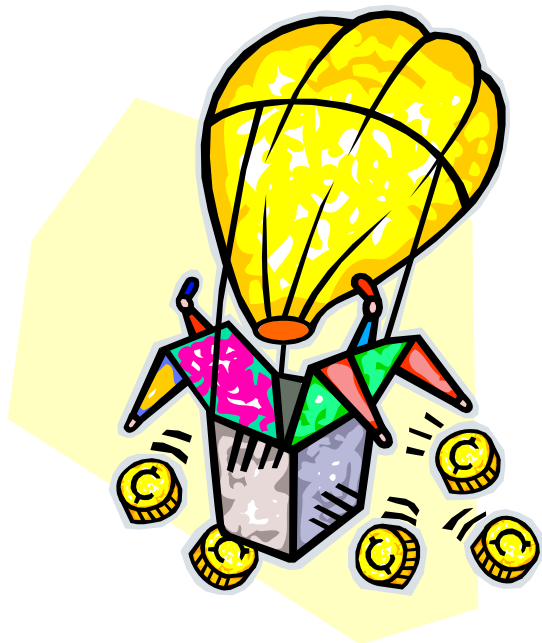


行政課題実践研修報告書



「岸和田の財布の中身をどう変えるか」

はじめに

第 1 章 財布の中身

1. 歳入部分
2. 歳出部分

第 2 章 視察先の調査

1. 視察内容の選定
2. 視察先の選定
3. 視察先の概要
4. 視察先の調査結果
5. 考察

第 3 章 庁内の印刷物調査

1. 庁内調査の実施
2. 調査結果をうけての考察

第 4 章 検証ならびに提案

1. 岸和田市での広告収入事業
2. 封筒の統一化

第 5 章 広告収入事業導入に向けて

1. 広告収入事業運用の手引き・マニュアル
2. 広告掲載要綱・基準
3. 広告収入事業に関する様式

チーム名：イン林おぶ問いトイ

情報政策課	道 林	政 男
建築住宅課	東	久 義
生涯学習課	柿 花	英太郎
文化国際課	中 田	昌 克
保険年金課	大 田	和 史
納 税 課	松 本	理恵子
固定資産税課	一ノ瀬	綾 子

サマリー

「岸和田の財布の中身をどう変えるか」の研究概要

1. はじめに

他自治体と同様、岸和田市も待っていれば自然に多くの税金が得られる状況でもなく、また各事業に今まで通りの経費を使うことができる状況でもない。

忘れてはいけないことは、住民の方から非常に大きな額の税金を本市の財布に預かっているのだということを全職員が認識することが重要である。したがって本市ももっと新たな財源を少しでも自ら探していく姿勢や、預かった税を無駄のないように使わせていただくということを意識していく必要がある。

そこで我々が入ってくるお金については新たな収入を得る方法と、出て行くお金については物品管理のあり方について研究を行った。

2. 財布の中身

まず特性要因図（魚骨図）を用いて、広告収入事業と物品管理の方策と問題点を探ってみた。

広告収入事業については、ウェブサイトのバナー広告、封筒への広告、建物の壁面広告、職員給与明細への広告などいくつかの方策があり、その導入には「効果」「取りまとめ部署」等の問題があがった。

物品管理のあり方については、補助金の削減、施設運営の見直しなどがあがった。いくつかの課題のうち、日常の業務で関わる身近ですぐに変えることができる物品の改善を取り上げ、その共有化や効率化する方策を模索した。

そこで、広告を掲載することで収入を獲得でき、また日常業務で最も身近な存在である封筒を歳出歳入改善の共通のテーマとして取り上げることとした。

3. 視察先の調査

物品管理に関する先進自治体として、身近な封筒を研究対象として設定したが、先進自治体を見つけることができず、私たち自身が内容を検証していくこととした。

広告収入事業に関する先進自治体として、厚木市、熊谷市、松江市の3市にご協力をいただき、各自治体の比較、考察を行った。

3市ともそれぞれ特徴的で参考となる点は多くあった。共通点は資産の有効活用を図り、独自の自主財源を確保することを重視している点である。また市自らが体質を変えなければいけないという責任感と危機感が感じられた。

4. 庁内の印刷物調査

各部署で市民向けに発送する印刷物、配布チラシ等の名称・発送数・作成部数等、及び担当部署で個別に発注している封筒の現物を集めるために庁内70課

へのアンケートを実施し、全部署から回答を得た。

それを基に各部署で保有する印刷物の発送回数、発送時期、発送枚数等の現状を把握し、広告価値のある媒体の基準や広告掲載可能性の高い媒体がどれほど存在するかの分析を行った。

また封筒の現物の大きさの比較や購入価格、枚数、時期の調査を行い、無駄な封筒の作成がないか、サイズが共通する封筒がないかの分析をした。

5. 検証ならびに提案

先進自治体視察及び庁内調査を踏まえ、本市において広告収入事業を実施した場合の問題点となるであろう、組織編成・実施形態、経済効果、申込みがない場合の対応、価格設定、危機管理等を検証してみた。

また物品管理については、発注時期、封筒1枚あたりのコスト、部署名押印作業の面からの検証を行い、改善方法を挙げている。

6. 広告収入事業導入に向けて

最後に、広告収入事業を絵に書いた餅となることが無いよう、できる限り各部署が実現へと近づけることができるように、広告収入事業運用の手引き・マニュアル（案）、広告掲載要綱・基準（案）、広告掲載申込用紙（案）を作成し提案している。

広告収入事業の今後の展開として、研究対象とした封筒以外にも活用できる本市の資産は存在する。逆に言えば資産の数だけ広告収入を得ることができる媒体は眠っていると言える。様々な可能性を摸索し、開始当初は困難が予想されるが、継続していくことが重要になってくる。

はじめに

現在、岸和田市は『きしわだ行財政再生プラン』などで財政難からの脱却方法を模索している。また財政対策特別チームが編成されるなど、市の中枢部が財政分析などを行っている。現在の流れである「入ってくるものが減り、出ていくものが増える」を「入ってくるものが少しでも増え、不用意に出ていくものが減る」という構造にするための具体的な手段について考える。

歳入においては、市税収入がもっとも多かった平成9年度と昨年度を比較すると、9年間で約2割（約59億円）減少しており税収が右肩上がりであったバブル崩壊前の時代のレベルにまで回復させることは困難である。

そこで歳入を増やす方法として、新たな事業がないかを研究する。また現状の業務を改善することで歳出を減らす具体的な手段がないかを検討することにした。

どのような財政改善策を研究するにしても、一人で行うことは難しいが、すぐに改善が見込めそして何より私たち自身が解決したいと思うこと、を条件にそれぞれ実施の対象を絞って検討した。そして岸和田市全体の収支としてとらえ改善される見込みがあるのかに留意しながら問題解決に向けた具体的な提案を目標に研究するものである。

第1章 財布の中身

1. 歳入部分

（1）歳入増加のための方策の検討

一時的な歳入の増加策として、公有財産の整理すなわち、売却を行うことが挙げられる。また継続的な歳入の増加策は様々なものが考えられる。例えば、だんじり祭りでの市役所屋上へのスペシャルシートの設置や、昨年の行政課題研究でもテーマとして取り上げられた映画のロケ誘致、またそれにより旅行代理店とタイアップすることで観光コースに組み込んでもらうことなどである。他には企業誘致による法人税収入の増加や、受益者負担の観点から体育館などの施設利用料の値上げ、市役所敷地内でのコンビニエンスストア誘致などである。

しかし、前述の方策は行政課題研究で既に検討されたものや、実施するまでに時間がかかるもの、住民との摩擦を生む可能性の高いものであり、実現が困難であると思われたので、「広告収入事業による収入の拡大」について研究し、具体案を提案することとした。

（２）広告収入事業

広告収入事業とは、民間事業者が自治体の資産を広告媒体として使用し、その使用料を自治体に支払い、自治体側がそれらを新たな財源とすること、あるいは民間事業者が作成した広告入りの物品の提供を受け、歳出を削減することである。

そこで自治体が広告収入事業を展開することの可否について確認することにする。広告に関する規制法規は、不当景品類及び不当表示防止法、不正競争防止法、軽犯罪法、宅地建物取引法、薬事法など極めて多岐にわたっており、その規制の態様も多様である。しかし、自治体の資産に広告掲載をできるかということに関しては、「一般に広告を掲載することを禁止する性質のものではなく、広告料は私法上の契約にもとづく料金であり条例を別に定める必要はない」との回答が自治省より茨城県総務部長宛になされており（昭和 33 年 8 月 21 日）、それを根拠とすることができる。

広告収入事業の主な例としては、自治体ウェブサイトのバナー広告・広報紙への広告・住民宛の封筒への広告・建物の壁面広告・公共施設への命名権（ネーミングライツ）の売却・職員の給与明細への広告・市営交通機関内の吊り革広告などがある。

