

他市の取組状況

1 ホームページ

コンテンツ連動型の広告表示サービス：Google AdSense（新潟県）

- ・Google 社が提供するサービスでホームページのコンテンツに関連性の高い広告を自動的に配信するもの。サイト閲覧者によるクリックの回数等に基づいて収入を得られる。
- ・新潟県が自治体で初めて 2009 年に導入。平成 24 年 1 月現在、毎月の広告表示回数は 15～20 万回、Google からの支払金額は毎月約 2 万円程度。

**【平塚市の取組】**

- ・平塚市ではホームページのバナー広告枠を設定し募集している。
- ・平成 28 年度実績 61 枠 147 万円

2 住民・職員への配布物等

(1) ～物品提供（寄付）～

広告付き封筒（横浜市）

- ・横浜市の窓口用封筒及び市から連絡用に使用する郵送用封筒について、広告掲載者が代わりに制作し物品提供するもの。
- ・原則として、原稿作成、印刷、印字・圧着までを広告掲載者が行った上で、市へ納品する仕組み。
- ・平成 22 年度、約 560 万円の経費節減。

**【平塚市の取組】**

- ・平塚市でも市民課の窓口封筒や平塚市民生活ガイドブックについて、広告掲載者が代わりに制作し物品提供を受けている。
- ・平成 28 年度実績 封筒 13 万 5 千枚 削減額 351,000 円
ガイドブック 2 万部 削減額 2,310,000 円

図書貸出票の裏面広告（横浜市）

- ・貸出カウンターで本を借りた人に渡す「貸出票」の裏面に、広告を掲載している。
- ・企業から感熱ロール紙に印字されたものの提供を受ける。
- ・貸出票に感熱ロール紙を使用している図書館であれば導入しやすい。

図書館バッグ（大阪府豊中市）

- ・利用者が図書館資料を運ぶために利用する袋に広告を掲載するもの。
- ・図書館貸出票を含み、図書館などの公共施設で住民に利用されている物品に注目することで、広告を掲載できるものを見い出せる。

給与支給明細書（横浜市）

- ・職員の給与支給明細書の裏面に広告を掲載するもの。
- ・紙製の明細書を使用している自治体であれば導入が可能。
- ・企業側には、自治体職員に限定した広告を展開できるというメリットがある。



【平塚市の取組】

- ・平塚市でも給与支給明細書に広告枠を設定し募集している。
- ・平成28年度実績 1枠 75,600円
なお、庶務事務システム導入に伴い、大半の職員はPDFデータで広告の入った給与明細を確認している。

（2）～電子モニター・デジタルサイネージ等～

電子モニター（千葉県松戸市）

- ・本庁舎や支所（8か所）の待合ロビーなどに液晶モニターを設置し、新たな情報提供ツールとして市政情報や観光案内などを、文字や画像で提供するもの。
- ・市政情報の合間にCM（広告）を放映し、それを広告費として新たな財源〔＝長期貸付料（貸付料＋広告放映料＋電気代）〕を確保する。
- ・平成22年10月から稼働し、CMのデザイン性も高く好評。
- ・電子モニターの導入については、設置・工事費の初期費用だけでなく、維持費用も広告代理店が負担する契約となっていることから、今後多くの自治体で導入の可能性はある。

パソコンへの電子広告（宮城県）

- ・職員の使用するパソコン（約7000台）の起動時に、画面上に一定時間スポンサーの広告を掲載。
- ・広告掲載料1か月84,000円。

3 公共施設・設備等

庁舎の壁面（奈良県奈良市）

- ・ 庁舎壁面に、写真のように広告掲載スペースを設けて広告を掲出。
- ・ 広告掲載料 1 枠 月額 2 万円。
- ・ 4 か月以上の長期掲出を申し込んだ場合には、掲出料の割引が受けられる。



