

## 調査・研究報告書の要約

書名	平成22年度 景観と調和したデジタルサイネージに関する調査研究報告書				
発行機関名	社団法人 日本機械工業連合会・財団法人 デジタルコンテンツ協会				
発行年月	平成23年3月	頁数	153頁	判型	A4

## [目次]

序 (会長 伊藤 源嗣)

はしがき (会長 北島 義俊)

事業運営組織

第I章 はじめに	1
1.1 調査研究の目的	1
1.2 本年度の活動	2
1.3 本調査研究の推進体制	3
第II章 デジタルサイネージの種類	4
2.1 定義と類型化	4
2.2 各分類ごとに対応する法令	7
第III章 関連法令の概要	8
3.1 著作権法	8
3.2 放送関連の法令	17
3.3 道路関連法	24
第IV章 関連条例の概要	30
4.1 屋外広告物条例	30
4.2 景観条例と景観計画	43
4.3 自治体インタビュー	48

第V章 提言	66
5.1 屋外広告物規制等に関連する提言	66
5.2 著作権関連の提言	67

第VI章 まとめ	68
----------	----

付録

付録1 東京都 屋外広告のしおり (1P～34P、62P～64P)	71
付録2 相模原市 屋外広告物条例のしおり	112
付録3-1 京都市 京の景観ガイドライン—広告物編屋外広告物制度の解説より	124
付録3-2 京都市 京の屋外広告物ガイドライン—デザインガイド	128
付録4 熊本市 屋外広告のてびき	139

[要 約]

本報告書は、「屋外・店頭・公共空間・交通機関など、あらゆる場所で、ネットワークに接続した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システム」として非常に広く定義されているデジタルサイネージについて、関係する法令・条例およびそれらに基づく諸手続きの実情について報告したものである。報告のスタイルとしては関連する条文について逐条解説を行う。ただし、条例および景観計画についてはそのまま基準や手続きが条文になっていることも多く、逐条解説ではなく関連する基準について図表も含めながら解説する。関連する法令としては、著作権法、有線テレビジョン放送法、電気通信役務利用放送法、道路交通法、道路法があげられる。これらの中で特に前者3法については、デジタルサイネージの一つの特徴であるデジタル化、ネットワーク化に伴って従来からある広告板等の広告とは大きくその法的性格が変化している可能性がある。本報告書においてはこれらの法令についてはデジタル化、ネットワーク化を前提として関連する条文について解説する。また条例については代表例として東京都の条例を解説し、様々な自治体にはインタビューを行い、実際の条例の運用状況等を調査したものを報告する。

そのうえで、調査研究を進める過程で浮かび上がってきた様々な課題を検討し、提言としてまとめた。

## 第1章 はじめに

### 1.1 調査研究の目的

デジタルサイネージは、新しいメディアとして注目され、多くの実証実験を経て実用化が始まっている。今後、普及期に入り、街中におけるデジタルサイネージの活用が活発化してくると、屋外広告物としての定義の範疇となり都市景観への影響が予想される。

本調査研究では、デジタルサイネージ設置の際の法的環境について、現状の取扱いについて調査を行う。屋外広告物法における各種広告条例や景観保護条例等その他関係する条例や関連法令等について調査を行い、課題について検討するとともに方向性を探る。

### 1.2 本年度の活動

学識経験者及び産業会の専門家により構成される調査研究委員会を計5回開催した。また委員会の元でデジタルサイネージの法的環境について調査研究を行った。

### 1.3 本調査研究の推進体制

本調査研究を推進するために、財団法人デジタルコンテンツ協会（D c a j）内に「景観と調和したデジタルサイネージに関する調査研究委員会」を設ける。本委員会は、ユアサハラ法律特許事務所 山田 卓を委員長とし、16名のメンバーから構成されている。D c a jの事業開発本部が事業局を担当する。

## 第2章 デジタルサイネージの類型

### 2.1 定義と類型化

本報告で扱う法令、条例、基準がどのようなデジタルサイネージに関連するものか明らかにするために、各法令の特徴をもとに類型化をこころみる。類型化にあたっては、主として著作権法、有線テレビジョン放送法、電気通信役務利用放送法の観点から検討した。各法令では夫々の対象とする領域について、情報配信を行う方法（配信方式）の技術的な相違から扱いを定めている。従って、配信方式を類型の第一の要素とする。また、上記各法令のほかに屋外広告条例や景観条例も関係するもう一つの観点として、そのサービスの対象者が公衆（不特定又は多数の人）にあたるか否かという判断がある。以上のことから、基本的な類型は配信方式と対象者のマトリックスで考え、類型化することができる。

