受けまして、都のほうにおきましてもプロジェクションマッピングの規制について広告物審議会でも検討を進めてきたところでございます。2018年11月には規格等検討小委員会において屋外広告物規制の基本的な考え方について審議しまして、同年の12月には、今度は特例小委員会においてもプロジェクションマッピングの屋外広告物規制の基本的な考え方について審議をいただいているところでございます。

それから2019年の1月には規格等検討小委員会において屋外広告物規制の取扱基準（案）について審議をいただいているところでございます。

次に、資料1-1、「プロジェクションマッピングに係る屋外広告物規制の見直し 基本的な考え方（案）」というものをご覧ください。これにつきましては、屋外広告物の規制の見直しに当たりまして、主な論点について基本的な考え方を案としてまとめたものになっております。

まず、論点の1番としまして、光害の防止等、景観及び周辺環境への配慮ということをございまして、プロジェクションマッピングについては、動きのある非常に大きな映像を映すことが可能であるということから、景観や周辺環境に十分配慮することが必要だということ、景観、周辺環境、安全性に配慮し、支障を及ぼさないものであることを基準にするということをございます。

また、地区特性に応じて許可申請時に必要な事前説明ですとか、投影時間などの条件を付すことが考えられるということでございます。

2番目の論点としまして、急激な光点滅等による安全性への影響でございます。これにつきましては、健康に影響を及ぼすおそれのある急激な光点滅、それから公正でない表現とされるサブリミナル技法というものについては、プロジェクションマッピングにおいても避けることが望ましいということで、テレビ放送でも自主規制を行っているということです。プロジェクションマッピングについても本来は自主規制が望ましいところなんです。現在のところ、そういったものがない状況ですので、誘導基準としましてNHKのガイドライン等を参考にプロジェクションマッピングのガイドラインを策定することが考えられるということでございます。

主な内容としましては、1秒間に3回を超える光の点滅ですとか、コントラストの強い画面反転ですとか、サブリミナル的な表現は避けるというようなことでございます。

3番目としまして、公益・期間限定イベントの場合の協賛広告の扱いでございます。従来は規制手続の適用除外とするイベント等の一時的な投影の場合、協賛広告の表示は不可ということだったんですけれども、今回、国のガイドラインでは協賛広告の表示を可とする考えが示されております。

これにつきましては、公益目的のイベントでの一定の協賛広告の表示は、事業実施上、必要やむを得ないというふうに考えるということで、その際の企業広告の割合は、国ガイドラインの公益性の判断基準、概ね3分の1以下（面積×時間）を準用することが考えられるということでございます。

それから、その場合に広告で表示する内容なんですけれども、これについては条例・規則ではなく、誘導基準としてガイドラインを示すことが考えられるということで、記載にありますように、例えば公共空間にふさわしいデザインとするとか、そういったことを誘導基準としてガイドラインを示すことが考えられるということでございます。

4つ目の論点です。ビル全面広告表示の扱いということで、先ほど国のガイドラインの内容として商業地域は面積制限を撤廃できるというような考え方がありましたが、国のガイドラインに準じて商業地域内を一律に全面広告の表示可とすることは、景観や周辺環境への影響が非常に大きいのではないかと。

一方で、商業地域以外でも、地元自治体の事情に応じて制限を緩和することが望ましい地区がある場合も考えられる。また、公益イベントで全面表示できる期間というのはやは

り2週間程度は欲しいというような要望もあるということです。

それから、通常の広告物につきましては、高さ制限というものがございまして、例えば商業地域ですと5.2mというような制限があるんですけども、そういった通常の高さ制限を超えて表示する場合には、何らか一定の条件を加えることが望ましい。それから、景観計画も踏まえまして、例えば絵画館などの眺望点ですとか、文化財庭園からの見え方等に配慮することが望ましいということでございます。

これが検討に当たって基本的な考え方として最初にまとめたものでございます。

次に、資料1-2、「プロジェクションマッピングに係る屋外広告物規制の取扱基準(案)」のほうをご覧いただきたいと思います。こちらが、今回、審議会において審議をお願いする内容になってございます。こちらの内容は、先ほどお話ししました基本的な考え方を踏まえまして、プロジェクションマッピングに係る屋外広告物規制の見直しに当たり、新たな取扱基準の案としてまとめたものでございます。

まず、定義としまして、プロジェクションマッピングは、光で投影する方法により表示される広告物をいうとしまして、3番のところで「共通事項」として、実施に際して満たしていただく必要のある事項をまとめてございます。

(1)として光害の防止などの景観、周辺環境及び安全性への配慮ということで、こうしたことに配慮し、支障を及ぼさないことということを基準として挙げているものでございます。

また、急激な光点滅による安全性への影響の防止については、以下を遵守することということで、「アニメーション等の映像手法に関するガイドライン」、これはNHKと日本民放連のほうで作成されているものを参考に基準化しているものでございますが、例えば1秒間に3回を超える使用を避ける。それから、bのところでコントラストの強い画面の反転等を避ける。それから、cのところで、規則的なパターン模様などを避ける。

②としてサブリミナル的表現は避けるといったことを示しているところでございます。

それから、(2)としまして、先ほど平成25年の都の取扱いで道路を挟む投影は不可というようなお話があったかと思うんですが、これについても、今回、国のほうのガイドラインを準用いたしまして、信号機又は道路標識等の効用阻害、車両運転者の幻惑のおそれがないことということを条件にしまして、これに合致する場合には表示ができるというようにしているところでございます。

