

川崎市PPPプラットフォーム意見交換会

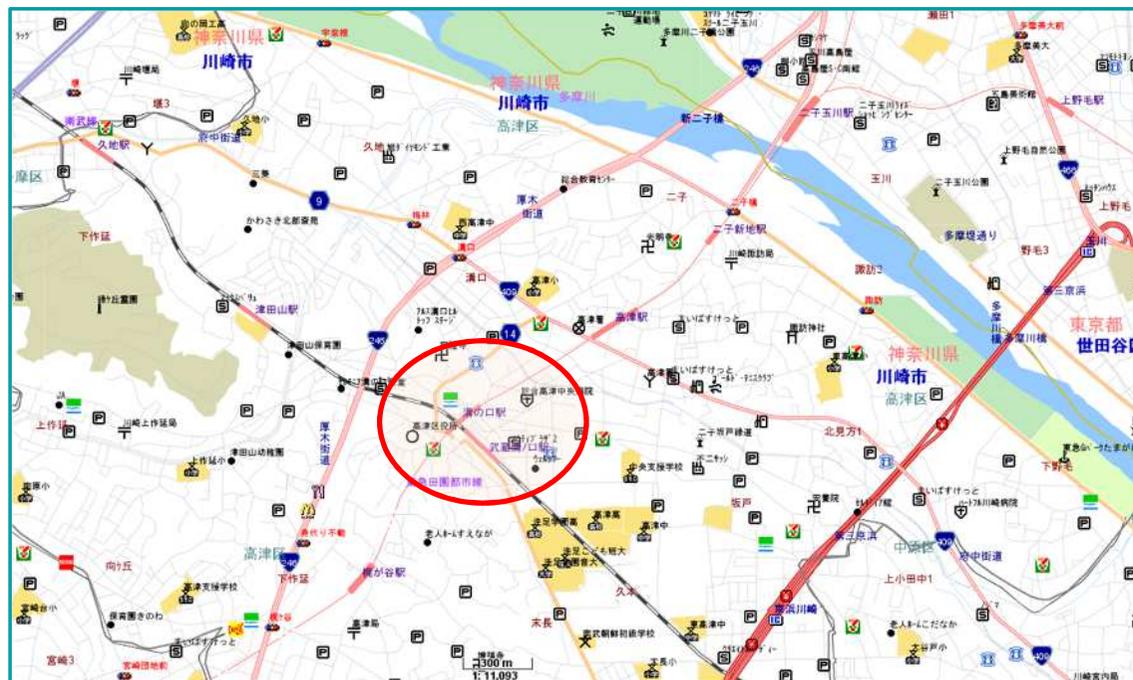
「みぞのくち」におけるデジタルサイネージの検討

令和6年11月
川崎市環境局脱炭素戦略推進室

- 01 対象地の周辺環境
- 02 対象地の概要
- 03 現在の検討状況
- 04 想定される活用パターンなど
- 05 実現に向けて想定される課題
- 06 想定スケジュール
- 07 皆様から御意見いただきたい事項

