

広告取扱事業者へのヒアリング（25.8.23 10:00~12:00）

1. 広告事業等のビジネス環境の現状について

①大阪の状況など

- ・東京や名古屋等と比べて、大阪は規制等が厳しい（特に大阪市内）
- ・広告やイベント等の申請は、基本的に認められないという前提で協議
- ・看板が名物となっているまちは、大阪のみといえ、強みである（道頓堀や通天閣など）

②東京など他都市と比較しての課題

- ・警察の許可（道路使用許可、広告表現、工事仮囲の利用等）を得ることが大変困難、屋外広告の基準（意匠など）があいまいで抽象的
⇒同内容でも所轄により対応が異なる、不許可理由とした根拠が不明確 など
- ・イベント時の仮設の構造物の取扱い
⇒一般の建築物と同様の取扱いとされ、申請手続きに時間がかかる（高コスト） など
- ・道路だけでなく、河川も同様に規制が多い

2. 意見・要望等について

①屋外広告等に関する規制を緩和した「広告特区」等の設定

- ・エリアとテーマを定め、地域の特徴を活かした環境の整備。BID を活用した実施体制
- ・景観などの個別法での規制を緩和
- ・規制がかからない看板・スペース等を行政が提供

②ネーミングライツ（広告禁止物件の緩和）

- ・名前の掲出だけでなく、店舗等への誘導指示やイベント利用可能とするなど、付加価値を高めるための規制緩和

③海外の先進事例の取入れ

- ・ドイツ（鉄道の橋脚部分に子ども向けのブロックで組んだようなデザイン）、フランス（エッフェル塔へのプロジェクション・マッピング）など海外先進事例を参考とした取組みと、そのための規制緩和

④広告基準の明確化、第3者審査による客観性の確保など

- ・必要最小限となる広告基準設定と、第3者機関による客観的かつ迅速な審査体制の設置
- ・屋外広告業の未登録業者への取締り・罰則の強化

⑤行政での入札やプロポーザル手続きの簡素化

- ・プロポーザル時の添付書類の簡素化など

[参考]規定法令

国：屋外広告物法（国交省所管）

地方：国の技術的助言（屋外広告物条例ガイドライン(案)）に基づき、各自治体で条例を制定