【平塚市の取組】

- ・ 平塚市でも庁舎壁面広告を実施している。
- ・ 平成 2 8 年度実績 5 面 3 3 5 , 4 0 0 円。

道路施設（横浜市）

- ・ 市民が頻繁に往来し、目に付くような場所を選定することが重要。
- ・ 新横浜駅交通広場及び通路（平成 2 2 年度 約 1 , 8 0 0 万円） みなとみらい 2 1 地区フラッグ・横断幕（平成 2 2 年度 約 1 6 0 万円）

4 車両等

動く図書館（大阪府豊中市）

- ・ 市の移動図書館の車体に広告を掲載するもの。
- ・ 一般的なバス以上に目立つ塗装が施されていることが特徴的である。



【平塚市の取組】

- ・ 平塚市でも庁用自動車で実施している。ゴミ収集車は募集したが応募がなかった。
- ・ 平成 2 8 年度実績 4 5 台 9 0 0 , 0 0 0 円。

5 ネーミングライツ

歩道橋（名古屋市）

- ・ 歩道橋のけた部分に、企業名・商品名などを標示するもの。
- ・ 企業は、歩道橋周辺の清掃美化活動など地域貢献活動を行う一方で、ネーミングライツのパートナーであることを自社のホームページ等でアピールすることができる。市のホームページにも企業のリンク一覧を掲載。
- ・ 歩行者通行量の多い交差点や待ち時間が長い交差点などの歩道橋を選定するといった工夫が大切。

公衆トイレ（渋谷区）

- ・区内12か所の公衆トイレについて、ネーミングライツを導入（トイレの入口などに看板を掲出）
- ・財源の確保と施設の維持管理を狙いとしている。
- ・ネーミングライツの対価を従来のような金銭だけでなく、物品・役務の提供（トイレの衛生設備や維持管理等に要する費用）としても設定する事例。

市道（静岡県磐田市）

- ・平成21年4月に、日本で初めて導入された市道へのネーミングライツ。
- ・東名高速道路の遠州豊田パーキングエリアの北側を走る2路線（市道富里大久保線（延長480m）と市道高見丘（延長600m）で年額72万円の収入。



【平塚市の取組】

- ・平塚市では平成28年度に、幹道59号線天沼宮松町線で、市道へのネーミングライツを初めて導入した。
- ・平成28年度実績 年額10万円。

地元企業による長期ネーミングライツ（京都市）

- ・一部建て替えを含む全面改修を計画している「京都会館」のネーミングライツ。
- ・本社を市内におく半導体メーカー（ローム株式会社）との50年契約（年間1億円、税別）。
- ・50億円の契約金額は、再整備費用の一部に充てられる。
- ・市が、音楽支援活動に熱心な同社に対し、舞台機能を高め、質の高い様々な演目の公演ができるよう定めた基本計画の考え方を提示して協議。
- ・地域貢献や芸術支援といった活動をする地元企業と連携することで、財源確保だけでなく地元企業とのよりよい関係を作り、施設価値を向上させることで地域活性化にも貢献しうる事例。



【平塚市の取組】

- ・平成28年度から愛称を付けたい施設を選び、ネーミングライツ料とともに提案していただく提案型募集を行っている。
- ・財源確保（金額）だけに拘るのではなく、各企業等が得意とする分野や取り組みやすい分野における市民サービスの向上に係る提案（地域貢献活動等）も、評価項目としている。
- ・地域貢献活動例（取得施設で行われるJリーグの試合の観戦チケットを障がい者団体等へ寄付。取得施設周辺のボランティア清掃（月に1回）。取得施設周辺への桜並木の植樹（45本）。など

6 クラウドファンディング

クラウドファンディング「FAAVOさばえ」(鯖江市)

