

なんば広場 幹事会議事メモ

日時： 2025年12月19日(金)13:00~14:00
場所： 準備委員会事務所（河原センタービル）
参加： 戎橋筋商店街 菊地氏、青木氏、山本氏
なんさん通り商店会 木村氏、丹野氏、木本氏、菊澤氏
高島屋 井原氏、藤原氏
なんばマルイ 田中氏
南海電鉄 寺田氏、駒田氏、大前氏
Cyujo 佐藤氏、吉田氏
HBP 岸本氏、福井(記)

1. 今週の論点

(1) 【報告】 イベント実施における表示物に対する建設局からの指摘について

(寺田氏より口頭にて説明)

- ・マルイ前アイドルイベントにおける放映物・掲示物、12/28JRA 啓発イベントのモニター放映(12/28 実施)について、屋外広告物に該当するためモニター設置を是正するよう、大阪市建設局管理課(広告担当)より下記の通り指摘があった。
 - －道路空間から視認できるものは「屋外広告物」に該当する為、現在の運用では道路上での動画放映は不可。
 - －屋外広告物に該当しないためには、イベント会場外から動画を視認できないようにする処置が必要。
 - －大型表示物(7㎡以上)は、屋外広告物のルールに基づき、屋外広告物許可申請が必要。
- ・指摘に対し、準備委員会として下記の通り反論した。
 - －大阪市建設局(屋外広告物担当)出席の会議(2023年)において、前任担当者より「イベントエリア内に設置される表示物は、常時または一定期間継続して公衆に対して表示されるものではないため、屋外広告物の規制対象外である」との説明があり、その旨の議事録が残っている。
 - －過去2年間、イベント内の表示物やモニターが広告に該当するとの指摘は一度もなかった。
- ・上記反論に対し、現担当者より「前任者の解釈は誤りであるため撤回する」との見解が示された。
- ・上記の指摘を受け、下記の通り対処している。
 - －マルイ前イベント(12/25)は、テントを設置し、その中で動画放映する方向で申請受理。
 - －JRA 啓発イベント(12/28)は、広場南側に目隠しを設置し、動画が広場外の通行者に視認できない設えとし、申請受理。
 - －過去と今回で運用が異なった理由について、計画調整局と連携のうえ、建設局管理課に対し文書での回答を求める予定であり、現在調整中。

(上記内容を踏まえて質疑応答・ご意見)

○大阪市への対処について

- ・公募占用指針には、イベント時の動画放映に関して可否の明示はなく、必要な手続きについても定められていない。(質問：寺田氏、回答：岸本氏)
- ・管理課(屋外広告物担当)が前任者の見解を撤回するのであれば、担当者個人の判断ではなく、上司の了解を得たうえで撤回すべきである。指摘を撤回させたうえで、書面および幹事会において直接の説明・謝罪を求める。見解が変更された場合であっても同様。(藤原氏)

- ・最低でも建設局長名にて、正式に書面で撤回を提示すべきである。(菊澤氏)
- ・本事案のような属人化を防ぐため、見解を示した担当者については、署名等により責任を明確にし、行政として意見を述べることの責任所在を明確化することを求める。(田中氏)
- ・これまでの見解の変更が認められるのであれば、広場開業以来2年間の社会実験の運用自体が無意味になる。十分に検証を重ねた後に撤回される可能性があるのであれば、公募前の前提条件が変わるため、社会実験の公募を実施する意味がない。(木村氏)
- ・イベント実施における表示物が屋外広告物に該当するという見解であるならば、広場貸出での収益確保は難しく、準備委員会は広場の運営から手を引く。(山本氏)
- ・担当者の見解が変わらないのであれば、全国のほこみち事業全体のことになるため、市長レベルでの協議を行う。(山本氏)
- ・屋外広告物法および条例の解釈については、弁護士を入れ、厳正にチェックすべきである。(井原氏)
- ・今回の撤回は、官民協働で長年積み上げてきた信頼関係を著しく損ねたものであるという点を、書面にて主張すべき。(山本氏)
- ・これまでの広場運営において、大阪市および準備委員会で方針を合意したうえで、現在の運用を実施している。合意事項を解消するのであれば、双方の了承が必要である。(木本氏)
- ・今回の主催者(JRA)へは、本来損害賠償すべきであるが、出来ないにしても今回の運用は正ではないと準備委員会側は大阪市の見解を飲み切れていないという姿勢を明確にして、準備委員会は主催者へ文書でお詫びしてはどうか。(井原氏)

○国への問題提起について

- ・イベント実施における表示物も屋外広告物であるという見解が認められる場合、なんば広場に限らず全国の公共空間でのイベント運用は実質不可能となる。国としても公共空間の利活用を推進している中で、本事案は全国の公共空間活用の根本を揺るがす問題であるため、全国的な問題として国に問題提起すべきである。(山本氏)

