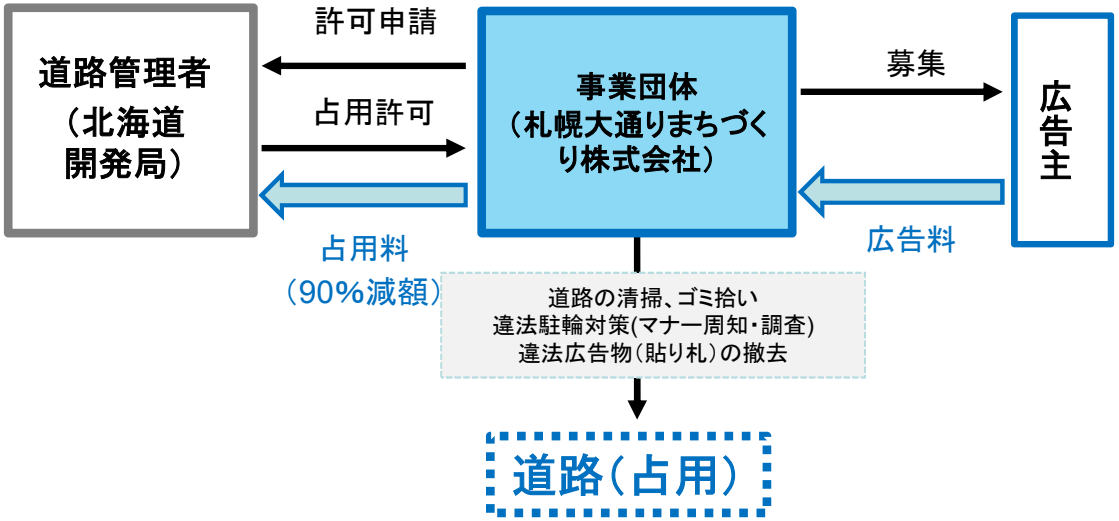
北海道札幌市

実施事業	●まちの賑わい創出や道路の通行及び利用者の利便の増進に役立てることを目的とした広告事業
広告掲載の目的	●統一感のある街並みを形成できる看板や広告塔の設置
広告媒体	●広告塔3基 （食事・購買施設と一体となった広告を中心に展開）
広告主	●選定方法は先着順による申込 ●地元商店街との連携 ●食事、購買施設と一体となった広告を中心に、一般広告、地域イベント情報等を掲載
使途	●清掃、美化活動の実施 ●違法広告物（貼り札）の撤去 ●放置自転車の整序や利用者へのマナーの周知
広告掲出の効果	●まちの景観の向上 ●まちづくりへの再投資のための収益の確保
運用上の課題	●食事・購買施設と一体となった広告が中心であるため、地域イベント期間以外・冬期の利用低下
今後の展開	●統一感のある街並みを形成するため、都市再生特別措置に基づく特例道路占用区域内における広告塔の追加設置の検討

