

【媒体資料】

なんば広場フラッグ

 CYUJO

2026.5.1



※イメージ写真です

大阪ミナミの玄関口！圧倒的な集客力を誇る、なんば広場！

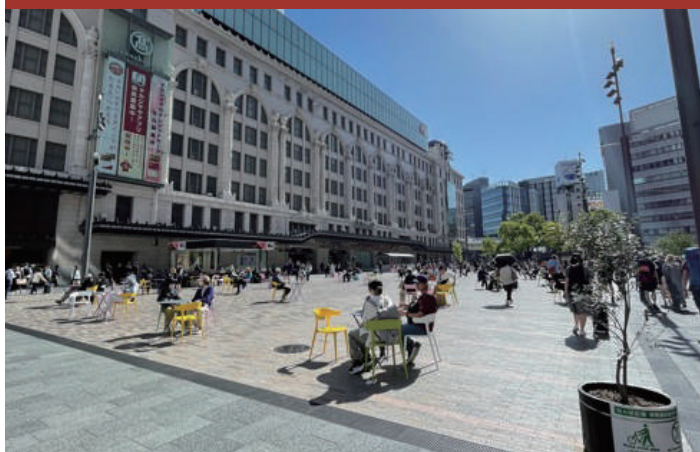
なんば広場のコンセプトは「憩い、出会い、生み出す 大阪発のリアルメディア なんばの真ん中 なんばひろば」です。
道頓堀・戎橋すぐの好立地。国内外からの注目が集まる最適地で御社の広告を放映しませんか。



大阪・ミナミ最大級のイベントスペース
約**2,270**m²

1週間歩行者人数
約**100万人**[※]

大阪最大級の繁華街
大阪・ミナミを代表する
商店街と直結

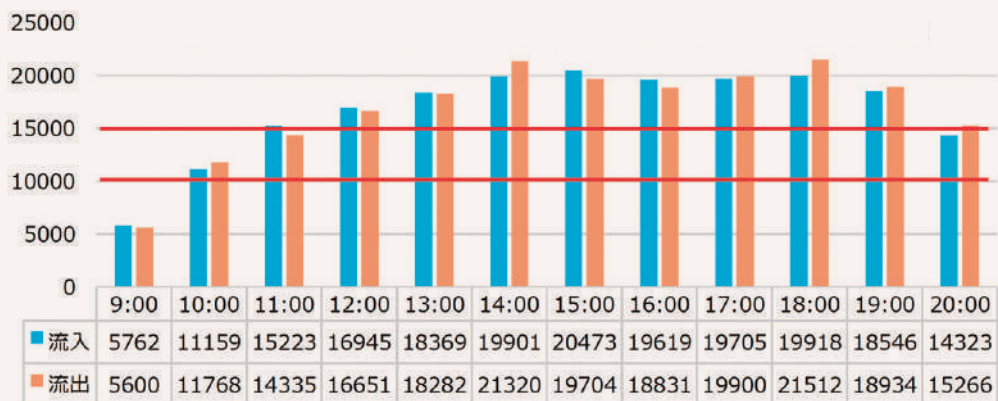


※情報元：なんば広場マネジメント法人設立準備委員会による通行量調査結果(2025年6月実施)

