

印刷・広報物見直し基準（案）の検証手順

具体的事例の検証も踏まえて、基準（案）（チェックシート含む）に対するご意見をいただく。

○視点

- ・見直しの視点の妥当性
- ・不足している視点はないか
- ・見直しにつながる基準となっているか

*資料：印刷・広報物見直し基準（案）概要
印刷・広報物に係る見直し基準及び事務処理要領（案）
印刷・広報物見直しチェックリスト

【具体的事例（広報しずおか）】

本市の代表的な広報紙である「広報しずおか」を具体的な事例として、見直し基準（案）に基づいて作成したチェックリストにより所管部署が点検した。

○視点

- ・各項目の点検結果は妥当か（選択理由の妥当性）
- ・チェック結果を受けての方向性とその具体的内容は妥当か

*資料：印刷広報物見直しチェックリスト（広報しずおか）
広報しずおかの発行について

<印刷・広報物見直しに関する基準（案）概要>

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

同プランの理念（＝政策と広報は行政経営の両輪である）に基づく広報

- ・政策の推進を意識
- ・政策の目的達成のための情報発信
- ・市民目線に立った情報発信

2 印刷広報物の現状と見直しの必要性

- ・作成される印刷・広報物は約 500 種類、経費は約 1 億 5 千万円（平成 23 年度決算額）
- ・市民に対する単なる告知に止まっているものがある
- ・一方的かつ対象が曖昧な情報提供となっているものがある
- ・お知らせしたことで市民と情報共有したと錯覚・誤認しているケースがある
- ・情報過多により、市民が本当に必要としている情報を得られにくいものがある

↓

- ・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
- ・市民が真に必要としているのはどのような情報か
- ・市としてどんな情報を周知する必要があるのか

3 コスト縮減の取組

より低コストで、質の高い情報提供を目指したマネジメントサイクルの実施が不可欠

II 見直しの視点

1 印刷・広報物の発行目的

2 市が発行する必要性

3 掲載内容（わかりやすさ、市が知らせたい情報と市民が知りたい情報の精査）

4 仕様（形態、材質、ページ数、発行部数、発行頻度等）

5 費用対効果（配布先での活用のされ方）

6 代替手段（コスト面、効果面等からみた周知手段としての適格性）

7 配布先（対象者を踏まえた適正は配布）

8 有料化の検討（受益者負担の視点）

9 広告事業の実施（広告料収入による財源確保）

【参考】見直しスケジュール

H 2 4 ・ 5 印刷・広報物事業に関する調査

7 市民評価会議において、広報関連事業として 5 事業の評価を実施

12 行革審において、具体的事例（広報しずおか）の評価をとおした見直し基準審議

見直し基準確定、実施要領通知

各課見直し作業着手

H 2 5 ・ 3 見直し結果とりまとめ

4 行革審において見直し結果報告

印刷・広報物見直しに関する
基準及び事務処理要領（案）

平成24年 月

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もと、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・広報物の現状と見直しの必要性

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すが、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、市としてどん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、既存の印刷広告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にならないよう、常に発行する目的を意識するとともに、コスト意識も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

- 当該印刷広告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。
- 読み手にとって必要な情報、または、市が真に周知しなければならない情報となっていますか。あわせて、魅力的な内容となっていますか。
- 不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（形態、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、どのような形態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、誰もが見やすい配色やデザインを工夫していますか。

5 費用対効果

- 配布先や読者において、どのように活用されているか把握していますか。
- 配布先や読者において、1回も内容を読まれることなく保存また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。
- 読み手にとって、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

- 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（財源の確保）

- 当該印刷広告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 見直し手順

印刷・広報物見直しチェックリストを活用し、下記の手順で見直しを行います。

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、作成した広告印刷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、印刷広告物には広告事業を実施するものとし、各課においては、当該印刷広告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。

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告物についても、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、印刷広告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。印刷広告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（チェックリスト活用）