スキーム（収入、支出（使途））

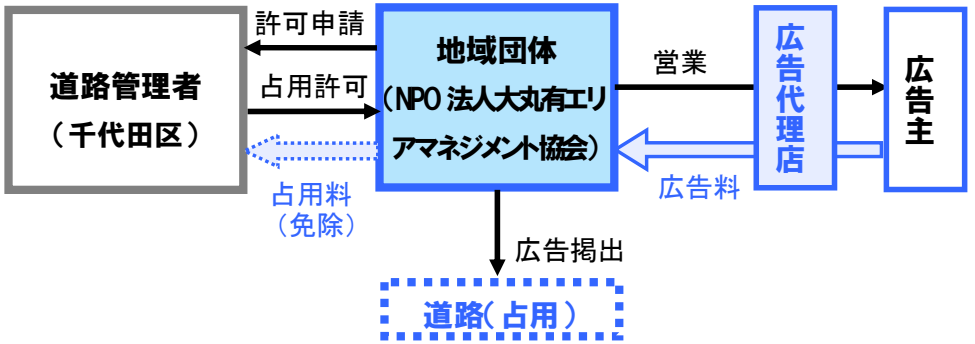


広告提示の様子

東京都千代田区

実施事業	●バナーフラッグによる広告（東京都のモデル事業）
広告掲載の目的	●景観自体を形成すること ●財源を創出すること
広告媒体	●丸の内仲通りを中心として、街路灯86本、街区案内サイン4基（街路灯の一部は千代田区所有）。掲出期間は1～2週間以上
広告主	●美術館、商店会等
使途	●今後、実行委員会に諮って決めていく予定 ●丸の内仲通りへのハンギングバスケットの吊り下げ、区道のボラードの交換等への充当可能性について、所管組織等との協議が必要
収益事業の効果	●丸の内仲通りのさらなる景観の向上 ●収益を確保できたこと
運用上の課題	●通常でも掲出可能となるよう条例改正への働きかけが必要
今後の展開	●エリア内外からの商用広告も積極的に掲出していく予定 ●広告主が広告料と占用料を支払い、区に納入された占用料をハード整備に還元できるようなしくみの構築可能性を検討中

スキーム（収入、支出（使途））

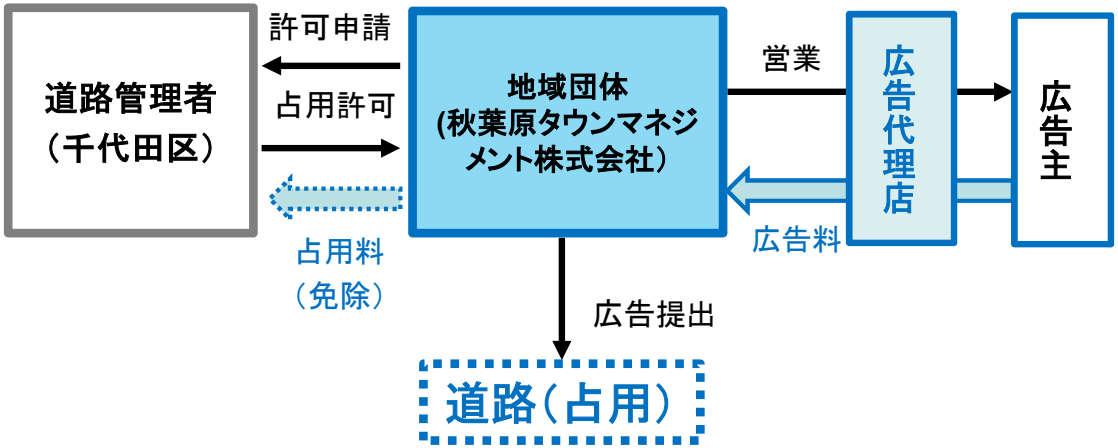


広告掲示の様子

東京都千代田区（秋葉原地区）

実施事業	●広告塔、デジタルサイネージを活用した広告事業（東京都のエリアマネジメント支援事業）
広告掲載の目的	●地域団体（秋葉原ﾀｳﾝﾏﾈｼﾞﾒﾝﾄ㈱）の地域貢献活動（主に清掃・アダプト・パトロール、ｲﾝﾌｫﾒｰｼｮﾝ運営等）に資する財源確保 ●景観向上
広告媒体	●秋葉原駅前東西広場（区道）に設置 街路灯柱巻き（広告塔）10本 ●秋葉原駅前ﾍﾟﾃﾞｽﾄﾘｱﾝﾃﾞｯｷ（区道）に設置 ポスター12面、広告シート16面 床面シート6面、吊りサインシート1本（2面） ●秋葉原駅前昭和通り口広場に設置 デジタルサイネージ8面
広告主	●秋葉原タウンマネジメント(株)が営業活動により広告主を調達
使途	●清掃、パトロールといった地域活動に要する費用に充当 ●地域活動の参加者に付与する特典（Akiba-iポイント）制度の費用に充当 ●防犯カメラ維持などの安全・安心に要する費用に充当
広告掲出の効果	●秋葉原タウンマネジメント(株)の財源を確保し、秋葉原地区の景観向上・美化に一定の効果
今後の展開	●東京都の事業に沿い、地域貢献に資するような、新規媒体の検討