本市では既に広報公聴課において広報紙への広告掲載、市民課・市民税課の住民向け窓口封筒の広告入りの現物提供がなされている。さまざまな広告媒体があるなかで、広告収入事業を実施する媒体として他自治体でも比較的早くから広告収入事業を導入するきっかけにしている封筒について、私たちは注目した。なぜなら、広告主である事業者にとっては、広告による効果を得るために媒体の発行数やその対象、配布方法など、どのようにして人の目に触れるのかが重要な要素になると考えるからである。その点封筒は、保険料や税の納付書など一度に大量発送して、確実に住民の手元に届く。そしてなにより送付する中身によってその目的や対象がはっきりとしていることから事業者にとって広告効果が期待できる媒体の一つになっているものとして、他市でも広告媒体として導入されている。その封筒について、私たちは検討することとした。

２．歳出部分

（１）歳出削減のための方策の検討

歳出の削減については、市からの補助金の削減や、採算の合わない施設運営の統廃合、契約形態や直営方式の見直しなどが考えられる。しかし、これらの方策は自治体という性質上実行するのは適当でないものだったり、逆に自治体として継続して実行していく必要があるものだったり、既に検討・実施されていたりするものである。

よって今回の歳出削減のテーマは、自治体内部で完結でき、即効性があり、日常の業務ですべての職員が関わるであろう物品の管理状態の改善について提案することとした。

（２）物品の管理

物品管理について、それぞれの部署で所有している物品の中で不要になったものについて、庁内ＬＡＮの掲示板で告知して有効利用される部署に譲ったりしている。しかし、庶務担当者だけが物品の保管場所・残存個数などを知っていて、職員全員が所有物品について把握しているわけではない。そのため、各部署で所有している物品を十分活用できていないことやムダを省こうという気持ちといったコスト意識が育ちにくくなっているように思われる。物品が、作業スペースを圧迫していたり、似たような物品を複数購入したり、去年と同じものを同じだけ発注するだけだったりというのはどの部署でも見られる光景である。

物品には備品である公用車やＯＡ機器から消耗品に分類されるペンや用紙などいろいろあるが、私たちは広告収入事業で媒体として取り上げる封筒に注目した。本市で使用する封筒は、部署によって規格がバラバラであることが考えられる。結果的に、仕様が合わないなどの理由から契約検査課が一括発注している共用物品の封筒を利用せず、部署ごとに個別に発注することによって封筒の単価が上がっているのではないかと私たちは考える。

使用する封筒を部署ごとに個別発注するのではなく類似した封筒を共用物品の封筒へ移行できないのかを調査した。

第２章 視察先の調査

１．視察内容の選定

広告収入事業と物品管理に関して、先行実施している自治体について調査した。

しかしながら、物品管理、とりわけ封筒の規格の統一化については適当と思われる自治体を抽出することができなかった。

このため、先進自治体への調査・視察は広告収入事業に絞ることとした。物品管理関係について、第３章「庁内の印刷物調査」で、私たちは独自に調査することにする。

２．視察先の選定

広告収入事業の視察先として厚木市、熊谷市、松江市の３市を取りあげた。

理由は、いずれの自治体も人口が２０万人前後であり、本市と同規模であるからである。つまり、広告の直接の受取手として想定できる人数が同規模の自治体を視察することで、本市における広告事業の効果を推し量れると考えたのである。

3. 視察先の概要

(1) 神奈川県 厚木市

平成 19 年 9 月現在で人口約 22 万 5 千人である。

市内に日産やソニーといった大企業を有している。財政状況も、財政力指数が常に 1.4~1.5 を維持するなど健全財政を維持している。

市中心部に図 1 「あつぎビジョン」なる屋外大型映像装置を設置しており、そこで広告を放映することにより得た収入は広告収入全体の 9 割近くを占めている。図 1 「市立病院領収書」裏への広告掲載など工夫を凝らしている。

あつぎビジョン



市立病院領収書(裏)



図 1 広告媒体例

(2) 埼玉県 熊谷市

平成 19 年 10 月現在で人口約 20 万 6 千人である。

日本一暑いことを逆手にとり図 2 「雪くま」なる御当地かき氷マップを職員が中心になって企画し広報活動に役立てたり、温暖化防止活動として図 2 「マイうちわ」に事業者広告を載せたりして販売している。また、保有施設の玄関ロビー掲示版、プラネタリウム番組投影前の広告スライドや、駐車場、文化会館客席カバーなど多種類の媒体について広告を募集しているのが特徴である。

かき氷雪くまマップ



マイうちわ



図 2 広告媒体例

(3) 島根県 松江市

平成 19 年 8 月現在で人口約 19 万 4 千人である。

古くからの城下町で、国際文化観光都市に指定されている。市ウェブサイトへのバナー広告や、観光パンフの他、図 3 「納税通知用封筒」裏や図 3 「市指定ゴミ袋」など様々な媒体への広告掲載に積極的に取り組んでいる。

納税通知用封筒(裏)



市指定ゴミ袋



図 3 広告媒体例

4. 視察先の調査結果

視察に際し事前に3市共通の質問票を配布、その回答内容を基に詳細をお伺いした。表1はその内容の一部を抜粋、比較したものである。

表1 視察先広告収入事業調査結果比較表

	担当部署やプロジェクトチームの有無 実施までに要した期間	広告媒体の 選定理由	収入の歳入措置形態 (一般・特定財源)	実績状況 事業者からの問合せ
厚木市	【担当課】 行政経営課、担当は1名で兼任。 【実施までの流れ】 財政課とともに広告掲載の進め方を検討し、要綱を制定。検討開始から約4ヶ月でH18年度開始。制定後、部長会議、課長会議で事業について説明するほか、住民宛の封筒を扱う28課にも説明。 現在の行政経営課の位置付けは広告掲載部署との調整、提案役。	広告媒体所有部署がそれぞれ決めるが、約1万部以上印刷する媒体が望ましい。	一般財源としている。 ただし、あつぎビジョン（屋外大型映像装置）のみ、維持費に年間3千万かかるため特定財源化。	H18年度の合計広告料は約974万円。 H19年度の合計広告料は約2,200万円（H19年8月末時点）。 あつぎビジョンの広告収入額が上記合計額に占める割合はH18年度で約79%、H19年度は約88%。 あつぎビジョンを除いた場合 募集枠数87に対し申込件数84（H18年度） 募集枠数121に対し申込件数114（H19年度8月末時点）
熊谷市	【担当課】 広告事業一般については企画課、実際の実務は広告媒体所有部署で対応。 【実施までの流れ】 H14年3月の第3次熊谷市行政改革大綱、H15年10月の同大綱実施計画書の策定に基づき企画課担当者が、広告媒体所有部署と交渉。 「市報くまがや」への広告掲載についてはH15年8月に方針決定してH16年1月から掲載開始。 「市内循環バス」への車内広告掲示についてH16年8月からバス運行業者と協議し、H17年1月に広告収入配分の協議段階。	広告媒体所有部署から、広告掲載可能と思われるものについての提案をもらう。 企画課からも各部署に打診。 税関係課と指定管理者制度導入の施設の一部については、広告掲載候補部署と考えていたが、調整が難航し、実現せず。	一般財源としている。 ただし、市営駐車場と市内循環バスのみ、特定財源化。 循環バスは民間運営であるが赤字のため市が補助金を交付しているため広告収入は特定財源化。（市と民間で折半し、不足分について補助金を支出）	【平成19年9月現在の状況】 広告媒体所有部署毎に集計している。4～9月の広告総収入は約340万円。 プラネタリウム事業における、番組前の広告スライド投影は1プログラムあたり1万円、パンフレットへの掲載は7千500円。 封筒は庁内共用物品で4事業者4枠を掲載（4万部発行で6万円/枠）。 市としては駅自由通路への広告掲載を事業の目玉として売り込んでいるが現時点では応募なし。
松江市	【担当課】 財政課は広告媒体所有部署との調整、相談に応じる。具体的な広告募集事務については各部署で対応。 【実施までの流れ】 H18年5月に関係各課の係長・担当で構成の「広告事業推進会議」設置（事務局 財政課）同会議で広告掲載要綱・基準について検討を開始。H18年12月に告示・施行、第1弾広告として納税通知書送付用封筒への掲載募集を開始。	基本的には広告媒体所有部署で検討・選定のうえ、財政課と協議。 広告事業導入時は推進会議において事前に候補媒体を検討し、担当部署へ提示。	特定財源としている。 広告媒体所有部署で予算化し、担当部署の事業財源として充当することで、各部署に還元。（事業費予算のシーリング対象外とし、事業費の増額も認める）	H18年度の合計広告料は約623万円。 H19年度の合計広告料は約793万円（H19年9月末時点）。 このうちウェブサイトへのバナー広告掲載収入がH18年度は約10万円。 H19年度は9月末時点で約217万円。 募集枠数19に対し申込数11（H18年度）。 募集枠数343に対し申込数172（H19年度9月時点）。 注）H18年度は12月から広告事業開始、また広報紙2枠は入札、随意契約のため申込数に含めず。

