

銀座におけるデジタルサイネージの考え方

銀座における音声のルール（付・香り、通りに向けてのパフォーマンス他について）

銀座には、さまざまな広告があふれています。技術の進歩により、広告の手法も多様となっています。商業の街・銀座では、時代の先端をゆく表現や新しい試みを不断に追求しながらも、落ち着いた街並みとの調和、連続性に配慮し、街歩きやショッピングを楽しむ来街者に、銀座らしい街並み環境を提供することを目標に、街づくりに力を尽くしています。特に銀座には、通りを中心とした商業エリアが形成されているため、パブリックスペースである通り空間のクオリティがもっとも大切であり、銀座というブランドにそぐわない広告や宣伝は改めていただくよう、これまでも事業者様にご協力いただいていたところですが、個々の商売はもちろん大切ですが、パブリックスペースの質を優先させてきたからこそ、銀座全体のブランド性は保たれてきたのです。

銀座は、洗練された、落ち着いた街並みを形成し、維持するため、公共空間に面する建築物の表層デザインにこだわって協議を進めています。従って、まず、広告物が建築物の表層デザインの努力を損なうことがないようにお願いしています。

銀座では、新しく広告物を出す場合、広告の内容が「銀座らしさを損なうものでないかどうか」「銀座をより銀座らしく活性化するものであるかどうか」等について、全銀座会組織である銀座デザイン協議会との協議をお願いしています。銀座デザイン協議会は、可能な限り全体に対する一括した規制ではなく一件一件の個別協議によって上記の目的を達成するよう努めています。

銀座デザイン協議の考え方については、「銀座デザインルール」という冊子にまとめておりますが、それに加えて、2013年1月に、

●銀座では、ヴィジョンに伴う音声をやめていただきたいこと

●音声のみの場合には、音質、特に音量には注意をはらっていただきたいこと

の2点を、「銀座における音声ルール」として発表いたしました。

引き続きまして、昨今、技術の進歩とともに設置要望が増加している「デジタルサイネージによる動画表現」につきまして、下記のような考え方にに基づき、方針を定めました。なにとぞご理解、ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

※ここでのデジタルサイネージとは、デジタル技術を活用して、液晶ディスプレイやプロジェクタ、プラズマディスプレイ、LEDディスプレイなどカラーの映像表示が可能な装置をさします。ただし、技術革新による変化については、適宜対応するものとします。

2015.04

全銀座会
銀座街づくり会議
銀座デザイン協議会

デジタルサイネージによる動画表現に対する考え方とお願い

近年デジタル技術が発達し、従来の広告看板にかわってデジタルサイネージを活用したり、建物や店舗のファサードを動画で飾る傾向があります。ニューヨークのタイムズスクエアには巨大な面積のデジタルスクリーンも登場したようですが、このツールが街並みの景観に対して与える影響は小さくありません。動画の送り出す大量の情報は、街ににぎわいを提供するというよりも、ノイズを増やす場合が多いと認識しています。またこの傾向は世界中で進行しているため、どの通りも同じような景観となり、街そのものの個性が衰退するとも考えられます。

世界的な傾向に乗って設備をつけたものの、コンテンツとして流す映像を作り続けることができず、結果的にコンテンツそのものの質が落ちてしまった、という事例もあります。

さらに、LEDを用いた動画画面で建物ファサードを構成するものも出てきましたが、この傾向が強まることを銀座は歓迎していません。動画に覆われた建物が建ち並べば、街並みの風景は量販店のテレビ売り場さながらの雑然としたものとなってしまいます。

銀座は、お客様が楽しく快適に街を歩いていただけることを大切にしています。銀座の街並みのよさは、ヒューマンスケールであることです。ヒューマンスケールを超える巨大なものは、街並みにとってふさわしくありません。

また、銀座では通りに面するファサードを構成する要素として、ショーウィンドウを大切にす文化があり、特に銀座通りに面したお店では、ショーウィンドウを眺めながら街を歩く銀ブラが銀座の街歩きの方法として定着しています。それぞれのお店がもつ一店一店の個性を大切にいただき、どこにもないショーウィンドウ文化を展開し育ててゆくことが、それ自体で美しい建築の増加とあいまって、銀座らしい街並み景観の形成につながると考えています。

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（屋外設備のほかに、室内から外に向けての映写も含む）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。

銀座では、街並みに対するノイズとなりがちな情報はなるべく避け、落ち着いた街並みを表現していきたいと考えています。銀座のイメージやブランド価値は、建物そのもののファサードデザインによって表現していただきたいと考えています。

2階以上に設置されるデジタルサイネージは遠方からの見えを意識して設置されることが予想されることから、サイズが大きくなる傾向にあり、避けていただきたい方法の一つです。1階に設置される場合でも、歩行者に影響が大きいため、大きさ、動き、速さ、光の強さ、輝度に特に注意をはらってください。

また、交差点は交通の要所であり、ヴィジョンに使われるさまざまな色や点滅が信号とまぎれる可能性もあるという理由からも、交差点において、ヒューマンスケールを超える大きさのデジタルサイネージを設置することおよび動画を流すことは避けていただきたいと考えています。ことに、**晴海通りと交差する銀座通り、西銀座通り、昭和通りの各交差点**は、銀座の街の顔となり、銀座らしさが色濃く表出する場所ですので、動画表現はやめていただきたいと考えています。

ただし、イベント目的、ショーウィンドウ内部等、一時的なものについては、個別協議のうえ認める場合もあるものとします。

動画そのものが、建物ファサードまたは店舗ファサードの圧倒的な印象を構成するようなデザインは好ましくありません。

銀座の街並みは、建物そのもののデザインで表現していただくことが望ましいと考えています。東京都屋外広告物条例の範囲内であっても、動画そのものが建物ファサードまたは店舗ファサードとなるようなデザインは好ましくありません。

