

◆三宅和広議員 9月定例会一般質問2日目のトップバッターを務めます。てんどう創生の会3番手三宅和広です。よろしくお願いいたします。

市議会議員初当選後の平成 27 年 12 月の定例会以降、一般質問を毎回欠かさずにさせていただきました。山本市長からは毎回、前向きな御回答をいただきました。ありがとうございます。あわせて、議会終了後にもいろいろ御対応いただきましたことに対しても感謝を申し上げます。今回が私にとっての最後の一般質問になるかもしれません。今回もぜひ前向きな回答をお願いしたいと思います。

それでは、通告に従いまして質問をさせていただきます。

今回は、「市有施設のネーミングライツ事業について」と、「市有施設等での有料広告事業について」の二つについてお伺いします。

まず、市有施設のネーミングライツ事業についてお伺いします。

ネーミングライツとは、日本語に訳すると命名権となるように、スポーツ施設や文化施設などに対して名前をつける権利です。施設の管理者にとっては収入が得られるというメリットがあります。また、ネーミングライツを購入する企業にとっては、施設を訪れた人に直接PRすることができますし、ニュースなどで名称が取り上げられるという宣伝効果が見込まれるとされています。また、社会貢献と捉える企業もあるようです。

県内でも、このネーミングライツ事業を実施している自治体があります。山形市では、山形市総合スポーツセンター野球場が、きらやか銀行を命名権者として、愛称を「きらやかスタジアム」としています。平成 29 年9月から5年間で、契約金は年 400 万円です。

また、蔵王ジャンプ台が、スキージャンプの高梨沙羅選手が所属する化学メーカー「クラレ」を命名権者として、愛称を「クラレ蔵王ジャンツェ」としています。平成 28 年1月から5年間で、契約金は年 400 万円です。

山形市ではほかにも、間もなくオープンするグラウンドゴルフ場の名称をネーミングライツで決めるようです。

山形市のほかにも体育施設にネーミングライツにより愛称を命名した施設があります。上山市の体育文化センターは、県内市町村で初めてネーミングライツにより命名した施設で、2015 年4月に山形市の土木コンサルタント会社である三友エンジニアが、年 150 万円で「三友エンジニア体育文化センター」と命名しています。

また、長井市野球場は、長井市内の採石業者「手塚建材」が年 35 万円で、「長井TBC球場」と名づけています。TBCとは、「手塚建材・ベースボール・センター」の略だそうです。

文化施設でもネーミングライツにより愛称を命名した施設があります。

南陽市では南陽市文化会館が、山形市の木造建築メーカー「シェルター」を命名権者として、愛称を「シェルターなんようホール」としています。平成 29 年4月から3年間で、契約金は年 400 万円です。

鶴岡市では鶴岡市文化会館が、荘内銀行を命名権者として、愛称を「荘銀タクト鶴岡」としています。平成 29 年9月から3年7カ月で、契約金は 1,300 万円。1年に換算すると 365 万円です。

また、県でもネーミングライツにより愛称を命名した施設があります。県野球場が、2017年4月から2020年3月までの3年間で、年500万円で「荘内銀行・日新製薬スタジアムやまがた」と命名されています。

また、県総合運動公園陸上競技場が、2019年3月から2022年2月までの3年間で、年2,100万円で「NDソフトスタジアム山形」と命名されています。

文化施設でも、県民会館が「やまぎんホール」と、県こども館が「やまぎんこども館」と命名されています。

さらに、今年度中に開館予定の県総合文化芸術館の愛称もネーミングライツで決めるように検討されているようです。

このように、県内の他市や県の状況を見ると、天童市スポーツセンター野球場や天童市市民文化会館など、本市においても実施が可能な市有施設があると思いますが、市長のお考えをお伺いします。

次に、市有施設等での有料広告事業についてお伺いします。

昨年つくった空き家対策パンフレット、これですね、「あなたの空き家大丈夫ですか?」。これは、広告を出した3社が経費を負担し、市からの経費の持ち出しはなかったと聞いています。大変素晴らしいことだと思います。

