
市区町村における民間委託の実施状況等に関する調査（令和4年度調査）

結果報告書

令和4年12月
株式会社富士通総研

目次

第1編	市区町村における広報紙の配布方法（民間委託等）に関する調査	1
第1章	業務の概要	1
1-1	本業務の背景・目的	1
1-2	アンケート調査の実施概要	1
1-3	アンケート調査項目の検討	1
第2章	アンケート調査結果	4
2-1	配布方法の現状	4
2-2	配布方法の検討	18
2-3	配布方法の変更の経緯	33
2-4	配布方法の変更による影響	50
2-5	広報紙に関する意見や問題意識	54
第3章	調査結果を踏まえた考察	56
3-1	配布方法の現状	56
3-2	配布方法の変更の検討の契機	57
3-3	変更時に生じる課題及び課題の解決方法	58
3-4	変更による影響	59
3-5	今後の配布方法の展望	60
第2編	市区町村における公金債権回収にかかる調査	62
第1章	業務の概要	62
1-1	本業務の背景・目的	62
1-2	ヒアリング調査の実施概要	64
1-3	ヒアリング調査対象団体の選定	64
1-4	ヒアリング調査項目の検討	65
第2章	調査結果の概要	66
2-1	調査結果概要	66
2-2	ヒアリング結果の考察	69

第1編 市区町村における広報紙の配布方法（民間委託等）に関する調査

第1章 業務の概要

1-1 本業務の背景・目的

市区町村の広報紙配布は、市区町村の施策等を広く市民に知らせるために必要な公共サービスである。

しかし、従来から市区町村が広報紙の配布を委託していた自治会・町内会の中には、高齢化・住民加入率の低下・構成員の減少等により配布が困難になっている例もある。そのような課題をかかえる市区町村の中には、自治会・町内会に限らず、さまざまな民間委託等を活用した配布への変更を行っているところもある。

本業務は、アンケート調査を通じて市区町村における広報紙の配布方法（民間委託等）の現状・課題や変更時に生じる問題を調査・分析することを目的とする。

1-2 アンケート調査の実施概要

アンケート調査においては、現在の状況について、配布の方法だけでなく、配布回数やページ数といった配布方法を検討する際に影響を及ぼすと推定した項目について確認した。また、配布方法の変更に関する設問では、検討・変更に踏み切った要因や、検討時の課題について明確に把握するため、直近5年間（平成30年度以降）を対象として設問を作成した。

アンケートの実施概要は以下のとおりである。

項目	概要
調査対象団体	全市区町村 1,741 団体
調査期間	令和4年8月1日～9月9日
調査方法	Excel形式のアンケート調査票を一斉調査システムで配布し、電子メールにて調査票を回収
回答団体数	1,247 団体（回答率 71.5%）

1-3 アンケート調査項目の検討

アンケート調査項目の検討にあたり、現在の市区町村における実態を把握するため、多くの市区町村で実施されている配布方法である「自治会による配布」「新聞折り込みによる配布」「ポスティングによる配布」にて配布を実施している団体に対しヒアリング調査を実施した。ヒアリング調査の概要は「広報紙配布におけるヒアリング報告書」のとおりである。

ヒアリング調査をもとに決定したアンケート調査項目は次のとおりである。

アンケート調査票(共通)	
設問 番号	設問
1	地方公共団体コード(6桁)
2	都道府県名(自動入力)
3	市区町村名(自動入力)
4	毎月の広報紙配布回数
5	毎月の広報紙のページ数
6	令和4年8月1日時点の主たる(最も配布件数が多い)配布方法
7	主たる配布方法による直近の配布カバー率(対象世帯数に対する配布数の割合)
8	現在の主たる配布方法のメリット
9	現在の主たる配布方法の問題点
10	補助的な(主たる配布方法以外の)配布方法
11	主たる配布方法の検討・変更状況(平成30年度以降)
アンケート調査票(個別調査票①)	
設問 番号	設問
1	地方公共団体コード(自動入力)
2	都道府県名(自動入力)
3	市区町村名(自動入力)
4	広報紙に関する意見や問題意識(自由記述)
アンケート調査票(個別調査票②)	
設問 番号	設問
1	地方公共団体コード(自動入力)
2	都道府県名(自動入力)
3	市区町村名(自動入力)
4	現在の検討状況
5	検討の契機
6	検討の際、最も重視した観点
7	検討した主たる配布方法
8	(設問7で「1自治会・町内会(区長等も含む)による配布(有償)」を選択した場合) 自治会・町内会(区長等も含む)による配布(有償)について検討時に発生した課題
9	(設問7で「2自治会・町内会(区長等も含む)による配布(無償)」を選択した場合) 自治会・町内会(区長等も含む)による配布(無償)について検討時に発生した課題
10	(設問7で「3ポスティング(シルバー人材センター)」を選択した場合) ポスティング(シルバー人材センター)について検討時に発生した課題
11	(設問7で「4ポスティング(ポスティング専門業者)」を選択した場合) ポスティング(ポスティング専門業者)について検討時に発生した課題
12	(設問7で「5ポスティング(新聞販売店・事業者)」を選択した場合) ポスティング(新聞販売店・事業者)について検討時に発生した課題
13	(設問7で「6ポスティング(出版・広告代理業)」を選択した場合) ポスティング(出版・広告代理業)について検討時に発生した課題
14	(設問7で「7ポスティング(その他の民間事業者)」を選択した場合) ポスティング(その他の民間事業者)について検討時に発生した課題
15	(設問7で「8新聞折り込み」を選択した場合) 新聞折り込みについて検討時に発生した課題
16	(設問7で「9ホームページ・アプリでの閲覧」を選択した場合) ホームページ・アプリでの閲覧について検討時に発生した課題
17	(設問7で「10その他」を選択した場合) その他の配布方法について検討時に発生した課題
18	(設問4で「1検討中」を選択した場合) 検討するも変更に至らない最大の課題
19	(設問4で「2検討したが変更しない」を選択した場合) 変更の断念につながった最大の課題
20	次年度以降に実施予定の追加調査(取組内容に関するヒアリング調査等)への協力可否
21	広報紙に関する意見や問題意識(自由記述)

アンケート調査票(個別調査票③)	
設問 番号	設問
1	地方公共団体コード(自動入力)
2	都道府県名(自動入力)
3	市区町村名(自動入力)
4	平成30年4月1日～令和4年8月1日までの主たる配布方法の変更回数
5	変更の時期
6	(設問4で「1 1回」「2 2回以上」を選択した場合) 変更前の主たる配布方法
7	(設問4で「1 1回」「2 2回以上」を選択した場合) 変更前の主たる配布方法の問題点
8	(設問4で「3 今後変更予定」を選択した場合) 変更後の主たる配布方法
9	(設問4で「3 今後変更予定」を選択した場合) 変更後の補助的な(主たる配布方法以外の)配布方法
10	主たる配布方法の変更について検討に要した期間
11	検討の契機
12	検討の際、最も重視した観点
13	検討した主たる配布方法
14	(設問13で「1 自治会・町内会(区長等も含む)による配布(有償)」を選択した場合) 自治会・町内会(区長等も含む)による配布(有償)について検討時に発生した課題
15	(設問13で「2 自治会・町内会(区長等も含む)による配布(無償)」を選択した場合) 自治会・町内会(区長等も含む)による配布(無償)について検討時に発生した課題
16	(設問13で「3 ポスティング(シルバー人材センター)」を選択した場合) ポスティング(シルバー人材センター)について検討時に発生した課題
17	(設問13で「4 ポスティング(ポスティング専門業者)」を選択した場合) ポスティング(ポスティング専門業者)について検討時に発生した課題
18	(設問13で「5 ポスティング(新聞販売店・事業者)」を選択した場合) ポスティング(新聞販売店・事業者)について検討時に発生した課題
19	(設問13で「6 ポスティング(出版・広告代理業)」を選択した場合) ポスティング(出版・広告代理業)について検討時に発生した課題
20	(設問13で「7 ポスティング(その他の民間事業者)」を選択した場合) ポスティング(その他の民間事業者)について検討時に発生した課題
21	(設問13で「8 新聞折り込み」を選択した場合) 新聞折り込みについて検討時に発生した課題
22	(設問13で「9 ホームページ・アプリでの閲覧」を選択した場合) ホームページ・アプリでの閲覧について検討時に発生した課題
23	(設問13で「10 その他」を選択した場合) その他の配布方法について検討時に発生した課題
24	配布方法の変更を行うにあたり実施した課題への対処方法
25	主たる配布方法の変更によるメリット(今後変更の場合は想定しているメリット)
26	主たる配布方法の変更によるデメリット(今後変更の場合は想定しているデメリット)
27	次年度以降に実施予定の追加調査(取組内容に関するヒアリング調査等)への協力可否
28	広報紙に関する意見や問題意識(自由記述)

第2章 アンケート調査結果

2-1 配布方法の現状

共通調査票および個別調査票②、個別調査票③の結果から、配布方法の現状を分析した。

2-1-1 自治体類型

本調査の回答があった団体の自治体類型は以下のとおりである。

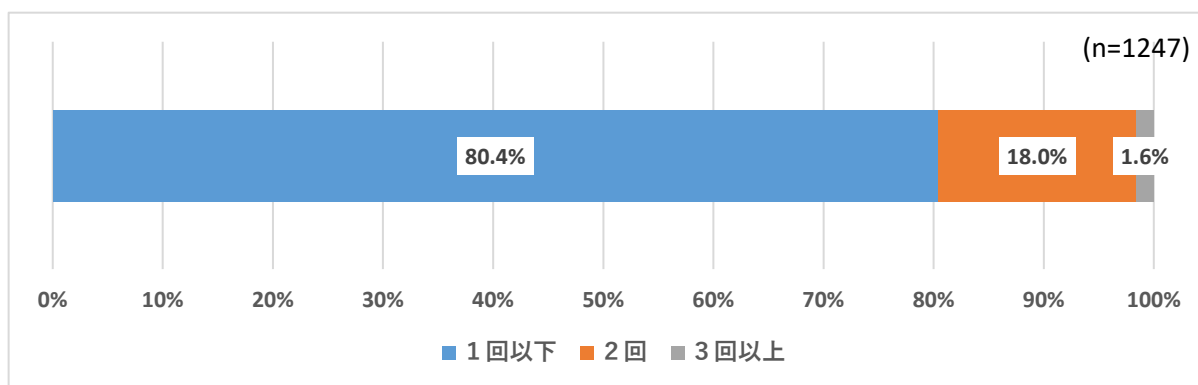
図表 2-1-1 自治体類型

自治体類型	数	割合
指定都市	18	1.4%
中核市・施行時特例市	72	5.8%
特別区	20	1.6%
他市町村	1,137	91.2%
合計	1,247	100.0%

2-1-2 毎月の広報紙配布回数

毎月の広報紙の配布回数は、「月1回以下」（隔月・四半期毎等の配布を含む。）が最も多く80.4%、次いで「月2回」の18.0%、「月3回以上」の1.6%となった。

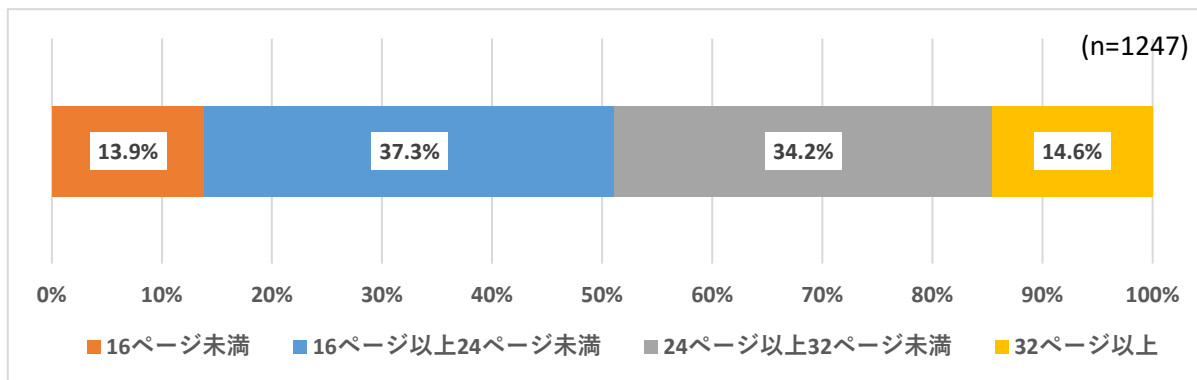
図表 2-1-2 毎月の広報紙配布回数



2-1-3 1回あたりの広報紙のページ数

1回あたりの広報紙のページ数は、「16ページ以上24ページ未満」が最も多く37.3%、次いで「24ページ以上32ページ未満」の34.2%となった。

図表 2-1-3 1回あたりの広報紙のページ数



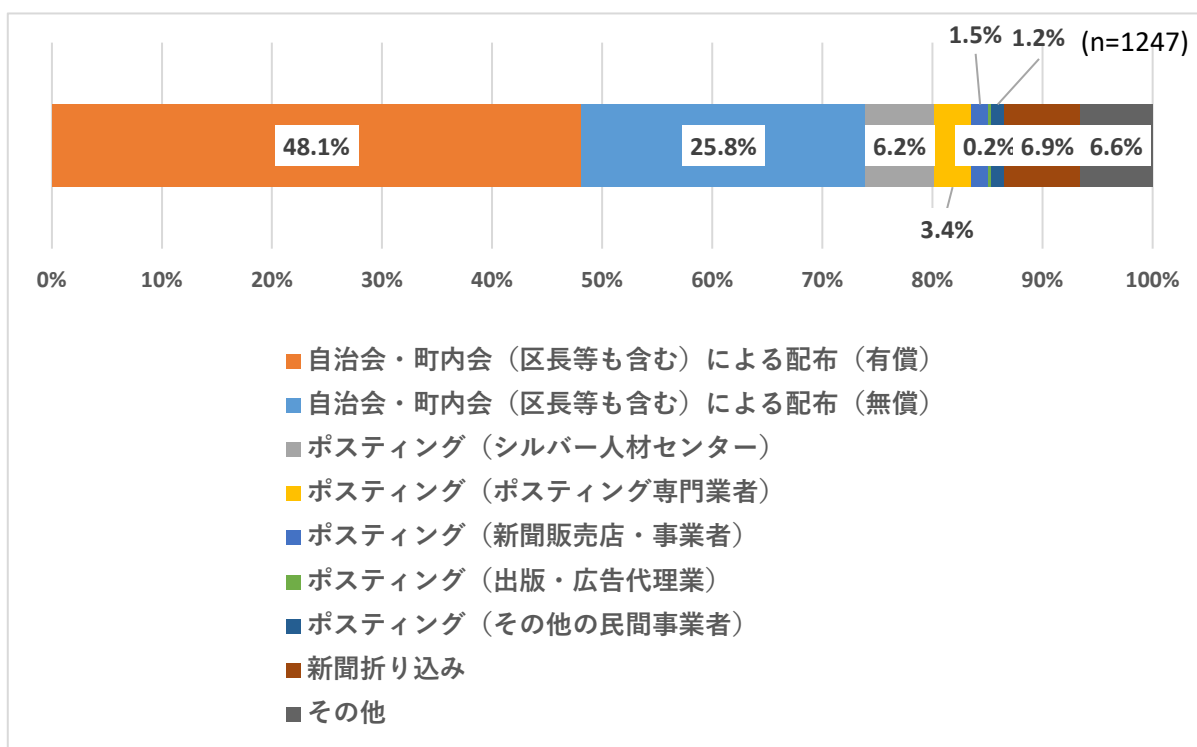
2-1-4 令和4年8月1日時点の主たる（最も配布件数が多い）配布方法

主たる配布方法は、「自治会・町内会（区長等も含む）による配布（有償）」が最も多く48.1%、次いで「自治会・町内会（区長等も含む）による配布（無償）」の25.8%、「新聞折り込み」の6.9%、「ポスティング（シルバー人材センター）」の6.2%と続く。

自治会・町内会による配布方法の合計（以下「自治会等による配布」という。）は73.9%、ポスティングによる配布方法の合計（以下「ポスティング」という。）は12.6%となった。

その他には、「行政連絡員」や「広報委員」等の自治体が直接雇用した市民の活用（29 団体）や、郵送（4 団体）、職員による配布（4 団体）等の回答があった。

図表 2-1-4 令和4年8月1日時点の主たる（最も配布件数が多い）配布方法



2-1-5 自治体類型別の主たる配布方法

自治体類型別の主たる配布方法は以下のとおりである。

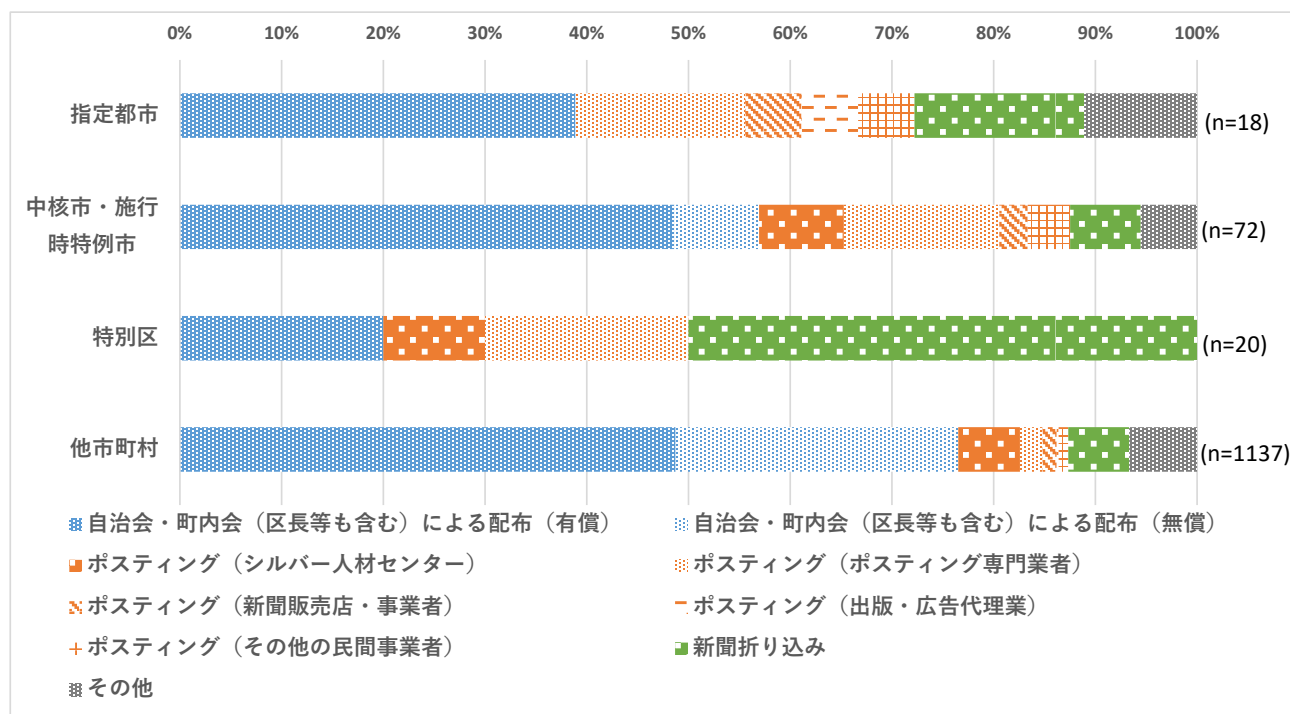
指定都市は、「自治会等による配布」が 38.9%、「ポスティング」が 33.3%とほとんど拮抗している。また、「新聞折り込み」の割合が 16.0%と、「特別区」を除く他の類型と比較すると高い傾向にある。

中核市・施行時特例市では、「自治会等による配布」が 56.9%と、「ポスティング」の 30.6%を約 20 ポイント上回っている。

特別区では、「新聞折り込み」の割合が最も大きく 50.0%と、半数となっている。また、「ポスティング」が 30.0%と、「自治会等による配布」の 20.0%を 10 ポイント上回っている。

他市町村は、「自治会等による配布」が 76.5%と他の類型と比較して最も高い。また、「ポスティング」が 10.8%、「新聞折り込み」が 6.0%とどちらも他の類型と比較し最も低い。

図表 2-1-5 自治体類型別の主たる配布方法



		指定都市	中核市・ 施行時特例市	特別区	他市町村
		n=18	n=72	n=20	n=1137
自治会等による配布		38.9%	56.9%	20.0%	76.5%
内 訳	自治会・町内会（区長等も含む）による配布（有償）	(38.9%)	(48.6%)	(20.0%)	(48.7%)
	自治会・町内会（区長等も含む）による配布（無償）	(0.0%)	(8.3%)	(0.0%)	(27.8%)
ポスティング		33.3%	30.6%	30.0%	10.8%
内 訳	ポスティング（シルバー人材センター）	(0.0%)	(8.3%)	(10.0%)	(6.1%)
	ポスティング（ポスティング専門業者）	(16.7%)	(15.3%)	(20.0%)	(2.2%)
	ポスティング（新聞販売店・事業者）	(5.6%)	(2.8%)	(0.0%)	(1.4%)
	ポスティング（出版・広告代理業）	(5.6%)	(0.0%)	(0.0%)	(0.2%)
	ポスティング（その他の民間事業者）	(5.6%)	(4.2%)	(0.0%)	(1.0%)
新聞折り込み		16.7%	6.9%	50.0%	6.0%
その他		11.1%	5.6%	0.0%	6.7%
合計		100%	100%	100%	100%

2-1-6 毎月の広報紙配布回数別の主たる配布方法

毎月の広報紙配布回数別の主たる配布方法は以下のとおりである。

配布回数が「月1回以下」の場合は、「自治会等による配布」が78.5%と最も高く、「ポスティング」が10.9%、「新聞折り込み」が4.2%と続く。

配布回数が「月2回」の場合は、「自治会等による配布」が57.6%、「ポスティング」が20.1%、「新聞折り込み」が15.2%と続く。

配布回数が「月3回以上」の場合は、「自治会等による配布」が30.0%、「新聞折り込み」が50.0%、「ポスティング」が15.0%と続く。

図表 2-1-6 毎月の広報紙配布回数別の主たる配布方法

		月1回以下	月2回	月3回以上
		n=1,003	n=224	n=20
自治会等による配布		78.5%	57.6%	30.0%
内 訳	自治会・町内会（区長等も含む）による配布（有償）	(49.5%)	(44.2%)	(25.0%)
	自治会・町内会（区長等も含む）による配布（無償）	(29.0%)	(13.4%)	(5.0%)
ポスティング		10.9%	20.1%	15.0%
内 訳	ポスティング（シルバー人材センター）	(4.8%)	(12.1%)	(10.0%)
	ポスティング（ポスティング専門業者）	(2.9%)	(5.8%)	(5.0%)
	ポスティング（新聞販売店・事業者）	(1.7%)	(0.9%)	(0.0%)
	ポスティング（出版・広告代理業）	(0.3%)	(0.0%)	(0.0%)
	ポスティング（その他の民間事業者）	(1.2%)	(1.3%)	(0.0%)
新聞折り込み		4.2%	15.2%	50.0%
その他		6.5%	7.1%	5.0%
合計		100.0%	100.0%	100.0%

2-1-7 1回あたりの広報紙のページ数別の主たる配布方法

1回あたりの広報紙のページ数別の主たる配布方法は以下のとおりである。

ページ数が32ページ未満の場合は、ページ数が多いほど「自治会等による配布」の比率が高まる傾向がある。ただし、32ページ以上では、「自治会による配布」の比率が下がり、「ポスティング」の割合が上昇している。

「新聞折り込み」では、ページ数が増えるほど選択される割合が低い傾向がある。

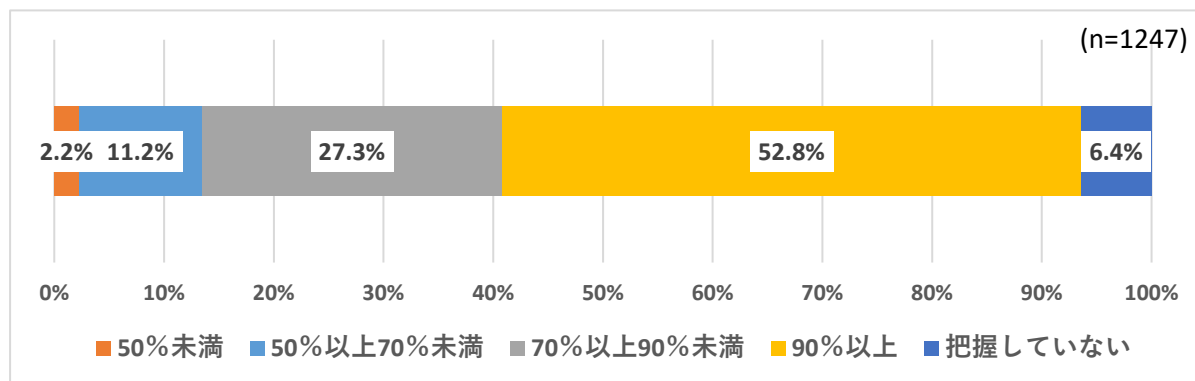
図表 2-1-7 1回あたりの広報紙のページ数別の主たる配布方法

		16ページ未満	16ページ以上 24ページ未満	24ページ以上 32ページ未満	32ページ以上
		n=173	n=465	n=427	n=182
自治会等による配布		50.9%	76.6%	80.8%	73.1%
内 訳	自治会・町内会（区長等も含む）による配布（有償）	(27.7%)	(46.5%)	(56.2%)	(52.7%)
	自治会・町内会（区長等も含む）による配布（無償）	(23.1%)	(30.1%)	(24.6%)	(20.3%)
ポスティング		21.4%	9.0%	8.9%	22.0%
内 訳	ポスティング（シルバー人材センター）	(14.5%)	(4.1%)	(4.0%)	(8.8%)
	ポスティング（ポスティング専門業者）	(4.6%)	(3.9%)	(1.9%)	(4.9%)
	ポスティング（新聞販売店・事業者）	(0.0%)	(0.4%)	(1.9%)	(4.9%)
	ポスティング（出版・広告代理業）	(0.0%)	(0.0%)	(0.5%)	(0.5%)
	ポスティング（その他の民間事業者）	(2.3%)	(0.6%)	(0.7%)	(2.7%)
新聞折り込み		22.0%	4.9%	4.9%	2.2%
その他		5.8%	9.5%	5.4%	2.7%
合計		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

