

2007年度

恩賜上野動物園 園内広告

募集要項

2007.7

財団法人東京動物園協会

恩賜上野動物園

株式会社キッズプロモーション

1. はじめに

東京都恩賜上野動物園は 明治15年に日本で最初の動物園として開園して以来、120年以上にわたり国民の憩いの場として親しまれ、現在でも年間300万人以上が訪れる、日本を代表するとともに世界でも有数の動物園です。

昨今、自然環境が急速に失われる中、都会においては野生動物と触れ合う機会は極端に少なくなっています。生きた動物達とのふれあいを通して、命あるものを尊ぶ心や自然環境を大切にする心を育成するという動物園の社会的使命はますます重要性を増しているといえます。

恩賜上野動物園では、「ゴリラ・トラのすむ森」「両生爬虫類館」、アジアゾウ舎の改築に続き、2006年には待望の「クマたちの丘」が完成しました。これらの施設では、野生動物の生息する環境を再現した展示や、来園者が動物とのふれあいを楽しみ・学ぶことができるような展示の工夫により、新しい時代に相応しい動物園づくりに努めています。

こうした環境整備の一環として、動物園内にある様々なサインを、よりわかりやすく、動物園らしい統一感のあるデザインに 更新・整備する「サイン整備事業」が現在進行中です。

一方、東京都では、都市再生に向けて民間活力の導入や、そのための規制緩和を全庁的に推進しています。動物園等の有料施設においても今までの広告掲示に関する規制が緩和され、動物園にふさわしい協賛企業に、園内の一定の効果的な場所に広告掲示を認めることとなりました。

恩賜上野動物園では、園内に広告を掲示することにより民間企業より協賛金を募り、この資金を活用して、園内サインの更新をはじめとする環境整備計画を推進していきたいと考えています。

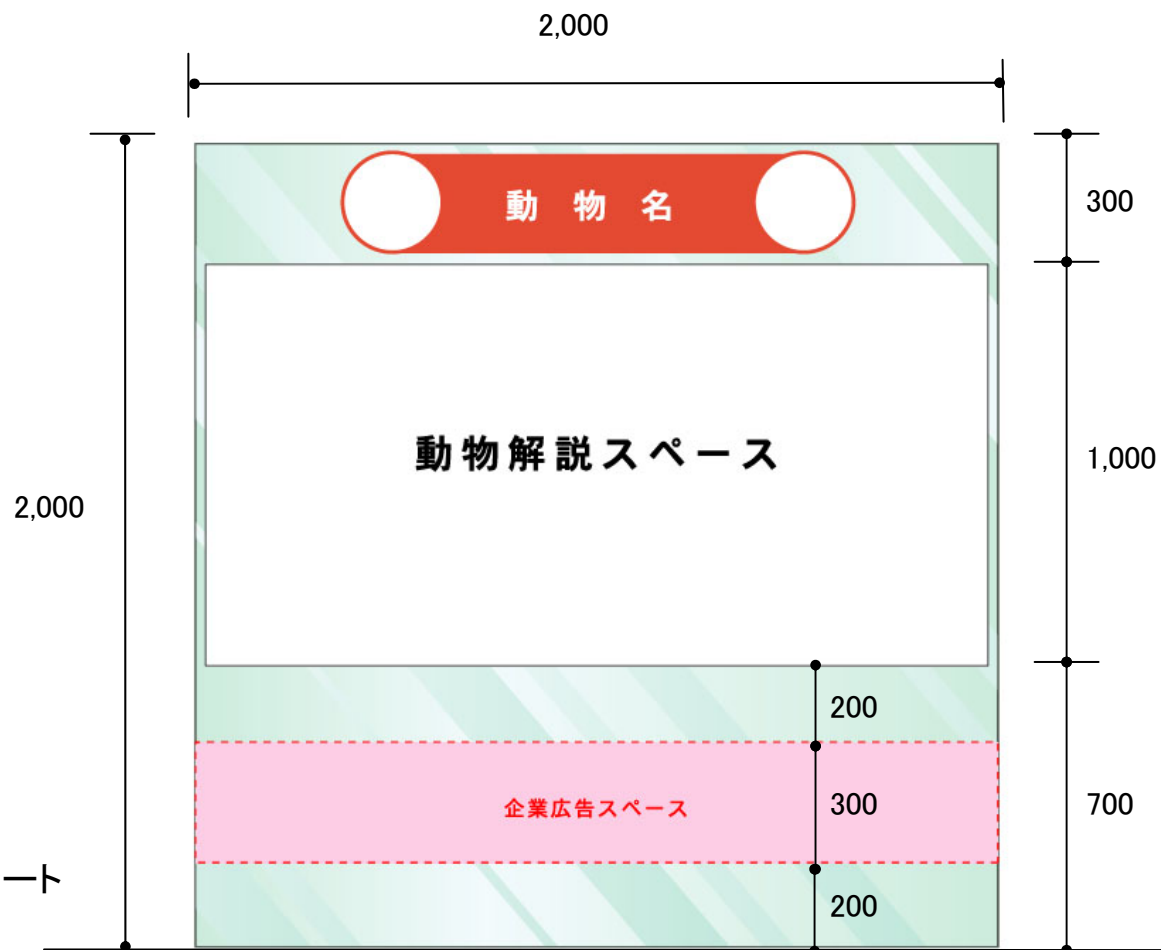
企業の皆様におかれましては、この「サイン整備事業」に 是非とも ご理解をいただき、皆様のプロモーション活動の一環として 活用していただければ幸いです。