スキーム（収入、支出（使途））



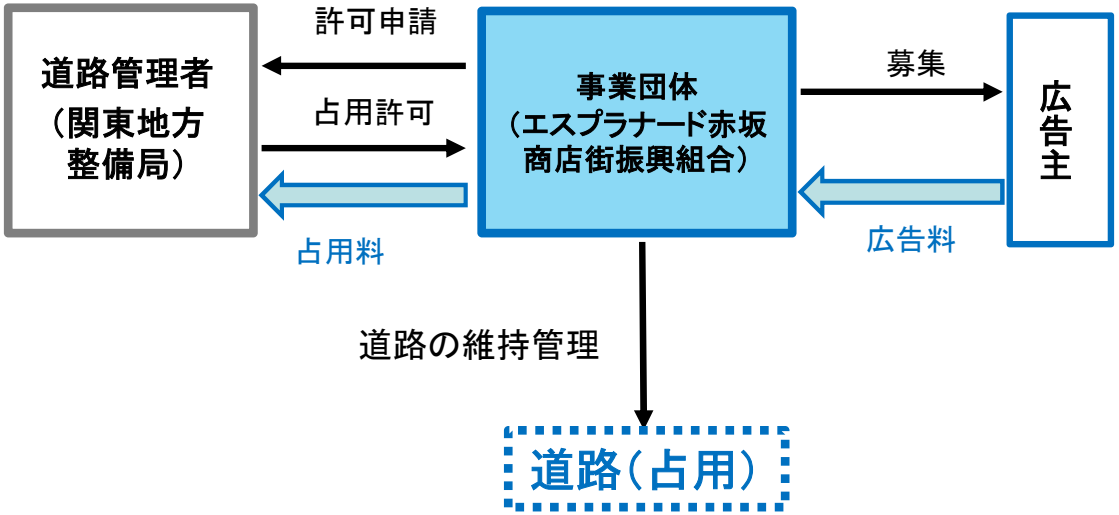
街路灯柱巻き（広告塔）の様子

吊りサインシートの様子

東京都港区

実施事業	●赤坂地下歩道における壁面パネルの広告事業
広告掲載の目的	●広告収入による地域活動の実施
広告媒体	●赤坂地下歩道壁面パネル10枚
広告主	●一般企業 ●営業活動により広告主を確保
使途	●赤坂地下歩道の清掃 ●道路上のガム撤去清掃 ●道路上の夜間警備 ●地域振興活動
広告掲出の効果	●維持管理費への充当 ●防犯及び街並みの賑わいを創出 ●イベントの質・量の向上
今後の展開	●オリンピック・パラリンピックに向け、地方自治体からの広告（観光PR等）に活用してもらえるように働きかけを実施

スキーム（収入、支出（使途））



広告提示の様子

神奈川県川崎市

実施事業
- 街路灯フラッグの広告事業、街路灯の維持管理

広告掲載の目的
- 事業広告収入を得て、それを事業費に充当すること
- 統一的な景観を創出すること

広告媒体
- ポレポレ通りおよびすずらん通りに設置された街路灯約30本

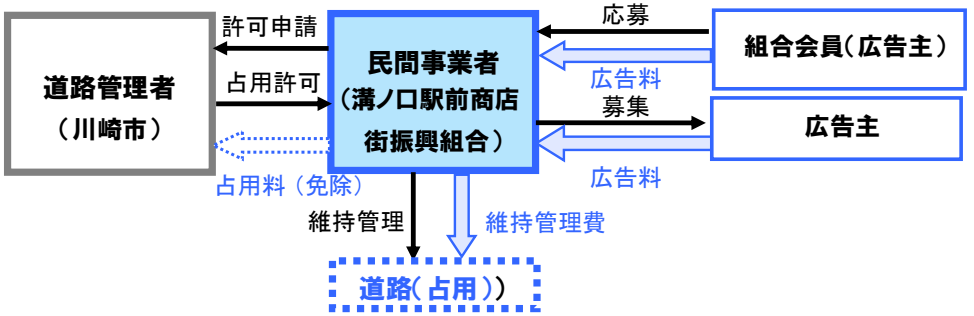
広告主
- 遊技場の広告が多い
- 選定方法は、先着順
- 組合員からの直接連絡により広告枠が埋まる傾向
- 川崎市の「商店街街路灯へ添架する広告旗表示ガイドライン」において、風俗関連など、一定の営業に関するものは制限

