



恩賜上野動物園

園内広告 募集概要



6
June
2019

公益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

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、130年以上にわたり国民の憩いの場として親しまれ、現在でも年間約400万人以上が訪れる、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こと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、2011年春にはジャイアントパンダを2頭受け入れ、来園者の増加に伴い、ますます園内の環境整備が必要になっています。

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」を現在進行しています。

東京都では、都市再生に向けて民間活力の導入や、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から協賛金を募り、この資金を活用し、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。



- 上野動物園概要 -

上野動物園

日本で最初にできた動物園で、年間450万人（平成29年度実績）の来園者が訪れます。スマトラトラ、ニシゴリラ等の希少動物をはじめ、350種あまりの動物が飼育されています。

上野動物園は、多くの動物において繁殖に成功しており、その長い年月で培ってきた飼育技術を活かして、様々な動物の魅力的な展示に取り組んでいます。また多くの方々に楽しんでいただきながら、野生生物保全の重要性を伝えています。

上野駅からのアクセスもよく、美術館や博物館などの文化施設が立ち並ぶ文化・芸術の発信地の中にあり、東京近郊のみならず広い範囲からお客様が来園します。

2011年に2頭のパンダを迎え入れ、当初は5時間待ちとなるほどの盛況をみせ、現在でも週末は1～2時間待ちになるほど行列ができています。

海外からの観光客も増えており、2020年の東京オリンピックに向けてますますサイン整備が必要になっています。



広告の特性について



上野動物園内には、「エサを与えないで」や「ゴリラのすむ森入り口」など、たくさんのサインがあります。案内・誘導サインは動物園を楽しんでいただくために、なくてはならないものです。ところがサインが老朽化し、わかりづらくなってしまったため、民間活力の導入によりサイン整備を行うことになり2004年からサイン整備事業が開始されました。

広告ボードは1級建築士のデザインを採用しており、1枚の強化ガラスでできていて広告が浮かんでいるようなイメージを創出しています。

塗装などのはがれなどにより劣化が目立つ従来のサインボードとは違って、近代的な外観となっています。上部には動物の生態などの説明が記載されており、自然に広告が目に入る位置にあります。親子3代で来園する家族も多い動物園の園内に広告を掲出することで、幅広い世代に向けてアピールができます。

動物園の持つ信頼感・安心感などのイメージが商品や企業のイメージにも繋がり、動物に関係する企業・商品に関わらず、好評をいただいております。

また、映画のプロモーションなど使用実績があり、短期のキャンペーンにもご利用いただけます。

- 動物解説ボードについて -

設置場所	恩賜上野動物園内
広告物種類	動物解説ボード 計 8 種 (ジャイアントパンダ、キリン・オカピ、アジアゾウ、ニホンザル、ニシゴリラ、ヒガシクロサイ、ハシビロコウ、ワシ・タカ) 環境啓発ボード 1 種類
掲出期間	① 1 年間 (次年度以降自動更新可能) 順次受付 ※広告掲出開始日から1 年間として起算します。 ② 1ヶ月(掲出保障期間:4 週間) ※年間でも販売しているため、掲出開始日の5 ヶ月前からのオープンとなります。 上野動物園と東京都の審査が入る為、1ヶ月半前を締め切りとさせていただきます。
サイズ・仕様	別紙参照
申込の流れ	<ol style="list-style-type: none"> 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) 3. 決定しました広告主は40 日前までに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	<ol style="list-style-type: none"> 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(公財)東京動物園協会にて行います。 3. クライアントで複数のボードに掲出をご希望の場合は、ご相談ください。 4. 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。 5. 支払条件:掲出時現金。 6. 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。 ※年間掲出のみ

- ボード概要 -

動物解説ボード

アジアゾウ

掲出場所：ゾウ舎前
通行量：約220万人/年
掲出料：①年間掲出料金：220万(税別)
②短期掲出料金：18万5千円(税別)
シート製作取付費：125,000円(税別)