5. 考察

（１）導入経緯

視察先３市の財政状況は、それぞれ異なるが、いずれの市においても資産の有効活用を図り、独自の自主財源を確保することを重視している。厚木市は財政的にゆとりがあるが、あらたな財源を確保して将来への備えとして自ら体質を変えなければならないとの思いから、広告収入事業に乗り出したとのことである。

いずれの視察先においても担当者はもちろん、管理職が事業導入に意欲的であり、関係部署への働きかけを行った結果として協力が得られたことが円滑な事業導入につながった。

（２）組織体制

広告媒体を所有する部署が直接担当する体制を３市とも、とっている。理由は、広告媒体の特性をもっとも把握しており、住民からの問合せにも対応可能と考えたからとのこと。

しかし、広告収入事業は掲載にあたり、多くの分野の法規制を考慮しなければならない。例えば施設の壁面への広告掲載には都市景観条例や、施設の目的外使用にかかる許可申請を考慮する必要がある。また自治体職員には、広告募集という広告代理店の実務について、ノウハウが不十分ということも考えられる。

このため、各部署に担当が分かれていても、財政課や企画課など、広告収入事業導入の際に広告掲載要綱や基準作成を担当した部署が、各部署の広告掲載に関する相談に応じ、あるいは掲載可能性が高い広告媒体を有すると思われる部署に呼びかけたりすることで、適時協力する体制を３市ともとっている。

（３）委員会・審議会の設立

自治体の所有する媒体に乗せる広告としてふさわしいかなど、掲載内容に疑義が生じた場合に必要に応じて召集する組織を３市とも設立している。これにより、要綱や基準では掲載内容を判断できないときでも、住民に誤解を招くような内容など市の所管する媒体への掲載に不適当な広告の進出を未然に防ぐことを可能としている。

自由な経済活動の発展をいたずらに阻害しないように配慮しつつ、安全弁としての役割を果たすものとして有効と思われる。

（４）広告収入事業導入後の見通し

表１のなかの実績額から、導入直後に多額の収入が入っているようにもみえるが、事業実施にかかる人件費等を考慮すると数百万程度の収入では導入に消極的な意見もある。しかし、自治体の資産が広告媒体になりうるということは、まだまだ事業者や職員にも広く浸透していないと思われる。

自治体の媒体に広告を出すメリットが広まるにつれて、広告収入事業が大きく飛躍する可能性は高いと思われる。３市においても、事業者に広告を掲載してもらいやすい媒体、掲載時期、掲載料について引き続き検討を重ねているとのことである。

（５）広告収入事業による収入の扱い

一般財源とするか特定財源とするかについては３市のなかでも分かれるところである。特定財源とした場合、広告募集に力を注いだ部署に、その収入について自らの部署の事業に活用できるしきみを取りやすくなる。

広告収入事業の財源を確保することによって事業への新たな財源にできるということについて、職員に広く周知することが大切である。

特定財源としている松江市においても、同市財政課担当者から、この魅力について庁内各部署には必ずしも十分に伝わっていないようであるとのことであった。

このように、特定財源化については課題もあるものの、中長期的にみれば、広告掲載に努力した部署にそれ相応のメリットを生じさせるものとして職員のモチベーション向上につながり、個々の職員の財政、コスト感覚の育成も期待できると思われる。よって、広告収入は特定財源とすることが望ましいと思われる。

（６）住民の反応

３市とも広告収入事業導入に際して、住民から大きな非難の声が上がっているという話はでてこなかった。また、３市とも、新たな広告媒体の企画・提案などウェブサイトなどを通じて広く募っている。しかしながら住民からの提案はほとんどなく、採用されたこともないため、関心度は低いものと推察される。また自治体の広告価値のある資産がどれにあたるかなど根本的な課題もあるように思われる。

（７）広告収入事業の課題

広告が今後より多くの媒体に掲載され、屋外施設など常時直接住民の目に触れるようになっていくにつれて様々な意見が出てくるものと思われる。ただし、前述の（６）住民の反応にもあるが、単に広告掲載するだけではなく、広く住民に広告掲載効果について説明することが重要である。なぜなら、広告掲載効果について広く住民の方に説明しなければ、広告掲載に関する企画・提案があらがないのは当然であろう。

また、特定の企業広告掲載が続くなど、事業者と行政の癒着を疑われるような事態は避けるのが望ましい。このため、手続きの透明性を図ることと、広告収入事業が単に自治体の財政を補うことにとどまらず広告を掲載することで、地域経済活動の活性化の一翼を担い、自治体と住民双方にとって有益であるということを、説明できる体制を担当部署で整えておく必要があると思われる。

第3章 庁内の印刷物調査

庁内 70 部署を対象として、主に広告収入事業に関する調査について 18 年度を基準年度と位置づけた。調査は本年 9 月 3 日から 12 日までの期間で実施し、70 部署すべてから回収した。

1. 庁内調査の実施

(1) 調査方法

広告収入事業においては、各部署で住民向けに発送している印刷物や配布しているもののうち、作成部数・発送数などから広告掲載可能な印刷物を調査・分析することにより広告価値のある媒体の基準や印刷物の洗い出しをした。

一方、封筒の規格の統一については、まず個別発注している封筒がどれだけあるのかを調査した。次に現物を仕分けすることでそれらの封筒をいくつかのグループにまとめて、封筒の作成費用について削減できないかを分析した。さらに広告掲載募集のときに必要な広告スペースの確認をすることも視野に入れた。そのために必要な情報として、実際に郵送している封筒と同一規格の封筒で契約検査課所管の共用物品ではなく、担当部署で個別発注している封筒についても現物を集めることにした。

(2) 調査結果

印刷物については、税や保険料の納付書、案内状などの印刷物を住民の方へ発送することがあるかについて調査した結果、すでに広告掲載を実施している「広報きしわだ」をはじめ、大量発送する税や保険料の通知書、教育委員会の就学通知書、無料ごみ処理券（平成 21 年度より廃止予定）など、合計 171 種類の印刷物があることがわかった。

一方、個別発注している封筒については、各部署で共用物品封筒ではない担当部署の署名入りの封筒など、実に 110 種類に及ぶことが分かった。さらに未回収の部署もあるため、漏れがあることを考えるとさらに多くの封筒が庁内で使われていると予想できる。

2. 調査結果をうけての考察

広告収入媒体の選定と封筒の規格の統一化の観点から次のことが判明した。

(1) 広告収入媒体の選定

合計 171 種類の印刷物から、催告や督促以外の広告価値があると思われるものを精査した。さらに忘れてはいけないことは広告を掲載することで収入を確保することだけが目的ではなく、経費削減の手段の一つであることも忘れてはならない。なぜなら、すべての封筒に広告を掲載しても事業者からのアプローチがないと広告収入事業を導入しても事務量だけが増えるだけで収入が得られ

ないと考えるからである。

また、何部以上ならば広告価値があるのかというのも重要なポイントである。明確な基準はないが、広告収入事業の先進都市として有名な横浜市の考え方を私たちは参考にした。すなわち広告代理店や広告主の反応から、万単位以上のものが広告媒体になり得ると考えられているため、広告効果が見込まれると思われる最低限の数字を岸和田市として設定した。当然、横浜市と岸和田市では人口規模が違うので万単位の基準としては比較対象としては疑問があるかもしれないが、広告主の立場にたったときに、広告価値があるかどうかを考えると判断材料として最も重要と思われる点は「どれだけ多くの人に到達して、見てもらうのか」であると、私たちは考えられるからである。（1万通は岸和田市の人口の約5%にあたる）

以上の条件にあてはめて抽出した結果、171種類の印刷物のうち29種類の印刷物に絞ることができた。さらに担当部署にヒアリングを実施したところ、広告スペースの確保が困難な葉書や広告効果の見込めない事業者向けの印刷物などがあらたに見つかった。