01 対象地の周辺環境

■ 広域図



■ 周辺図

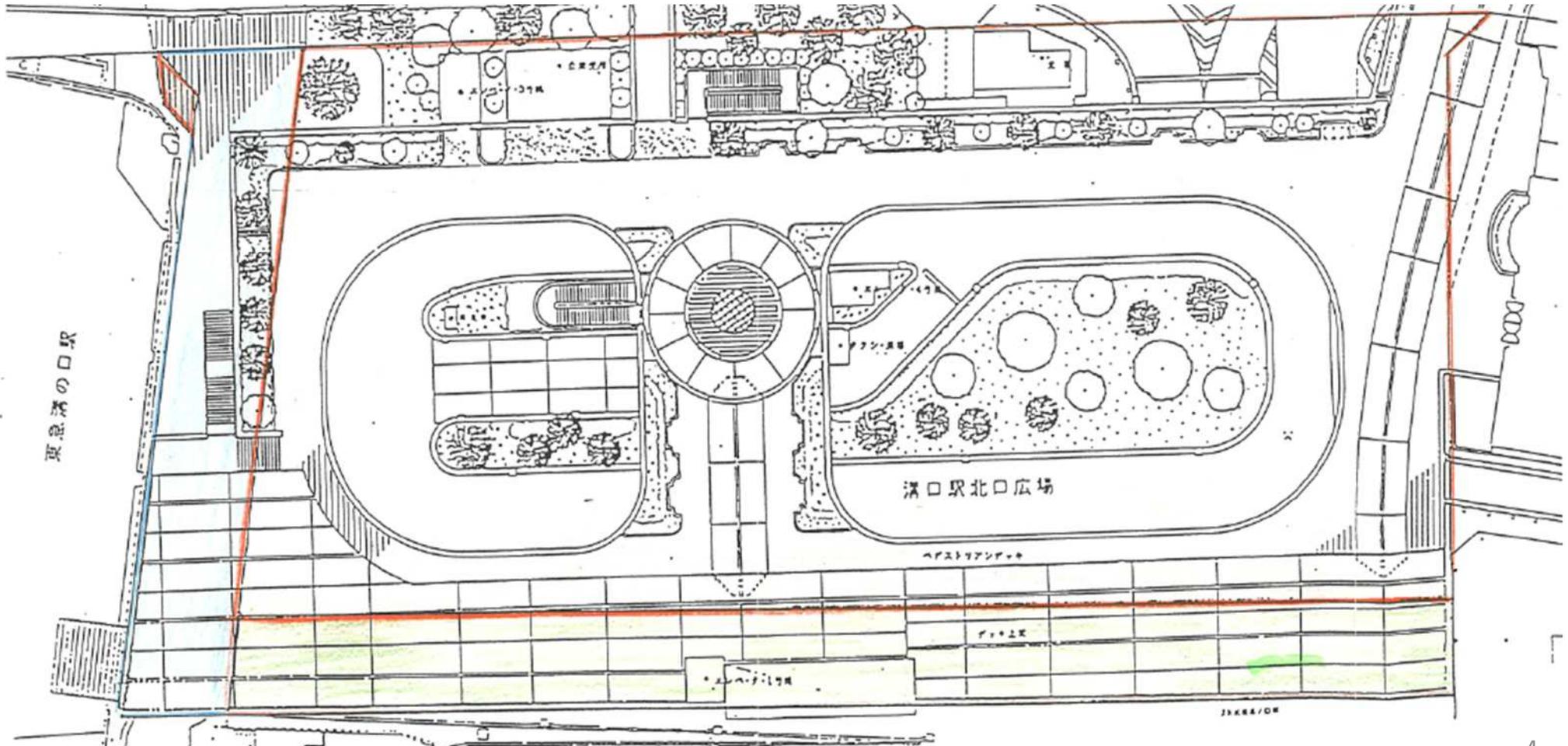


- JR南武線武蔵溝ノ口駅、東急田園都市線溝の口駅
- 周辺には大山街道、国道246号線、第三京浜など交通利便性が高い

- JR南武線と東急田園都市線の乗り換え導線に位置し、利用者も多い
- 2023年度東急田園都市線乗降人員13万9,107人で2位(東急電鉄HP)