ニホンザル

掲出場所：サル山前
通行量：約220万人/年
掲出料：①年間掲出料金：220万(税別)
②短期掲出料金：18万5千円(税別)
シート製作取付費：125,000円(税別)

ハシビロコウ

掲出場所：ハシビロコウ舎前
通行量：約160万人/年
掲出料：①年間掲出料金：160万(税別)
②短期掲出料金：13万5千円(税別)
シート製作取付費：125,000円(税別)

契約済み

ヒガシクロサイ

掲出場所：サイ舎前
通行量：約160万人/年
掲出料：①年間掲出料金：160万(税別)
②短期掲出料金：13万5千円(税別)
シート製作取付費：125,000円(税別)

カバ・コビトカバ

掲出場所：カバ舎前
通行量：約160万人/年
掲出料：①年間掲出料金：160万(税別)
②短期掲出料金：13万5千円(税別)
シート製作取付費：125,000円(税別)

撤去予定

ワシ・タカ

掲出場所：猛禽舎入り口
通行量：約160万人/年
掲出料：①年間掲出料金：112万(税別)
②短期掲出料金：9万5千円(税別)
シート製作取付費：107,000円(税別) ※片面掲出

キリン・オカピ

掲出場所：
通行量：約160万人/年
掲出料：
シート製作取付費：

契約済み

ジャイアントパンダ

掲出場所：
通行量：約160万人/年
掲出料：
シート製作取付費：

契約済み

ニシゴリラ

掲出場所：ゴリラ舎前
通行量：約220万人/年
掲出料：①年間掲出料金：220万(税別)
②短期掲出料金：18万5千円(税別)
シート製作取付費：125,000円(税別)

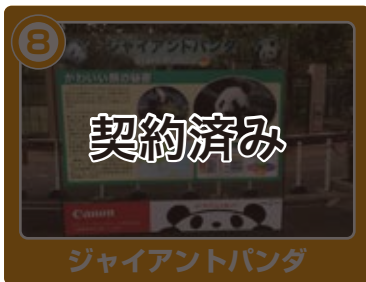
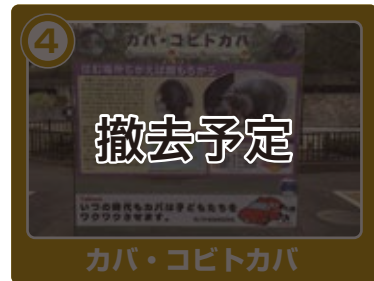
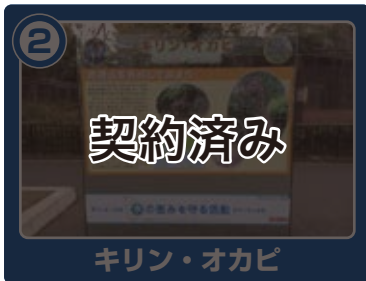
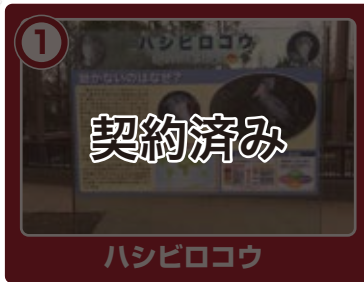
環境啓発ボード

掲出場所：モノレール東園駅前
通行量：約250万人/年
掲出料：①年間掲出料金：250万(税別)
②短期掲出料金：20万9千円(税別)
シート製作取付費：313,000円(税別) ※片面掲出

