

【件名】

配電地上機器を活用した行政情報発信の実証実験の実施結果について

【要旨】（目的・内容・対象・時期・今後の方向等）

区は、文化・芸術振興、産業振興及びシティプロモーションなどの行政情報発信の一環として、民間事業者との連携・協力により、配電地上機器（電線の地中化に伴い設置された路上変圧器）を活用した実証実験を実施してきたところである。その実施結果について報告する。

1 目的

配電地上機器による行政情報の発信（公共広告）及び商業広告により、中野区の実証実験の取組や協力事業者（商業広告主）をアピールするとともに、これらの効果測定を行い、当事業の継続性や拡大の可能性を検証することを目的とする。

2 実証実験の内容（スキーム）

東京電力パワーグリッド株式会社が所有する配電地上機器に、区と協力事業者との共同により、中野区の行政情報（公共広告）と、協力事業者（商業広告主）の商業広告を掲出した。

3 実証実験の実施期間

令和7年4月1日から令和8年3月31日まで（実際の掲出は令和7年10月末から）

4 実施場所

中野駅前・中野通り（北）エリア、中野駅前・中野通り（南）エリア、区役所西エリア

5 実施内容

- ・公共広告9個（ナカペイ5個、アール・ブリュット4個）
- ・商業広告3個（西武信用金庫2個、東京建物株式会社1個）

※掲出事例

【ナカペイ】



【アール・ブリュット】



【西武信用金庫】



【東京建物】



6 実施効果

地上機器ラッピング（公共・商業）による情報発信の効果検証のため、インターネットによる効果測定アンケートを実施し、その結果は次のとおりである。

- ・ラッピング広告の認知率 約72%
- ・街の安心感向上につながると感じ、拡大に賛同 約85%
- ・商業・公共広告の収益活用に関する賛同 約88%

（有効回答309件）

7 成果と課題

（1）成果

認知率や取り組みに対する賛同率は7～8割以上と高い結果となったことから、広告媒体として有効性が確認できるとともに、本取組に対する理解が得られているものと考ええる。

（2）課題

公共広告9個に対し商業広告は3個の掲出となっており、事業継続に向けた改善が必要となっている。

8 今後の展開

成果と課題を踏まえ、令和8年度以降については、公共広告の掲出効果を引き続き検証するとともに、区外からも協力事業者（商業広告主）を募るなど、事業継続及び拡大に向けた実証を引き続き行っていく。