こうした市が実施する事業を説明する印刷物などに、民間企業の広告スペースを設けて料金を徴収する取り組みや、市庁舎などの多くの市民が利用する市有施設に有料広告を出す取り組みは多くの自治体で実施されているようです。

山形市、米沢市、新庄市、長井市では市の広報紙、いわゆる市報に有料広告を載せています。県内全ての市を調べたわけではないので、4市のほかにも実施している市があるかもしれません。4つの広報紙ともページの下の部分にスペースをとり、広告を載せていました。

広報紙に広告を載せると情報が多くなり煩雑になると思っていましたが、それぞれの広報紙を見てみるとそうしたことはありませんでした。私自身、新聞を読むとき新聞に広告があると、その部分は必ずしも読まなくてもいいものなのでほっとします。もし新聞に広告がなく記事だけだったら、読みたくなくなってしまうように思いました。

また、掲載する枠の数に上限をそれぞれの市で決めておりましたので、広告だらけになるというような心配もないようです。

山形市では広告代理店を競争入札により決め、1ページの半分のスペースを1年間、その広告代理店等に売り渡し使わせています。

また、米沢市の8月15日号の市報では、広告を掲載した会社は9社で、それによる収入は19万5,000円です。

新庄市の8月1日号では9社で収入は10万円。

長井市の8月1日号では3社で収入は5万2,440円です。

また、市庁舎などの多くの市民が利用する市有施設に有料広告を出す取り組みとしては、山形市できらやかスタジアムのラバーフェンス、外野と内野のラバーフェンスに広告を掲げています。外野に14枚、内野に8枚。外野で年間1枚当たり14万6,400円、内野で年間1枚12万8,400円だそうです。全てが埋まると307万6,800円の収入になります。今年度は空いていた3区画について新たに募集しましたので、ほぼ埋まっているようです。

また、上山市では、体育文化センターや市民球場を使った有料広告事業に取り組んでいます。市民球場の外野のフェンスに企業名を入れた、縦2メートル、横4メートルほどのビニール製の横断幕が12枚つけられていました。年間1枚1万5,000円だそうですので18万円の収入になります。

また、体育文化センターの階段の床面ではない垂直の部分、この部分ですね、この部分に広告をペイントして、階段を上際にその広告が見えるようにしていました。4社の広告がありました。

このような取り組みは、本市においても実施可能なものがあると思いますが、市長のお考えをお伺いします。

以上、1回目の質問といたします。

◎山本信治市長 おはようございます。

三宅和広議員の御質問にお答え申し上げます。

初めに、市有施設のネーミングライツ事業及び有料広告事業についての市有施設のネーミングライツ事業について申し上げます。

ネーミングライツの導入につきましては、行政側としては新たな収入源として収益が見込まれること、企業側としては宣伝効果につながり、知名度向上につながることで、そして愛称がつくことにより施設のイメージアップにもつながるなどのメリットが考えられます。

その一方で、これまで市民に定着していた名称が変わることにより、利用者に、どこの施設なのか戸惑いが生じてしまうことや、ネーミングライツを導入した後に命名権者が途中で変わってしまった場合など、施設の名称が再度変わることで、施設にかかわる看板や印刷物をその都度変更しなければならないなどのデメリットも考えられるところであります。

ネーミングライツは、導入することでのメリット・デメリットそれぞれがありますが、市民や市外から訪れる利用者に対してのわかりやすさなどを総合的に勘案しますと、現在の名称での運営が望ましいと考えますので御理解をいただきたいと思っております。

次に、市有施設の有料広告事業について申し上げます。

現在の本市の取り組みとしましては、市庁舎1階に広告付き総合案内板及び窓口案内表示システムを設置し広告料の収入を得ているほか、広告付きパンフレットやガイドブックなどの印刷物も市の負担なしで導入をしているところであります。

これらの取り組みは、財政的な市の負担軽減が図られると同時に、協賛企業の宣伝効果が得られることから、今後、事業者から新たな提案があった場合、導入が可能なものについては積極的に取り組んでいきたいと考えております。