以上のことより、広告を印刷できる封筒としては次の表2の11種類の印刷物を発送する封筒になることが分かった。

表2 広告掲載可能印刷物一覧表

対象部署	（使用目的） 発送名	発送回数	発送時期	おおよその 合計発送 枚数／年
市民税課	市府民税普通徴収	年1回	5月末	29,000枚
市民税課	軽自動車税納税通知書	年1回	5月上旬	61,000枚
固定資産税課	固定資産税納税通知書	年1回	4月末日	62,000枚
保険年金課	本（仮）算定納入通知書	年2回	4月中旬 8月中旬	76,000枚
保険年金課	国民健康保険料更正（決定）通知書	月1回	毎月上旬	12,000枚
保険年金課	所得申出書	年2回	7月上旬 10月上旬	10,000枚
保険年金課	国民健康保険証	年1回 もしくは 随時	年1回 9月下旬	80,000枚
健康推進課	健診受診（勧奨）案内	年12回	随時	10,000枚
高齢介護課	さわやか理美容助成事業の実施について（通知）	年1回	4月下旬	15,000枚
高齢介護課	納入通知書（介護保険料決定通知書兼特別徴収開始通知書）	年1回	7月中旬	40,000枚
高齢介護課	老人保健法高額医療費決定通知書	年12回	毎月下旬	14,500枚
合計				409,500枚

（２）封筒の仕分け

合計 110 種類の封筒について、封筒サイズ別に表 3 の A～N の 14 種に分類分けを行った。さらに平成 18 年度発注封筒として契約検査課が管理している入札調書との照合を行った。結果については、窓あき及び窓なしの封筒数について次の表 3 「庁内封筒一覧表」のとおりである。なお、表 3 内の封筒サイズについては図 4 「封筒サイズ寸法挿絵」をもとに、分類している。

表 3 庁内封筒一覧表

分類番号	封筒サイズ	18年度発注分種類 (庁内回収数)	窓なし	窓あき	規格種類 窓あき
A	洋長 3	9 (10)	2	7	4
B	角 2	10 (19)	9	1	1
C	長 3	31 (44)	22	9	4
D	長 40	11 (15)	10	1	1
E	角 3	1 (2)	1	0	
F	角 1	1 (1)	1	0	
G	角 8	2 (2)	2	0	
H	角 20	1 (2)	1	0	
I	規格外	39 (60)	14	25	31
J	洋長 5	1 (0)	0	1	1
K	長 4	0 (1)	0	0	
L	角 4	1 (2)	1	0	
M	角 0	0 (1)	0	0	
N	角 2	3 (3)	3	0	
合計		110 (162)	66	44	42

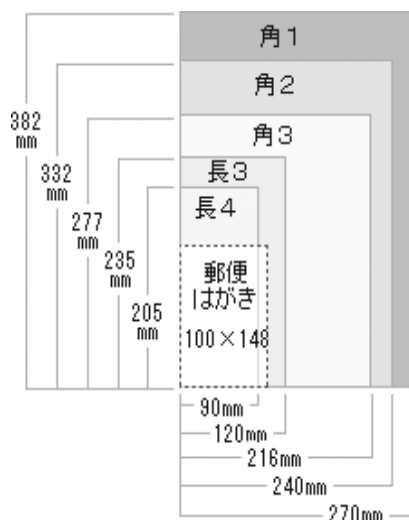


図 4 封筒サイズ寸法挿絵

①窓あき封筒について

そこで窓あき封筒の規格統一化および共有物品への移行を目指し進めていくために、窓あき封筒の封入に多く用いられる電算印字帳票書類の印字位置変更や様式規格変更について情報政策課へのヒアリングを行った。しかし電算印字帳票用紙の印字位置の変更には莫大な費用を要する。宛名プログラムの修正・追加にかかる費用は、概算で情報政策課員ベース約 6,440,000 円（約 1 ヶ月で対象プログラム修正するために約 23 人必要。18 年度一般事務職員給与が 1 ヶ月あたり約 280,000 円として算出）必要とし、現実的ではなく、現状あるプログラムを修正しての窓あき封筒の規格の統一に向けて、すぐに取り組むことはほぼ不可能である。

②窓なし封筒について

分類番号 I（規格外）を除いて担当部署で発注している封筒の多くは、契約検査課が発注し共用物品としている、分類番号 B（角 2）分類番号 C（長 3）分類番号 D（長 40）と同サイズである。それぞれの封筒の違いは、封筒の地色・紙質、発送元の部署名（施設名）・住所・電話番号の印字、区内特別・料金後納印字、ロゴ等の印字となっている。

低額な共用物品封筒があるにも関わらず、それを使用せずに担当部署で個別発注がこれほどあるのは、(a) 部署名、区内特別・料金後納の押印作業を回

避している、(b)契約検査課への請求および受取作業が手間である、(c)担当部署で今まで発注していたため、(d)共用物品封筒の存在を知らないまたは共用物品として登録することができない等が原因として考えられる。

③封筒のコストについて

平成18年度の1枚あたりの、種類別の封筒の単価を調べることで現在の封筒コストを削減できないかを調べるため、契約検査課入札調書などから封筒単価を算出した。一部の封筒については、封入・封緘作業が入っているものについては、物品としての封筒作成部分のみをヒアリングなどを通じて独自に算出した。結果については、次の表4「封筒作成コスト一覧表」のとおりである。

表4 封筒作成コスト一覧表

分類番号	発注数(枚)	費用(円)	平均コスト 1枚あたり (円)	窓なし (枚) 発注数	窓なし 費用(円)	窓なし 平均コスト	窓あき (枚) 発注数	窓あき 費用(円)	窓あき 平均コスト
A	113,000	1,008,000	8.92	5,000	89,000	17.80	108,000	919,000	8.51
B	50,350	402,300	7.99	48,350	330,150	6.83	2,000	72,150	36.08
C	244,750	1,220,950	4.99	143,350	629,185	4.39	101,400	591,785	5.84
D	103,400	423,100	4.09	98,400	358,300	3.72	7,000	64,800	9.26
E	5,000	26,200	5.24	5,000	26,200	5.24			
F	2,000	25,000	12.50	2,000	25,000	12.50			
G	4,000	23,700	5.93	4,000	23,700	5.93			
H	6,100	48,800	8.00	6,100	48,800	8.00			
I	302,430	2,250,250	7.44	60,430	269,100	4.45	242,000	1,981,150	8.19
J	12,000	56,700	4.73				12,000	56,700	4.73
K									
L	4,700	37,600	8.00	4,700	37,600	8.00			
M									
N	3,250	29,250	9.00	3,250	29,250	9.00			
	850,980	5,551,850	6.52	378,580	1,866,265	4.93	472,400	3,685,585	7.80

窓なし封筒のコストは、分類番号A（洋長3）が突出して高い。しかしこれは最も標準的な分類番号C（長3）の封入口横あきのものであるため、分類番号C（長3）で代用でき、枚数も少ないことから不要な費用であると考えられる。

分類番号F（角1）についてはコスト高であるが、選挙事務に必要な特殊な封筒である。

分類番号B（角2）についても平均より高くなっている。共有物品封筒と同サイズであるにも関わらず各部署で発注しているのは、押印作業（担当部署名、区内特別・料金後納、区内特別・料金後納の印刷済み封筒は7種類のみ）の回避が原因と考えられ、改善の余地がある。例えば、担当部署名や区内特別郵便の押印人件費を算出するために広報公聴課の広報紙郵送作業を参考に押印の人件費を算出すると、1スタンプあたり、約1.2円必要である。（約500枚を1人でするときの作業時間は平均20分として計算すると、1通あたり0.00066時間。18年度一般事務職員給与が1時間あたり約1,800円として

算出。)

窓あき封筒では分類番号B（角2）が非常に高くなっている。これはA4サイズ以上の大きなサイズの封筒に窓をあけるという庁内でも作成頻度が少ないのもので、長3封筒で代用するなどの工夫が必要である。

担当部署で扱っている封筒1枚あたりのコストについて次の表5「コストの高い封筒一覧表」を算出した。

表5 コストの高い封筒一覧表

部署名	発注物	数 量 (枚)	金 額 (円)	1枚当りの 平均コスト (円)	規 格	使用目的（事業名、 封入物等）備考
選挙管理委員会事務局	封筒 クリーム色	50	7,000	140.00	I	
選挙管理委員会事務局	封筒	500	18,400	36.80	I	
固定資産税課	角2窓あき封筒 茶 区内特別	2000	72,150	36.08	B	償却資産申告書用
市民課	窓あき封筒 クラ クなし	1500	51,000	34.00	I	通知用
選挙管理委員会事務局	封筒 クリーム色	300	8,000	26.67	I	
秘書課	洋長3封筒	1000	22,000	22.00	A	岸和田城絵柄入
高齢介護課	封筒 糊付	230	5,000	21.74	I	金婚をお祝いする会 案内通知用 案内状 とセット発注
公園街路課	封筒	800	14,000	17.50	I	墓苑使用申込書送付 用 しおりとセット発注
農業委員会事務局	洋長3封筒 スラッ ト加工 受取人 払返信用	4000	67,000	16.75	A	農地基本台帳整備調 査返信用 110×230
高齢介護課	洋長3窓あき封筒 アトヘ加工 料金後納	3000	50,000	16.67	A	
選挙管理委員会事務局	封筒 黄	500	8,000	16.00	I	仮投票用
農業委員会事務局	窓あき封筒 区 内特別 ハーフコー ド付	4000	64,000	16.00	I	農地基本台帳整備調 査返信用 120×235
納税課	窓あき封筒 茶 区内特別	3000	45,400	15.13	I	還付・充当通知用
固定資産税課	角2封筒 白 料 金後納	1000	15,000	15.00	B	
納税課	窓あき封筒 白 縦型 料金後納	2000	28,900	14.45	I	
教育総務部総務課	窓あき封筒	4500	64,400	14.31	I	就学奨励費認否決定 通知送付用
納税課	窓あき封筒 クラ フト横 市外用 親展	4000	57,000	14.25	I	差押関係書類送付用
公営競技事業所	角2封筒 240× 332 2色刷り	2000	27,000	13.50	B	
交通政策課	返信用封筒	5000	62,800	12.56	C	
納税課	窓あき封筒 市 内用 水色	4000	50,000	12.50	I	領収書送付用
選挙管理委員会事務局	角1ミズ [※] 厚さ 85g/m ²	2000	25,000	12.50	F	