次に、4番としまして、禁止区域等に許可を受けずに表示ができるものとしまして、次

のいずれかに該当するものとしております。2ページ目をご覧くださいと思います。

まずは、(1)として国又は公共団体が公共的目的をもって表示するものでございます。これは通常の広告物と同じです。

(2)として公益を目的としたイベントのため、公益性があり、期間限定で表示するものということで、幾つか条件が書いてありますが、2個目の中点、企業広告等の割合が概ね3分の1以下(面積×時間)というのが国のガイドラインを準用したのになっております。

次に「公益性」の内容の説明としまして、学術、文化、芸術又はスポーツの振興など、公益に関する目的を有するものであることとしております。

また、企業広告等の表示内容につきましては、法令、公序良俗に反しないことは当然としまして、公益目的の表示を阻害しないですとか、公共空間にふさわしいデザインですとか、あとはまちの景観に配慮したデザインとすることといったことを定めております。

次に、景観等への配慮としまして、原則として繰り返しを避けて、繰り返す場合には適切に間隔を空ける。

それから、都・区・市の景観計画、景観形成の方針等を踏まえて、良好な景観に支障を及ぼさないというふうにしております。

下のほうに都の景観計画に記載されたものの例を挙げてございまして、1つは国会議事堂ですとか迎賓館等の眺望を保全する景観誘導区域の取扱い、それから文化財庭園等からの眺望を保全する区域の取扱い、それから水辺からの眺望に配慮する区域の取扱い、それから皇居周辺地域の景観誘導区域の取扱いなどについて例示しているということでございます。

それから、広範囲から視認できるような場合には、周辺区市等からの見え方にも配慮するというふうにしております。

それから、(3)としまして、他の法令の規定により表示するものですとか、自家用広告物等についても同様の取扱いができるということで、これについても通常の広告物と同じ扱いにしております。

5番目です。「規格」とありまして、これは表示面積ですとか、高さ等の基準を決めるものになります。

(1)としまして、原則は通常の屋外広告物と同じ規格とするとしております。例としましては、壁面を利用するものについては、先ほども出ましたが、商業地域は高さが5.2

m以下、面積ですと商業地域は100㎡以下、壁面の面積の割合ですと10分の3、屋根等に表示する場合には鉛直投影面積で計算する。

それから、②としまして、屋上利用については、それぞれの高さ制限等を守っていただく。

その他、土地に直接設置するものですとか自家用広告物についても、通常と同じ規格というふうにしております。

それから、(2)としまして、公益イベント等で短期間表示するものということで、14日程度以内表示するもので、先ほど4の(2)で企業広告の割合が3分の1以下というような基準がありましたけれども、これらの基準に適合する場合は、上記(1)通常の規格を超えて表示することができる。その際、禁止区域にあつては原則として公園、学校、美術館等の敷地に限るというふうにしておりまして、高さ制限を超えて表示する場合は、以下のいずれかに適合するというので、7日以内、又は14日程度以内かつ3時間以内、又は制限を超えて表示する部分が、その超える部分の壁面面積の10分の3以内というようないずれかに適合するということを決めております。

それから、(3)としまして、地元区市町の意見を聴いて知事が指定する地区ということで、この地区につきましても、上の(1)と(2)の取扱いによらずに、地区内の基準、地域ルールに基づいて表示することができるとしておりまして、地区指定の要件としましては、まちの活性化などのためにプロジェクションマッピングの活用が望ましい地区であつて、景観、周辺環境、安全性の面において支障を及ぼすおそれがなく、地域の合意形成が図られているといったところを指定要件として示しているところでございます。

それから、地区内の基準につきましても、地域の合意によりまして、地区内に適用する面積、高さ等の基準(地域ルール)を策定する。指定後も、運用結果を踏まえて、必要に応じて地域ルールを見直すというふうにしております。

最後に6番としまして、ここに記載しているもの以外の取扱いについては、通常の屋外広告物と同じ取扱いをしていただくということでございます。

以上がプロジェクションマッピングの屋外広告物規制の取扱基準(案)でございます。

続けてご説明してまいります。資料2、「プロジェクションマッピングの実証実験について」という資料をご覧いただきたいと思っております。

まず、「目的」のところなんですけど、先ほどご説明しましたプロジェクションマッピングの取扱基準(案)に基づきまして、実際にプロジェクションマッピングを表示した際に

景観ですとか周辺環境への影響等を検証することを目的にしまして実証実験を行いたいというふうに考えております。

実施時期は2019年の3月から8月頃までということで、大体6カ月程度を予定しております。

実験の対象になりますのは、原則、取扱基準（案）に基づいて公益イベント等において表示を計画しているプロジェクションマッピングにつきまして、地元区市町の意見を聴いて選定したいというふうに考えております。

実験の実施主体は、上記のプロジェクションマッピングの表示を行う方ということになりまして、手続としましては屋外広告物条例に基づく特例許可の手続を経て実施するというところでございます。

その際の検証項目でございますが、（１）としまして街並み・景観への影響ということで、主な視点場からの景観に著しい影響を与えないか。それから（２）としまして来街者及び周辺環境への影響としまして、投影場所や周辺地域などで眩しいですとか不快と感じられないか。それから（３）交通安全への影響として、信号機又は道路標識等の効用阻害にならないか、車両運転者の幻惑のおそれがないかといったことを検証していただくということを予定してございます。