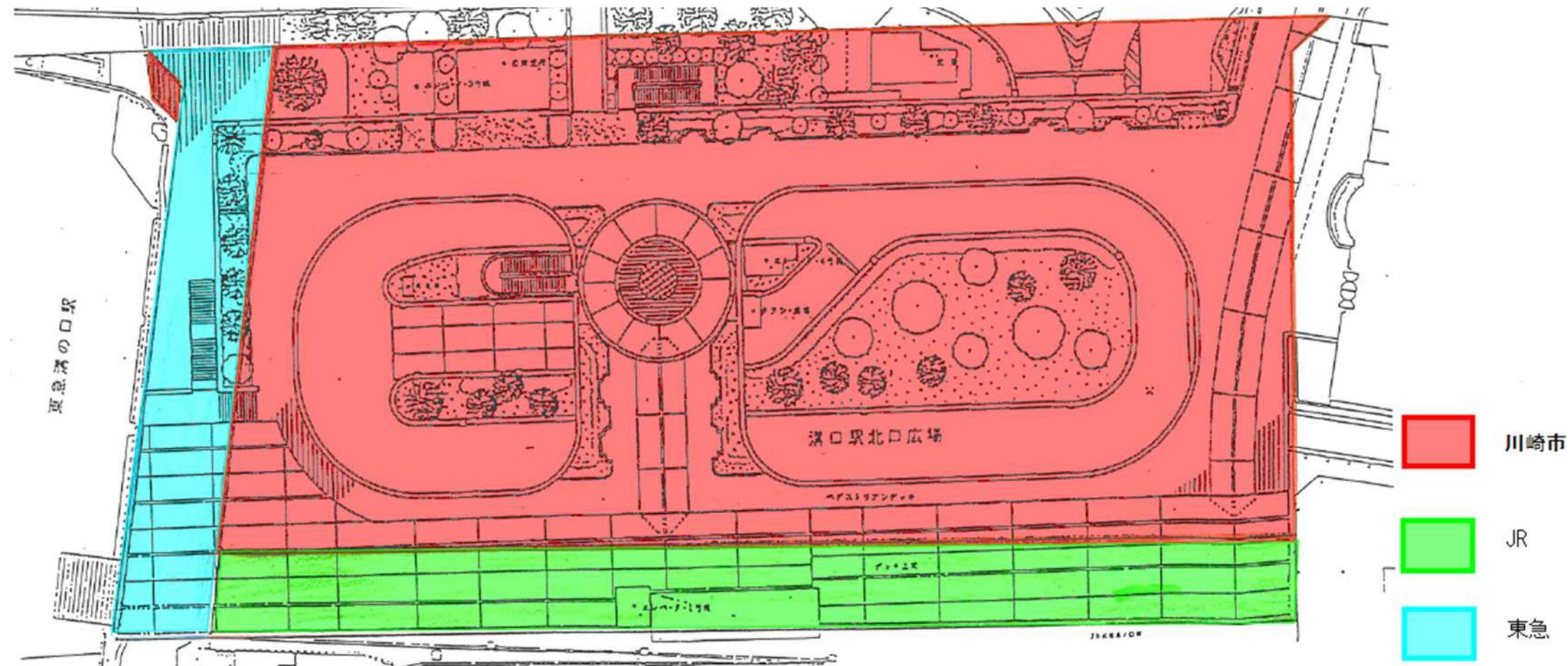
02 対象地の概要

■ 対象地(キラリデッキ)平面図



02 対象地の概要

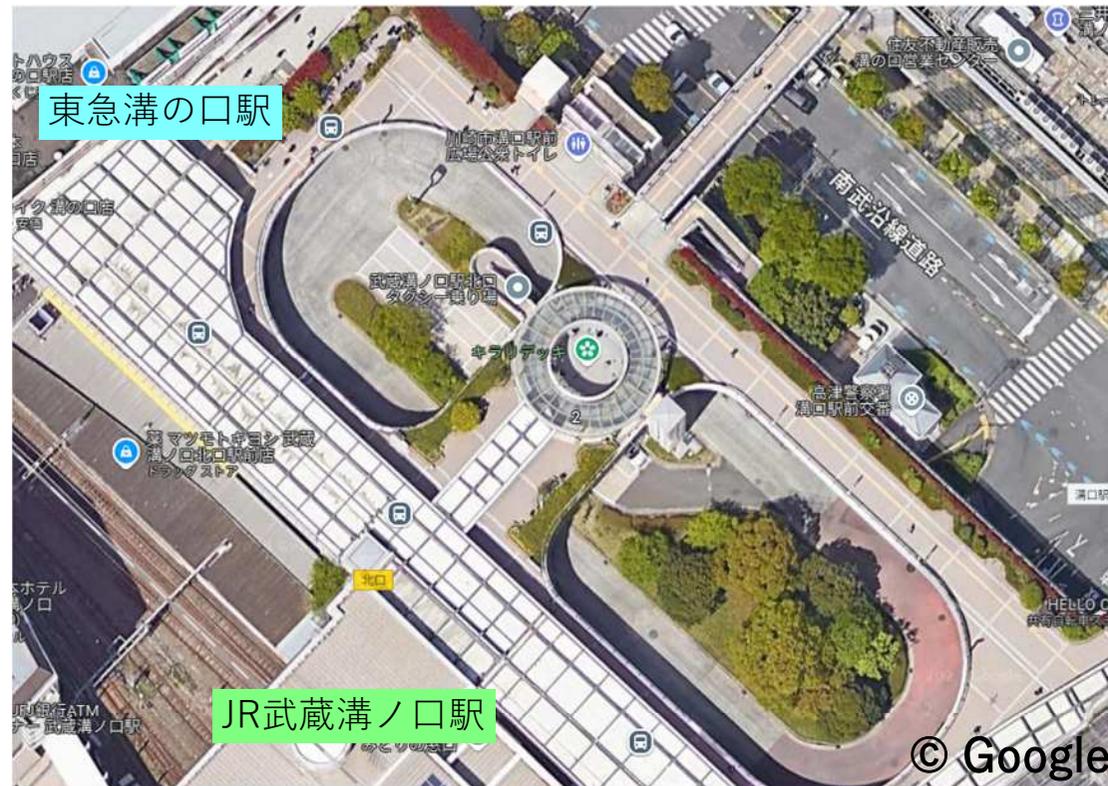
■ 土地境界



※川崎市土地(赤枠)は道路用地

02 対象地の概要

■ 対象地現地写真(上空から)



■ 対象地現地写真(キラリデッキ)



前提条件

- 「脱炭素アクションみぞのくち」(※次項参照)の認知度向上、企業・団体の脱炭素に関する取組を発信するため、**脱炭素関連情報専用**のデジタルサイネージを設置
- 脱炭素に資する製品・サービスの社会実装に向けて「消費行動」にアプローチし、**市民、事業者の行動変容**を促進し、CO2削減貢献を「見える化」するコンテンツ(ソフト面)を行動変容プロジェクト(※次項参照)参画事業者と官民連携して一部を試行的に作成
- サイネージの管理運営で重要となるコンテンツ(ソフト面)とハード面を**両面並行して検討**
- ハード面については、設置上の制約を庁内関係部署(まちづくり局、建設緑政局、高津区役所)と連携して課題を整理し、**実現に向けて検討中**