部署名	発注物	数 量 (枚)	金 額 (円)	1枚当りの 平均コスト (円)	規 格	使用目的（事業名、 封入物等）備考
選挙管理委員会事務局	封筒 クリーム色	2000	24,500	12.25	I	
高齢介護課	洋長3窓付き封筒	20000	242,000	12.10	A	理美容助成事業用
高齢介護課	洋長3窓あき封筒 アトヘア加工 ガラス窓 料金 後納	3000	35,000	11.67	A	
児童育成課	窓あき封筒	5000	58,000	11.60	I	ひとり親家庭医療助 成・医療証送付用
障害福祉課	窓あき封筒 クラ フト	3000	34,000	11.33	C	
市民税課	窓あき封筒 区 内特別	5000	54,000	10.80	I	
選挙管理委員会事務局	封筒 ねずみ色	2350	25,000	10.64	I	
選挙管理委員会事務局	角2 ミズ 85g/m	2500	26,500	10.60	B	
高齢介護課	長3窓あき封筒 返信用	2400	25,300	10.54	C	敬老金給付用
文化国際課	角2封筒	3000	30,400	10.13	B	
高齢介護課	洋長3窓あき封筒 アトヘア加工 ガラス窓 料金 後納	2000	20,000	10.00	A	

1枚当りの平均コストが10円以上の多くの封筒が、5,000枚以下かつ規格外（分類I）の特殊な封筒（紙質が上質であったり、封筒表裏への印刷が多かったり、大きな封筒に窓をあけているなど）が多いことが分かった。

入札をかけているからいいのではなく、各部署で年間に封筒を何枚必要とするのか全体を通して把握する必要がある。少ない枚数であれば、複数年度分を一度に購入する工夫や共用物品の封筒に押印作業にかかる人件費と個別発注による印刷製本費や封入封緘業務委託料などを比較して、現在利用している封筒について見直してみることも大切である。

第4章 検証ならびに提案

1. 岸和田市での広告収入事業

（1）組織編成・実施形態

本市での広告収入事業実施事務局は、市全体が向上するように施策を考える改革推進室とする。各広告媒体についての広告収入事業の実施可能性は媒体を所有する部署の方が判断しやすいため、契約等の実務は媒体を所有する部署が行う。また、その広告で得た収入はその担当部署が自由に使えるようにする。

広告掲載の申込のあった事業者またはその広告内容の審査や、運営上必要な

決定を行う「広告審査委員会」を設置する。同委員会の構成員は、部署同士の調整等を担う企画調整部長（委員長）、予算を扱う財政課長、事務局となる改革推進室長、その他現在媒体を有する部署の長である広報公聴課長、総務管財課長、商工観光課長とする。また、委員長は必要に応じて媒体を所有する担当部署の長を委員として召集することができる。

なお、担当部署は委員会の審査を受けながら松江市同様、広告掲載企業の選定に関する規程やおのおのの媒体ごとの規程を設けることを可能とする。

今回提案するのは、『封筒への広告掲載』であるが、封筒以外の媒体についても同様に上述の委員会にて審議し、随時掲載決定を行うものとする。

（２）封筒の広告掲載による経済的効果

ここでは庁内調査により、広告掲載が可能と思われる封筒に広告を掲載した場合の収入額の試算を行う。

まず、窓なし封筒については、１万通以上発送されるものが廃棄物減量推進課の「無料ごみ処理券」のみである。しかし「無料ごみ処理券」は平成 21 年度廃止予定のため媒体としては不適当と判断したため、窓なし封筒については共用物品の封筒についてのみ経済的効果を提示する。

共用物品の封筒の種類は４種類で、契約検査課から各部署への払出し枚数は、平成 18 年度合計で角 2 封筒が 20,600 枚、角 A 4 が 29,900 枚、長 3 が 132,900 枚、長 40 が 95,700 枚である。ただし、共用物品の封筒を利用するものは発送時期や発送対象者が特定出来ないため、今回広告掲載を提案する媒体からは外している。しかし払出し枚数が多いため、今回提案する 11 種類の封筒と大きさが似ている長 3 封筒と長 40 封筒について、参考のため試算する。

ここでは「発送枚数」は各封筒を利用した発送物の年間での発送総数とするが、共用物品の封筒については、各部署在庫を抱えているため、払出し枚数と発送枚数は一致しない。よって、試算上払出し枚数を発送枚数とした。「枠数」は発送する封筒の裏面を広告スペースとして区切った広告掲載数をいう。視察先 3 市で実際に掲載している封筒の広告部分等の寸法や封筒全体に占める広告の面積割合を算出し、１枠が「55 mm×90 mm」、面積割合が約 40%～60%未満を一般的なものとした。そしてそれぞれの大きさの封筒の枠数を設定し、試算を行う。

また単価も同様に視察先の封筒 1 枚当たりの平均広告料単価である 1 円とする。

共用物品の長 3 封筒では、発送枚数 132,900 枚×枠数 3 枠×単価 1 円＝収入額 398,700 円。長 40 封筒では、発送枚数 95,700 枚×枠数 2 枠×単価 1 円＝収入額 191,400 円となった。

ただし共用物品の封筒は発送する対象者が不特定であり、事業者から見るとどのような相手に広告を見てもらえるのかが分かりづらい。また、各部署がかかえている共用物品封筒の在庫量は一定ではない。従って、同じ時期に異なる広告が掲載されたものが、発送されてしまうこともある。以上の問題点はある

が、広告収入額として魅力的であることから将来的に広告収入事業の一つとして十分検討できる媒体である。

次に広告掲載が可能と判断した表 2「広告掲載可能印刷物一覧表」の 11 種類の封筒に広告掲載をした場合の収入額を試算した結果、次の表 6「窓空き封筒」広告掲載料試算表のとおりである。

表 6 「窓空き封筒」広告掲載料試算表

	発送枚数 (枚)	枠数 (枠)	単価 (円)	広告収入額 (円)
市府民税納税通知書(全期)	29,000	2	1	58,000
軽自動車納税通知書	61,000	2	1	122,000
固定資産税納税通知書	62,000	2	1	124,000
国民健康保険料の通知書	76,000	2	1	152,000
更正決定通知書	12,000			24,000
所得申出書	10,000	3	1	30,000
国民健康保険証	80,000	2	1	160,000
健診受診(勸奨)案内	10,000	3	1	30,000
さわやか理美容助成券	15,000	3	1	45,000
介護保険決定通知書(本算定)	40,000	3	1	120,000
老人保健法高額医療費決定通知書	14,500	3	1	43,500
合 計				908,500

(3) 広告収入事業の問題とその解決策

①掲載の申込みがない場合の対処方法

広告を募集したからといって、必ずしも申込があるわけではないことは容易に想定される。理由としては、事業者にもメリットを感じられない媒体である、広告料が高額である、広告を掲載できることの周知が出来ていないことが考えられる。その場合、すぐに広告料の値下げを行うのではなく、空いた広告枠については、市立体育館や市立病院、岸和田競輪場など使用料等収入が見込める自治体の施設等の広告を予め庁内募集しておき、その広告を掲載する。またはその広告枠を利用し、「↑ここに貴社の広告を掲載できます」という広告収入事業の PR をする。

②適切な広告料の設定

自治体職員は広告収入事業に関しての十分な知識がないため、適切な広告料の設定が難しい。よって、本市での妥当な金額を算出することを目的とし、当初は他の自治体の事例をもとに最低価格を設定し、随時改定していく。

ただし、これは参加する事業者が複数あり、競争していくことで適正な価格が判明してゆくと思われるため、まずは地道な営業活動を行い、広告を掲載したいという事業者をたくさん探すことが必須である。