◆三宅和広議員 御答弁ありがとうございました。

それでは再質問をさせていただきます。

メリットのほかに、当然デメリットもあるというお話理解できるわけなのですが、どこの施設か戸惑いが出てくるのではないかというお話でございました。

ただ、例えば「スポーツセンター野球場」ということにしたときに、そういったものを使う人もいるかもしれない。それに、例えば〇〇スタジアムという愛称をつけて、その愛称を使う

人もいるかもしれないわけなのですが、そうしたときに、その前のものがなくなるわけではない。「スポーツセンター野球場」という名称はなくなるわけではないので、どこの施設か戸惑いが出てくるというのはちょっとないのかなという気がしますが、その辺のところいかがでしょうか。

◎遠藤浩総務部長 お答えいたします。

今、議員のほうから御指摘ありました件なのですが、どちらとも言えるかと思えます。ただ、私どものほうの考え方としましては、先ほど市長答弁にありましたとおり、まずは混乱を防ぐということを第一義的に考えて、現在の名称を使ってはどうかというふうな判断をしているところでございます。よろしくお願ひ申し上げます。

◆三宅和広議員 今、「スポーツセンター野球場」という名称を使っておって、それに愛称をつけたときにちょっとダブってしまうという、混乱が生じるというようなことだと思うのですが、ほかの他市でもいろいろ名称をつけてやっておりますのでそういった混乱は起こらないのかなという気がするのですが、何で混乱が起こるとお考えになるのか、その辺のところもうちょっと詳しくお知らせいただければと思います。

◎遠藤浩総務部長 混乱が起こる可能性が見られるということでもありますので、その辺を勘案した中で、今、今回のこういった判断をさせていただいたというふうなことでございます。

実際に起こらないことも想定されるかもしれませんが、まず最悪の事態を想定した中でこういった判断をさせていただいたというふうなことでございますので御理解いただきたいと思ひます。

◆三宅和広議員 解釈の違いなのだろうと思ひます。

あと、その名称が変わることによって不都合が生じるだろうというふうなお話だったので、これ契約期間が1年とかそういった期間ではなく、3年なり5年なりという期間、ある程度長期間の契約期間をとるわけなので、そうころころと変わるようなイメージはないのですが、その辺のところを、5年なり3年なりでも、それでも短いという判断なのでしょうか。

◎遠藤浩総務部長 当然ながら契約期間、他の市あるいは県のほうの状況などを調べてみますと、3年から5年の期間の契約というような状況になっているようでもあります。

例えばその契約期間終了後に、引き続き同じ企業さんのほうからネーミングライセンスのほうを継続していただければいいのしょうけれども、実態としましてそれがかなわずに別の企業が、例えば新たに契約をしてしまうというような場合も想定されます。そうした場合には、その別の企業のほうの愛称が同じ施設のほうについてきますので、そういった意味合いでは非常に混乱を来すのではないかというふうに、今考えているところであります。

実際に県のほうの野球場でありますけれども、現在、「荘内銀行・日新製薬スタジアム」ということで3年の契約を結んでいらっしゃるわけですが、以前、「蔵王タカミヤホテルズスタジアム」というふうなことで、別名称で呼んでいた時期もあったということでございますので、

その辺を考えますとちょっと混乱を来すのではないかなというふうに思っているところがあります。

◆三宅和広議員 県野球場の「YZタカスタ」ですね、略称で申しますとそういう名称が「荘銀・日新スタジアム」に変わったという状況は確かにございました。そのときに何か混乱があったというふうに私聞いていないのですけれども、あと、仙台のスタジアムも何か名称がころころ変わっているようなところがありますが、そういったところでは、あまり混乱を来していなかったのかなという気がしております。

あわせて、ウィキペディアというホームページで検索できるものがありますけれども、その中に日本の命名権導入施設一覧というのがありました。ウィキペディアですので、公式なものではないのかなという気がしますが、スポーツ施設 318 施設ありました。そのうち、契約期間が変わってしまって名称が使われなくなってしまった、あるいは別の名称になってしまったという施設が 47 施設、約1割強あったというところですよ。それから文化施設、これについては 102 施設で、うち 15 施設が契約期間満了で終わってしまったというようなことで、約1割変わってしまったというような状況が見られました。ですので、そんなにころころ変わる、企業が変わってしまうという状況はあまりないのかなという気がしています。

