

令和6年4月改定版

岸 和 田 市

はじめに

岸和田市広告収入事業推進ガイドライン（以下「ガイドライン」という。）は、『きしわだ行財政再生プラン』（平成 19 年 3 月）の取組の中に、新たな手法での増収の一環として位置付けられている「広告収入事業」を実践していくための手引書となるものです。

平成 19 年 10 月、岸和田市行財政改革推進検討委員会のもとに検討部会として、「岸和田市広告収入検討プロジェクトチーム」を設置し、多岐にわたる調査検討を重ねるとともに、人事課における平成 19 年度の行政課題研修の結果も活用し、平成 20 年 5 月、ガイドラインの初版が作成されました。

今般、初版作成後の約 10 年間における、関係法令等の改正、他市の先進事例及び本市の取組事例等を反映し、庁内の関係課とともに広告収入事業をより一層推進するために、ガイドラインを改定することとしました。

本市では、広告収入事業を実施する際は、本ガイドライン、岸和田市広告収入事業実施要綱、岸和田市ネーミングライツ事業実施要綱及び岸和田市広告パートナー登録制度実施要綱等に基づき進めていくこととします。

目 次

第1章 広告収入事業の概要	P. 1
1 広告収入事業とは	P. 1
2 全国の取組状況	P. 2
第2章 本市の広告収入事業に関する基本的な考え方	P. 3
1 基本方針	P. 3
2 広告収入事業の規制に対する考え方	P. 3
3 留意事項	P. 6
第3章 広告媒体の抽出	P. 7
1 施設等	P. 7
2 備品・消耗品等	P. 9
3 留意事項	P. 10
第4章 事業実施に当たって	P. 11
1 本市での広告収入事業の推進に向けて	P. 11
2 広告主等を募集する際のポイント	P. 13
3 広告収入事業に関するフロー図	P. 16

第1章 広告収入事業の概要

1 広告収入事業とは

地方自治体のあらゆる資産（施設、備品・消耗品、印刷物など）やイベント等を広告媒体として有効活用し、民間企業等の広告を掲出することや「ネーミングライツ」を売却することにより収入（広告が掲載された現物（例えば封筒等）の提供も含む）を得る事業をいいます。

広告収入事業は、広告を掲出する民間企業等にとっても、企業・商品 PR や地域貢献等につながる取組であり、地方自治体と民間企業等の双方にメリットを生み出すことができる公民協働事業とも言えます。

広告媒体となり得る具体例は以下のとおりです。

手 法	広告媒体及び内容	効 果
ネーミングライツ	施設及びイベント等の愛称を売却	命名権を売却することにより収入を得られる
バナー広告	ホームページバナーに広告を掲載	ホームページ上で他のホームページを紹介することにより、収入を得られる
屋外広告	庁舎や各種公共施設の外壁面、市有地、バス停、公用車の車体等に広告を掲載	広告を掲載することにより収入を得られたり、現物の提供を受けられたりする
屋内広告	庁舎や各種公共施設の内壁面、パンフレットラック、玄関マット等に広告を掲載	
その他	広報紙、各種封筒、ポスター、パンフレット、公共料金等の通知書等の印刷物、その他備品・消耗品に広告を掲載	

■用語説明

●ネーミングライツ（施設等命名権）

施設やイベント等の愛称として、企業名や商品名をつけることができる権利。

例：名称「大阪ドーム」 → 愛称「京セラドーム大阪」

●ウェブサイト・ホームページ

インターネット上に公開されている文書や画像（ウェブページ）がひとまとまりになったものをウェブサイトという。本来、その起点となるトップページをホームページと呼ぶが、一般的には、ウェブサイト全体をホームページと呼ぶ傾向にある。

本ガイドラインにおいては、わかりやすいようにホームページで統一するが、本市でも正式には「岸和田市公式ウェブサイト」と表現している。

●バナー広告

インターネット広告の一種で、ホームページ上の画面の一部に広告の画像（バナー）を貼っており、それをクリックすることで広告主のホームページを閲覧できるというもの。

2 全国の取組状況

地方自治体の厳しい財政状況が続く中、歳出の削減だけでなく、現在保有している資産を最大限に活用し、新たな手法に基づき、歳入を増やすことを目的として、全国の多くの自治体で広告収入事業についての取組がなされています。

他の自治体における具体的な事例としては、公用封筒の裏面や庁舎内の壁面に広告を掲載したり、スタジアムやホール等大規模集客施設におけるネーミングライツのように高額な広告収入をあげているものも多く見られます。

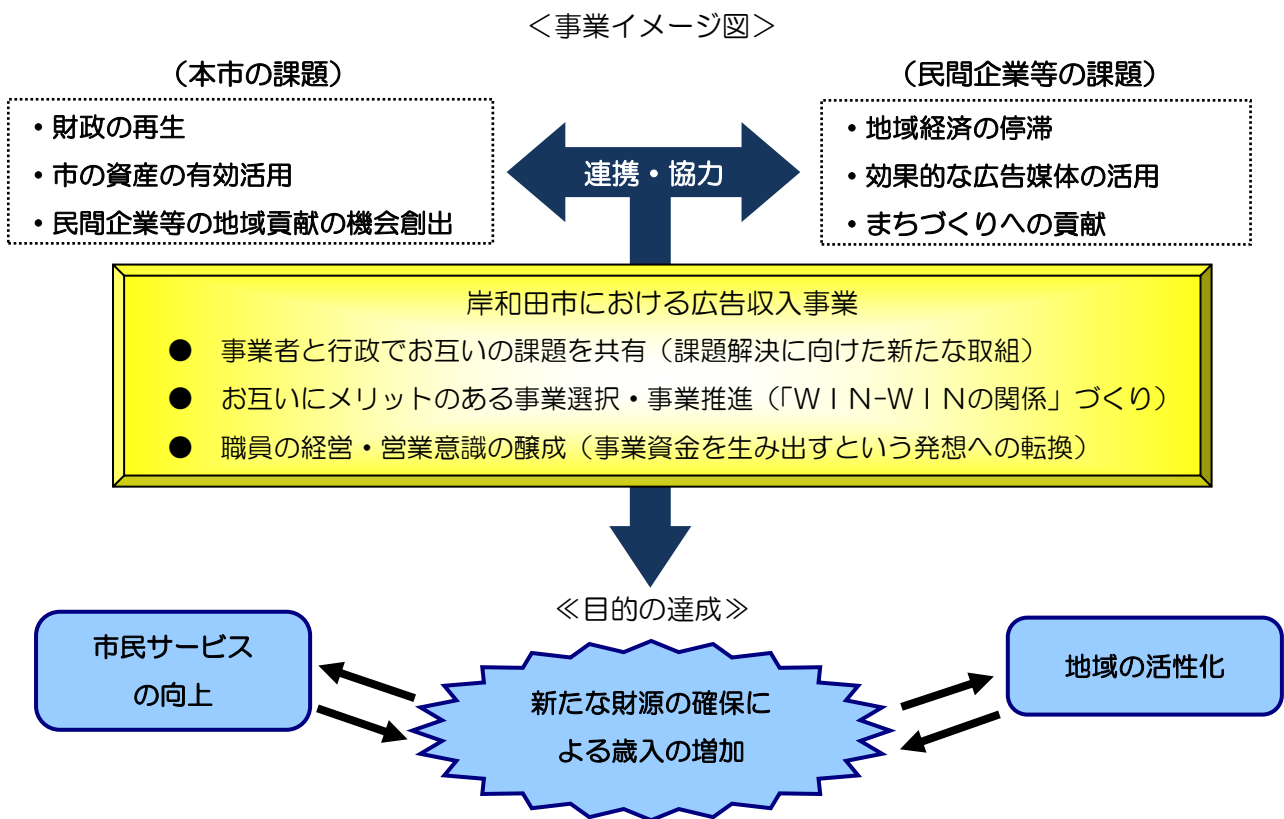
しかし、必ずしも簡単に大きな効果を得られるものばかりではなく、多くの自治体においては、試行錯誤の中で取組が行われています。

