

中野サンプラザ壁面等広告活用に関する運用方策について

中野サンプラザ壁面等を活用した効果的な広告事業の運用方策を検討するため、広告事業者等へのヒアリング調査を実施した。これを踏まえて、中野サンプラザ壁面等広告活用に関する運用方策を取りまとめたので、以下のとおり報告する。

- 1 中野サンプラザ南側広場等の暫定活用状況
 - ・中野サンプラザパフォーマンスフィールド事業
 - ・占有貸付事業
 - ・フィルムコミッション

- 2 広告活用によるメリット
 - ・アニメやアート、サブカルチャーなどの文化・芸術関連コンテンツによる地域ブランド推進
 - ・中野駅周辺における景観や賑わいの向上
 - ・シビックプライドの向上
 - ・将来的な中野駅周辺エリア全体でのプロモーションに向けた可能性の模索
 - ・歳入の確保

- 3 中野サンプラザ壁面等広告活用の方向性
 - ・令和8年度(2026年度)に予定されている中野駅西改札の開業等に合わせた、賑わいの創出や情報発信は必須であるという認識のもと、その一助となるよう進めていく。
 - ・中野サンプラザ建物の解体工事時期の目標が明らかになったことを踏まえ、令和11年度(2029年度)までを事業期間として進める。

- 4 ヒアリング調査結果
 - (1) ヒアリング実施事業者
5社
 - (2) 主な提案内容
 - ・(アニメ企業による)建物の壁面、窓面を活用した広告掲出
 - ・工事仮囲いへの広告掲出
 - ・建物横壁面を利用したミューラルアートの展開
 - ・南側広場を活用したデジタルサイネージの設置
 - ・南側広場ネーミングライツと取得企業による広告展開
 - ・広告幕型の掲出

(3) 費用負担

広告事業者等が広告制作、施工等を担い、区の費用負担が生じない事業構築とすることは可能である。

(4) ヒアリング調査等を踏まえて明らかとなった広告活用に当たっての課題

- ・とくに壁面への掲出に当たっての技術的可否とそれに伴う安全性を確認しながら進めていく必要がある。
- ・広告媒体としてのポテンシャルは認められるものの、現段階では広告価値の評価が困難であり、広告主の参画が不透明である。
- ・東京都屋外広告物条例等による表示面積や掲出方法の制約があることから、都度、東京都広告物審議会特例小委員会への付議が必要となる。
- ・建物壁面へのデジタルサイネージの設置は、消防法上困難である。なお、南側広場に設置する案が示されたが、高圧電源の引き込みを前提とするものであるとともに、広場地面への荷重制限があることから、広場を囲う形での設置が必須となる。そのため、南側広場の利用が大幅に制限される。
- ・審査機関の設置、施行に向けた準備など少なくとも1年程度の準備期間が必要となる。



- 限られた期間の中で、効果的・効率的に広告活用事業を実施していくには、賑わいの創出に向けた取組と上記内容の検証とを同時並行して進めていくことが必要不可欠である。
- 時間的な制約や空間の効果的・有効的活用の観点から、デジタルサイネージによる広告掲出を前提としない事業スキームとする。

5 中野サンプラザ壁面等広告活用の進め方

(1) 令和8年度(2026年度)

建物の特性による施工性や安全性、法令制約、広告価値、広告内容に対する区民の受け止め等の多くの不確実性が存在しており、本格的な事業化に当たっては、事前の検証が不可欠である。

そこで、令和8年度(2026年度)は広告活用事業の試行期間と位置付け、中野区基本計画に掲げる取組の一つである「アニメやサブカルチャーなどのコンテンツによる地域ブランド推進」に合致し、「アニメーションによるプロモーション」という中野サンプラザ土地・建物等の暫定利用の目的に沿って実施する。

具体的には、本事業の目的を踏まえ「アニメでつながる中野実行委員会」に参画する区内アニメ関連企業によるアニメ関連広告に限定して実施する。

本試行期間については、このような事前の検証に協力意向のある区内アニメ関連企業と協定を締結し、事業目的や検証内容の特性を踏まえ、随意契約を基本として実施する。

当該建物等に対する広告掲出の技術的可否、安全性、広告効果、区民や来街者の受容性などの検証を行い、次年度以降における本格的な広告活用事業の在り方を検討するための資料とする。

なお、上記区内アニメ関連企業にもヒアリング等を実施したところ、現時点において協力に前向きな意向を示している事業者がある。

(2) 令和9年度(2027年度)以降

検証結果等を踏まえ、広告掲出方法や広告内容に関する基準等の整理を行ったうえで、令和9年度(2027年度)以降の広告事業者については、競争性を確保しつつ本格的な広告活用事業として実施する。さらに、将来的な中野駅周辺エリア全体における広告展開に向けた研究を行っていく。

6 今後のスケジュール(予定)

令和8年5月以降	アニメ関連企業との調整、協定締結などの準備
7月以降	試行期間(順次広告掲出)の開始、本格実施に向けた事業スキームの検討
令和9年2月	プロポーザルによる事業者募集
4月以降	広告公募事業開始(本格実施)