変わってしまうというその理由としては企業の業績が悪化してしまったり、それから、契約の金額が高かったりということ考え見直したというふうなことがあるかと思うのですが、そんなところを考えると、その契約の金額を慎重に検討してあまり高くないように検討しておけば、そんなに変わるものでもないのかなという気がしますが、その辺のところいかがでしょうか。

◎遠藤浩総務部長 お答えいたします。

実態といたしまして、契約金額につきましては、ある程度案を示した中で募集をするというふうな状況になっているようでございます。その契約金額に満たない場合については相談に応じてというふうなやり方をしているというふうに私は聞いておりますけれども、そういったやり方も確かにあるのかなというふうに思っております。

そして、繰り返しになりますが、施設名としては定着した施設名を今後も使用していきたいというふうな基本的な考え方のもとでそういったことをやっていこうというふうに思っているところでございます。

議員からいろいろ御指摘あったように、さまざまな面でメリット部分も確かにいろいろあるのだろうなというふうには感じておりますが、メリット・デメリット双方勘案した中で、現状のままで何とかやっていきたいというふうに考えてございますので御理解いただければというふうに思っております。

◎山本信治市長 今、総務部長のほうで歯切れのあまりよろしくない回答したようでございましたけれども、現在の市の考え方としてはそういう状況だと思えます。

ただ、ネーミングライツと有料広告が相当違うものだろうと思っております。特にネーミングライツ、施設によっては県外の遠くの方なんかもお使いになっていただいている。そうし

た場合に、長期の契約になっていけば問題ないのですけれども、3年ごとに変更しているとかさまざまなことあった場合、やはりなかなか御理解いただけないのだろうと。ただ、ネーミングライツを全部否定するというものではありませんので、ぜひその辺のところも御理解いただければというふうに思っておりますので、どうぞよろしくお願いを申し上げたいと思います。

◆三宅和広議員 正式名称を変えてというものではなくて、愛称としてそういったものを使ってはいかがかなという提案でございますので、ぜひ検討していただきたいなと思っております。

私が調べてみたのですけれども、天童市6万 2,000 の人口があって、同じような人口規模の都市で、野球場を持っていて、そこにネーミングライツを使って愛称をつけた市がありました。大体年間で 100 万円から 200 万円ほどの契約金になっていたようです。同じように文化施設について見てみますと 100 万円から 300 万円ほどの収入があるようです。

ですので、こういった金額がありますので、ぜひ、愛称ということで御検討いただければいいのかなと思っております。

あわせて、今、体育施設と文化施設ということでお話申し上げましたが、先ほどのウィキペディアで調べてみますと、例えば、駅前から温泉に抜ける通りについて命名権を与えたりそういったところがありました。「グリコふれあい通り」とか、桜交通というバス会社だと思のですけれども、そういったものが、その本社ビルの前の通りを「サクラ交通通り」とかにしたり、それから建設業者がメンテナンスをいっぱいやっているのです、その道に建設会社の道をつけたりというようなこともあるようです。

あと、おもしろかったのが公衆トイレ。公衆トイレに命名権をつけたというのがありました。アメニティーというトイレ診断をやっている会社で命名権をもらって、「区役所前トイレ診断士の廁堂」という名前をつけました。この「トイレ診断士の廁堂」というのはほかにもいろいろなところで使っておってPRやっていたというようなことだと思います。多分、アメニティーということですのでトイレの清掃等を業務とするものだと思うのですが、そのトイレ清掃業務を役務で提供しているのではないのかな、役務で提供してネーミングライツを取得しているのかなというところではございました。

あと、公衆トイレで、埼玉県の新座市というところで、同じくトイレのメンテナンス会社なのですが、2018 年度から3年間で、月1回の定期清掃とLED照明の設置費用ということで 205 万円、これをお金でなくて、これもやはり役務で提供してネーミングライツをもらった。トイレの名前は新座オールウィン、全てが勝つオールウィントイレということで、自社の名前はつけずに、皆さんから喜んでもらいたいという、社会貢献という意味合いで命名したというふうなことがありました。