第2章 本市の広告収入事業に関する基本的な考え方

1 基本方針

本市では、新たな財源の確保による歳入の増加、市民サービスの向上及び地域の活性化の3つを目的に、引き続き広告収入事業を積極的に推進していきます。さらに、広告収入事業については、広告媒体を所管する部課（以下「広告媒体所管部課」という。）と行財政改革課が連携し、全庁的に取り組むことで、職員の経営・営業意識の醸成という効果も期待できます。

広告収入事業を効果的に推進し、これらの目的を達成するためには、本市が抱える課題だけではなく広告主や命名権者（以下「広告主等」という。）となる民間企業の課題を意識し、互いの課題を解決するための取組を検討する必要があります。そのため、事業推進に当たっては、民間企業等と連携・協力し、本市と民間企業等の各々が抱える様々な課題の解決に向けて、互いにメリットがうまれる事業を選択します。



2 広告収入事業の規制に対する考え方

広告収入事業に対する規制は大きく「法令等による規制」と「自主規制」に分かれます。

(1) 法令等による規制

広告の内容や媒体等により様々な法令等による規制を受けるため、以下に示す法令等に配慮し、事業を進めていきます。

広告に関連するさまざまな法律による規制例

景 観 法

都市、農山漁村等における良好な景観の形成の促進等を目的とした法律。良好な景観の形成に支障を及ぼすおそれのある行為に対する規制等が規定されている。

屋 外 広 告 物 法

良好な景観の形成または風致の維持、公衆に対する危害の防止を促進するための法律。広告物の表示等に関する規制も含め、屋外広告物全般にわたる内容が規定されている。

独 占 禁 止 法

公正かつ自由な企業間競争を進め消費者の利益となることを促す法律。私的独占などの行為を禁止している。

景 品 表 示 法

過大な景品類の提供の規制（不当景品類防止）と、誇大・虚偽の景品類の提供を規制（不当表示防止）している。

不 正 競 争 防 止 法

事業者間の公正な競争を確保するための法律。他の商品表示と紛らわしい表示にする売り込みなどを禁じている。

著 作 権 法

著作物の著作者や権利保有者の権利を守り、第三者の利用を制限している。肖像権もこの法律の範疇に入る。

商 標 法

企業の商品・サービスの商標を保護し、第三者の使用を排除している。

薬 事 法

医薬品、医薬部外品、化粧品、健康食品等の効能に関して、虚偽または誇大な広告表現をしないように規制する。

個 人 情 報 保 護 法

消費者の権利保護のため、事業者が個人情報を適正に扱うことを義務付けている。プロモーションやネット広告に関連している。

製造物責任法（PL法）

製品の欠陥で損害を被った場合、製造業者が被害者に対して負う損害賠償責任について規定している。誤表記や景品類の欠陥に関連している。

さらに、屋外広告やネーミングライツによる愛称看板の掲出については、景観法及び屋外広告物法に加え、大阪府屋外広告物条例、官公署等における屋外広告物の掲出ガイドライン（平成27年4月、大阪府）、岸和田市景観条例及び岸和田市景観計画等を踏まえ、屋外広告等の掲出可否及び広告の意匠・サイズ等を検討する必要があります。

【特に注意する点】

●大阪府屋外広告物条例

大阪府屋外広告物条例の規定に則り、屋外広告物を掲出できる区域かどうか（許可区域、禁止区域、表示制限区域のいずれに該当するのか）や屋外広告物を掲出できる物件かどうか（禁止物件か否か）等を確認し、屋外広告等の掲出可否及び広告のサイズ等を検討することとします。

なお、事業者がネーミングライツを付与し、愛称看板を施設等に掲示する場合、同条例第8条第1項第2号に規定された「公共団体などが表示・設置する道先案内図等」と解され、同条例の各種規制（禁止物件、禁止区域など）の適用除外の対象として扱うこととします。ただし、愛称看板は自家用広告物でもあることから、民間等の自家用広告物とのバランスに配慮して、条例第8条第1項第3号の規定を踏まえ、広告物の表示面積は7㎡を超えないものとします。

●岸和田市景観計画

■第2章『良好な景観の形成に関する方針』関連

第2章『良好な景観の形成に関する方針』における、景観計画区域、基本景観区、基本景観軸及び景観配慮地区ごとに定められた基本目標や基本方針を踏まえ、屋外広告等の意匠・サイズ等を検討することとします。

■第3章『良好な景観の形成のための行為の制限に関する事項』関連

第3章『良好な景観の形成のための行為の制限に関する事項』に規定された、景観計画区域（岸和田市全域）における対象行為に該当する場合は、景観形成基準及び色彩基準を踏まえ、屋外広告等の意匠・サイズ等を検討することとします。

■第5章『誘導基準』関連

第5章『誘導基準』を踏まえ、屋外広告等の表示及び掲出に関する意匠・サイズ等を検討することとします。

(2) 自主規制

広告収入事業は、地方自治体の資産等を広告媒体として扱うものです。したがって、広告収入事業を実施するに当たって、広告内容及び表現は、地方自治体の公共性、中立性及びその品位を損なわず、信頼性を有するものでなければなりません。また、公序良俗に反するおそれのあるもの、人権侵害、政治・宗教活動、青少年の健全育成の観点から適切でないもの等を避けるなど、自主的な配慮が必要となります。

さらに、広告収入事業を実施するに当たっては、第一の目的は歳入の確保ですが、市民にデメリットがないことをまず考慮すべきです。そのため、市民の生活環境に悪影響を及

ぼすものや利便性を阻害するものは広告媒体としないこととします。また、たとえ一時的に収入が増えたとしても市民に誤解を与えかねないものや、市民の目から見て好ましくない広告内容は避けるべきです。

岸和田市としての品位を失わないことも大切です。本市は城下町としての歴史もあり、現在でも多くの貴重な人的・物的資源を有するまちです。これらの資源を有効に広告収入事業に活用することは重要な視点ですが、同時に、現在まで培われてきた品位を失うことは、まちのイメージ低下に繋がるおそれもあり、避けるべきです。

3 留意事項

広告収入事業を推進するに当たっては、以下の2点に留意します。

① 費用対効果

広告収入事業の分野は、他の自治体の事例を見ても非常に多岐にわたって取り組まれています。しかし、本市において、これら全てを一律に実施していくことは効果的・効率的ではありません。他の自治体の成功事例や課題等及び本市の現状を踏まえ、費用対効果を勘案した上で取組を進めます。

