

「広告宣伝車に対する屋外広告物規制の考え方（案）」の意見募集の結果について（案）

資料 1 - 1

「広告宣伝車に対する屋外広告物規制の考え方（案）」に対する御意見について、東京都広告物審議会の考え方を以下のとおり取りまとめました。

意見募集の概要

- (1) 実施期間 令和5年11月6日（月曜日）から同年12月5日（火曜日）まで
- (2) 意見総数 102件（56名、うち個人49名、法人7名）

※ 凡例 東京都屋外広告物条例…都条例 東京都屋外広告物条例施行規則…都規則

主な意見要旨と審議会の考え方

番号	分類	意見要旨	審議会の考え方
1	全般	規制案だけでは広告の種類に対する制限や、騒音が評価されておらず、また輸送貨物がない場合でも広告車両としての運行が可能なることから、環境対策として不足がある。規制案よりも詳細でより厳しい内容の規制を求める。	<p>本審議会としては、広告宣伝車の車体利用広告に対する現行の都条例の規制について、都内を走行する都外ナンバーの広告宣伝車にも適用されるよう、規定を改正するべきであると考えています。</p> <p>まずは、これまで都条例の規制の適用対象外であった都外ナンバーの広告宣伝車に対し、現行の都条例に基づく規制をしっかりと行っていくことが重要であると考えます。</p> <p>なお、屋外広告物法や屋外広告物条例は、有体物や光の投影による表示を規制対象としており、音は規制の対象外となっています。</p> <p>また、屋外広告物法に基づく屋外広告物の規制は、その目的を良好な景観の形成若しくは風致の維持と公衆に対する危害の防止に限定しているため、法に基づき自治体が定める屋外広告物条例による規制もこれらの目的に限られ、広告物の表示内容に立ち入って規制をすることはできないとされています。</p> <p>詳細は「音」と「表示内容」の分類の「考え方」欄をご覧ください。</p>
2	全般	ホストクラブやキャバクラのみを規制対象とする場合、表現の自由への内容規制として問題になる可能性がある。そこで、広告街宣車という手段自体を一律に禁止することも1つの手段としてあり得ると考える。当然都も法律家に意見を求めることとなると思うので、詳しくは専門家の意見を認めてもらえればと思う。	
3	全般	ほとんどが都の規制の及ばない都外ナンバー車となっているということなので、都外ナンバー車へ規制を適用する改正には賛成である。また、公共の道路なのに、営利目的の広告宣伝車が走り、交通を妨げているというのは問題がある。	
4	全般	広告宣伝車は悪ではないが、都条例・都規則の影響化のもと行われるべきである。	
5	全般	渋谷付近で広告宣伝車がとても多く、ほとんどがホストクラブや風俗系の求人の広告だ。中で人がライブのようなことをしているものもある。景観が悪い上に、騒音もひどく、待ち時間のアイドルや運行に伴う環境への懸念がある。今回規制が検討されていることを歓迎したい。	
6	全般	本件の考え方に賛成だ。不特定多数が閲覧する可能性がある屋外広告、かつ移動できてしまうという特異性を持っている宣伝車の制限を行うことは、青少年を守ることや景観を守るために非常に重要であると感じている。	
7	全般	企業広告は問題があれば内外からの指摘を受けて、企業が訂正したりすることもあるが、宣伝車は責任者が分かりずらく移動をしているという特徴から問題がある場合にも改善されづらい。	
8	全般	今回の改正については、「広告宣伝車の車体利用広告に対する現行の都条例の規制について、都内を走行する都外ナンバーの広告宣伝車にも適用されるよう」にすることを企図するものであるとされており、今回の改正により本条例及び本規則の適用対象となる広告宣伝車は相当数に上がることが予想される。 しかしながら、本条例及び本規則につきましても、その適用対象が大幅に拡大されることにより、数多くの広告宣伝車を事業とする事業者が、表現の自由や営業の自由を制約される結果となる。 そのため、係る問題を残したまま、本条例及び本規則の適用対象を拡大する今般の改正に強く反対する。	
9	景観	景観を損ねるし、どんどん市街地まで進んでいったらどうするのか。規制又は、廃止を希望する。	
10	景観	時間帯によって走ってはいけない道路を指定する。そういうマップを作り、データで配布し、広告宣伝車を運転する人にはそれを把握してもらいながら仕事してもらおう。そういう宣伝車に搭載するカーナビにはそれが表示される専用のものにする。	
			走行地域の制限について、ご意見として伺います。

番号	分類	意見要旨	審議会の考え方
11	交通	広告宣伝車は駐車場に停車することなく、路上駐車をして休憩をしているが、路上駐車が駐車違反にならないのが不思議でならない。道路に大型トラックが何台も止まって迷惑をしている。広告宣伝車の路上駐車の取り締まりを強化、また休憩をしなければならないほどの長時間の走行を規制して頂きたい。	<p>交通上の問題について、ご意見として伺います。</p> <p>なお、都では、条例の目的として、公衆に対する危害の防止を掲げており、交通安全確保のため、車体利用広告について必要な規制が定められています（都規則別表第3六（一）参照）。</p> <p>また、いただいたご意見については、警視庁とも共有します。</p>
12	交通	交通事故の要因の一つと考えられる。	
13	交通	巨大なトラックを利用した広告宣伝車は交通の邪魔になっている。	
14	交通	新宿区で道路が大渋滞していることが多々あり、原因は広告宣伝車が違法駐車をしているせいであった。一度、広告宣伝車のドライバーに注意したが、放置車両ではないと言われた。	
15	交通	広告宣伝車を屋外広告物規制をするのは当然だが、広告宣伝車はあまりに進むのが遅すぎる。交通事故ばかりではなく、交通の環境に影響を与える。大気汚染や環境を悪くばかりなので、屋外広告物を規制するのはいいが、交通ルールを遵守していただき、厳しく取り締まりして欲しい。	
16	交通	広告街直車一般に共通する問題として、騒音や渋滞、さらには車体が大きい故の事故の可能性の増加が考えられる。	
17	交通	広告宣伝車は繁華街を低速で運行し、また運行時間まで路肩で長時間停車していることが常態化している。そのことにより繁華街では交通渋滞が頻発している。警察署などとも連携して、広告宣伝車の適正な速度での運行や騒音についても取り締まりなどを検討していただきたい。	
18	規格	街の美観を損ねるので大型トレーラーによる巨大広告を禁止して欲しい。広告のサイズを最大でもワンボックスカーのサイドボディ程度に規制する。	<p>広告の表示面積の制限について、ご意見として伺います。</p>
19	規格	車のサイズを限定する。小さいサイズの車なら騒音を抑えられそうだ。	
20	規格	規制が「派手な色遣いや過度な発光を伴って・・・」では曖昧過ぎる。	<p>「広告宣伝車に対する屋外広告物規制の考え方（案）」の「派手な色遣いや過度な発光」とは、広告宣伝車の問題点について記載したものです。</p> <p>なお、東京屋外広告協会のデザイン自主審査基準については、今後、審査の結果に対する予測性を上げることが重要と考えられるため、都と同協会とで協議をしていただきたいと思います。</p>
21	規格	LEDなどを光源とする映像等を使用した広告を禁止して欲しい。光らない平面広告も一切ライトアップしてはいけない。	<p>発光やLEDビジョンを搭載した広告宣伝車の問題について、ご意見として伺います。</p> <p>なお、都では、条例の目的として、公衆に対する危害の防止を掲げており、交通安全確保のため、以下の広告物等について電車又は自動車（広告宣伝車を含む。）の外側への表示又は設置が禁止されています（都規則別表第3六（一）参照）。</p> <p>1 電光表示装置等により映像を映し出すものなど、運転者の注意力を著しく低下させるおそれのある広告物 2 運転者をげん感させるおそれのある発光し、蛍光素材を用い、又は反射効果を有する広告物 3 車体の窓又はドア等のガラス部分に表示する広告物</p> <p>LEDビジョンについては、上記1の「電光表示装置等により映像を映し出すもの」に該当します。</p> <p>また、内照式の広告等についても、げん感させるおそれのある発光などについては上記2により禁止されています。</p>
22	規格	過度な発光は、運転の妨げになるほか、視覚障害のある人にとっては、眩しさを感じて、歩行の妨げになる可能性があり、一定の規制は必要と考える。	
23	規格	広告宣伝車だが、日没時刻から日の出時刻までの運行を禁じて欲しい。自動車を運転中、広告宣伝車に追走することがあるが、広告の光で眩惑され走りにくく感じる。広告宣伝車自体を禁じるのが難しいのであれば、せめて夜間に都内を走行することを禁じて欲しい。	
24	規格	ネオンなどが眩しくて運転の支障になる。	
25	規格	広告宣伝車は、大型の車両で発光が激しく圧迫感があり、たいへん危険だと感じる。	
26	規格	強烈な電飾に対して単純に不快感を感じる。	
27	規格	車体の窓又はドア等のガラス部分に表示する広告物を禁止する理由を知りたい。運転者の視認性を確保する目的であれば、運転席周り以外の窓等を禁止する必要は無いのではないか。また、都外の自治体で、窓等への広告物を禁止していない場合に、都内の走行を禁止するのは厳しすぎないか。	
			<p>都では、条例の目的として、公衆に対する危害の防止を掲げており、交通安全確保のため、車体の窓又はドア等のガラス部分に表示する広告物は禁止されています（都規則別表第3六（一）参照）。</p>