○今後の対処方針について

- ・本幹事会での意見を取りまとめ、計画調整局から建設局管理課へ働きかけるよう要請する。(寺田氏)
 - ・御堂筋では、イベント時の表示物についてどのような対応を行っているのか。(寺田氏)
- 御堂筋では、ほこみち制度ではなく道路協力団体制度を活用してイベントを実施しており、看板等の設置は少ないとのことである。(岸本氏)
- ・ほこみち制度に限らず、大阪府外の他都市における事例についても収集するように。(山本氏、寺田氏)
- 承知した。(岸本氏)

(2) 【審議】広場の定期特殊清掃実施について

(大前氏より口頭にて説明)

- ・路面の汚れが確認されるため、1~2月頃(閑散期)に広場全体の特殊清掃を実施したい。
- ・昨年同様、三和石材より見積りを取得したうえで、昨年実績額(60万円)と大差なければ、同社に依頼することとしたい。
- ・見積額が昨年実績額から大幅に高騰する場合は、再度幹事会にて依頼先を検討する。

(上記内容を踏まえて質疑応答・ご意見)

- ・三和石材の昨年度の清掃実績は評価している。(質問：井原氏、回答：大前氏)
 - ・溝(グレーチング下)も併せて清掃をする必要があるのではないか。(岸本氏)
- 溝については、なんさん北区間もほこみち事業者の管理範囲に含まれるため、清掃対象として欲しい。(木

村氏)

→承知した。(寺田氏)

審議事項：

・特殊清掃は下記2点でよろしいか。

①路面の清掃は三和石材より見積を取得の上、昨年実績額(60万円)と同程度であれば、同社に依頼

②溝(グレーチング下)(範囲：広場～なんさん北区間)は見積取得の上、幹事会で審議した上で実施

→よい。(一同)

(結論)

○決定事項：

・路面清掃は、三和石材より見積取得のうえで、昨年実績額(60万円)と同程度であれば、同社に依頼する。

・溝(グレーチング下)は見積取得の上、幹事会で共有した上で、実施。(広場～なんさん北区間)

(3) 【報告・審議】開催予定イベントについて

(大前氏より配布資料のとおり説明)

○大阪・光の饗宴イルミネーション

・実施日：12/29(月)～12/31(水)

・実施内容：テラスベンチ上にイルミネーションのボックスを設置。

・維持管理協力金(半面)を満額徴収する。

○宝恵駕行列

・実施日：1/10(土)

・広場利用時間：11:35～11:45に隊列整理に利用し、14時頃に再度通過する。

○美容液 POP UP イベント(KOSEI)

・実施日：3/13(金)～15(日)

・実施内容：スポーツ選手をラッピングしたロンドンバスによる商品PR。東京から出発しゴールがなんば広場。

○企業見本市(DDFes) ※新規申請

・実施日：3/27(金)・28(土)

・実施内容：なんば広場およびなんさん通りにて、国内外のスタートアップ企業など約60社が出展。

・審議事項：主催の商工会議所より、維持管理協力金50%減免の依頼を受けている。

(上記内容を踏まえて質疑応答・ご意見)

○企業見本市(DDFes)維持管理協力金の減免について

・営利事業ばかり実施しているという指摘を回避するためにも、実施すべきイベントである。(木村氏)

・商工会議所は公益性があると認め、減免することも可能だが、減免対象となる根拠はあるのか。(木本氏)

→広場完成前作成の減免規定では、商工会議所は「行政組織およびそれに準ずる団体」として減免対象となっているため、減免対象としていた。(岸本氏)

・協定期間運用時に利用していた減免規定は、ほこみちの運用に併せて改定する。(寺田氏)

審議事項：

・企業見本市(DDFes)の維持管理協力金は、50%減免とすることでよいか。(寺田氏)

→よい。(一同)

(結論)

○決定事項：企業見本市(DDFes)の維持管理協力金は50%減免とする。

○検討事項：維持管理協力金の減免規定を改定する。

(4) 【報告・審議】 広告関連について(Cyujō より)

(佐藤氏より資料のとおり説明)

○金額表示の基準について

・楽天モバイル広告のデザイン審査の際に、今後の金額表記に関する基準を設けたいとの議題が挙げられたため、楽天モバイルの事例を参考に、以下の基準を設定してはどうか。

－金額表記の面積：全体の20%以下

－表示時間：全体の50%以内

○バナー広告の連続掲出期間について

・現在、4週間単位の掲出でバナー広告の営業を行っているが、連続した期間の広告掲出を受け入れるかどうかを決定いただきたい。

○営業報告

・現在、下記のプラットフォームにビジョン・バナーの媒体資料を掲載中または掲載予定である。

－SPACE MEDIA (掲載中) /メディアレーダー (掲載中) /オーマッチ (掲載予定)