2. 企画概要

- 【 場 所 】 恩賜上野動物園内
- 【 広 告 物 種 類 】 動物解説ボード(ジャイアントパンダ、ゴリラ) 計2種
- 【 掲 出 期 間 】 1年間(次年度以降自動更新可能)
【ジャイアントパンダ】 2007年9月27日～2008年9月26日
【ゴリラ】 2007年9月22日～2008年9月21日
- 【広告スペース及び
サイズ・仕様】 別紙参照
- 【 申 込 の 流 れ
ス ケ ジ ュ ー ル 】
1. 所定の申込用紙にて申込を行ってください。
 2. 広告主は「上野動物園広告掲示等判定会」にてクライアント審査を行い、
後述の判断基準に基づき広告主として決定→契約いたします
(決定優先です)。
 3. 決定しました広告主は掲出デザインを提出願います。
上記判定会にてデザイン審査をさせていただきます。
※データの入稿形式ならびに製作スケジュールは別途ご連絡いたします。
- 【 備 考 】
1. ご提出いただいたデザインに対し、判定会より色・文字などの一部修正をお願い
する場合があります。
 2. 広告シート製作・施工費は別途実費が必要となります(後述参照)。
※製作・施工は(財)東京動物園協会にて行います。
 3. 広告掲示申し込み後ならびに契約後のキャンセル料は、提案料金の100%を
申し受けます。
 4. 支払条件: 掲出時現金。
 5. 広告主メリットとして、動物園のホームページ「東京ズーネット」
(<http://www.tokyo-zoo.net>)に「サイン整備事業協力企業」の紹介を掲載しております。

3. ボード仕様・掲出箇所

●動物解説ボード仕様



- 掲出:両面
- 材質:ガラス
- 仕様:再剥離シート

(単位:mm)

動物解説ボード(ジャイアントパンダ)



掲出場所: パンダ舎前

通行量(参考): 約280万人/年

年間掲出料: 280万円(消費税別)

シート製作取付費: 10万円(消費税別)

※パンダ舎は動物園内でトップの人気スポット。来園者の大多数がパンダ舎前を通過します。小さい子供さんにもパンダは認知しやすいため、家族連れの来園者は必ずと言っていいほど、解説ボードに目をとめています。

動物解説ボード(ゴリラ)



掲出場所:ゴリラ・トラの住む森

通行量(参考):約220万人/年

年間掲出料:220万円(消費税別)