プロジェクションマッピングに係る屋外広告物規制の見直しにつきましては以上でございます。ご審議のほどよろしく願いいたします。

○有賀会長代理 どうもありがとうございました。ただいま事務局から資料1、2、それから参考資料1についてご説明をいただきました。それぞれ資料1については資料1-1と1-2というふうに分かれていますけれども、全体をご説明いただきました。本件については、先ほどご説明もありましたけれども、本審議会のもとに設置しております規格等検討小委員会においても調査・審議が行われているというふうに伺っておりますので、佐々木委員長からもし補足説明等がございましたらお願いしたいと存じますので、よろしくお願い申し上げます。

○佐々木委員 はい。規格等検討小委員会の委員長の佐々木でございます。先ほど補足資料のほうでご説明がございましたように、昨年11月、そしてことしの1月、二度にわたって規格等検討小委員会で議論を行わせていただきました。その際には、景観及び周辺環境への配慮が必要であること、あるいは公益イベントの場合の協賛広告の取扱いのしかた、あるいはビル全面表示の取扱いなどについてご意見がございました。

本日お示しをいただいております取扱基準（案）につきましては、それらの議論の結果を反映された形ということでまとめていただいているところでございます。ご報告をさせていただきます。結果的には小委員会では全会一致で承認をしたということでございます。以上でございます。

○有賀会長代理 佐々木委員長、どうもありがとうございました。それでは、ただいまのご説明につきまして、本審議会の委員の皆様方からご意見あるいはご質問がございましたら、どうぞご発言をお願いしたいと存じますので、よろしくお願いたします。どなたからでも結構ですので、ご発言いただければと思います。よろしくお願いたします。

○清水委員 規制改革推進会議を受けて国土交通省でガイドラインをつくられたということで、プロジェクションマッピングを推進していこうというところは賛成しておりますけれども、条例をつくる、条例でいいんですか、規制を自治体でつくるのは東京都が初めてというふうに伺っていますので、かなりほかの自治体からも、参考といいますか、先例になるという観点で思ったことを申し上げます。

ヨーロッパなどでは普通の広告のほうも日本と比べると、日本のほうが派手であるというようなことも言われていますので、このプロジェクションマッピングのほうでも、初めてつくる規制によって、光の害というのはいろいろ対策を考えられていますけど、そうならないようなきちんとした規制になっているべきだなというふうにまず思いました。

それで、具体的なところで質問と意見なんですけれども、資料1-2の取扱基準の「定義」のところなんですけど、これは私がピントがずれているのかもわからないんですけど、「プロジェクションマッピングとは、建築物等に光で投影する方法により表示される広告物をいう」と書いてあるんですけど、広告物じゃないんじゃないかなと思ひまして、投影する映像であるとか、手段であるとか、そういうことであって、プロジェクションマッピングは広告物ではないのではないかというふうに、「定義」のところを、私だけが意味を分かっていないのかもしれませんが、思いました。

それから、次のページの2ページ目の上のほうの（2）の広告物の分量のところなんですけれども、3分の1というのは多いのではないかなという感じがいたしました。もともとの趣旨が、プロジェクションマッピングをしてまちを活性化するとか、イベントを盛り上げていくとか、皆さんが地域で楽しむとか、そういうようなことが主だと思うんですね、目的は。だけれども、つくるのにお金もかかるし、誰かが広告的にお金を払ってくれないとプロジェクションマッピングみたいなことはできませんよということなのは重々分かつ

ておりますので、そういう意味で広告というふうになっているんだと思うんですけども、今どきですと、例えばツイッターでもインスタグラムでも何でも企業と連動して広告とかは幾らでもできますので、それに合わせて、別に映すものの3分の1も広告を入れなくても、幾らでもほかの手段でPR、広告ができるので、3分の1って多いんじゃないかなというふうに感じました。

例えば、全然例になっていないかもしれませんが、テレビとかを見ているときでも、CMって3分の1も入っていないですよ、ドラマとかを見ている。と思うと、3分の1は時間的にも分量的にもスペース的にも多いというふうにすごく感じたので、私は疑問に思いました。

あと、問題がないかということで、3点目、実証実験を行うということなので、これはきっちりやっていただければいいと思うんですが、何か問題があったときに、今後、マニュアルかガイドラインか何かのところに入れていくのかもしれませんが、苦情みたいなものをきっちりと対応するような仕組み、人によってかなり感じ方が違うものなので、言ってきた人がクレマーみたいな感じで思われることがないように、きちんと公平・公正・中立な観点で苦情も言えるような仕組みをつくっておいたほうがいいかなと思いました。以上です。

○有賀会長代理 ありがとうございます。3点、ご質問、それからコメントも含めていただいたというふうに思います。事務局のほうに少し見解を伺いたいと思うんですが、まず1点目は、資料1-2の2番の「定義」のところ「プロジェクションマッピングとは」というこの内容ですが、これについていかがでしょうか。