- 設置に当たっては国費を最大限活用

脱炭素アクションみぞのくち(DAM)

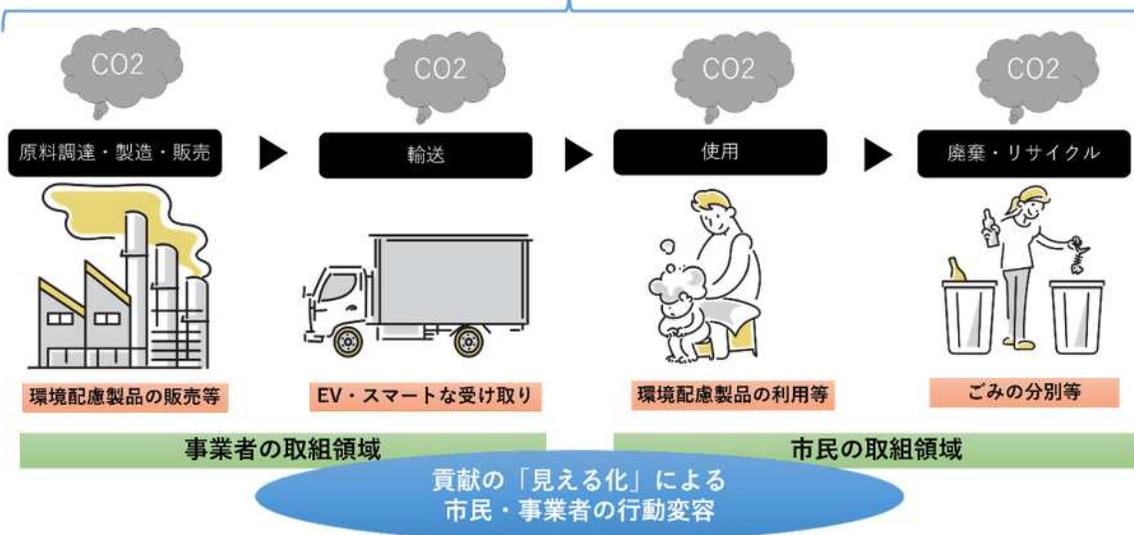
- 2050年の脱炭素社会実現に向けて策定した脱炭素戦略「かわさきカーボンゼロチャレンジ2050」の中で、脱炭素化都市の身近な取組の具体像を示すショーケースとしてモデル地区「脱炭素アクションみぞのくち」（以下「DAM」という。）を設置し、市民のライフスタイルの行動変容を促進し、脱炭素のまちとして、みぞのくちのブランド化を目指す
- 地元企業等みぞのくち周辺地域で活躍する様々な事業者で構成される会議体「脱炭素アクションみぞのくち推進会議」（以下「DAM推進会議」という。）を設置し、取組の展開や広報等の連携を促進 ※令和6年10月23日現在：全58団体
<https://www.city.kawasaki.jp/300/page/0000127141.html>
- その他、みぞのくちに関わる企業の脱炭素化に資する取組を、地域の若者が「インターン」として訪問等を行いながら情報発信する取組「まるっとサステナCAMP」を実施 <https://carbon0-mizonokuchi.jp/about-msc/>

