

## 公共資産等への広告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 (公用車への広告掲載)

### 1. 目的

公用車への広告掲載事業実施を検討するに当たり、より効率的かつ効果的な事業展開を目指すため、市場性や民間ノウハウの把握を目的としたサウンディング型市場調査を実施した。

### 2. スケジュール

平成30年1月12日	実施要領の公表
25日	事前説明会
2月19日～26日	対話の実施（各社 1時間程度）

### 3. 対話への参加者

3事業者

### 4. 対話にあたっての想定公募条件

実施要領の中で次年度以降に想定する公募条件を示した上で、市場性と実施可能な条件等について広告事業者との対話を行った。

#### 【対象となる公用車】

- ・本市が所有するリース車両以外の公用車19台
- ・市職員が公務で使用し、浜松市内及び近接地（湖西市、磐田市、袋井市）を走行し、月間走行距離500km
- ・走行時間は、原則として土、日、祝日、年末年始を除いた午前8時30分から午後5時15分の間

#### 【広告掲載位置】

- ・左右のドア面で走行の妨げにならない位置

#### 【広告料】

- ・縦60cm×横150cmの広告掲載した場合、1台あたり年間10万円程度を想定

#### 【掲載方法】

- ・容易に剥がせて跡の残りにくい特殊フィルムを想定

#### 【契約期間】

- ・広告事業者との契約は3年を想定

#### 【公用車への掲載内容】

- ・民間事業者等の広告
- ・交通安全標語

## 5. 対話結果（主な意見）

### (1) 事業全般について

#### ①本市の公用車への広告事業の市場性について

- ・対象の公用車がルート運行していれば、広告価値があると考ええる。ルート運行していないのであれば、走行エリア、時間帯等の情報を広告主に示す必要がある。
- ・広告主の営業車との区別がつきにくいいため、市場性が高いといえないが、広告であることを強く表現できれば、需要がある可能性もある。

#### ②車体への影響の少ない広告の掲載方法及び掲載位置について

- ・広告であることが強く表現できる掲載方法が必要。
- ・左右のドア面だけでなく、バックドア等後面部分にも掲載ができれば、歩行者だけでなく、後続の運転者の目にとまり、より媒体価値が高まると考える。
- ・路線バス等へのラッピングで使用されるシート素材の使用が望ましい。

#### ③契約期間及び広告掲載期間について

- ・広告事業者との契約期間は3年が妥当
- ・広告掲載期間は1年が妥当

#### ④広告料の考え方について

- ・広告事業者との契約後に広告主への掲出価格等一部情報の公開には制限が必要。
- ・想定公募条件の広告料は路線バスへの広告料と比較して若干割高に感じた。

#### ⑤公用車への広告掲載事業実施後、運営上で課題に考えられることについて

- ・広告掲載車両が事故や整備のために長期間走行不能になった際の補償及び広告の修繕費等の負担について事前に取り決めておくことが必要。
- ・マナー違反等の苦情が広告主に寄せられる可能性がある。

### (2) 公募・導入スケジュールについて

#### ①公募及び導入スケジュールについて

- ・広告事業者との契約締結から広告主募集を含めて広告掲載まで3～4か月は必要。

#### ②公募事項や条件において配慮してほしい点について

- ・広告の掲載基準について、具体的な内容の提示をしてほしい。
- ・車体への広告掲載だけでなく、職員向けに車内への広告も提案できる条件にしてほしい。

## 6. 今後の進め方

サウンディング市場調査の結果を踏まえ、来年度以降の公募に向けて進めていく。