使途
- 街路灯の維持管理（電球交換等）に充当
- 商店街のイベント、大道芸、イルミネーション等の事業費の一部に充当

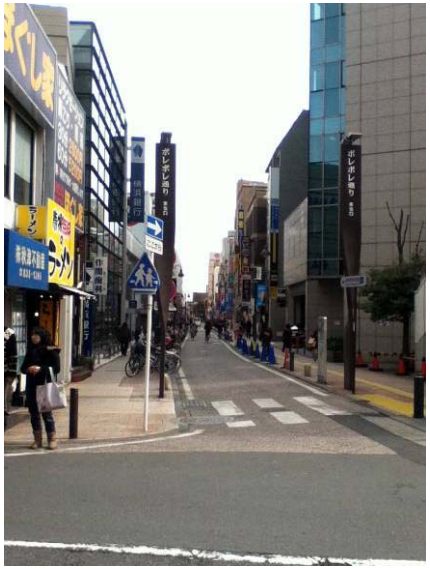
広告掲出の効果
- 維持管理費の捻出
- イベントの質・量の向上
- 街並みの賑わいを創出

今後の展開
- より幅広い広告主に活用してもらうことを検討中

スキーム（収入、支出（使途））



広告掲示の様子



愛媛県松山市

実施事業
- 広告関連として、映像事業と広告事業の収益事業を実施

広告掲載の目的
- 収益の確保
- 統一的な景観の形成

広告媒体
- 商店街に設置された大型ビジョン：商店街の入口2基、アーケード内ビジョン：23基、横断広告板・横断広告幕：5箇所、ポスターフラッグを吊り下げる統一看板

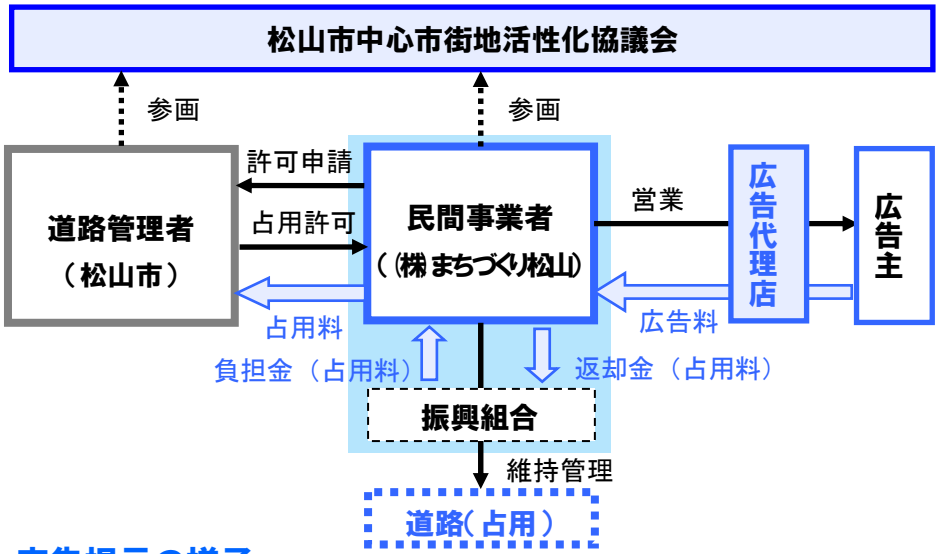
広告主
- 選定方法は先着順
- 映像事業：一般ニュースや公共情報、地域イベント情報、地域団体支援番組、全国版のコマーシャル（地元のテレビ局と連携）
- ポスター広告：英会話学校、交通事業者、住宅会社等