この辺のところ、文化施設、それから体育施設に限らずそういったものも命名することができる、あと公園なんかもできるというようなことがありますので、その辺のところを御検討していただきたいと思っておりますがいかがでしょうか。

◎遠藤浩総務部長 お答えいたします。

今、議員から御提案ありましたようにさまざまな手法があるかと思ひます。施設そのもの、あるいは、今ありましたように、通り、あるいは公衆トイレ等々、その辺はいろいろと調査させていただきながら、どういった手法でやればいいのか、企業のほうでもそういったところに手を挙げるのかというふうな問題もまずはありますので、その辺も含めましていろいろ調査研究させていただきたいなというふうに考えております。

一方で、命名権ではなくて、例えば広告を掲出してもらおうというふうな方法もあるかと思ひますので、その辺も含めた中で検討させていただければというふうに考えております。

◆三宅和広議員 ぜひよろしくお願ひしたいと思ひます。

命名権についてはあまり採用されないというふうなことだと認識しましたが、県のほうでも山形県ネーミングライツ導入に関する基本方針とか決めております。それから京都市なんかもネーミングライツ事業実施要綱などというものを定めて進めているようでございますので、その辺のところを参考にさせていただいて、ぜひ前向きに御検討いただきたいなと思ひているところでございます。

それでは、次の市有施設の有料広告事業について再質問をさせていただきたいと思ひます。

先ほど、市長公室とか健康福祉部さんだったと思うのですけれどもパンフレット等作成をしてやっていらっしゃるというふうなことでもございました。それはそれで積極的にこれからも進めていただきたいなというところでございますが、先ほどの広報紙の有料広告の件でもございます。

米沢市の場合ですと19万5,000円の収入が今回あったというふうなことでもございました。これ、縦が4.2センチ、横が15センチ、この全枠という規格のもので1回当たり3万1,000円。それから、その半分の半枠というものですと1万7,000円。新庄市では、4.2センチ掛ける17.1センチの全枠が2万円、半枠が1万円。長井市では、5.5センチ掛ける17.5センチが1回当たり1万7,480円、半枠が1万280円というような中身でもございました。

これ、天童市では広報紙にそういった広告を載せていないわけなのですが、金額的にそんなに高い金額でもないの、民間企業、そういったスペースを準備してくれば広告を出したい企業があるのかなという気がしますが、市報のほうにその有料広告を出していないという、何か理由はあるのでしょうか。

◎遠藤浩総務部長 お答えいたします。

現在、市報のほうには広告掲載をしていないわけですが、基本的に考え方としましては、市報に掲載できる情報量につきましては限られていると。紙面の制限もございまして限られているというふうなこともございまして、現時点では、より多くの情報を紙面で市民の皆さんのほうに提供したいというふうな基本的な考え方がございます。そうした中でスペースのほうを確保していきたいというふうな意味合いがありまして、現在、広告掲載のほうのスペースをとっていないというふうなことでありますので御理解いただければと思ひます。

◆三宅和広議員 先ほど新聞の件で、私なりの感想を述べさせていただきました。新聞に広告があると、そこを読まなくていいということでちょっとほっとするというようなお話をしたかと思うのですが、市報にも、そういった意味でちょっとほっとするスペース、挿絵を入れたり写真を入れたりするのと同じような感じで、ここ読まなくてもいいようなスペースだという部分だというようなことであれば、読む側も読みやすくなるのかなと逆に思うのですが、その辺いかがでしょうか。

◎遠藤浩総務部長 三宅議員がそのようにお感じになるというようなことなのですが、私も、私どもとしましては、紙面づくりとしましては、市民にわかりやすい紙面をつくっていかうというようなことで基本的に市報のほうつくっております。そうした意味では、イラストを使ったり図を使ったりして、いわゆる文字を目で追って読まなくても大丈夫なようなそういった紙面づくりに心がけておりますので、そういった意味でほっとするようなスペースというのを確保していきたいなというふうに考えているところでございます。

