

大阪市広告事業行動指針

令和 2～5 年度の取組

1. はじめに

大阪市では、厳しい財政状況の中、市民の安全・安心を支える安定した財政基盤の構築をめざし、本市の資産を広告媒体として有効活用することによる税外収入の確保、あるいは経費の削減を図るため、全庁的な推進組織である「大阪市広告事業推進プロジェクトチーム」のもと取組を推進してきました。

「市政改革プラン 2.0」において、効率的な行財政運営をめざすための歳入確保の具体的な取組として「広告事業の推進」が掲げられ、「大阪市広告事業行動指針（平成 28～31 年度）」に基づき、広告事業に取り組んできました。

今後も、全庁的に広告事業を推進し、税外収入の確保等に努め、必要な市民サービスの維持・向上につなげるため、「大阪市広告事業行動指針（令和 2～5 年度）」を策定しました。

2. 現状と課題

平成 24 年 4 月に策定した「大阪市広告事業行動計画」に基づく取組を推進した結果、最終年度の平成 26 年度には目標額とした 5 億円を達成し、政令指定都市の中でもトップクラスの水準となりました。

現行の広告事業行動指針の取組期間である平成 28 年度から令和元年度においても、目標額の 5 億円を達成する見込みです。

しかしながら、媒体別では目標額を達成できていないなどの課題があり、広告主獲得に向けて、ネーミングライツの一斉募集や協力広告代理店制度の導入を図ってきましたが、課題の解決には至っていません。

一方、広告主を確保できている大規模施設において改修工事が実施されており、大幅な広告料収入の減収が見込まれています。

3. 取組期間中（令和2～5年度）における目標効果額

広告料収入の大幅な減少が見込まれる状況においても、政令指定都市トップクラスの水準を保つため、より戦略的な広告事業の展開により、これまでと同程度の効果額をめざす。

広告事業効果額5億円程度を確保

※ただし、各年度の媒体別目標額は、取組期間内に大規模施設の改修が実施されることから、工事の進捗状況等も踏まえ、前年度中に適切に設定するものとする

4. 媒体別の取組方針

(1) ネーミングライツ

【これまでの取組状況】

➤ 大規模スポーツ施設 8施設

長居球技場
長居陸上競技場・長居第2陸上競技場
中央体育館
大阪プール
靱テニスセンター・靱庭球場
舞洲体育館



長居陸上競技場

➤ 歩道橋 41橋（梅田新歩道橋、阿倍野歩道橋、その他の歩道橋）

➤ 河川施設（道頓堀川の船着場 3施設）

➤ 区民センター等（此花区、中央区、港区、生野区、城東区、鶴見区、住之江区）

➤ 図書館 2施設

中央図書館
港図書館

➤ その他のネーミングライツ（※）

天王寺動物園新世界ゲートのトイレ
南港R地区荷さばき地
てんのうじ吹奏楽フェスティバル



千鳥橋歩道橋

（※）ネーミングライツ料に加え、パートナーに施設の清掃やイベントへのご協力等いただくもの

【今後の取組方針】

- パートナーを獲得できていない施設は、全庁的に成約事例を共有したうえで、ターゲットを絞ったPR活動を実施するなど、戦略的な営業活動に取り組む
- パートナーの一斉募集情報の認知度向上に努める
- 既にパートナーを獲得している施設についても、本市として積極的に愛称を使用するなど、パートナーの満足度を高める取組を推進し、媒体価値の維持・向上をめざす

(2) 施設を活用した広告

【これまでの取組状況】

- 庁舎（本庁舎、区役所）
- 市民利用施設（スポーツセンター、図書館等）
- 道路施設（地下道、歩道橋、自転車駐車場、道路照明灯）
- 都市公園内施設（天王寺公園、長居公園、八幡屋公園）

【今後の取組方針】

- 道路照明灯へのバナーフラッグや公園施設への広告掲出等を区役所と連携し、積極的に取り組む
- 庁舎、市民利用施設、地下道等の壁面等を活用した広告の継続、拡充

(3) デジタルサイネージ（ディスプレイ）広告

【これまでの取組状況】

- 庁舎内（本庁舎、区役所等）
- 都市公園内施設（天王寺公園）
- 道頓堀観光案内板

【今後の取組方針】

- 近年、市場が拡大しており、今後も拡充が見込める媒体であることから、設置可能場所を検証し、導入数を増やす。



道頓堀観光案内板

(4) その他の媒体

【これまでの取組状況】

- ホームページバナー
- 広報紙
- 封筒、パンフレット等印刷物
- 公用車

【今後の取組方針】

- 既存の媒体に関しては、広告の位置等を検証し、媒体の魅力を高める工夫を積極的に行い、媒体価値の維持・向上に努める

5. 戦略的な広告事業の展開

(1) 広告主獲得に向けた取組

- 広告代理店等からの提案に基づいた、新たな広告主募集制度を検討
- 協力広告代理店制度を活用した業界動向・ニーズの把握

(2) 他団体における先進事例の導入

- 他団体の先進事例を調査し、本市での導入を積極的に検討

(3) その他の取組

- メールマガジンの配信やホームページでの募集情報の積極的なPR
- 広告事業全般に関する相談窓口の設置