

銀座街づくり会議

http://www.ginza-machidukuri.jp

〒104-0061 中央区 銀座4-6-1 銀座三和ビル3F

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

\*メール配信をご希望の方はお知らせください\*このNewsLetterは、全銀座会会員、銀座街づくり会議関係者の方々にお送りしています\*本誌の内容を、許可なく無断で複写・複製および転用・転載することを禁じます\*

銀座のデジタルサイネージの考えが、東京新聞で紹介されました！  
2015/06/26 東京新聞（朝刊）

大人の街に似合わない？



頭上から巨大な映像が語りかける。未来の街として、SF映画で描かれたような「デジタルサイネージ」（電子看板）が繁華街に増えている。これは都市の華やかさを増す新たな装飾か、それとも景観の破壊物か。日本の商業の中心地・銀座での議論から考えた。

デパートやファッションビルが林立する銀座中央通りを歩く。宝飾店の入るビルは二階から三階までの壁面をディスプレイが覆い、有名タレントのほほ笑むCMが流れる。一階の入り口近くにも小型ディスプレイがあり、まばゆい光に照らされた凝った演出が通行人の視線を誘う。少し離れた別のビルでは屋上の映像装置が赤、青、白と刻々と色を変えながら、時報や企業のロゴを映し出す。

未来都市で高層ビルに設置された巨大テレビからディスプレイが「弾力わかもと」を口にして笑顔を露にする。一九八〇年代のハリウッド映画「プラトーン」の有名シーンが現実化したものだ。銀座では二〇一一年ごろから増えてきた。導入が先行した渋谷では、駅

前のスクランブル交差点の大型ディスプレイが、街を特徴づける風景として外国人にも人気の名所となった。それが、銀座では複雑な感情で受け止められている。

地元町会や商店会、業界団体でつくる「全銀座会」の担当者は「銀座はショーウィンドウを眺めながら『銀座』を楽しむ文化がある。過剰な情報は好ましくない」。まばゆい光を放った刺激的な動画は大人のシヨツトという思いがある。

景観を守る武器としては、地元の中央区が条例で定めたいわゆる「銀座ルール」がある。乱開発による景観破壊を防ぐため、建物の高さを最高五十六メートルとし、外観のデザインについて事前に地元と協議するよう求めた。協議の窓口になっている

「銀座街づくり会議」の竹沢えり子事務局長も言う。「デジタルサイネージが増えれば、街全体がテレビ売り場のようになってしまう恐れがある」

全銀座会は四月、考え方をまとめた。人の目の高さより上で両手を上げた幅を超えるような巨大な動画。たくさん人が立ち止まる交差点から見える動画。建物ファサード（正面）のデザインを構成するような動画。これらを「銀座に似合わない例」に挙げた。設置前の事前協議で変更を求める対象にした。

議論が進むなか、銀座四丁目交差点に立つ「三愛タリウムセンター」は昨年五月、大型ディスプレイを撤去した。画面の大きさの前に、大量の街頭CMが問題視されていた。全銀座会は一三年一月から、音声広告をやめるよう設置業者に求めていた。有楽町マリオンもCMの音量を絞った。

デジタルサイネージについても同様に理解を広げていきたいと考えた。それは、目立つ広告を否定することではない。「エポック」「王力」と呼ばれた若者が銀座を楽しんだ昭和初期から、鮮やかなネオンサインは銀座のシンボルであり続けてきた。銀座街づくり会議のアドバイザーを務める慶応大の小林博人教授も「銀座は広告の文化を発展させてきた街であることを忘れてはいけない」と指摘する。

デジタルサイネージに銀座関係者が警戒するのは、あまりに急速な流行が世界的に進行しているため、街の風景が画一化されてしまうことだ。とはいえ、広告のデジタル化は避けられない。新技術とどう付き合えば街の個性を守っていくのか。銀座の議論は、未来の「広告都市」のあり方を見据えている。

①銀座四丁目交差点の名物風景だった大型ディスプレイ（2013年3月撮影）  
②地元元の申し入れを受け、今は静かになった