

## 浜松市が発行する印刷物・保有する資産等への広告募集事業に関する サウンディング型市場調査の結果について

市が発行する印刷物や保有する資産等への広告募集事業を拡大するに当たり、市場動向や民間事業者の意向を把握するため、対話を実施しましたので、その結果を公表いたします。

### 1 対象事業

- (1) 刊行物・封筒等の市が発行する印刷物への広告募集事業の拡大について
- (2) 市が保有する資産への新たな広告募集事業のアイデアについて

### 2 調査期間

実施要領の公表	令和2年7月6日（月）
募集受付	令和2年7月6日（月）から22日（水）まで
対話の実施	令和2年8月3日（月）から7日（金）まで

### 3 対話への参加者

3事業者

### 4 対話結果（主な意見）

- (1) 刊行物・封筒等の市が発行する印刷物への広告募集事業の拡大について

対話項目	主な意見等
1 広告掲載を希望する印刷物の有無	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ 実施要領「発行している刊行物の一例」の中では、3、5、6、8、9の刊行物に興味がある</li><li>➤ 実施要領「発行している刊行物の一例」の1、2は、保存性は高いが、ごみ分別収集カレンダーに比べ、閲覧頻度が落ちる</li><li>➤ 現在、内部で制作しており、広告掲載がない刊行物</li><li>➤ 高齢者向け冊子、使用水量等のお知らせ、ハザードマップ、おくやみガイド</li><li>➤ 子育て、高齢者、防災関連の刊行物は、広告</li></ul>

	<p>掲載が見込まれる</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 終活のマーケットは大きく、終活関連の冊子への広告掲載需要はある</li> <li>➤ 一定期間使用・保管する保存性が高い刊行物は魅力がある</li> </ul>
2 求める条件	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 刊行物のターゲットが絞れていること</li> <li>➤ 配布時期が明確であること</li> <li>➤ 過去3年の実際の配布数が分かると良い</li> <li>➤ 発行部数は1,000部以上が望ましい</li> <li>➤ 配布先として、「市民」が対象の刊行物であること</li> <li>➤ 市職員が窓口等で直接手渡しにより配付する刊行物は魅力がある</li> <li>➤ 窓口で希望者にのみ配付している刊行物であっても、広告掲載が可能な媒体はある</li> <li>➤ フルカラーで広告掲載できない刊行物であっても、広告掲載が可能な媒体はある</li> <li>➤ 表4は広告掲載需要が高い</li> <li>➤ 広告枠を分割して募集するより、一括して募集する方が良い</li> <li>➤ 広告掲載場所は、掲載記事との連動性も考慮すると良い</li> </ul>
3 広告掲載サイズ	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ A4サイズ、A5サイズが望ましい</li> </ul>
4 価格の設定基準	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 配布数・エリア・期間等の情報や実績に基づき決定している</li> </ul>
5 セット販売の是非	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ セット販売は可能と思われるが、応札価格が上昇することは考えにくい</li> </ul>
6 スケジュール	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 広告料納入型であれば、公募期間に最低1か月ほしい</li> <li>➤ 広告掲載決定から最終入稿まで1週間～2週間ほしい</li> <li>➤ 物品提供型であれば、通常、広告掲載決定から納品までに6か月ほしい</li> </ul>
7 その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 市が発行する刊行物は、信頼度が高い</li> <li>➤ 広告掲載ガイドラインは明確にしておく必要がある</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 広告主は、1部当たりの広告コストと広告効果を考慮し、広告掲載を検討する</li> </ul>
--	---

(2) 市が保有する資産への新たな広告募集事業のアイデアについて

対話項目	主な意見等
1 新たな広告募集事業のアイデアの内容等	<p>①公共施設へのAED一体型デジタルサイネージ式情報案内板の設置</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 広告事業方式を採用することで、市の費用負担なく、住民サービスの向上と歳入増加が可能</li> <li>➤ 行政財産使用料や電気代、AEDを使用した場合の更新費用も事業者が負担</li> <li>➤ AED以外の機能を付与することも可能</li> <li>➤ 年間30万人以上の来客が見込まれる公共施設が設置候補</li> <li>➤ 事業者募集から設置まで約6か月が目安</li> <li>➤ 契約期間は5年以上を希望</li> </ul> <p>②エンディングノート、空き家情報冊子の作成</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 広告掲載費で冊子を制作・納品するため、市の費用負担はない</li> </ul> <p>③広告事業方式によるサーモカメラの設置</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ デジタルサイネージ広告を施設内に設置し、そこで得られる広告収入により、サーモカメラの経費を賄うことで、設置できる可能性はある</li> <li>➤ 屋外用のモニター及び筐体は屋内用と比較して高額である</li> </ul>
2 その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 公共施設内への広告掲載は、魅力がある</li> </ul>

5 今後の進め方

サウンディング型市場調査の結果を踏まえ、事業内容の検討を進めていく