2-1-8 主たる配布方法による直近の配布カバー率

主たる配布方法による直近（令和4年8月1日時点）の配布カバー率は、「90%以上」が最も多く52.8%を占めており、次いで「70%以上90%未満」が27.3%と続く。

図表 2-1-8 主たる配布方法による直近の配布カバー率



2-1-9 主たる配布方法別の配布カバー率

主たる配布方法別の配布カバー率は以下のとおりである。

自治会等による配布では、「90%以上」であると答えた団体は5割程度となる一方、ポスティングでは「90%以上」であると答えた団体は8割を超える。

「新聞折り込み」では、「50%未満」及び「50%以上 70%未満」が大部分を占めており、他の配布方法よりも配布カバー率が低い傾向にある。

図表 2-1-9 主たる配布方法別の配布カバー率

	自治会等による配布	内訳			ポスティング	内訳					新聞折り込み	その他
		自治会・町内会 (区長等も含む) による配布(有償)	自治会・町内会 (区長等も含む) による配布(無償)	ポスティング(シ ルバー人 材セン ター)		ポスティング(シ ルバー人 材セン ター)	ポスティング(ポ スティング 専門業 者)	ポスティング(新 聞販売 店・事業 者)	ポスティング(出 版・広告 代理業)	ポスティング(そ の他の民 間事業 者)		
		n=922	n=600			n=322	n=157	n=77	n=43	n=19		
50%未満	0.3%	(0.3%)	(0.3%)	0.6%	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	(6.7%)	25.6%	2.4%
50%以上70%未満	9.3%	(10.5%)	(7.1%)	3.8%	(5.2%)	(2.3%)	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	(6.7%)	51.2%	4.9%
70%以上90%未満	32.4%	(33.8%)	(29.8%)	7.6%	(6.5%)	(9.3%)	(5.3%)	(0.0%)	(0.0%)	(13.3%)	15.1%	20.7%
90%以上	50.8%	(48.3%)	(55.3%)	84.7%	(83.1%)	(88.4%)	(89.5%)	(100.0%)	(73.3%)	4.7%	64.6%	
把握していない	7.2%	(7.0%)	(7.5%)	3.2%	(5.2%)	(0.0%)	(5.3%)	(0.0%)	(0.0%)	3.5%	7.3%	
合計	100%	(100%)	(100%)	(100%)	(100%)	(100%)	(100%)	(100%)	(100%)	100%	100%	

2-1-10 主たる配布方法別のメリット

主たる配布方法別のメリットは以下のとおりである。

自治会等による配布では、「配布カバー率の高さ」、「費用・コスト」及び「住民の見守り機能や地域のつながり」をメリットとして挙げる団体が半数以上を占めた。一方、「配布期間が短い（すぐに届く）」、「職員の事務負担が少ない」及び「長期的に業務の受託が可能な依頼先・委託先がある」については3割未満となっている。

ポスティングでは、事業者がポスティング専門業者や新聞販売店・事業者の場合、「配布カバー率の高さ」を理由に挙げる団体が8割を超え、他の方法と比べ高い結果となった。シルバー人材センターの場合は、「長期的に業務の受託が可能な依頼先・委託先がある」が他の事業者よりも高い傾向がある。また、自治会等による配布と比較すると、「住民の見守り機能や地域のつながり」が大幅に低下する一方で、「職員の事務負担が少ない」の選択率は高い傾向にある。

「新聞折り込み」では、「配布期間が短い（すぐに届く）」をメリットに挙げる団体が突出して多く、8割を超えている。一方、「配布カバー率の高さ」は3割未満である。

図表 2-1-10 主たる配布方法別のメリット（複数選択可）

	自治会等による配布	内訳		ポスティング	内訳					新聞折り込み	その他
		自治会・町内会（区長等も含む）による配布（有償）	自治会・町内会（区長等も含む）による配布（無償）		ポスティング（シルバー人材センター）	ポスティング（ポスティング専門業者）	ポスティング（新聞販売店・事業者）	ポスティング（出版・広告代理業）	ポスティング（その他の民間事業者）		
	n=922	n=600	n=322	n=157	n=77	n=43	n=19	n=3	n=15	n=86	n=82
配布カバー率の高さ	62.8%	(61.3%)	(65.5%)	75.2%	(66.2%)	(90.7%)	(84.2%)	(66.7%)	(66.7%)	29.1%	65.9%
費用・コスト	68.5%	(62.8%)	(79.2%)	33.1%	(45.5%)	(20.9%)	(10.5%)	(66.7%)	(26.7%)	55.8%	50.0%
配布期間が短い（すぐに届く）	20.9%	(20.7%)	(21.4%)	28.7%	(27.3%)	(37.2%)	(26.3%)	(0.0%)	(20.0%)	82.6%	34.1%
職員の事務負担が少ない	26.5%	(26.3%)	(26.7%)	47.8%	(40.3%)	(46.5%)	(63.2%)	(33.3%)	(73.3%)	58.1%	29.3%
長期的に業務の受託が可能な依頼先・委託先がある	7.8%	(9.2%)	(5.3%)	29.9%	(45.5%)	(11.6%)	(21.1%)	(33.3%)	(13.3%)	16.3%	12.2%
住民の見守り機能や地域のつながり	61.3%	(64.7%)	(55.0%)	8.9%	(13.0%)	(2.3%)	(5.3%)	(0.0%)	(13.3%)	1.2%	50.0%
その他	1.1%	(1.7%)	(0.0%)	13.4%	(16.9%)	(7.0%)	(21.1%)	(0.0%)	(6.7%)	2.3%	8.5%

2-1-11 主たる配布方法別の問題点

主たる配布方法別の問題点は以下のとおりである。

自治会等による配布では、いずれも「依頼先・委託先の負担が大きい」を挙げる団体が半数程度占めた。次に「配布に数日を要する」、「職員の事務負担が大きい」と続く。

ポスティングでは、事業者がポスティング専門業者や新聞販売店・事業者の場合、「費用・コスト」を理由に挙げる団体が4割を超え、他の配布方法と比べ高くなっている。また、「長期的に業務の受託が可能な依頼先・委託先が無い、少ない」が他の配布方法よりも高い傾向がある。

「新聞折り込み」では、「配布カバー率の低さ」を問題点に挙げる団体が半数を超えている。次に「費用・コスト」が14.0%と自治会等による配布よりも高い割合となっている。一方、「長期的に業務の受託が可能な依頼先・委託先が無い、少ない」が他の配布方法よりも低い傾向がある。

図表 2-1-11 主たる配布方法別の問題点（複数回答可）

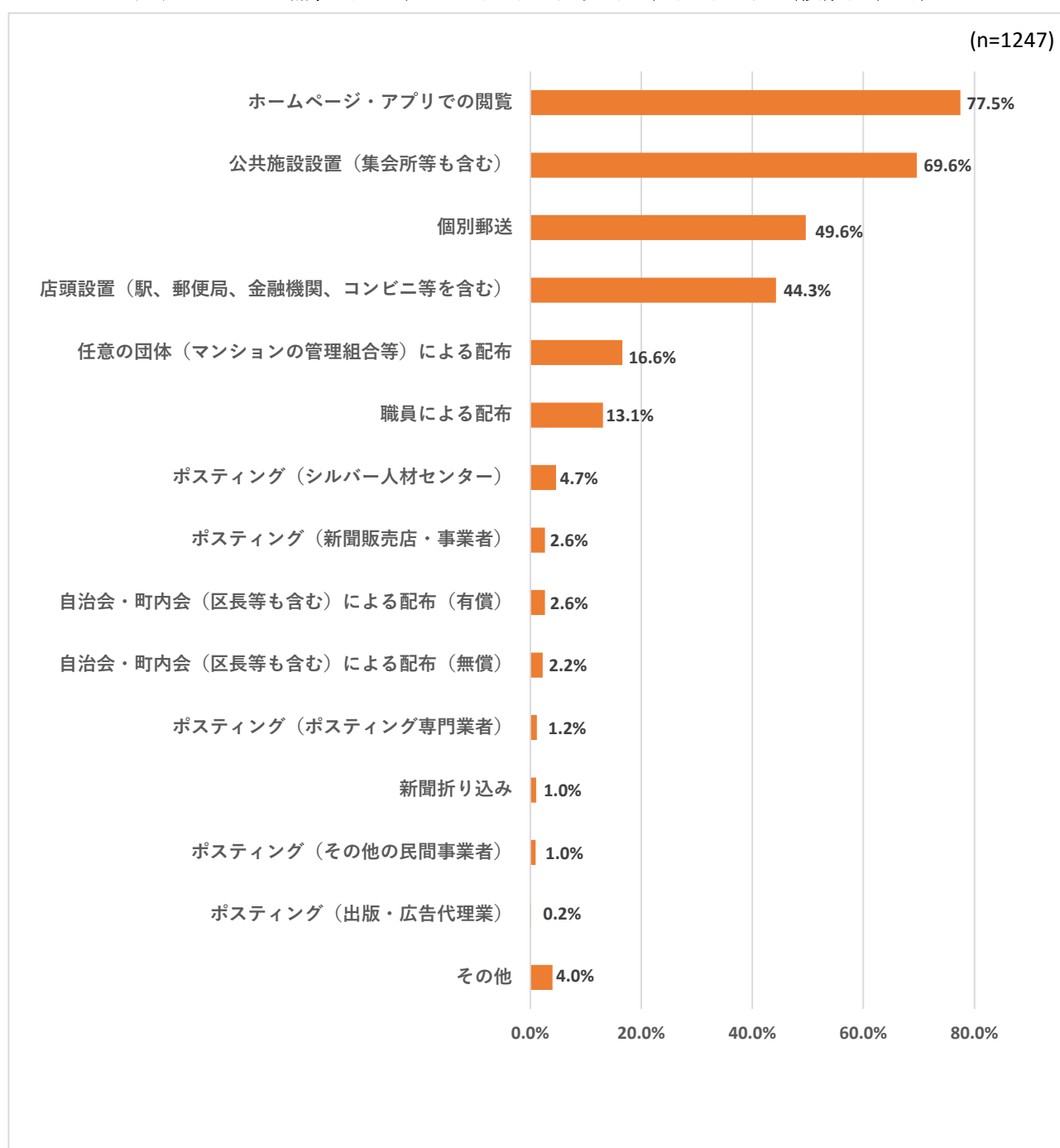
	自治会等による配布	内訳		ポスティング	内訳					新聞折り込み	その他
		自治会・町内会（区長等も含む）による配布（有償）	自治会・町内会（区長等も含む）による配布（無償）		ポスティング（シール素材センター）	ポスティング（ポスティング専門業者）	ポスティング（新聞販売店・事業者）	ポスティング（出版・広告代理業）	ポスティング（その他の民間事業者）		
	n=922	n=600	n=322	n=157	n=77	n=43	n=19	n=3	n=15	n=86	n=82
配布カバー率の低さ	10.0%	(11.5%)	(7.1%)	0.6%	(1.3%)	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	52.3%	2.4%
費用・コスト	4.8%	(6.7%)	(1.2%)	25.5%	(10.4%)	(41.9%)	(47.4%)	(0.0%)	(33.3%)	14.0%	13.4%
配布に数日を要する	36.6%	(33.8%)	(41.6%)	26.8%	(27.3%)	(18.6%)	(31.6%)	(66.7%)	(33.3%)	0.0%	20.7%
職員の事務負担が大きい	16.8%	(16.5%)	(17.4%)	3.8%	(2.6%)	(7.0%)	(0.0%)	(33.3%)	(0.0%)	1.2%	26.8%
依頼先・委託先の負担が大きい	54.6%	(57.2%)	(49.7%)	15.9%	(23.4%)	(4.7%)	(10.5%)	(0.0%)	(20.0%)	2.3%	35.4%
長期的に業務の受託が可能な依頼先・委託先が無い、少ない	8.7%	(8.8%)	(8.4%)	22.3%	(9.1%)	(27.9%)	(31.6%)	(33.3%)	(60.0%)	5.8%	18.3%
その他	19.1%	(20.3%)	(16.8%)	29.9%	(37.7%)	(25.6%)	(31.6%)	(0.0%)	(6.7%)	37.2%	34.1%

2-1-12 補助的な（主たる配布方法以外の）配布方法

補助的な配布方法は、「ホームページ・アプリでの閲覧」を活用している団体は 77.5%と最も多く、次に「公共施設設置（集会所等も含む）」が 69.6%、「個別郵送」が 49.6%、「店頭設置（駅、郵便局、金融機関、コンビニ等を含む）」が 44.3%と続き、以上が全体の半数程度が実施している配布方法となる。

一方、「任意の団体（マンションの管理組合等）による配布」や「職員による配布」は全体の2割弱にとどまる。また、主たる配布方法の選択肢となるポスティングや自治会等による配布を併用している団体は、最も多い「ポスティング（シルバー人材センター）」であっても 4.7%にとどまる。その他には、「障害者就労支援事業所や障害者団体へ委託」（5団体）、「メール便」（3団体）等があった。

図表 2-1-12 補助的な（主たる配布方法以外の）配布方法（複数回答可）



2-1-13 主たる配布方法別の補助的な配布方法

主たる配布方法別の補助的な配布方法は以下のとおりである。

主たる配布方法がポスティングの場合には、約 20%～30%程度が自治会等による配布を併用している。

一方、自治会等による配布や「新聞折り込み」では、ポスティングの場合と比較し「個別郵送」と「任意団体（マンションの管理組合等）による配布」を活用している割合が高い傾向である。

図表 2-1-13 主たる配布方法別の補助的な配布方法（複数回答可）

	自治会等による配布	主たる配布方法										
		内訳		ポスティング	内訳					新聞折り込み	その他	
		自治会・町内会（区長等も含む）による配布（有償）	自治会・町内会（区長等も含む）による配布（無償）		ポスティング（シルバー人材センター）	ポスティング（ポスティング専門業者）	ポスティング（新聞販売店・事業者）	ポスティング（出版・広告代理業）	ポスティング（その他の民間事業者）			
n=922	n=600	n=322	n=157	n=77	n=43	n=19	n=3	n=15	n=86	n=82		
補助的な配布方法	自治会・町内会（区長等も含む）による配布（有償）	0.1%	(0.2%)	(0.0%)	13.4%	(11.7%)	(14.0%)	(21.1%)	(33.3%)	(6.7%)	4.7%	8.5%
	自治会・町内会（区長等も含む）による配布（無償）	1.1%	(0.8%)	(1.6%)	5.7%	(3.9%)	(7.0%)	(5.3%)	(0.0%)	(13.3%)	5.8%	4.9%
	ポスティング（シルバー人材センター）	4.3%	(5.7%)	(1.9%)	1.9%	(1.3%)	(2.3%)	(5.3%)	(0.0%)	(0.0%)	11.6%	6.1%
	ポスティング（ポスティング専門業者）	1.2%	(1.5%)	(0.6%)	0.6%	(0.0%)	(2.3%)	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	3.5%	0.0%
	ポスティング（新聞販売店・事業者）	0.4%	(0.3%)	(0.6%)	1.3%	(1.3%)	(2.3%)	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	31.4%	0.0%
	ポスティング（出版・広告代理業）	0.0%	(0.0%)	(0.0%)	0.0%	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	2.3%	0.0%
	ポスティング（その他の民間事業者）	0.7%	(0.8%)	(0.3%)	3.2%	(5.2%)	(2.3%)	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	1.2%	0.0%
	新聞折り込み	1.0%	(1.0%)	(0.9%)	1.3%	(0.0%)	(4.7%)	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	0.0%	2.4%
	ホームページ・アプリでの閲覧	78.1%	(79.8%)	(74.8%)	72.0%	(76.6%)	(67.4%)	(73.7%)	(33.3%)	(66.7%)	89.5%	68.3%
	公共施設設置（集会所等も含む）	68.7%	(71.2%)	(64.0%)	69.4%	(68.8%)	(76.7%)	(68.4%)	(66.7%)	(53.3%)	86.0%	63.4%
	店頭設置（駅、郵便局、金融機関、コンビニ等を含む）	43.4%	(46.8%)	(37.0%)	36.9%	(36.4%)	(44.2%)	(26.3%)	(33.3%)	(33.3%)	79.1%	31.7%
	個別郵送	51.1%	(51.7%)	(50.0%)	35.0%	(41.6%)	(23.3%)	(36.8%)	(0.0%)	(40.0%)	58.1%	52.4%
	職員による配布	13.8%	(11.8%)	(17.4%)	8.9%	(10.4%)	(4.7%)	(5.3%)	(33.3%)	(13.3%)	4.7%	22.0%
	任意の団体（マンションの管理組合等）による配布	20.5%	(23.2%)	(15.5%)	0.0%	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	15.1%	6.1%
	その他	3.1%	(3.0%)	(3.4%)	7.6%	(9.1%)	(9.3%)	(5.3%)	(0.0%)	(0.0%)	5.8%	4.9%

2-1-14 自治体類型別の補助的な配布方法

自治体類型別の補助的な配布方法は以下のとおりである。

指定都市や特別区では他市町村と比較して、ポスティングを補助的な方法として活用している割合が高い傾向にある。特別区は「店頭設置」が90%と他の類型が約40~60%程度であることと比較し、突出して高い。

また、中核市・施行時特例市ではその他の類型と比較して、「任意の団体（マンションの管理組合等）による配布」を活用している割合が高い傾向にある。

一方、他市町村は「職員による配布」を活用している割合が高い傾向である。「公共施設設置（集会所等も含む）」や「店頭設置（駅、郵便局、金融機関、コンビニ等を含む）」の活用状況は、他の類型と比較して低い傾向にある。

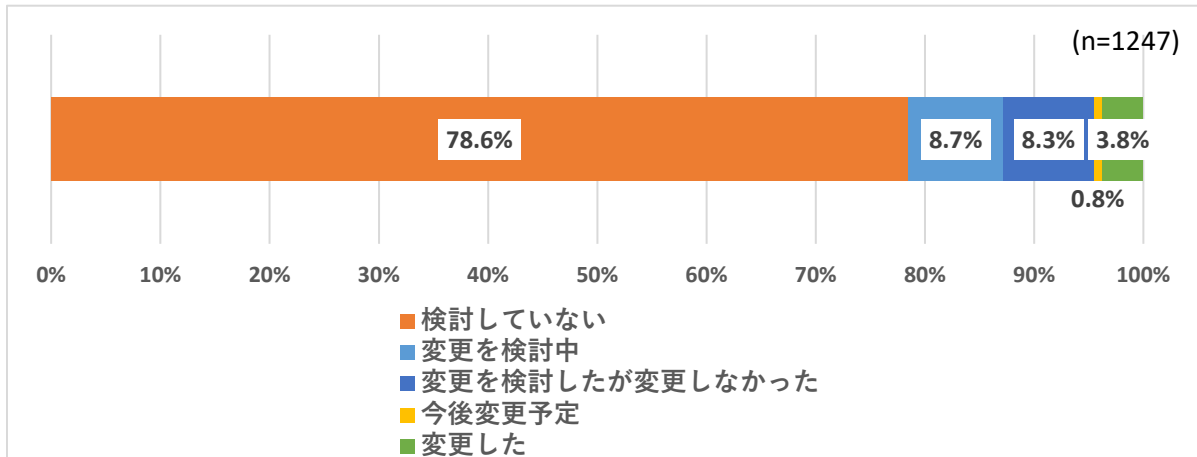
図表 2-1-14 自治体類型別の補助的な配布方法（複数回答可）

	指定都市	中核市・ 施行時特例市	特別区	他市町村
	n=18	n=72	n=20	n=1,137
自治会・町内会（区長等も含む）による配布（有償）	16.7%	8.3%	10.0%	1.9%
自治会・町内会（区長等も含む）による配布（無償）	5.6%	0.0%	0.0%	2.4%
ポスティング（シルバー人材センター）	11.1%	5.6%	20.0%	4.2%
ポスティング（ポスティング専門業者）	16.7%	0.0%	10.0%	0.9%
ポスティング（新聞販売店・事業者）	0.0%	4.2%	20.0%	2.3%
ポスティング（出版・広告代理業）	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%
ポスティング（その他の民間事業者）	0.0%	1.4%	0.0%	1.0%
新聞折り込み	0.0%	0.0%	10.0%	1.0%
ホームページ・アプリでの閲覧	66.7%	80.6%	80.0%	77.4%
公共施設設置（集会所等も含む）	77.8%	81.9%	85.0%	68.4%
店頭設置（駅、郵便局、金融機関、コンビニ等を含む）	55.6%	59.7%	90.0%	42.3%
個別郵送	27.8%	26.4%	60.0%	51.3%
職員による配布	0.0%	2.8%	0.0%	14.2%
任意の団体（マンションの管理組合等）による配布	22.2%	36.1%	20.0%	15.2%
その他	5.6%	5.6%	10.0%	3.8%

2-1-15 主たる配布方法の検討・変更状況（平成 30 年度以降）

平成 30 年度以降に、主たる配布方法を「変更を検討または変更した」団体は全体の約 20%であった。そのうち、「変更を検討中」団体が 8.7%、「変更を検討したが変更しなかった」団体が 8.3%を占める。「変更した」団体は 3.8%、「今後変更予定」団体は 0.8%にとどまった。

図表 2-1-15 主たる配布方法の検討・変更状況（平成 30 年度以降）



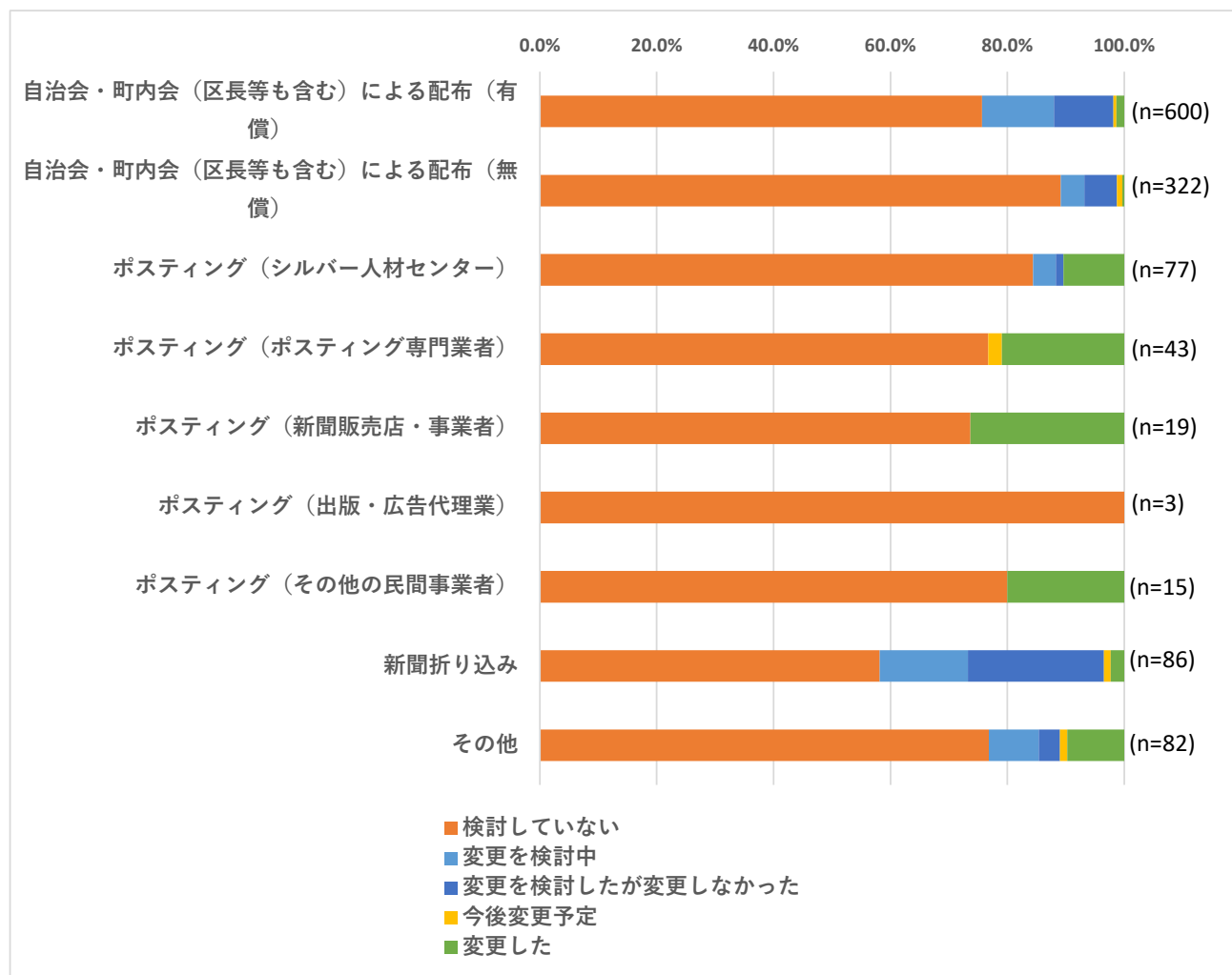
2-1-16 主たる配布方法別の主たる配布方法の検討・変更状況

自治会等による配布及び新聞折り込みは「変更を検討中」の割合が、ポスティングと比較して高い傾向にある。特に新聞折り込みを主たる配布方法としている団体では、15.1%が検討中である。

一方、ポスティングは他の配布方法と比べ「変更した」の割合が高い。

図表 2-1-16 主たる配布方法別の配布方法の検討・変更状況

	自治会等による配布 n=922	内訳		ポスティング n=157	内訳					新聞折り込み n=86	その他 n=82
		自治会・町内会（区長等も含む）による配布（有償） n=600	自治会・町内会（区長等も含む）による配布（無償） n=322		ポスティング（シルバー人材センター） n=77	ポスティング（ポスティング専門業者） n=43	ポスティング（新聞販売店・事業者） n=19	ポスティング（出版・広告代理業） n=3	ポスティング（その他の民間事業者） n=15		
検討していない	80.4%	(75.7%)	(89.1%)	80.9%	(84.4%)	(76.7%)	(73.7%)	(100.0%)	(80.0%)	58.1%	76.8%
変更を検討中	9.4%	(12.3%)	(4.0%)	1.9%	(3.9%)	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	15.1%	8.5%
変更を検討したが変更しなかった	8.6%	(10.2%)	(5.6%)	0.6%	(1.3%)	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	23.3%	3.7%
今後変更予定	0.7%	(0.5%)	(0.9%)	0.6%	(0.0%)	(2.3%)	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	1.2%	1.2%
変更した	1.0%	(1.3%)	(0.3%)	15.9%	(10.4%)	(20.9%)	(26.3%)	(0.0%)	(20.0%)	2.3%	9.8%
合計	100%	(100%)	(100%)	100%	(100%)	(100%)	(100%)	(100%)	(100%)	100%	100%



