

【 答 申 資 料 】

1 資料①

静岡市行財政改革推進大綱実施計画の中間検証について（諮問）

2 資料②

印刷・広報物見直しに関する基準及び事務処理要領（案）

印刷・広報物の見直しに関する基本方針、見直しの視点、見直しの手順のほか、見直しの際に確認、検討するためのチェックリストを示したもの。

チェック項目としては、印刷・広報物の目的や必要性、仕様（頁数、部数等）、費用対効果などの項目がある。

3 資料③

静岡市広告事業推進に関する基本方針（案）

広告事業を拡大推進するための基本方針であり、目的として①財政負担の軽減、②資産の有効活用、③民間企業との連携を掲げている。

また、「広告事業の検討対象とする基準」を定めており、基本方針策定後は、この基準を基に広告媒体となる市の資産を洗い出し、広告事業を検討することとしている。

24 静総行行第 1292 号
平成 24 年 8 月 3 日

静岡市行財政改革推進審議会

会長 曾 根 正 弘 様

静岡市長 田 辺 信 宏

静岡市行財政改革推進大綱実施計画の中間検証について（諮問）

静岡市行財政改革推進審議会条例第 2 条第 1 号の規定に基づき、「静岡市行財政改革推進大綱実施計画の中間検証」について、貴審議会からの意見を求めます。

第5期 静岡市行財政改革推進審議会 諮問事項
「静岡市行財政改革推進大綱実施計画の中間検証」

現在の静岡市行財政改革推進大綱は、「行政と民間の役割分担・協働による行政経営」を基本理念とし、

- ①役割分担による公共サービスの提供
- ②経営資源の有効活用
- ③多様性と創造性にあふれた市民本位のまちづくり

という三つの基本方針のもと、「新しい公共空間」を創造するためにさまざまな施策を展開しています。

同大綱及び実施計画策定から2年が経過し、中間年にあたる平成24年度から25年度にかけて、主要施策を検証しご意見をいただくことで、次期大綱策定に活かすため諮問するものです。

【諮問期間】

平成24年8月～平成25年6月（全5回）予定

【諮問項目】

- 1 外郭団体における「市としての公益性」の検証について（別紙1）
より柔軟で多様な公共サービスの提供を目指し設立された本市の外郭団体について、これまでの各団体の改革への取組や公益法人制度改革への対応状況を踏まえ、団体ごとの「市としての公益性」の検証についてご意見をいただきたい。

- 2 広報事業の見直しについて（別紙2）
市民との協働を進めるうえで不可欠な市政の情報発信が、効果的・効率的かつ適切に行なわれているかを、統一的な見直し基準を設け見直しするにあたり、具体的な事例の評価をとおして、基準案を検証しご意見をいただきたい。また、広報事業の財源確保のため、広告事業の拡大推進を図るにあたり、その基本方針案を検証しご意見をいただきたい。

【審議スケジュール等】（別紙3）

印刷・広報物見直しに関する基準 及び事務処理要領（案）

静岡市

I. 印刷・広報物作成に係る基本方針

1 静岡市戦略広報プラン

本市では、静岡市基本構想で目指すまちの姿として位置付けられている「活発に交流し価値を創り合う自立都市」及び、静岡市自治基本条例が目指す「自立した都市しずおかの創造」を実現するため、「政策と広報は行政経営の両輪である」とする戦略広報の理念の下、静岡市戦略広報プランを策定しました。

このプランでは、政策の進行と同時に広報すべき内容は常にあるという考えの下、適時適切な情報発信によって政策に対する市民の理解を深め、さらには、市民参画を促しよりよい政策の推進、よりよい行政経営へと結びつけていくことを目的としています。

2 印刷・広報物見直しの必要性

平成 24 年 5 月に実施した印刷・広報物事業に関する調査結果によると、本市が作成している印刷・広報物は約 500 種類、その経費は約 1 億 5 千万円（平成 23 年度決算額）に上ることがわかりました。

前述のとおり、行政から市民に対する情報発信は政策の円滑な推進のために必要不可欠なものではありませんが、行政からの一方的かつ意図が曖昧な情報提供は受け手である市民の目線に立った広報とは到底言えません。