なんば広場は、休日約20万人、平日約13万人の通行量がある広場です

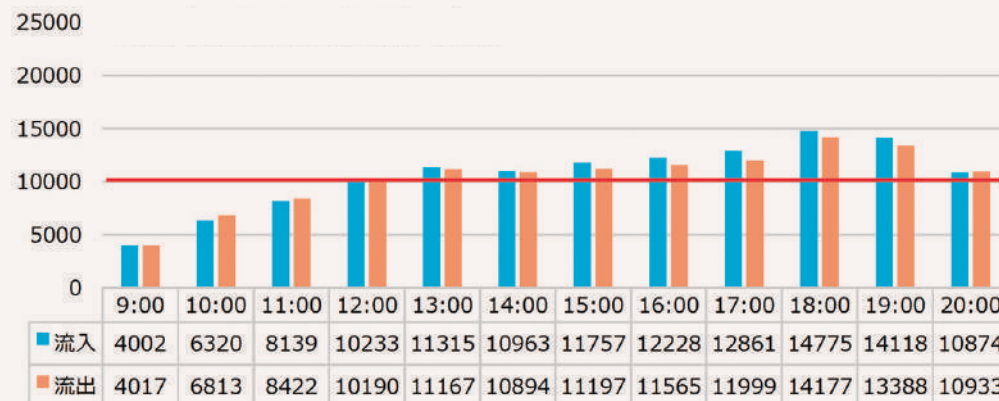
9時～21時通行量調査結果

休日 流入合計 199,943人 流出合計: 202,103人



10時以降は1万人超えの流入があり、
そのうち12時～19時は1.5万人超えの流入がある

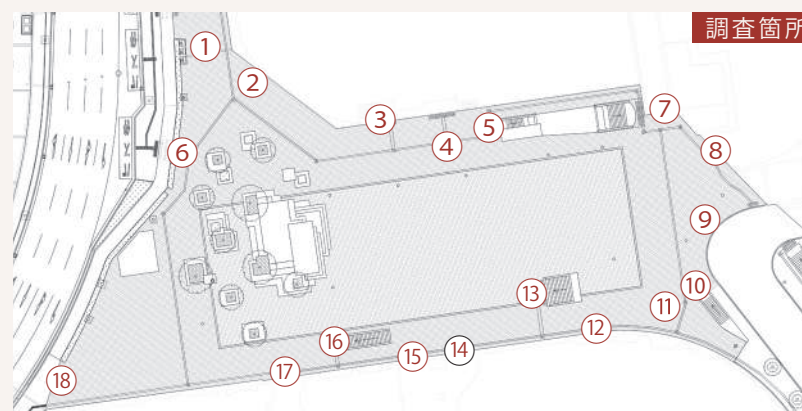
平日 流入合計 127,585人 流出合計: 124,762人



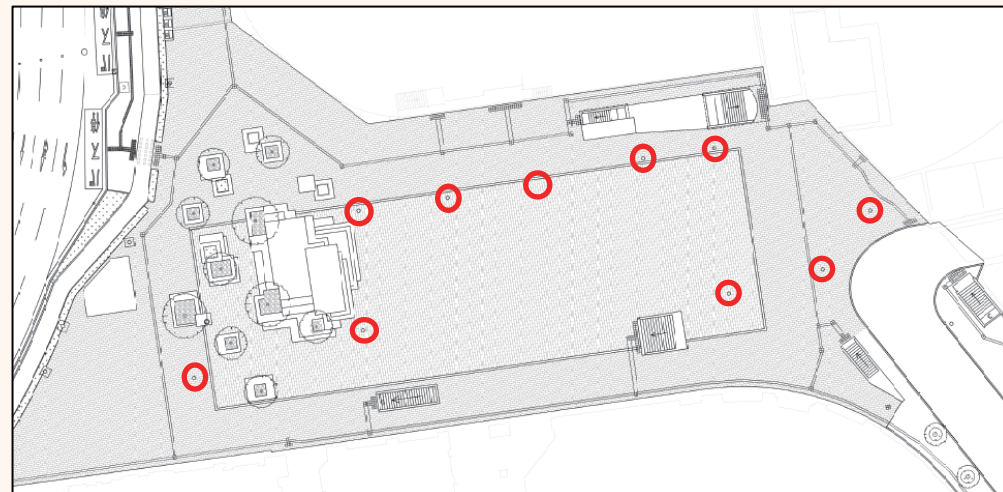
12時以降は1万人/時超えの流入がある

■ 調査箇所 広場出入口の18地点（※調査箇所図を参照）における流入・流出・通行量を計測

■ 調査日 平日／2025年6月12日(木)
(最高気温27.7度／最低気温19.7度)
休日／2025年6月15日(日)
(最高気温29.1度／最低気温24.1度)