② 岸和田市のオリジナリティーを活かす

広告収入事業は非常にバラエティーに富むものであり、他の自治体においては大きな成果が得られないものであっても、本市において成功する可能性はあります。本市のオリジナリティーを活かして、柔軟に取り組むことが重要です。

特に地元の民間企業等とタイアップし、双方共に利益がある関係(W I N-W I Nの関係)を築くことで、広告収入のみならず地域の活性化にもつながることが期待できます。

第3章 広告媒体の抽出

本市における広告媒体は、大別すると、その性質上「施設等」と「備品・消耗品等」に分けられます。

1 施設等

市の「施設等」を広告媒体として活用する方法は、「ネーミングライツ」と「広告掲載」の2つがあります。

ネーミングライツは、現在の名前（条例上の施設名等、正式名称）を残す条件で命名権を募集することも可能で、「愛称の変更」とすることで、条例改正や交通標識、既存のパンフレット等の変更を不要にすることもできます。

広告掲載は、市の施設等（例：施設壁面、公用車等）に看板等の広告を掲示したり、パンフレットラックや広告入りマットを設置するもので、ネーミングライツでの名称変更がなじまない施設でも検討は可能です。既に本市においても複数の施設において導入事例があります（P. 8「※参考①本市の実施事例」を参照）。なお、屋外広告に関しては、景観法や大阪府屋外広告物条例による制約がありますが、屋外での広告掲載が不可能な施設でも、施設内部の壁面等への広告掲載であれば可能となる場合も十分考えられます。

(1) 検討基準

次の5つの視点により、対象施設を検討します。

① 宣伝効果

施設の規模が大きい、利用者が多い、又はイベント等で利用頻度が高い施設かどうかを考慮します。また、メディア露出が高いかどうかも重要なポイントとなります。

さらに、広告掲載の場合は、待合スペース等人が滞留する場所や鉄道又は幹線道路の付近で宣伝効果が高くなる傾向があります。

② 施設の設置目的

収益施設を広告媒体として活用する場合は、比較的導入しやすいため積極的に広告媒体として活用していきます。一方、施設の設置目的や性格を考慮すると、利用者に一定の配慮が必要となる施設については、広告主や広告等の内容を十分に踏まえた上で、導入の可否を検討する必要があります。また、ネーミングライツについては、市役所などの庁舎、学校、保育所、幼稚園、病院等、施設の設置目的又は利用実態に照らして愛称をつけることがなじまない施設については原則対象外とします。

このように、施設によって広告媒体としての適性が異なるため、導入に当たっては、各施設の設置目的等を考慮し検討する必要があります。

③ 他の自治体での参考事例

他の自治体で既に導入されている場合、本市でも広告媒体として活用できる可能性は十

分に考えられます。ただし、本市の施設の特性を他の自治体と比較した上で検討する必要があります。(P. 9「※参考②他市事例」を参照)

④ 広告収入か役務提供か

以下のどちらの手法が適しているか、検討を行います。

「広告収入」… 広告を掲載することにより広告料を徴収するもの。

「役務提供」… 広告料を徴収する代わりに役務を提供してもらうもの。

(例) トイレや施設の清掃をしてもらう 等

⑤ 命名の経緯等

ネーミングライツの導入について、施設によっては、命名の経緯等(市民公募等で名称を決定しており、利用者にその名称が広く使われている等)や建設経緯等に配慮した上で、導入の可否を検討する必要があります。また、名称のない施設の一部等に愛称をつけるに当たっては、施設本体の名称と誤解を与えたり、対象物を特定できず混乱を招くことのないよう注意する必要があります。そのため、原則、例規又は公有財産台帳等により名称等が規定されている施設や施設の一部に対してネーミングライツを導入することとします。

※ 参考① 本市の実施事例

実施年度	広告媒体	担当課	備考
平成 21 年度～	指定管理者施設看板	観光課 上下水道局総務課	
平成 22 年度～	動画モニター	広報広聴課	
平成 22 年度～	広告入り玄関マット	企画課及び 各施設所管部課	無償設置
平成 23 年度～	岸和田競輪場施設屋外広告	公営競技事業所	
平成 24 年度～	庁舎案内板及び案内地図	総務管財課	
平成 31 年度～	岸和田競輪場ネーミングライツ、広告掲載	公営競技事業所	
令和元年 10 月～	岸和田市立浪切ホールネーミングライツ	文化国際課	
令和 2 年 4 月～	中央公園ネーミングライツ	水とみどり課	
令和 5 年 5 月～	岸和田市立福祉総合センターネーミングライツ	福祉政策課	

※ 参考② 他市事例

■ネーミングライツ

◆体育館 ◆ホール ◆運動広場 ◆トイレ ◆歩道橋、市道 ◆公園 ◆イベント

(例) 千葉県流山市 「流山市民総合体育館」→「キックマンアリーナ」

(例) 兵庫県尼崎市 「アルカイクホール」→「あましんアルカイクホール」

(例) 神奈川県横浜市「新横浜駅北口公衆トイレ」→「ドゥアメンティ新横浜駅前トイレ診断士の廁堂」

(例) 大阪府泉佐野市 「泉佐野市立図書館」→「レイクアルスタープラザ・カワサキ中央図書館」

■ 広告掲載

- | | | | |
|----------------|---------------------|--------------|-------------|
| ◆ 公用車・ごみ収集車の側面 | ◆ コミュニティバス（車内・車体側面） | ◆ 施設の内壁面・外壁面 | |
| ◆ 公衆トイレの外壁 | ◆ 施設の座席カバー | ◆ パンフレットラック | ◆ エレベーターホール |

2 備品・消耗品等

「備品・消耗品等」にも、広告媒体として活用できる可能性を持っているものは身近に多数存在します。他の自治体の導入事例をみても（一部本市でも導入済み）、封筒、領収書、ホームページバナー、広報紙など多岐にわたっており、柔軟な発想で検討を行えば、アイデア次第で広告媒体はより一層広がる可能性があります。（P. 10「※参考①本市の実施事例」「※参考②他市事例」を参照）

(1) 検討基準

備品・消耗品等を活用して広告収入事業を実施する際は、広告掲載に当たっての制約が比較的少ないため、他の自治体の事例などを参考に、次の視点により、対象物を検討します。

① 宣伝効果

発行部数が多い、多数の人の目に触れる機会が多い、又は利用頻度が高い媒体かどうか考慮します。

② 対象の明確さ

広告媒体を手にする人が特定されているかどうかは重要なポイントとなります。特定されていれば、関連する業種の広告主にとっては広告効果が高いと考えられます。

③ 広告収入か現物提供か

以下のどちらの手法が適しているか、検討を行います。

「広告収入」… 広告を掲載することにより広告料を徴収するもの。

「現物提供」… 広告料を徴収する代わりに、広告の入った現物を提供してもらうもの。

※ 参考① 本市の実施事例

実施年度	広告媒体	担当課	備考
平成 13 年度～	広報きしわだ	広報広聴課	
平成 14 年度～	広告入り窓口用封筒	市民課・市民税課	現物提供
平成 19 年度～	くらしの便利帳	広報広聴課	現物提供
平成 20 年度～	岸和田市ウェブサイト・バナー広告	広報広聴課	
平成 22 年度	ガイドブック	広報広聴課	
平成 22 年度～	固定資産税・都市計画税納税通知書用封筒	固定資産税課	
平成 23 年度～	雑誌スポンサー	図書館	現物提供
平成 23 年度～	「水道使用水量等のお知らせ」用紙	上下水道局料金課	
平成 28 年度～	ローズバス時刻表	市街地整備課	現物提供
平成 28 年度～	岸和田市総合防災マップ	危機管理課	現物提供