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。 | | | |
| 5 | 費用対効果 | 配布先や読者に十分活用されているか。(活用方法等を把握しているか。) | | | |
| | | 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。(電子データ化、ホームページ掲載など) | | | |
| | | 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 | 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。 | | | | | |
| 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ぼやけてしまったため、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、どこを読めばいいの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 | | |
| | | 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ってしまう、どうしても必要な方にはHPを閲覧してもらるか、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。(活用方法等を把握しているか。) | 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 | | |
| | | 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 | | |
| 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。(電子データ化、ホームページ掲載など) | ない | | |
| | | 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 | | |
| 7 | 配布先 | 対象者を定めているか。 | 定めている | | |
| | | 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 | | |
| | | 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 | | |
| 8 | 有料化 | 無料で配付すべきものか。 | はい | | |
| | | 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。 | — | | |
| 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 | |
| | | 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 | |
| | | 広告を掲載している場合、広告料は適切か。 | — | | |

| | | | |
|-----|--------------------|-----------|---|
| 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はっきりさせる。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。 |
|-----|--------------------|-----------|---|

印刷・広報物見直しチェックリスト

| | | | | | | | | | | | |
|------|--------------------|----|-----------|----------------------|----------|----------------------|-----------------------------------|------|------------|------|-----|
| 名称 | 広報しずおか「静岡気分」 | | | | | 所管部局課名 | 企画局企画部広報課 | | | | |
| 発行目的 | 市政全般に関する情報を市民に提供する | | | | 市が発行する理由 | 市政全般にわたる情報を市民に提供するため | | | | | |
| 形態 | 広報誌 | 紙質 | 再生上質紙55kg | 色数 | 4色刷り | ページ数 | 毎号12ページ以下 | 発行部数 | 毎号264,000部 | 発行頻度 | 月2回 |
| 対象者 | 市民(指定なし) | | 配付方法 | 各区配送業者→各町内会・自治会により配布 | | 経費(単価) | ページ単価@0.53445円(1部12ページあたり6.4134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 | 市の方針や重要施策のほか、各所管課からのお知らせや実施事業の告知など、市政情報全般について市民にお知らせすることを目的とする。 | |
| 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 | 市政全般の情報提供の主体として、市が発行することが当然と考える。 | |
| | | 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 | 市政全般の情報提供を目的とする印刷物は、「広報しずおか」以外にない。 | |
| 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 | 中学生以上の人なら読める・理解できる「広報しずおか」を目指し、漢字のルビや字の大きさにも配慮するとともに、写真やイラスト、表などを用い、わかりやすい紙面作りを心がけている。 | |
| | | 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 | 広報計画や各担当課の掲載依頼に基づき、ヒアリングの実施や広報課内で情報の精査を行い、市民から要望が多い暮らしに必要な情報をはじめ、まちみがき戦略推進プラン掲載事業など市の重要施策を中心に掲載している。 | |
| | | 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。) | なっている | 経費削減のため今年度から全号12ページ以下とし(従来は16ページ以内で変動)、その制限の中で読みやすい適正な情報量を心がけている。 | |
| 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。) | 言える | 情報量が多く、印刷物による情報伝達手段として現状が最も効果的である。 | |
| | | 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 | 環境に配慮した再生紙を使用している。印刷は、発行部数や印刷工程の関係で2色・4色とも費用が変わらないため、効果的な紙面作りのできる4色刷りとしている。紙質については、より安価で品質に問題ない紙の使用を検討中である。 |
| | | ページ数は適切か。(不必要なページはないか。) | 適切である | | 今年度から掲載内容をより精査し、すべて各号12ページ以下で発行している(従来は16ページ以下で変動)。今後も、より効果的で効率的なページ数の縮減に努める。 |
| | | 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 | | 全市民を対象としているため、全世帯への配布が適切であると考ええる。 |
| | | 発行頻度や発行時期は適切か。 | 適切ではない | 発行頻度や発行時期の見直し | 市民に伝えるべき情報量、読みやすさや配布労力などを総合的に鑑みて、発行頻度を検討する必要がある。 |
| | | ユニバーサルデザインに配慮しているか。 | 配慮している | 字の大きさやフォント、色合いなどに配慮しているほか、視覚障害者向けに、音声版、点字版の「広報しずおか」を発行している。 | |
| 5 | 費用対効果 | 配布先や読者に十分活用されているか。(活用方法等を把握しているか。) | 活用されている | 22年度市民意識調査において、『「広報しずおか」を読む』との回答は約84%であり、活用されていると考えている。 | |
| | | 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 | 22年度市民意識調査において、「市政情報は『広報しずおか』で得ている」との回答は約75%であり、市政情報の入手手段としては評価されていると考えている。 | |
| | | 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 | 上記2つの回答により効果が得られていると感じているが、今後もより効果的な制作を心がけていく。 | |
| 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。(電子データ化、ホームページ掲載など) | ある | 代替手段の検討 | 市政全般の情報提供手段としては他にホームページがあり、この充実を図るとともに、現在Facebook・Youtubeの活用、広報紙の電子ブック化などを進めている。 |
| | | 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。 | はい | | 現状では市内の32%の人がIT環境が整っていないこともあり、紙媒体をなくすことは難しいが、将来的にはなくなる可能性がある。 |
| 7 | 配布先 | 対象者を定めているか。 | 定めている | | 対象は全市民である。 |
| | | 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 | | 提供する情報は市政全般であり、若者からお年寄りまで全市民を対象としていることから、各世帯に1部ずつ配布するのが適切であると考ええる。 |
| | | 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 | | 町内会・自治会の協力のもと全世帯に近い配布が達成されているほか、各公共施設や大学、福祉施設などに設置し、できる限り多くの皆さんの目に触れるように心がけている。 |
| 8 | 有料化 | 無料で配付すべきものか。 | はい | | 市政情報の提供は、必要な市民サービスであり、その主な情報入手源である「広報しずおか」は、無料での配布が妥当であると考ええる。 |
| | | 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。 | はい | | 今年度より原則毎号に広告を掲載している。(従来は隔号) |
| | | 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。 | はい | | 複数の業者による見積もり合わせにより、最も高い広告料の業者と契約している。 |