③担当部署の反応

広告収入事業の展開には、通常自治体職員ではあまり行わない営業活動をする等、広告媒体を所有する担当部署の理解が前提となるため、担当部署のモチベーションを維持する仕組みが必要になると考える。担当部署が努力した分だけその部署に対して利潤をもたらすような、例えば広告収入を、担当部署の収入とし予算計上出来る仕組みをつくり、担当部署の意欲を高め、価値のある媒体を埋もれさせることなく有効に活用したい。

④広告代理店への広告枠の売却

広告掲載企業の募集には、自治体が直接行う募集と広告代理店を介する募集とがある。広告代理店は仲介料を利益としているため、事業者から仲介料を上乗せしてとっている。よって後者での募集のデメリットは、代理店に対し事業者が仲介料を支払うので、前者に比べて割高となってしまう。ただしその反面、代理店という広告事業のプロに依頼することになるため、自治体自ら企業に対する営業活動せずに済むという大きな負担軽減になるのはメリットである。

⑤広告掲載により自治体が広告主に与える「保証」

広告収入事業では、意図せずとも自治体の一つの事業者を推奨しているかのようなイメージを与えかねない。広告主からすれば、自治体からの発送物に広告を載せているという、ある意味「保証」を買うのかもしれない。ただし、自治体が事業者との癒着を誤解されないためにも、一つの事業者の長期掲載を防ぐことも必要である。

また、松江市では広告掲載を行っている市県民税納税通知書の封筒に「広告内容に関する質問などにつきましては、各広告スポンサーに直接お問い合わせください。（各広告スポンサーと松江市税務業務と直接関係ありません。）」と表示し、誤解を与えないようにしている。

⑥広告掲載企業が不祥事を起こした場合の対処方法

広告掲載企業に不祥事があった場合、自治体の広告に掲載されていること自体が相応しくなく、何らかの対応が必要になることが考えられる。すでに発送したものについては判明後ではやむを得ないが、発送直前のものについてはシール等での張り替え、在庫分については刷り直し等をするべきである。

また一方的な広告掲載打ち切りや、その場合にかかる経費等についても、事業者との契約で明確に決めておく必要がある。

⑦地元事業者の優遇

広告掲載企業については、地域経済の活性化の理念に基づき、規程により地元の事業者を優遇することが可能である。しかしそのことが地元以外の事業者の広告掲載を排除することにならないようにも規程で定めておくべき

である。

2. 封筒の統一化

現在の封筒数、封入書類の特殊性、電算印字プログラム変更の困難から窓空き封筒の統一化は非常に難しい。したがって各部署の封筒発注数を減らすのではなく、封筒の単価を下げる方法をいくつか挙げることにする。

またもう1つのテーマである広告収入についても封筒の単価を下げる手段としての側面からも考えた。

(1) 財務会計上の単価入力

まず封筒の印刷発注前に、昨年度実績があれば1枚当たり何円での入札であったか確認する必要がある。現在の財務会計システム上の入力方法については、数量に“1式”、単価に“入札希望金額”という入力方法があるが、職員のコスト意識を薄くする要因でもないかと思われる。したがって可能な限り財務会計での印刷物の単価での入力を徹底することが必要である。

(2) 各部署発注封筒にクラフト紙の使用

窓あき・窓なしに関わらず、クラフト紙以外の紙を使用している場合、封入書類の透けを防止という理由以外は、より安価なクラフト紙の使用を徹底する必要がある。(長3でカラー封筒からクラフト紙への変更で約10%の節約が可能。クラフト紙の封筒2千枚刷りであれば1社平均12,886円、カラー封筒2千枚刷りであれば1社平均14,241円とウェブサイトでの民間4業者から算出。)

(3) 宛名シールへの部署名の印字

現在、窓なし封筒を送付する場合、宛名シールを貼るか、手書きで宛名を書く場合がある。この宛名に関する作業(宛名シールを貼る作業か宛名を手書きする作業)と部署名の押印作業の2つがある。その2つの作業を1つにするためである。そこで宛名シールの印刷様式を作成し庁内LANの定型文書に登録する。これにより窓なし封筒の部署名押印の手間が省かれる。仕様を定型化することで将来的に宛名シールの共有物品もしくは単価契約物品への移行に近づけることとする。

(4) 共同発注

次の表7から表10の各部署発注の封筒において封筒サイズ、窓サイズ、窓位置が一致することが明らかになった。納期がそれほど離れていなければ契約検査課での共同発注(納期が近く、封筒サイズが同じで印字内容が違う場合に複数部署発注を1件として発注する方法)が可能であり、全体の枚数が増えることで1枚当たりの単価を下げる事が可能である。

表 7 障害福祉課と健康推進課の共同発注案

課名	発注物	数量	金額	1枚当り 平均コスト(円)	発注日	納期	規格	使用目的(事業名、封入物等)
障害福祉課	窓あき封筒 クラフト	3000枚	¥34,000	11.33	H18.9.13	H18.10.6	C	
健康推進課	長3窓あき封筒	20000枚	¥118,600	5.93	H18.7.19	H18.8.31	C	健診案内・結果送付用

表 8 市民課・建築住宅課・保険年金課の共同発注案

課名	発注物	数量	金額	1枚当り 平均コスト(円)	発注日	納期	規格	使用目的(事業名、封入物等)
市民課	窓あき封筒 クラフト	10000枚	¥64,000	6.40	H19.1.24	H19.3.9	C	異動通知用
建築住宅課	長3窓あき封筒 茶 区内特別	10000枚	¥46,200	4.62	H18.11.1	H18.12.29	C	
保険年金課	長3窓あき封筒 クラフト 区内特別	20000枚	¥92,000	4.60	H18.10.11	H18.11.30	C	

表 9 児童育成課と保育課の共同発注案

課名	発注物	数量	金額	1枚当り 平均コスト(円)	発注日	納期	規格	使用目的(事業名、封入物等)
児童育成課	角6封筒 レッド色	2000枚	¥15,700	7.85	H18.12.6	H19.1.15	G	レジャーおやつ代等集金袋用
保育課	角6封筒	2000枚	¥8,000	4.00	H18.12.13	H19.1.31	G	雑費徴収袋用

表 10 生活福祉課と保育課の共同発注案

課名	発注物	数量	金額	1枚当り 平均コスト(円)	発注日	納期	規格	使用目的(事業名、封入物等)
生活福祉課	窓あき封筒	20000枚	¥188,000	9.40	H19.1.31	H19.2.28	I	
保育課	窓あき封筒	30000枚	¥184,000	6.13	H18.4.5	H18.5.10	I	