番号	分類	意見要旨	審議会の考え方
28	規格	<p>今後、LEDを使用したアドトラックの事業を開始する予定である。</p> <p>アドトラック全体に規制がかかるようだが、内照型がOKで何故LEDがNGになる可能性があるのかが矛盾があるように思っている。もし運転者の注意力を低下させる危険性が光源の明るさにあるのであれば基準の数値制限規制をすれば問題ないと感じている。違法な広告を排除するためには、アドトラックが走行許可を取る場合は広告を登録制（許可制）にして、LEDトラックの場合は明るさの制限規制をすることで公平さが保たれるのではないかと考えている。デジタルサイネージに関しては日本はかなりの遅れをとっているため、規制により更に遅れることも心配をしている。</p>	<p>都では、以下の広告物等について電車又は自動車（広告宣伝車を含む。）の外側への表示又は設置が禁止されています（都規則別表第3六（一）参照）。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 電光表示装置等により映像を映し出すものなど、運転者の注意力を著しく低下させるおそれのある広告物 2 運転者をげん感させるおそれのある発光し、蛍光素材を用い、又は反射効果を有する広告物 3 車体の窓又はドア等のガラス部分に表示する広告物 <p>LEDビジョンについては、上記1の「電光表示装置等により映像を映し出すもの」に該当します。</p> <p>また、内照式の広告等についても、げん感させるおそれのある発光などについては上記2により禁止されています。</p> <p>本規定は、条例の目的として掲げる公衆に対する危害防止の観点から、交通安全の確保という趣旨で設けられたものになりますので、ご理解を賜りたいと思います。</p> <p>なお、上記規定は、LEDビジョンを搭載した広告宣伝車が、道路以外の場所（イベント会場等）において停まった状態で、置き型の大型ビジョンと同様の使用をする場合について禁止するものではありません。</p>
29	規格	<p>当社では、今後、LEDビジョンのアドトラック事業を進める方向である。</p> <p>広告宣伝車の活用には、一般企業、又は行政からのメッセージ配信をしたいと考え走行を考えている企業がいる。もう一方では、【ホスト情報広告車】や【風俗雑誌の広告車】など一般的な人へのメッセージとは異なる広告宣伝車がある。</p> <p>この両者が一緒と捉えられてしまうこと、そして、音響の迷惑や他走行車のドライバーへの迷惑（光などの問題）だと捉えられている事を大変遺憾に感じている。当社は、既に警察や国土交通省定められているルールを適正厳守します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・走行中は静止画のみ ・音については走行許可を取得時に音のヘルツについて確認。迷惑な音や音量であれば音を出さないなど ・搭載デザイン（こちら各管轄で定められるルールに従いデザイン検査に対応します）など <p>今回のような東京都からの意見発信は大きな影響を受ける。広告車両は決してLEDを搭載したものだけではない。今ではタクシーの外部側面への広告ラッピングの誘致も始まっていたり、トラックの内部に電光を搭載してラッピング、光を入れた宣伝車もあつたりする。具体的なエビデンスの開示も無い中で、LEDビジョンカーだけが対象であると受け止められるような東京都の発信は、納得がいかない。そして、事業の影響にもなりかねない為、この補填はどのようにお考えか。</p> <p>今後は国際的なイベントのPR、そして多くの海外からのお客様への日本でのルール（昨今問題になっている野外喫煙についてなど）を多言語化してビジョントラックに搭載して流すなど、行政との取組も前向きに考えている。音や光の問題以上に、どのようなコンテンツ、デザインを流すか、これをしっかり取り締まるべきではないか。</p> <p>世界から人が集まる日本、そして日本の中心である東京で、そこにLEDビジョン広告宣伝車が走らないなんて、先進国としてとても悲しい事だ。現在でもアジアの中で日本は未だ紙ポスターばかりの街、デジタル化が遅れた国といわれている。海外に足を運ばれたことのある方なら、その意味は十分にご理解して頂けると思う。日本にきた海外のお客様に、ホストや風俗など景観自体に悪いイメージとなる情報を流した宣伝広告車を見て頂きたくない。そして、そのような市場へ誘致される若い方が増えないように、そういった車を取り締まるべきだ。</p> <p>全うにビジョントラック事業を進めている企業にも目を向け、意見を聞いて下さることを願う。</p>	<p>都では、以下の広告物等について電車又は自動車（広告宣伝車を含む。）の外側への表示又は設置が禁止されています（都規則別表第3六（一）参照）。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 電光表示装置等により映像を映し出すものなど、運転者の注意力を著しく低下させるおそれのある広告物 2 運転者をげん感させるおそれのある発光し、蛍光素材を用い、又は反射効果を有する広告物 3 車体の窓又はドア等のガラス部分に表示する広告物 <p>LEDビジョンについては、上記1の「電光表示装置等により映像を映し出すもの」に該当します。</p> <p>また、内照式の広告等についても、げん感させるおそれのある発光などについては上記2により禁止されています。</p> <p>本規定は、条例の目的として掲げる公衆に対する危害防止の観点から、交通安全の確保という趣旨で設けられたものになりますので、ご理解を賜りたいと思います。</p> <p>なお、上記規定は、LEDビジョンを搭載した広告宣伝車が、道路以外の場所（イベント会場等）において停まった状態で、置き型の大型ビジョンと同様の使用をする場合について禁止するものではありません。</p>
30	規格	<p>LEDアドトラックの製造と運行を行っている。</p> <p>今問題になっているホスト問題の車両は、LEDでなく8割以上が内照式の車両であり、LEDトラックの運行は、全国で台数を調べても60台程度であり、都内を走る車両は1日平均10台程度あるかないかの状況下で、運転手の注意力を低下させるので禁止することは、検証された根拠もある訳でもなく、風俗やホストでなく大手企業広告をクライアントとする上で、東京都の運行を禁止するとなると、経営に多大な影響が発生しその損失を東京都が補填して頂けるのか否かの主張をしなければならない。運行中は動画を流さない、明るさも制限し規制内で納める、音量も基本は出さないなど運行には十分注意し、デザインについても各クライアントが審査を受けた内容のみを映像化している。仮にホスト問題などで環境を著しく低下させるトラックを規制するのであれば、一番の問題はデザインの審査であり、東京都で走行する車両はすべて東京都のデザインを厳しく審査する事が一番の対策である。車両が内照式であれ、LEDであれ、デザインの審査をしっかりと対策すれば問題は起きないのではないかと。世界がLEDビジョンを生かした広告発信をしていく中で、世界の東京がLEDを禁止方向に進めるのは、技術的にも後進国になるのではないかと。内照式は、製造コストも安く広告代も安い為に、LEDトラックが禁止となればその車両を改造して内照式に切り替える業者が増えると思うので、結果的に今回の規制の効果はほとんどないと思う。</p> <p>事業としての経済的損失の補填は、LEDトラック製造運行業者への支援がない限り、根本的な問題解決にはならないと思う。ますます内照式車両が増えデザインを無視した車両が増加すると予想される。</p>	<p>都では、以下の広告物等について電車又は自動車（広告宣伝車を含む。）の外側への表示又は設置が禁止されています（都規則別表第3六（一）参照）。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 電光表示装置等により映像を映し出すものなど、運転者の注意力を著しく低下させるおそれのある広告物 2 運転者をげん感させるおそれのある発光し、蛍光素材を用い、又は反射効果を有する広告物 3 車体の窓又はドア等のガラス部分に表示する広告物 <p>LEDビジョンについては、上記1の「電光表示装置等により映像を映し出すもの」に該当します。</p> <p>また、内照式の広告等についても、げん感させるおそれのある発光などについては上記2により禁止されています。</p> <p>本規定は、条例の目的として掲げる公衆に対する危害防止の観点から、交通安全の確保という趣旨で設けられたものになりますので、ご理解を賜りたいと思います。</p> <p>なお、上記規定は、LEDビジョンを搭載した広告宣伝車が、道路以外の場所（イベント会場等）において停まった状態で、置き型の大型ビジョンと同様の使用をする場合について禁止するものではありません。</p>