シート製作取付費:10万円(消費税別)

※動物園内でも有数の人気を誇るゴリラ舎前の解説ボードは来園者の集まりやすい場所に立っていることもあり、注目度は抜群です。

4. 掲出申込用紙送付先

■掲出申込用紙送付先・お問合せ窓口

株式会社キッズプロモーション

〒169-0075

東京都新宿区高田馬場1-16-30 KIKビル1階

担当 椎原

TEL 03-5155-5657

FAX 03-3207-5562

E-mail : a-shii@ckg.co.jp

■管 理 元 財団法人 東京動物園協会

TEL 03-3828-8235

FAX 03-3828-8237

5. 恩賜上野動物園の概略

【沿革】 1882年(明治15年)日本初の動物園として開園

【名称】 東京都恩賜上野動物園

【住所】 東京都台東区上野公園9-83

【敷地面積】 14ヘクタール

【飼育動物数】 約500種3,100点

【年間入場客数】 約365万人(平成18年度実績)、約339万人(平成17年度実績)

【入園料】

	個人	団体(20名以上)
一般	600円	480円
中学生	200円	160円
65歳以上	300円	240円

※小学生以下と都内在住・在学の中学生は無料
※身体の不自由な方(障害者手帳等をお持ちの方)
と付添者1名は無料

【開園時間】 午前9時30分～午後5時(入園券の発売及び入園は午後4時まで)

【無料公開日】 開園記念日(3月20日) みどりの日(5月4日) 都民の日(10月1日)
老人福祉保健週間中(9月15日～21日)の開園日は、60歳以上の方と介添者1名は入園無料

【休園日】 毎週月曜日(ただし、月曜日が祝日、都民の日にあたる場合は、その翌日に休園)
年末年始(12月29日～翌年1月1日)
年間開園日数 313日(平成18年度実績)

6. 広告掲示判断基準

上野動物園広告掲示判断基準

平成17年4月15日一部改正

上野動物園内の広告掲示については、「有料施設内における広告掲示について」(平成14年11月1日付公園緑地部長通達)に基づき、下記のとおり判断基準を定める。

記

1 基本事項

- ①動物園に掲示する広告として、それに相応しい品位をもったものであること。
- ②広告は、消費者(購入者、利用者等)に対する情報の提供であること。

2 掲示基準

- ①広告を掲示できる施設の種類の、環境啓発ボード及び動物解説ボードとする。
- ②広告の形状・模様・色調等は、園の美観を損ねず、周囲の景観と調和のとれたものとする。
- ③環境啓発ボードに掲示できる広告内容は、動物園の普及宣伝や地球環境保全、野生動物保護、希少動物の繁殖、環境学習など動物園事業に貢献する内容が含まれているものとする。
- ④環境啓発ボードに、団体名又は企業名及び商品名並びに商品広告を表示する場合、その表示面積は、原則として同広告施設の表面積の1/2以下で、かつ10㎡以下とする。
- ⑤動物解説ボードに表示できる内容は、団体名又は企業名、商品名及び動物デザインとし、その表示面積は、原則として動物解説ボードの表面積の1/5以下で、かつ2㎡以下とする。
- ⑥広告の掲示期間は、原則として1年とする。

3 規制広告基準

3-1 規制の観点

- ①消費者保護の観点
 - ・ 広告を見て行動する消費者に対して不適切な表現
 - ・ 消費者に不利益となる表現
 - ・ 誇大な表現、故意に誤認させる表示
 - ・ 商品・サービス・掲出企業が社会的に不適切なもの
 - ・ 消費者に多大な損害を与える恐れのあるもの

