

## 補遺 デジタルサイネージ設置の指針

銀座街づくり会議では、2015年4月、増加するデジタルサイネージについて、下記のようなルールを発表しました。

**「銀座の街並みに対し、ヒューマンスケールを超える大きさの動画を表示することはやめてください。特に、交差点から見える風景として、動画を掲出することは避けてください。」**

しかし、それにもかかわらず、デジタルサイネージによる表現を強く求める声が続きます。この技術は急速に進歩していて、そのひろがりの可能性に期待する声が高いことは否定しようもありません。しかし、銀座は、成熟した街の表情を優れた建築デザインとショーウィンドウで維持発展させていくという基本的な姿勢をもっているため、この姿勢が全く違う表現方法によって根本から覆されてしまうことに大きな危惧を持っています。

そこで、上記の考え方に加えて、下記のような指針を定めました。以上の趣旨をご理解の上、デジタルサイネージの利用についての、各位のご協力をお願いする次第です。

### 指針1 建物による街並みを、美しく見せるための新しい表現手段として成熟させてください。

銀座は、次々と変化する広告デザイン(特に動画のように瞬間的に変化する表現)によってではなく、建物のファサードデザインによって美しい街並みを表現することをめざしています。

また、銀座は「銀ブラ」を育ててきた、ショーウィンドウ文化を大切に、良いショーウィンドウを育て、それをアーティスト的な表現にまで高めるために努力してきました。それが銀座文化の一部となり、街の水準を高めてきたと自負しています。デジタルサイネージによる表現もまた、これらのデザインと一体となって街の品位と文化性を高めるものになることを期待しています。

### 指針2 コマーシャルベース、商品広告ではなく、抽象度の高いイメージの表現にしてください。

前述のように、銀座ではデジタルサイネージ動画の使用を好ましいとは考えていません。やむなく使用するなら、コマーシャルベースの商品広告ではなく、抽象度の高いイメージ表現としてください。

人物写真は等身大以下のものとし、商品写真の大写し、価格表記、価格訴求の告知、商品説明等、説明的で押し付けがましい文字表現はやめてください。商品を紹介する場合は、可能な限り「銀座にしか置いていない品物」を選定してください。当該商業施設で提供しない商品、サービス等を掲出することは避けてください。TVCMや雑誌、新聞等の広告流用はもっとも避けていただきたい表現です。

風格のある街並みの風景の一部となるよう表現内容・表現方法を工夫し、企業イメージをあげながら銀座のイメージを上げる工夫をしてください。季節感、消費シーン提案を補う小さく、美しく、見やすいデジタルサイネージによって、銀座の街並みの美観を保ち向上させましょう。デジタルサイネージの乱立により街並みを乗っ取られた、家電量販店のテレビ売り場のような街でなく、うまく使いこなし美しい街として発展してまいりましょう。

### 指針3 動画の動きはできるかぎり遅くし、成熟した街の落ち着いた雰囲気をも損ねないように配慮してください。

静止画がゆっくりと切り替わる程度の印象を与えることが限度だと望んでいます。

**指針4 交差点の近くに設置する場合は、安全上の問題が大きいと考えられるので、警察の同意を得てください。**

**指針5 表現のコンテンツについて、逐一ご協議をお願いします。**

以上のような配慮を加えても、デジタルサイネージによる表現のコンテンツ如何によって、大きく街の表情が変わる可能性があります。従って、このコンテンツの表現を決める責任者を明らかにした上で、コンテンツの変化に応じて、当協議会と逐一協議することをお願いします。当協議会も、この技術の将来性に配慮し、この表現方法について学びながら、よい事例を積み重ねるかたちで、皆様のご要望に対処していきたいと考えます。