2-1-17 自治体類型別の主たる配布方法の検討・変更状況

指定都市では、「検討していない」の割合が約9割と最も高かったが、図表 2-1-5 のとおり、他の類型と比較して自治会等による配布以外の配布方法の選択率が高い傾向があることによるものと推測される。

中核市・施行時特例市では、「変更を検討中」の割合が 13.9%と他の類型と比較し高い傾向にある。

また、特別区では「変更した」とした団体が 20.0%と最も高かった。

図表 2-1-17 自治体類型別の主たる配布方法の検討・変更状況

	指定都市	中核市・ 施行時特例市	特別区	他市町村
	n=18	n=72	n=20	n=1,137
検討していない	88.9%	70.8%	60.0%	79.3%
変更を検討中	0.0%	13.9%	5.0%	8.7%
変更を検討したが変更しなかった	5.6%	12.5%	15.0%	7.9%
今後変更予定	5.6%	0.0%	0.0%	0.7%
変更した	0.0%	2.8%	20.0%	3.3%
合計	100%	100%	100%	100%

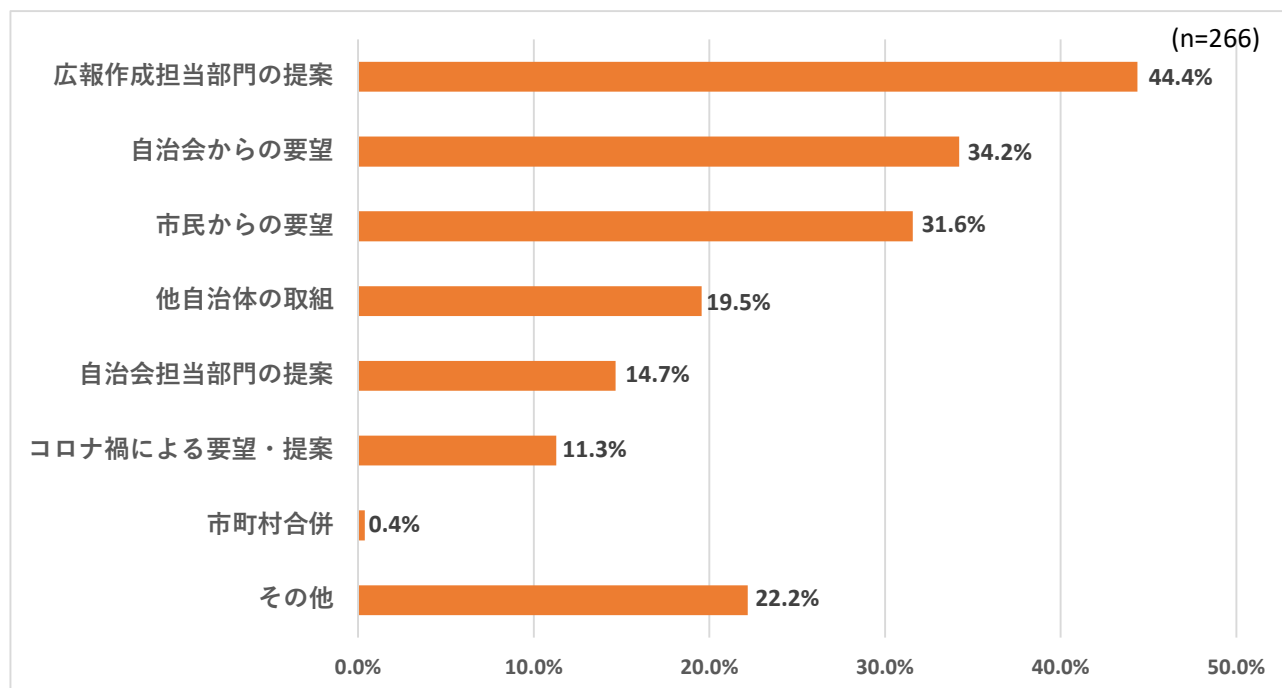
2-2 配布方法の検討

個別調査票②および個別調査票③の結果から、配布方法の検討に係る各因子について分析した。

2-2-1 検討の契機

配布方法の検討の契機は、「広報作成担当部門の提案」が 44.4%と最も多く、次いで「自治会からの要望」が 34.2%、「市民からの要望」が 31.6%、と続いた。

図表 2-2-1 検討の契機（複数回答）



2-2-2 主たる配布方法別の検討の契機

現在の主たる配布方法（ただし、変更後の団体については変更前の配布方法とする）別の検討の契機は以下のとおりである。

自治会等による配布では、「自治会からの要望」が43.4%、「市民からの要望」は35.9%と回答し、高い傾向にある。また、「自治会担当部門からの提案」は17.7%と、他の配布方法と比較し高くなっている。「その他」の契機としては、「議会からの問題提起」（5団体）や、「地方公務員法の改正（令和2年4月1日施行）による区長業務の廃止・見直し」（4団体）等があった。

「新聞折り込み」については、「広報作成担当部門からの提案」が57.9%と最も高く、次いで「他自治体の取組」が26.3%と続いている。「その他」の主たる配布方法の契機では、自治会による配布と同様に「議会からの提案があった」（2団体）や、「コストの面から検討している」（3団体）等があった。

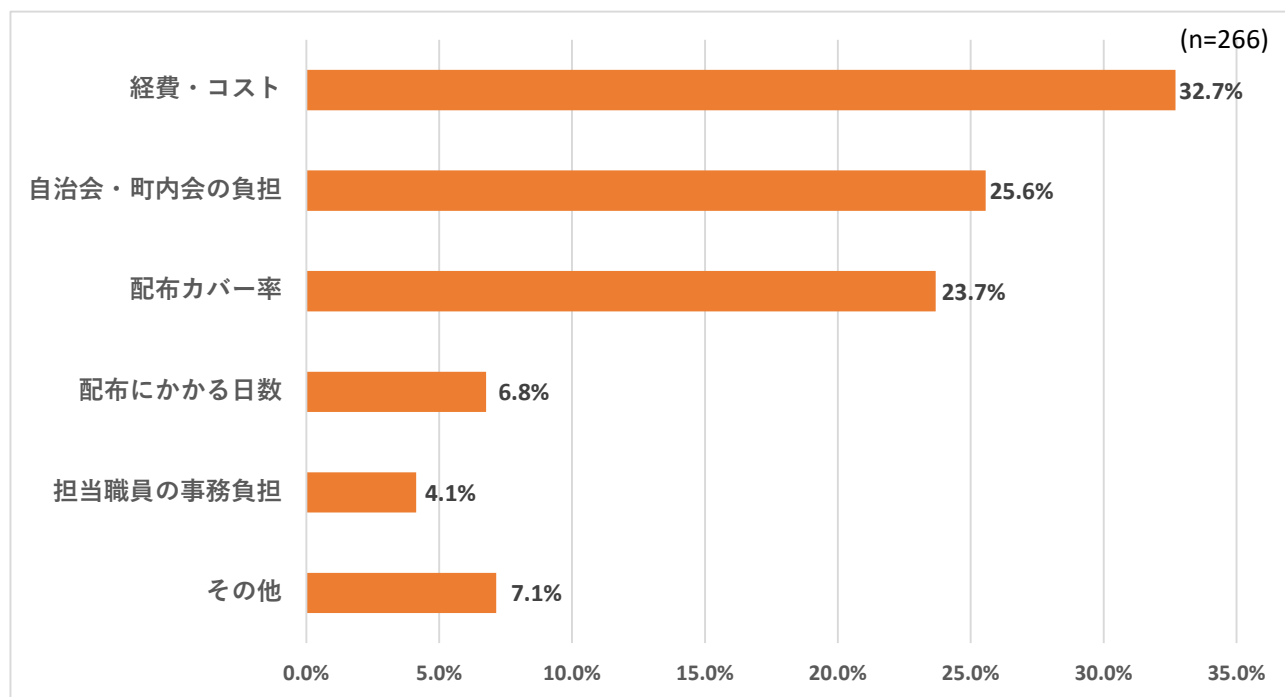
図表 2-2-2 主たる配布方法別の検討の契機（複数回答可）

	自治会等による配布 n=198	内訳		ポステイング n=8	内訳					新聞折り込み n=38	その他 n=22
		自治会・町内会（区長等も含む）による配布（有償） n=160	自治会・町内会（区長等も含む）による配布（無償） n=38		ポステイング（シールパー人材センター） n=4	ポステイング（ポステイング専門業者） n=2	ポステイング（新聞販売店・事業者） n=1	ポステイング（出版・広告代理業） n=0	ポステイング（その他の民間事業者） n=1		
自治会からの要望	43.4%	(45.0%)	(36.8%)	12.5%	(0.0%)	(50.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	2.6%	13.6%
市民からの要望	35.9%	(36.3%)	(34.2%)	12.5%	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	-	(100.0%)	21.1%	18.2%
広報作成担当部門の提案	42.9%	(43.8%)	(39.5%)	37.5%	(25.0%)	(50.0%)	(0.0%)	-	(100.0%)	57.9%	36.4%
自治会担当部門の提案	17.7%	(17.5%)	(18.4%)	0.0%	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	2.6%	13.6%
他自治体の取組	20.2%	(19.4%)	(23.7%)	0.0%	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	26.3%	9.1%
市町村合併	0.5%	(0.6%)	(0.0%)	0.0%	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	0.0%	0.0%
コロナ禍による要望・提案	15.2%	(13.8%)	(21.1%)	0.0%	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	0.0%	0.0%
その他	15.7%	(14.4%)	(21.1%)	62.5%	(75.0%)	(50.0%)	(100.0%)	-	(0.0%)	26.3%	59.1%

2-2-3 検討の際、最も重視した観点

検討の際、最も重視した観点は「経費・コスト」が 32.7%と最も多く、次いで「自治会・町内会の負担」が 25.6%、「配布カバー率」が 23.7%と続く。

図表 2-2-3 検討の際、最も重視した観点



2-2-4 主たる配布方法別の最も重視した観点

現在の主たる配布方法（ただし、変更後の団体については変更前の配布方法とする）別の最も重視した観点は以下のとおりである。

検討の際、最も重視した観点は、自治会等による配布では、「自治会・町内会の負担」と「経費・コスト」が約 30%と全体平均より高い傾向にある。

ポスティングでは、シルバー人材センターやポスティング専門事業者による配布において「経費・コスト」が 50%を占めている。

「新聞折り込み」では、「配布カバー率」が 30%を超え最も高く、他の配布方法よりも高い傾向にある。

図表 2-2-4 主たる配布方法別の最も重視した観点

	自治会等による配布 n=198	内訳		ポスティング n=8	内訳					新聞折り込み n=38	その他 n=22
		自治会・町内会（区長等も含む）による配布（有償） n=160	自治会・町内会（区長等も含む）による配布（無償） n=38		ポスティング（シルバー人材センター） n=4	ポスティング（ポスティング専門事業者） n=2	ポスティング（新聞販売店・事業者） n=1	ポスティング（出版・広告代理業） n=0	ポスティング（その他の民間事業者） n=1		
自治会・町内会の負担	31.8%	(32.5%)	(28.9%)	0.0%	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	0.0%	0.0%
経費・コスト	29.8%	(30.0%)	(28.9%)	37.5%	(50.0%)	(50.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	34.2%	54.5%
担当職員の事務負担	4.0%	(2.5%)	(10.5%)	0.0%	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	5.3%	4.5%
配布にかかる日数	3.5%	(3.8%)	(2.6%)	12.5%	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	-	(100.0%)	23.7%	4.5%
配布カバー率	25.3%	(25.6%)	(23.7%)	37.5%	(25.0%)	(50.0%)	(100.0%)	-	(0.0%)	34.2%	9.1%
その他	5.6%	(5.6%)	(5.3%)	12.5%	(25.0%)	(0.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	2.6%	27.3%
合計	100%	(100%)	(100%)	100%	(100%)	(100%)	(100%)	-	(100%)	100%	100%

2-2-5 自治体類型別の最も重視した観点

検討の際、最も重視した観点は、中核市・施行時特例市では「配布カバー率」が 37.5%、特別区では「自治会・町内会の負担」が 37.5%、他市町村では「経費・コスト」が 33.2%と高い傾向にあった。

図表 2-2-5 自治体類型別の最も重視した観点

	指定都市	中核市・ 施行時特例市	特別区	他市町村
	n=2	n=21	n=8	n=235
自治会・町内会の負担	0.0%	4.8%	37.5%	25.1%
経費・コスト	50.0%	28.6%	25.0%	33.2%
担当職員の事務負担	0.0%	4.8%	0.0%	4.3%
配布にかかる日数	0.0%	4.8%	0.0%	7.2%
配布カバー率	50.0%	33.3%	37.5%	24.3%
その他	0.0%	23.8%	0.0%	6.0%
合計	100%	100%	100%	100%

2-2-6 現在の主たる配布方法別の検討した主たる配布方法

現在の主たる配布方法（ただし、変更後の団体については変更前の配布方法とする）別の検討した主たる配布方法は以下のとおりである。

自治会等による配布が現在の主たる配布方法の団体では、「ポスティング（ポスティング専門業者）」を 57.5%が検討しており、次いで「ポスティング（その他の民間事業者）」が続く。「新聞折り込み」を検討する団体は 10%であった。

「新聞折り込み」が現在の主たる配布方法の団体では、「ポスティング（ポスティング専門業者）」が最も多く 52.6%、次いで「ポスティング（シルバー人材センター）」が 34.2%、「ポスティング（新聞販売店・事業者）」が 26.3%と続く。また、「自治会・町内会（区長等も含む）による配布（有償）」は 15.8%の団体が検討している。

図表 2-2-6 主たる配布方法別の検討した主たる配布方法

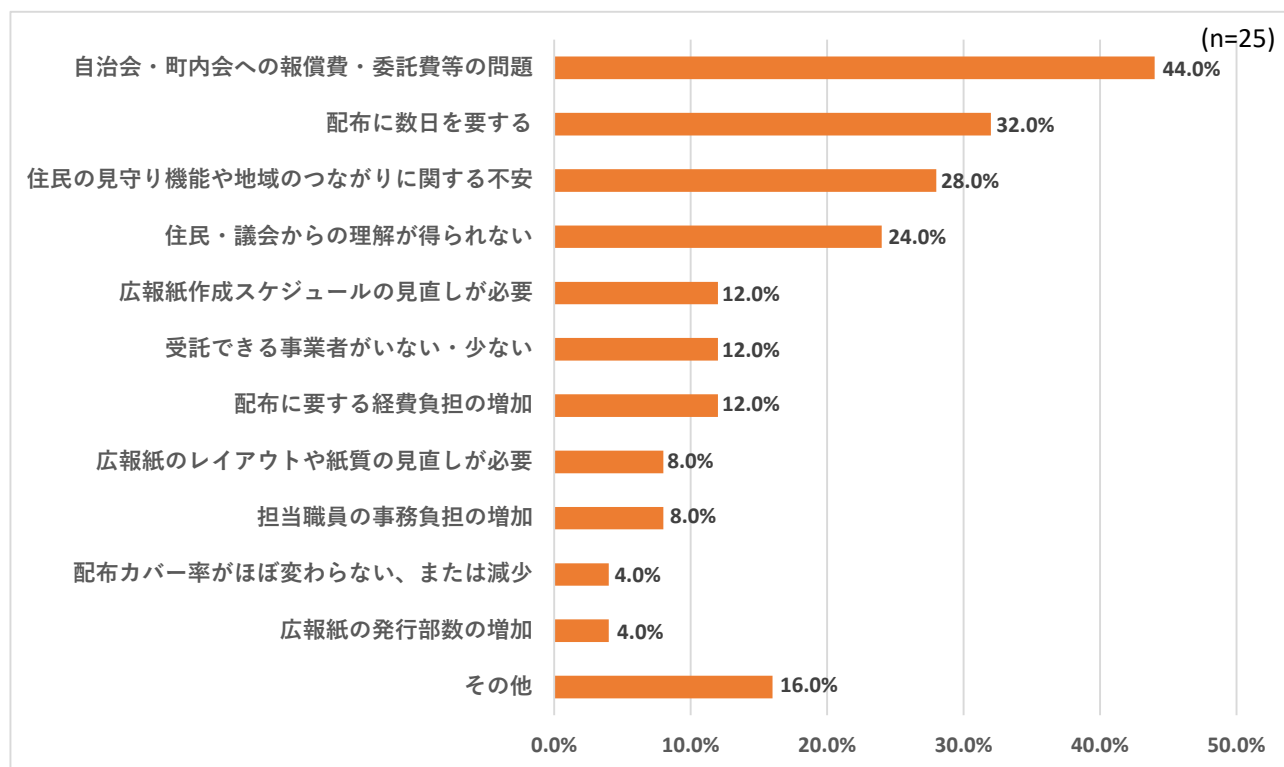
	現在の主たる配布方法											
	自治会等による配布	内訳		ポスティング	内訳					新聞折り込み	その他	
		自治会・町内会（区長等も含む）による配布（有償）	自治会・町内会（区長等も含む）による配布（無償）		ポスティング（シルバー人材センター）	ポスティング（ポスティング専門業者）	ポスティング（新聞販売店・事業者）	ポスティング（出版・広告代理業）	ポスティング（その他の民間事業者）			
n=198	n=160	n=38	n=8	n=4	n=2	n=1	n=0	n=1	n=38	n=22		
検討した主たる配布方法	自治会・町内会（区長等も含む）による配布（有償）	7.6%	(8.8%)	(2.6%)	0.0%	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	15.8%	9.1%
	自治会・町内会（区長等も含む）による配布（無償）	1.5%	(0.0%)	(7.9%)	0.0%	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	7.9%	0.0%
	ポスティング（シルバー人材センター）	22.7%	(21.3%)	(28.9%)	12.5%	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	-	(100.0%)	34.2%	9.1%
	ポスティング（ポスティング専門業者）	55.6%	(57.5%)	(47.4%)	37.5%	(50.0%)	(50.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	52.6%	18.2%
	ポスティング（新聞販売店・事業者）	16.7%	(16.3%)	(18.4%)	0.0%	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	26.3%	18.2%
	ポスティング（出版・広告代理業）	12.1%	(13.1%)	(7.9%)	12.5%	(25.0%)	(0.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	10.5%	0.0%
	ポスティング（その他の民間事業者）	29.8%	(30.0%)	(28.9%)	37.5%	(50.0%)	(0.0%)	(100.0%)	-	(0.0%)	15.8%	18.2%
	新聞折り込み	10.6%	(10.0%)	(13.2%)	0.0%	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	2.6%	4.5%
	ホームページ・アプリでの閲覧	12.6%	(13.1%)	(10.5%)	0.0%	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	2.6%	4.5%
	その他	7.6%	(6.9%)	(10.5%)	0.0%	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	7.9%	40.9%

2-2-7 自治会・町内会（区長等も含む）による配布（有償）について検討時に発生した課題

「自治会・町内会（区長等も含む）による配布（有償）」を主たる配布方法として検討した時に発生した課題は、「自治会・町内会への報償費・委託費等の問題」が最も大きく 44.0%、次いで「配布に数日を要する」が 32.0%、「住民の見守り機能や地域のつながりに関する不安」が 28.0%と続く。

「その他」には、「自治会・自治会長の負担」（2団体）等の意見があった。

図表 2-2-7 自治会・町内会（区長等も含む）による配布（有償）について検討時に発生した課題（複数回答可）

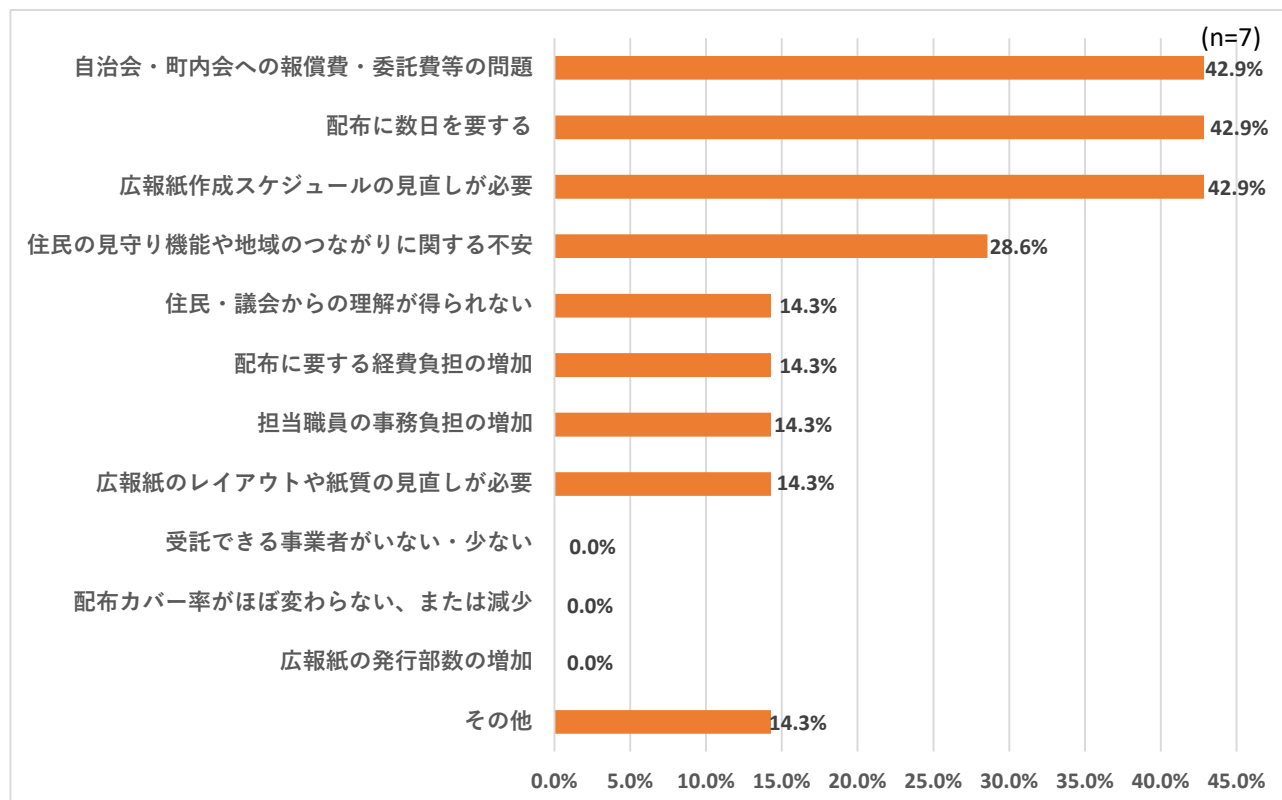


2-2-8 自治会・町内会（区長等も含む）による配布（無償）について検討時に発生した課題

「自治会・町内会（区長等も含む）による配布（無償）」を主たる配布方法として検討した時に発生した課題は、「自治会・町内会への報償費・委託費等の問題」と「配布に数日を要する」、「広報紙作成スケジュールの見直しが必要」が42.9%と最も多かった。

「その他」には、「自治会長の負担」（1団体）との意見があった。

図表 2-2-8 自治会・町内会（区長等も含む）による配布（無償）について検討時に発生した課題（複数回答可）

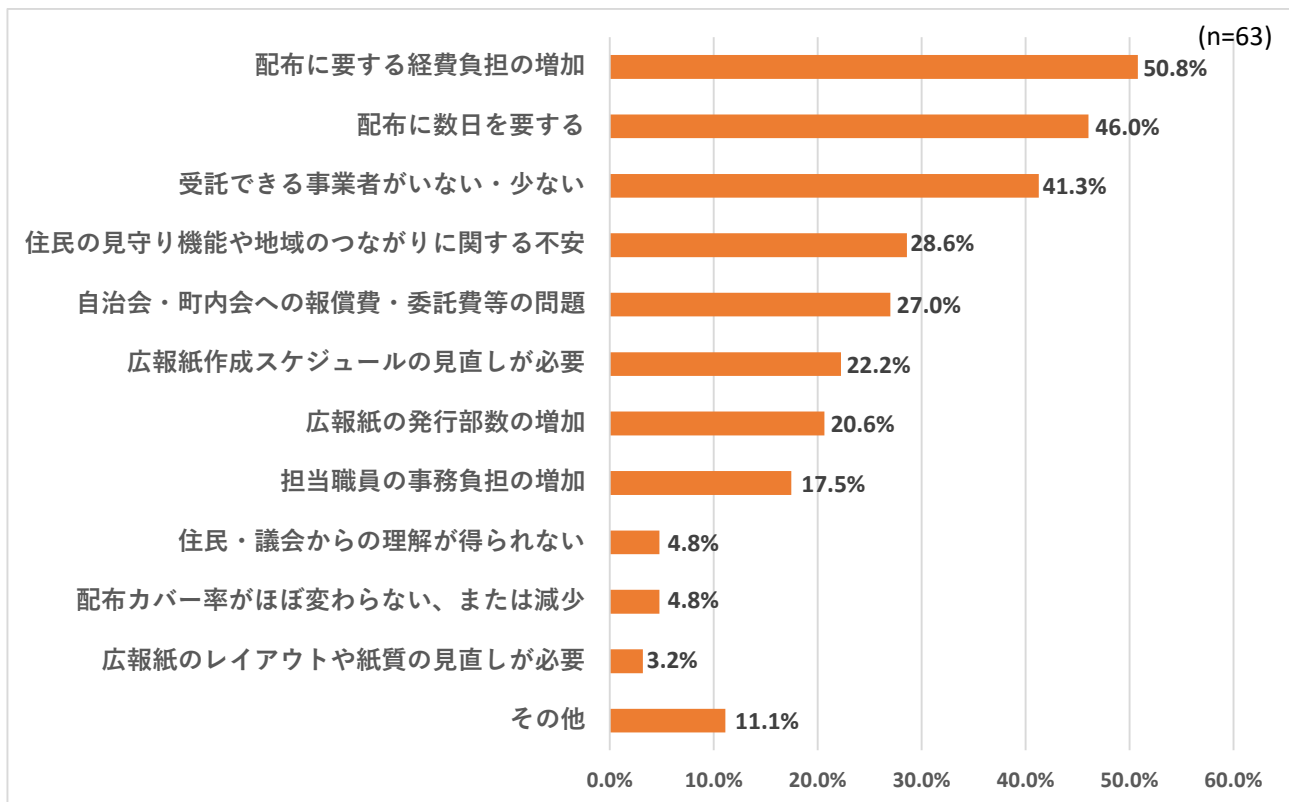


2-2-9 ポスティング（シルバー人材センター）について検討時に発生した課題

「ポスティング（シルバー人材センター）」を主たる配布方法として検討した時に発生した課題は、「配布に要する経費負担の増加」が50.8%と最も多く、次いで「配布に数日を要する」が46.0%、「受託できる事業者がない・少ない」が31.3%と続く。