- ②児童及び青少年保護の観点
 - ・性について露骨、卑猥な表現
 - ・暴力団や殺人その他反社会的な事柄を容認する表現
- ③動物園としての観点
 - ・特定の政治宣伝、宗教宣伝を主目的としたもの
 - ・人権侵害、名誉毀損等の恐れがあるもの
 - ・動物園事業に支障のあるもの
- ④公正競争規約としての観点
 - ・薬品、不動産、その他各種の公正競争規約に抵触するもの
- ⑤各種法律上の観点
 - ・医療法、薬事法、不当景品類及び不当表示防止法に違反しているもの
 - ・法律で認められていない商品やサービス
- ⑥その他社会通念上の観点
 - ・暴力や投機をあおる恐れのあるもの
 - ・不安や不快な念をもたらすもの

3-2 一般的な表現の規制基準

- ①根拠のない最大限の表現(誇大広告)
- ②故意に誤認を誘う表現(不当表示)
- ③効果効能の約束
 - ・儲かる、効く、良くなる等
- ④人権侵害、名誉毀損、性差別

3-3 業種・商品ごとの表示規制等

- ①不動産広告
 - ・公正競争規約による表示規制
 - ・投げ売り、特売、早い者勝ち等契約を急がせる表示は認めない
- ②コンタクトレンズ
 - ・「コンタクトレンズは医療器具。必ず眼科医の処方により、正しくお使い下さい。」との表示が必要
- ③医薬品
 - ・「この薬は、使用上の注意をよく読んで、正しくお使い下さい。」との表示が必要。なお、痩せる、治る、軽くなる等の効果の約束表示は認めない。

④病院・医療機関

- ・医療法(69条:医業等に関する広告の制限、70条:広告することができる診療科名、71条:助産婦等に関する広告の制限)に規定する事項以外は認めない。

なお、美容、整形外科についても医療法の趣旨による。

⑤グループ競合

- ・大型企画、表示内容等は事前に要相談

⑥銀行・信販カード

- ・キャッシング機能表示は事前に要相談
- ・「ご利用は計画的に」等の標語を明示すること

⑦タイアップ広告・連合

- ・表示内容等は事前に要相談
- ・関連性がありパッケージ化されたものであれば掲出可

⑧情報通信・携帯電話

- ・混雑した車内等では、「心臓ペースメーカー等への影響を考慮して携帯電話の電源をお切りください。」等のマナー表示を入れる。

⑨消費者金融

- ・動物園は環境学習の場でもあり教育上好ましくないので認めない。

⑩たばこ

- ・動物園は環境学習の場でもあり教育上好ましくないので認めない。

⑪酒

- ・動物園は環境学習の場でもあり教育上好ましくないので認めない。

⑫政治宣伝

- ・特定の政党、政派の政治宣伝に関わるので認めない。

⑬意見広告

- ・意見発表の場としないので認めない。

⑭宗教、宗派

- ・特定の宗教、宗派の宣伝に関わるので認めない。

⑮ギャンブル

- ・過度に射幸心を煽る恐れがあるので認めない。

⑩風俗営業等

- ・動物園は環境学習の場でもあり教育上好ましくないので認めない。(公園緑地部の広告掲示等判定会でも認めていない。)
- ・キャバレー、特殊浴場、ストリップ劇場、ラブホテル、アダルトショップ、ファッションマッサージ等及び風俗特殊営業法に定める施設

⑪出版広告

原則として市販されている書籍・雑誌の広告を対象とし、その表現内容について下記事項により審査する。

- ・虚偽もしくは不正確な表現で、事実であると誤認される恐れのある表現がないかどうか
- ・法規に抵触する恐れのある表現はないかどうか
- ・犯罪を示唆したり、暴力を礼賛するなど、社会的に悪と見なされるものを推奨又は肯定する表現がないかどうか
- ・出版広告の形式をとりながら選挙の事前運動などの売名行為が主な目的の表現内容でないかどうか
- ・性に関する表現が、露骨又は挑発的ではないかどうか
- ・痴漢などの性犯罪を誘発、助長するような表現がないかどうか
- ・男女の別なく不快の念をもたらし表現がないかどうか
- ・性犯罪を興味本位に取り上げた表現はないかどうか
- ・児童や未成年の性行動に関する表現がないかどうか

以上