南海なんば駅の玄関口「なんば広場」を彩る、全10基・20枚の大型フラッグ広告。
広場全体を包み込むスケールで、街行く人々の視界をジャックします。



掲出エリア	なんば広場
掲出料金 (税別)	2,000,000円/4週間 ※フラッグの連続掲載(2ヶ月連続)はできません 掲載後は、1ヶ月以上の間隔を空けて再掲載が可能です 例)4月掲載 → 5月不可 → 6月掲載可能 ※製作・取付・撤去費込み(色校正2回を含む) ※デザイン2種まで(3種類以上の場合は別途見積もり)
仕様	防災ターポリン/出力ハトメ加工(両面表示)
本数・サイズ	照明柱10基、フラッグ20枚/40面 フラッグ H2,000×W600(mm) 広告面 H1,600×W600(mm)
掲出開始日	原則水曜日スタート ※取付は掲出開始日の深夜1時~9時、 撤去時は掲出終了日の翌日深夜1時~9時となります
申込について	仮押さえ可 ※イベント実施日がフラッグ掲出日と重なる場合はイベントを優先し、 イベント申込締切(実施日の3ヶ月前)をもって正式決定となります。 ※申し込み締切は2.5ヶ月前(P6.参照)
入稿方法	完全データ入稿 掲出開始日の4週間前(2回校正)

掲出規制	なんば広場マネジメント法人設立準備委員会(以下、準備委員会)による 広告主・掲載内容及びデザインの審査がございます。 ※デザインは掲出希望日の9週間前までに提出してください。 ※デザインについては、フラッグ広告掲出基準を参照ください。
注意事項	※荒天(台風、強風等)により、一時撤去する場合がございます。その場合、別途費用が発生する可能性があります。 また、その間の減額、補填掲出はございませんので、予めご了承ください。 ※荒天(台風、強風等)により、一時的にバナーが巻き付いたり、損傷して一部掲出ができなくなる場合もあります。 その場合はすみやかに復旧を実施しますが、復旧までの掲出についての補償はいたしませんのでご了承ください。 ※デザインは最大で4種類までとします。 バナー下部に「なんば広場 このバナー広告への協賛金は広場の維持管理に使用します」のクレジットが入ります。 ※仕様上、ターポリン幕の摺りが生じる場合がございます。 ※なんば広場の景観にそぐわない意匠や歩行上支障を生じさせる恐れのあるものは提出できません。 ※審査通過後のデザインでも掲出後に一般市民からの指摘などが入った場合は、 デザイン変更・途中撤去等対応が必要になる場合がございます。 ※行政主催行事によりご利用いただけない期間がございます。 ※同業種によるイベント開催時は、掲載を見送らせていただく場合がございます。予めご了承ください。
備考	

制作スケジュール ※規定回数(2回)までの校正費は、掲出料金に含まれます。

2回校正



1回校正



入稿仕様

■サイズ

フラッグサイズ：H2,000×W600(mm) 広告サイズ：H1,600×W600(mm)

■アプリケーション

Adobe Illustrator ◇イラストレータ形式CS2～CC ◇仕上がりサイズの比率で作成して下さい。

◇文字は必ず『アウトライン処理』をして保存して下さい。

(アウトライン化されていない文字につきましては、近似書体で代用させて頂く場合があります)