「その他」には、「シルバー人材センターの人手不足」（3団体）等との意見があった。

図表 2-2-9 ポスティング（シルバー人材センター）について検討時に発生した課題（複数回答可）

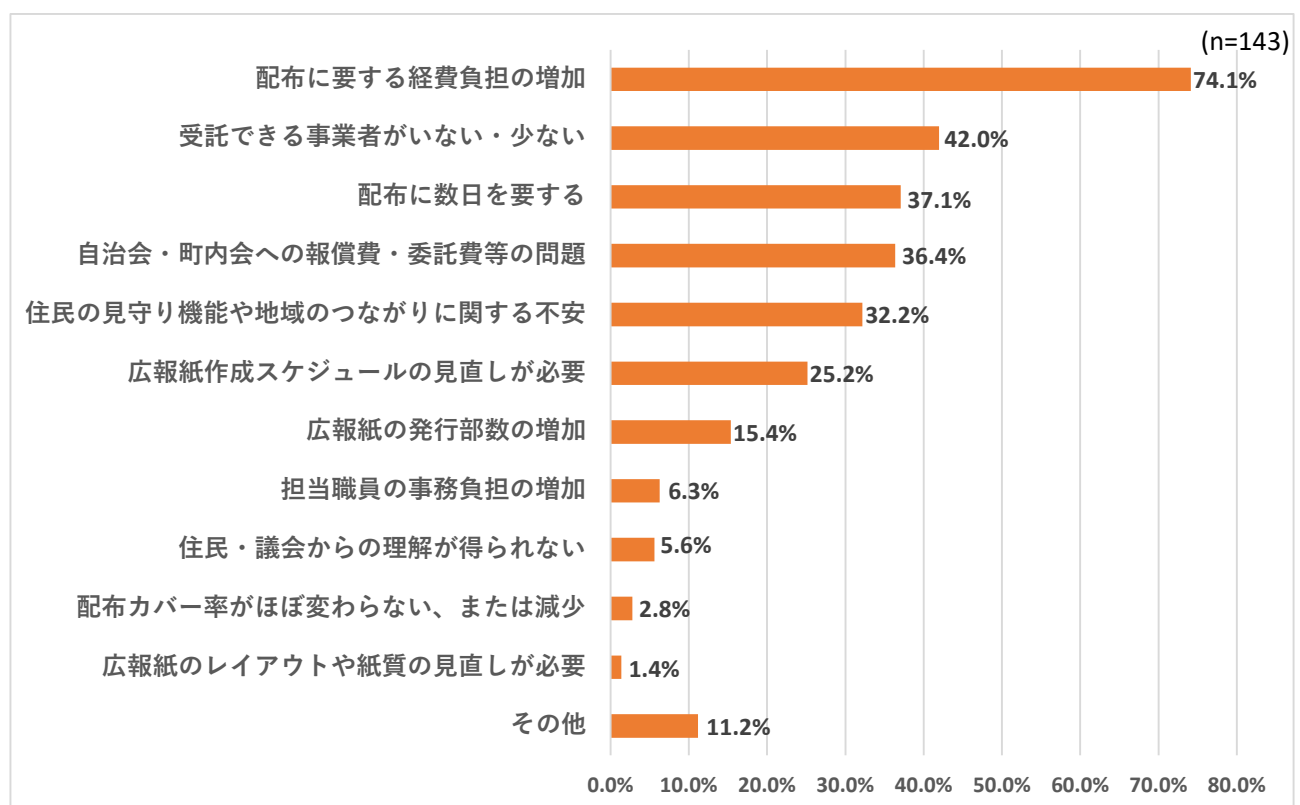


2-2-10 ポスティング（ポスティング専門業者）について検討時に発生した課題

「ポスティング（ポスティング専門業者）」を主たる配布方法として検討した時に発生した課題は、「配布に要する経費負担の増加」が74.1%と最も大きく、次いで「受託できる事業者がない・少ない」が42.0%、「配布に数日を要する」が37.1%と続く。

「その他」には、「広報紙への同封物の配布」（4団体）、「山間部への配布」（3団体）、「地区への報償費・委託費の問題」（2団体）、「広報のページ数や配布回数の制限」（2団体）等の意見があった。

図表 2-2-10 ポスティング（ポスティング専門業者）について検討時に発生した課題（複数回答可）

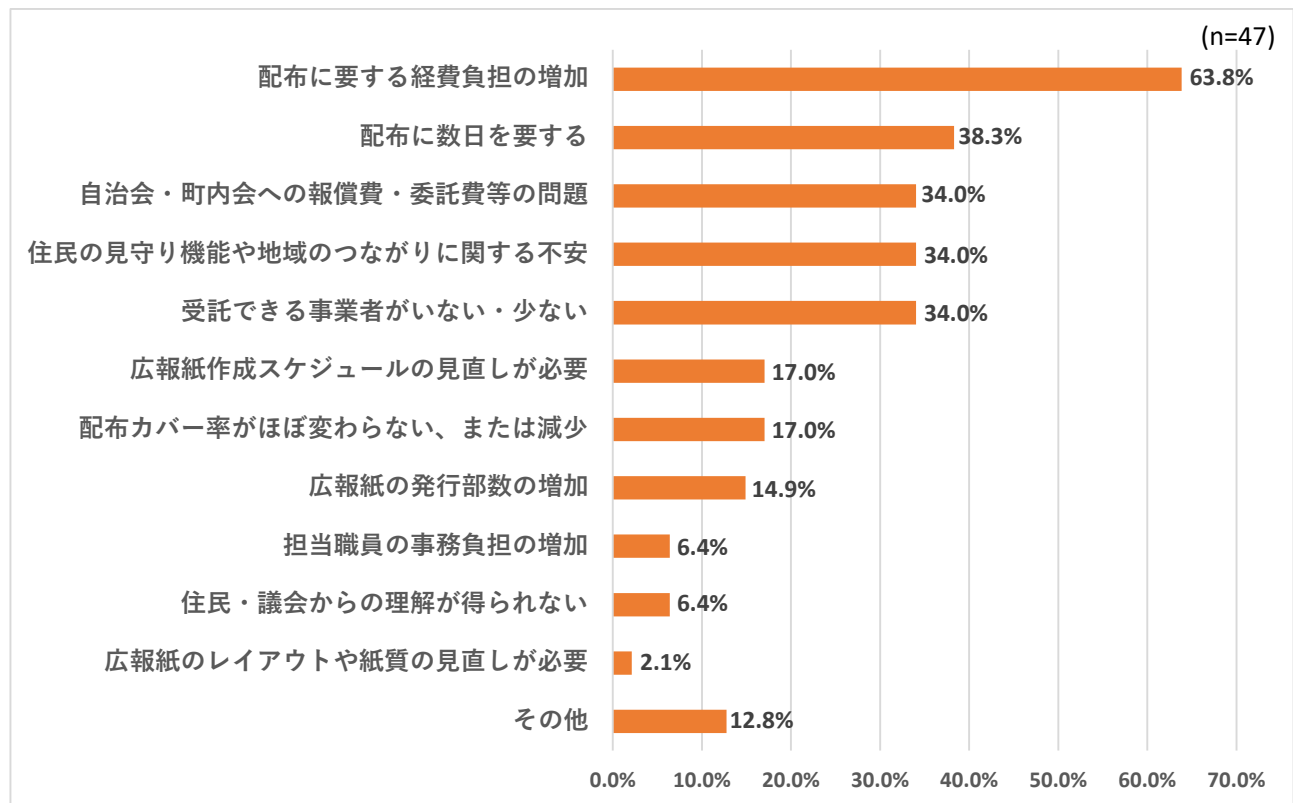


2-2-11 ポスティング（新聞販売店・事業者）について検討時に発生した課題

「ポスティング（新聞販売店・事業者）」を主たる配布方法として検討した時に発生した課題は、「配布に要する経費負担の増加」が 63.8%と最も大きく、次いで「配布に数日を要する」が 38.3%、「自治会・町内会への報償費・委託費等の問題」、「住民の見守り機能や地域のつながりに関する不安」、「受託できる事業者がない・少ない」がそれぞれ 34.0%と続く。

「その他」には、「同封物の取り扱い」（1団体）、「未購読世帯への配布」（1団体）等の意見があった。

図表 2-2-11 ポスティング（新聞販売店・事業者）について検討時に発生した課題（複数回答可）

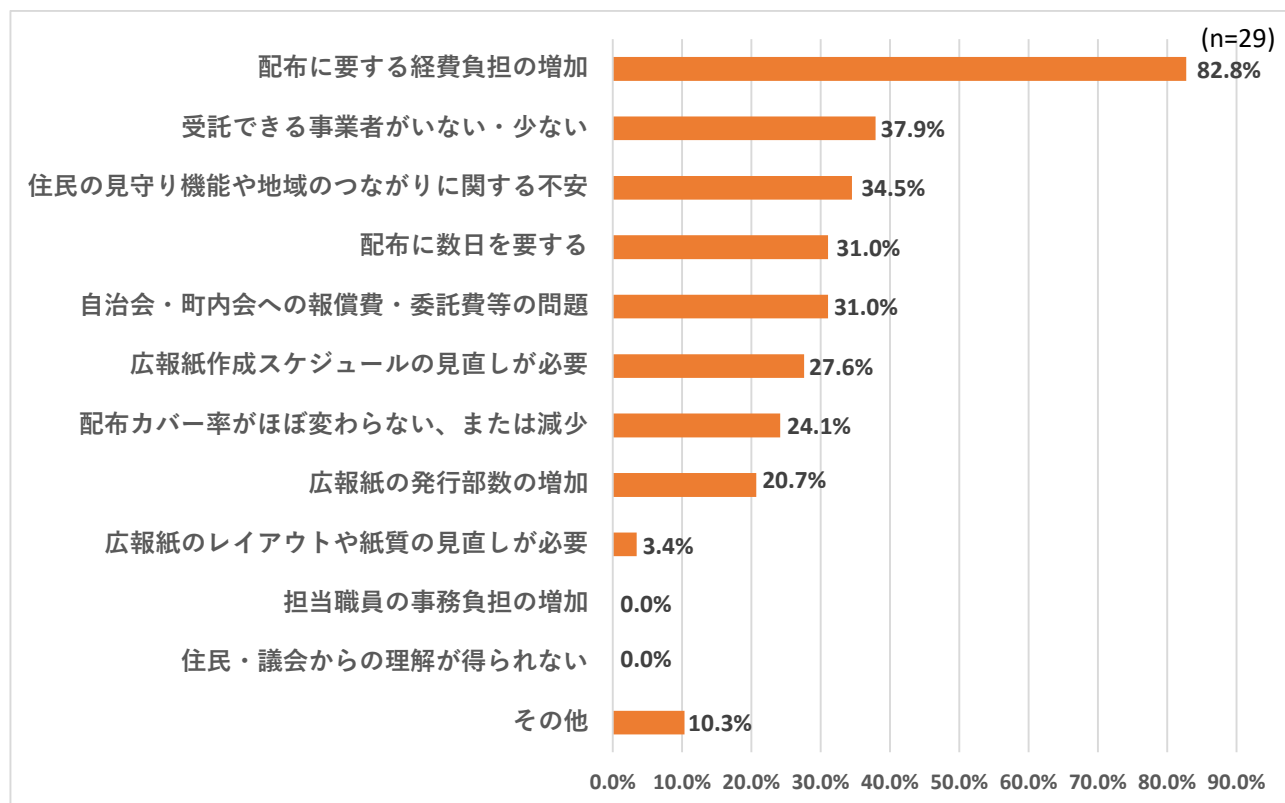


2-2-12 ポスティング（出版・広告代理業）について検討時に発生した課題

「ポスティング（出版・広告代理業）」を主たる配布方法として検討した時に発生した課題は、「配布に要する経費負担の増加」が 82.8%と最も大きく、次いで「受託できる事業者がない・少ない」が 37.9%、「住民の見守り機能や地域のつながりに関する不安」が 34.5%と続く。

「その他」には、「同封物の取り扱い」（1団体）等の意見があった。

図表 2-2-12 ポスティング（出版・広告代理業）について検討時に発生した課題（複数回答可）

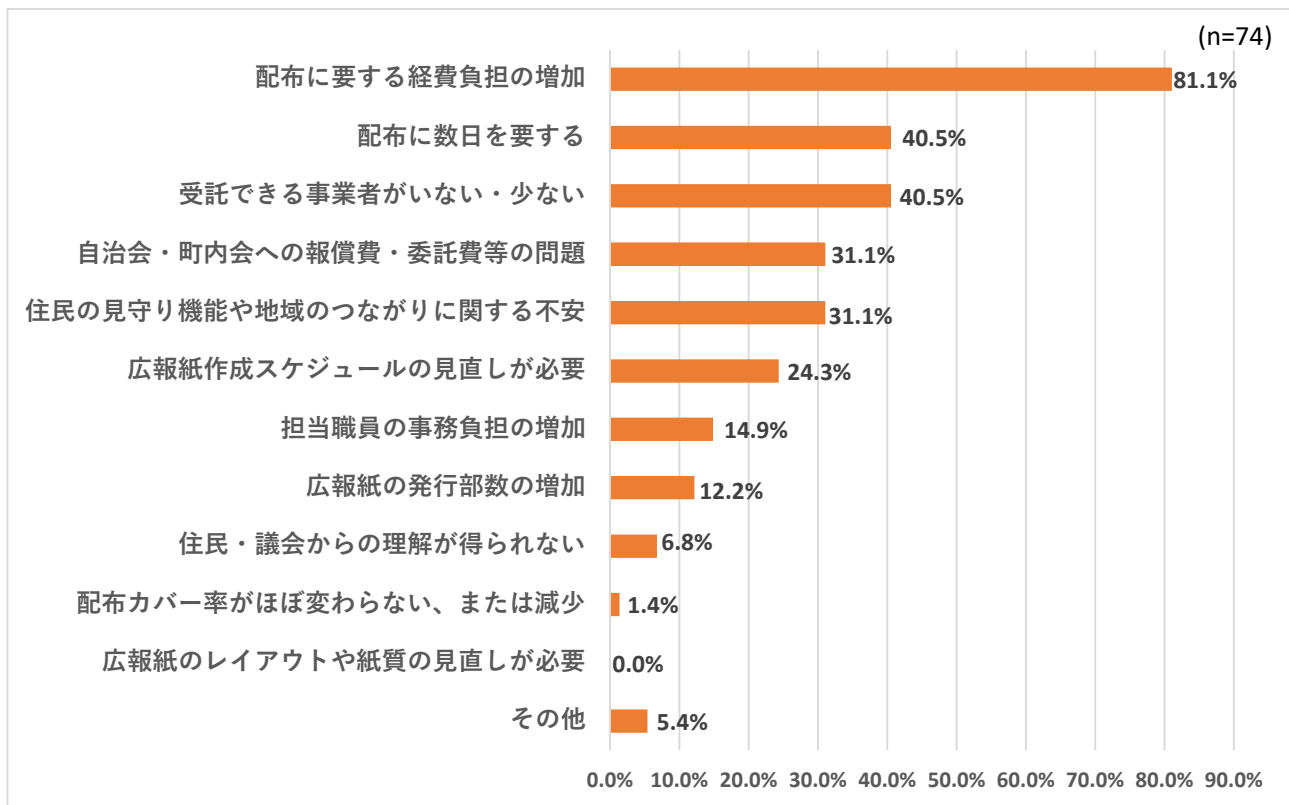


2-2-13 ポスティング（その他の民間事業者）について検討時に発生した課題

「ポスティング（その他の民間事業者）」を主たる配布方法として検討した時に発生した課題は、「配布に要する経費負担の増加」が 81.1%と最も大きく、次いで「配布に数日を要する」、「受託できる事業者がない・少ない」がそれぞれ 40.5%と続く。

「その他」には、「同封物の取り扱い」（2団体）等の意見があった。

図表 2-2-13 ポスティング（その他の民間事業者）について検討時に発生した課題（複数回答可）

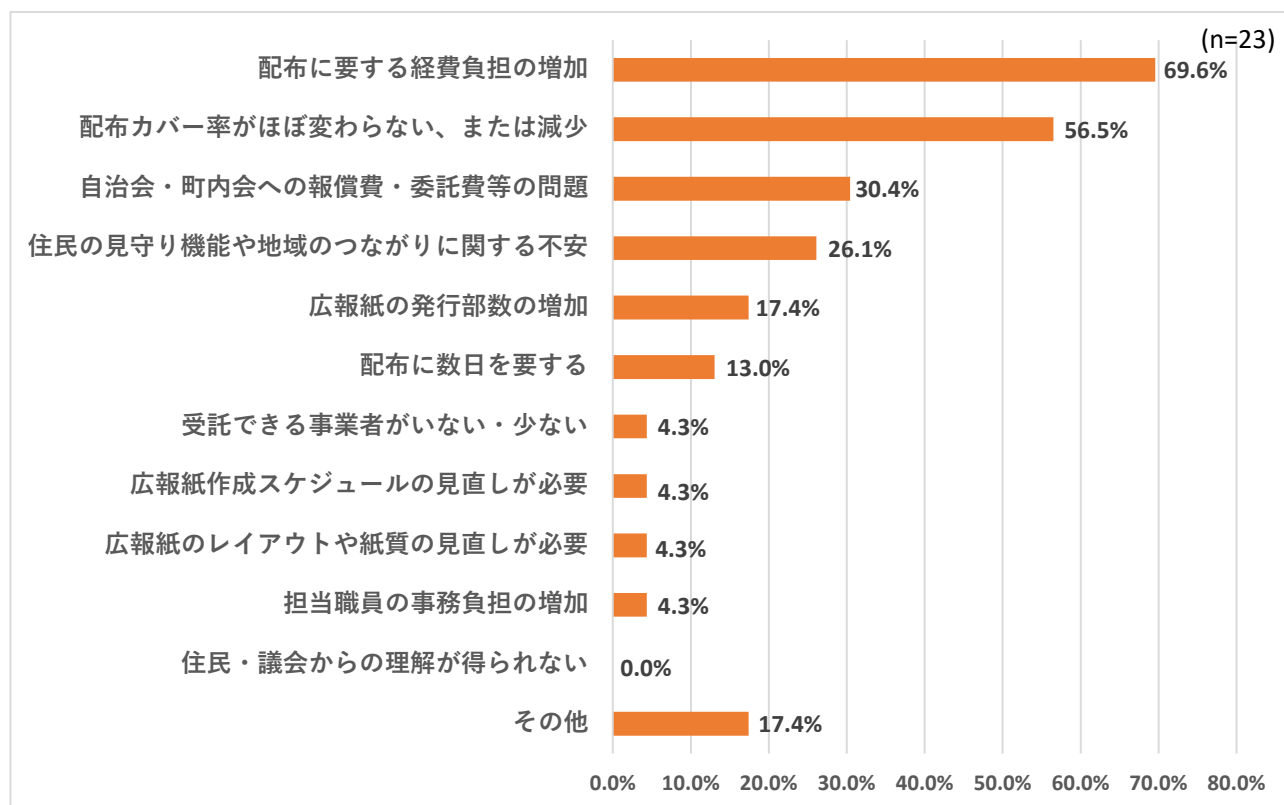


2-2-14 新聞折り込みについて検討時に発生した課題

「新聞折り込み」を主たる配布方法として検討した時に発生した課題は、「配布に要する経費負担の増加」が 69.6%と最も大きく、次いで「配布カバー率がほぼ変わらない、または減少」が 56.5%、「自治会・町内会への報償費・委託費等の問題」が 30.4%と続く。

「その他」には、「新聞購読者の減少による配布カバー率の低下」（2団体）等の意見があった。

図表 2-2-14 新聞折り込みについて検討時に発生した課題（複数回答可）

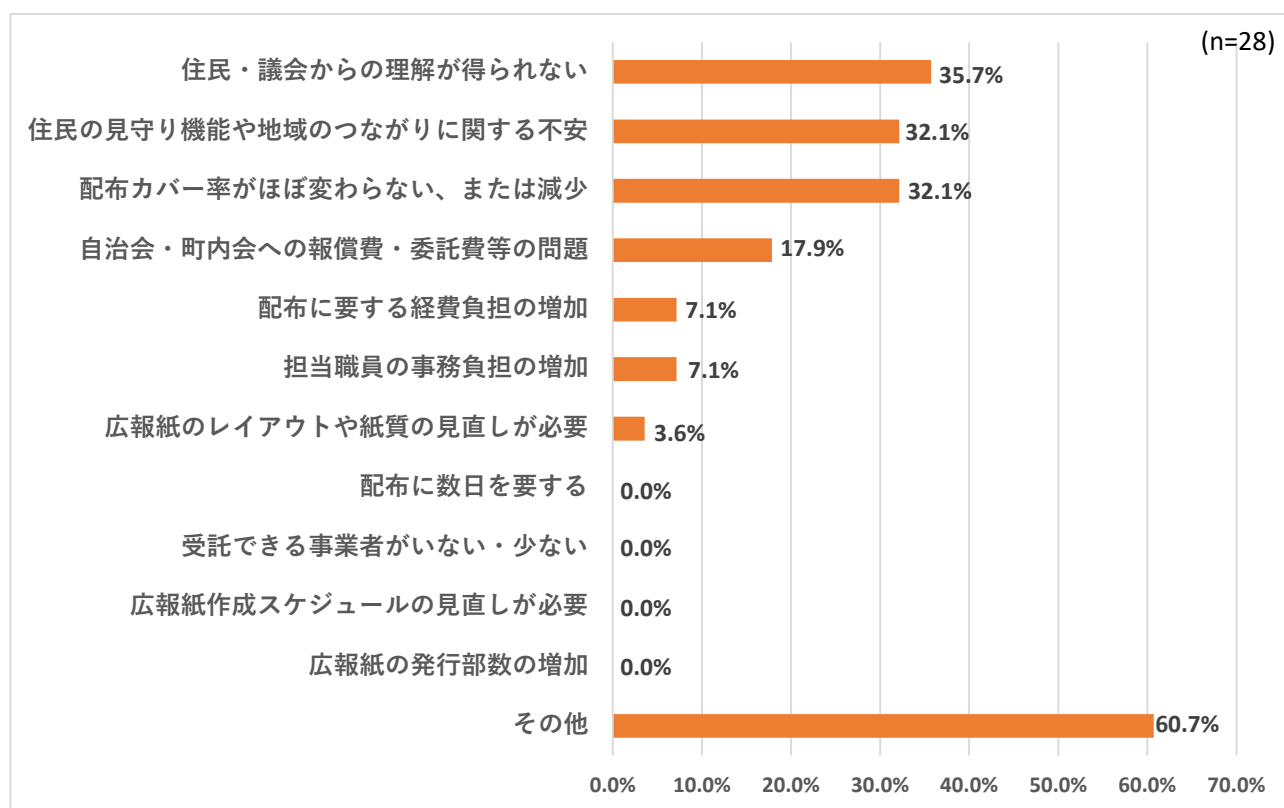


2-2-15 ホームページ・アプリでの閲覧について検討時に発生した課題

「ホームページ・アプリでの閲覧」を主たる配布方法として検討した時に発生した課題は、「住民・議会からの理解が得られない」が 35.7%と最も大きく、次いで「住民の見守り機能や地域のつながりに関する不安」および「配布カバー率がほぼ変わらない、または減少」が 32.1%と続く。

「その他」には、「高齢者やデジタルデバインド問題」（6 団体）、「紙媒体の需要」（2 団体）、「行政から発信する情報として強制的に届けることができない」（2 団体）等の意見があった。

図表 2-2-15 ホームページ・アプリでの閲覧について検討時に発生した課題（複数回答可）



2-2-16 その他の配布方法別の検討時に発生した課題

「その他の配布方法」を主たる配布方法として検討した団体のうち、「個別郵送」を挙げた団体が10団体あった。いずれの団体も、課題として「配布に要する経費増加の負担」を選択しており、その他「広報紙の発行部数の増加」、「広報紙作成スケジュールの見直しが必要」との回答があった。