○小野屋外広告物担当課長 屋外広告物の定義の部分ですけども、これについては、国のほうで屋外広告物法というものを定めておりますので、東京都の条例はその法律に基づいて必要な規制を行っているということになっておりますが、国の解釈としまして、プロジェクションマッピングというのが表示されるもの、法律でいきますと、「常時又は一定の期間継続して屋外で公衆に表示されるもの」というふうな規定がございまして、お手元の資料でいきますと、「東京都屋外広告物条例の手引」というものがございまして、ページが157ページの第2条に定義がございまして、「この法律において『屋外広告物』とは、常時又は一定の期間継続して屋外で公衆に表示されるものであって」、例示がありますけれども、「掲出され、表示されたもの並びにこれらに類するものをいう」ということで、今回、国のほうで、国土交通省のほうでこれの解釈というのもガイドラインの中で示

してきておりまして、プロジェクションマッピングについては屋外広告物には該当するというのが国の見解だということでございます。

○清水委員 これに基づいて屋外広告物の中にプロジェクションマッピングを入れるというのは分かるんですけども、「プロジェクションマッピングとは」とウィキペディア的な感じで見ても、広告物とかという単語は出てこないの、ここで言うのであれば、「屋外広告物としてのプロジェクションマッピング」ということなんでしょうかね。言葉の定義というのか、そうでしたら、日本語的にはちょっと違うと思います。

○山崎委員 同じ質問を私はしたことがありまして、そのときに私が誤解したのは、広告ということを経営広告に限定して考えてしまって私は誤解していたんですけども、もし清水先生がそういうふうに勘違いされたら、それは私同様の誤解だと思います。広告というと、どうしても物を売るための営業広告に限定して考えがちですけども、法律の広告というのは、とにかく広く知らせる手段一般すべてを指します。内容物が何かを問うていないんですね。

○清水委員 では、きれいな光と何とかの花火と音の何かみたいな感じのものも広告ですか。

○山崎委員 あれも広告になります。国の定義上は広告になっちゃいます。そういうふうに広告という言葉は非常に広く使っています、国の定義は。それで私は法律が大事だからそれを知らないで、事務局の人に指摘して、ああ、なるほどねと理解したことがありますので、ここにいう広告とは、少なくとも営業広告に限定していないというところで、知らない人はちょっと誤解を生じて、プロでも誤解する可能性があるということを事務局に私も指摘されたことがございます。よろしいですね、事務局は。

○有賀会長代理 山崎委員、ありがとうございます。今、補足的な説明をいただきましたけれども、事務局の解釈もこれでよろしいですか。

○小野屋外広告物担当課長 国のほうもガイドラインの中でも同じような表現で来ておりますので、それを今回、準用させていただいたということでございます。

○有賀会長代理 なるほど。清水委員、よろしいですか。広告物というのは……。

○清水委員 プロジェクションマッピングというのはどんなものであっても広告物ですと言ってもいいというぐらいなことなんです。

○有賀会長代理 法的な用語としてはそのように解釈できるというふうなことが見解だったというふうに、今、理解しましたが……。

○清水委員　ここは法的な解釈で書くべきものなんですね。普通の都民が見て分かるとかではなくて。

○有賀会長代理　だと思えます。場合によっては何か補足的な補記のようなものをつけるかどうかのご判断は行政のほうで事務局のほうでご判断いただければいいと思うんですが、広告物というのを、今の山崎委員の補足のご説明もいただきましたけれども、常時又は一定期間表示されるものという言い方も概念としては含むんだと思えますが、ものだけではなくて、事柄とかも入るんだと思えますので、そういう意味では広告物という概念をかなり広げて使っているということでしょうね。商業広告ということではないということだと思えます。

○佐々木委員　今のご疑問の点は、実は私も別の観点からちょっと事務局と議論したことがあるんですけども、いわゆるライトアップとプロジェクションマッピングの境目はどこでしょうかということがあると思うんですが、ここで定義のところでは、プロジェクションマッピングというのはものすごく広い概念があるけれども、その中で広告物に該当するものが、この取扱基準の対象であるというふうに理解をするんだろーと思っております。広告物に該当しないプロジェクションマッピングというのが、場合によると概念的には考えられる。実在するかどうかは別にして。そういう意味で、そもそも屋外広告物法で言うところの広告物に該当するようなプロジェクションマッピングの使い方、それをここでは議論対象とするという整理なのではないかなというふうに思うんですが、いかがでしょうか。

○有賀会長代理　事務局のほうで、これは整理を検討していただく必要があるのですが、ただ、解釈論ではなくて、こういうのというのは、取扱基準を分かりやすく運用していく上で必要最低限のワードで、きちんと意味するところが言えればいいと思うので、あまり広げた解釈論ではなくてという意味で、語句の用い方も含めた整理をいただければ私はいいと思うんですが、これを取扱基準として運用していく上で、例えば都民の方々や事業者の方々に誤解を招くようなおそれがあるとすれば、そこは少し補足的な記載を、どこかアスタリスクか何かをつけるか何かしていただいてもいいとは思いますが、事務局のほうでも事前に、基準（案）としての文章としては整合しているだろうという確認をされた上で、きょう、出されていると思えますので、そういう意味では条例上とか法令上の用語としては問題ないという解釈だと思えますが、より分かりやすくするにはどんな工夫があるかという観点から少し整理をいただいて、もし必要であれば補足的なものをつけてい

ただくということでしょうか。そのご判断は、ここで本審議会として補記すべきであるというところまでは立ち入らないので、ご判断いただければいいと思うんですけども、いかがでしょうか。

○小野屋外広告物担当課長　ここでの定義の部分なんですけれども、この取扱基準（案）の中にプロジェクションマッピングという言葉が出てきますので、基準（案）上の用語の定義としまして、国のガイドラインに示された定義を準用して書いているということなので、プロジェクションマッピングのあくまでもこの取扱基準（案）の中での用語の取扱いとしてここでは記載をされております。