番号	分類	意見要旨	審議会の考え方
31	規格	<p>車体利用広告においては「電光表示装置等により映像を映し出す」ことが全面的に禁止されているが、「電光表示装置等」の具体的内容については、本条例及び本規則において明示されていない。しかしながら、今回公開された「広告宣伝車に対する広告宣伝車規制の考え方（案）」においては「電光表示装置等により映像を映し出すもの（LEDビジョン等）など」と、「電光表示装置等」にLEDビジョンが含まれるかのように記載されている。</p> <p>係る記載は、「電光表示装置等」にLEDビジョンを含むという東京都の見解を示すものと言え、これによれば、LEDビジョンにおいて映像を映し出す車体広告利用は、本条例及び本規則により一律に禁止されていることになる。</p> <p>LEDビジョンを利用した車体利用広告に係る上記規制の趣旨は、運転者の注意力を著しく低下させるおそれのある広告物等を制限し、もって交通の安全を図ることにあるものと思われる。</p> <p>しかしながら、映像を映し出す広告と運転者の注意力との関係性は不明であり、当該広告により、実際に運転者の注意力が低下するかどうかについては重大な疑義がある。</p> <p>LEDビジョンにより映像を映し出す屋外広告としては、車体利用広告の他にも設置型ディスプレイ広告が存在するが、本条例及び本規則は、これらを禁止していない。そのため、東京都内には、LEDビジョンを利用する設置型ディスプレイ広告が数多く存在し、そこでは様々な映像が昼夜を問わず流れ続けている。</p> <p>車体広告と設置型ディスプレイ広告は、いずれも街中で人目に付きやすいものであって、両者は本質的に何ら異ならないが、上記設置型ディスプレイ広告により運転者の注意が散漫になったり、事故を引き起こしたりして交通の安全が阻害されたという事例は報告されていないはずだ（そうであるからこそ、本条例や本規則がLEDビジョンを利用した設置型ディスプレイ広告や当該広告において動画を映し出すことを禁止していないものと認識している。）。</p> <p>係る事実からすれば、LEDビジョンにおいて映像を映し出す車体広告利用を一律に禁止する本条例及び本規則の定めは、そもそも、その必要性からして不明であるものと言わざるを得ない。</p> <p>仮に、交通の安全の観点から、LEDビジョンにおいて映像を映し出す車体利用広告を規制する必要があるとしても、係る表現を一律に禁止することにつきましては、憲法上、重大な問題がある。</p> <p>LEDビジョンにおいて映像を映し出す車体広告利用が運転手の注意を低下させるものであったとしても、その方法を工夫することにより運転手の注意低下を防止する方法は幾らでも考えられる（例えば、走行中は映像を映し出さないようにすることや、光源の明るさを規制して運転への影響を低下させることなど。）。</p> <p>表現の自由及び営業の自由の観点からすれば、表現形態を一律に禁止する規制は厳に控えるべきであって、代替的な手段を何ら講じることなく、LEDビジョンにおいて映像を映し出す車体広告利用を一律に禁止する本条例及び本規則の規制は、重大な憲法違反を生じさせているものだ。</p> <p>言うまでもなく広告表現は、表現の自由の一形態であり、憲法が保障する「表現の自由」の保護を受けるものであって、これは過去の判例法理においても明確に認められているところだ。そして、LEDビジョンにおいて映像を映し出す車体利用広告は、広告表現の一つであり、同じく、表現の自由の保護を受けるものだ。</p> <p>また、広告表現は、商行為としての性質も有しており、広告表現に係る規制が、特定の分野の事業活動を広く阻害する効果をもたらしているならば、憲法の保障する「営業の自由」への侵害の恐れも生じることとなる。</p> <p>本条例及び本規則における規定は、東京都内におけるLEDビジョンを利用した車体利用広告を事実上断念させるもので、広告宣伝車を事業とする数多くの事業者の営業の自由を侵害するものだ。</p> <p>無論、広告表現や商行為は、公共の福祉の観点から一定の制限に服するものだが、広告表現が表現の自由の一形態であることに鑑みれば、係る行為は原則として自由であり、その規制については必要最小限の合理的なものでなければならないはずだ。</p> <p>しかしながら、LEDビジョンによる映像を利用した車体利用広告を禁止する本条例及び本規則の規定は、その必要性や効果において重大な疑義があり、かつ、目的を達成するためにより制限的でない他の選びうる手段を採用することが十分に可能であるにも関わらず、これを一律に禁止している点においても合理性が認められない。</p> <p>したがって、LEDビジョンによる映像を利用した車体利用広告を禁止する本条例及び本規則の規定は、憲法の保障する表現の自由及び営業の自由を侵害するものに他ならず、違憲と言わざるを得ない。</p> <p>今回の改正が実現してLEDビジョンによる映像を利用した車体利用広告が一律に禁止された場合、死活問題に直面する。世界の先進国では、LEDビジョンを生かしたメディアが多くなる中、世界の東京がLEDビジョンを利用した車体利用広告を全面禁止の方向に進めることは、文化的後進であると共に、大きなビジネスチャンスを喪失することになる。今回の改正については、広告宣伝車を主たる事業としている事業者が多々ある事をご理解頂き、見直して頂きたい。</p>	