◆三宅和広議員 ほっとするというので、これも私の考えがちょっと違うのだなとは思いますが、その広告収入が得られるということもメリットとしてあるわけなので、その辺のところ入れてもいいのかなという気がするのですが、掲載する枠については各市とも上限を設けて、例えば6枠までとかやっていますので広告だらけになるようなこともないと思うのです。それですので、ぜひ検討していただいてやっていただきたいなと思ったところでございます。

それでは、次の関連するような内容になりますけれどもホームページのバナー広告についてです。

天童市ホームページのほうに、今拝見したところバナー広告がなかったような気がしますが、前は確かあったと思うのですが、右上、右脇のほうにあったような気がするのですが、現在どのようになっているのでしょうか。

◎遠藤浩総務部長 お答えいたします。

平成30年度にホームページのほうの全面的なリニューアルを行ったところでございます。これまでホームページは縦長になっておりまして、なかなか見づらいというふうな御指摘などもいただきまして、そういったトップページの画面の改良を行ったところであります。

あと、あわせまして、情報量が過多になってきているというふうな部分もございましたので、閲覧しやすいページに改良を行ったというふうなところでございます。そのときにバナー広告につきましても見直しの対象というふうなことでさせていただいたところでありまして、その見直しの結果、今回、新たなホームページのほうからはバナー広告のページのほうは割愛させていただいているというふうな状況になってございます。

基本的な考え方としましては、事業者の方々のほうから、また要望等がございましたら、その辺のバナーページの部分につきましては、再度検討させていただきたいなというふうに考えているところであります。

◆三宅和広議員 それで、県内 13 市のホームページ、全部見てみました。そうしたところ、そういったコーナーがなかったのは天童市だけでした。ほかは、山形県もあったのですけれども、山形市が8社、米沢市が7社、東根市が6社、寒河江市4社、新庄市・村山市が2社、南陽市も2社ですね。それから鶴岡市が1社で、ゼロ社というのが酒田市、上山市、長井市、尾花沢市で、天童市はその広告のコーナーもなかったというふうなことで、何でなのかなと思ったところなのですが、見やすくしたということだと思えるのですけれども、基本的にバナー広告というものは一番下だったり、あまり目の届かないところに置かれているような気がします。そういったレイアウトであれば情報量が多くなるというようなことはないのかなという気がするのですが、その辺いかがでしょうか。

◎遠藤浩総務部長 お答えいたします。

本市のホームページのバナー広告につきましては平成 21 年度から開始をしております、当初月額1万円、有料の広告というふうなことで募集を行ったところでございますが、募集当初、全然応募がございませんので、その後、平成 25 年に無料のバナー広告というふうなことで対応をさせていただいた経過がございます。

最近になります、この無料の広告掲載にもかかわらず応募する事業者がいなかったというふうなことで、ホームページのリニューアルにあわせまして見直しを行ったというふうな経過がございます。

以上であります。

◆三宅和広議員 確かに無料ということで、商工会議所などとタッグを組んで無料にされていたようなことがあったかと思いますが、他市では有料にして、県ですと1枠月額5万円、それから山形市は月額1万円。ほとんど1万円ですね。1枠、月1万円を出してもらっているということで、大分、例えば山形市の8社ですと月8万円ですので金額が微々たるものと言えば微々たるものなのでしょうけれどもなっておりますので、他市を参考にそういった取り組みを進めても、積極的に募集をかけたなり声をかけたなりして取り組んでもいいのかなという気がしますその辺いかがですか。

◎遠藤浩総務部長 お答えいたします。

現在、事業者のほうからしていただきたいという要望とか不満等がちょっと今出ていない状況であります。しかしながら、絶対やらないということではございませんので、そういった事業者の要望等がございましたら、それに合わせた中で検討をさせていただきたいというふうに考えております。

なお、広告掲載につきましてはホームページのほう、あるいは市報のほうというふうなこともございますが、それ以外の方法もございますので、それ以外の方法につきまして積極的な対応をさせていただければというふうに考えているところであります。

◆三宅和広議員 その辺のところ、ぜひ御検討をいただきたいなと思います。

次の野球フェンスを使った広告ということ为先ほど、きらやかスタジアムとか上山市の球場のことでお話を差し上げましたけれども、その辺のところ、スポセンの野球場でやっても効果があるのではないかなと思います、その辺いかがでしょうか。