◇貼り込み画像がある場合、画像データも添付してください。

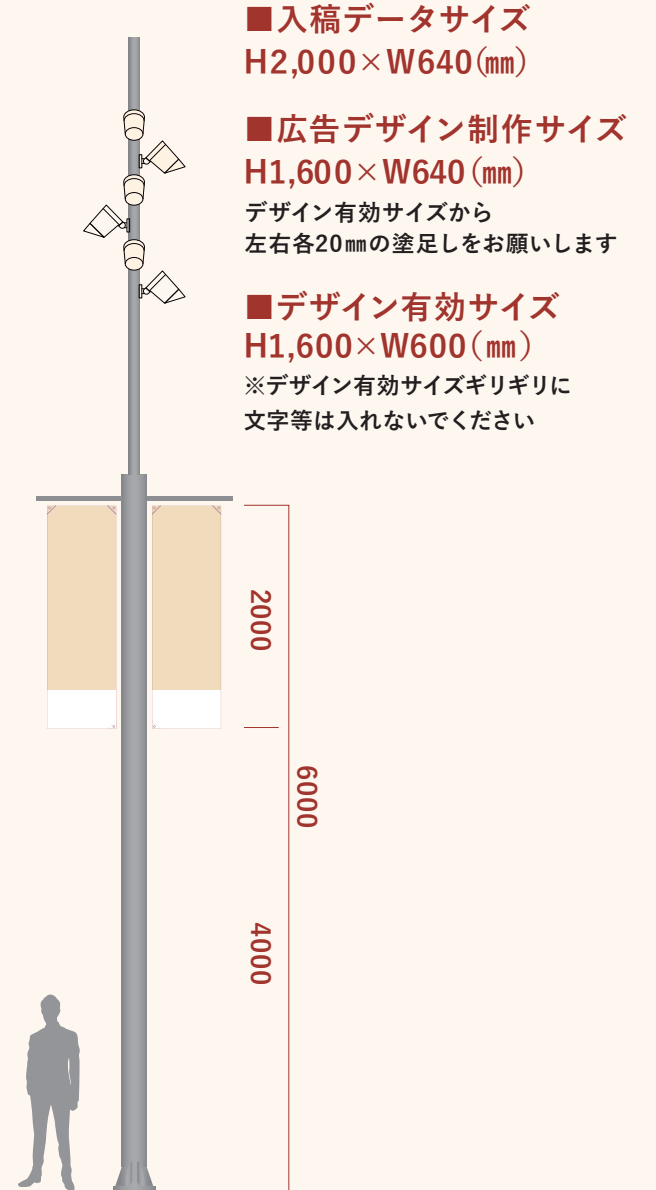
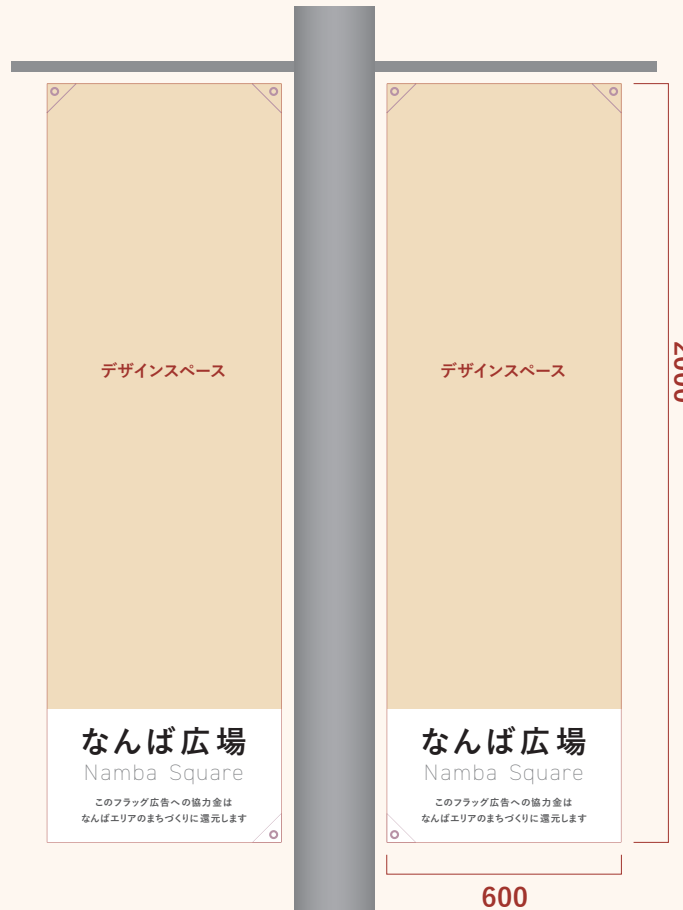