番号	分類	意見要旨	審議会の考え方
32	デザイン 審査	<p>今後は規定改正により東京屋外広告協会のデザイン審査を経て、都に屋外広告物許可申請書を提出する流れとなっている。現状のお客様との走行迄のやり取りだと、運行2週間前までにデザイン入稿がされ、1回校正をお出しして直しがあれば再入稿、なければ校了し印刷し施工して運行開始となるが、2週間前でもデザインなどが遅れ入稿がギリギリだったり遅れたりすることもあり、デザインが急遽変更になったりとても厳しい期間設定になっている。それに加えて今回の2箇所へのデザイン審査や屋外広告物申請というのは、その審査期間や申請からの受理期間がどのくらいかによるが、2週間も3週間もかかるようであれば、どこのお客様からもアドトラックという媒体が入稿間に合わないという事から敬遠され、仕事が無くなってしまう。</p>	<p>デザイン自主審査制度について、ご意見として伺います。 なお、都では、過去に色や光の使用がエスカレートした広告宣伝車が問題となったため、デザイン自主審査制度を導入し、広告宣伝車の広告デザインの質の確保を図っております。</p>
33	デザイン 審査	<p>行き過ぎたトラックがあったことは理解しているが、エンタメ系のアドトラックがまだ生き残れる方法はないか。例えば、広告宣伝車を運行する会社が、東京屋外広告協会の正会員になり、アドトラックのデザイン自主規制などを順守するという契約書を交わすか誓約書をお出しするなどして、デザイン審査を免除していただけるのが希望である。もちろん、現地調査をされて行き過ぎたデザインのものが見つかった場合は意見交換をし、認められなければ罰則などを設け、最悪は契約取り消しになるという事を明記しておく。 また、東京都のご担当部門には、東京屋外広告協会と契約を交わしたという事を前提として、屋外広告物取扱い会社としての都の登録を行い、それに付随して、トラック車両単体を車検証や寸法などのサイズなどの資料をお渡しし、東京屋外広告協会と同様の契約書か誓約書をお出しするので、案件の度の許可申請を免除していただくことは出来ないか。</p>	
34	デザイン 審査	<p>「4 規定改正により、都内を走行する都外ナンバーの広告宣伝車に適用される規制の概要」の(1)の「許可申請前に、公益社団法人東京屋外広告協会によるデザイン自主審査を受けることが求められる。」を削除すべきである。理由としては、あくまで重要なのは、他の車両交通の安全性を確保することである。「風致・美観の維持」というのは主観の問題であるため、新たな規制を加えるべきではない。また、都外ナンバー車両に対する規制は原則として、“越権行為”であり、緊急性のある安全対策以外は、慎むべきだからである。</p>	
35	デザイン 審査	<p>ビル壁面、屋上の屋外広告の掲載の際には、家主の広告主業態審査や、ルールに準じて役所とのやり取りの末、決定したビジュアルにて掲載している。その際に役所の担当部署からは、街並みに対してのデザインの親和性や、通行人や付近を走行する車への配慮も求められる。具体的な例としてデザインの中に顔がある場合は顔の大きさ、目線などの指導、また、輝度や文字の視認性、色味などの指示もある。 広告宣伝車に関してそういったデザイン審査などはあるのか。あまりにも風紀を乱すデザインが散見されていると思っている。デザイン、輝度だけではなく大音量の音楽、アナウンスもある。街並みに対する親和性、付近の安全に対する配慮は全くないように感じる。 テレビ、ラジオ、新聞、屋外広告など様々な広告物では、広告物が法令遵守されているか、各媒体社の内規などに違反していないかという審査の前に、媒体社側の業態審査というものがある。その企業、サービス、商品の正当性などをチェックされる。第三者機関による厳しい審査に委ねられるケースもある。広告主の業態によっては違法性やあらゆる世代への影響を考慮して掲載不可、もしくは時間帯や掲出場所を制限されるケースもある。 昨今の広告宣伝車の広告主の業態は、はたして公共の場でのあらゆる世代に対しての配慮があるか。あらゆる世代が通行する街並みで展開される宣伝車は、どの媒体よりも公共性が高い広告物で、より強い配慮が必要な媒体だと思う。また、宣伝車に都外ナンバーが多いのは、東京都では許可が下りなくても他県で許可された車を都内で走らせれば実施可能、といった話を聞いたことがある。他県の宣伝車が都内で走れないルールが規則を遵守させるためにも有効なのではないか。</p>	<p>広告宣伝車のデザインの在り方について、ご意見のとおりと考えます。 なお、都では、過去に色や光の使用がエスカレートした広告宣伝車が問題となったため、デザイン自主審査制度を導入し、広告宣伝車の広告デザインの質の確保を図っております。 今般、都外ナンバーの広告宣伝車について、都内ナンバーの広告宣伝車と同様に都条例を適用させることとした場合、都外ナンバーの広告宣伝車にもデザイン自主審査を受けることが求められます。</p>

番号	分類	意見要旨	審議会の考え方
36	手続	この規制は都内を「低速で周回走行」する広告宣伝車だけではなく、都内を「通過」する広告宣伝車にも適用されるのか。埼玉から都内、例えば首都高を走行して神奈川に向かうような、広告宣伝を目的とせず、都内を「通り抜け」する場合も規制対象か。	都内において広告を表示して広告宣伝車を走行させる場合は、都内を通過する場合も規制対象になると考えます。
37	手続	広告宣伝車の規制と自家用広告の取り扱いはどちらが優先されるのか。自動車への自家用広告物については規制はほばない。しかし、今回の規制を受けて大手企業等は広告宣伝車を自社の車として、自家用広告として主張することも考えられる。もし、不適切な絵柄であっても「これは自家用広告物だから規制対象外だ」と主張した場合は、どのように対処するのか。	都では、自動車の車体に、自動車の所有者又は管理者の氏名、名称、店名また商標を表示するものについては、許可不要とされています（都条例第14条第二号、都規則第13条第二号イ参照）。 また、自動車の車体に、自動車の所有者又は管理者が、自己の事業又は営業の内容を車体に表示する広告物等については、許可を受けて表示することができます。この場合、意匠等作成経過報告書の提出は求められていません（都条例第15条第四号、都規則第1条第5項参照）。
38	手続	広告依頼主並びに都内、都外の区別なく広告を目的に東京都でビジネスをする広告業者は屋外広告物条例の影響を受けることとする（責任も果たす）べきである。 広告依頼主並びに広告主に対して、屋外広告物許可申請、屋外広告業の登録、監督の3つを義務化するべきである。尚、登録料を設けるべきだと考える。	広告主等の義務について、ご意見として伺います。 なお、都内において、屋外広告物の表示又は屋外広告物を掲出する物件の設置の営業を行う法人又は個人は、営業所を都内に有していない場合であっても、屋外広告業の登録が必要とされています（都条例第39条第1項参照）。登録申請手数料は、都条例第55条第1項に定められています。 都外ナンバーの自動車の車体利用広告は、現在、都条例の規制の対象外ですが、今般、都外ナンバーの広告宣伝車について、都内ナンバーの広告宣伝車と同様に都条例を適用させることとした場合、屋外広告業の登録も必要となります。 また、屋外広告物許可申請手続については、都条例第23条から第30条までに、監督については都条例第31条から第38条までに定められています。
39	手続	事業者が広告宣伝車による広告物の許可申請を行う場合、申請前に公益社団法人東京屋外広告協会によるデザイン自主審査を受けることが求められているが、自主審査の結果が許可申請の審査に影響を与えない旨規則に明記して欲しい。	都では、デザイン自主審査制度は自主審査であるため許可要件とはされていませんが、過去に色や光の使用がエスカレートした広告宣伝車が問題となったため、このような自主審査制度を導入し、事業者の協力を得て、広告宣伝車の広告デザインの質の確保を図っております（都規則第1条第6項参照）。
40	手続	許可申請に当たっては、その結果（承認・否認の別、及びその理由）を公表して欲しい。	都規則では、許可申請に対し許可をする場合、申請者に「屋外広告物許可書」を交付することとされています。また、申請に対する許可を拒否する処分を行う場合、行政手続条例では申請者に処分理由を示すこととされています。
41	手数料等	広告宣伝車の都外ナンバー車への適用を骨子とする条例施行規則の改正は大変喜ばしいことと思う。 施行規則別表によると、宣伝車の申請手数料は1台につき、4,950円と見受けられる。静止広告物と異なり、移動に伴いCO2を排出し、且つ道路渋滞の原因となるなど環境負荷の高い宣伝車の社会的コストを考慮すると、不当に低額と思う。CO2排出の買取価格、報告、検査、立入検査費用を勘案した手数料額に変更すべきと考える。	手数料の金額と規制方法について、ご意見として伺います。
42	手数料等	報告、検査、立入検査については条例第54条、第66条に規定があるが、この実効性を担保する為に定期的な報告、検査、立入検査（予告あり、予告なし検査双方）の実施を要望する。申請手数料もこの付加的なコストを反映したものと、都財政への追加的負担が生じないものとしていただきたいと思う。	
43	罰則	広告収益から考えると罰金が安く、罰金を払ってでも横行することが考えられるので高く設定するよう求める。	罰金の金額について、ご意見として伺います。