03 現在の検討状況

川崎市脱炭素ライフスタイル行動変容促進プロジェクト

- DAM推進会議に参加する事業者を中心に、製品・サービスを通して市民生活に接点のある6事業者と新たに官民連携し、製造から廃棄までのCO2削減貢献量を「見える化」することで、市民の行動変容を促進していくプロジェクトを令和6年8月に発足。今年度、試行的に動画を作成・発信中。

各過程でCO2が排出されている
市民・事業者協働したCO2削減が必要



■ 参加事業者

- 花王株式会社
- 株式会社セブン・イレブン・ジャパン
- まいばすけっと株式会社
- ヤマト運輸株式会社 川崎主管支店
- 東芝データ株式会社
- 富士通株式会社

新たなデジタルサイネージに求められる機能

【脱炭素のまちとしてのブランドイメージ・持続可能性に資すること】

- 企業目線で、市民から自然と注目されメリットが感じられること
- 駅を降りると別世界のような「脱炭素都市」であること、まち全体の取組として認識され、わかりやすく伝わること
- 住む人、訪れる人が脱炭素の取組を誇りに感じられること
- 空間デザインとマッチしていること
- DAMの活動が「見える化」されていること
- 圧倒的な情報量があること
- 多数の地域内人口への反復露出が可能なこと