第5章 広告収入事業導入に向けて

1. 広告収入事業運用の手引き・マニュアル

広告掲載に至るまで次の①～⑩の手順を踏むことになる。

80

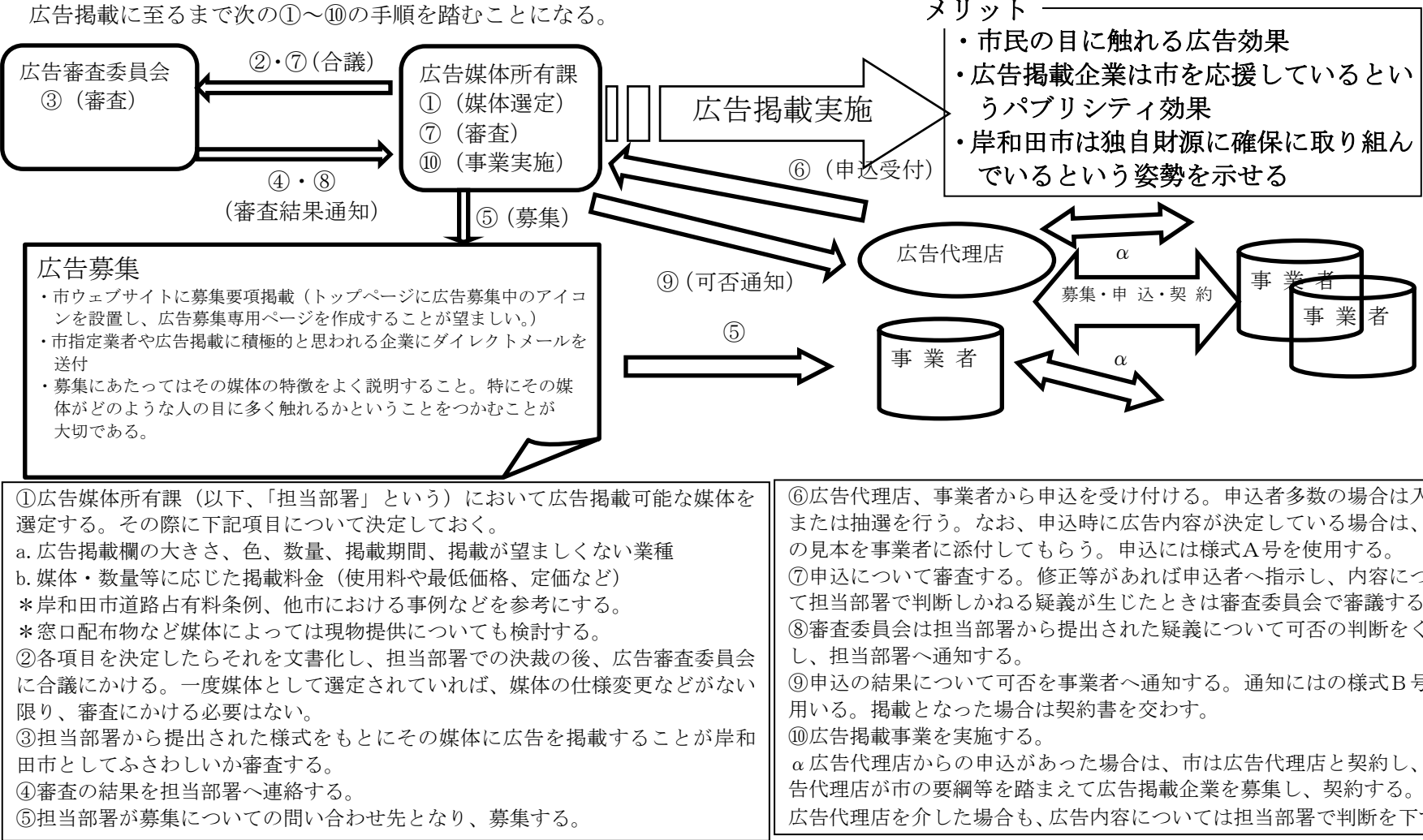


図5 広告収入事業のフロー

2. 広告掲載要綱・基準

広告収入事業を行うにあたり、職員と広告掲載企業への規制をかけるために広告掲載要綱ならびに基準を作成する。要綱では広告収入事業全般の取り決めや大まかな禁止事項などを、基準では掲載内容に係る具体的なことを、また必要に応じて媒体ごとに規程を定める。

そしてこの広告掲載要綱ならびに基準は、広告収入事業に対する本市の姿勢『民間企業に応援してもらいながら、公と民で一緒に地域を盛り上げていきたいということ』を示すことで、市民や事業者の理解を求める内容になる。さらに、広告内容については排除する内容を定めるにとどめ、審査委員会という機関を置くことで個別に広告掲載の可否を審査できるものとなる。よって、アイデア次第で様々なものが広告掲載の媒体となりえる。

以下の要綱や基準の法的位置づけについて、次の図6「広告事業における法的根拠のイメージ」を前提として、具体的な「広告掲載要綱（案）」と「広告掲載基準（案）」を提示する。

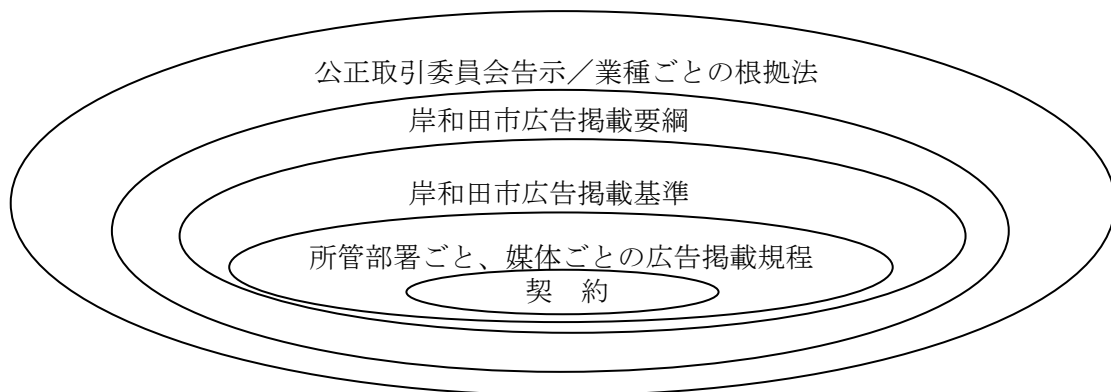


図6 広告事業における法的根拠のイメージ

岸和田市広告掲載要綱（案）

平成 年 月 日告示

（趣旨）

第1条 この要綱は、市の資産を広告掲載のための広告媒体として活用することに関し、必要な事項を定めるものとする。

（広告掲載の目的）

第2条 市資産への広告掲載は、民間企業との協働により市の新たな財源を確保し、広告主に地域貢献の機会を広げるとともに、市民サービスの向上と地域経済の活性化に寄与することを目的とする。

（定義）

第3条 この要綱において、次の各号に掲げる用語の意義は、それぞれ当該各号に定めるところによる。

（1）広告媒体 次に規定する市の資産のうち広告掲載が可能なものをいう。

ア 市の印刷物

イ 市のウェブサイト

ウ 市の財産

エ その他広告媒体として活用できる資産で市長が別に定めるもの

（2）広告掲載 広告媒体に民間企業等の広告を掲載し、又は掲出することをいう。

（市有財産の適正な利用）

第4条 広告主は、地方自治法（昭和22年法律第67号）、岸和田市行政財産の使用料の徴収に関する条例（昭和39年条例第13号）、岸和田市財務規則（平成9年規則第11号）その他関連法令等の定めるところにより、適正に利用しなければならない。

（広告掲載の基準）

第5条 次の各号のいずれかに該当する広告は、広告媒体に掲載又は掲出をしない。

（1）法令等に違反するもの又はそのおそれのあるもの

（2）公序良俗に反するもの又はそのおそれのあるもの

（3）政治性のあるもの

（4）宗教性のあるもの

（5）社会問題についての主義主張

（6）個人の名刺広告

（7）美観風致を害するおそれがあるもの

- (8) 公衆に不快感または危害を与えるおそれがあるもの
 - (9) その他広告媒体に掲載又は掲出をする広告として不適当であると市長が認めるもの
- 2 前項に定めるもののほか、広告媒体に掲載又は掲出をすることができる広告に関する基準は、別に定める。

(広告の募集)

第6条 市長は、広告掲載の募集をするときは、あらかじめ次の事項を定めるものとする。

- (1) 広告媒体の名称及び内容
 - (2) 募集する広告媒体の規格及び数量並びに広告掲載の期間
 - (3) 広告掲載の範囲及び基準
 - (4) 募集の時期及び方法
 - (5) 掲載する広告の選定方法
 - (5) 広告掲載に係る料金
 - (6) その他市長が定める事項
- 2 前項第2号の掲載期間は、3年を超えない範囲内で定めるものとする。

(広告掲載の取消し)

第7条 市長は、次の各号のいずれかに該当するときは、広告掲載期間中であっても、広告主への催告等を行わずに広告掲載を取り消すことができる。

- (1) 指定する期日までに掲載する広告の提出がないとき
- (2) 広告主が市の信用を失墜し、業務を妨害し、又は事務を停滞させる行為を行ったとき
- (3) 広告主が社会的信用を著しく損なう行為を行ったとき
- (4) 広告主の倒産、破産等により、広告掲載をする必要がなくなったとき
- (5) 広告主が書面により掲載取下げを申し出たとき

(審査機関)

第8条 広告募集の実施及び広告掲載の可否を審査するため、岸和田市広告審査委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

- 2 委員会の委員長は、企画調整部長を、委員は改革推進室長、財政課長、広報公聴課長、総務管財課長、商工観光課長をもってあてる。ただし、委員長が必要と認めるときには、これら以外の者を委員に加えることができる。
- 3 委員長は第2項に定める委員のほか、広告媒体及び審査する内容に関連する所管の課長を、臨時の委員として加えることができるものとする。
- 4 委員長に事故があるとき、または委員長が欠けたときは、あらかじめ委員長の指名する委員が、その職務を代行する。

(会議)

第9条 委員会の会議は、広告募集を新規に実施する場合及び広告掲載の可否について疑義が生じた場合において、委員長が必要と認めたときに、委員長が召集する。

2 委員会の会議は、委員長がその議長となる。

3 委員会は、委員の過半数が出席しなければ、会議を開くことができない。

4 委員会の議事は、出席した委員の過半数をもって決し、可否同数のときは、委員長の決するところによる。

5 委員会は、必要があると認めるときは、広告媒体を所有する課の課長等関係者に対し、出席を求め、意見又は説明を聴くことができる。

(庶務)

第10条 委員会の事務は、企画調整部改革推進室において処理する。

(その他)

第11条 この要綱の実施に関し必要な事項は、別に定める。

附 則

この要綱は、平成 年 月 日から施行する。

岸和田市広告掲載基準（案）

平成 年 月 日告示

(趣旨)