番号	分類	意見要旨	審議会の考え方
44	音	<p>渋谷や新宿に出向くたび、大音量で通過する広告宣伝車に必ず遭遇する。刺激的な見た目に加え、かなり大きな音量で音楽を流されるので、近くを通過されると頭痛といった体調不良を感じることもあり困っている。2台以上の異なる広告宣伝車が偶然出会ってしまうと、その傾向がより顕著になる。</p> <p>予防のために移動ルートを変更しても、建物についている大型モニターと違い、どこで遭遇するかわからないため、避けようがないと感じている。</p> <p>また、救急車といった緊急車両の発する音が聞こえづらくなる。タクシーに乗った際、運転手が反応に遅れてしまったことがあった。</p> <p>特に音量面での規制を強化して欲しいと思う。</p>	<p>音の問題について、ご意見として伺います。</p> <p>なお、屋外広告物法や屋外広告物条例は、有体物や光の投影による表示を規制対象としており、音は規制の対象外となっています。</p> <p>都では、広告宣伝車等で使用されている拡声器からの騒音に関して「都民の健康と安全を確保する環境に関する条例」で規制されています。</p> <p>これまでも、都市整備局と環境局の所管部署では、広告宣伝車の事業者向けにデザイン自主審査や騒音規制について啓発する共同リーフレットの作成・配布を行っており、今後も連携して取り組むことが望まれます。</p>
45	音	騒音を無くすため、広告宣伝車から広告用の音源は一切出せなくして欲しい。	
46	音	<p>日頃からトラックの騒音に悩まされている。広告宣伝トラックの問題は主に広告内容と広告の方法だと考えている。内容の規制だけを強化しても結局騒音に対するアプローチは何もしないというのは実態に則した改正内容とは思えない。世間の感覚とズレた改正を行うのではなく、世間が感じている課題を解決する改正を行って欲しい。</p>	
47	音	<p>風俗関連の広告宣伝車は繁華街のみならず、繁華街ではない場所でも横を通ったら話し声が何も聞こえなくなるくらいの大音量を流して走行している。小学校の授業がまだ終わらない時間帯や下校時間にも同様の音量で走行しているし、小学校の児童が風俗の広告宣伝の歌を歌いながら下校しているのを目撃したこともある。音量規制ではなく、風俗の宣伝に限らず、全ての広告宣伝車の音出しを禁止、また繁華街以外での走行禁止の徹底をお願いしたい。</p>	
48	音	<p>広告規制について、原案に賛成である。特に騒音による著しい悪影響を感じる。また、ホストや性風俗を連想させる広告ばかりで公の場に相応しくないと（コンビニのアダルト雑誌と同じだ）。</p> <p>一方で文化、観光的価値を感じる観光客なども少なくないことから、歌舞伎町などエリアや時間を絞って走らせることは賛成である。</p> <p>本件に限らず、騒音対応について非常に遅れていると思う。例えば土日の朝早くから詐欺の注意喚起をすることは本当に必要不可欠なのか疑問だ。早々に対応をしてほしい。</p>	
49	音	<p>巨大なトラックを利用した広告宣伝車、渋谷や表参道周辺を多数走っているのを見かけるが、害あって利なしなので、禁止した方がいいと思う。禁止してほしい理由は、騒音公害である。</p> <p>追加的にあえて言うならば、宣伝の内容はホストクラブなど夜の商売などが多いようで、こういった宣伝に釣られる方が悪いとも言えるが、「宣伝しているものはいいもの」と考える人も多いようで、困ったものだ。本来は、こういうものに影響されないような人の社会であってほしいものだ。こういった情報は、ネットなどに多々あるはずで、考えてこの分野の仕事につく人はそれでいいと思うが、安易な考えで決める人は減ってほしい。</p>	
50	音	<p>都内を走行する際、派手なライトなどは付けていないものの、大音量で広告を流すトラックを見かけることがある。音が大きいことで、近隣住民や仕事をしている方だけでなく、運転中の方の注意力も散漫にしているのではないかと思う。また、緊急車両が通行するときにサイレンの音が聞こえにくくなってしまいうことにも繋がり、安心安全な街の弊害にもなるのではないかと思う。そのため、ぜひ車体の制限だけでなく、一緒に流す広告の音量にも制限を加えていただけないかと思う。</p>	
51	音	音量に対する規制も選挙活動との区別が難しいのかもしれないが必要だと思うので検討していただきたい。	
52	音	爆音といえる下品な音楽を流している為、救急車両等がどこから接近してるのか分かりにくい。	

番号	分類	意見要旨	審議会の考え方
53	音	<p>本件は、都内の繁華街において広告宣伝車から良好な都市環境を擁護するものと考え、強く賛同する。</p> <p>ただ、このような広告宣伝車の多くは、併せて拡声器を用いて大音量の音楽など（以下、騒音と表記）を流しながら走行しており、これも都市環境の悪化を招いている。そのため、この点についても留意した総合的な規制が為されることを望む。</p> <p>騒音については「東京都環境確保条例の拡声器に係る規制」が定められており、かつ適用除外の要件として「商業宣伝目的とし、規則で定める制限事項・遵守事項を守って使用する場合」がある。広告宣伝車はこの適用除外の要件を概ね満たすものと考え、この制限事項および遵守事項から逸脱しているものが見受けられる。</p> <p>具体的な例を挙げると、渋谷駅近辺の渋谷区道「神宮通り」においても、前述のような広告宣伝車が走行している。当該道路の近辺は第2種区域（商業地域）として、「拡声機から発する音量の基準（条例規則別表第18）により、60デシベルの範囲内とする」よう遵守事項の第7項で定められているが、これは守られていない。</p> <p>このような観点は、「東京都屋外広告物条例」（以下、都条例と表記）で定める規制の範囲で無いかと思うが、頭書のとおり「都内を走行する広告宣伝車の現状と課題」を改善、解決するためには必要不可欠だ。今回の都条例の改正で留めず、今後も継続的に議論してほしい。</p>	
54	音	大音量の宣伝に対して単純に不快感を感じる。	
55	音	宣伝ソングや連呼による騒音被害について規制をして欲しい。	