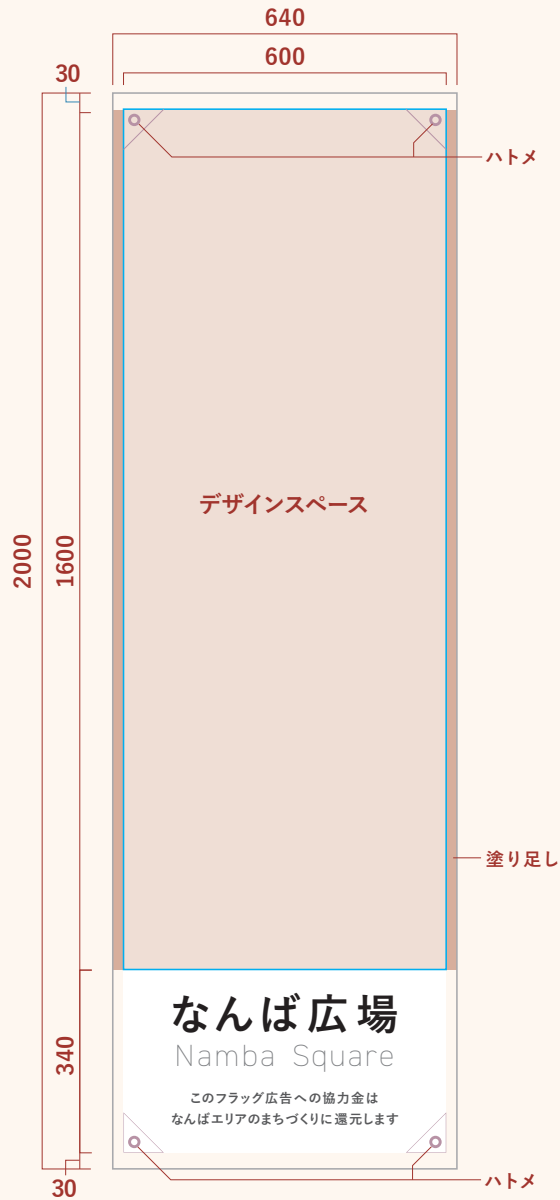
Adobe Photoshop ◇イラストレータ形式CS2～CC ◇画像モード → CMYK