情報社会と呼ばれる現代においては、情報過多により、個人が本当に必要としている情報を得られにくいという問題も発生しています。

行政は、政策の目的を明確にし、その目的達成のために必要となる情報をどのように市民と共有するのかを精査する一方で、市民が真に必要としているのはどのような情報か、市としてどのような情報を周知する必要があるのかも精査し、市民目線に立った情報発信について十分考慮することが重要です。

そこで、静岡市戦略広報プランに則り、各課における印刷・広報物作成に当たっての指針とすべく基準を作成したので、各課においては同基準に基づき、既存の印刷・広報物について見直しを行うとともに、今後新たに作成しようとする際には以下に示す視点に立ち十分検討することとします。

3 コスト縮減の取組

印刷・広報物は、あくまでも情報発信媒体のひとつであることから、作成することが主目的とならないよう、常に、当該印刷・広告物を発行する目的意識とコスト意識を持つことが重要です。

そのため、職員は、より低コストで、質の高い情報を市民に提供できるよう、P（計画）－D（実施）－C（検証）－A（見直し）のマネジメントサイクルを実施し、継続的に印刷・広報物の見直しに努めます。

II. 見直しの視点

1 目的

- 当該印刷・広報物を発行する目的は何ですか。
- 作成し配布することが目的となっていないですか。
- 「今までも作成していたから」、「予算がついたから」という安易な理由で作成していませんか。

2 必要性

- そもそも行政が作成し、発行する必要があるですか。
- 民間又は他部局等が作成した、同様の目的の印刷・広報物はありませんか。

3 内容

- 平易な文言を用いた、わかりやすい内容になっていますか。
- 読者にとって必要な情報、又は、市が真に周知しなければならない情報を掲載していますか。あわせて、魅力的な内容となっていますか。
- 不必要な情報まで掲載し、情報量が過剰になっていませんか。

4 仕様（材質、ページ数、発行部数、発行頻度等）

- ポスター、パンフレットなど、どのような媒体によることが最も効果的か、十分な検討を行いましたか。
- より低コストの材質に変更することはできませんか。
- 掲載内容を精査し、ページ数を削減することはできませんか。
- 発行部数や発行頻度は適切ですか。
- カラーを過剰に用い、かえって見にくくなっていませんか。カラーユニバーサルデザインに配慮し、誰にとっても見やすい配色やデザインの工夫をしていますか。

5 費用対効果

- 配布先や読者が、どのように活用しているか把握していますか。
- 配布先や読者に、1回も内容を読まれることなく保存、又は廃棄されていませんか。

6 代替手段

- 印刷・広報物と比較して、より低コストで目的を達成する他の媒体、手法はありませんか。
- 読者にとって、印刷・広報物によることが最良の情報入手手段ですか。

7 配布先、配架先

- ターゲットは誰ですか。
- 配布先は適切ですか。闇雲に配布していませんか。
- 印刷・広報物はターゲットや重要性を考慮し、適切な場所に配架していますか。
- 配布先は本当にその情報を必要としていますか。

8 有料化

- 当該印刷・広報物は無料で配布すべきものですか。
- 受益者負担という考え方に立ち、適切な価格で販売することは不可能ですか。

9 広告事業の実施

- 当該印刷・広報物に企業等の広告を掲載し、その対価として広告料収入を確保することはできませんか。（広告料収入型）
- 市が示す仕様に則って作成した広告入りの物品等の無償提供を受けることにより、経費節減効果を生み出すことはできませんか。（経費節減型）

III. 見直しの手順

1 効果検証

広報活動は、印刷・広報物を作成し、配布することが最終目的ではありません。印刷・広報物の発行が、円滑な施策の推進に寄与しなくては意味がありません。

そのためには、当該印刷・広報物が配布先でどのように活用されているかきちんと把握し、当初意図した目的が果たされていないと思われるときはその原因を探り、改善に努めることが必要です。

例えば、読まれていない原因が、「わかりにくい」ことにあれば、誰が見てもわかるような平易な言葉を用いたり、「必要な情報が掲載されていない」ことにあれば、掲載内容の見直しを行い、整理するなどしてください。

また、事業等を周知する手段が印刷・広報物の発行以外にもあり、配布先で当該印刷物の有効活用が図られていないと考えられるものについては、廃止も視野に入れて見直しを行ってください。