○山崎景観・プロジェクト担当部長　前提として、一般的な言葉の定義を定めているというよりは、この基準がそもそも屋外広告物規制自体が屋外広告物条例に基づく規制についての取扱いの基準の案を示しているものでありますから、その範囲での言葉の定義、用語の定義というふうにご理解いただければと思います。

○清水委員　「ここで扱うプロジェクションマッピングとは」とかと入れてもらえば、すごく分かりやすいんですけど。

○小野屋外広告物担当課長　そうですね。趣旨としては、「この取扱基準（案）における用語の定義は以下のとおり」ということでございます。

○有賀会長代理　よろしいですか。意図するところは、プロジェクションマッピングに係る屋外広告物の対象は、建築物等に光で投影する方法により表示される広告物をいう、そういうことが趣旨なんだと思いますが、あまり言い過ぎてもよろしくないと思うので、シンプルにいくのがいいと思いますが、誤解がないようにすれば結構かと思います。

それでは、これでよろしければ、次にご質問があったのが資料1-2の2ページの4の(2)の3つある黒ポツの中の2つ目、企業広告等の割合が概ね3分の1以下（面積×時間）、これの妥当性といいますか、3分の1というのは何らかの取扱基準として計量可能なのか、定量化できるような基準として3分の1と示されているんですが、この面積×時間という概念を含めた妥当性というのは、実際はこれは前例があまりないと思うので、論理的に整理するのはなかなか難しいと思うんですが、3分の1とすることが一定の合理性というか、妥当性というか、ということについてはいかがお考えかという見解を伺っておきたいと思います。

○小野屋外広告物担当課長　まず前提としまして、公益イベントで実施する場合に、従前はこういった協賛広告が出せなかったということなんですけれども、見直しの検討の中で、

非常にお金がかかるという面があって、一定の協賛広告が必要だろうという議論になってきたところがございますが、今回、そうは言っても企業広告だらけになってしまうと、公益性のところでは疑問が生じるのではないかとというようなところで、国のほうでその場合の公益性はどこまでだったら公益性のあるイベントといえるのかというところを、考え方として示してきたものが、この3分の1というものでございます。

プロジェクションマッピングではない場合も、例えば公益イベントでのぼり旗とかで協賛広告を掲示する例というのは無くはないんですけれども、そのときに、本来のイベントの表示と協賛企業の示す割合がどのぐらいかというのは、議論になるところではあるんですけれども、今回の国が示してきたガイドラインとしては、考え方としましては、3分の1ですので、公共部分が2で、企業広告部分が1ということで、2対1ということなので、実際にその協賛広告が出た場合に3分の1以下の範囲であれば公益性自体は阻害されないだろうというのが国の考え方かと思っておりますので、今回はそういった考え方を準用させていただいたということでございます。

○有賀会長代理 ありがとうございます。このところは佐々木委員長、小委員会では何か議論になりましたか。

○佐々木委員 特に3分の1云々についての、先ほどご説明があったように大体3分の1程度というところがラインではないかということでは、大体皆さん納得していたように思います。

○有賀会長代理 ありがとうございます。清水委員、よろしいですか。

○清水委員 個人的には納得できないというその考えは変わりませんが、国が決めたときには、国のガイドラインは根拠はあったんでしょうかね。国が3分の1と決めたとき。

○小野屋外広告物担当課長 国のほうのガイドラインには、ガイドラインの解説ですね、参考事項としまして、今回は公益イベントの場合に企業広告を出しても可とするんだけど、その場合の割合は3分の1以下であることと、マックスとして3分の1以下におさめるというのが国のガイドラインというふうになっております。

何で3分の1かまでは、5分の1なのか、3分の1なのか、2分の1なのかというところまでは言っていないんですけれども、上限として3分の1以下というのが参考として示されているということでございます。

○有賀会長代理 ありがとうございます。この(2)は、「公益を目的としたイベント等

のため、公益性があり期間限定で表示するもの」、これを言っているわけですが、その下に、例えば「企業広告等の表示内容」というところも書かれていて、当然ながら、今、清水委員が質問された「企業広告等の割合がおおむね3分の1以下」、これの妥当性についての質問なのですが、実は主語である「企業広告等」についても、こういうふうな表示内容にしてくださいという、一応目安が書かれている。

中を見ると、「法令、公序良俗に反しないこと」、これはもちろんなのですが、そもそも「公益目的の表示を阻害しない」内容であること、それから「公共空間にふさわしいデザインとすること」、つまり、テレビで映るような、いわゆる商品広告とはちょっと違うんじゃないかという解釈をできると思うんですが、それから「まちの景観に配慮したデザインとすること」、これも縛りとして入っていて、それが「企業広告等」というところにかかっている、なおかつ時間×面積も3分の1以下にしてくださいという、言ってみれば二重の仕立てになっているので、ご質問にあったような、いわゆるテレビCMとはちょっと質が違うんじゃないかなという理解を私はしておりますが、いかがでしょうか。よろしいですか。

それでは、もう1つ、3番目の質問がありましたが、資料2の実証実験について、それから実証実験後の将来の話もちょっと含めたコメントだったかと思えますけれども、6のところ「主な検証項目」があるわけですが、まずは実験中、賛成、反対含めたいろんなフィードバックがあったときに、どのような仕組みでそれを受けるのか、あるいはそれをうまく反映していくのかというのが、1点、ご質問ですね。