◇ファイル形式 → Photoshop形式(レイヤー、パスなどの効果も保持)

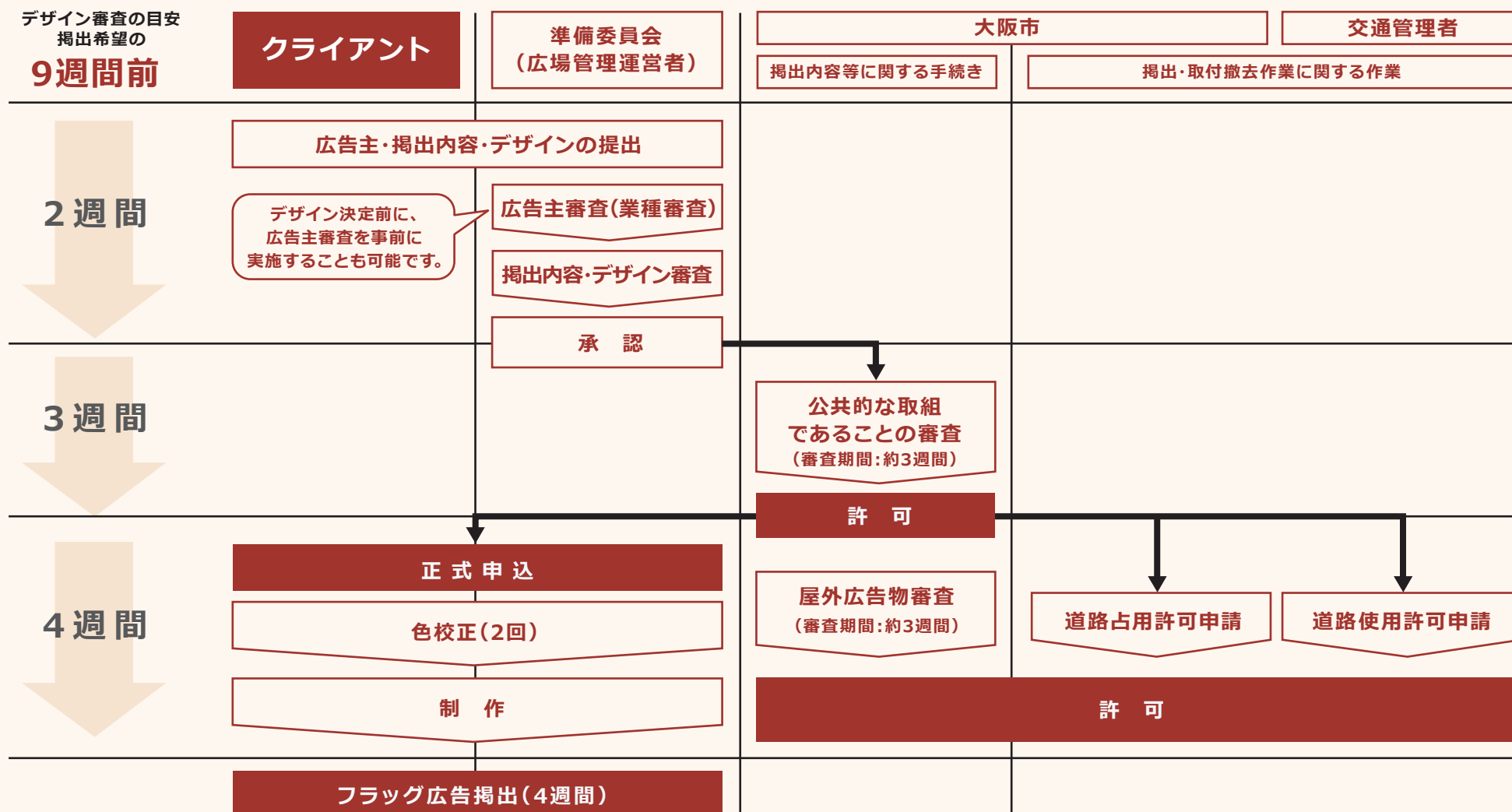
◇解像度の目安 → 仕上がりサイズの時に、120dpi以上

その他注意事項

- ◇色調・レイアウト確認の為、出力見本・カラーチップ等を添付して下さい。 ◇画像解像度100dpi以上を推奨します。
- ◇入稿データのデザインがわかるPDFファイルを添付して下さい。



- ・フラッグ広告の掲出には、広場管理運営者の審査、大阪市等による審査・申請手続きが必要となります。
- ・早めにデザインデータ提出を頂けると、スムーズに審査・手続きを進めることができます。



- ・なんば広場のフラッグ広告の収益は、広場の維持管理(運営人件費・清掃・警備等)やエリアの価値を高める再投資へと還元されます。
- ・貴社のプロモーションが、大阪ミナミの玄関口「なんば広場」の運営を支え、なんばエリア全体の価値向上に寄与します。
- ・圧倒的な歩行者数を誇る本媒体への掲出は、高い宣伝効果をもたらすと同時に、地域貢献・CSR活動としての役割も果たします。



① 広告主審査基準(業種等)

規制業種又は事業者 次の各号のいずれかに該当する業種(以下「規制業種」という。)の広告掲載については、これを承認しない。

- (1) 風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律(昭和23年法律第122号)で、
風俗営業と規定される業種及びそれに類似する業種
- (2) 消費者金融業
- (3) 商品先物取引に関するもの
- (4) たばこ(電子たばこを含む。)の製造及び販売に関するもの
- (5) ギャンブルにかかるもの
- (6) 法律の定めのない医業類似行為を行うもの
- (7) 特定商取引に関する法律(昭和51年法律第57号。以下「特定商取引法」という。)に規定する訪問販売、
通信販売(同法第30条に規定する通信販売協会に
加入している者が行う場合を除く。)、電話勧誘販売に係る取引、連鎖販売取引及び業務提供誘引販売取引
- (8) 探偵業
- (9) 営業形態に応じて、必要な法令等に基づく許可等を受けていない古物商・中古品小売業
- (10) 業界団体に加盟していない結婚相談所・交際紹介業
- (11) その他、広場管理運営者が不適切と判断したもの。

