

県の施設などに広告スペースを設けて、歳入アップにつなげようという試みが広がっている。昨年末からは県庁1階のパスポートセンターに広告ディスプレイが置かれたほか、

新年度からは県職員のメールに広告バナーがつく予定だ。県の財政難を救う決定打とはならないまでも、貴重な歳入捻出策の一つと言えそうだ。
(乗京真知)



パスポートセンターの広告ディスプレイには、企業CMのほか、観光名所やイベント情報が映し出される。県庁

県の歳入捻出 広告商法拡大

命名権・パネルに続き…

知事「意識を改革」

待合室に映像端末■職員メールにバナー

「あっ！この広告。県庁でも使える」。東京出張中だった県情報産業振興室の職員は昨春、JR山手線の車内で、動画を流す広告ディスプレイを見てひらめいた。訪れた人たちが待ち時間をもてあますパスポートセンターなら、電車内と同様、退屈のぎに企業のコマercial(CM)を見てくれるはず、と考えた。

そこで昨年12月から、年7万人強が訪れるパスポートセンターに広告ディスプレイ(42型)を置いた。設備費やネット回線の接続料などは地元のIT企業もちで県負担はゼロ。CMは15秒間隔で16枠あり、広告料の目安は1週間1枠で1万5千円ほど。収入のほとんどが県の一般財源に入るといふ。

現在、旅行会社が2枠分を契約しており、残り14枠分を

募集中。アニメ化が決まった県の観光推進キャラクター「むすび丸」のCMや、市町村の観光PR映像、新型インフルエンザなどの県政情報も随所に差しはさむ。

新年度から県情報システム課が計画しているのが「メール広告」だ。職員同士が業

務メールを送る際、メールの片隅に広告バナーがつく。職員がバナーをクリックすると、1回数十円程度が県の収入となる仕組みだ。同課によると、職員が交わすメールは1日約1万件に上るといふ。

問題は、業務中に広告を見てはいけないという点。システム上も、広告を開くことのできる時間帯を勤務時間外とする計画だといふ。

いずれもどれだけ利用が広がるかは未知数だが、村井嘉浩知事は「県職員全体が知恵を絞って歳入を生み出すと

いう意識改革の一環。歳入増の難しさを知ること、歳出抑制にもつながる」と語る。

宣伝効果を利用した歳入捻出策として、県は2005年以降、県営の宮城球場(現Kスタ宮城)や県有林、公園など計13カ所の命名権を売却、約5億2千万円の歳入増につなげた。07年に始めた県庁ロビーの広告パネルは、年500万円ほどの収入になる。

パスポートセンターの広告ディスプレイの問い合わせは県情報産業振興室(022・211・2479)へ。