一方、「タウン誌との一体化」を挙げた団体は1団体あるが、経費に関する課題は選択しておらず、「事業の継続性や一体化した場合の発行責任の所在」が課題としている。

その他、「町内会ごとに希望の配布方法を選択する選択制を検討している」との団体もあった。

図表 2-2-16 その他の配布方法別の検討時に発生した課題（複数回答可）

その他の配布方法	自治会・町内会への報償費・委託費等の問題	住民の見守り機能や地域のつながりに関する不安	住民・議会からの理解が得られない	配布に要する経費負担の増加	受託できる事業者が少ない	広報紙の発行部数の増加	広報紙のレイアウトや紙質の見直しが必要	広報紙作成スケジュールの見直しが必要	担当職員の事務負担の増加	配布に数日を要する	配布力（パーセント）がほぼ変わらない、または減少	その他	その他の内容
職員による個別郵送				○								○	現在、補助的な配布方法としているが、新聞購買世帯の低下等により、年々経費負担が増加している。
配達地域指定郵便	○			○		○					○		
郵送				○				○		○			
郵便局タウンプラス				○		○	○	○					
3cm以内の薄梱包のみ郵送。（一部変更）												○	配達完了時のタイミングがずれてしまうこと。
個別郵送				○								○	個別郵送を制度的に開始する場合、自治会の理解を得られるかが課題である（自治会配布との兼ね合い）。
個別郵送		○		○	○	○			○				
世帯数が少ない地域について、各戸に郵送	○			○									
郵便局による第3種郵便を検討	○	○		○		○		○		○			
郵便局の法人・官公庁向けサービス「タウンプラス」				○				○	○				
町内会配布を基本として、捕捉で町内会非加入世帯への個別配達									○				
ポスティング（事業者の検討はしていない）				○				○					
タウン誌との一体化	○	○	○									○	事業者の継続性や一体化した場合の発行責任の所在
町内会ごとに配布員による配布と民間事業者によるポスティングの希望選択制	○												
広報作成・編集、印刷、仕分け、配達等を一括して民間業者等への委託を検討				○	○			○					
紙媒体は配布せず、原則デジタルで閲覧（現在、広報紙と一緒に配布している文書等も全てHPに掲載） 配布方法は各町会で判断（希望があれば引き続き町会経由で紙媒体の配布も可）												○	町会の判断が一致しない。 （1人でも紙媒体を希望した場合はどうするのか等）
自治会・町内会による配布（自治会長までの配達をシルバー人材センターに委託）				○									
自治会長宅までの民間事業者による配布				○	○				○				
職員による自治会長宅等への配達を郵送にする				○	○								
自治会長宅への郵送				○									
各戸への配布方法の見直しはせず、配布組織（各町内等）の代表者宅への配布方法のみを見直した。					○								
シルバー人材センターが各自治会長宅へ配布（有償）し、その後自治会により配布				○									
行政協力員宅へ会計年度任用職員によるポスティング				○	○								
シルバー人材センターやポスティング業者等、あらゆる選択肢を検討中。									○			○	現在複数の選択肢について検討を開始した段階であり、課題の抽出や比較については今後の調整となる。
市で配布員を雇う									○				
メーリングリストを活用した配布。												○	希望者が少ないと思われ、効果が薄いと考えられる。
全戸配布			○	○	○	○		○		○		○	閲覧率の向上につながるか（他自治体で、全戸配布の実施前後における閲覧率がほとんど変わらなかった事例があった）
高齢化等の問題もあるが地区町内会員内でカバーできるとの見解により、現段階では配布方法の変更検討には至っていない。												○	特に発生した問題はなかった。
検討段階の初期であり具体化に至っていない				○	○					○			

2-3 配布方法の変更の経緯

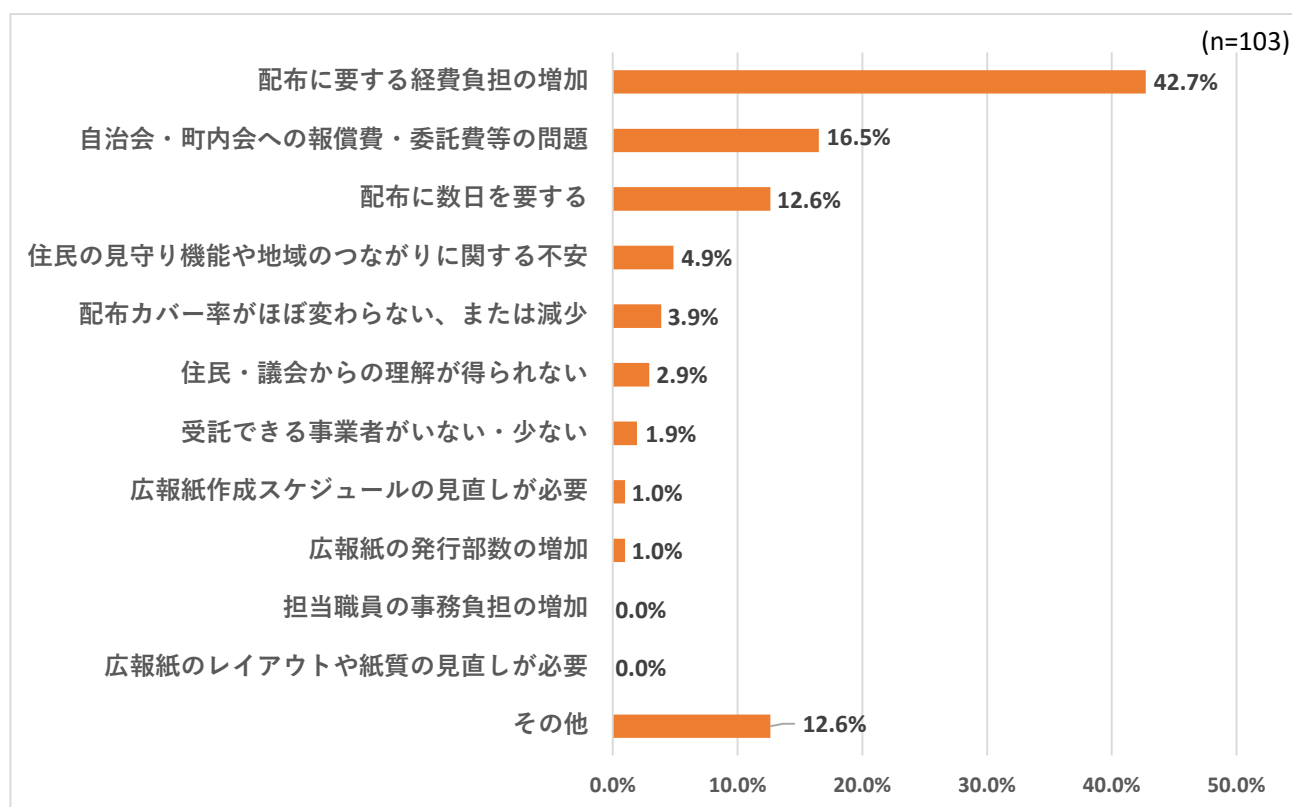
個別調査票②および個別調査票③をもとに、配布方法の変更の経緯について分析した。

2-3-1 [検討したが変更しなかった場合] 変更の断念につながった最大の課題

検討したが変更しなかった団体が変更の断念につながった最大の課題の上位2つは、「検討中の最大の課題」（図表 2-2-18）と同じく、「配布に要する経費負担の増加」が 42.7%、「自治会・町内会へ報償費・委託費等の問題」が 16.5%となった。次いで「配布に数日を要する」が 12.6%と続く。

「その他」には、「住民の意向」（2団体）や「自治会の負担減が話の発端であったため、発行回数を月2回から月1回に変更することにより、配布方法は現状維持とした」（1団体）、「市内調整の難航」（1団体）等の意見があった。

図表 2-3-1 [検討したが変更しなかった場合] 変更の断念につながった最大の課題



2-3-2 「検討したが変更しなかった場合」主たる配布方法別の変更の断念につながった最大の課題

自治会等による配布を現在の主たる配布方法としている団体では、有償・無償を問わず「配布に要する経費負担の増加」が最も多い。また、有償での配布では、23.0%が「自治会・町内会への報償費・委託費等の問題」と回答した。

また、新聞折り込みを現在の主たる配布方法としている団体では、「配布に数日を要する」が40.0%となっている。

図表 2-3-2 「検討したが変更しなかった場合」主たる配布方法別の変更の断念につながった最大の課題

	自治会等による配布	内訳		ポスティング	内訳					新聞折り込み	その他
		自治会・町内会（区長等も含む）による配布（有償）	自治会・町内会（区長等も含む）による配布（無償）		ポスティング（シルバー人材センター）	ポスティング（ポスティング（ポスティング）専門業者）	ポスティング（新聞販売店・事業者）	ポスティング（出版・広告代理業）	ポスティング（その他の民間事業者）		
	n=79	n=61	n=18	n=1	n=1	n=0	n=0	n=0	n=0	n=20	n=3
自治会・町内会への報償費・委託費等の問題	20.3%	(23.0%)	(11.1%)	0.0%	(0.0%)	-	-	-	-	5.0%	0.0%
住民の見守り機能や地域のつながりに関する不安	6.3%	(8.2%)	(0.0%)	0.0%	(0.0%)	-	-	-	-	0.0%	0.0%
住民・議会からの理解が得られない	3.8%	(4.9%)	(0.0%)	0.0%	(0.0%)	-	-	-	-	0.0%	0.0%
配布に要する経費負担の増加	46.8%	(36.1%)	(83.3%)	0.0%	(0.0%)	-	-	-	-	30.0%	33.3%
受託できる事業者がない・少ない	2.5%	(1.6%)	(5.6%)	0.0%	(0.0%)	-	-	-	-	0.0%	0.0%
広報紙の発行部数の増加	0.0%	(0.0%)	(0.0%)	0.0%	(0.0%)	-	-	-	-	5.0%	0.0%
広報紙のレイアウトや紙質の見直しが必要	0.0%	(0.0%)	(0.0%)	0.0%	(0.0%)	-	-	-	-	0.0%	0.0%
広報紙作成スケジュールの見直しが必要	1.3%	(1.6%)	(0.0%)	0.0%	(0.0%)	-	-	-	-	0.0%	0.0%
担当職員の事務負担の増加	0.0%	(0.0%)	(0.0%)	0.0%	(0.0%)	-	-	-	-	0.0%	0.0%
配布に数日を要する	5.1%	(6.6%)	(0.0%)	100.0%	(100.0%)	-	-	-	-	40.0%	0.0%
配布カバー率がほぼ変わらない、または減少	5.1%	(6.6%)	(0.0%)	0.0%	(0.0%)	-	-	-	-	0.0%	0.0%
その他	8.9%	(11.5%)	(0.0%)	0.0%	(0.0%)	-	-	-	-	20.0%	66.7%
合計	100%	(100%)	(100%)	100%	(100%)	-	-	-	-	100%	100%

2-3-3 [検討したが変更しなかった場合] 自治体類型別の変更の断念につながった最大の課題

自治体類型でみると、「自治会・町内会への報償費・委託費等の問題」は特別区で 66.7%、「他市町村」で 16.7%となっている。

「住民の見守り機能や地域のつながりに関する不安」は、「他市町村」では 5.6%である一方、他の類型では 0.0%となった。

「配布に要する経費の負担の増加」では、「指定都市」が 100.0%、「中核市・施行時特例市」が 33.3%、「他市町村」が 41.7%と、3 類型ともに最も多く選択された回答であった。

また、「配布に数日を要する」は、「中核市・施行時特例市」では 22.2%と「その他」を除くと 2 番目に多く選択された。

図表 2-3-3 [検討したが変更しなかった場合]自治体類型別の変更の断念につながった最大の課題

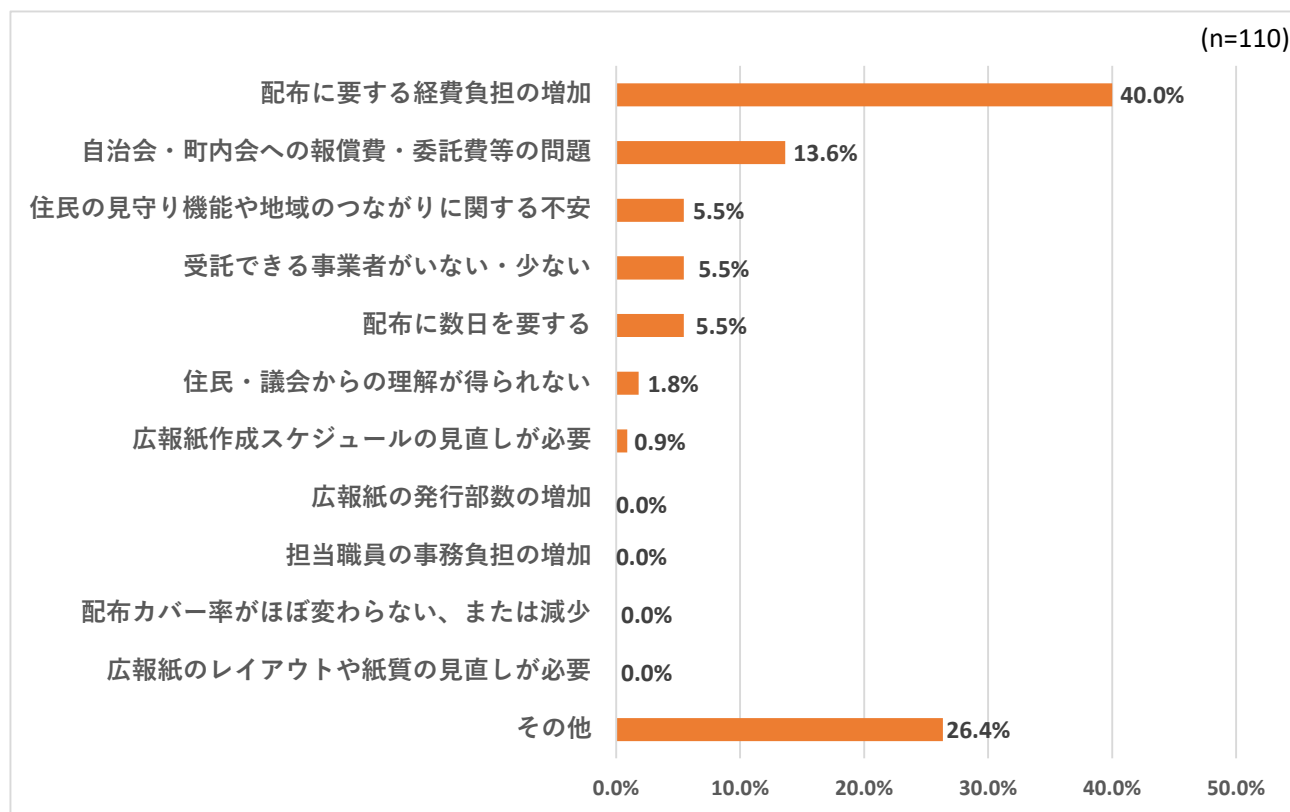
	指定都市	中核市・ 施行時特例市	特別区	他市町村
	n=1	n=9	n=3	n=90
自治会・町内会への報償費・委託費等の問題	0.0%	0.0%	66.7%	16.7%
住民の見守り機能や地域のつながりに関する不安	0.0%	0.0%	0.0%	5.6%
住民・議会からの理解が得られない	0.0%	0.0%	0.0%	3.3%
配布に要する経費負担の増加	100.0%	33.3%	0.0%	44.4%
受託できる事業者がない・少ない	0.0%	0.0%	0.0%	2.2%
広報紙の発行部数の増加	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%
広報紙のレイアウトや紙質の見直しが必要	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
広報紙作成スケジュールの見直しが必要	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%
担当職員の事務負担の増加	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
配布に数日を要する	0.0%	22.2%	0.0%	12.2%
配布カバー率がほぼ変わらない、または減少	0.0%	11.1%	0.0%	3.3%
その他	0.0%	33.3%	33.3%	10.0%
合計	100%	100.0%	100%	100%

2-3-4 [検討中の場合] 検討するも変更に至らない最大の課題

現在検討中の団体が変更に至らない最大の課題は、「配布に要する経費負担の増加」が 40.0%と最も多く、次に「自治会・町内会への報償費・委託費等の問題」が 13.6%と続いた。

「その他」には、「課題等を調査している」（13 団体）、「配布団体等へのアンケートや懇談会等を実施し、検討している段階」（4 団体）、「自治会・町内会への説明や協議に時間を要する」（2 団体）等の意見があった。

図表 2-3-4 [検討中の場合] 変更に至らない最大の課題



2-3-5 [検討中の場合] 現在の主たる配布方法別の変更に至らない最大の課題

全ての配布方法について、「配布に要する経費負担の増加」が「その他」を除き最も多く回答された。

また、「自治会・町内会（区長等も含む）による配布（有償）」を実施している団体では、「自治会・町内会への報償費・委託費等の問題」が18.9%となった。

図表 2-3-5 [検討中の場合]主たる配布方法別の変更に至らない最大の課題

	自治会等 による配 布	内訳		ポステ ィン グ	内訳					新聞折り 込み	その他
		自治会・ 町内会 (区長等 も含む) による配 布(有 償)	自治会・ 町内会 (区長等 も含む) による配 布(無 償)		ポステ ィン グ(シ ルバー 人 材セン ター)	ポステ ィン グ(ポ スティ ン グ専 門業 者)	ポステ ィン グ(新 聞販 売 店・事 業 者)	ポステ ィン グ(出 版・広 告 代理 業)	ポステ ィン グ(そ 他の 民 間 事 業 者)		
	n=87	n=74	n=13	n=3	n=3	n=0	n=0	n=0	n=0	n=13	n=7
自治会・町内会への報償 費・委託費等の問題	17.2%	(18.9%)	(7.7%)	0.0%	(0.0%)	-	-	-	-	0.0%	0.0%
住民の見守り機能や地域の つながりに関する不安	6.9%	(6.8%)	(7.7%)	0.0%	(0.0%)	-	-	-	-	0.0%	14.3%
住民・議会からの理解が得 られない	2.3%	(1.4%)	(7.7%)	0.0%	(0.0%)	-	-	-	-	0.0%	0.0%
配布に要する経費負担の増 加	37.9%	(35.1%)	(53.8%)	33.3%	(33.3%)	-	-	-	-	61.5%	28.6%
受託できる事業者がいな い・少ない	4.6%	(4.1%)	(7.7%)	33.3%	(33.3%)	-	-	-	-	7.7%	0.0%
広報紙の発行部数の増加	0.0%	(0.0%)	(0.0%)	0.0%	(0.0%)	-	-	-	-	0.0%	0.0%
広報紙のレイアウトや紙質 の見直しが必要	0.0%	(0.0%)	(0.0%)	0.0%	(0.0%)	-	-	-	-	0.0%	0.0%
広報紙作成スケジュールの 見直しが必要	1.1%	(1.4%)	(0.0%)	0.0%	(0.0%)	-	-	-	-	0.0%	0.0%
担当職員の事務負担の増加	0.0%	(0.0%)	(0.0%)	0.0%	(0.0%)	-	-	-	-	0.0%	0.0%
配布に数日を要する	5.7%	(6.8%)	(0.0%)	0.0%	(0.0%)	-	-	-	-	7.7%	0.0%
配布カバー率がほぼ変わら ない、または減少	0.0%	(0.0%)	(0.0%)	0.0%	(0.0%)	-	-	-	-	0.0%	0.0%
その他	24.1%	(25.7%)	(15.4%)	33.3%	(33.3%)	-	-	-	-	23.1%	57.1%
合計	100%	(100%)	(100%)	100%	(100%)	0%	0%	0%	0%	100%	100%

2-3-6 [検討中の場合] 自治体類型別の変更に至らない最大の課題

自治体類型でみると、「配布に要する経費負担の増加」は、いずれの類型でも最も高くなっており、他市町村においては41.1%と「中核市・施行時特例市」を約20ポイント上回っている。

「自治会・町内会への報償費・委託費等の問題」は、「中核市・施行時特例市」および「他市町村」にて10%以上となっており、「中核市・施行時特例市」では20.0%となっている。

「住民の見守り機能や地域のつながりに関する不安」は、「中核市・施行時特例市」では0%である一方、「他市町村」では7.1%である。

また、「配布に数日を要する」は、「中核市・施行時特例市」が10.0%と「他市町村」よりも高かった。

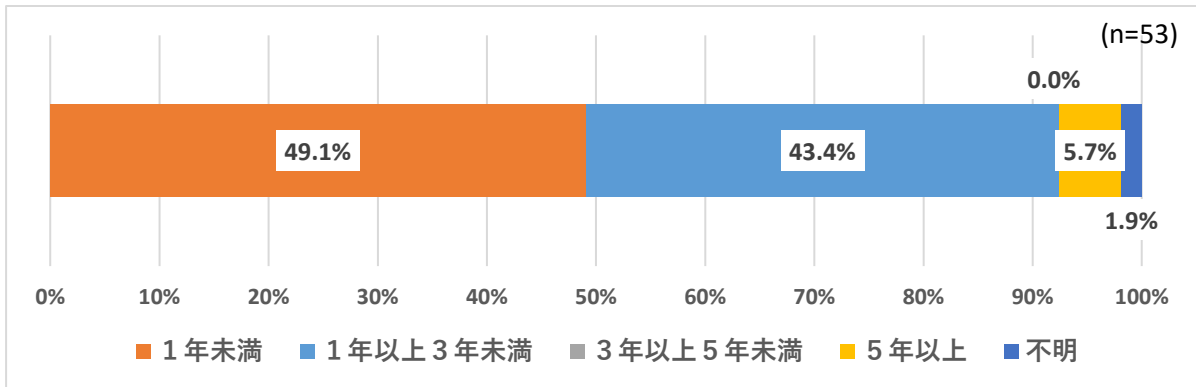
図表 2-3-6 [検討中の場合] 自治体類型別の変更に至らない最大の課題

	指定都市	中核市・ 施行時特例市	特別区	他市町村
	n=0	n=10	n=1	n=99
自治会・町内会への報償費・委託費等の問題	-	20.0%	0.0%	13.1%
住民の見守り機能や地域のつながりに関する不安	-	0.0%	0.0%	7.1%
住民・議会からの理解が得られない	-	10.0%	0.0%	1.0%
配布に要する経費負担の増加	-	20.0%	100.0%	41.4%
受託できる事業者がいらない・少ない	-	20.0%	0.0%	4.0%
広報紙の発行部数の増加	-	0.0%	0.0%	0.0%
広報紙のレイアウトや紙質の見直しが必要	-	0.0%	0.0%	0.0%
広報紙作成スケジュールの見直しが必要	-	0.0%	0.0%	1.0%
担当職員の事務負担の増加	-	0.0%	0.0%	0.0%
配布に数日を要する	-	10.0%	0.0%	5.1%
配布カバー率がほぼ変わらない、または減少	-	0.0%	0.0%	0.0%
その他	-	20.0%	0.0%	27.3%
合計	-	100%	100%	100%

2-3-7 「変更済みまたは今後変更予定の場合」主たる配布方法の変更について検討に要した期間

変更済みまたは今後変更予定の団体が検討に要した時間は、「1年未満」が49.1%と最も多く、次いで「1年以上3年未満」の43.4%と続く。一方で、「5年以上」と回答した団体が5.7%あった。

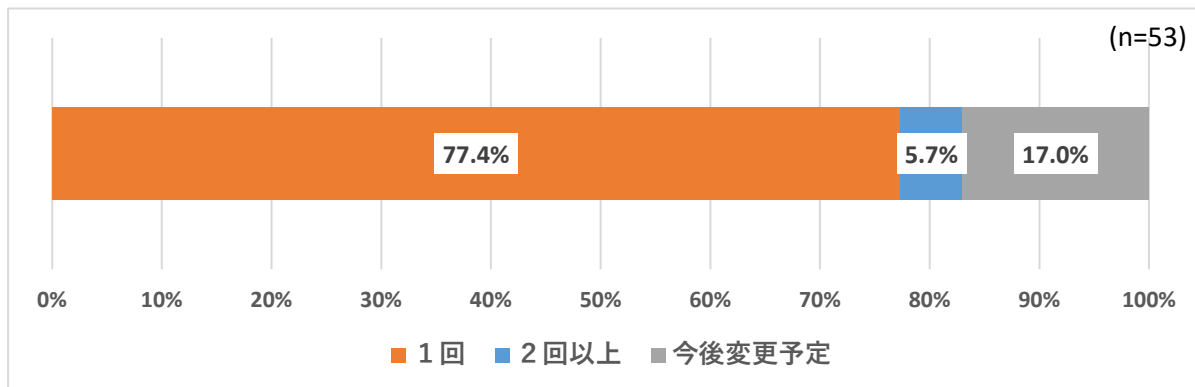
図表 2-3-7 主たる配布方法の変更について検討に要した期間



2-3-8 平成30年4月1日～令和4年8月1日までの主たる配布方法の変更回数

配布方法を変更済みまたは今後変更予定の団体のうち、変更回数が「1回」の団体は77.4%、「今後変更予定」の団体は17.0%であった。

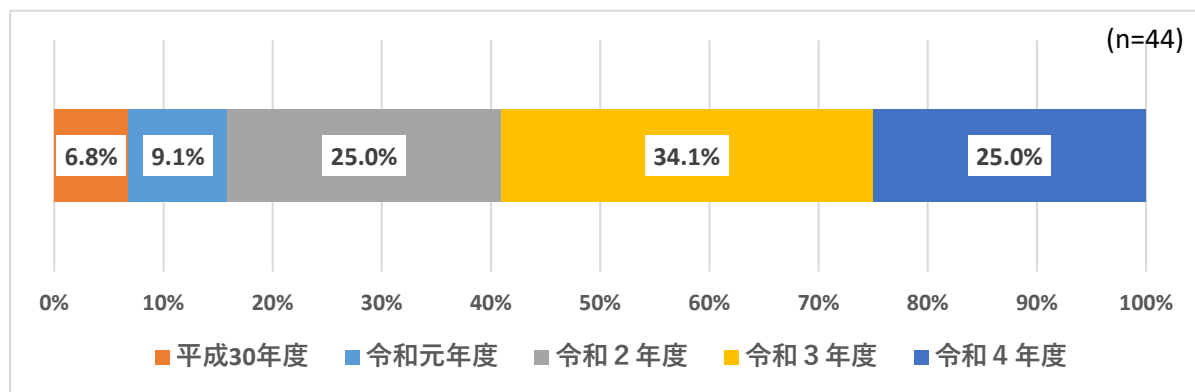
図表 2-3-8 平成30年4月1日～令和4年8月1日までの主たる配布方法の変更回数



