

いわき市広告事業に係る基本方針

1 広告事業の定義

市が発行する印刷物や、管理するホームページ、さらには、市が所有する財産など、市のあらゆる資産を広告媒体として活用し、民間企業等の広告を掲載することにより、広告料収入を得る事業をいう。

なお、広告料収入を得るというだけでなく、民間企業等の広告を掲載した物品等の寄附を受けることにより、従来の経費を削減する手法も広告事業に含む。

2 広告事業導入の必要性

行政運営の究極の目的である「市民福祉の増進」を図るためには、自己決定・自己責任の基本的な考え方のもと、持続可能な「自主・自立の行財政運営の確立」に努める必要があることから、市においては、第5次行財政改革大綱・行動計画に基づき、積極的かつ大胆に行財政改革を推進しているところである。

行財政改革の推進に当たっては、歳出の削減はもとより、安定した財源の確保を図るため、自主財源の確保を図る必要があることから、その取組みの一つの手法として、「広報紙等を活用した企業等広告収入の確保」を行動計画に位置付けしている。

3 広告事業の目的

- (1) 広告事業の実施により、市の新たな財源を確保する、または、経費の削減につなげる。
- (2) 広告事業の実施により得られた収入、または、削減された経費を市民サービスの向上につなげる。
- (3) 広告事業の実施により、掲載する企業等の営業活動を支援し、もって、地域経済の活性化につなげる。

4 広告事業の導入について

広告事業の導入に当たり、総務部総務課において、いわき市として統一した指針となる「いわき市広告事業に係る基本方針」、広告事業全般について定めた「いわき市広告事業実施要綱」、及び広告掲載の判断基準となる「いわき市広告掲載基準」を策定する。

広告媒体の所管部署においては広告掲載料、広告の規格、掲載期間、応募資格、申込方法、広告掲載料納付方法等を個別に規定した「募集要領」を策定する。

5 広告事業実施に当たっての基本的な考え方

広告事業の実施に当たり、掲載する広告の適否については、いわき市広告掲載基準に基づき判断することとなるが、その前提となる考え方は次のとおりである。

- (1) 市としての中立性・公平性を確保する。
広告主の募集や選定に当たっては透明性を確保し、また、広告内容については市として特定の企業等を推奨しているような誤解等を招かないよう注意する。
- (2) 広告媒体の公共性は損なわない。
広告媒体については公共財産であることから、法令等に違反するものや公序良俗に反するもの等、ふさわしくないと判断される広告は掲載しない。
- (3) 広告媒体の本来の目的に支障を生じさせない。
広告を掲載した結果、広告媒体が広告主の財産であるかのような誤解等を招かないよう注意する。
- (4) 市民に不快感を与えないよう十分に配慮する。
市の公共財産に掲載することを踏まえ、節度ある表現と広告媒体や周囲環境との調和を図る。

6 広告事業の対象とする媒体の選定

広告事業は、前述の目的を果たすために実施するものであることから、基本的に実施が可能と判断される媒体全てをその対象とする。

(1) 具体的な広告媒体例

ア 市が発行する印刷物

例：広報紙（実施済）、封筒（共通封筒・納税通知書等封筒）、給与明細書、病院領収書、水道検針票、各部等で発行する冊子 など

イ 市が管理するウェブページ

例：市ホームページ（トップページ等）、公共施設予約案内システム など

ウ 市が所有する土地、建物、車両等の財産

例：庁舎内（壁面、エレベータ等）、公用車側面 など

エ その他、広報媒体として活用できる資産で市長が認めるもの

例：市民課番号表示板、市が作成する DVD、ネーミングライツ など

(2) 選定の基準

各広告媒体の所管部署において、広告事業導入を検討する際には主に以下の事項を基に検討するものとする。

ア 宣伝効果

広告媒体の規模（利用者数・発行部数等）やメディア露出の高さ、利用頻度（発行頻度）が十分なものであり、広告主にとって魅力的な媒体かどうか。

イ 費用対効果

導入に際する人的・金銭的投資に比して十分な歳入増又は歳出減などの効果があげられるかどうか。

ウ 広告媒体の目的

広告媒体が収益的なものであれば比較的導入が容易であるが、福祉を目的としたものなど公共性の高いものについては一定の配慮が必要。

なお、市屋外広告物条例の規定により、公用または公共用建造物及びその敷地においては、屋外広告物の表示、掲出物件の設置ができないこととなっている。

【市屋外広告物条例（抄）】

第3条 次に掲げる地域又は場所（以下「特別規制地域等」という。）においては、屋外広告物（以下「広告物」という。）を表示し、又は広告物を掲出する物件（以下「掲出物件」という。）を設置してはならない。

(11) 官公署、学校、図書館、公会堂、公民館、博物館、美術館、体育館、病院、公衆便所その他の公用又は公共用建造物及びその敷地

7 広告料金

広告料金は、広告媒体ごとに設定することとするが、その設定に当たっては、類似した広告掲載に係る市場価格を考慮するとともに、他自治体の状況も参考にする。

入札により広告主を決定する場合における予定価格の設定も同様とする。

また、行政財産使用料条例に基づき、使用料を徴す場合には、当該使用料の額を勘案の上、広告料を設定する。

8 広告掲載に係る費用負担

広告掲載に係る費用は、広告主の負担とする。

ただし、景観への配慮から広告形態を統一する必要があるなど、必要と認められる場合には、市が費用負担することも可能であるが、その場合には、広告料に当該費用分を加えるなど、費用負担をする広告主との公平性を確保する。

9 広告掲載の期間

広告掲載の期間については、広告媒体ごとに設定することとするが、原則として、広告掲載に係る費用を広告主の負担としていること、また、広告主の立場として、広告を掲載するに当たって有益であることなどを考慮しながら、効果的な期間を設定する。