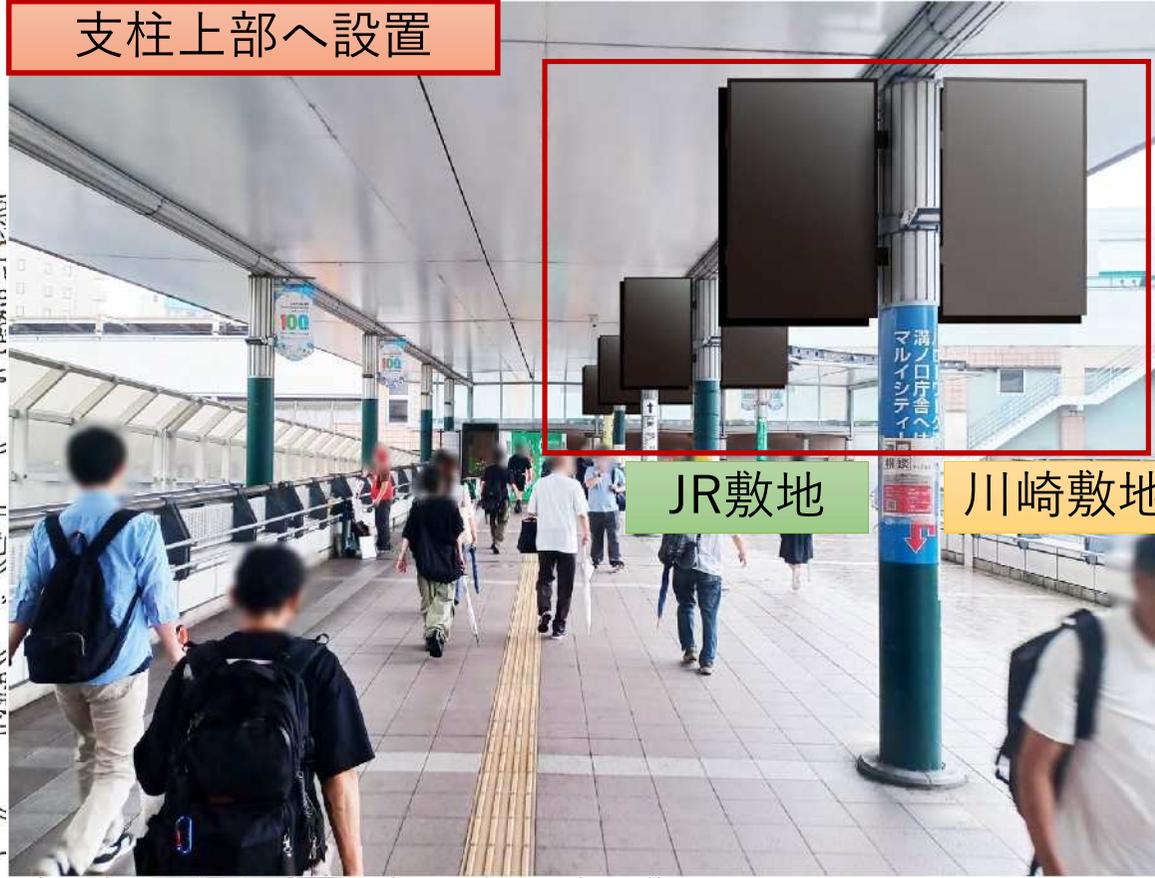
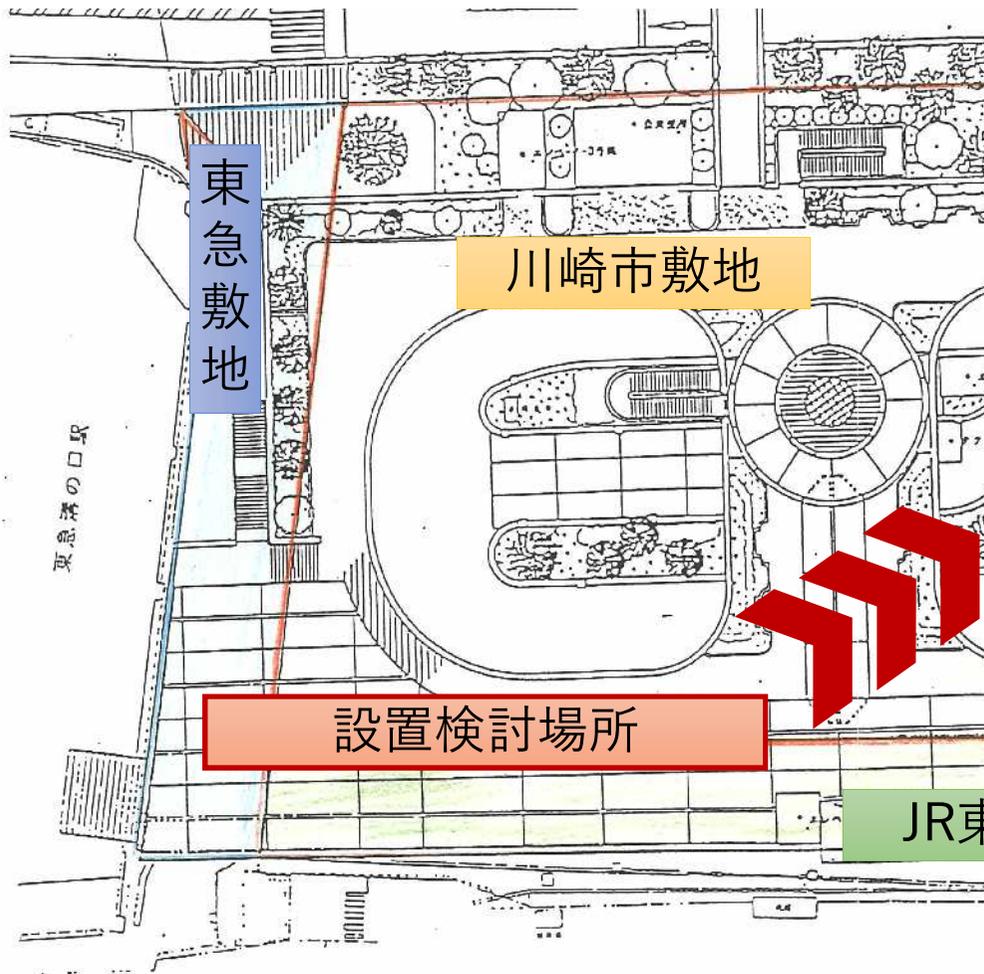
【市民の行動変容に資すること】

