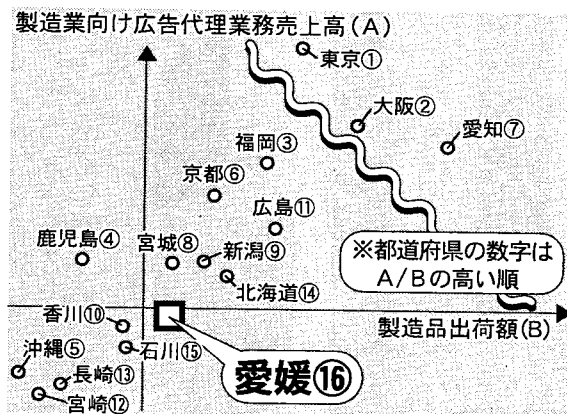


特定サービス産業実態調査によれば、2005年11月から1年間の広告代理業務の売上高は6兆7879億円あり、その契約先産業別内訳では製造業向けが最大で2兆2908億円です。一方、愛媛県の広告代理業事業所の売り上げは137億円で、そのうち製造業向けは30億円。広告売上高の対全国シェアは0.13%とわずかですが、製造品出荷額の全国シェアは1.2%ですので、ずいぶん格差がありますね。

流出する広告費



製造業が広告にどれだけ費用をかけているかを、製造品出荷額に占める広告代理業務の製造業向け売上高の割合でみると、全国は0.73%ですが、愛媛県は0.08%と全国の約10分の1の水準にすぎません。この数値は全国でランキングすると16位。上位は東京都や大阪府など大都市を抱える地域が占めています。鹿児島県や香川県などのように、愛媛県よりも製造品出荷額が小さいものの地元広告代理業への支出割合が高い地域も多くあります。

総じて、愛媛県内の製造業の事業所は、県内に立地する広告代理業にあまり発注せず、東京または大阪の事業所に広告費相当額が流出しているとみられます。このような付加価値の流出を防ぐ手当が必要ではないでしょうか。

(日本政策投資銀行松山事務所長・門松功)

製造業大都市に発注