2 関係各課との調整

印刷・広報物を発行する際には、目的や内容において重複するものを複数の部署で作成することがないように、関係各課との調整を十分図ってください。

重複するものがあつた場合、複数の印刷・広報物をひとつに統合すべきか、それとも掲載内容をきちんと区分し分割して作成すべきかについては、費用対効果を念頭に置き、各々の媒体ごとに判断してください。

また、同じ内容等を重複して複数の媒体に掲載することにより相乗効果を期待するときも、必ず費用対効果を考慮するようにしてください。

3 歳出削減及び歳入確保

印刷・広報物の作成に当たっては、多かれ少なかれ、時間と労力、費用を必要とします。上記視点で検討した結果、行政が発行する必要性が十分であると判断したときも、コスト意識を常に持ち、電子データ化を図りホームページへの掲載可能性の有無など、より低コストで目的を実現する方法を検討してください。

また、作成した印刷・広報物は無料配布すべきものか、それとも受益者負担の視点に立ち、有料化することが可能なものかどうか検討し、そのうえで有料化が可能と判断したときは、適切な価格設定を行い、その歳入を印刷製本費に充てるようにしてください。

さらには、市の資産の有効活用を図るという観点から、原則として、印刷・広報物には広告事業を実施するものとし、各課においては、当該印刷・広報物に企業等の広告を掲載しその対価として広告料収入を得ることが可能かどうか検討を行ってください。

IV. 終わりに

「政策と広報は行政経営の両輪である」とする戦略広報の理念が示すとおり、行政から市民への情報発信は、市の施策を周知し理解してもらうためには必要不可欠なものです。

しかし、ネット社会と呼ばれる現代において、印刷・広報物によることが必ずしも最良の情報発信手段とは言い切れません。毎年定例的に作成している印刷・広報物についても、その目的を果たすための手法が時流に迎合したものなのか、常に見直しを行うことが重要です。

これまで、印刷・広報物の見直しに当たり、必要となる視点や手順等を示してきましたが、これらは全て職員の意識が伴わなければ実現に結びつくものではありません。印刷・広報物に限ったことではありませんが、職員は担当する全ての業務について、前回よりも少しでも良いものを実現しようという意欲と改善の視点を常に持ち続け、それらを実現する実行力と行動力を持って取り組むようお願いいたします。

参考：見直しフローチャート



参考：見直しチェックリスト

印刷・広報物見直しチェックリスト

名称							所管部局課名			
発行目的					市が発行する理由					
形態	紙質		色数		ページ数		発行部数		発行頻度	
対象者	配付方法				経費（単価）			特記事項		

視 点	項 目	確認欄	検討課題	選 択 理 由 及 び 方 向 性 案
1	目 的	当該印刷・広報物を発行する目的は明確か。		
2	必要性	市が作成し、発行する必要があるか。 同一目的のものを民間又は他部局と重複して作成していないか。重複している場合、それらとの役割分担はできているか。		
3	内 容	平易な文言を用い、知らせたい相手にとってわかりやすい内容になっているか。 市民にとって必要な情報、又は、市が真に周知しなければならない情報となっているか。 掲載内容を精査し、適正な情報量となっているか。（情報量が過剰になっていないか。）		
4	仕 様	最も効果的な形態を選択したか。（パンフレット、チラシ、ポスター等のいずれの形態によることが最も効果的か検討したか。） より低コストな材質と言えるか。 ページ数は適切か。（不必要なページはないか。） 発行部数は適切か。（毎年度余剰が発生していないか。保管スペースの確保に苦慮していないか。） 発行頻度や発行時期は適切か。 ユニバーサルデザインに配慮しているか。		
5	費用対効果	配布先や読者に十分活用されているか。（活用方法を把握しているか。） 当該印刷・広報物に対し、配布先や読者がどのように評価しているか、把握しているか。 当初期待した効果が得られているか。得られていない場合、改善策を講じたか。		
6	代替手段	印刷・広報物の発行以外に、より高い費用対効果を期待できる代替手段はないか。特に、電子データ化やHP掲載などによるICT活用はできないか。 市民にとって印刷・広報物によることが最良の情報入手手段か。		
7	配布先	対象者を定めているか。 対象者や重要性を考慮したとき、配布先は適切か。 情報を必要としている人や、情報を周知したい人に届いているか。		
8	有料化	無料で配付すべきものか。 販売している場合、受益者負担という視点に立ち、適正価格と言えるか。		
9	広告事業	広告を掲載しているか。 広告を掲載していない場合、掲載しない妥当な理由はあるか。 広告を掲載している場合、広告料は適切か。		