それと関連して、実証実験を終わった後、本格運用になったときのことはまだ分からないでしょうけれども、それも念頭に置いて、どんなような仕組みがつけられるのか、想定されているのかというのを、もし今の段階でお答えいただけるのであれば、その範囲内で結構ですので、見解をお伺いしておきたいと思えます。

○小野屋外広告物担当課長 まず、苦情等問題が生じた場合ということなんですけれども、取扱基準の1ページ目の3の(1)で、まず大前提となる共通事項としまして、景観、周辺環境、安全性に配慮して実際に支障を及ぼさないようにするということがございますので、万一、問題が生じた場合には、生じないような形で修正していただけてやっていただく必要があるというふうに思います。

実際のプロジェクションマッピングが屋外広告物の手続きになってございますので、実際には窓口が、区部でございましたら特別区のほうが実際の手続きの窓口になっておりま

すので、最初の「基本的な考え方」のほうにも載せてありますが、最初に「光害の防止」のところでも2個目の丸ですね。いろんな、プロジェクションマッピングをやるにしても、場所場所によって、公園の真ん中でやる場合と、マンションとかが近くにあるようなところでやる場合と、必ずしも一律ではなくて、地域特性に応じて結構違ってくる部分があるのかなと思いますので、そういったところは受け付けた際に、きちんと事前に周辺の方に説明してくださいですか、あとは投影時間はこのようにしてくださいですか、あとは苦情等があったら対応できるような窓口を設置してくださいですか、そういった指導の部分については各許可権者のほうで、地区特性に応じてやっていくというようなことを考えてございます。

今回、プロジェクションマッピングを実際に実証実験をやってみまして、万一、そういったことがあれば、支障を生じないように速やかに対応していただくという考えのもとに進めていきたいと思っております。

○有賀会長代理 ありがとうございます。よろしいですか。では、ほかにご質問、ご意見ございますでしょうか。

○小池委員 実証実験に関する質問なんですけれども、実験をやった結果、何か支障が出た場合に、この「基本的な考え方」で案として出されている案自体も変える可能性もあるということですか。

○小野屋外広告物担当課長 今回の実証実験の目的といいますか、今回まとめた「基本的な考え方」と「取扱基準（案）」で実際に運用してみて、支障が生じないかということを検証するということですので、全体をもし何か実証実験で結果が出ましたら、それを適切に反映して検討につなげていくというのが今回の考えでございます。

○小池委員 分かりました。

○有賀会長代理 よろしいですか。ありがとうございます。ほかにはいかがでしょうか。

○山形委員 資料1-2の先ほどお話に出ました「企業広告等の表示内容」のところ、この機会に伺いたいと思うんですけど、丸ポチの3つ目と4つ目に「公共空間にふさわしい」とか、「景観に配慮」とかいう言葉がありまして、「品位」という言葉も出ていますが、これらはどこかに書かれているんですか。例えば、「品位」というのはそれこそどういうもので、「景観に配慮」とはどういうものであるということに関する判断をするときの何か基準というのはどこかにあるのか、伺っておこうかなと思いました。

○小野屋外広告物担当課長 今回、「取扱基準（案）」ということでまとめたものには、

ここまでしか書いていないんですけれども、実際に今後、実証実験ですとか検討を進めていくに当たって、この「品位に欠けるもの」の例えば事例はこんなものですよとかというふうに、さらに分かりやすくしていくということはあり得るかなというふうに考えております。

○有賀会長代理 よろしいですか。ありがとうございました。ほかにいかがでしょうか。

○佐々木委員 先ほど清水委員のご質問のときにも申し上げたとおりですが、恐らくこのプロジェクションマッピングというのは新しい手法ですし、技術的にもまだまだいろいろな可能性というのが出てくる余地があるんだろうと思います。それから、先ほど申し上げたように、いわゆるライトアップとこのプロジェクションマッピングの融合のようなことも今後起こってくるかもしれません。表現手法としてもいろいろな可能性が出てくることだと思います。そういう中で、今回の実証実験というものは、今後の議論に向けての非常に大きな役割を持っていると私も認識しているところでありますし、そういう意味で、ぜひこの実証実験を通じて今後の課題あるいは議論につながっていくようないい成果が上がるようなことをぜひとも期待したいと思っている次第でございます。

そういった意味で、ぜひ実証実験の具体例が出ましたら、皆さんにぜひご覧をいただいて、私も拝見させていただいて、次の議論につなげるようなことになればいいなというふうに期待しているところでございます。

○有賀会長代理 どうもありがとうございました。ほかにご意見、ご質問がありましたら、この際、ご発言いただきたいと思いますが。

○鈴木委員 では、私も1つだけ。「プロジェクションマッピングとは、光で投影する方法により表示されるもの」という定義でしたけれども、いわゆるホログラムというのは含まれるのでしょうか。ホログラムといって、3次元的に光を使って投影するという技術が今あって、それはもし、ホログラムはまだ広告にはあまり使われていないかもしれませんが、今後出てくる技術で、それはまた別に案をつくるのか、それともプロジェクションマッピングというのはホログラムを入れてしまうのかという、ちょっとそういう疑問を持ちました。