| | | | |
|-----|--------------------|-----------|--|
| 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 | 市民に伝えるべき情報量、読みやすさや配布労力を鑑み、発行回数とページ数の削減、より低コストの紙の採用などを検討する。 |
|-----|--------------------|-----------|--|

広報しずおかの発行について

1. 現状（平成 24 年度）

- ◆発行回数…月 2 回（1 日号・15 日号）
- ◆発行部数…毎号 264,000 部
- ◆ページ数…原則毎号 12 ページ
（23 年度は 10～16 ページで変動）
※ホームページに PDF 版の広報しずおかを掲載。
- ◆掲載件数…毎号約 150 件（市の重要施策、企画特集、各担当課からのお知らせ、イベント・講座情報などのほか、紙面の状況により市以外のお知らせも掲載）
- ◆配布方法…各区配送業者→町内会・自治会経由で各戸配布、各公共施設設置
- ◆印刷経費…（24 年度）@0.53445×12P×264,000 部×24 回=40,635,302 円
※1 部あたり約 6.4 円
（23 年度実績 40,528,980 円）
- ◆広告掲載…原則に毎号掲載・年間収入（24 年度）4,389,000 円
（23 年度までは隔号に掲載・23 年度収入 1,732,500 円）

2. 政令市の状況（平成 24 年 9 月現在）

- ◆発行回数 ・月 1 回発行…11 市 ・月 2 回発行…8 市 ・週 1 回発行…1 市
※浜松市が 24 年 5 月より月 2 回から 1 回発行に移行
- ◆サイズ ・タブロイド判…15 市 ・A4 判…5 市

3. 県内他市の状況（平成 24 年 9 月現在）

- ◆発行回数 ・月 1 回発行…11 市 ・月 2 回発行…11 市
※浜松市が 24 年 5 月より月 2 回から 1 回発行に移行