方向性		具体的な見直し内容	
-----	--	-----------	--

印刷・広報物見直しチェックリスト 【記載例】

名称	〇〇〇制度周知用パンフレット				所管部局課名	〇〇局〇〇部〇〇課					
発行目的	〇〇〇制度を市民に周知するため。				市が発行する理由	〇〇〇制度は市が実施している事業であり、民間が発行するものではないため。					
形態	パンフレット	紙質		色数	フルカラー	ページ数	24ページ	発行部数	30,000部	発行頻度	年1回
対象者	市民(指定なし)	配付方法	各区窓口課		経費(単価)	780,000円(26円)		特記事項			

視点	項目	確認欄	検討課題	選択理由及び方向性案	
1	目的	当該印刷・広報物を発行する目的は明確か。	明確である	〇〇〇制度の利用手続きの際に、窓口課職員が当該パンフレットを用いて説明を行い、制度の適正な利用を促進することを目的としている。	
2	必要性	市が作成し、発行する必要があるか。	必要性がある	〇〇〇制度は市が実施している事業であり、一般市民に周知する必要がある。	
		同一目的のものを民間又は他部局と重複して作成していないか。重複している場合、それらとの役割分担はできているか。	重複していない	〇〇〇制度の運用(手続方法等も含む。)は本市独自のものであり、民間又は他部局で同一目的のものを発行してはいない。	
3	内容	平易な文言を用い、知らせたい相手にとってわかりやすい内容になっているか。	なっている	専門用語をできるだけ使わないようにした。制度上どうしても難解な用語を用いるときは、平易な言葉で注釈を入れた。	
		市民にとって必要な情報、又は、市が真に周知しなければならない情報となっているか。	なっている	〇〇〇制度を周知するため、必要な情報を掲載している。	
		掲載内容を精査し、適正な情報量となっているか。(情報量が過剰になっていないか。)	なっていない	記載内容の見直し	問合せをできるだけ減らすよう、すべての情報を網羅するよう作成したが、逆にどこが重要なポイントがまぎれてしまったため、当初の期待よりも問合せ件数を減らすことができなかった。(情報量が多すぎて、どこを詰めばいいかわかりにくくなってしまった。)
4	仕様	最も効果的な形態を選択したか。(パンフレット、チラシ、ポスター等のいずれの形態によるのが最も効果的か検討したか。)	言える	パンフレット発行目的が制度の趣旨や手続方法等について周知するものであり、ポスターやチラシでは十分な内容を周知することは不可能である。なお、申請手続後も制度利用期間中は常に参照していただく必要があるため、パンフレットが最適である。	
		より低コストな材質と言えるか。	言えない	コスト削減策の検討	当該パンフレットは保存版であるため、ある程度の耐久性を必要とするが、表紙及び裏表紙以外はもう少しコストの低い材質に変更する余地はある。
		ページ数は適切か。(不必要なページはないか。)	適切ではない	ページ数の削減を検討	掲載内容を精査し、情報量及びページ数の削減に努める必要がある。
		発行部数は適切か。(毎年度余剰が発生していないか。保管スペースの確保に苦慮していないか。)	適切である		毎年度末には残部がなくなくなり、どうしても必要な方はHPを閲覧してもらうか、印刷したものを配付している状況である。
		発行頻度や発行時期は適切か。	適切である		当該制度は毎年度4月に切り替わるため、その時期に合わせて発行している。
		ユニバーサルデザインに配慮しているか。	配慮していない	文字の大きさや間隔、配色などの見直し	掲載内容を精査し、重要なポイント(読んでもらいたいポイント)はより大きな字で記載する必要がある。また、色も多用し過ぎていてかえって見にくくなっている可能性もあるため、カラーユニバーサルデザインに配慮し見直す必要がある。
5	費用対効果	配布先や読者に十分活用されているか。(活用方法を把握しているか。)	活用されている		申請手続時だけでなく、制度利用期間中は参照すべき点が多く、保存して何度も読み返すなど十分活用されている。
		当該印刷・広報物に対し、配布先や読者がどのように評価しているか、把握しているか。	評価が高い		記載事項をすべて読めばわかるように作成しており、読んだ市民の評価は高いが、情報量が多すぎるため、高齢者等にとっては読みにくいものとなっている。
		当初期待した効果が得られているか。得られていない場合、改善策を講じたか。	得られている		実際にパンフレットを用いて説明するため、市民が理解しやすい。また、窓口職員の説明に統一性を持たせることができている。
6	代替手段	印刷・広報物の発行以外に、より高い費用対効果を期待できる代替手段はないか。特に、電子データ化やHP掲載などによるICT活用はできないか。	ない		当該パンフレットの作成時に業者から納入された電子データをHPに掲載しているため、来庁しなくても周知することまでできるが、窓口での説明時には紙ベースでのパンフレットが必要である。
		市民にとって印刷・広報物によるのが最良の情報入手手段か。	はい		パンフレット発行と合わせて、電子データでHPにも掲載している。
7	配布先	対象者を定めているか。	定めている		〇〇〇制度の利用申請に来庁した市民に配付している。
		対象者や重要性を考慮したとき、配布先は適切か。	適切である		制度の趣旨や手続方法等について説明するために用いているものであり、実際の手続を行う窓口課で配付している。
		情報を必要としている人や、情報を周知したい人に届いているか。	はい		〇〇〇制度の利用申請手続を行う人に配付している。
8	有料化	無料で配付すべきなのか。	はい		市として周知する必要があるものであり、有料化は適さない。
		販売している場合、受益者負担という視点に立ち、適正価格と言えるか。	—		販売していない。
9	広告事業	広告を掲載しているか。	いいえ	広告事業導入の検討	掲載していない。
		広告を掲載していない場合、掲載しない妥当な理由はあるか。	いいえ	広告事業導入の検討	広告事業の導入に向けて検討を行っている。
		広告を掲載している場合、広告料は適切か。	—		広告事業未実施。