2-3-9 [変更済みの場合] 変更の時期

変更の時期は「令和3年度」が34.1%と最も多く、次いで「令和2年度」と「令和4年度」の25.0%と続いた。

図表 2-3-9 [変更済みの場合] 変更の時期

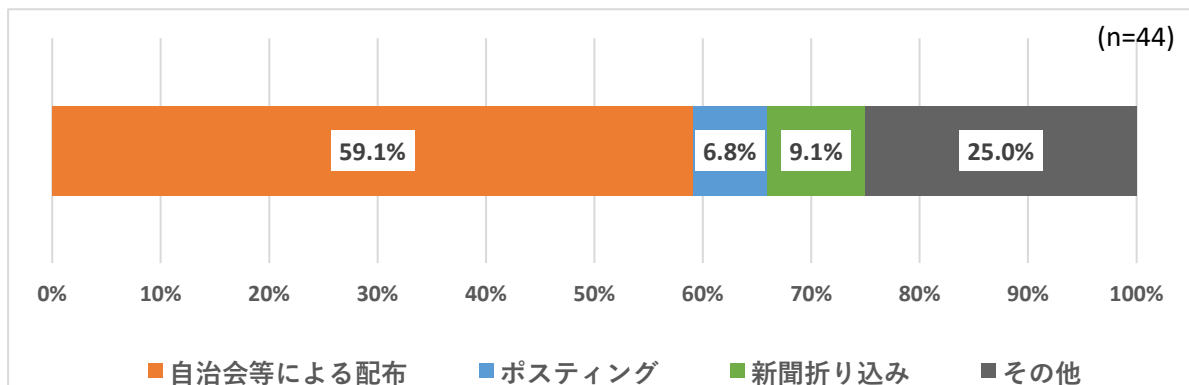


2-3-10 [変更済みの場合] 変更前の主たる配布方法

変更前の主たる配布方法は、「自治会等による配布」が 57.8%、次いで「新聞折り込み」が 11.1%、「ポスティング」が 6.7%と続いた。

「その他」(24.4%)では、「自治会・自治会長宅への配布を民間事業者やシルバー人材センターにて実施」(3団体)、「市が雇用した配達員・行政連絡員等による配布」(2団体)等の回答があった。

図表 2-3-10 [変更済みの場合] 変更前の主たる配布方法



2-3-11 [変更済みの場合] 変更前の主たる配布方法別の現在の主たる配布方法

変更前の配布方法がいずれの場合も、「ポスティング」に変更した団体が最も多く、変更前が「その他」以外の配布方法では60%以上となっている。ポスティングの担い手としては、特にシルバー人材センターやポスティング専門事業者を選択する割合が高い。

なお、「自治会等による配布」において、現在の主たる配布方法と変更予定の主たる配布方法で同一の場合については、自治会等への配送手段の変更を行ったと推測される。

また、変更前と現在がともに「その他」の場合には、自治会や地域の行政協力員へ広報紙の持ち込みを行う担い手の変更を挙げる回答が殆どであった。

図表 2-3-11 [変更済みの場合] 変更前の主たる配布方法別の現在の主たる配布方法

		変更前の配布方法										
		自治会等による配布	内訳		ポスティング	内訳					新聞折り込み	その他
			自治会・町内会（区長等も含む）による配布（有償）	自治会・町内会（区長等も含む）による配布（無償）		ポスティング（シルバー人材センター）	ポスティング（ポスティング専門事業者）	ポスティング（新聞販売店・事業者）	ポスティング（出版・広告代理業）	ポスティング（その他の民間事業者）		
		n=26	n=22	n=4	n=3	n=0	n=1	n=1	n=0	n=1	n=4	n=11
現在の配布方法	自治会等による配布	19.2%	(18.2%)	(25.0%)	33.3%	-	(100.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	25.0%	18.2%
	内訳											
	自治会・町内会（区長等も含む）による配布（有償）	(15.4%)	(18.2%)	(0.0%)	(33.3%)	-	(100.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	(25.0%)	(18.2%)
	自治会・町内会（区長等も含む）による配布（無償）	(3.8%)	(0.0%)	(25.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)
	ポスティング	65.4%	(68.2%)	(50.0%)	66.7%	-	(0.0%)	(100.0%)	-	(100.0%)	75.0%	27.3%
	内訳											
	ポスティング（シルバー人材センター）	(23.1%)	(22.7%)	(25.0%)	(33.3%)	-	(0.0%)	(0.0%)	-	(100.0%)	(25.0%)	(0.0%)
	ポスティング（ポスティング専門事業者）	(23.1%)	(22.7%)	(25.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	(50.0%)	(9.1%)
	ポスティング（新聞販売店・事業者）	(11.5%)	(13.6%)	(0.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	(0.0%)	(18.2%)
	ポスティング（出版・広告代理業）	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)
	ポスティング（その他の民間事業者）	(7.7%)	(9.1%)	(0.0%)	(33.3%)	-	(0.0%)	(100.0%)	-	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)
	新聞折り込み	7.7%	(4.5%)	(25.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	0.0%	0.0%
その他	7.7%	(9.1%)	(0.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	0.0%	54.5%	
合計	100%	(100%)	(100%)	100%	-	(100%)	(100%)	-	(100%)	100%	100%	

2-3-12 [変更済みの場合] 変更前の主たる配布方法別の配布方法の問題点

変更前の配布方法が自治会等による配布の場合は、「自治会・町内会の負担が大きい」が最も多く76.9%、次いで「配布カバー率の低さ」が42.3%、「職員の事務負担が大きい」が26.9%と続いた。

ポスティングの場合は、「長期的に業務の受託が可能な依頼先・委託先が無い、少ない」が最も多く66.7%、次いで「配布カバー率の低さ」及び「費用・コスト」の33.3%が続いた。

また、「新聞折り込み」の場合は、「配布カバー率の低さ」が最も多く100.0%、次いで「費用・コスト」が25.0%と続いた。

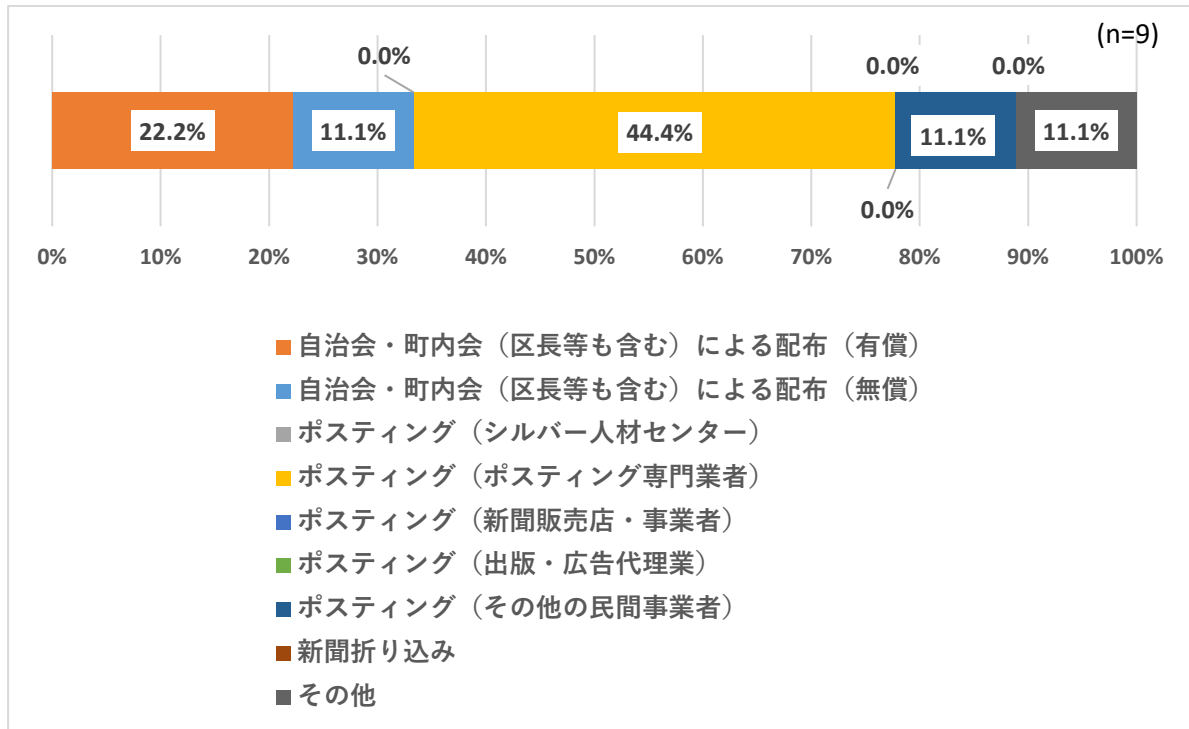
図表 2-3-12 [変更済みの場合] 変更前の主たる配布方法別の配布方法の問題点（複数回答可）

	変更前										
	自治会等による配布	内訳		ポスティング	内訳					新聞折り込み	その他
		自治会・町内会（区長等も含む）による配布（有償）	自治会・町内会（区長等も含む）による配布（無償）		ポスティング（シール材センター）	ポスティング（ポスティング専門業者）	ポスティング（新聞販売店・事業者）	ポスティング（出版・広告代理業）	ポスティング（その他の民間事業者）		
n=26	n=22	n=4	n=3	n=0	n=1	n=1	n=0	n=1	n=4	n=11	
自治会・町内会の負担が大きい	76.9%	(77.3%)	(75.0%)	0.0%	-	(0.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	0.0%	0.0%
配布カバー率の低さ	42.3%	(45.5%)	(25.0%)	33.3%	-	(0.0%)	(0.0%)	-	(100.0%)	100.0%	0.0%
費用・コスト	11.5%	(13.6%)	(0.0%)	33.3%	-	(100.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	25.0%	18.2%
配布に数日を要する	15.4%	(13.6%)	(25.0%)	0.0%	-	(0.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	0.0%	0.0%
職員の事務負担が大きい	26.9%	(27.3%)	(25.0%)	0.0%	-	(0.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	0.0%	45.5%
長期的に業務の受託が可能な依頼先・委託先が無い、少ない	0.0%	(0.0%)	(0.0%)	66.7%	-	(100.0%)	(100.0%)	-	(0.0%)	0.0%	9.1%
その他	11.5%	(13.6%)	(0.0%)	0.0%	-	(0.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	0.0%	45.5%

2-3-13 [今後変更予定の場合] 変更後の主たる配布方法

今後変更予定の団体では、変更後の主たる配布方法として「ポスティング（ポスティング専門業者）」が最も多く 44.4%、次いで「自治会・町内会（区長等を含む）による配布（有償）」の 22.2%が続いたが、「新聞折り込み」を検討している団体は 0.0%であった。

図表 2-3-13 [今後変更予定の場合] 変更後の主たる配布方法



2-3-14 [今後変更予定の場合] 現在の主たる配布方法別の変更後の主たる配布方法

現在の配布方法が「自治会等による配布」又は「新聞折り込み」の団体では、変更予定の配布方法は「ポスティング」が最も多かった。変更予定が「その他」では、「広報作成・編集、印刷、仕分け、配達等を一括して民間業者等への委託を検討」（1団体）との回答があった。

なお、「自治会等による配布」において、現在の主たる配布方法と変更予定の主たる配布方法で同一の場合については、自治会等への配送手段の変更を予定しているものと推測される。

図表 2-3-14 [今後変更予定の場合] 現在の主たる配布方法別の変更後の主たる配布方法

		現在の主たる配布方法											
		自治会等による配布	内訳			ポスティング	内訳					新聞折り込み	その他
			自治会・町内会（区長等も含む）による配布（有償）	自治会・町内会（区長等も含む）による配布（無償）	ポスティング（シルバー人材センター）		ポスティング（ポスティング専門家）	ポスティング（新聞販売店・事業者）	ポスティング（出版・広告代理業）	ポスティング（その他の民間事業者）			
n=6	n=3	n=3	n=1	n=0	n=1	n=0	n=0	n=0	n=1	n=1			
変更予定の主たる配布方法	自治会等による配布	33.3%	(33.3%)	(33.3%)	100.0%	-	(100.0%)	-	-	-	0.0%	0.0%	
	内訳												
	自治会・町内会（区長等も含む）による配布（有償）	(16.7%)	(33.3%)	(0.0%)	(100.0%)	-	(100.0%)	-	-	-	(0.0%)	(0.0%)	
	自治会・町内会（区長等も含む）による配布（無償）	(16.7%)	(0.0%)	(33.3%)	(0.0%)	-	(0.0%)	-	-	-	(0.0%)	(0.0%)	
	ポスティング	50.0%	(66.7%)	(33.3%)	0.0%	-	(0.0%)	-	-	-	100.0%	100.0%	
	内訳												
	ポスティング（シルバー人材センター）	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	-	-	-	(0.0%)	(0.0%)	
	ポスティング（ポスティング専門家）	(33.3%)	(33.3%)	(33.3%)	(0.0%)	-	(0.0%)	-	-	-	(100.0%)	(100.0%)	
	ポスティング（新聞販売店・事業者）	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	-	-	-	(0.0%)	(0.0%)	
	ポスティング（出版・広告代理業）	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	-	-	-	(0.0%)	(0.0%)	
	ポスティング（その他の民間事業者）	(16.7%)	(33.3%)	(0.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	-	-	-	(0.0%)	(0.0%)	
新聞折り込み	0.0%	(0.0%)	(0.0%)	0.0%	-	(0.0%)	-	-	-	0.0%	0.0%		
その他	16.7%	(0.0%)	(33.3%)	0.0%	-	(0.0%)	-	-	-	0.0%	0.0%		
合計	100%	(100%)	(100%)	100%	-	(100%)	-	-	-	100%	100%		

2-3-15 [今後変更予定の場合] 変更後の主たる配布方法別の変更後の補助的な（主たる配布方法以外の）配布方法

現在の主たる配布方法が「自治会等による配布」の場合、「ポスティング」や「施設・店頭への設置」及び「ホームページ・アプリでの閲覧」を実施する傾向がある。

主たる配布方法が「ポスティング」の場合、「施設・店頭への設置」や「ホームページ・アプリでの閲覧」を実施する傾向がある。

図表 2-3-15 [今後変更予定の場合] 変更後の主たる配布方法別の変更後の補助的な（主たる配布方法以外の）配布方法（複数回答可）

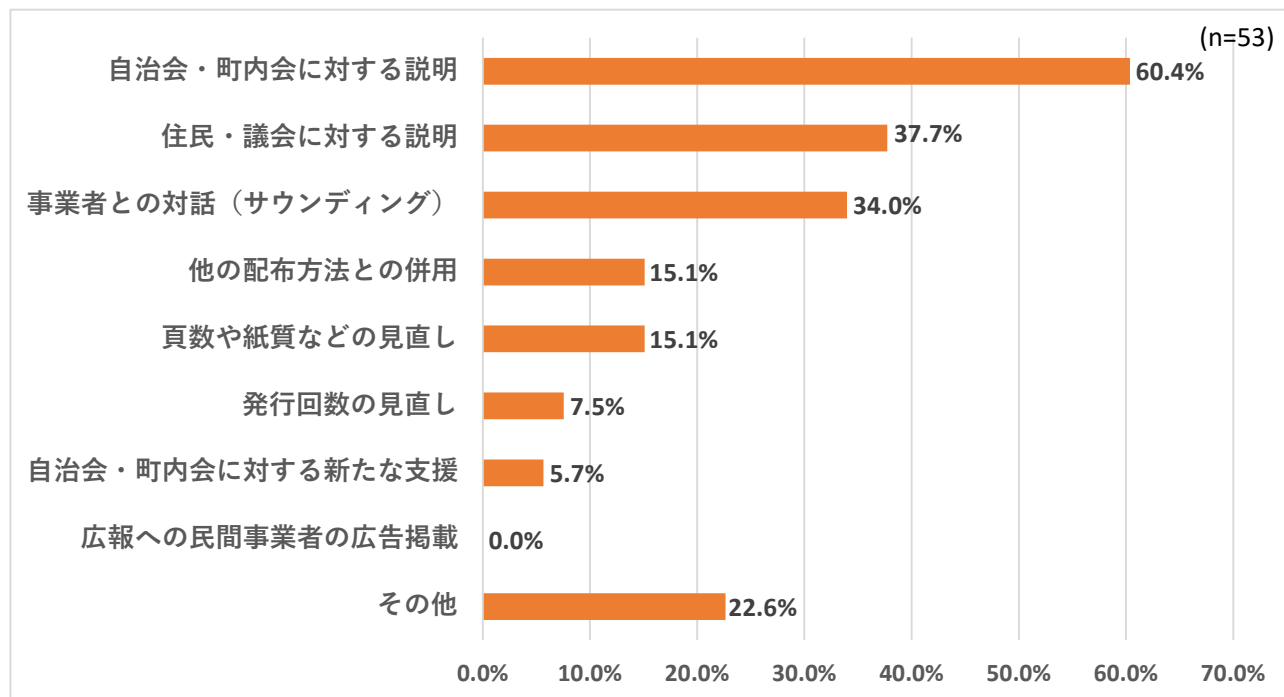
	主たる配布方法											
	自治会等による配布	内訳			ポスティング	内訳					新聞折り込み	その他
		自治会・町内会（区長等も含む）による配布（有償）	自治会・町内会（区長等も含む）による配布（無償）			ポスティング（シルバー人材センター）	ポスティング（ポスティング専門業者）	ポスティング（新聞販売店・事業者）	ポスティング（出版・広告代理業）	ポスティング（その他の民間事業者）		
n=3	n=2	n=1	n=5	n=0	n=4	n=0	n=0	n=1	n=0	n=1		
特に新たな導入予定はない	0.0%	(0.0%)	(0.0%)	20.0%	-	(0.0%)	-	-	(100.0%)	-	0.0%	
自治会・町内会（区長等も含む）による配布（有償）	0.0%	(0.0%)	(0.0%)	0.0%	-	(0.0%)	-	-	(0.0%)	-	0.0%	
自治会・町内会（区長等も含む）による配布（無償）	0.0%	(0.0%)	(0.0%)	0.0%	-	(0.0%)	-	-	(0.0%)	-	0.0%	
ポスティング（シルバー人材センター）	0.0%	(0.0%)	(0.0%)	20.0%	-	(25.0%)	-	-	(0.0%)	-	0.0%	
ポスティング（民間事業者）	33.3%	(50.0%)	(0.0%)	0.0%	-	(0.0%)	-	-	(0.0%)	-	0.0%	
新聞折り込み	0.0%	(0.0%)	(0.0%)	0.0%	-	(0.0%)	-	-	(0.0%)	-	0.0%	
ホームページ・アプリでの閲覧	66.7%	(50.0%)	(100.0%)	60.0%	-	(75.0%)	-	-	(0.0%)	-	0.0%	
公共施設設置（集会所等も含む）	33.3%	(50.0%)	(0.0%)	80.0%	-	(100.0%)	-	-	(0.0%)	-	0.0%	
店頭設置（駅、郵便局、金融機関、コンビニ等を含む）	33.3%	(50.0%)	(0.0%)	60.0%	-	(75.0%)	-	-	(0.0%)	-	0.0%	
個別郵送	66.7%	(50.0%)	(100.0%)	0.0%	-	(0.0%)	-	-	(0.0%)	-	100.0%	
職員による配布	0.0%	(0.0%)	(0.0%)	0.0%	-	(0.0%)	-	-	(0.0%)	-	0.0%	
その他	33.3%	(50.0%)	(0.0%)	0.0%	-	(0.0%)	-	-	(0.0%)	-	0.0%	

2-3-16 配布方法の変更を行うにあたり実施した課題への対処方法

課題への対処方法は、「自治会・町内会に対する説明」が 60.4%と最も多く、次いで「住民・議会に対する説明」が 37.7%、「事業者との対話（サウンディング）」が 34.0%と続いた。

「その他」には、「作成スケジュールの見直し」（3団体）や、「配布回数や折込物の調整・削減」（3団体）等の回答があった。

図表 2-3-16 配布方法の変更を行うにあたり実施した課題への対処方法（複数回答可）



2-3-17 変更後の主たる配布方法別の配布方法の変更を行うにあたり実施した課題への対処方法

変更後の主たる配布方法（変更予定の団体においては変更予定の主たる配布方法とする）別の配布方法の変更を行うにあたり実施した課題への対処方法は以下のとおりである。

現在「自治会等による配布」を実施している団体では、変更にあたり「自治会・町内会に対する説明」を実施した団体が 66.7%と最も多く、次いで「他の方法との併用」33.3%、「発行回数の見直し」及び「頁数や紙質などの見直し」が 25.0%と続いた。

「ポスティング」を実施している団体では、「自治会・町内会に対する説明」が 66.7%と最も多く、次いで「住民・議会に対する説明」が 50.0%、「事業者との対話（サウンディング）」が 46.7%と続いた。

「新聞折り込み」を実施している団体では、「自治会・町内会に対する説明」が 100.0%と最も多く、次いで「住民・議会に対する説明」及び「他の配布方法との併用」が 50.0%と続いた。

図表 2-3-17 変更後の主たる配布方法別の配布方法の変更を行うにあたり実施した課題への対処方法（複数回答可）

	自治会等による配布 n=12	内訳		ポスティング n=30	内訳					新聞折り込み n=2	その他 n=9
		自治会・町内会（区長等も含む）による配布（有償） n=10	自治会・町内会（区長等も含む）による配布（無償） n=2		ポスティング（シルバー人材センター） n=8	ポスティング（ポスティング専門業者） n=13	ポスティング（新聞販売店・事業者） n=5	ポスティング（出版・広告代理業） n=0	ポスティング（その他の民間事業者） n=4		
自治会・町内会に対する新たな支援	16.7%	(20.0%)	(0.0%)	3.3%	(0.0%)	(7.7%)	(0.0%)	-	(0.0%)	0.0%	0.0%
自治会・町内会に対する説明	66.7%	(70.0%)	(50.0%)	66.7%	(75.0%)	(61.5%)	(60.0%)	-	(75.0%)	100.0%	22.2%
住民・議会に対する説明	16.7%	(10.0%)	(50.0%)	50.0%	(37.5%)	(53.8%)	(60.0%)	-	(50.0%)	50.0%	22.2%
発行回数の見直し	25.0%	(20.0%)	(50.0%)	3.3%	(0.0%)	(7.7%)	(0.0%)	-	(0.0%)	0.0%	0.0%
事業者との対話（サウンディング）	8.3%	(10.0%)	(0.0%)	46.7%	(37.5%)	(53.8%)	(40.0%)	-	(50.0%)	0.0%	33.3%
広報への民間事業者の広告掲載	0.0%	(0.0%)	(0.0%)	0.0%	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	0.0%	0.0%
頁数や紙質などの見直し	25.0%	(20.0%)	(50.0%)	13.3%	(0.0%)	(15.4%)	(0.0%)	-	(50.0%)	0.0%	11.1%
他の配布方法との併用	33.3%	(40.0%)	(0.0%)	10.0%	(25.0%)	(7.7%)	(0.0%)	-	(0.0%)	50.0%	0.0%
その他	25.0%	(30.0%)	(0.0%)	20.0%	(12.5%)	(23.1%)	(40.0%)	-	(0.0%)	0.0%	33.3%

2-3-18 自治体類型別の配布方法の変更を行うにあたり実施した課題への対処方法

「中核市・施行時特例市」では、「自治会・町内会に対する説明」、「住民議会に対する説明」「他の配布方法との併用」が100.0%と多い傾向にあった。

「特別区」では、「自治会・町内会に対する説明」、「他の配布方法との併用」がそれぞれ50.0%と多い傾向にあった。

「他市町村」では、「自治会・町内会に対する説明」が60.9%と最も高かった。

図表 2-3-18 自治体類型別の配布方法の変更を行うにあたり実施した課題への対処方法（複数回答可）

	指定都市	中核市・ 施行時特例市	特別区	他市町村
	n=1	n=2	n=4	n=46
自治会・町内会に対する新たな支援	0.0%	50.0%	0.0%	4.3%
自治会・町内会に対する説明	0.0%	100.0%	50.0%	60.9%
住民・議会に対する説明	0.0%	100.0%	25.0%	37.0%
発行回数の見直し	0.0%	0.0%	0.0%	8.7%
事業者との対話（サウンディング）	0.0%	50.0%	25.0%	34.8%
広報への民間事業者の広告掲載	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
頁数や紙質などの見直し	0.0%	50.0%	0.0%	15.2%
他の配布方法との併用	100.0%	50.0%	50.0%	8.7%
その他	0.0%	0.0%	25.0%	23.9%

2-4 配布方法の変更による影響

2-4-1 「変更済みの場合」変更後の主たる配布方法別の配布方法の変更によるメリット

「自治会等による配布」に変更した団体では、「経費負担が減少した」が 55.6%と最も多かった。一方、「担当職員の事務負担が減少した」との回答は 0.0%であった。

「ポスティング」に変更した団体では、「自治会・町内会の負担が減少した」が 64.0%、「配布カバー率が向上した」が 56.0%と半数を超え、「担当職員の事務負担の減少」も 40.0%となった。

「新聞折り込み」に変更した団体では、「自治会・町内会の負担が減少した」が 100.0%と最も多かった。一方、「経費負担が減少した」及び「配布カバー率が向上した」の回答は 0.0%であった。

図表 2-4-1 「変更済みの場合」変更後の主たる配布方法別の配布方法の変更によるメリット（複数回答可）

	自治会等による配布	内訳		ポスティング	内訳					新聞折り込み	その他
		自治会・町内会（区長等も含む）による配布（有償）	自治会・町内会（区長等も含む）による配布（無償）		ポスティング（シルバー人材センター）	ポスティング（ポスティング専門業者）	ポスティング（新聞販売店・事業者）	ポスティング（出版・広告代理業）	ポスティング（その他の民間事業者）		
	n=9	n=8	n=1	n=25	n=8	n=9	n=5	n=0	n=3	n=2	n=8
経費負担が減少した	55.6%	(62.5%)	(0.0%)	16.0%	(12.5%)	(11.1%)	(40.0%)	-	(0.0%)	0.0%	25.0%
自治会・町内会の負担が減少した	33.3%	(25.0%)	(100.0%)	64.0%	(62.5%)	(66.7%)	(60.0%)	-	(66.7%)	100.0%	12.5%
担当職員の事務負担が減少した	0.0%	(0.0%)	(0.0%)	40.0%	(25.0%)	(44.4%)	(40.0%)	-	(66.7%)	50.0%	12.5%
配布にかかる日数が減少した	22.2%	(25.0%)	(0.0%)	12.0%	(12.5%)	(0.0%)	(20.0%)	-	(33.3%)	50.0%	12.5%
配布カバー率が向上した	22.2%	(25.0%)	(0.0%)	56.0%	(75.0%)	(55.6%)	(20.0%)	-	(66.7%)	0.0%	25.0%
その他	33.3%	(37.5%)	(0.0%)	4.0%	(0.0%)	(0.0%)	(20.0%)	-	(0.0%)	0.0%	25.0%