第1条 この基準は、岸和田市広告掲載要綱（平成 年 月 日告示）第5条第2項に規定する基準として定めるものであり、広告媒体への広告掲載の可否は、この基準に基づき判断するものとする。

(広告に関する基本的な考え方)

第2条 市の広告媒体に掲載又は掲出をする広告は、社会的に信用性が高く、広告主または広告取扱事業者（以下「広告主等」という。）が内容を保証できるものでなければならない。

(個別の基準)

第3条 この基準に規定するもののほか、広告媒体の性質に応じて、広告内容、デザイン等に関する個別の基準が必要な場合は、別に基準を作成することができる。

(業種又は事業者)

第4条 次の業種又は事業者の広告は掲載または掲出をしない。なお、広告を掲載中であっても、次の業種又は事業者に該当するときも同様とする。

- (1) 風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律(昭和23年法律第122号)第2条に該当するもの
- (2) 風俗営業等類似の業種
- (3) ギャンブルに係るもの(宝くじや公営の競輪・競馬・競艇、スポーツ振興くじは除く)
- (4) 消費者金融の業種
- (5) 法律に定めのない医療類似行為を行う事業者
- (6) 民事再生法(平成11年法律第225号)および会社更生法(平成14年法律第154号)の規定に基づく再生・更生手続中の事業者
- (7) 法令に違反している事業者またはそのおそれがある事業者
- (8) 市の指名停止措置を受けているもの
- (9) 前各号に掲げるもののほか、社会問題を起こしている業種または事業者

(掲載基準)

第5条 次に定めるものは、広告媒体に掲載又は掲出をしない。

- (1) 法令で禁止されている商品、無認可商品、粗悪品等不適切な商品又はサービスを提供するもの
- (2) 人権侵害、差別又は名誉毀損のおそれがあるもの
- (3) 他人を誹謗し、中傷し、又は排斥するもの
- (4) 公の選挙又は投票の事前運動に該当するもの
- (5) 宗教団体による布教推進又は他の宗教(団体)の排斥を目的とするもの
- (6) 非科学的または迷信に類するもので、利用者を惑わせたり、不安を与えるおそれのあるもの
- (7) 消費者被害の未然防止及び拡大防止の観点から適切でないもの
- (8) 青少年保護及び健全育成の観点から適切でないもの
- (9) 市としての公共性及び品位を損なうおそれのあるもの

(市ウェブサイトに関する基準)

第6条 市が管理するウェブサイトに掲載する広告に関しては、市のウェブページ内に表示される広告のほか、当該広告がリンクしているウェブページについてもこの基準を適用する。

(広告表示内容に関する基準)

第7条 広告の表示内容は、掲載又は掲出の都度検討し、必要に応じて内容の訂正または削除を広告主等に求めるものとする。

3. 広告収入事業に関する様式

(1) 広告掲載申込用紙

広告代理店や事業者から応募を受け付ける際に、担当部署に提出する申込書である。ここでは多種多様な広告掲載媒体に対応するため、市全体としての様式を提示する。

まず、どのような事業者がどのような広告をどの媒体に掲載するのか分かるように「広告掲載申込用紙（案）」（様式A号）を作成した。

(2) 広告掲載可否通知書

次に、広告掲載申込があったものについて、「広告掲載許可（不許可）決定通知書（案）」（様式B号）を作成した。この様式で掲載または掲出の可否を通知する。ただし、広告掲載に疑義のあるものは審査委員会で審議を受けた後、この様式によって可否を通知する。

4. 広告収入事業に関する今後の展開

封筒による広告収入事業のほかに媒体となりうるのは、ウェブサイト、ローズバス内の吊り革、市庁舎の壁面、職員の給与明細、公用車のホイール、共用物品、市施設へのネーミングライツなどである。このように様々な市の資産が広告掲載の媒体となりうる。

関係法令など事前の調査が必要なものも多くあり、当初は慣れない職務に困難が予想される。しかし、広告収入事業で継続的に収入を得られ、担当部署の収入となることで職員のモチベーションも向上してくる。そして次第に人件費等のコストも少なくなっていく。やはり継続するということは大変重要なことである。

また、職員が広告掲載の可能性を模索できる、または模索したいと思うような体制でないと一歩踏み出せないことは、事務局をはじめ職員にも認識しておいてほしい。

(様式A号)

平成 年 月 日

岸和田市広告掲載申込用紙 (案)

岸和田市長 様

岸和田市の媒体への広告掲載を希望し、以下のとおり申込みます。

申 込 内 容	掲載希望媒体			
	掲 載 希 望 額		※予め額が定められている場合はその額	
	掲 載 希 望 期 間			
	広告掲載の形態		自社広告・他社広告（広告代理店等の場合）	
	広告の内容		デザイン案がある場合は、添付してください。 ※広告内容に係る審査基準を設けている媒体については、必須となります。	
	誓 約 事 項		・各種法令及び岸和田市の関係条例・要綱・基準その他の条件を遵守し、実施に当たっては岸和田市の指示に従います。 ・広告掲載料を申込によって決定する場合は、申込のあったものの中から最高額であるものが選定されることと、最低価格の設定があることを承知の上で申込みます。 ・施設の場合にあっては、使用許可期間満了時に原型復旧します。 ・岸和田市税の滞納はありません。 ・岸和田市が市税納付状況調査を実施することに同意します。	
	備 考			
申 込 者	所在地		〒	
	ふりがな			
	名 称			
	ふりがな			
	代表者職・氏名			
	担 当 者	部署名		
		ふりがな		
		氏 名		
	連 絡 先	T E L		
		F A X		
		Eメール		
業 種				
ウェブサイト URL				

(様式B号)

岸 第 号
年 月 日

様

岸和田市長

印

□□□□広告掲載許可（不許可）決定通知書

年 月 日付で申込のありました□□□□広告掲載について、下記
のとおり決定しましたので、通知します。

記

1 広告掲載の決定区分

許可 不許可

* 不許可の理由 _____

※ただし、不許可の場合、2 広告掲載期間以下を記載しない。

2 広告掲載期間 （例1）岸和田市〇〇事業案内パンフレット▲▲部数配布開始から
配布終了まで

（例2）平成 年 月 日から平成 年 月 日まで

3 広告掲載料金

金 円

4 広告掲載料の支払い

広告掲載が許可されたときは、広告掲載料として、 円を 年 月 日
までにお支払ください。

以上

おわりに

広告収入事業については、導入当初自治体職員はどうしても不慣れであるため、広告主が現れないなど結果が出ないと非常に焦るようである。しかしながら、我慢強く長い目で事業を見据え、地道な営業努力でこの事業を住民や事業者に理解してもらうことが大切なことである。

財政が逼迫している状況ではあるが財源の確保だけを念頭におくのではなく、あくまでそこで得た収入を「市民サービスの向上」に充てることで住民に還元されるべきものである。また単なる収入の一つにせず、「職員のコスト意識向上」や「地域経済の活性化」にもつなげれば住民の理解も得られるはずである。

封筒の統一化については、日常において身近過ぎること、各部署の予算に占める割合としては非常に小さいことからコスト意識を持つことが難しいと思われる。またあまりにも煩雑なため、これまで目を逸らしてきたところもある。ただ身近ということは、職員一人ひとりの小さな意識や工夫で変えることができることでもある。市政を大きく動かすのは「改革」だけではない。岸和田市全職員がほんの少し意識を持つことやちょっとした工夫で市としての大きな力になるはずである。

〈参考文献・資料一覧〉

【文献】

- ・横浜市広告事業推進担当『財源は自ら稼ぐ！横浜市広告事業のチャレンジ』
ぎょうせい（平成 18 年）

【資料】

- ・企画調整部改革推進室「きしわだ行財政再生プラン」（平成 19 年 3 月）
- ・地方自治関係実例判例集（1）－市広報に掲載する広告料
茨城県総務部長宛行政課長回答（昭和 33 年 8 月 21 日自丁行発第 140 号）

【URL】（平成 19 年 11 月現在）

- ・（株）第一印刷
http://www.daiichiinsatsu.co.jp/200_support/2306_fuutou.htm
- ・官庁速報
<http://www.jamp.jiji.com/>
- ・横浜市ホームページ
<http://www.city.yokohama.jp/me/gyousei/ad/>
- ・大阪府ホームページ
<http://www.pref.osaka.jp/kikaku/kokoku/top.html>

【視察先URL】（平成 19 年 11 月現在）

- ・厚木市ホームページ
http://www2.city.atsugi.kanagawa.jp/kougyou/koukoku/page_14890.html
- ・熊谷市ホームページ
<http://www.city.kumagaya.lg.jp/kokoku/index.html>
- ・松江市ホームページ
<http://www.city.matsue.shimane.jp/jumin/koukoku/index.html>