使途
- 広告事業：必要経費を除いた金額を、各振興組合に返却
- アーケード内で行う土曜夜市等のイベントの広告や経費等に充当
- 映像事業：経費を差し引いた分を、当社運営費に充当

広告掲出の効果
- 商店街の賑わいの創出
- 安定した収入の確保

運用上の課題
- ビジョンの部品等の劣化に対応するための修繕費の確保
- 負担の大きい道路占用料のあり方の検討
- 屋外広告物と道路占用の手続きの一元化
- 景気の動向に大きく左右される広告収入への対応の検討

スキーム（収入、支出（使途））



広告掲示の様子

大分県豊後高田市

実施事業
- 社会実験として、「昭和の町」の街路灯に、2ヶ月間、街路灯広告フラッグを掲出

広告掲載の目的
- エリアマネジメント広告推進委員会においてモデル地区に指定されたこと
- まちづくりのための自主財源の確保、商店街自身が新たな行動を起こす契機となることを目的に実施

広告媒体
- 昭和の町4商店街に設置された街路灯30箇所

広告主
- 江崎グリコ株式会社

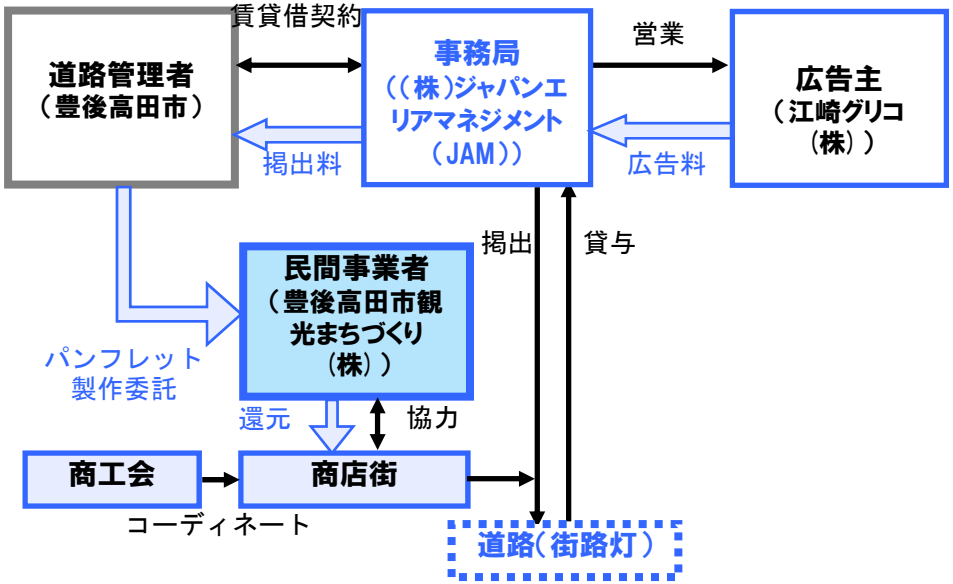
使途
- すべて昭和の町のパンフレットの作成費に充当

広告掲出の効果
- まちづくりの資金を賄う収入の確保
- 街の雰囲気にふさわしい景観の創出
- メディアに取り上げられたことによる一定の集客効果

運用上の課題
- 広告主の確保
- 広告主への貢献や相乗効果を狙うコラボレーション等の企画不足
- 商店街の積極的な取り組みや商店主の高齢化対策と後継者対策の検討
- 一体的申請等の手続きの簡素化。行政官庁も積極的に参加し、住民とともにまちづくりを進めるという姿勢への転換が必要
- 行政手続き、行政機関が多岐にわたる横の共通認識が必要

今後の展開
- 市の方針として、ハードは市が整備し、運営やPR等はまちづくり会社が実施
- 市と商工会議所、商店街、まちづくり会社が連携してまちづくりを進め、まちづくり会社の収益はまちづくりへ還元
- 昭和の町に関係性のある広告の掲出の検討

スキーム（収入、支出（使途））



広告掲示の様子、広告掲示エリア