方向性	内容のみ見直し(事業規模の変更なし)	具体的な見直し内容	必要な情報と不要な情報を整理するとともに、文字の大きさや配色に配慮し、市民に知ってもらいたい重要なポイントが何なのかをまぎらさずさせる。結果として、ページ数の削減につながる可能性もある。また、当該印刷物の事業費を少しでも確保できるよう、現在実施していない広告事業の導入に向けた検討を行う。
-----	--------------------	-----------	--

静岡市広告事業推進に関する基本方針（案）

1 広告事業の目的

市が保有する資産は市民全体の財産であり、その管理を任されている市は、これらの財産を有効に活用し、市民サービスの向上と地域経済の活性化につなげていかなければならない。

そのため本市の広告事業は、次の3点の実現を目的として掲げる。

①財政負担の軽減

広告事業によって得られた広告料収入を事業費の一部として充当することにより、市の財政負担の軽減と市民サービスの向上を図る。

②市が保有する資産の有効活用

資産本来の用途や目的を妨げないことを前提に、有効な市の資産に広告を掲載し、新たな収入を得ることで資産の有効活用を図る。

③民間企業との連携

広告事業をとおして民間企業と連携することで、企業の持つノウハウを市の事務事業に活用する。また、企業に市の持つ媒体を効果的に利用してもらうことで、企業の知名度やイメージの向上、社会貢献活動の促進につなげ、地域の活性化を図る。

2 広告事業の対象とする資産

次に掲げる市の資産のうち、「広告事業の目的」を実現するために有効なものを対象に、広告事業を実施する。

ただし、広告を掲載することで、法令等に抵触する恐れのあるもの、資産本来の用途や目的を妨げる恐れのあるもの、市民に誤解や不快感を生じさせる恐れのあるものなど、広告事業に適さない資産については、対象としない。

市の資産	広告の形態
施設またはその一部（広告事業に活用できる市が管理する国、県の施設を含む。）	ネーミングライツ、看板広告、内壁面広告、マルチビジョンやマットなどへの広告
印刷・広報物	パンフレット、チラシ、封筒などへの印刷広告
ウェブページ	ホームページへのバナー広告
その他広告媒体として有効に活用できる資産	車両、ベンチ、ノベルティグッズなどへの広告