2-4-2 「変更済みの場合」 変更後の主たる配布方法別の配布方法の変更によるデメリット

「自治会等による配布」に変更した団体では、「担当職員の事務負担が増加した」が 33.3%と最も多かった。

「ポスティング」に変更した団体では、「経費負担が増加した」及び「配布に要する日数が増加した」が 44.0%と最も多かった。

「新聞折り込み」に変更した団体では、「経費負担が増加した」が 100.0%と最も多かった。

図表 2-4-2 「変更済みの場合」 変更後の主たる配布方法別の配布方法の変更によるデメリット
(複数回答可)

	自治会等による配布	内訳			ポスティング	内訳					新聞折り込み	その他
		自治会・町内会(区長等も含む)による配布(有償)	自治会・町内会(区長等も含む)による配布(無償)	ポスティング(シールバー人材センター)		ポスティング(ポスティング専門店・事業者)	ポスティング(新聞販売店・事業者)	ポスティング(出版・広告代理業)	ポスティング(その他の民間事業者)			
		n=9	n=8							n=1		
経費負担が増加した	22.2%	(25.0%)	(0.0%)	44.0%	(37.5%)	(33.3%)	(40.0%)	-	(100.0%)	100.0%	37.5%	
自治会・町内会の負担が増加した	11.1%	(12.5%)	(0.0%)	0.0%	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	0.0%	12.5%	
担当職員の事務負担が増加した	33.3%	(37.5%)	(0.0%)	20.0%	(37.5%)	(22.2%)	(0.0%)	-	(0.0%)	0.0%	25.0%	
配布に要する日数が増加した	11.1%	(12.5%)	(0.0%)	44.0%	(37.5%)	(55.6%)	(20.0%)	-	(66.7%)	0.0%	0.0%	
配布カバー率がほぼ変わらない、または減少した	11.1%	(12.5%)	(0.0%)	0.0%	(0.0%)	(0.0%)	(0.0%)	-	(0.0%)	0.0%	0.0%	
その他	22.2%	(25.0%)	(0.0%)	20.0%	(37.5%)	(11.1%)	(20.0%)	-	(0.0%)	0.0%	12.5%	

2-4-3 [今後変更予定の場合] 変更後の主たる配布方法別の配布方法の変更により想定されるメリット

「自治会等による配布」に変更予定の団体では、「自治会・町内会の負担が減少した」が66.7%と最も多かった。一方、「担当職員の事務負担が減少した」との回答は0.0%であった。

「ポスティング」に変更予定の団体では、「配布カバー率が向上した」100%、「自治会・町内会の負担が減少した」が60.0%と半数を超え、「担当職員の事務負担の減少」も40.0%に上った。

図表 2-4-3 [今後変更予定の場合] 変更後の主たる配布方法別の配布方法の変更により想定されるメリット (複数回答可)

	自治会等 による配 布	内訳		ポステ ィン グ	内訳					新聞折り 込み	その他
		自治会・ 町内会 (区長等 も含む) による配 布(有 償)	自治会・ 町内会 (区長等 も含む) による配 布(無 償)		ポステ ィン グ(シ ルバー 人 材セン ター)	ポステ ィン グ(ポ スティ ング専 門業 者)	ポステ ィン グ(新 聞販売 店・事 業 者)	ポステ ィン グ(出 版・広 告 代理業)	ポステ ィン グ(そ 他の民 間事業 者)		
		n=3	n=2		n=1	n=5	n=0	n=4	n=0		
経費負担が減少した	33.3%	(0.0%)	(100.0%)	0.0%	-	(0.0%)	-	-	(0.0%)	-	0.0%
自治会・町内会の負担が減少した	66.7%	(50.0%)	(100.0%)	60.0%	-	(75.0%)	-	-	(0.0%)	-	0.0%
担当職員の事務負担が減少した	0.0%	(0.0%)	(0.0%)	40.0%	-	(25.0%)	-	-	(100.0%)	-	100.0%
配布にかかる日数が減少した	0.0%	(0.0%)	(0.0%)	0.0%	-	(0.0%)	-	-	(0.0%)	-	0.0%
配布カバー率が向上した	0.0%	(0.0%)	(0.0%)	100.0%	-	(100.0%)	-	-	(100.0%)	-	0.0%
その他	33.3%	(50.0%)	(0.0%)	0.0%	-	(0.0%)	-	-	(0.0%)	-	0.0%

2-4-4 [今後変更予定の場合] 変更後の主たる配布方法別の配布方法の変更により想定されるデメリット

「自治会等による配布」に変更した団体では、「経費負担が増加した」、「自治会・町内会の負担が増加した」、「担当職員の事務負担が増加した」、「配布カバー率がほぼ変わらない、または減少した」との意見があった。

「ポスティング」に変更した団体では、「経費負担が増加した」が 100.0%、「配布に要する日数が増加した」が 60.0%となった。

図表 2-4-4 [今後変更予定の場合] 変更後の主たる配布方法別の配布方法の変更により想定されるデメリット（複数回答可）

	自治会等による配布 n=3	内訳		ポスティング n=5	内訳					新聞折り込み n=0	その他 n=1
		自治会・町内会（区長等も含む）による配布（有償） n=2	自治会・町内会（区長等も含む）による配布（無償） n=1		ポスティング（シール・人形・素材センター） n=0	ポスティング（ポスティング専門業者） n=4	ポスティング（新聞販売店・事業者） n=0	ポスティング（出版・広告代理業） n=0	ポスティング（その他の民間事業者） n=1		
		経費負担が増加した	33.3%		(50.0%)	(0.0%)	100.0%	-	(100.0%)		
自治会・町内会の負担が増加した	33.3%	(50.0%)	(0.0%)	0.0%	-	(0.0%)	-	-	(0.0%)	-	0.0%
担当職員の事務負担が増加した	33.3%	(50.0%)	(0.0%)	0.0%	-	(0.0%)	-	-	(0.0%)	-	0.0%
配布に要する日数が増加した	0.0%	(0.0%)	(0.0%)	60.0%	-	(75.0%)	-	-	(0.0%)	-	0.0%
配布カバー率がほぼ変わらない、または減少した	33.3%	(50.0%)	(0.0%)	0.0%	-	(0.0%)	-	-	(0.0%)	-	0.0%
その他	66.7%	(50.0%)	(100.0%)	0.0%	-	(0.0%)	-	-	(0.0%)	-	0.0%

2-5 広報紙に関する意見や問題意識

2-5-1 自治会等による配布

自治会等による配布に関する自由意見には以下のとおりである。

- ・配送業務を委託している町内会等の高齢化により、受託不可能となる案件もあり、今後更に増加することが懸念される。
 - ・自治会・町内会に配布業務をお願いしているが、地域によっては、担い手が不足している。
 - ・広報紙の配布方法について、現在は町内会による配布を基本としているが、町内会の負担軽減と情報伝達のさらなる効率化を目指して今後配布方法を検討したい。
 - ・現在、主な配布方法が町内会による配布となっているが、会員（町内会）の高齢化が進み、配布作業が負担となっている。今後も高齢化が進むと思われるため、配布方法の見直しが必要であると思われる。
 - ・町内会に加入、未加入を問わず配達対象である旨を説明しているが、未加入者への配達が行われず、別途配達の手配を行っている。町内会・自治会が高齢化により配達困難になった場合、ポスティング業者などではかかる経費が倍近くになってしまう。
 - ・現役世代からは、仕事をしている中で配布作業等を行うのが大変だという意見が多い。また、町内会に加入していない世帯にも配布を要請しているが、加入していない世帯に配布するのは、加入者ばかりが大変な思いをしているという意識があり、抵抗感がある人もいる。併せて、町内会に加入していない世帯は地域とのつながりも少ないため、知らないお宅に届けるのは抵抗があるという意見もある。
 - ・広報担当は、住民すべてに情報を届けることを考えるが、町内会に属している町民は未加入者には情報を届ける必要がないという意見があり、そもそもの捉え方の違いを解消できないため、課題解決に二の足を踏む。
 - ・行政区長、町内会により広報紙を配布することによる地域のつながりづくりや高齢者の安否確認など、地域コミュニティで果たす役割は大きく、意義があるものと考えているが、他方、高齢化等により、行政区長、または町内会長やその他の役員による広報誌等の配布が困難であったり、負荷感が大きくなり、地区によっては行政区長報償金より経費を割いて個別配布を実施している町内会もあることから、個別配布についても必要性は感じている。
 - ・毎月発行している広報紙を全戸配布したいと考えているが、自治会による配布をなくすと自治会加入者が減ることが予想されるため、全戸配布を反対する方がいた。また、自治会によっては地域の見回りを兼ねて広報配布をしているとの話もあった。
- さまざまな意見があり、現在の配布方法のまま業務を行っているが、今後も配布方法について検討していきたい。
- ・現在の主な配布方法は、自治会を通じた配布であるが、この方法では自治会に加入している住民にしか配布できないため、自治会未加入者に対しては希望者に配布しており、ダブルスタンダードの状態である、自治会と職員の負担が大きく、配布方法を見直したいという思いはあるものの、配布等に要する経費の増大がネックとなっている。

2-5-2 ポスティングによる配布

ポスティングによる配布に関する自由意見には以下のような回答があった。

- ・本市の広報配布は、3つの民間事業者（シルバー人材センター、新聞販売店、郵便局）及び27の町内会へ委託しており、毎月の支払いや契約手続きが重荷となっている。（町内会配布は要望により廃止できないこと、町内会配布ができない地域は、単価の安いシルバー人材センターに委託しているものの、市内全域をカバーしておらず委託先を絞れない。）
- ・担当者が変わった場合等の配布漏れや配布不要宅への配布により、区へ苦情が寄せられるケースがある。また、高齢者が従事していることもあり、コロナ禍での事業継続に懸念がある。
- ・高齢者雇用の観点から、主たる配布方法として、シルバー人材センターに委託している。月2回発行から月1回発行への変更に伴う冊子の重量化を指摘されることがある。重い冊子になると、手持ち配達に限界がある。
- ・近年の最低賃金上昇と配達単価との整合性が難しい。

- ・新聞折込から区内全戸への配布（ポスティング事業者への委託）に変更した。全戸配布には、担当としては当初、効果に懐疑的な部分があった。しかし、近隣自治体の世論調査結果などから効果が高いことを知り、実施したところ、区民からの反響も好意的なものが多く、広報紙での周知効果は上がったと感じている。
- ・高齢者や若年者の自治会離れ。高齢者は身体が動かないことで自治会を脱会。若年者は、自治会のしがらみを嫌い加入しない。そういった中で、自治会頼みの広報では、情報が行き渡る人が減少する一方で、広報紙等を発行する意味が無くなる。全ての住民が情報を得られる環境に持っていく為、様々な手段を検討する段階にあると感じている。
- ・町会を通じての広報紙配布は、住民のつながりや見守りにも寄与するとの意見がある一方で、特にコロナ禍で行政の正しい情報をすべての市民に等しく伝えてかなければならないとの考えのもと、事業者のポスティングによる広報紙の配布へと変更した。配布方法変更後に、本市で実施する市民意識調査で、市の情報が入手しやすいと答えた市民の割合が増加していることから、一定の成果があったと考えている。

2-5-3 新聞折り込みによる配布

新聞折り込みによる配布に関する自由意見には以下のような回答があった。

- ・新聞折込を主たる広報配布方法としているが、昨今、新聞を購読しない方が増えており、それに伴い個別郵送数が徐々に増加し、費用負担の増につながってきていることが課題と思われる。
- ・新聞折り込みによる配布であれば発行日当日に自宅へ届けることができるが年々折り込み者数は減少傾向であるなど課題がある。また折り込みの代替手段である広報紙の宅配もコスト的な面から課題がある。市民への情報伝達方法についてはHPやSNSも含めて検討をしている。
- ・本町では新聞購読率、自治会加入率ともに、1年ほど前は7～8%であったものが、現在ではどちらも約5%に低下している。スマホなどが普及する中、やみくもに紙媒体の配布率を上げることが必要ではないとも思うが、紙媒体が持つメリットもあるので、なんとかコストを掛けない形で配布率を上げる方法がないかと考えている。

2-5-4 その他の配布方法による配布

その他の配布方法に関する自由意見には以下のような回答があった。

- 【その他の配布方法】**
- ・行政連絡員に急病等の事故があった場合、引継ぎや代替手段の確保が困難。
 - ・駐在員の配布作業量軽減を図るため、配布物の集約化、または削減を考えなければならない。
 - ・ICT活用による情報発信も並行して行っており、紙媒体による全戸配布については将来的には縮小も検討（希望者のみにする、配布回数を減らす等）課題になると感じている。
 - ・行政デジタル化等の流れの中で、紙媒体による住民への配布から、デジタル媒体での閲覧への移行を検討すべき時期に来ているのではないかと。
 - ・令和3年度に実施した市民満足度調査（市民アンケート）の結果、8割の方が自宅に届く広報紙を読んでおり、6割の方が今後も紙媒体の広報紙を配布することを望んでいる状況。デジタル媒体のみに移行するには、まだまだ時間がかかると思われる。

第3章 調査結果を踏まえた考察

3-1 配布方法の現状

3-1-1 主たる配布方法の状況

令和4年8月1日時点の主たる配布方法は、「自治会等による配布」が73.9%、「ポスティング」が12.6%、「新聞折り込み」が6.9%となった。「自治会等による配布」では、有償（48.1%）が無償（25.8%）より約20ポイント多かった。「ポスティング」では、「シルバー人材センター」の活用（6.2%）が最も多く、次いで「ポスティング専門業者」（3.4%）と続いた（図表2-1-4）。

3-1-2 自治体類型別にみた主たる配布方法の状況

自治体類型別にみると、「指定都市」や「特別区」では、「自治会等による配布」の割合が他の自治体類型と比較して低く、「ポスティング」や「新聞折り込み」の活用が多くなる傾向がある（図表2-1-5）。

他の自治体類型では「自治会等による配布」の割合が高くなっており、「中核市・施行時特例市」では56.9%、「他市町村」では76.5%を占めている（図表2-1-5）。

自治会平均加入率は、図表3-1にあるとおり、規模の大きな市町村ほど早期の段階から低い水準にある傾向があり、「自治会等による配布」を主たる方法とすることでは円滑な情報提供が困難になっていたことから、主にこうした自治体において「ポスティング」が「自治会等による配布」に代わる手段として活用されてきていると考えられる（主たる配布方法別の配布カバー率は図表2-1-9のとおり。検討した主たる配布方法については図表2-2-6、[変更済]変更後の主たる配布方法につき図表2-3-11、[変更予定]変更後の主たる配布方法につき図表2-3-14をそれぞれ参照。）。

図表3-1 8区分の10年間の自治会平均加入率の推移

出典：地域コミュニティに関する研究会「地域コミュニティに関する研究会報告書（令和4年4月）」をもとに富士通総研作成

人口	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R01	R02	(R02)-(H22)
指定都市	77.20%	76.60%	75.90%	75.30%	74.60%	74.00%	73.50%	72.80%	72.00%	71.20%	70.30%	-6.90%
50万以上 (指定都市を除く)	64.40%	64.40%	63.90%	63.10%	62.50%	61.70%	61.10%	60.30%	59.40%	58.60%	57.90%	-6.50%
30万以上50万未満	73.60%	73.20%	72.40%	71.80%	71.10%	70.40%	69.70%	68.90%	68.20%	67.30%	66.30%	-7.30%
20万以上30万未満	72.10%	71.90%	71.10%	70.60%	69.70%	69.00%	68.00%	67.20%	66.40%	65.50%	64.50%	-7.60%
10万以上20万未満	70.80%	70.40%	70.10%	69.40%	68.80%	68.10%	67.40%	66.60%	65.80%	64.50%	63.90%	-6.90%
5万以上10万未満	74.00%	73.40%	72.90%	72.10%	71.50%	70.80%	70.10%	69.30%	68.50%	67.60%	66.60%	-7.40%
1万以上5万未満	80.80%	80.40%	79.90%	79.20%	78.60%	77.90%	77.20%	76.50%	75.80%	75.00%	74.20%	-6.60%
1万未満	91.70%	91.50%	91.20%	90.80%	90.50%	90.10%	89.90%	89.70%	89.40%	88.90%	88.60%	-3.10%

3-1-3 配布回数やページ数からみた配布方法の状況

広報紙の配布回数別にみると、配布回数が多くなると「自治会等による配布」の割合は低くなり、「ポスティング」や「新聞折り込み」の割合は高くなっている。特に、「新聞折り込み」は、配布回数の増加に合わせて選択率が大幅に高くなっている（図表2-1-6）。

配布回数の多さは、配布を請け負う自治会等の団体や事業者への負担増加に直結する。この点、

新聞折り込みは、配布業務が毎日の新聞配送業務に組み込まれていることから、「ポスティング」に比較して柔軟に対応できるものと推測される。よって、配布回数が「3回以上」と多い場合も対応可能となり、配布回数が多い団体の「新聞折り込み」選択率が高い理由になっていると考えられる。

また、広報紙のページ数別にみると、「新聞折り込み」はページ数が増えるほど選択される割合が低い傾向がある（図表 2-1-7）。これは新聞に折り込み可能な印刷物のサイズ・厚みに制限があることが影響していると考えられ、配布回数の特徴も踏まえると、「新聞折り込み」を活用する団体は1回当たりのページ数を少なくする分、配布回数を増やすことで情報量を確保していると思われる。

3-2 配布方法の変更の検討の契機

現在、「自治会等による配布」又は「新聞折り込み」による配布を行っている団体では、平成30年度以降に配布方法を全体の約1/4～1/5の団体が「変更を検討したが変更しなかった」、または「変更を検討中」と回答しており、高い傾向にあるといえる（図表 2-1-16）。

3-2-1 「自治会等による配布」の変更の検討の契機

「自治会等による配布」を実施している団体では、検討の契機として「自治会からの要望」及び「市民からの要望」が約40%と高い傾向にある（図表 2-2-2）。

また、検討時に最も重視した観点として、「経費・コスト」と並んで「自治会・町内会の負担」が多く回答されている（図表 2-2-4）。これらは、主たる配布方法別の問題点（図表 2-1-11）において「依頼先・委託先の負担が大きい」が多く回答されていることが示すとおり、年々減少傾向にある自治会加入率や加入者の高齢化による今後の業務継続が不透明な状況を踏まえ、検討されていると考えられる。

3-2-2 「ポスティング」の変更の検討の契機

「ポスティング」を実施している団体では、検討の契機として「広報作成担当部門の提案」との回答が最も多い（図表 2-2-2）が、「ポスティング」の問題点には「長期的に業務の受託が可能な依頼先・委託先が無い、少ない」との回答が他の配布方法よりも多く挙げられている（図表 2-1-11）。このことから、委託先を検討・調整する広報作成担当部門において今後の事業継続の見通しが立たないことが検討の契機となっていると推測される。

3-2-3 「新聞折り込み」の変更の検討の契機

「新聞折り込み」を実施している団体では、検討の契機として「広報作成担当部門の提案」と回答する割合が約60%と、他の契機と比較して高い結果となっている（図表 2-2-2）。

また、検討時に最も重視した観点として、「経費・コスト」に次いで「配布カバー率」が多く回答されている（図表 2-2-4）。この点、「新聞折り込み」については、下表（図表 3-2）のとおり1世帯当たりの新聞発行部数は減少傾向にあり新聞購読世帯の減少が推測され、「配布カバー率の低さ」を問題点として捉えている団体が多く（図表 2-1-11）、広報紙を通じて住民へ公平に情報を伝達する必要があると考えている広報作成担当部門の問題意識により、配布方法の変更が検討されていると考えられる。

図表 3-2 新聞の発行部数と世帯数の推移

出典：日本新聞協会ホームページ

<https://www.pressnet.or.jp/data/circulation/circulation01.php>

	合計	種類別		発行形態別			1世帯 当たり 部数	世帯数
		一般紙	スポーツ紙	セット部数	朝刊単独部数	夕刊単独部数		
2022年	30,846,631	28,694,915	2,151,716	5,928,317	24,400,468	517,846	0.53	58,226,982
2021年	33,027,135	30,657,153	2,369,982	6,484,982	25,914,024	628,129	0.57	57,849,163
2020年	35,091,944	32,454,796	2,637,148	7,252,724	27,064,065	775,155	0.61	57,380,526
2019年	37,811,248	34,877,964	2,933,284	8,422,099	28,554,249	834,900	0.66	56,996,515
2018年	39,901,576	36,823,021	3,078,555	9,025,146	29,993,652	882,778	0.70	56,613,999
2017年	42,128,189	38,763,641	3,364,548	9,700,510	31,487,725	939,954	0.75	56,221,568
2016年	43,276,147	39,821,106	3,455,041	10,413,426	31,889,399	973,322	0.78	55,811,969
2015年	44,246,688	40,691,869	3,554,819	10,874,446	32,365,532	1,006,710	0.80	55,364,197
2014年	45,362,672	41,687,125	3,675,547	11,356,360	32,979,682	1,026,630	0.83	54,952,108
2013年	46,999,468	43,126,352	3,873,116	12,396,510	33,552,159	1,050,799	0.86	54,594,744
2012年	47,777,913	43,723,161	4,054,752	12,876,612	33,827,147	1,074,154	0.88	54,171,475
2011年	48,345,304	44,091,335	4,253,969	13,235,658	33,975,622	1,134,024	0.90	53,549,522
2010年	49,321,840	44,906,720	4,415,120	13,877,495	34,259,015	1,185,330	0.92	53,362,801
2009年	50,352,831	45,659,885	4,692,946	14,727,162	34,399,779	1,225,890	0.95	52,877,802
2008年	51,491,409	46,563,681	4,927,728	15,715,332	34,403,818	1,372,259	0.98	52,324,877
2007年	52,028,671	46,963,136	5,065,535	16,408,728	34,174,558	1,445,385	1.01	51,713,048
2006年	52,310,478	47,056,527	5,253,951	16,789,314	34,047,660	1,473,504	1.02	51,102,005
2005年	52,568,032	47,189,832	5,378,200	17,111,533	33,927,821	1,528,678	1.04	50,382,081
2004年	53,021,564	47,469,987	5,551,577	17,341,993	34,066,442	1,613,129	1.06	49,837,731
2003年	52,874,959	47,282,645	5,592,314	17,464,928	33,781,260	1,628,771	1.07	49,260,791
2002年	53,198,444	47,390,027	5,808,417	17,616,627	33,900,896	1,680,921	1.09	48,637,789
2001年	53,680,753	47,559,052	6,121,701	18,013,395	33,862,600	1,804,758	1.12	48,015,251
2000年	53,708,831	47,401,669	6,307,162	18,187,498	33,702,727	1,818,606	1.13	47,419,905

- 朝夕刊セットを1部として計算
- セット紙を朝・夕刊別に数えた場合は、36,774,948部（2022年10月現在）
- 世帯数は2014年から1月1日現在、13年までは3月31日現在の住民基本台帳による

3-3 変更時に生じる課題及び課題の解決方法

3-3-1 変更を検討する際に最も重視した観点

配布方法の変更を検討する際に最も重視した観点として「経費・コスト」を挙げる団体が32.7%と最も多く、次いで「自治会・町内会の負担」が25.6%、「配布カバー率」が23.7%と続いた（図表 2-2-3）。

「経費・コスト」を最も重視する傾向にあることは、現下の厳しい行財政事情等からして当然の状況ではあるが、各配布方法にかかるコストを考える際には、直接の事業費のみではなく、これに関わる職員の業務負担も様々な側面から織り込んでいくことが肝要であろう。

「自治会・町内会の負担」を重視する背景要因としては、「自治会等による配布」が広報紙の主たる配布方法の7割超を占める現状がありながらも、自治会加入率の低下や加入者の高齢化等が進み（図表 3-1）、今後の業務継続が不透明な状況を反映したものと考えられる。

また、「配布カバー率」については、広報紙がすべての住民に必要な情報を公平に伝達する手段であるとの自治体職員の共通認識から、優先順位の高い課題として挙げられたものと考えられる。

3-3-2 変更時に生じる課題

変更時に生じる課題は、配布方法の問題点による影響が大きいと考えられる。「自治会・町内会（区長等を含む）による配布（有償）」を検討した際の課題としては「自治会・町内会への報償費・委託費等の問題」（44.0%）が多く挙げられた（図表 2-2-7）。また、「ポスティング」又は「新聞折り込み」を検討した際の課題としては、「配布に要する経費負担の増加」がともに最も多く回答されているが、次に多い回答として、「ポスティング」では「配布に数日を要する」や「受託できる事業者がない、少ない」が、「新聞折り込み」では「配布カバー率がほぼ変わらない、または減少」がそれぞれ挙げられており、配布方法別の特徴が表れる結果となった（図表 2-2-9～図表 2-2-14）。

3-3-3 配布方法の変更を行うにあたり実施した課題への対処方法

① 「自治会等による配布」

「自治会・町内会に対する説明」が 66.7%と最も多く、変更を行うにあたり自治会・町内会に対して十分に説明等を行い、理解を得ていったと考えられる（図表 2-3-17）。

次いで「他の配布方法と併用」が約 33.3%、「発行回数の見直し」及び「頁数や紙質などの見直し」が 25.0%と続いている（図表 2-3-17）。

② 「ポスティング」

「ポスティング」に変更した団体では、課題への対処方法として「自治会・町内会に対する説明」が 66.7%と最も多く、次いで「住民・議会に対する説明」又は「事業者との対話（サウンディング）」を実施したとの回答であった（図表 2-3-17）。

③ 「新聞折り込み」

「新聞折り込み」に変更した団体では、課題への対処方法として「自治会・町内会に対する説明」が 100.0%と最も多く、次いで「住民・議会に対する説明」又は「他の方法との併用」を実施したとの回答であった（図表 2-3-17）。

図表 2-1-13 によると、主たる配布方法が「新聞折り込み」の場合に実施している補助的な配布方法として、他の配布方法と比較して「ポスティング」、「ホームページ・アプリでの閲覧」、「公共施設設置」、「店頭設置」を実施する割合が高くなっている。これは、図表 2-1-11 にある「新聞折り込み」の問題点として最も多く挙げられている「配布カバー率の低さ」（52.3%）に対して、配布カバー率を補填するための手段をとっていると考えられる。

3-4 変更による影響

3-4-1 配布方法の変更によるメリット

配布方法の変更によるメリットとして、「自治会等による配布」に変更した団体または変更予

定の団体では、「経費負担の減少」を挙げる団体が他の方法と比較して多い傾向にある（変更後の団体の55.6%、変更予定の団体の33.3%）（図表2-4-1、図表2-4-3）。