10 広告の募集方法

掲載する広告の募集方法について、広告媒体の性質等に応じて採用する方法が異なるものと考えられるが、想定される募集方法は次のとおりである。

(1) 市が直接募集を行う方法

広告媒体の所管課等で、直接広告主を募集する場合、特に、単価を設定して広告主を募集するに当たっては、選定基準を明確にするなど、公平性を確保する。

また、募集事務が職員の過度の負担とならないよう工夫する。

(2) 広告代理店に委ねる方法

既に実施している「広報いわき」への広告掲載のように、広告代理店に募集等を委ねる場合、基本的に入札により広告代理店を決定することになるが、適正な予定価格を設定するとともに、広告代理店に対して、掲載基準の徹底を図る。

(3) 物品等の寄附を受ける場合

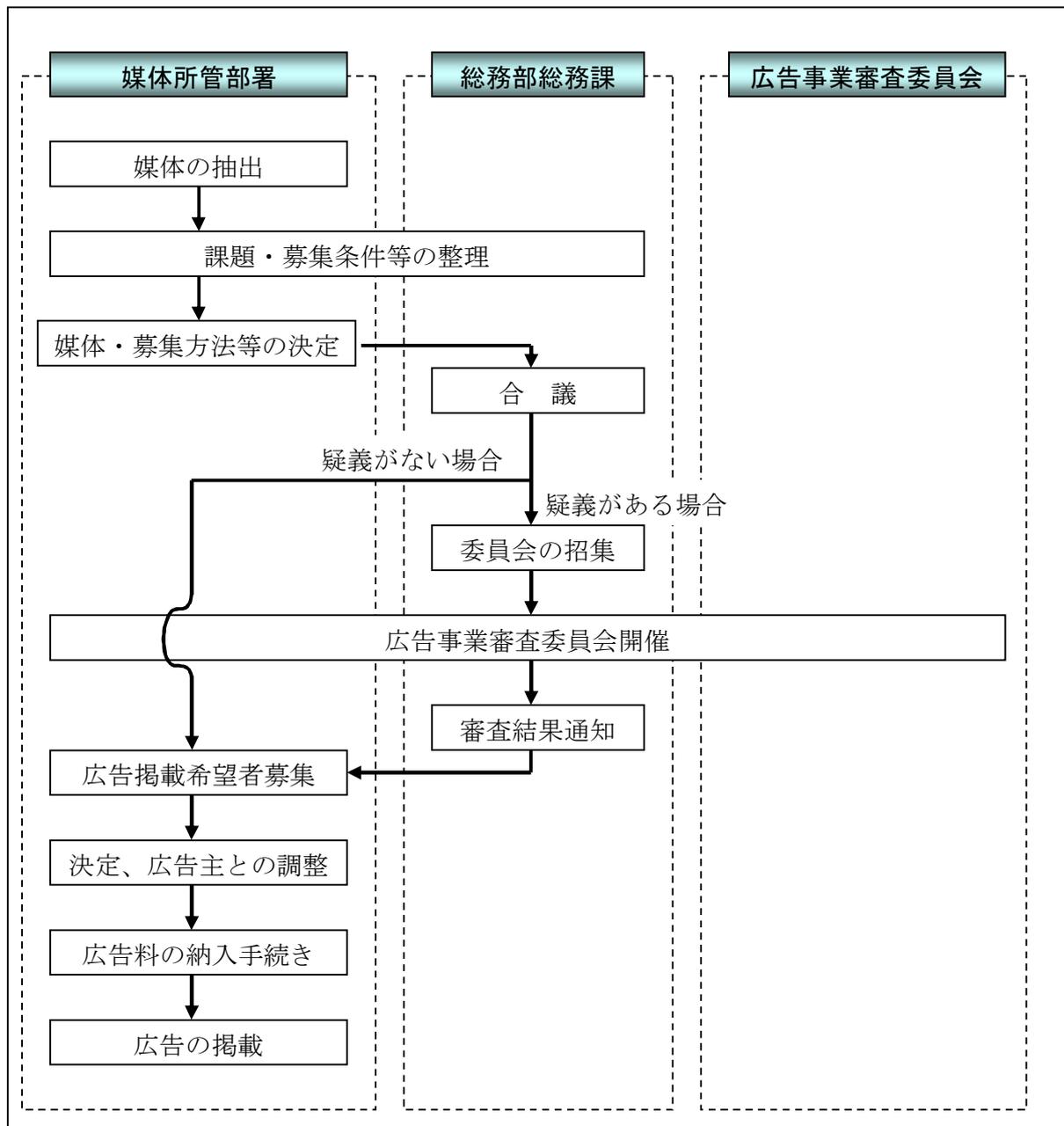
広告料金を徴さず、物品等の寄附を受ける場合には、提供者の審査を適正に行うとともに、寄附を受ける数量、使用頻度等について、提供者と確認する。

また、公募により寄附を受ける場合には、選定基準を明確にするなど、公平性を確保する。

11 広告事業審査委員会

掲載する広告の決定は、広告媒体の所管部課等で実施することとなるが、その内容に疑義が生じた場合において、掲載の可否を審査するため、関係課長等を委員とする広告事業審査委員会を設置する。

12 広告掲載までの基本的な流れ



13 広告収入の活用方法

広告事業の実施により得られた収入については、市民サービスの向上を事業の目的としていることから、市民の理解が得られるよう活用を図る。

なお、収入の取扱いについては、広告媒体の所管部課等へのインセンティブとして、所管部課の特定財源とする方法と、市として一括して市民サービスの向上に資する各種施策に配分する方法があるが、いずれの方法を採用するのかについては、実施する広告媒体の決定に併せて検討する。