- 各種ボード掲出場所・仕様 -

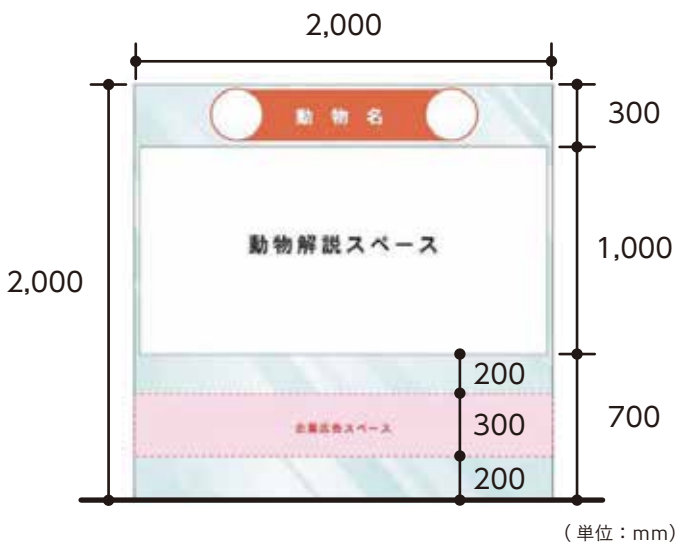
西園

東園



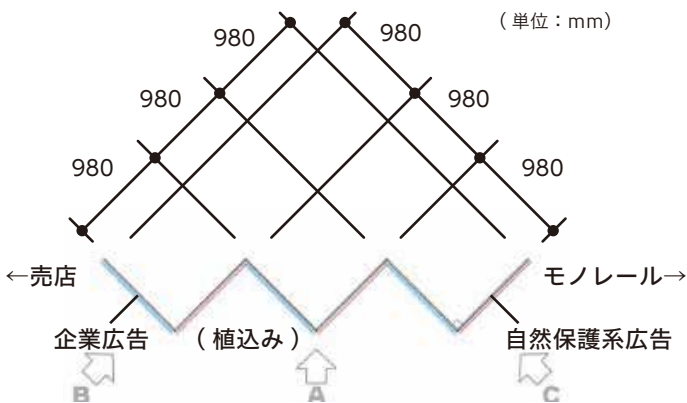
- ボード仕様 -

動物解説ボード仕様



掲出サイズ	H=300mm W=2,000mm
掲出	両面 ※「ワシ・タカ」のみ片面
材質	ガラス
仕様	マーキングフィルム

環境啓発ボード仕様



掲出	企業広告面×3面 H=1,080mm W=980mm 自然保護系広告×3面 H=1,080mm W=980mm
掲出	片面
材質	ガラス
仕様	マーキングフィルム

※企業・自然保護系広告ともにお客様にてデザインをご提出下さい。



- 恩賜上野動物園について -

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350種 2500点
年間入場客数	約450万人（平成29年度実績）
沿革	<ul style="list-style-type: none">● 一般 600円 団体（20名以上）480円● 中学生 200円 団体（20名以上）160円● 65歳以上 300円 団体（20名以上）240円
開園時間	午前9時30分～午後5時（入園券の販売及び入園は午後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	不定休 年末年始（12月29日～翌年1月1日）



- 広告掲示判断基準 1 -

上野動物園広告掲示判断基準

上野動物園の広告掲示については、「都立公園内における広告物の取り扱いについて」(14建公第180号)に基づき、下記のとおり判断基準を定める。

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、下記のとおりとする。
 - ア 環境啓発ボード
 - イ 動物解説ボード
 - ウ アドポスト（広告塔）
 - エ ジャイアントパンダ保護サポート基金（以下、「基金」という）の協賛事業のために設置した以下の各種メディア
パンダ舎バナー、ジャイアントパンダサポーターズプレート、園内セット、園内バナー
 - オ 上記のほか、やむを得ないものとして東部公園緑地事務所長が認めたもの
- ② 広告の形状・模様・色調等は、園の美観又はイメージを損ねず、周囲の景観と調和するとともに、色彩が台東区の景観色彩ガイドラインに準じていること。
- ③ 広告内容が公序良俗に反していないことに加え、未成年者の保護及び健全育成の観点から最大限配慮されていること。
- ④ 環境啓発ボード及びアドポスト（広告塔）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、環境学習などの動物園事業に貢献する内容が含まれているものとする。
- ⑤ 環境啓発ボード及びアドポスト（広告塔）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。
- ⑥ 動物解説ボードに表示できる内容は、団体名又は企業名及び商品名その他これらに関連する文言等とし、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。
- ⑦ 基金の協賛事業に使用する各種メディアに表示できる内容は、団体名若しくは企業名又は商品名その他これらに関連する文言等とするとともに、メディア内に基金のオフィシャルロゴマークを表示するものとする。