◎遠藤浩総務部長 野球場のほうのフェンスのほうへの広告掲載です。これにつきましてはいろいろ研究させていただきたいなというふうに考えております。フェンスのほうに掲載するという方法もありますし、あるいはバックネットのほうにそういったものを掲載するというふうなさまざまな方法があるかと思しますので、その辺につきましては調査研究させていただければというふうに考えているところでございます。

◆三宅和広議員 スポセンの野球場、年間利用者が1万2,000人ほどあったようです。このほかにも観客が来ておりますので2万とかそのくらいの動員があるのかなという気がします。同じ人だったりするので延べの人数ですので実際には減ってくるのだとは思いますが、絶対効果が出てくるのかなという気がします。

上山市を見たときに、もう本当に簡易なものでうまくやっているなというふうに思いました。きらやかスタジアムのほうはちゃんとラバーに印刷をしたものを張りつけてというふうな本格的なものだったようでございますけれども、上山市のものはそんな大々的なものでもないような状況でございましたので、その辺のところをぜひ検討していただきたいなと思います。

それから、施設への有料広告ということでございますけれども、先ほど上山市のほうでは野球場と、それから体育文化センターの階段にというお話をいたしました。上山市ではこの2つのほかにもホールのステージのほうの壁面のほうに、大きさにして1.2メートル掛ける横が5.4メートル、こういった大きな広告をつくりたいというような構想もあったようです。

それから、市庁舎のエレベーター内の壁面にA1判、これくらいの大きさのポスターを張るスペースを使って広告収入を得よう、それからトイレの壁面にも使ってというようなことを考えたようでございました。実際、実現は至っていなかったようでございますが、こういったいろいろな方法で収入を得るような取り組みを今後必要ではないのかなと思いますが、その辺いかがでしょうか。

◎遠藤浩総務部長 さまざまな方法で広告掲載をしていくことは非常に重要だというふうに考えております。

したがって、先ほど市長答弁でもございましたが、実現、導入可能なものにつきましては積極的に取り入れていきたいなというふうに考えているところでございます。さまざまな場所も想定されるかと思えます。その辺も含めましていろいろと取り組みを進めていきたいというふうに考えております。

◆三宅和広議員 ぜひ、その実現可能なものを見つけ出して取り組んでいただきたいなと思います。

市報への有料広告とかなさらないというお話でございましたが、他市の状況なんかを見て、私なりにとらぬタヌキの皮算用をやってみました。野球場のフェンスに広告をすると大体年間 200 万円くらい。それから市報への有料広告掲載、これ年間 120 万円くらい。ホームページのバナー広告で年間 80 万円くらい。合計で 500 万円くらいの収入があるのかなという、とらぬタヌキの皮算用をやったところでございます。

それにあわせてネーミングライツということで、文化会館と野球場をすれば、先ほど他市の同規模の市の状況を見たときに、100 万円から 200 万円とか 100 万円から 300 万円というのがありましたので、大体 500 万円くらいかなと思っていて、合わせて 1,000 万円ほどの収入が見込まれるのではないかなという気がしました。

この 1,000 万円、少ない金額だとは思いますが、いささかでもこの財源を確保するという努力、そういったものをする必要があるのかなと思ったところでございます。その辺、お考えいかがでしょうか。

◎遠藤浩総務部長 議員御指摘のように、さまざまな部分で財源の確保を図るということは非常に市の財政面にとっても有益になりますので、その努力はやはりしていく必要があるというふうに考えております。その中で、どれが天童市として導入可能なのか判断しながら取り組みを進めていきたいというふうに考えております。

◆三宅和広議員 ぜひ取り組んでいただきたいと思います。

今回、市有施設のネーミングライツ事業と市有施設等での有料広告事業ということで提案をさせていただきました。こうした事業を実施するという事は、財源を確保するという市の努力する姿を市民の皆様にお示しできるものではないのかなと思います。ぜひ前向きな御検討をお願いしたいと思います。

以上で質問を終わらせていただきます。ありがとうございました。