ファサードを光の点滅・動きを用いて表現する場合にも、動きの少ないもの、輝度の低いもの、スピードがきわめて遅いもの、単色による抽象表現などにしてください。

デジタルサイネージを取り付けるにあたっては、新規コンテンツのたびごとに必ず、コンテンツについての事前協議をお願いいたします。

コンテンツ制作にあたりましては、**新規コンテンツのたびごとに必ず**、銀座デザイン協議会との協議をお願いします。銀座にふさわしくないと考えられる内容につきましては、変更をお願いする場合があります。

銀座にふさわしくない、好ましくないと考えられる内容として、

- ・動きが激しいもの、点滅が早いもの。
- ・映像の輝度が高く、明るすぎるもの。
- ・テレビコマーシャルのような、他媒体と同じ表現のもの
- ・商品やサービスの内容、価格などの具体的表現。
- ・広告スポンサーを多数入れ、さまざまな情報を流すこと等があります。

また、映像の制作スケジュールにおいては、協議期間を加味していただきますようお願いします。

Q & A

■静止画ならばよいですか？

中央区市街地開発事業指導要綱に定められた工作物として取り付けられたデジタルサイネージによって流す映像は、静止画であっても、コンテンツの事前確認はさせていただきます。

■ショーウィンドウ内や敷地内プラザ等における一時的な表現としてのデジタルサイネージ活用、または館内案内等はどうでしょうか？

ショーウィンドウ内や敷地内プラザ等での一時的な使用、入口付近におく館内案内等については、個別の協議とさせていただきます。

■「ヒューマンスケール」とはどのくらいの大きさですか？

高さでいえばアイレベル、幅でいえば両手を広げたくらい、をひとつの目安とします。

たとえば、遠くから見える２階以上の位置に設置されるデジタルサイネージは、ヒューマンスケールを超えていると判断します。

銀座における音声のルール（付・香り、通りに向けてのパフォーマンス他について）

銀座では、ヴィジョンに伴う音声をやめていただくようお願いします。

音声は、歩行者の耳に嫌でも入ってきてこれを避けることができません。複数の音声は雑音になるだけでなく、相互に騒音のレベルを高めることになりかねません。

特にヴィジョン広告の場合、内容がテレビコマーシャルに準ずるものや、ナレーションによってメッセージを伝えるものであることが多いため、視覚的な要素も加わり表現が刺激的になり、不愉快だと感じやすく、お客様からのクレームも多くなっています。特に、高い位置のものは音量が大きくなりがちで、影響範囲が広がります。

銀座は、落ち着いた街歩きを楽しんでいただきたいと考えておりますので、以上の理由により、ヴィジョンに伴う音声はやめていただくようお願いします。

音声のみの場合には、音質、特に音量には注意をはらってください。

音声だけを流す場合も、通りをゆくお客様に不快感を与えないよう、細心の注意をはらい、目安として、通りの反対側まで聞こえるような音量、近隣より苦情が出るような音量は、控えてください。また、内容として呼び込み型・解説型の、メッセージ性の強い、押し付けがましい音声を流すこともやめていただくようお願いします。

Q & A

■既存のヴィジョンについては、どうしたらよいですか？

銀座デザイン協議会の方針をご理解のうえ、音声はやめる方向でご検討いただきたく、お願い申し上げます。また、内容について銀座デザイン協議会とご協議いただきたく、お願いいたします。

■なぜ、「ヴィジョンに伴う音声」だけなのですか？

上記の方針の説明でも明らかなように、ヴィジョン広告の場合、内容がテレビコマーシャルに準ずるものやナレーションによってメッセージを伝えるものであることが多いため、音量が過大になり、視覚的な要素も加わることで、表現が刺激的になり、来街者の方が不愉快だと感じやすくなりがちだからです。

■音声だけならよいのでしょうか？

大音量の音声を流すこと、呼び込みなどもやめていただくようお願いします。また、建物内から通りに向かってのパフォーマンスについても、音量に注意をはらってください。（ただし、パフォーマンスを行う場合、歩行者・車両・自転車の安全確保を含め、音声のみならず、視覚的にも安全の障害になるものは避け、同時に通りの自主整備、安全確保も併せてお願いします。）

銀座は静かに街歩きを楽しみたい人が多い街だと考えていますが、街の賑わいには音も一役買っているという一面を否定することはできません。従って、全面的に音声広告を止めるのではなく、周辺の音源にも配慮して、節度のある、快適な音環境を用意していただければと考えています。

■注意すべきなのは、音声だけでしょうか？

もちろん、音だけでなく、従来の視覚表現に加え、光、香り等々、五感に訴えるすべての広告表現において、来街者にご迷惑とならない、快適な街並み環境を提供するよう努力をお願いいたします。特に香りは好き嫌いの個人差が大きく、価値観も異なります。商品の香りがしみ出すことは避けられませんが、意図的に強い香りを通りに流すことは控えていただくようお願いします。

■音声は、防災面で役立つこともあるのでは？

銀座通りには防災無線が設置されております。

有事には、防災無線を利用いたしますので、問題ないものと考えています。

問合せ・連絡先

104-0061 東京都中央区銀座4丁目6-1 銀座三和ビル3F

Tel 03.3567.1535 / Fax 03.3563.0236 / E-mail info@ginza-machidukuri.jp

銀座街づくり会議・銀座デザイン協議会 事務局（担当：竹沢・黒田）