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現
 - ・ 商品・サービス・掲出企業が社会的に不適切であるもの
 - ・ 消費者に多大な損害を与える恐れがあるもの
- 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
 - ・ 野生生物の保護、希少動物の保全、地球環境の保全に反する内容が含まれているもの
 - ・ 特定の政治宣伝、宗教宣伝を主目的としたもの
 - ・ 人権侵害、名誉毀損等のおそれのあるもの
 - ・ 上記のほか、動物園の管理運営に支障が生じるおそれのあるもの

- 広告掲示判断基準 2 -

上野動物園広告掲示判断基準

- 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 各種法令の観点
 - ・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
 - ・法令若しくは条例で認められていないもの、又はこれらの手続きに抵触しているもの
- 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、軽くなる等の効能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え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。

- 広告掲示判断基準 3 -

上野動物園広告掲示判断基準

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の事項により審査する。 <ul style="list-style-type: none">・ 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ない表現がないかどうか・ 法令又は条例に抵触する恐れに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・ 出版広告に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、助長するよう表現がないかどうか・ 男女の別なく不快の念をもたらす表現がないかどうか・ 性犯罪や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

(参考)

- ジャイアントパンダ保護サポート基金のご案内 -

公益財団法人東京動物園協会は、ジャイアントパンダ保護のための研究プロジェクトを支援することを目的として、「ひろげよう！パンダの夢」を合言葉に、「ジャイアントパンダ保護サポート基金」を運営しています。

園内に広告を掲示することにより民間の企業から協賛を募り、この資金を活用することで保護サポートを推進していきたいと考えております。企業の皆様におかれましては、この取り組みにぜひともご理解をいただき、プロモーション活動の一環として活用いただければ幸いです。

ジャイアントパンダ保護サポート基金にお寄せいただいた 支援金や協賛金はどのように使われます

1

ジャイアントパンダの保護に向けた普及啓発活動

2

上野動物園におけるジャイアントパンダの飼育環境の向上

3

東京都と中国野生動物保護協会が共同で進める国際的なパンダ保護活動

オフィシャルロゴマーク



A 協賛 750万円

B 協賛 400万円

C 協賛 100万円

	協賛金額(単体)	A協賛 1社	B協賛 2社	C協賛	備考
■園外協賛					
ロゴマーク使用权	50万円/年	○	○	○	※NET 金額
UENO-PANDA.JP	50万円/年	○	○	○	サイトバナー
■園内協賛					
①パンダ舎ワイドシート	300万円/年 (1箇所)	○	○		計3箇所
②園内ボードセット	150万円/4W	○			
③園内フラッグ	200万円/4W	○	○		
④イベントスペース	東園 30万円/日	○	○	○	連続7日間使用可能
協賛金額(セット)		750万円	400万円	100万円	



※詳細は「ジャイアントパンダ保護サポート基金協賛 募集要項」をご確認ください。

- 掲出申込用紙送付先 -

掲出申込用紙送付先・お問い合わせ窓口

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 弥川

TEL:03-5155-5657

FAX:03-3207-5562

E-mail:k-yagawa@kids-p.co.jp

管理元

公益財団法人東京動物園協会 恩賜上野動物園

TEL:03-3828-5171 (代)

FAX:03-3821-2494