※ 参考② 他市事例

◆ 広報紙・案内用冊子	◆ パンフレット・チラシ等印刷物	◆ 指定ごみ袋	◆ 番号札
◆ 母子手帳（カバー）	◆ 公用封筒	◆ 通知書送付用封筒	◆ 給食献立表
◆ ベンチ・パイプ椅子	◆ パソコン（デスクトップ画面）		

3 留意事項

「施設等」「備品・消耗品等」ともに対象が明確で、宣伝効果が高いものは、民間企業等にとって、広告媒体としての価値があります。また、どちらかにしか該当しない媒体でも、他の自治体で事例があるものに関しては、広告募集を検討する必要があります。その際は、対象を明確にしたり、宣伝効果が高くなるように工夫したり（広告を掲載できるスペースを増やすなど）することで、民間企業等にとって価値のある広告媒体になる可能性があります。

広告収入事業を進めていく上では、これまでの手法にとらわれず、広告媒体の価値を高めることも念頭に入れながら、広告媒体を選定することが重要です。

第4章 事業実施に当たって

1 本市での広告収入事業の推進に向けて

本市では、広告収入事業の推進、継続的な実施を図るため、以下の体制等を整備します。

(1) 広告収入事業を進めるための庁内体制

① 全庁的に事業を推進する

広告掲載対象の各媒体の特性について最も把握しているのは、その媒体を所管している各部課です。利用者の状況等を踏まえ、事業を円滑且つ効果的に進めていくためには広告媒体所管部課の主体性が不可欠となります。一方、広告収入事業を効果的・効率的に推進していくためには、事業ノウハウや情報を一元化するとともに、これらを各媒体への広告導入の際に活かす必要があります。この役割は広告収入事業を所管する行財政改革課が事務局として中心的に担っていきます。よって、広告収入事業に関する起案・決裁は広告媒体所管部課で行い、情報共有のため、決裁後に関係書類の写しを広告媒体所管部課から行財政改革課に提供することとします。

② 広告収入事業審査委員会の設置

広告媒体所管部課で事業実施の判断が困難なケースや疑義が生じた場合、事業の実施及び広告掲載の可否等を審査するため、広告収入事業審査委員会を設置します。（岸和田市広告収入事業実施要綱第11条）

契約相手方としての適正（岸和田市広告収入事業実施要綱第4条（広告主としない者）に該当しないか）、広告や愛称の内容（①岸和田市広告収入事業実施要綱第5条（広告掲載しない広告の基準）に該当しないか②愛称や愛称による施設等名称看板等のデザイン及び色調が提案された公共施設にふさわしいか（意匠については、環境デザイン委員会と別途協議）、契約金額・期間の妥当性（他市事例や市場価格等を踏まえ審査）等を審査項目として、広告収入事業として実施すべき内容が審査します。

具体的に以下の場合、広告収入事業審査委員会において、必ず事前に審査することとします。（岸和田市広告収入事業実施要綱第12条）

ア 市有施設、市が開催するイベントの名称等の命名権を新たに売却しようとするとき

イ 広告掲載の可否又は継続について重大な疑義が生じた場合において、委員長が必要と認めるとき

ウ 当該広告収入事業により市民生活に多大な影響を与えるおそれがある場合において、委員長が必要と認めるとき

(2) 関係機関との協議

広告収入事業（特に屋外広告やネーミングライツ）を推進する際は、必要に応じて、道路管理者、警察などの関係する機関と事前に協議した上で、導入に問題がないか検討します。

(3) 広告収入事業を推進するための予算上の配慮

広告収入事業による歳入の増加、現物の提供を受けることによる歳出の削減等に取り組んだ広告媒体所管部課に対しては、その効果額の一部を、事業の適正を考慮した上で、新規事業等の財源とするなど予算上の配慮を行います。