②掲載内容の審査基準

広告内容の制限 広告物の内容は、次の各号に該当するものを掲出しない。

- (1) 法令等に違反するもの
- (2) 公の秩序又は善良の風俗に反するもの
 - ア. 男女のヌードを添えた意匠
 - イ. 虚偽もしくは不正確な表現で、事実と誤認される恐れのあるもの
 - ウ. 法規に抵触する恐れのあるもの
 - エ. 性に関する表現のうち、性に関する表現が露骨または挑発的なもの、性犯罪を興味本位に取り上げているもの、痴漢等の性犯罪を誘発・助長するもの、児童や未成年の性行動に関するもの
 - オ. いじめや人権侵害を想起させるもの
 - カ. 個人や法人の名誉を棄損する可能性のあるもの
 - キ. その他、公共の場にふさわしくないと判断するもの
- (3) 人権侵害となるもの
 - ア. 人種、身体的特徴、年齢、教育、思想等により人を差別するもの
- (4) 政治性のあるもの
- (5) 宗教性のあるもの
- (6) 社会問題についての主義主張
- (7) 個人又は法人の名刺広告
- (8) 良好な景観又は風致を害するもの
- (9) 当該広告事業の内容を、市が推奨しているかのような誤解を与えるもの
- (10) 公衆に不快の念または危害を与えるもの
 - ア. 男女の別なく不快の念をもたらすもの。
 - イ. 病気や体質、老い等について過度にネガティブな表現。
 - ウ. 血液、遺体、傷口等を興味本位に取り上げた表現。
 - エ. その他公共の場にふさわしくないと判断するもの。
- (11) 社会問題を起こしている業種や事業者を広告するもの
- (12) 市の広告事業の円滑な運営に支障をきたすもの
- (13) 消費者被害の未然予防及び拡大防止の観点から適切でないもの
 - ア. 虚偽の内容を表示するもの
 - イ. 法令などで認められていない業種、商法、商品を表示するものまたは肯定するもの
 - ウ. 誇大、比較広告等、広告手法上に議論があるもの
 - エ. 責任の所在が明確でないもの
- (14) 青少年保護及び健全育成の観点から適切でないもの
 - ア. 暴力や犯罪を肯定し助長するような表現
 - イ. 残酷な描写など、善良な風俗に反するような表現
 - ウ. 暴力又はわいせつ性を連想・想起させるもの(過度な肌の露出などの表現など)
 - エ. ギャンブル等を肯定するもの
- (15) 過剰表現、その他誤解を与えかねない表現
 - ア. 誇大表現「世界初」「業界初」「日本一」等の表記は、その根拠を提示すること。
 - イ. 故意に誤認を誘う表現(根拠のない「完全」「確実」「絶対」「100%」等)
 - ウ. 効果効能の約束(「もうかる」「効く」「やせる」「すべてが解決」、効果効能の使用前使用後の対比 等)
- (16) 価格訴求、販売方法についての制限
 - ア. 金額訴求が主たるデザインとなるものは認めない。
 - イ. 景品表示法に違反をする恐れのあるもの、消費者に誤解を与えかねない表示、表現は認めない。
- (17) タイアップ広告
 - ア. 同一の商品・サービスに関連するもの、及び内容・表現に関連性、統一感のあるものに限る。
 - イ. 連合広告とみなす内容・表現については掲出を認めない。
- (18) 他社製品との比較広告
 - ア. 他社との比較広告については、内容が客観的に実証され、数値や事実を正確かつ適正に引用し、比較の方法が公正になされていると認められるものについては承認する。
- (19) その他、広告掲載を行う広告として不適当であると広場管理運営者が認めるもの

③デザイン(表現)の審査基準

表現規制 広告表現は次の各号に該当してはならない。

- (1) 情報過多、文字情報が極端に多いもの。
- (2) 赤・青・黄などの原色や高彩度の色(けばけばしい色彩)が多用され、かつ景観と調和しないと判断されるもの。
(但しコーポレートカラーなど表現上原色又は高彩度の色を使用しなければならない場合、全体の面積や表示秒数などを工夫し、見る人に不快を与えないよう配慮する場合は掲出を認める。)
- (3) 見る人に著しく暗いイメージを与えるもの。
- (4) 道路交通の安全を損なう恐れや注意表示と誤認される可能性のあるもの。
- (5) 性的表現・暴力表現・差別的表現がなされていると判断されるもの。
(但し暴力表現については映画やアニメの格闘シーンなど作品の内容を紹介するために必要な場合は、銃口や刃物が正面を向けない、血しぶきの場面は避けるなど見る人に不快を与えないように配慮する場合は掲出を認める)
- (6) その他、広場管理運営者が不適切と判断したもの。



なんば広場広告幹事事業者

空き状況・予約受付・利用前のご相談

Tel:06-6125-5106 Fax:06-6125-5107

E-Mail:namba-hiroba@cyujo.com 担当者:佐藤・吉田

受付時間:9:00~18:00迄(土・日・祝日除く)