

No.	事務事業名	封筒への広告掲載事業				所属部	会計管理部	
						所属課	会計課	
		政策名	07	新たな行政経営によるまちづくり		課長名	迫田 清身	
政策体系	施策名	01	健全な財政運営の推進		所属G(係)	会計第2G		
	基本事業名	02	新たな自主財源の確保		電話番号	45-5111		
予算科目	会計	款	項	目	事業	事業名	法令根拠	特になし
事務事業の概要(具体的なやり方、手順、詳細。期間限定複数年度事業は全体像を記述)						事業期間		
市が使用する封筒に一般企業(事業所)の有料広告を掲載し、自主財源を確保する。 市の広報誌・ホームページ等を通じて、広告掲載を希望する事業所等を募集する。 応募した事業所等を庁内の広告審査会で審査し、適当と認められれば市の発行する封筒類に有料広告を掲載する。 <封筒> 角型2号(大封筒)1枠の規格(縦8×横10cm)募集枠6*2円*枚数(税抜) 長形3号(中封筒)1枠の規格(縦10×横8cm)募集枠2*2円*枚数(税抜) 長形40号(小封筒)1枠の規格(縦7×横8cm)募集枠2*2円*枚数(税抜)						<input type="checkbox"/> 単年度のみ <input checked="" type="checkbox"/> 単年度繰返 ↳ (H 19年度~) <input type="checkbox"/> 期間限定複数年度 ↳ (年度~ 年度)		

1 現状把握の部(DO)

(1) 事務事業の目的と指標

手段(主な活動)	
19年度実績(19年度に行った主な活動)	
事務事業概要と同様	
20年度計画(20年度に計画している主な活動)	
前年度同様	
対象(誰、何を対象にしているのか)*人や自然資源等	
市で使用する封筒 角型2号、長形3号、長形40号	
意図(この事業によって、対象をどう変えるのか)	
事業所に有料広告を掲載してもらう	
結果(どんな結果に結び付けるのか)	
新たな自主財源が得られる	

活動指標(事務事業の活動量を表す指標)	
名称	単位
ア 広告を掲載した封筒枚数	万枚
イ	
ウ	
対象指標(対象の大きさを表す指標)	
名称	単位
ア 市で使用する封筒(年間)	万枚
イ	
ウ	
成果指標(対象における意図の達成度を表す指標)	
名称	単位
ア 広告収入額	万円
イ	
ウ	
上位成果指標(結果の達成度を表す指標)	
名称	単位
ア 新たに確保された自主財源額	万円
イ	
ウ	

(2) 総事業費・指標等の推移		単位	18年度(実績)	19年度(実績)	20年度(見込)	21年度(見込)	22年度(見込)	23年度(見込)
投入量	事業内訳	国庫支出金	千円					
		都道府県支出金	千円					
		地方債	千円					
		その他	千円					
		一般財源	千円					
	事業費計(A)		千円	0	0	0		
	人件費	正規職員従事人数	人		3	2		
		延べ業務時間	時間		50	20		
		人件費計(B)	千円	0	200	80		
	トータルコスト(A)+(B)		千円	0	200	80		
活動指標	ア	万枚		14	14	14	14	14
	イ							
	ウ							
対象指標	ア	万枚		14	14	14	14	14
	イ							
	ウ							
成果指標	ア	万円		101	13	6	6	6
	イ							
	ウ							
上位成果指標	ア			619	1,600	1,700	1,800	1,900
	イ							
	ウ							

(3) 事務事業の環境変化・住民意見等

この事務事業を開始したきっかけは何か?いつ頃どんな経緯で開始されたのか?
自主財源を安定的に確保するため、新たな財源確保策として導入した。 平成19年2月に策定された集中改革プランの取組内容として印刷物への広告掲載が明記されたことにより、同年9月から広告掲載を開始した。
事務事業を取り巻く状況(対象者や根拠法令等)はどう変化しているか、開始時期あるいは5年前と比べてどう変わったのか?
実施後一年を経過していないため、現段階での比較は難しい。
この事務事業に対して関係者(住民、議会、事業対象者、利害関係者等)からどんな意見や要望が寄せられているか?
広告掲載効果に関しては、「どちらともいえない」と答えた広告主が50%で最も多く、続いて「効果があった・24%」「わからない・15%」「効果がなかった・9%」となっている。平成20年4月実施「広告掲載等に関するアンケート」より

事務事業名	封筒への広告掲載事業	所属部	会計管理部	所属課	会計課
-------	------------	-----	-------	-----	-----