(4) 広告収入事業に関する情報の発信

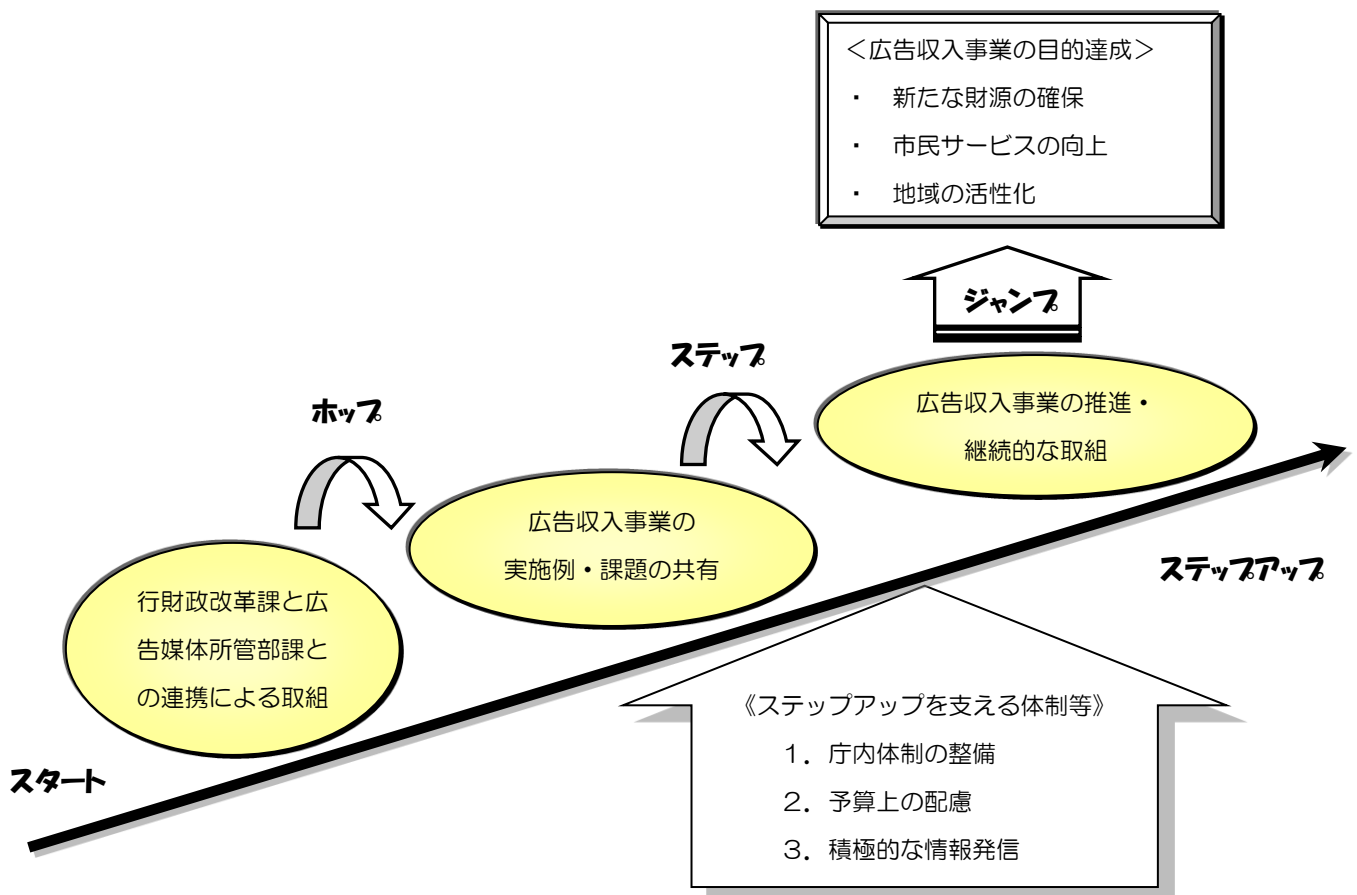
① 庁内向けの情報発信について

行財政改革課は、広告媒体所管部課のノウハウを全部署で広く共有するために、広告収入事業に関する庁内の取組事例等の情報発信に努めます。

② 市民等に向けての情報発信について

広告収入事業に関して、その趣旨や効果、実施例などを本市のホームページに掲載し、市民との情報共有に努めます。また、広告主等及び広告掲載に関心がある民間企業等に対しても、広告募集の情報を積極的に発信します。

【広告収入事業の目的達成に向けて】



2 広告主等を募集する際のポイント

広告主等を募集する際は、以下の点に留意し、広告媒体の特性に応じて募集方法等を検討することとします。

(1) 広告主等の募集方法

広告主等を募集する方法としては主に以下の2つの方法があります。広告媒体に応じて、広告媒体所管部課で判断するものとします。

① 直営方式

本市が直接広告主等を募集する方式です。

② 代理店方式

本市が広告代理店と契約し、広告代理店が広告主等の募集を行う方式です。

本市は、直接的には広告代理店を募集し、広告主等ではなく、広告代理店と広告掲載を行う施設や場所、媒体等について契約を結びます。

広告主等への販売価格の設定等は、広告代理店が取り決めることが一般的ですが、詳細については、広告代理店との契約内容によって異なります。

広告パートナー制度の活用

広告パートナー制度とは、本市が保有する広告媒体に広告を掲載することに関心を持つ民間企業等をあらかじめ登録する制度です。(岸和田市広告収入事業実施要綱第4条の2)

■登録

広告パートナーへの登録に関する受付等庶務事務は行財政改革課で行います。

各広告媒体において、広告パートナー制度を利用するかどうかは、広告媒体所管部課で判断するものとします。

■広告パートナーのPR

広告パートナーに登録した民間企業等に関して、その名称や所在地等を本市のホームページに掲載し、広告パートナーのPRに努めます。(岸和田市広告パートナー実施要綱第4条)

■広告主等の先行募集

本市が、広告パートナー制度を用いて広告主等や広告代理店を募集すると決定した広告媒体については、広告主等の一般募集を開始する前に、広告パートナーに限定して先行募集を行うことができます。先行募集で広告主等が決まらなかった場合は、続いて一般募集を行います。(岸和田市広告パートナー実施要綱第2条)

(2) 広告掲載料金の設定

広告媒体所管部課において、他市事例や市場価格等を踏まえ、広告媒体としての価値やニーズ等を勘案した上で、広告掲載料金の設定を行います。

具体的には以下の方法が考えられます。

① 定額制

本市があらかじめ広告枠の料金を設定しておく方法です。応募者にとっては、事前に支払うべき料金を確認できるため、費用対効果を確認しやすくなると考えられます。季節などによる広告価値の変動に合わせて料金を変えることで、より多くの収入を得られる可能性が広がります。ただし、この方法の場合は、先着順に広告主等を決定することとなり、価格競争が発生しないこととなります。

② 入札制・公募型プロポーザル制

本市は、最低価格のみを提示し、最高価格を提示した応募者を広告主等とする方法です。応募者が複数となれば、競争が促されることとなり、その結果提案額があがり、本市の広告収入が増加することが期待されます。ただし、この方法の場合は、応募者にとっては適正価格を判断しづらく、応募をためらうケースも考えられます。

③ 現物提供

広告媒体となる備品・消耗品等そのものを広告主等から無償で提供や借用を受ける方法です。本市としては、金銭収入はないものの、事務に必要な備品・消耗品等の作成費用等の負担が不要となります。また、契約内容によっては、備品の維持管理等まで含めて無償で提供や借用を受けることができます。

(3) その他留意事項

① 広告の掲載基準については、本ガイドライン及び岸和田市広告収入事業実施要綱等を踏まえ、広告媒体の特性、性質によって総合的に判断します。

(母子手帳に広告をする場合⇒葬儀関係業者は除く等)

② 施設等を利用した広告やネーミングライツ募集時には、その表示物の設置費用について負担割合や必要な手続きについても併せて提示すること(原則、設置費用は民間企業等負担など)を原則とします。

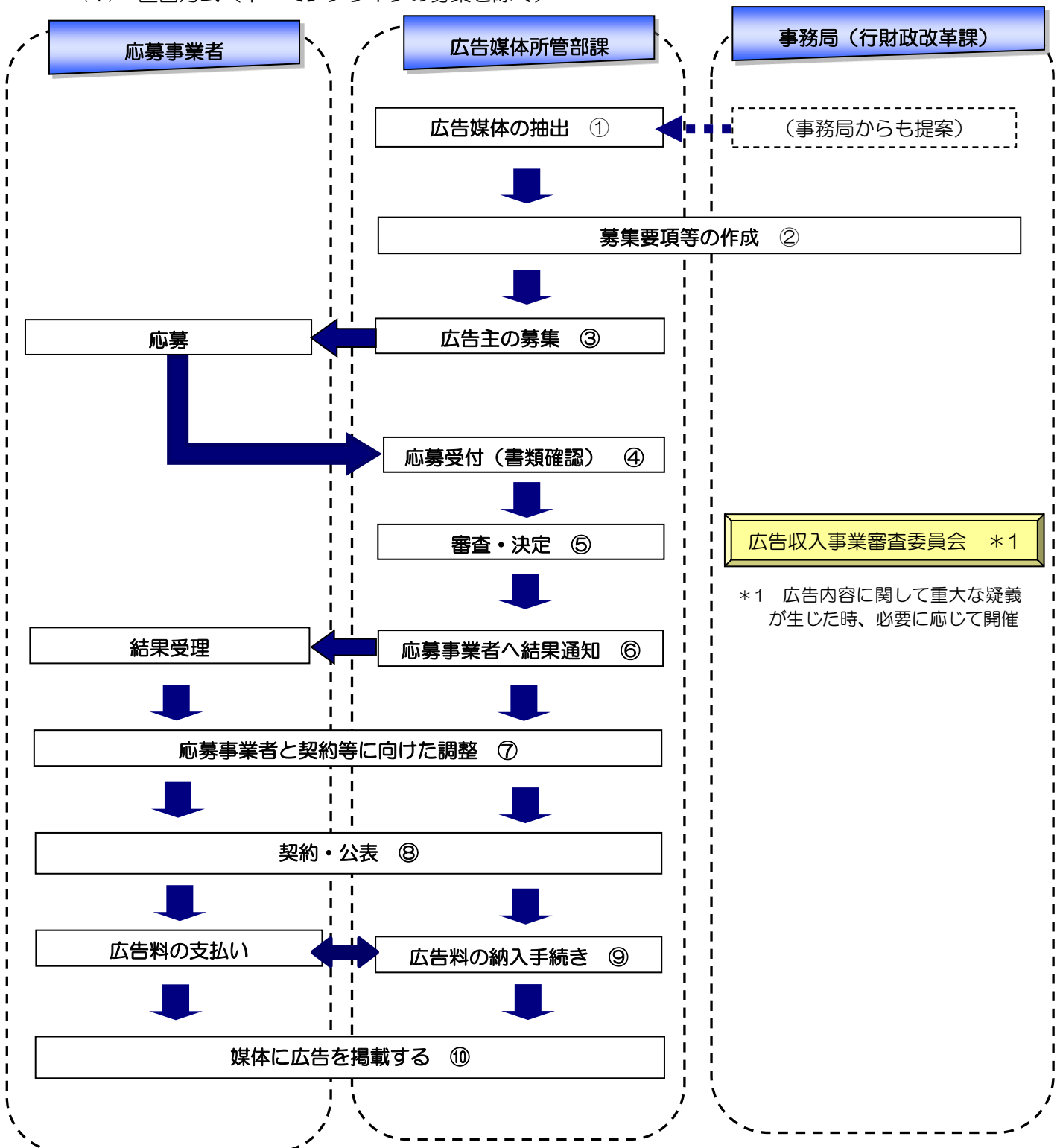
③ 指定管理者制度を導入している施設(以下「指定管理施設」という。)の広告掲載は、指定管理者を優先交渉権者とします。