番号	分類	意見要旨	審議会の考え方
56	表示内容	子供を連れた家族連れも多い場所であろうと昼夜問わずに年齢制限がある仕事の宣伝車が走り回っている。せめて夜21時以降のみの走行にするとか、子供、未成年が多い場所や学校がある区域は走行制限をつけるべきだと思う。	<p>広告の表示内容の問題について、ご意見として伺います。</p> <p>なお、屋外広告物法に基づく屋外広告物の規制は、その目的を良好な景観の形成若しくは風致の維持と公衆に対する危害の防止に限定しているため、法に基づき自治体が定める屋外広告物条例による規制もこれらの目的に限られ、広告物の表示内容に立ち入って規制をすることはできないとされています。</p> <p>表示内容については、他の法律や条例等によって規制される場合には、警視庁や条例の所管等と連携して対応することが望まれます。</p>
57	表示内容	風俗関係のアドトラックが多く、日中も時間関係なく街中を走行していたり、大きな音と光で人々の関心を引くことで訪日外国人や子供など宣伝対象とは言えない層にも「あれは何？」と尋ねられることが多く、その度に不快な思いを抱いた。 コロナ後に観光に来る外国人が増えたことや、渋谷や新宿の開発に当たって多様性のある東京都を目指すためには、広告宣伝車のデザインや走行時間、マナーに対してに今よりもっと厳しいしっかりとしたルールを作ることが必要だと思う。	
58	表示内容	青少年の健全な育成を損ねるため、風俗店の宣伝行為、風俗店スタッフ募集の宣伝を一切禁止して欲しい。	
59	表示内容	派手な色遣い等を規制するのではなく、広告主（内容）の規制をするべきである。ホストクラブが関わる事件を多く耳にするようになった昨今で、広告主の7割程度が風俗店というのが問題だ。逆に言えば、公序良俗に反するとして、風俗店の広告を規制すれば、7割の広告宣伝車がいなくなるということだと思う。	
60	表示内容	合法化されておらず、労働環境が整っていない性風俗産業に若年者を誘引することを目的とした広告は廃止してほしい。	
61	表示内容	旅行に訪れた時、風俗の宣伝車がありとても不愉快であった。また、性的なイラストの宣伝車もあり子供に悪影響の上、教育に悪い。海外からの旅行者に対しても年齢制限対象が必要なものを垂れ流しの無法地帯の様をアピールするなんて日本の恥だ。	
62	表示内容	違法な性売買を助長する広告宣伝車を禁止してほしい。	
63	表示内容	広告宣伝車に対する屋外広告物規制の考え方（案）に概ね賛成する。また、広告内容にも規制をして欲しい。 性風俗産業の広告する車が走っていることは、景観を悪化するだけでなく、青少年の教育上にとっても良くないことだと考える。性風俗産業に気軽に足を踏み入れてしまうような雰囲気、東京都の街で作ってほしくない。 そして、ホストクラブなどのトラック広告も、規制して欲しい。未成年が行けないような場所の広告を、未成年が目にするような場所に配置できることは好ましくないと考える。	
64	表示内容	最近風俗業のアルバイト斡旋広告車が学校の周辺を走っているのを見かける。学生をアルバイトの募集対象としていると思うのだが、学校は児童公園に接している所も多く、思った以上に大変な悪影響があると思う。 騒々しいこともあり大変迷惑している。風俗業種はアルバイト募集もお店の宣伝も一律、広告は宣伝車の掲載を禁止してほしい。	
65	表示内容	風俗系求人トラックなどは有害なので規制して欲しい。	

番号	分類	意見要旨	審議会の考え方
66	表示内容	<p>日本の性風俗産業の広告は、生活のあらゆる場面に溢れている。繁華街に出れば、耳をつんざくような大音響を発しながら、白昼堂々と風俗広告をラッピングした大型トラックが道を走り回っている。</p> <p>字が読める程度に成長した子どもたちの多くが、「性はお金になる」ということを知っている。自分の性だけでなく、他人の性すら「お金になる」という尺度で考える。子どもたちは、世間に満ち満ちている風俗広告に日々どっぷりとさらされ、性がどれほどパーソナルに重要で繊細なものか、互いに尊重しあうべきものかを知る前に、「性は売れるもの」と刷り込まれてしまう。「性はお金になる」といったん刷り込まれてしまえば、それを変えるのはとても難しいことだ。その「性はお金になる」という感覚を助長するもののひとつが、派手なデザインと大音量で繁華街を走行する風俗広告トラックであることは、以下の理由から疑う余地がない。</p> <p>1) 白昼堂々と大通りを走行している。</p> <p>すなわち、この広告トラックは社会的に受け入れられている、認められている広告、道義的に正しい広告だと一部の人が、特に社会経験の少ない未成年者に誤認させる可能性がある。</p> <p>2) 同じ文言を同じようなメロディで連呼している広告トラックがある。</p> <p>この手法はザイオンス効果、もしくは単純接触効果という心理的影響力を持っていて、マーケティングにおけるひとつの主流となっている。同じ文言を繰り返し耳にすることによって人はその文言に親しみを感じ、信頼性をも感じるようになる。根拠がなくてもその広告が訴えていることを鵜呑みにしてしまう可能性がある。未成年者にとって危険極まりない。</p> <p>3) 一見して「性風俗産業」とわからない華美な広告トラックがある。</p> <p>アイドルやミュージシャンの広告と非常によく似たデザインが施され、ただただ華やかで煌びやかな側面だけを強調している。未成年者がこのような刺激的なビジュアルを大音響と煌々とした照明で目にすることで、その業種に対する意識を曲げてしまう可能性がある。</p> <p>上記のような理由により、性風俗産業やその業界の求人広告のトラックの走行は厳しく規制されるべきものと考え、健全な青少年の育成を妨げないルールづくりを徹底していただきたい。</p>	
67	表示内容	<p>風俗営業に関する広告は、東京都を貶めるものだと思う。外国から遊びに来てくれた友人には、びっくりされた。幼い子どもたちに、あれは何かと聞かれ、答えに窮した。恥ずかしい。東横キッズの問題にも通じるが、性搾取に甘いという、東京のイメージを何とかしてほしい。</p> <p>話が逸れてしまうかもしれないが、困窮する（未来ある）未成年を救うこと、これ以上に素晴らしい税金の使い道はないと思う。性の搾取を増長するシステムに、行政として毅然な態度を望む。高い都民税、有効に使って欲しい。</p>	
68	表示内容	<p>子どもも目にする路上で、風俗店での就労を呼びかけたり、ホストクラブの宣伝をすることは社会に悪影響があるので規制すべきだと思う。</p>	
69	表示内容	<p>広告宣伝車に対する規制案、概ね賛成だ。問題視しているホストや風俗業斡旋サイトの広告も制限できる内容だと思う。</p>	
70	表示内容	<p>友人の子供が、風俗系求人やキャバクラの歌を歌っていて本当に止めて欲しいと嘆いていた。行政は何故放置しているのか？とも言っている。</p>	
71	表示内容	<p>そもそもホスト業が屋外広告に出稿できないようにすべきと考える。媒体事業者側の意識改革も必要で、すでに同類の広告を一切受け付けない企業も多くあるが、少数が堂々と掲出している。そもそも屋外広告に掲出できない業種に指定すべきと考える（都内だけでも）。</p>	
72	表示内容	<p>渋谷によく行くが、昨今の広告宣伝車は風俗（ほぼホストクラブかキャバクラ）がメインで、外国人観光客も増え、スクランブル交差点は外国人の方が多く観光スポットとして撮影されている。また、国内各地方から若い未成年が、普通に東京観光、また修学旅行でもやってくる。</p> <p>外国人、成人に満たない人が街中の中で、風営法で禁止されている未成年が、観光スポットと言われる場所で風俗関連の広告宣伝車を目の当たりにするのは非常に遺憾だ。外国人に関しては宗教や文化、習慣の違いもあり、やはり日本特有の風俗ビジネスは適さないと思う。やはり広告宣伝車はあらゆる人種、民族、また国内においてはすべての年代に適する広告が望ましいと思う。</p>	