○小野屋外広告物担当課長 光で投影する場合に、空中とか空に向けてやるものですとか、いろいろなものがあるかとは思いますが、今回、国のほうで屋外広告物の規制の対象にするプロジェクションマッピングとして出してきたのが、建築物等に表示するものについて、今回、ガイドラインを示してきた。

○鈴木委員 では2次元ということですね。2Dで。

○小野屋外広告物担当課長 そうですね。物体、有体物に投影するものというような書き方をしておりますので、そういったホログラムのような空中に投影するものをどうするのかというのは、国のほうではまだ示していない状況なので、今回は国のほうで示してきた建築物等に表示する場合について取り決めをしていくということで、今後、そういったものがホログラムのようなものが出てきた場合には、国の見解も聞きながら、それはそれで対応していくのかなというふうに考えております。

○鈴木委員 了解しました。

○有賀会長代理 よろしいですか。ありがとうございました。

○清水委員 建築物以外の地面とか、橋も建築物ですね、そういうものも入るんでしょうか。

○小野屋外広告物担当課長 例えば橋みたいなのは構造物みたいなものも入ってくるとは思います。

○清水委員 屋外広告物と同じ規格のところに入るんですか。

○小野屋外広告物担当課長 それは入ってくるとは思います。

○清水委員 地面等は。

○小野屋外広告物担当課長 地面の場合は特に禁止区域とかというのはありますので、ここはだめというのはありますけれども、ここに記載されているような、例えば100㎡とか、そういった具体の基準はない状況です。

○清水委員 では、道路はないですか。

○小野屋外広告物担当課長 道路ですと、もともとが禁止区域ということになっておりますので。今回想定していますのは、建築物等というふうに言っていますので、何らかの建物に表示するものを想定して基準化するというものでございます。

○横山委員 先ほど佐々木委員のお話で、ライトアップとプロジェクションマッピングの境目というお話が出て、ふっと思ったんですが、自分で説明できないなということに気がついてしまったんですけれども、簡単に教えていただけないでしょうか。

○小野屋外広告物担当課長 プロジェクションマッピングというのは何らかの意図している、アートなのか、ストーリーなのかというものがあると思うんですけれども、ライトアップの場合は光を、例えば黄色い光とか赤い光を照らすものということで、国のほうでは単なるライトアップについては屋外広告物ではないというような解釈を示しているところ

ですので、一般にやられているライトアップについては、屋外広告物法に基づく広告物ではないので、規制対象外ですというのが国の考えになっております。

○横山委員 例えばプロジェクターを使って建物のライトアップをして、そこで調光したり、色を変えたりしたら、これはライトアップではなくなってしまうかなと、ふと思ったんですが、いかがなんでしょうか。

○小野屋外広告物担当課長 その辺の線引きは結構、実際のものを見て、これが本当に屋外広告物なのか、または屋外広告物ではないとしていいのかというのは、ちょっと個別に見ていく必要があるのではないかなというふうには思いますけど、境目がくっきり分かれているわけではない部分もあるのかなというのを感じます。

○横山委員 これから課題として自分も勉強したいと思いますけれども、動いていいのかとか、動きの中にメッセージ性が含まれていたらどうなのかとか、なんていうのがちょっと気になってきました。きょうの議論には関係ないかもしれませんが、よろしくお願いたします。

○有賀会長代理 ありがとうございます。今、事務局からも説明の中にありましたけれども、今回、この取扱基準をここで定めていただいて、運用を始めていこうというふうなことなんですけれども、正直、現段階でどのぐらいの該当件数が申請されてくるのかというのは、なかなかちょっと予断を持ち得ないというか、今のところでは想定できないんですが、恐らく漏れ伝え聞いておりますところでは、プロジェクターの費用も相当高額になるということに鑑みると、それなりの、もちろん公共的、公益的な大きな目的があるということが多分大前提になると思いますが、この取扱基準を定めたから、ある意味では手続がもうそのまま進んでいくというよりは、まず実証実験の段階でもありますので、一つ一つをきちんと精査していくということから、さっきご質問もありましたけれども、改善点があればフィードバックしていくというようなプロセスがまず先にあるんだろうと思います。

その上で取扱基準も、場合によっては必要なアップデートがされた上で、あるいは市区の許可権者というか担当窓口も習熟してくると、全体のクォリティが上がってくるんだろうなと思いますけれども、そういう実践段階に入る直前の試行が今試されているというか、試行をしていこうじゃないかというところですので、そういう意味での枠組みとしてご理解いただけるというふうなふうに思います。

そういうふうになった段階で、さっきの定義にもありますけれども、建築物に光で投影する方法なんていうのは、場合によってはプロジェクターだけではないものが将来出てく

るかもしれませんね。それは技術革新によってどういうものが出てくるか分かりませんが、大規模な投影ができるような仕掛けが何か出てくるのかもしれませんが、それはそのとき、都度都度対応していくというふうなことになるんだらうなと思います。ということでご理解いただければなと思います。