指定管理者が優先交渉権を行使しなかった場合は、公募に切り替えることとします。

- ④ 民間事業者がネーミングライツ導入施設の命名権の取得を希望する場合、又はネーミングライツの契約の更新を希望する場合において、岸和田市ネーミングライツ事業実施要綱及び岸和田市ネーミングライツ（提案募集型）募集要項の規定に該当する場合に限り、優先交渉権が付与されます。

3 広告収入事業に関するフロー図

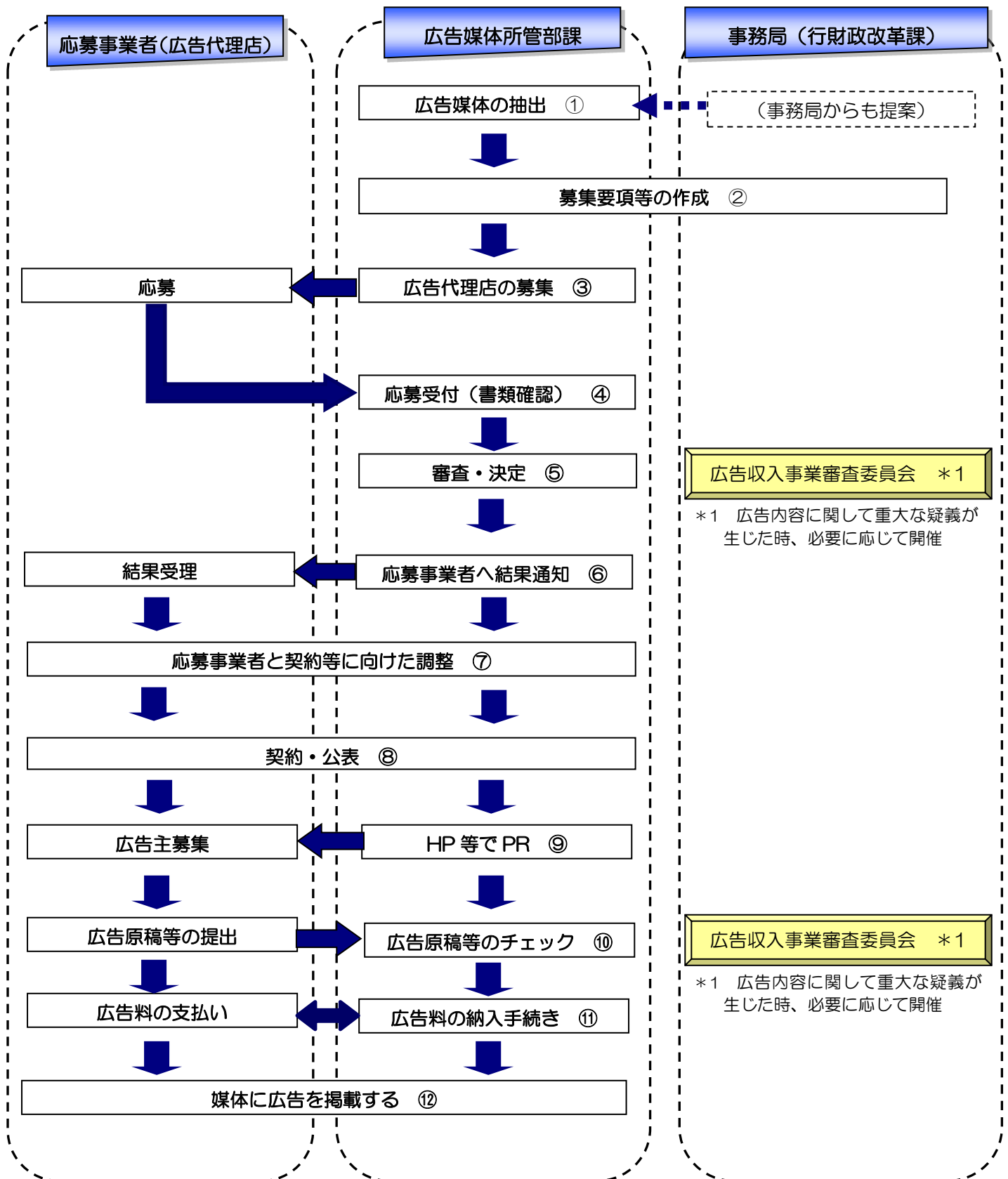
(1) 直営方式（ネーミングライツの募集を除く）



<作業の進め方>

No.	作業内容	備考
①	広告媒体の抽出	<ul style="list-style-type: none"> 導入可能な広告媒体を検討、抽出する。 事務局からも積極的に提案する。
②	募集要項等の作成	<ul style="list-style-type: none"> 募集要項や契約書等、必要書類の作成は、広告媒体所管部課が中心になって行う。(必要に応じ、ネーミングライツ事業と同様に、関係課・関係機関と事前相談を行う)
③	広告主の募集	<ul style="list-style-type: none"> 積極的に広告パートナー制度を活用し、まずは先行募集する。 先行募集で埋まらなかったら、一般公募をする。
④	応募受付(書類確認)	<ul style="list-style-type: none"> 応募を受付、提出書類等を確認する。
⑤	審査・決定	<ul style="list-style-type: none"> 募集要項に則り、審査、決定する。 必要があれば広告収入事業審査委員会で審議する。
⑥	応募事業者へ結果通知	<ul style="list-style-type: none"> 応募事業者へ可否決定書通知書等を送付する。
⑦	応募事業者と契約等に向けた調整	<ul style="list-style-type: none"> 応募事業者と契約内容及び今後のスケジュール等を調整する。
⑧	契約・公表	<ul style="list-style-type: none"> 広告媒体所管部課と応募事業者で契約する。 契約後、市HP等で公表する。
⑨	広告料の納入手続き	<ul style="list-style-type: none"> 広告媒体所管部課は、広告料の納入手続きをする。
⑩	媒体に広告を掲載する	