(上記内容を踏まえて質疑応答・ご意見)

○金額表示の基準について

・金額表記が画面中央に配置されるものについては、不可とする対応でよいのではないかと。(木本氏)

・金額表記の基準は内規扱いとし、運用状況を確認したうえで、正式な審査基準として位置付けることでどうか。(岸本氏)

・価格訴求を主目的としたものは避けるべきであり、商品の宣伝における補足情報として金額が記載されることについては問題ない。(山本氏)

・まずは内規として運用し、検証を行うこととする。(寺田氏)

○バナー広告の連続掲出期間について

・特定の企業が長期間バナーを掲出した場合、競合する他企業が当該期間のイベント実施を避けることとなり得るか。(質問：岸本氏、回答：佐藤氏)

→イベントを優先する観点から、バナー広告は掲載の2.5か月前までは仮押さえとし、イベントの申込み状況を勘案したうえで、バナー事業者・イベント事業者双方に支障がなければ掲出を認める運用としてはどうか。(井原氏、藤原氏)

・社会実験の観点から、様々なデザインや企業の広告を受け入れつつ、販売メニューや運用方法を改良していくことが望ましいのではないかと。(岸本氏)

・連続期間で申し込んだ場合、金額の割引は現時点では検討していない。(質問：井原氏、回答：佐藤氏)

・ビジョン広告とは異なり、都市景観への影響が大きいため、広場のブランディングとの兼ね合いを考慮し、抽象的な基準ではなく、厳正な審査が必要である。(山本氏)

・バナー広告の需要を適切に判断するためにも、連続掲出は認めなくてよいのではないかと。(木村氏)

○バナー広告のデザインについて

・バナー下部35cmに、「なんば広場」および、料金が広場の維持管理に充てられている旨をテキストで記載するルールとなっている。(質問：菊地氏、回答：佐藤氏)

→地域へ還元している旨を記載することが、大阪市の条例で定められている。(岸本氏)

→「なんば広場」という名称表記は、すべて日本語でよいかと。日英併記、もしくはいくつかを英語表記とする

ことについてはどうか。(菊地氏)

・広場のブランディングも考慮し、広告掲出がない期間については、準備委員会としてバナーを掲出してはどうか。(佐藤氏)

→将来的には、季節ごとに色違いのバナーを掲出することも検討してはどうか。(田中氏)

→まずは、ベースとなる広場のバナーを作成する形でよい。(山本氏)

→ロゴが必要となるため、年明けの幹事会にて改めて議論することとする。(寺田氏)

(結論)

○決定事項：

- ・金額表示の基準は、「面積：全体の 20%以下」「時間：全体の 50%以内」とする。
- ・バナー広告は、4 週間単位で受け入れ、連続での受け入れは実施しない。

○検討事項：維持管理協力金の減免規定を改定する。

(5)【審議】 広告審査について

(佐藤氏より資料のとおり説明)

○クライアント 審査

・下記の企業について、広告代理店よりクライアント 審査の依頼があった。(該当企業への営業可否を確認するための事前確認)

－株式会社 MIRACLE WORLD

－株式会社大阪祭典

○デザイン 審査：信和ホールディングス

・現在放映中の広告(1 種類)に加え、追加の動画広告(2 種類)を放映したいとの申請があった。

・追加の動画広告は、当該企業の YouTube にて公開されているものであり、テロップの追加や企業ロゴが常時表示される可能性がある。

○中央区から提供の啓蒙素材について

・現在放映中の中央区提供のポイ捨て啓蒙素材(2 種類)について、ビジョンのブランディングの観点で問題ないか、ご意見いただきたい。

(上記内容を踏まえた質疑応答・意見)

○クライアント 審査：株式会社 MIRACLE WORLD

・本店がパチンコ店であり、風俗営業に該当するため、不可とすべきと考える。(木本氏)

・公式 HP を確認した結果、当該企業は広場のイメージにそぐわないと判断したため、不可とする。(山本氏、木本氏、井原氏)

○クライアント 審査：株式会社大阪祭典

・広場のコンセプトに合致しないため、不可とすべきである。(山本氏)

・出会いの場である広場に、人生の別れに関する広告を掲載することはイメージと合致しないため、不可とすべきである。(木本氏)

○クライアント 審査における不可通知の方法について

・可否判断をルール化せず、都度判断とするのであれば、募集要件に「不可の場合、理由は伝えない」旨を明記すべきである。(木村氏)