それでは、ほかにご発言ないようでしたら、採決に入りたいと思いますけれども、よろしうございますか。

それでは、議事の1番目ですが、プロジェクションマッピングに係る屋外広告物規制の取扱基準（案）について、事務局案に賛成の方は挙手をお願い申し上げます。

（賛成者挙手）

○清水委員 直していただけるということなんですか。

○有賀会長代理 もしご発言があれば、どうぞ。議事録にちゃんと入れますので。

○清水委員 先ほどのところを直すということなんでしょうかね。定義のところを分かりやすくするとか。このままですよということですね。

○小野屋外広告物担当課長 例えばですが、定義のところ、「この取扱基準（案）においてプロジェクションマッピングとは」と、そういうふうな修正をいたしたいと思います。

○清水委員 そういうふうに直すということですね。分かりました。

○有賀会長代理 では、改めてもう一回挙手をお願いします。いかがでしょうか。

（賛成者挙手）

○有賀会長代理 賛成多数ということで、提案のとおり可決することにいたします。よろしく願いいたします。

それでは、次の議題に入ります。

○田原課長代理 では私のほうから、広告物審議会の昨年度の実績についてご報告申し上げます。資料は右肩にある資料3というページ1枚になります。昨年度、広告物審議会の開催は計7回ございまして、上から順に申し上げます。

まず、平成29年4月27日に特例小委員会を持ち回り開催してございます。この際は「NO LIMITS SPECIAL 2017 上野恩賜公園」における第三者広告の掲出についてということで、東京パラリンピック体験プログラムの特別版として上野公園で実施されたイベントに際して広告物を掲出したものになります。

2番目、第1回本審議会、平成29年7月11日開催は、こちらは委員の改選と、28年度の審議会の実績報告などをいたしました。

3 番目、第 1 回特例小委員会、こちら 7 月 1 1 日開催でございますが、配電地上機器の上部空間を活用したデジタルサイネージの設置についてということで、こちらは上野公園にあります地上機器の上にデジタルサイネージを設置するというものでございます。

4 番目、第 2 回特例小委員会、平成 2 9 年 9 月 2 1 日開催。こちらは 2 件ございまして、1 つ目が新宿副都心エリアの道路空間等を活用した屋外広告物の掲出についてということで、新宿副都心の 4 号街路を中心とするエリアに、新宿シェアラウンジというイベントに際しまして、バナーフラッグを掲出したものでございます。

2 点目、日比谷公園ガーデニングショー 2 0 1 7 における第三者広告の掲出についてということで、昨年度の 1 0 月の中旬に日比谷公園で開催されましたガーデニングショーのイベントにおいて広告を掲出したものでございます。

5 番目、第 3 回特例小委員会、平成 3 0 年 1 月 1 7 日開催で、こちらは 6 件ございまして、1 つ目が現美新幹線の車体利用広告について。こちらは平成 3 0 年から上越新幹線に走ります現美新幹線のラッピングについて審議したものでございます。

2 点目が、「東京マラソン 2 0 1 8」の沿道コースにおける屋外広告物の掲出についてで、昨年平成 3 0 年 2 月 2 5 日の東京マラソンの際に沿道等に掲出しました広告物に関するものでございます。

3 点目、「東京 2 0 2 0 ライブサイト i n 2 0 1 8」における第三者広告の掲出ですが、平昌大会のオリンピック・パラリンピックの開催に伴いまして、井の頭公園でしたり、日比谷公園でライブサイトを行いましたので、その際の広告の掲出です。

4 点目、新虎通りの道路空間を活用した屋外広告物の掲出ですが、新虎通りの街路灯にフラッグを設けまして、昨年の 2 月から 3 月までの 2 カ月程度、広告を掲出したものになります。

5 点目、港区が設置するデジタルサイネージの第三者広告についてですが、港区の新橋駅の S L 広場のところに、東京 2 0 2 0 大会の機運醸成を図るためにデジタルサイネージを設置したものでございます。

6 点目、屋外広告物を活用したエリアマネジメント支援事業の実施について、渋谷駅中心地区でございますが、こちらは渋谷駅前エリアマネジメント広告をやってございますので、その媒体を追加したものでございます。

6 の第 1 回規格等検討小委員会、平成 3 0 年 2 月 2 1 日は、前回、投影広告物、プロジェクションマッピングについて議論いただいたものでございます。

7として第4回特例小委員会、平成30年3月23日開催は、4件ございました。まずは「TOKYOガンダムプロジェクト」に伴うアニメキャラクターの立像ということで、ダイバーシティ東京の屋外広場にガンダムの立像を設置することに対するものでございます。

2点目、天王洲エリアの立体駐車場での壁面アートですが、こちらは天王洲エリアでアートの景観を整備するということでまちの活性化につなげるということで、大規模なアートを表示したものでございます。

3点目、広告付タクシー乗り場上屋に関する特例許可ですが、タクシー乗り場を整備するに当たって上屋を整備しておりまして、広告付き上屋の設置場所を追加したものでございます。

4点目、大型広告付バス停留所上屋に関する特例許可ですが、こちらはバス停に広告をつけて設置を進めておるんですけども、1バス停につき1カ所がこれまでだったんですけども、今回の議論で、1バス停について2基4面という規格を追加したものでございます。

内容は以上になります。

○有賀会長代理 どうもありがとうございました。ただいまの資料3、平成29年度の開催実績についてご説明をいただきましたが、これについて何かご意見、ご質問がございましたら、ご発言をお願い申し上げます。（発言なし）

よろしいですか。報告事項ということで、それでは了としたいというふうに思います。

以上で本日予定の議題は終了いたしましたので、進行を事務局にお返しいたします。

○米田緑地景観課長 有賀先生、どうもありがとうございました。

これをもって東京都広告物審議会を閉会させていただきます。委員の皆様、どうもありがとうございました。

午前11時14分閉会