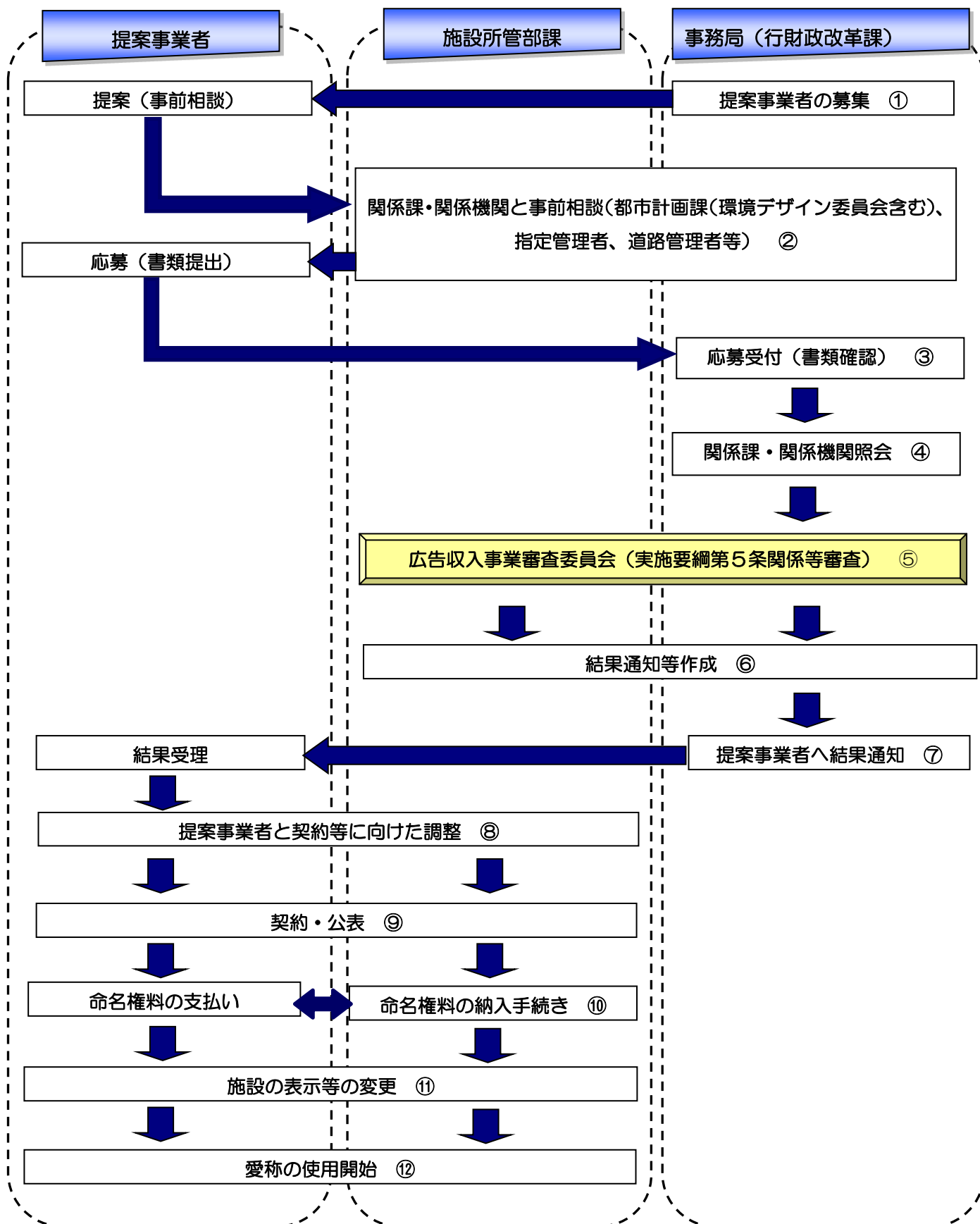
(2) 代理店方式（ネーミングライツの募集を除く）



<作業の進め方>

No.	作業内容	備考
①	広告媒体の抽出	<ul style="list-style-type: none"> 導入可能な広告媒体を検討、抽出する。 事務局からも積極的に提案する。
②	募集要項等の作成	<ul style="list-style-type: none"> 募集要項や契約書等、必要書類の作成は、広告媒体所管部課が中心になって行う。(必要に応じ、ネーミングライツ事業と同様に、関係課・関係機関と事前相談を行う)
③	広告代理店の募集	<ul style="list-style-type: none"> 積極的に広告パートナー制度を活用し、まずは先行募集する。 先行募集で埋まらなかったら、一般公募をする。
④	応募受付(書類確認)	<ul style="list-style-type: none"> 応募を受付、提出書類等を確認する。
⑤	審査・決定	<ul style="list-style-type: none"> 募集要項に則り、審査、決定する。 必要があれば広告収入事業審査委員会で審議する。
⑥	応募事業者へ結果通知	<ul style="list-style-type: none"> 応募事業者へ可否決定書通知書等を送付する。
⑦	応募事業者と契約等に向けた調整	<ul style="list-style-type: none"> 応募事業者と契約内容及び今後のスケジュール等を調整する。
⑧	契約・公表	<ul style="list-style-type: none"> 広告媒体所管部課と応募事業者で契約する。 契約後、HP等で公表する。
⑨	HP等でPR	<ul style="list-style-type: none"> 市HPで広告主募集している旨、PRする。
⑩	広告原稿等のチェック	<ul style="list-style-type: none"> 広告代理店経由で広告掲載希望者から提出された応募内容に問題がないか、募集要項に則り、審査する。 必要があれば広告収入事業審査委員会で審議する。 広告代理店経由で広告掲載希望者へ可否決定通知書等を送付する。
⑪	広告料の納入手続き	<ul style="list-style-type: none"> 広告媒体所管部課は、広告料の納入手続きをする。
⑫	媒体に広告を掲載する	