2 評価の部(SEE) *原則は事後評価、ただし複数年度事業は途中評価

目的 妥当性 評価	政策体系との整合性 この事務事業の目的は市(町)の政策体系に結びつくか?意図することが結果に結びついているか?	<input type="checkbox"/> 見直し余地がある【理由】 ↷ <input checked="" type="checkbox"/> 結びついている【理由】 ↷ 広告収入を得ることによって、新たな自主財源が得られるため政策体系に結びつく。
	公共関与の妥当性 なぜこの事業を市が行わなければならないのか?税金を投入して、達成する目的か?	<input type="checkbox"/> 見直し余地がある【理由】 ↷ <input checked="" type="checkbox"/> 妥当である【理由】 ↷ 広告収入による自主財源を得ることは健全な財政運営のために有効であり、併せて地元企業の活性化につながる。
	対象・意図の妥当性 対象を限定・追加すべきか?意図を限定・拡充すべきか?	<input checked="" type="checkbox"/> 見直し余地がある【理由】 ↷ <input type="checkbox"/> 適切である【理由】 ↷ 財源確保にはつながるものの、現行の直接募集方式では広告主が集まりにくいなどの課題が多い。
有効性 評価	成果の向上余地 成果を向上させる余地はあるか?成果の現状水準とあるべき水準との差異はないか?何が原因で成果向上が期待できないのか?	<input type="checkbox"/> 向上余地がある【理由】 ↷ <input checked="" type="checkbox"/> 向上余地がない【理由】 ↷ 広告収入を得ることによって自主財源を確保できるが、年間の作成枚数、枠数に限りがあるため、一定の成果以上の向上は期待できない。
	廃止・休止の成果への影響 事務事業を廃止・休止した場合の影響の有無とその内容は?	<input checked="" type="checkbox"/> 影響無【理由】 ↷ <input type="checkbox"/> 影響有【その内容】 ↷ 本事業を廃止・休止した場合は、広告収入による自主財源は減少するが、他の手段による導入余地がある。
	類似事業との統廃合・連携の可能性 目的を達成するには、この事務事業以外他に方法はないか?類似事業との統廃合ができるか?類似事業との連携を図ることにより、成果の向上が期待できるか?	<input checked="" type="checkbox"/> 他に手段がある(具体的な手段,事務事業) ↳ 広告代理店への委託方式 <input checked="" type="checkbox"/> 統廃合できる ↷ <input checked="" type="checkbox"/> 連携できる ↷ <input type="checkbox"/> 統廃合できない ↷ <input type="checkbox"/> 連携できない ↷ 封筒類以外にも広報誌への広告掲載やホームページのパナー広告等があり、窓口を一本化して連携していくことにより事務の効率化が図れる。 <input type="checkbox"/> 他に手段がない【理由】 ↷
効率性 評価	事業費の削減余地 成果を下げずに事業費を削減できないか?(仕様や工法の適正化、住民の協力など)	<input checked="" type="checkbox"/> 削減余地がある【理由】 ↷ <input type="checkbox"/> 削減余地がない【理由】 ↷ 封筒・圧着ハガキの印刷発注時における入札を導入することにより、コスト削減が期待できる。また、直接募集方式から広告代理店委託方式へ転換することで印刷費の歳出削減が図れる。
	人件費(延べ業務時間)の削減余地 やり方を工夫して延べ業務時間を削減できないか?成果を下げずにより正職員以外の職員や委託でできないか?(アウトソーシングなど)	<input checked="" type="checkbox"/> 削減余地がある【理由】 ↷ <input type="checkbox"/> 削減余地がない【理由】 ↷ 封筒類以外にもホームページへのパナー広告や広報誌への広告掲載を行っており、広告主募集や広告審査会の窓口を一本化することにより業務時間の削減につながる。また、職員による直接募集方式から広告代理店委託方式へ転換することで、事務量の削減が期待できる。
公平性 評価	受益機会・費用負担の適正化余地 事業の内容が一部の受益者に偏っていて不公平ではないか?受益者負担が公平・公正になっているか?	<input checked="" type="checkbox"/> 見直し余地がある【理由】 ↷ <input type="checkbox"/> 公平・公正である【理由】 ↷ 広告収入は、市の自主財源として広く市民に還元されるものであり、公平性が確保される反面、市が直接募集を行うことには限界もあり、特定の事業所を保護、優遇している等の誤解も生まれやすい。

3 評価結果の総括と今後の方向性(次年度計画と予算への反映)(PLAN) [担当課長記入欄]

(1) 1次評価者としての評価結果	(2) 全体総括(振り返り、反省点)
目的妥当性 <input type="checkbox"/> 適切 <input checked="" type="checkbox"/> 見直し余地あり 有効性 <input type="checkbox"/> 適切 <input checked="" type="checkbox"/> 見直し余地あり 効率性 <input type="checkbox"/> 適切 <input checked="" type="checkbox"/> 見直し余地あり 公平性 <input type="checkbox"/> 適切 <input checked="" type="checkbox"/> 見直し余地あり	・印刷製本費に対する広告掲載料の歳入補てん率が44.8%と5割に満たない。 ・広告募集をかけても応募が少なく、広告主がなかなか集まらない。 ・独自で営業を行うために事務量が増大した。
(3) 今後の事業の方向性(改革改善案)・・・複数選択可	(4) 改革・改善による期待成果(廃止・休止の場合は記入不要)
<input type="checkbox"/> 廃止 <input type="checkbox"/> 休止 <input checked="" type="checkbox"/> 事業のやり方改善(有効性改善) <input type="checkbox"/> 現状維持 <input type="checkbox"/> 目的再設定 <input checked="" type="checkbox"/> 事業のやり方改善(効率性改善) (従来通りで特に改革改善をしない) <input type="checkbox"/> 事業統廃合・連携 <input checked="" type="checkbox"/> 事業のやり方改善(公平性改善)	<改革改善案> 職員が直接募集を行うことの限界(時間的な制約、事務量の増大、市内事業所の把握、募集件数に見合うだけの広告主の確保等)があるために、広告代理店から寄附を受ける委託方式への転換を図る。これにより、広告募集にかかる事務量の削減と歳入歳出が発生しなくなることによる事務の効率化が期待できる。また、寄附というかたちを採用することにより、市が特定の事業所を保護、優遇するなどの疑惑も発生しないため透明性の確保につながる。
(5) 改革、改善を実現する上で解決すべき課題(壁)とその解決策	
広告代理店委託方式への転換を図る際に庁内の理解が必要となる。当面は、直接募集方式と、広告代理店委託方式を併用する。直接募集方式と広告代理店活用方式を併用する際、広告主への料金設定が統一化されず不透明になることから、取扱う封筒類を限定する必要がある。	

		コスト		
		削減	維持	増加
成果	向上			
	維持			
	低下			