

▽取組事例名	松山市広告事業	▽取組期間	平成18年度～ (継続中)
		▽市町名	松山市

▽取組概要
<p>厳しい財政状況の中、全庁を挙げて広告事業に取り組むことにより、新たな財源の確保につなげる。</p>

▽取組みの背景
<p>これまで坊っちゃんスタジアムやHP等、限られた媒体で広告事業を実施していたが、厳しい財政状況により、さらなる歳出削減や新たな歳入財源の確保が自治体に求められていることから、本市では広告事業推進プロジェクトチームを立ち上げ、広告事業の見直しについて検討することとなった。</p> <p>一方、企業においては合理化による経費削減等が求められるなか、安価で効果的な広告媒体のニーズの高まりとともに、行政と企業にとって、お互いのメリットとなるような仕組みが求められるようになってきた。</p>

▽取組みの狙い・具体的内容
<p>(取組みの狙い)</p> <p>厳しい財政状況の中、新たな財源確保が求められることとなり、全職員が広告料収入の確保に向けて取り組むことにより、財源の確保とともに職員のコスト意識の向上にもつなげる。</p> <p>平成18年9月 広告事業推進プロジェクトチーム（総合政策部・総務部・理財部・開発建築担当部・教育委員会）の設置 (取組み内容) 松山市独自の広告媒体の検討、基本方針の策定、法令整備、事務手引の作成 広告事業説明会の開催</p> <p>平成19年1月 松山市広告事業実施要綱の一部改正 松山市広告掲載基準の制定 松山市印刷物広告掲載取扱要領の制定 松山市施設内広告掲出取扱要領の制定 松山市ホームページ広告掲載取扱要領の制定 「広報まつやま」広告掲載取扱要領の一部改正 ● 広告募集開始</p> <p>平成19年3月 松山市広告事業の実施に係る暴力団排除に関する合意書の締結 広告事業の進捗管理（総合政策部企画政策課）</p>

▽取組みを進めていくなかでの課題・問題点（苦労した点）
<p>広告を掲載する際、広告主の業種及び広告の内容・表示等の規制については、様々な考え方があることから、松山市広告掲載基準を制定して、市の方針を明確化し全庁的な取扱いを統一することにより、市民や広告主のニーズに配慮した。</p>

☆工夫した点

広告代理店のようなノウハウを持ち合わせていなかったものの、広告媒体ごとの広告価値を最大限、引き出すように心がけている。

また、ルールや事務マニュアルを統一的に定着させることで各所管課がスムーズに募集できるようになり、広告媒体に適した契約となるように、個々のケースに応じて入札、見積り、抽選等様々な手法をとっている。

▽取組みの効果

(広告収入実績の増加)

平成18年度 約2,500万円

平成19年度 約3,700万円

平成20年度 約4,600万円

平成21年度 約4,600万円

平成22年度 約4,800万円 (事業実施により約2倍近くに増加)

(効果)

職員が財源確保の難しさ、民間企業の厳しさを理解し、コスト意識の向上等、職員の意識改革につながる。

▽住民（職員）の反応・評価

公共性の高い市有財産及び印刷物に特定企業が広告を出すことに対して、市民から数件、意見が寄せられたことはあるが、市が広告を掲載する事業について市民に対して丁寧な説明責任を果たすよう心がけている。

☆取組み効果を踏まえたフォローアップ

市が選定する広告主や広告内容については、社会的な信用性や信頼性が常に求められる。民間のアイデアを更に活かせるように幅広い企画提案を随時受付している。

広告媒体ごとの広告価値を見極めるノウハウを向上させることにより、広告主との交渉力を高める。

☆将来的な構想のほか、他団体へのアドバイス

景気の低迷による民間企業の広告料の削減は予想されるが、魅力的な広告媒体を提供することで、更なる両者のWIN-WINの関係を目指す。

今後、事業運営を民間へアウトソーシングし、民間のノウハウや機動性を有効に活用して、民間販売枠を広げていくことで民間企業等の事業活動を推進して地域経済の活性化を図るとともに、費用対効果を勘案しながら、運営経費の一層の削減に繋げていく。