- 市民に対して、「これも脱炭素？」といった気づきを与えられること
- 住む人、訪れる人が、脱炭素が身近で取組やすく、経済的効果を実感できること
- 個人の行動にどの程度CO₂削減貢献量があるか可視化されること

04 想定される活用パターンなど

デジタルサイネージ設置検討場所

支柱上部へ設置



※各敷地での設置にあたっては課題があります。

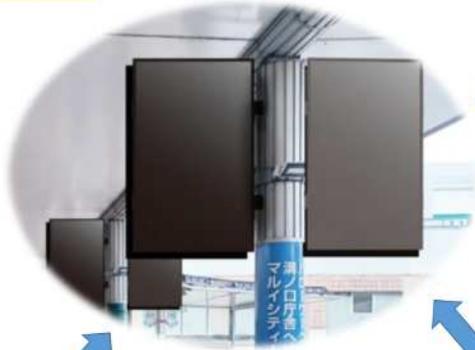
04 想定される活用パターンなど

コンテンツ・放映の仮想定



**A: 行動変容PJ関係等
(DAM会員コンテンツなど)**

**C: DAM及び脱炭素に係る取組
(行政広報)**



**B: 企業広告
(SDGs、社会貢献活動など非営利活動)**

**D: 地域活動などの市民投稿
(ダンス、環境活動、学校行事など)**

【放映イメージ】

1日19時間（5時～24時）3分サイクル、1枠15秒～30秒

A:B:C:D=4:3:2:1 or 4:4:1:1 A,Bの枠は収入を見込む（参加費、広告費）

収入を想定した取組の方向性

- 駅メディアランク、放映コンテンツ等を考慮し、1枠（1週間、15秒or30秒）で想定
- 現在自走に向けて、複数社で立ち上げた行動変容プロジェクトで、放映コンテンツを検討中



- 今年度実施している行動変容プロジェクトを通して、参加意義・メリットを見出し、価値向上に繋げていくことを目指す
- 今年度の行動変容プロジェクトを踏まえ、参加事業者の拡充を図り、密に對話しながら、可能な限り民間事業者の活用を前提にした設置・管理・運営手法を検討

川崎市敷地側での課題

- ① 道路占用許可基準（出幅、路面からの高さなど）の制限等、占用の課題あり。場合によっては、都市再生整備計画の作成、道路占用許可基準作成が必要
- ② 荷重制限の構造確認など詳細調査が必要
- ③ 維持管理の取扱い検討
- ④ 屋外広告物設置基準の制限あり。掲出する物によっては、基準の作成が必要。また、広告であれば屋外広告審議会への諮問が必要

鉄道事業者敷地側での課題

- ① 鉄道事業者との協議（必要に応じて協定書の見直し）が必要
- ② 各広告事業者から直接広告収入は不可。広告内容についても制限がかかる可能性あり。また、行政広告等公の内容であってもJRから一定の審査が入る可能性あり
- ③ 荷重制限の構造確認など詳細調査が必要
- ④ 維持管理の取扱い検討
- ⑤ 屋外広告物設置基準の制限あり。掲出する物によっては、基準の作成が必要。また、広告であれば屋外広告審議会への諮問が必要

06 想定スケジュール



令和7年度 設置手法の方針策定



令和7年度～8年度 公募実施

07 皆様から御意見をいただきたい事項



01 設置場所

(現行案に付加した効果的な設置場所)

02 設置に係る有効な事業手法

(設備設置から維持管理までの事業手法)

03 デジタルサイネージ活用方法

(放映コンテンツの内容や運用方法について)

04 民間事業者参画の可能性

05 想定内容をベースとした自走の可能性とアイデア

(参考) 周辺状況

屋外広告物	<u>屋外扱いのため、屋外広告物に該当（新規基準・審議会必要）</u>
掲出場所の特性 （乗降客数）	約137,000（人/日） ※JRのみ 約13万9,000（人/日） ※東急田園都市線HP
構造上の課題	柱や道路の耐荷重等が不明 （設置前提でないため）
給電	<u>デジタルサイネージを設置する場合工事が必要</u> （設置前提でないため）