デジタルサイネージの種類

		スタンド	ネットワーク配信型		
		アローン型	一方向通信型		双方向通信型
			有線	無線	
公衆（不特定）		A	B	C	D
公衆（特定・多数）		E	F	G	H
非公衆（自営等）	私的利用	I	J		
	非私的利用	K			

2.2 各分類ごとに対応する法令

2.1 で定義した分類に従って、それぞれに関連する法令・条例について、表にまとめる。なお、現実的に考えられない例や、非常に限られた場合にのみ適用される場合についても記載し、その旨をコメントとして残している。

関連法令・条例への対応表

法令・条例		類型											
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	
著作権法	複製権	○				○						○	
	上映権	○				○							
	公衆送信権		○	○	○		○	○	○				
	公衆伝達権		○	○	○		○	○	○				
	放送権												
	有線放送権		○				○						
	再放送権												
	再有線放送権												
	送信可能化権				○				○				
	商業用レコードの二次使用		○					○					
テレビジョン放送の伝達権	○	○	○	○	○	○	○	○					
有線テレビジョン放送法		○											
電気通信役務利用放送法		○	△*1										
屋外広告物条例	○	○	○	○									
道路関連法	○	○	○	○	○	○	○	○	○	△*2	△*2	△*2	

### 第3章 関連法令の概要

#### 3.1 著作権法

デジタルサイネージに関連する著作権法上の権利は、著作権の支分権としての複製権(21条) 上映権(22条の2) 公衆送信権・公衆伝達権(23条) および著作者隣接権における実演家の放送権・有線放送権(92条) 送信可能化権(92条の2) 商業用レコードの二次使用(95条)、レコード製作者の複製権(96条) 送信可能化権(96条の2) 商業用レコードの二次使用(97条)、放送事業者・有線放送事業者の複製権(98条、100条の2) 再放送権・有線放送権(99条、有線放送事業者については放送権・再有線放送権(100条の3)) 送信可能化権(99条の2、100条の4) テレビジョン放送の伝達権(100条、有線放送事業者については有線テレビジョン放送の伝達権(100条の5)) があげられる。本節では、以上の著作権法上の諸権利について、デジタルサイネージでのサービス展開の観点から解説する。

#### 3.2 放送関連の法令

本節では、放送関連の法令のうち、有線テレビジョン放送法と電気通信役務利用放送法について解説する。解説にあたっては、これらの法令および関連政令の基準に該当する場合、法令に定められている手続き等の義務が生じることから、主にどのような場合にそのような基準に合致し、また基準から脱して退出する場合にどのように手続きをするのかといった観点で解説する。なお、一般の放送に関する放送法については、デジタルサイネージが電波法上の放送に該当することが考えられないことから、本節では除外する。また、放送法に関しては、昨年11月26日、放送関係法律の大幅な改正が国会で成立し、新放送法として整理統合・一本化が行われることとなった。この新放送法は、遅くとも本年9月初めまでには施行されるが、現時点では未だ具体的施行日が定められていないこと、関係政省令も未だ一部しか制定されておらず、その内容が十分に明らかとはいえないこと、認可から届出へといった規制緩和等が予定されているものの、本調査研究との関係では基本的な部分では変更はなさそうであること、以上にかんがみ、現行法を前提としている

#### 3.3 道路関連の法令

本節では、道路の使用に関する法律についての概説を行う。道路の使用に関しては、道路交通法と道路法が関連法規としてあげられる。この二法は、前者が「道路における危険を防止し、その他交通の安全と円滑を図り、及び道路の交通に起因する障害の防止に資すること」(道路交通法1条)を目的としているのに対し、後者は「路網の整備を図るため、道路に関して、路線の指定及び認定、管理、構造、保全、費用の負担区分等に関する事項

を定め、もって交通の発達に寄与し、公共の福祉を増進」(道路法1条)することを目的としている。より実務的には、前者が道路交通の安全を主目的としていることから関連する許可申請を警察へ届け出るのに対し、後者は道路の整備や管理、保全などに主眼がおかれていることから、許可申請については道路管理者に行うことになっている。ただし、道路交通法の許可を受ける場合においては、道路法上の占用許可は警察を通じて一括で提出することができる(道路法32条4)