○デザイン 審査：信和ホールディングス

・問題なし。(一同)

○中央区から提供の啓蒙素材について

- ・放映内容自体は問題ないが、デザインについては見直す必要がある。(一同)
- 放映は可とするが、デザインは再考いただきたい旨を、準備委員会の意見として共有する。(佐藤氏)

(結論)

○クライアント審査結果：株式会社 MIRACLE WORLD、株式会社大阪祭典⇒不可

○デザイン審査結果：信和ホールディングス⇒申込み受理

○決定事項：

- ・クライアント審査において、不可と判断した場合は理由を通知しないことを、募集要件に明記する。
- ・中央区の啓蒙素材のデザインを再考して頂きたい旨を伝達する。

(6) その他

①【報告】Mrs.Green Apple (以下、ミセス) の広告放映(マルイ提供)について

(田中氏より配布資料のとおり説明)

- ・マルイの企業広告枠として、ミセスの PR 広告を放映する。
- ・放映期間は、1/1(木)~1/14(水)である。
- ・影響力の高いアーティストのため、写真撮影等で大勢の滞留者が想定される。
- ・放映中は注目度が高まり、ビジョンの認知度・価値向上が期待できるため、定期的なミセスの広告提供を担当者へ求めている。

(上記内容を踏まえた質疑応答・意見)

- ・マルイとミセスの関係性は何か。(井原氏)
- マルイは、定期的に全国の主要店舗においてミセスのイベントを実施している。(田中氏)
- 幹事会メンバー限定で無料利用できる広告枠であるため、ミセスとマルイの関係性を明確にし、広告主がマルイであることが分かるようにすべきではないか。(井原氏)
- ご意見は理解するものの、本デザインは監修が入っており、プロダクション側が非常に強い権限を有しているため、マルイのロゴを大きくするなどの対応は難しい。(田中氏)
- 本来、幹事会メンバー限定の広告枠は、構成企業の PR であることが明確に分かる形で実施すべきという認識を、マルイ社内としても持ったうえで放映いただきたい。(寺田氏)
- ・ビジョンの注目度向上に、非常に期待できる。(藤原氏)
- アーティストを起用した際の影響検証という位置づけで放映できるとよい。(駒田氏)

②【審議】自転車 WG への支出について

(山本氏より配布資料のとおり説明)

- ・放置自転車対策ワーキンググループの取り組みについて、配布資料のとおり、12/23(火)にミナミまち育てネットワークより記者説明を行う。
- ・記者説明時に使用するパネルについて、当初予定より大きいサイズ(A0)での拡大印刷が必要となったため、印刷費 3,200 円(税別)を準備委員会より支出したい。

審議事項：

- ・拡大印刷に係る印刷費 3,200 円(税別)を準備委員会より支出することでよいか。(寺田氏)
- よい。(一同)

③【報告】ロータリークラブからの時計寄贈について

(寺田氏より口頭にて説明)

- ・時計については、E-Design がデザインを担当することで、ロータリークラブより承認を得た。
- ・設置の可否については、今後、大阪市管理課と協議を行う。

④【報告】デジサイ動画検証に関するアンケート調査状況について

(岸本氏より口頭にて説明)

- ・現在、平日 70 票、休日 86 票、イベント時 98 票と、各区分の目標数 200 票に対し、おおよそ半数まで収集が完了している。
- ・大阪商業大学・近藤祐二准教授のゼミ生が、ボランティアとしてアンケート調査に協力いただいている。

2. 広場のイベント予定

状況	実施日	イベント名	主催
協議済	11/23(日)~12/25(木)	広場イルミネーション・イベント 【MUSIC LOUNGE (ミニコンサート)】 12/19(金)-25(木) 【まちかどコンチェルト (大阪市音楽団)】 12/25(木)	準備委員会など
協議済	12/25(木)~28(日)	区域②：超特急映画公開&ライブツアープロモ	なんばマルイ
協議済	12/29(月)~31(水)	大阪・光の饗宴イルミネーション	大阪・光の饗宴実行委員会
協議済	12/28(日)	JRA 啓発イベント	JRA
—	1/10(土)	宝恵駕行列	宝恵籠振興会
協議中	1/24(土)・25(日)	大阪ユニークもん博覧会	大阪府中小企業団体中央会
未協議	3/13(金)~15(金)	美容液 POP UP イベント	コーセー
未協議	3/27(金)・28(土)	企業見本市(DDFes)	大阪商工会議所

3. 今後の日程

- ・ 1/9(金) 13:00~15:00 幹事会 ※木村氏オンラインで参加
- ・ 1/23(金) 13:00~15:00 幹事会

以上