3 広告事業推進のための取組

(1) 広告事業推進の考え方

「広告事業の目的」を実現するためには、広告媒体に対するニーズを的確につかみ、より多くの資産を活用すること、また、企業や広告代理店からの提案を積極的に受け入れていくことが重要となる。

そのため、各課が所管する施設や印刷物などから、新たな広告媒体やこれまで十分活用されてこなかった有効な資産を積極的に見出し、広告事業に結びつけるとともに、企業等からの提案を受け入れ、実現につなげる取組を行うものとする。

(2) 市の資産の見直し

市内広告代理店に対する調査結果を基に、広告媒体の有効性の判断基準として作成した「広告事業の検討対象とする基準（案）」に基づき、本市の持つ資産を洗い出し、広告事業の検討を行うこととする。

具体的には、各課が所管する施設や印刷物などのうち、上記の基準に該当するもの全てに対して、広告事業を検討することとする。

なお、既に広告事業を実施しているものについては、更なる拡大を検討する。

また、印刷・広報物に関しては、単に広告事業の実施を検討するのではなく、「印刷・広報物の見直し基準(案)」に基づき、改めてそのものの必要性を十分検証したうえで、広告事業の検討を行うものとする。

(3) 企業や広告代理店からの提案の受け入れ

「広告事業の目的」の一つである「民間企業との連携」を進めるため、企業や広告代理店からの提案を積極的に受け入れる。

特に、新たな媒体や様々な施設のネーミングライツ、各種媒体を組み合わせた広告など、これまでにない企画提案を広く求めるため、市から情報提供を行うとともに、行政管理課が窓口となって、提案の趣旨、内容を十分に把握したうえで、関係する所管課につなげ、導入に向けた前向きな検討を行うこととする。

(4) 取組の詳細

上記の取組の具体的な内容については、広告事業実施マニュアルに定める。

広告事業の検討対象とする基準（案）

No.	資産の種類	広告の形態	基準
1	施設	ネーミングライツ 看板広告 内壁面への広告 マットへの広告 など	<p>行政管理課が実施した調査結果を参考に、広告媒体としての可能性があるものと認められるもの</p> <p>ただし、ネーミングライツにおいて、以下に該当するものを除く。</p> <ul style="list-style-type: none"> ①利用率が大幅に低下してしまう恐れのある施設 ②名勝地などの歴史的価値がある施設 ③公用財産(庁舎、区役所、保健所、消防署などの市が事務執行や事業実施のために直接使用するもの)や学校などの施設 ④行政機関としての機能を併せ持った施設(保健福祉センター、動物指導センターなど) ⑤同一の利用者が長期間にわたって使用する施設(高齢者・障害者等の入所型施設など) ⑥廃止(民営化を含む。)や再整備などの将来計画がある施設
2	印刷・広報物	印刷広告	<p>市民に配付する印刷・広報物のうち、次のいずれかに該当するもの</p> <ul style="list-style-type: none"> ①市内の全世帯に配付しているもの ②年間作成数が18万部以上のもの ③年間の作成部数が6万部以上あり、かつ配付対象者の属性や印刷・広報物に対する目的が明確なもの <p>ただし、申請書、届出書、通知書、納付書に類するものを除く。</p>
3	ウェブページ	バナー広告	<p>年間を通じて公開するウェブページのうち、次のいずれかに該当するもの</p> <ul style="list-style-type: none"> ①トップページまたはトップページから1階層目までのページで、年間の閲覧件数が18万件以上見込めるもの ②トップページまたはトップページから1階層目までのページで、年間の閲覧件数が3万件以上見込め、かつ閲覧目的が明確なもの
4	その他広告媒体として有効に活用できる資産	車両、ベンチ、ノベルティグッズなどへの広告	<p>次のいずれかに該当するもの</p> <ul style="list-style-type: none"> ①民間企業(広告代理店を含む。)から提案のあったもの ②各課が広告媒体として有効と判断したもの
<p>上記の各項目に該当しないものであっても、民間企業から提案のあったもの、各課において広告媒体として有効と判断したものについては、検討の対象とする。</p>			