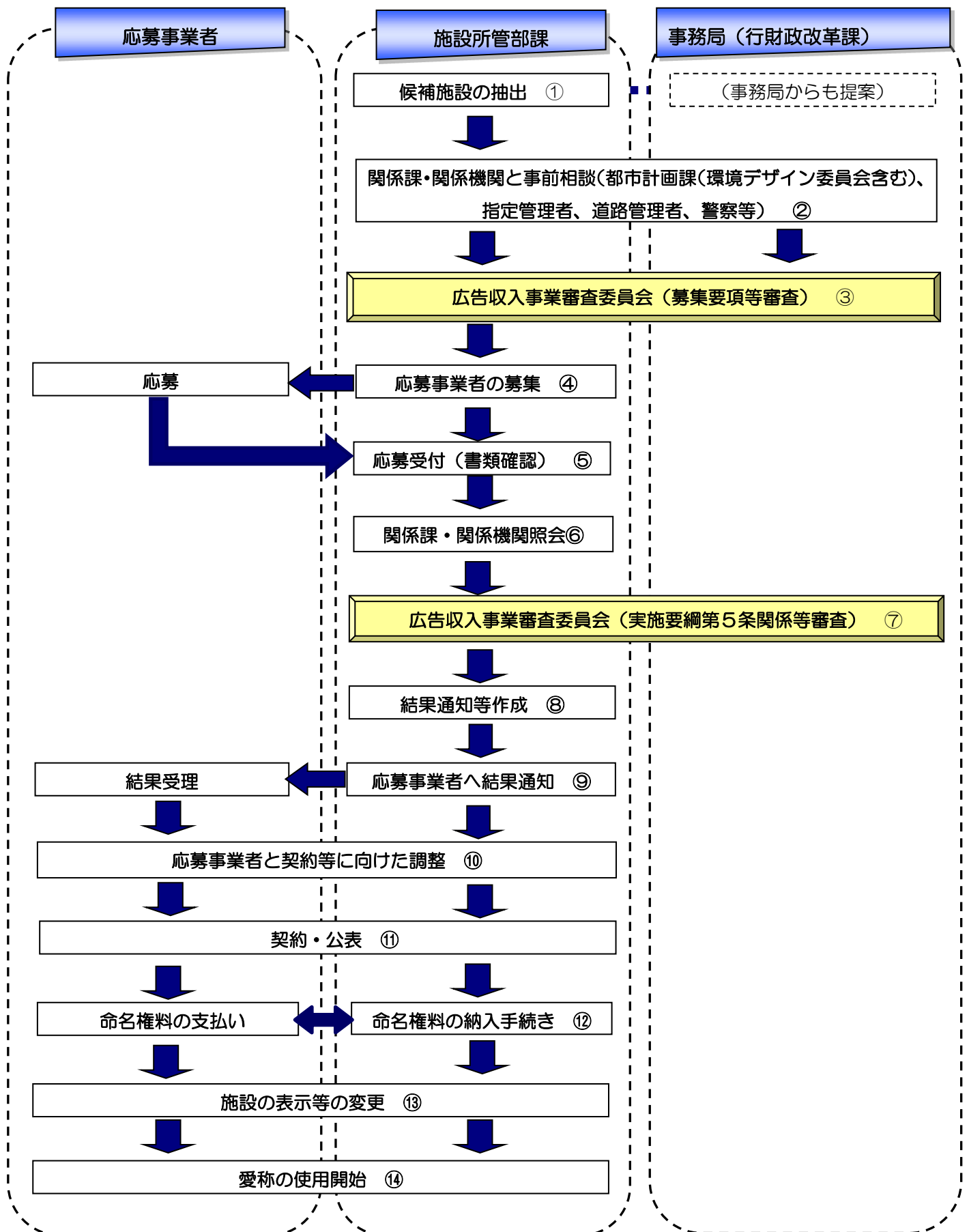
(3) 提案募集型（ネーミングライツ）



<作業の進め方>

No.	作業内容	備考
①	提案事業者の募集	・ 事務局が市 HP 等で募集を呼びかける。
②	関係課・関係機関と事前相談	・ 事業者より提案があった場合、関係課・関係機関と事前に相談し、法的課題等がないか確認する。
③	応募受付（書類確認）	・ 応募を受付、提出書類等を確認する。
④	関係課・関係機関照会	・ 提出資料をもとに、提案内容の実施の可否、実施する際の条件の有無を関係課等に照会する。
⑤	広告収入事業審査委員会（実施要綱第5条関係等審査）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 委員会を開き、契約相手方としての適正（岸和田市広告収入事業実施要綱第4条（広告主としない者）に該当しないか）、広告や愛称の内容（①岸和田市広告収入事業実施要綱第5条（広告掲載しない広告の基準）に該当しないか②愛称、愛称による施設等名称表示板等が提案された公共施設にふさわしいか（名称表示板の意匠については、環境デザイン委員会に別途諮問）、契約金額・期間の妥当性（他市事例や市場価格等を踏まえ審査）等を審査する。 ・ 委員会開催準備及び運営は事務局が中心となり進める。
⑥	結果通知等作成	・ 関係課と協議の上、事務局が結果通知を作成する。
⑦	提案事業者へ結果通知	・ 提案事業者へ可否決定通知書等を送付する。
⑧	提案事業者と契約等に向けた調整	・ 提案事業者と契約内容及び今後のスケジュール等を調整する。
⑨	契約・公表	<ul style="list-style-type: none"> ・ 施設所管部課と提案事業者で契約する。 ・ 契約後、市 HP 等で公表する。
⑩	命名権料の納入手続き	・ 施設所管部課は命名権料の納入手続きをする。
⑪	施設の表示等の変更	・ 原則、事業者負担で施設の表示や印刷物等の変更を行う。
⑫	愛称の使用開始	

(4) 施設等特定募集型（ネーミングライツ）



<作業の進め方>

	作業内容	備考
①	候補施設の抽出	・ 事務局からも積極的に提案する。
②	関係課・関係機関と事前相談	・ 関係課・関係機関と事前に相談し、法的課題等がないか確認する。 ・ 募集要項や契約書等、必要書類の作成は施設所管部課が中心になって行う。
③	広告収入事業審査委員会 (募集要項等審査)	・ 募集前に委員会を開き、候補施設の選定、愛称の表示場所、金額等の条件について審査する。 ・ 委員会開催準備及び運営は事務局が行う。審査委員会の資料作成は施設所管部課が中心になって行う。
④	応募事業者の募集	・ 施設所管部課が市 HP 等で募集を呼びかける。
⑤	応募受付(書類確認)	・ 応募を受付、提出書類等を確認する。
⑥	関係課・関係機関照会	・ 提出資料をもとに、提案内容の実施の可否、実施する際の条件の有無を関係課等に照会する。
⑦	広告収入事業審査委員会 (実施要綱第5条関係等審査)	・ 委員会を開き、契約相手方としての適正(岸和田市広告収入事業実施要綱第4条(広告主としない者)に該当しないか)、広告や愛称の内容(①岸和田市広告収入事業実施要綱第5条(広告掲載しない広告の基準)に該当しないか②愛称、愛称による施設等名称看板等のデザイン及び色調がその公共施設にふさわしいか(意匠については、環境デザイン委員会に別途諮問))、契約金額・期間の妥当性(他市事例や市場価格等を踏まえ審査)等を審査する。 ・ 委員会開催準備及び運営は事務局が行う。審査委員会の資料作成は施設所管部課が中心になって行う。
⑧	結果通知等作成	・ 関係課と協議の上、施設所管部課が結果通知を作成する。
⑨	応募事業者へ結果通知	・ 応募事業者へ可否決定通知書等を送付する。
⑩	応募事業者と契約等に向けた調整	・ 応募事業者と契約内容及び今後のスケジュール等を調整する。
⑪	契約、公表	・ 施設所管部課と応募事業者で契約する。 ・ 契約後、市 HP 等で公表する。
⑫	命名権料の納入手続き	・ 施設所管部課は、命名権料の納入手続きをする。
⑬	施設の表示等の変更	・ 原則、事業者負担で施設の表示や印刷物等の変更を行う。
⑭	愛称の使用開始	