## 第4章 関連条例の概要

### 4.1 東京都の屋外広告物条例

デジタルサイネージに関連する法的拘束力をもつ文書は、法律をはじめとする国の法令に限られず、各自治体で制定される条例および規則もある。特に、屋外で常時又は一定の期間継続して屋外で公衆(不特定多数の者を意味すると解される。)に表示されるものであつて、看板、立看板、はり紙及びはり札並びに広告塔、広告板、建物その他の工作物等に掲出され、又は表示されたもの並びにこれらに類するもの(屋外広告物法2条)という「屋外広告物」の定義に多くのデジタルサイネージが該当することから、屋外広告物条例が重要な関連条例となる。本章では、デジタルサイネージに関連する自治体の屋外広告条例と景観条例及び関連の規則や基準等について報告する。本節では代表例として東京都の屋外広告物条例と景観に関する条例について解説する。

### 4.2 東京都景観条例と景観計画

屋外広告物条例の他に、屋外において設置される広告物に対する規制としては景観計画がある。本節では、前節と同様に様々な自治体で景観計画が策定されている中での代表例として東京都の景観条例について解説する。特に、東京都では広告物の制限については文化財庭園等景観形成特別地区と水辺景観形成特別地区で規制されているため、この2地区について解説する。

### 4.3 自治体へのインタビュー

本節では、屋外広告物条例や景観計画の実際の運用や例外的なものへの判断等について、いくつかの特徴的な自治体へのインタビュー調査の結果を報告する。具体的には、デジタルサイネージを積極的に活用しようとする一方で、実際に屋外広告物としての設置数はまだ少なく、また景観計画の策定中である等景観や屋外広告物について取り組みが始まったばかりの自治体の例として沖縄県南城市。大規模な商業地域がある一方で、歴史的で著名な

景観も有する自治体の例として熊本県熊本市。歴史的な景観が多く、そのことが自治体の特徴として重要な役割を担っているため屋外広告物について厳しく制限される自治体の例として京都府京都市。大規模な繁華街を抱える自治体であり、首都であることから日本の代表例となる自治体の例として東京都。自治体間での屋外広告物およびデジタルサイネージに対する施策に関してどの様に自治体間で連携という観点から屋外広告適正化十都県市協議会（オクコ）の事務局を担当している相模原市。実際に市の事業としてデジタルサイネージを諸手続きや調整を経て設置し、第三セクターを管理主体として運営している静岡市へのインタビュー結果を報告する。

## 第5章 提言

第3章および第4章での調査結果をふまえ、今後デジタルサイネージ関連市場の発展のために行政をはじめ、いくつかのステークホルダーに対する提言をまとめる。屋外広告物条例については、手続きの一元化や共通ルールの策定など、事業者のデジタルサイネージ設置に関する手続きの把握の煩雑さを軽減し、規制の適用除外に関する規制緩和してデジタルサイネージの設置をしやすくするための提言をまとめる。この中で、公共性の高い広告物について、広告と公共性の高い情報について両者をうまく調和させていくこと、一方を他方に取り込んでいくことで、事業者にとっても、自治体等にとっても、ともに利益となるものにすることができることから、自治体への規制緩和の提言は勿論事業者についてもその適正な割合や調和の方法等の開発や自主規制ルールの策定等を求める。著作権については、現在発展途上にあるデジタルサイネージ市場をふまえた適正な著作物使用料の料金体系の整備など、実務的な提言を行う。

## 第6章 まとめ

デジタルサイネージでは、デジタル化とネットワーク化により、動画、音声、双方向性等、従来型の広告に無かった多種多様の形態が可能となっているため、従来は問題とならなかった法規制（例えば著作権法上の公衆送信権、放送関係法令）が新たに適用される可能性も生じている。また、従来から適用されている法規制（例えば屋外広告条例、景観条例、道路交通法）について、そのままで問題がないのか、という検証も必要となっている。

以上の認識の下、デジタルサイネージという観点から、これを取り巻く法的環境はどうなっているのかを検証し、設置に必要な行政手続において規制の運用の実情はどうなっているのか（デジタルサイネージ固有の問題が生じているのか）、今後のデジタルサイネージの発展のため、法的環境に関してどのような課題があるのか、どのような方向性を目指す

べきなのか、こういった点を検討したのが本調査研究であり、本報告書がこれを取りまとめたものである。

#### 付録

法令調査およびインタビュー調査を行った各自治体の屋外広告物および景観計画に関する条例、リーフレット等デジタルサイネージの設置に関する諸手順がまとめられた資料を添付する。



この事業は、競輪の補助金を受けて実施したものです。

<http://ringring-keirin.jp>