番号	分類	意見要旨	審議会の考え方
73	表示内容	風俗求人サイトの騒音が迷惑で、教育にも悪いので禁止にするべきだ。	
74	表示内容	<p>近年都内で見かけるようになった性風俗産業の宣伝カーについて、以下の理由から厳しい規制が必要と考える。言うまでもなく、性風俗産業の運営者たちは売春防止法制定以前から法の網の目をくぐり、その名称を変え、業態を偽り、実質的に女性の人身売買で利益をあげ続けてきた経緯がある。今回も中途半端な規制強化ではあの手この手で規制から逃れようとするのが予想されるので、予め幅広く網羅できるよう細部まで詰めていただくことを強く望む。</p> <p>理由1：性風俗産業は女性の性的虐待を内包するため 性風俗産業の運営者は、店に訪れた男性と女性従業員がたまたま恋愛感情をもって性的な行為に及んだという建前を用いるが、これが売春防止法を骨抜きにするための言い訳であることは誰もが知るところだ。実際は、望まない妊娠や性病感染が頻発し、不衛生で極めて不快な性的接触の繰り返しにより女性の自尊心が奪われ深刻なうつ病を引き起こすなど、女性の心身の健康を著しく損なう、いわば女性の虐待を前提とした産業だ。このように性産業は女性の福祉と健康に極めて有害であり、本来広告など許されるべきではない。</p> <p>理由2：女性を搾取し尽くす性産業システムの入口であるため 街中で若い女性に声をかける、スカウトと呼ばれる男たちがいつ頃からか見られるようになった。この男たちは女性たちの人生相談にのり時には恋人関係になり、言葉巧みに女性たちをマインドコントロールして最終的にはAVに出演させたり性風俗産業に勤めさせる。女性たちが性産業を辞めようすると、稼ぎが減ることを望まない男たちがあの手この手で引き止める。 女性自身が希望して性産業に従事した場合でも、運営側はホストクラブで遊ぶように促し、あるいは高級ブランド品を購入して散財するよう唆し、更にはすぐに逃げ出せないよう犬を飼わせるなど、いくら働いても貯金できないようにして女性を搾取し尽くすシステムが出来上がっている。 公道での宣伝はこうした性産業のイメージをポップで合法的なものとして誤認させ、参入のハードルを低める。女性の搾取につながる産業の宣伝を許すべきではない。</p> <p>理由3：公道で女性・子どもの目に入ることにより女児・男児ともに悪影響が予想されるため 性産業は当然ながら成人向けの、また極めて性差別的な業態だ。この産業の広告を子どもが目にしていいとはとても思えない。女児にとっては自身の性が売られる性であると教え込んで自尊心を奪い、男児にとっては女性を買うことのできる劣った性であると誤った学習を行わせることになる。また、子どもにとっても女性にとっても、望まない性的コンテンツを見せるのはセクハラや性的虐待にあたる。男女平等と青少年の福祉の観点から、公道での性産業の宣伝を認めるべきではない。</p>	
75	表示内容	公道から目に入るという点で、店舗の看板なども規制が必要だ（性産業自体禁止するべきだが）。業態を明示しない店名のみ許可してほしい。	
76	表示内容	日本の公的スペースでの性的コンテンツ垂れ流しは常軌を逸している。いわゆる先進国にせよ途上国にせよ、キリスト教国・イスラム・仏教国にせよ、ここまで野放しの国は他に見たことがない。女性にとって極めて居心地が悪く、子どもを持つ親には頭の痛い問題だ。本来規制ではなく市民が常識をもって公的スペースからポルノを排除するべきだが、現在のところ失敗している。増長しきったコンテンツ企業やポルノ産業側からの自粛はもはや望めないで、アニメ・ゲーム・漫画などのイラストであっても、女性や少女の下着・水着・胸・脇・太もも・臀部を性的な文脈で強調する公的スペースの広告は全て罰金付きで禁止して欲しいと思う。	
77	表示内容	性産業の広告を正しく出すならば、まずこれは性産業の広告だと打ち出すべきだ。次に伝統のある営業方法に売掛営業がある、売掛営業は客か従業員が借金を負う可能性がある営業方法であると説明文を入れるべきだ。	

番号	分類	意見要旨	審議会の考え方
78	表示内容	<p>以下の理由で、広告街宣車によるホストクラブ及びキャバクラ、ガールズバー等に関する広告の規制厳罰化を強く要求する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ホストクラブは成人年齢の引き下げに相まって、十分な判断能力や社会経験のない若年女性へ、その返済の能力を大幅に超える額を使用させ、売掛金として負わせている。十数万の貯金すらない20前後の人に、一晩で場合によっては数百万単位の借金を負わせることは公序良俗に反していると思えない。またその手口は、ある種のマニュアル化されたマインドコントロール手法を通じて多額の金銭を使用させるものであり、その借金は性風俗により半ば強制的に返済させるシステムが確立されている。 ・このようなホストクラブの問題を前に、法律の規制が不十分なのは周知の通りで、今後直ちに改正される見込みもない。 ・そういった中で、広告街宣車による宣伝は、広く公衆にホストクラブを宣伝するものが多くある。ホストクラブが上記のような深刻な問題を孕んでいるにもかかわらず、キャッチーなセリフや音楽、目につく広告を通じて、若い世代にホストクラブは身近なものであるとの間違った認識を植え付け、ホストクラブの売掛金問題の発端となっている可能性が極めて高い。したがって、この広告街宣車について、上述の理由でホストクラブやキャバクラ等の宣伝を内容とする者については規制すべき緊急の必要性があると考えている。（法によるホストクラブ等への手法が十分でない中で、せめて条例で広告街宣車によるこういった類の広告を規制し、新たな被害者の減少に努めるべきという趣旨） 	
79	表示内容	<p>ホストクラブや高収入バイトなど、その宣伝内容自体を疑問視する。ホストクラブが成り立つ背景には多額のお金を注ぎ込んで苦しんでいる女性がいることも無視できずそれ自体がとても異質で問題のある職業だ。そのようなものを大々的に宣伝することへの疑問を感じる。</p> <p>海外の友人やツーリストからすると異様な光景に見えると意見をもらうことがある。これを日本の文化として捉えられることに恥じらいを感じてしまう。新宿であれば建築物が素敵な場所もたくさんあるはずだが、そこに目が向きづらいくらいに意識を持っていかれてしまう。</p> <p>デザインに従事する身からして、あのような広告に大衆が慣れると、パブリック広告デザイン自体の質の低下も懸念してしまう。</p> <p>できればあのような質が低く、不快感を感じる広告は一切無くしてほしいが、広告街宣車をゼロにすることが難しいことも承知しているので、音と光の規定を設けて、それらを大幅に減少させる/音を無くす/街宣車の大きさの規定を設け小さい車両を採用するなど希望する。</p> <p>広告を出せる事業者の精査をより厳密に行い、せめて倫理に反していないものを採用してほしい。</p>	
80	表示内容	<p>日本のような広告街宣車が走っている先進国は他にはない。日本は法規制がないと自主的な規制能力が全く働かない国である。風俗の宣伝や募集を爆音と強烈な光源を放って街中を走る車を何故放置するのか？ハッキリ言ってこれは公害である。とても多くの人が見たくも聞きたくもない宣伝に目や耳を背けている。少しでも早くこの状況から脱して欲しい。美しく静かな街へ直ぐに戻して欲しい。行政は強力な姿勢で規制を掛けてもらいたい。少なくともこれだけインバウンドで外国人が来日する中で恥ずかしい国とならぬような規制を行って欲しい。</p>	
81	表示内容	<p>普段から渋谷で、風俗求人サイトやホストクラブ、キャバクラなどの広告トラックが頻繁に通行しているのを見ており、景観や交通環境へはもちろん、特に青少年の健全な育成に対する悪影響について懸念していた。今回の規制案が適切だと思う。</p>	
82	表示内容	<p>アメリカでは学校の近所での性風俗店の開業を禁止している。今回の広告規制でも参考にしたいと思う。</p>	
83	表示内容	<p>都内ナンバーの広告街宣車においても、小中高等学校の周辺や、小中学校通学路周辺では、いわゆる風俗店（キャバクラ、ホスト）および美容整形外科の広告街宣車は禁止して欲しいと思っている。</p>	