- ・クラウドファンディング「FAAVOさばえ」を運営し(自治体が運営するのは全国初)市の事業及び市民・民間企業の事業を掲載。
- ・事業実現に必要な経費を、ホームページや Facebook、twitter などを活用して、多くの方々に少額からの資金提供を呼びかけ。
- ・資金提供をいただいた方には、支援額に応じた「リターン品(お礼の品)」を譲渡。
- ・事業例「日本一小さい西山動物園! みんなに愛される動物園を守っていききたい!」
目標金額 100万円、募集期間 3か月 達成金額 約 230万円(230%)
- ・新たな財源確保による歳入の増加や市民の市政に対する関心の向上につながった。
- ・平成27年10月31日現在
募集事業 14事業、目標達成 14事業、資金調達達成額 13,609,000円

「かまくら思いプロジェクト」(鎌倉市)

- ・日本初の自治体主体のクラウドファンディングによる観光施設整備事業「かまくら思い」プロジェクトを開始。日本最大の寄附型クラウドファンディングプラットフォームである一般財団法人ジャスト・ギビング・ジャパンを通じて寄附を募る。
- ・導入の目的は、「全庁を挙げた新たな税外収入確保に関する取組の推進」、「観光振興の取組の推進」、「寄附者の主体的な参加意識を伴うまちづくり実現の仕組みづくり」、「観光客として訪れる人からの鎌倉市への支援」。
- ・第1弾(H25.11.1~12.31)を皮切りに観光ルート板10基分、地区案内板4箇所、大船観音の名所掲示板、観光ルート板について寄附の募集。
- ・寄附額は第1弾99万円、第2弾67万円、第3弾29万円。
- ・新たな財源確保による歳入の増加や市民の市政に対する関心の向上につながった。
- ・成功要因は、「クラウドファンディングの手軽さ」、「先着100人限定というプレミアム感」、「多くのメディアでの露出」、「共感を呼ぶネーミング、キャッチコピー」、「寄附の目的が明確」。



【平塚市の取組】

- ・現在までのところ活用事例はなし。

7 その他

「横浜市の広告事業について」

・横浜市が所有する有形・無形の様々な資産を、民間企業への広告枠の販売、広告付物品受入、タイアップ、ネーミングライツ等の手法を用いて、広告媒体として積極的に有効活用し、新たな財源の確保及び事業経費の縮減を図る事業。また、それにより市民サービスの向上や地域の活性化を図ることを目的としている。

・政策局共創推進室広報担当が、公民連携による財源確保、公共サービスの向上を目的に事業を推進している。

・広告担当の体制3名（係長1名、担当職員2名）

・広告担当は、広告事業専用サイトの運営、メールマガジンによる情報発信、広告事業に関する規程・マニュアル整備、広告代理店等の売込・企画提案対応、広告事業の市民周知・PRを行う。

・各部署（媒体保有部署）は、事業の実施や事業者の選定、契約、広告内容の審査、歳入事務、成果物の送付、報告を行う。

・取引の相手方は原則広告代理店を想定。（民間の媒体枠取引においては、テレビ局、新聞社等の広告スペースを広告会社が広告主に販売する形が主流。媒体社と広告主の直接取引はきわめて少ない。）

・WEBバナー広告など、比較的少額でかつ事務が定型的な定価制の枠売り販売等について、広告代理店と広告主どちらでも申し込みができることとしている。

広告主に紹介したい・営業してみようと広告代理店に思わせる媒体であることが重要。



【平塚市の取組】

・資産経営課で広告掲載の基準等を管理し、各媒体の所管課と広告事業実施に向けて、相談や支援を行っている。また、広告代理店等の売込・規格提案対応を行い、活用を推進している。

・広告事業の実施において、広告代理店等を活用するかどうかは各媒体を所管する各課で判断している。

・平成28年度 広告代理店活用実績

平塚市こんにちは赤ちゃん（子育て情報誌）現物納付2,100部
（相当額 60万円）

【参考資料等】

- 1 新財源の創出に関する事例調査（平成24年3月 財団法人 東京市町村自治調査会）
- 2 地方公共団体における行政改革の取組（総務省平成28年3月25日公表）
- 3 平成28年度 JIAM 政策・実務研修 自治体の財源確保策 資料
- 4 横浜市の広告事業（横浜市政策局共創推進課作成資料）

など

以上