番号	分類	意見要旨	審議会の考え方
84	表示内容	<p>子どもの通学路を下校時間（学童を利用する児童、部活後の生徒、高校生）でも都外ナンバーの風俗店の広告宣伝車が騒音を出し、発光させながら低速で運行している。その広告に毎日触れている子どもの健全な精神発達成長に悪影響が出ないか心配している。</p> <p>実際に、小学校では風俗店紹介業の宣伝曲を無邪気に歌う子どもたちがいる。規制が都外ナンバーに及ぶと「爆音」「光害」の広告宣伝車は減少するためとても嬉しく思うが、車体広告の内容も地域によっては規制して欲しい。</p>	
85	表示内容	<p>いわゆる「性風俗店」やホストクラブなど、有害な業態の宣伝車は、デザインに関わらず走行禁止としてほしい。女性の性の商品化を助長する業態の宣伝車が、特に子どもや未成年者、ファミリー層も多くいる時間帯・曜日にも堂々と走行している様は異常な状況だ。これらの宣伝車に対するクレームも、デザインの問題ではなく、その有害性を憂慮したものかと思うので、根本的な対策を求め。また、都内を走行する広告宣伝車の7～8割が「性風俗店」やホストクラブなどのものであるというデータもある。そもそも、広告宣伝車というものの自体が、そうした有害な業態の宣伝ツールとなっている側面もあるのではないか。</p>	
86	表示内容	<p>音楽、イベント、テレビ、アニメ、映画等のエンタメ系のアドトラックの営業をしている。</p> <p>これまで多くのエンタメ系会社の案件でトラックを走らせ、渋谷や新宿などの繁華街では、ファンの皆さんが喜んでカメラで撮影するなど、道行く人達に新しい音楽を聞かせたり、新しい商業施設の情報を認知させたり、意義のある仕事と思っている。</p> <p>このたびの規制について、ニュースやワイドショーなどメディアで取り上げられていたとおりホストクラブや風俗求人などのトラックが行き過ぎた派手なデザインや光量、大ボリュームで走行していたのは理解する。ただ、エンタメ系のトラックは各お客様の考えもあるが過度に派手なデザインはされておらず、道行く人達に耳障りにならない音量でやってきたつもりなので、すべてを一緒にたたいていただきたくない。</p>	
87	表示内容	<p>広告の内容そのものについては、表現の自由の観点から、法律に違反しない限り、自由でなければならない。</p>	
88	表示内容	<p>都内を走行する広告宣伝車の課題を、屋外広告物条例だけで解決することが妥当なのか。「案」では広告宣伝車が「派手な色遣いや過度な発光を伴って低速で周回走行」のため、景観形成や交通環境の妨げとある。そのため「公益社団法人東京屋外協会によるデザイン自主審査」を受けるとあるが、この「デザイン審査」で問題となる広告宣伝車を規制できるのか。審査対象はあくまでも広告物である「デザイン」、すなわち「絵柄」が規制対象である。広告宣伝車の問題は「絵柄」ではなく、その「広告内容」ではないか？</p> <p>都内を走行する広告宣伝車の広告内容のトップスリーは「風俗店の宣伝」「テレビゲームの宣伝」「新番組・ライブの宣伝」だと思う。都民に不快感を与えているのは「風俗店の宣伝」だが、風俗店の宣伝を絵柄だけで規制することは困難である。過度に肌を露出した女性の画像は規制できても、一般的な服装の女性の画像を規制することはできないため、屋外広告物条例だけで規制するのは困難である。「風俗店」であることだけを理由に、屋外広告物条例で規制することは、法令の運用として不適切である。風俗店の宣伝も、広告物を見た人全てが不適切な内容をイメージすることができないのであれば、絵柄だけでは規制することはできない。</p> <p>今回の規制は、単に屋外広告物の問題として捉えるのではなく、風紀の問題としても捉えるべきである。</p>	

番号	分類	意見要旨	審議会の考え方
89	環境	案では景観や騒音のことが主になっているが、そもそもこれは「必要のない車両の運行」であり、これを野放しにすることは、CO2排出規制が世界中で進められている中で、限りなく後進的であり地球そのものを危険に晒す行為である。積荷や乗客のない、広告のみを目的とした車両の運行は全面的に禁止とすべきである。	環境問題について、ご意見として伺います。 なお、屋外広告物法に基づく屋外広告物の規制は、その目的を良好な景観の形成若しくは風致の維持と公衆に対する危害の防止に限定しているため、法に基づき自治体が定める屋外広告物条例による規制もこれらの目的に限られています。
90	環境	そもそもうるさいとか低速で走行して渋滞を起こす以前に環境破壊である。どうしてもよい広告をガソリン使って宣伝している時点で宣伝している企業はかなり環境意識が低いと考える。無駄なCO2を排出する上にうるさい、渋滞の元であり、渋滞すればまた無駄なCO2が出るので全て禁止にするべきだ。	
91	環境	トラックが物を載せずに走行するのは、CO2削減に逆行するもので、規制が必要だと思う。	
92	環境	当該車両は、中古の大型トラックや大型バスを改装したものが多く見受けられる。これらの排出ガス性能についての何等かのチェックが必要と考える。また、直接には公共の便益にはならない広告宣伝車については、本来、ゼロエミッション車に車種を限定すべきかと思うが、日本におけるEVや水素トラックの現状を考えると、将来の検討事項として考慮いただければと思う。	
93	環境	低速で同じところをグルグル走る宣伝車は環境にも悪いし、インバウンドで観光客が多くなった昨今、首都東京がこれを放置して良いのか、都民として恥ずかしい想いである。	
94	環境	東京都でビジネスする依頼主、広告宣伝車を走行させる広告主に対して新たに環境税を徴収するべきである。	車両や人への広告について、ご意見として伺います。 なお、都では、人、動物、車両（電車又は自動車を除く。）、船舶等に表示する広告物については、許可不要とされています。（都条例第14条第3号参照） 今回、まずは都外ナンバーの広告宣伝車に対する規制をしっかりと行うことが重要と考えています。ただし、こうした広告物についても新たな課題が生じた場合には、良好な都市景観の形成と公衆に対する危害の防止の観点から、継続的に検討を行っていくことが必要と考えます。
95	車両 広告	バイク等の牽引による移動可能な広告物を包括的に禁止してほしい。	
96	車両 広告	最近では新宿など繁華街では車で大規模な宣伝は控えているのか、自転車に広告を乗せたタイプもあるようだが、こちらも同様に禁止してほしい。	
97	車両 広告	トラック以外にも三輪車・二輪車・荷車・サンドイッチマン、あらゆる形態での性産業の画像・動画・音声の宣伝を禁止して欲しい。すでにトラック以外の形態の車両？による宣伝が目撃されている。ナンバープレートがない場合も想定して欲しい。	
98	車両 広告	ナンバーのつかない自転車や、アドマン（いわゆる歩く広告）にも、規則を適用できるようにして欲しい。特に「性風俗店」やホストクラブなどの有害な業態のものは、自動車で広告しにくくなると見ると、これらに軸足を移すことが予想される。 また、自転車については、近年自動車と同等の扱いをされることが多くなり、とりわけ商用のものは車道を通ることが増えている。「交通上の安全」が主な改正理由となっていることから、自転車に規則を適用しないという選択肢はないのではないか。	
99	車両 広告	広告トラックよりも、アニメやマンガの過激なアダルトイラストを車に貼り付けた車『痛車』も何とかして欲しい。風俗関係の広告より酷いと思う。	自家用車への広告について、ご意見として伺います。
100	その他	都内での風俗宣伝トラック及び類似物に関して東京都だけでなく全国で規制するように求める。	広域的な規制について、ご意見として伺います。 なお、都では、現在、九都県市首脳会議の「広告宣伝車への屋外広告物規制に関する検討会」において、近隣県市と規制のあり方等について検討を行っています。
101	その他	東京都全域で都外ナンバーに対して規制するのはいいが、埼玉県や神奈川県、千葉県等の道路上に走行するのは望ましくない。東京都全域を規制するのに、埼玉県、神奈川県、千葉県と連携しないのあれば意味がない。それでは、騒音、景観、交通ルールの違反、大気汚染等の悪影響ばかりだ。もう少し、近隣県のことを考えるべきだ。	
102	その他	登録料や罰金や環境税については、広告依頼主並びに広告宣伝車、持ち主（広告主）条例の法の影響力の及ぶところとなった場合、経済的に困窮していると考えられる都民に対して職業訓練やトライアル雇用の年齢撤廃などの財源として使って欲しい。	登録料や罰金の扱いについては、各根拠規定によるものと考えます。 なお、都条例で広告宣伝車に対して環境税は課していません。