「ポスティング」に変更した団体または変更予定の団体では、「自治会・町内会の負担が減少した」が60%以上となり（変更後の団体の64.0%、変更予定の団体の60.0%）、その他「配布カバー率が向上した」を挙げる団体が多かった（変更後の団体の56.0%、変更予定の団体の100.0%）（図表2-4-1、2-4-2）。

「新聞折り込み」に変更した団体では、「自治会・町内会の負担が減少した」が100.0%となり、「配布に係る日数が減少した」が他の配布方法よりも多い傾向があった（変更後の団体の50.0%）（図表2-4-1）。

3-4-2 配布方法の変更によるデメリット

配布方法の変更によるデメリットとして、「自治会等による配布」に変更した団体または変更予定の団体では、「担当職員の事務負担が増加した」を挙げる団体が他の方法と比較して多い傾向にある（変更後の団体の33.3%、変更予定の団体の33.3%）（図表2-4-2、図表2-4-4）。

「ポスティング」に変更した団体または変更予定の団体では、「経費負担が増加した」（変更後の団体の44.0%、変更予定の団体の100.0%）や「配布に要する日数が増加した」（変更後の団体の44.0%、変更予定の団体の60.0%）を挙げる団体が多い傾向にある（図表2-4-2、2-4-4）。

「新聞折り込み」に変更した団体では、「経費負担が増加した」が100.0%となった（図表2-4-2）。

3-5 今後の配布方法の展望

現在、「自治会等による配布」が全体の7割強を占めているが（図表2-1-4）、昨今の自治会加入率の減少の影響から（図表3-1）、今後の事業継続が困難になる団体が表出することは想像に難くない。その場合に代替となる配布方法としては、「ポスティング」又は「新聞折り込み」が検討対象と考えられる（図表2-2-6）。

調査結果においても「ポスティング」を検討する団体が多くみられるが、コストの問題だけでなく、そもそも受託できる事業者を見つけることができない団体も少なくない（図表2-2-9～2-2-13）。市場性を高めるためには、事業者との対話（サウンディング）を実施し、コストや事業者の受託可能な範囲を確認し、場合によっては対象範囲を限定する等の工夫が必要となる。例えば、山間部や過疎地域等の人口密度が少ない地域の場合、「ポスティング」の配布先1件あたりの単価契約では事業者が不利となるため、一部を対象範囲から除外して、除外した地域は郵送等の手段を活用する方法や、他団体と共同して広域での委託を実施する方法が考えられる。

また、これまで配布を担ってきた自治会・町内会の理解も必要不可欠であり、「見守り機能や地域のつながりに対する不安」（図表2-2-7）や「自治会による配布をなくすと自治会加入者が減ることが予想される」（図表2-5-1 自治会等による配布に関する自由意見）といった不安の声に対して、自治会・町内会の配布方法の変更に伴って生じる様々な問題に関して理解を得るための説明会を実施する等、適切に対応する必要がある。

また、配布方法の変更時に生じる影響や課題、検討すべき事項（図表2-2-7～図表2-2-16、図表2-4-1～図表2-4-4）は、変更未経験の団体には想定しきれないこともあり、先行して変更を実施している団体の事例を共有する等の施策が必要だと思われる。

なお、広報紙の印刷や配布に係るコスト、職員の業務量を削減する方策として、一部の自治体ではホームページやアプリなどのデジタル媒体での配付を主たる配布方法として検討していることが見て取れる（図表 2-2-6、2-5-4 その他の配布方法に関する自由意見）。また、こうしたデジタル媒体での配布は、配布にかかるコストの削減に止まらず、ニーズに応じたプッシュ型の情報伝達などに繋げることができるなど、広報それ自体の付加価値を高める効果も期待できるものである。

しかしながら、こうした配布方法の転換への試みは、紙媒体による配布が併せて必要となる過渡期においては、事業費や関係する職員の業務量などの面でコスト増・負担増になる側面があることも否定できない（検討時に発生した課題として図表 2-2-15 参照）。広報紙の配布をはじめとする広報業務のデジタル化を進めるに当たっては、こうした過渡期的における一定のコスト増を現実のものとして受け入れながら、広報目的や訴求対象に応じた効果的な情報提供の形態、それぞれの配布方法のメリット¹を活かしたベストミックスを探るとともに、将来に向けての広報活動のビジョンを提示していくことが併せて求められるものと考えられる。

¹ 紙媒体のメリットとしては、例えば、情報を一覧しやすい点や保管して繰り返し見やすいといった点のほか、真に必要な情報を市民の側からアプローチしなくても（いわば強制的に）届けられるという点も挙げられる。また、デジタル媒体のメリットとしては、例えば、双方向性、即時性といった点のほか、行政サービスとして市民ニーズの分析・把握が容易である点、情報掲載量や発信の回数・時機の制限がない点、いつでもどこでも受信・閲覧可能な点なども挙げられる。

第2編 市区町村における公金債権回収にかかる調査

第1章 業務の概要

1-1 本業務の背景・目的

総務省公共サービス改革推進室は、令和3年度、全国1,741市区町村に対し公金債権回収業務²にかかるアンケートを実施した（市区町村に民間委託の実施状況等に関する調査（令和3年度調査）、以下「令和3年度調査」という。）³。令和3年度調査では、公金債権回収の業務効率化への取組状況に関する質問に対し、回答した市区町村のうち71%において、滞納者に対する相談や生活支援業務（福祉担当部署との連携を含む）が実施されており、また、回答した市区町村のうち26%において、公金債権回収に係る民間委託の活用が実施されているとの結果が出た（複数回答）（前掲令和3年度調査報告書27頁以下）。本調査は、令和3年度調査の結果を踏まえ、公金債権回収の業務効率化の取組及び福祉的観点からの生活支援業務等の取組を行っている市区町村を対象にヒアリングを実施し、調査結果を整理・分析して取組の状況・課題等を明らかにしようとするものである。以下、本業務の背景・目的について記す。

納期限までに完納されず滞納が発生することで生じる公金債権額は増大しており、公金債権の適切な回収は地方自治体の歳入増加に結び付く取組といえる。また、負担の公平性確保の観点からも重要な取組である。多くの団体では債権回収の業務効率化として、「（公金債権回収にかかる）民間委託の活用」、「一部事務組合等、複数の地方自治体による広域連携（共同処理）」、「債権管理部門担当の設置等、組織の一元化」、「各部門債権管理担当間での業務で得たノウハウに関する状況共有の実施」、「条例、要綱、方針、手順書（マニュアル）等の制定による回収ルール明確化」に取り組んでいる（前掲令和3年度調査報告書27頁以下）。

一方、滞納者の中には生活面において様々な問題を抱えるケースがあり、接触機会の一つである公金債権回収の場面において債務者の中から生活困窮者⁴を適切に把握し、必要に応じて生活支援業務に繋げることは重要である。なお、公金債権回収を行う部門にとっても、生活支援・福祉的配慮との連携にはメリットがあるといえる。一つは、法令では一定の要件を満たす滞納者については、徴収緩和が可能である旨を規定しているため、生活困窮者のような長期的に回収が困難な債務者を把握し債権の放棄や徴収の停止など債権管理の対象から外すことで、債権の回収が見込める債務者への回収業務に注力できることである⁵。加えて、生活困窮者が困窮状態から脱却

² 法令上の定義はないが、本調査では、地方公共団体が財産として管理の対象としている金銭債権であって納期限までに完納されず滞納が発生している債権に対して行われる業務のうち、収納により債権の消滅が図られる一連の業務を指す（「地方公共団体の公共サービス改革『公金の債権回収業務』～官民連携に向けて～平成25年3月内閣府公共サービス改革推進室」4頁参照）。

https://www.soumu.go.jp/main_content/000664054.pdf

³ 市区町村における民間委託の実施状況等に関する調査（令和3年度調査）報告書参照。

https://www.soumu.go.jp/main_content/000802827.pdf

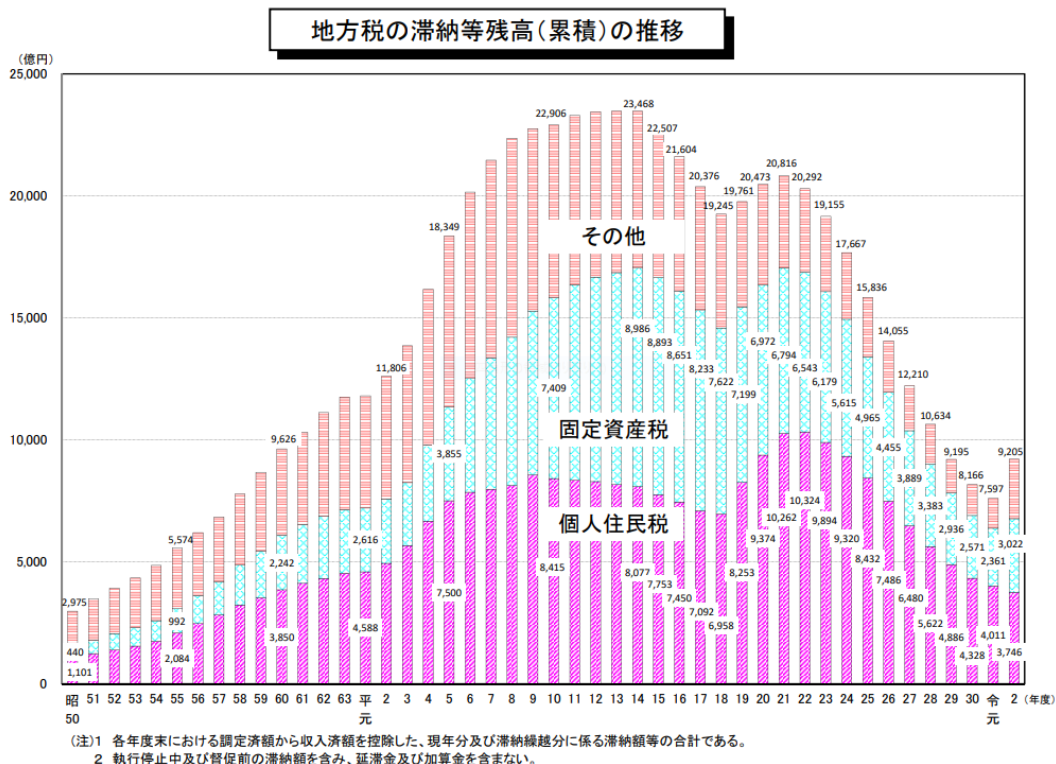
⁴ 生活困窮者自立支援法（平成25年法律第105号）上は、「就労の状況、心身の状況、地域社会との関係性その他の事情により、現に経済的に困窮し、最低限度の生活を維持することができなくなるおそれのある者」（同法第3条第1項）をいう。ただし、本調査では、同法に基づく生活困窮者該当性の公的認定を必ずしも前提とするものではない。

⁵ この点、前掲令和3年度調査報告書39頁以下（図表5-28）（複数回答）によると、滞納者に対する相談や生活支援業務による効果について、「債権管理担当部門間での連携（定期的なコミュニケーション機会の創出等）が強化された」「不納欠損できる債権が整理でき、徴収見込みのある債権を見極められるようになった」との回答が約4割だったとき

することで今後の歳入確保に繋がることも期待し得る⁶。現在のコロナ禍において生活支援・福祉的配慮が必要な住民は増加傾向にあり、それに伴い、近年減少していた地方税の滞納残高は令和2年度に増加に転じており、公金債権回収業務と生活支援や福祉的配慮の実施や連携の必要性が高まっているといえる。

図表 地方税の滞納残高(累積)の推移

出典：総務省ホームページ「地方税収等の状況」



本調査の結果（ヒアリング結果）も踏まえると、前述した業務効率化の取組は、生活支援業務等と連動させることでその業務効率化の取組効果（前述のとおり、回収困難な債務者を把握し債権の放棄や執行の停止など債権管理の対象から外すことで業務量の削減につながり、債権の回収が見込める債務者への回収業務に注力できることなど）が高まると考えられるが、自治体の中には生活支援業務等と他の債権回収における業務効率化の取組がそれぞれ個別の取組として実施され連動による効果が十分に発揮できていない可能性がある。

そこで、本調査は、自治体での債権回収業務における生活支援業務と他の業務効率化の取組の連動の手法や対象自治体の創意工夫を明らかにするとともに、現在生じている課題・問題点を聞き取り解決方法について分析することで、今後地方自治体の債権回収業務における生活支援業務等と他の取組を効果的に連動させるうえで参考となることを目的としている。

れている。また、「その他」の回答としては、生活困窮者の生活支援への効果があった、市民サービスが向上したなどの内容が見られたとされている

⁶ 平成 26 年 3 月地方公共サービス小委員会報告書 9 頁によると、「滞納者の生活再建・自立を図ることによって、将来における福祉コスト・自立支援コストの削減だけでなく、滞納者の担税力・支払能力の回復が図られる」とされている。

1-2 ヒアリング調査の実施概要

調査の実施概要は以下のとおりである。

項目	概要
調査対象団体	令和3年度調査及び本業務で実施した追加アンケート調査結果をふまえ10団体を選定
調査期間	令和4年10月18日～12月9日
調査方法	オンラインにて実施

1-3 ヒアリング調査対象団体の選定

1-3-1 追加アンケート調査の実施

ヒアリング調査対象の選定にあたり、現在の取組状況を詳細に把握するため、令和3年度調査の結果をもとに、債権回収の業務効率化の取組（民間委託、広域連携、組織一元化、情報共有、ルール明確化）の結果、効果があったと回答した自治体の中から、311団体に対して追加アンケート調査を実施した。追加アンケート調査の項目は、各取組（民間委託、広域連携、組織一元化、情報共有、ルール明確化）を契機とした生活困窮者への支援につながる取組の実施の有無、取組内容等の実施状況である。

1-3-2 対象団体の選定

追加アンケート調査およびデスクトップ調査結果をもとに各団体の取組内容を確認し、総務省公共サービス改革推進室との協議の結果、以下の10団体を選定した。

	市区町村名	自治体類型	生活困窮者への支援につながる取組					ヒアリング実施日
			民間委託	広域連携	組織の一元化	情報共有	ルール明文化	
1	A市	中核市	○		○		○	10月18日
2	B市	中核市			○	○	○	10月20日
3	C区	特別区	○		○	○	○	10月21日
4	D市	施行時特例市	○			○	○	10月26日
5	E市	一般市	○		○	○	○	10月26日
6	F市	一般市	○			○		11月4日
7	G市	一般市				○		11月16日
8	H町	町村		○				11月17日
9	I市	一般市		○	○		○	12月2日
10	J市	一般市			○	○	○	12月9日

1-4 ヒアリング調査項目の検討

ヒアリング調査実施では、次のヒアリング調査項目を基本として、各団体の取組内容に合わせて内容を深掘した。

調査項目		聴取の視点	ヒアリング項目（案）
債権回収業務と連携している生活支援業務		・業務や取組内容、実施主体などの 全体像を把握	<ul style="list-style-type: none"> ・ 生活支援業務の実施主体と連携部門 ・ 生活支援業務の内容と類型化（債務整理、生活保護、執行停止、福祉部門との連携等） ・ 回収そのものにおける福祉的配慮（執行停止、減免、分割納付・弁済等）の有無 ・ 連携時の課題
他の業務効率化との連携	②（公金債権回収にかかる）民間委託の活用	・他の 業務効率化との連携の実施方法、効果、課題 を明らかにする	<ul style="list-style-type: none"> ・ 対象となる債権の種類と（債権が限定されている場合は）その理由 ・ 生活支援業務を含めた業務フロー ・ 債権者に接触する部門と債権管理部門・生活支援担当部門の業務の住み分け ・ 事業者と担当部門の状況共有手法 ・ 効果（連携にて対応する債務者の割合等） ・ 事業者に対するインセンティブの実施 ・ 連携の課題とこれまでに行った工夫・取組
	③一部事務組合等、複数の地方自治体による広域連携（共同処理）		<ul style="list-style-type: none"> ・ 対象となる債権の種類と（債権が限定されている場合は）その理由 ・ 移行対象の債権の判断基準 ・ 一部事務組合等と担当部門の状況共有手法 ・ 生活困窮者発覚時の対応 ・ 広域連携による効果（連携にて対応する債務者の割合、職員の負担軽減等） ・ 連携の課題とこれまでに行った工夫・取組
	④債権管理担当部門の設置等、組織の一元化の連携		<ul style="list-style-type: none"> ・ 対象となる債権の種類と（債権が限定されている場合は）その理由 ・ 生活支援業務を含めた業務フロー ・ 移行対象の債権の判断基準 ・ 債権者に接触する部門と債権管理部門・生活支援担当部門の業務の住み分け ・ 管理部門設置の実施主体・設置までの手順 ・ 事業者と担当部門の状況共有手法 ・ 組織一元化による効果 ・ 連携の課題とこれまでに行った工夫・取組
	⑤各部門の債権管理担当間の業務で得たノウハウに関する情報共有の実施		<ul style="list-style-type: none"> ・ 対象となる債権の種類と（債権が限定されている場合は）その理由 ・ 生活支援業務につながる事例の共有の有無 ・ 情報共有の内容と共有手段 ・ 効果 ・ 情報共有の課題とこれまでに行った工夫・取組（同意書の取り付け等）
	⑥条例、要綱、方針、手順書（マニュアル）等の制定による回収ルール明確化		<ul style="list-style-type: none"> ・ 対象となる債権の種類と（債権が限定されている場合は）その理由 ・ 生活支援業務の記載の有無 ・ マニュアル等の作成主体と作成手順 ・ 生活支援に移行する滞納者の明確な基準や審査手順の有無 ・ ルールの活用状況と課題
	⑥専門家の活用		<ul style="list-style-type: none"> ・ 専門家への委託内容 ・ 専門家活用時のインセンティブの有無と内容 ・ 専門家活用の経緯、選定手法 ・ 活用による効果と課題

第2章 調査結果の概要

2-1 調査結果概要

ヒアリング調査結果の概要は以下のとおりである。

	団体名	取組概要
1	A市	<p>○組織一元化 租税、租税以外の強制徴収公債権、非強制徴収公債権および私債権の一元化を実施。納付相談時に生活困窮者であることが判明した場合は本人同意のもと福祉部門へ案内するスキームを構築している。</p> <p>○専門家の活用 非強制徴収公債権および私債権の回収業務を弁護士へ委託。委託業務には債権回収（催告・訴訟/強制執行）だけでなく、生活困窮者への支援（納付相談会への参加や生活福祉部門との連携等）を含む。</p> <p>○納付相談会の実施 年に一度、非強制徴収公債権および私債権の滞納者を対象とした福祉部局及び社会福祉協議会と連携した納付相談会を行っている。参加者全員に福祉相談を行い生活状況の把握を実施することで、生活困窮者の早期発見・早期支援に取り組んでいる。</p>
2	B市	<p>○組織一元化 市税と国民健康保険料の徴収事務を債権回収部門へ一元化。その他の債権の場合は、徴収困難な案件を債権所管課から債権回収部門へ移管する。債権所管課や債権回収部門が滞納者と接触し、生活困窮状態にあることが判明した場合は、生活支援窓口へ案内している。</p> <p>○情報共有 債権管理課題を協議する場として、債権管理を実施している債権所管課の職員にて組織する検討チームを設置している。検討チームによって債権管理の方針やマニュアルを協議することで、債権所管課内部に内容を共有・浸透させる仕組みとしている。</p> <p>○ルール明文化 債権管理の方針にて、債権の種類を問わず実施する取組として「適切な滞納債権の整理」と「滞納者の生活再建に向けた支援」を明記し、生活困窮者への支援について庁内で共通認識をもつことができている。</p>
3	C区	<p>○民間委託の活用 滞納整理の早期着手の観点から、税、国民健康保険料等において民間事業者に運営を委託した電話催告を実施している。電話催告の際、滞納者から支払が難しい等の回答があった場合には、区職員から連絡する旨、説明を行っている。</p> <p>○情報共有・ルール明文化 区が保有する債権について、全庁的な取組により適正な債権管理と徴収の強化を図っていくための連絡、調整等を行うことを目的として債権管理連絡会（債権所管課長から構成）を設置している。</p> <p>○専門家の活用 再三の催告にも関わらず正当な理由もなく納付がない私債権について、弁護士に債権の整理・回収を委任している。その際、対象者が多重債務等の問題を抱えていることが判明した場合は、法テラス等による債務整理を案内する等、債務者の生活再建に向けた対応を実施。また、弁護士を講師とした職員向けの債権管理研修を実施し、職員の基礎的知識の向上を目指している。</p>

	団体名	取組概要
4	D市	<p>○民間委託</p> <p>税および国民健康保険料の滞納者に対し行う電話勧奨を民間委託している。事業者での電話勧奨の際、滞納者から納付相談の希望、または生活困窮であるとの情報を得た場合は、所管課へ連絡するよう伝えると同時に、交渉記録に記載し日報（メール）を所管課へ送付する。債権所管課の納付相談にて滞納者の生活困窮状況を把握した場合には、福祉部門への案内を実施。なお、所管課では福祉部門の案内先を決定できない場合は、庁内に総合窓口があるため判断を仰ぐことができる。</p>
5	E市	<p>○組織の一元化</p> <p>租税以外の強制徴収公債権を債権回収部門へ一元化。また、債権回収部門は全庁の債権を総括する部門として、各課から債権の情報を集約し管理している。ヒアリングや各課からの相談等により困難案件と思われるものについては、サポートし、情報共有しながら一緒に対応している。債権回収部門では納付相談時に聞き取りシートを活用し、生活状況を含めた滞納の原因を詳らかにする。生活支援担当部門への誘導の際は案内シートを活用し、対応する生活支援担当部門への引継ぎを確実にやっている。</p> <p>○情報共有</p> <p>2か月に1回程度、債権回収部門と生活支援部門の担当者による連携会議を実施し、現在の状況の共有や今後の支援内容について協議を行い、滞納者の生活再建を支援。また、債権回収部門では、生活支援実施中は滞納処分の猶予や支払金額の軽減を実施。</p> <p>○ルール明文化</p> <p>条例にて生活困窮を理由とした私債権の放棄を規定。 また、マニュアルを作成し、前述の聞き取りシートや案内シートを全庁で活用できる仕組みとしている。</p>
6	F市	<p>○民間委託</p> <p>職員の業務量の軽減と人件費の削減を目的に、市営住宅の修繕管理だけでなく、収納業務も含めて一括して指定管理事業者へ委託。事業者側で配置している収納担当員が滞納者への納付指導・納付相談対応を行う。直営時から福祉的観点を重視しており、指定管理制度導入後も福祉的観点を重視し、滞納者が生活困窮者であると判断した場合には、生活保護制度の窓口や住居確保給付金等の支援窓口へ案内している。</p> <p>○情報共有</p> <p>年に1回、自立支援法に基づき自立支援連絡協議会を開催している。出席部署は窓口系・債権を持つ課等の10数課である。生活保護未満の生活困窮者の発見は社会福祉課だけでは困難なため、各課が窓口や現場で該当しそうな住民と接触した場合は社会福祉課の方に連絡をもらえるよう、支援事例の紹介や制度説明、情報発信を行っている。</p> <p>○ルール明文化</p> <p>私債権の放棄について、「生活困窮状況にあり資力の回復が困難で債権の弁済ができる見込みがないと認められるとき」を要件として記載。</p>
7	G市	<p>○組織の一元化</p> <p>納税課内に債権回収の係を設置し、庁内の滞納案件の一部の引継が行われている。同係への引継基準の策定や引継案件の選定は、債権所管課長と市民部長で構成される選定委員会により協議・決定される。</p> <p>○情報共有</p> <p>破産手続開始決定通知書が届いた場合、受領した債権所管課以外にも滞納債権が発生している可能性があるため、今後の徴収業務への影響（支払見込みが低い）を鑑み、同係が集約し全庁へ展開。 また、生活自立支援事業を実施する福祉部門では、生活困窮者自立支援法に</p>

	団体名	取組概要
		<p>基づき相談窓口にて庁内連絡カードを相談者本人の同意のもと作成し、相談者が各関係機関に向かう際に携行する。カードには生活状況等の福祉部門の聞き取り情報だけでなく、相談者がどの機関に相談するのか分かるよう記載。加えて、福祉部門は、案内した関係機関に相談者が実際に相談しているか適宜確認を行い、連携の確実性を高めている。</p>
8	H町	<p>○組織の一元化 町税の滞納解消に向け、徴収に特化した部門を設置。税外の強制徴収公債権は、所管課が現年度の督促の発送まで実施し、過年度の滞納になった場合は、同部門に移管し、財産調査・処分を実施。</p> <p>○広域連携 租税債権のうち回収困難な案件を広域市町村圏事務組合内に発足された債権管理機構に移管。機構に移管後、滞納者に対して催告書が送付され、折衝・相談を実施する。機構が滞納者と接触した結果、生活困窮状況にあることが発覚した場合には、町へ個別に連絡がある。徴収部門にて状況を聞き取り、福祉部門に個人を特定できない一般的な情報として共有し、支援策の有無を確認。支援策がある場合には、機構を通じて滞納者に提示する。なお、町側である程度の生活状況は把握した上で機構へ移管しているため、移管後に生活困窮が発覚するケースは多くない。</p> <p>○その他 滞納者が多重債務者であった場合には法テラスや無料弁護士相談会（町の取組で定期的実施）を案内。</p>
9	I市	<p>○組織一元化 市税外滞納債権を債権回収部門に一元化。債権回収部門の徴収職員（専門嘱託職員）は債権回収のノウハウを持つ民間金融機関出身者で構成されている。徴収職員は、また、3か月以上の滞納または複数債権がある滞納者に対して開設する相談窓口にて面談アドバイザーとして参加し、債権管理や家計管理のノウハウを活用して滞納者へ専門的立場から助言し、返済計画の策定を支援している。</p> <p>また、債権回収部門が中心となり、市税外滞納債権の回収に関する検討委員会を実施し、各債権所管課の徴収状況の報告や取組事例を共有。過去の共有事例には、滞納者への訪問督促の際、自宅を確認したところ、生活困窮状態で衰弱している滞納者本人を発見し、福祉部門へ繋げたものもある。</p> <p>○ルール明文化 多重債務のある滞納者への対応として、債務整理等の滞納の解消につながるよう助言する旨を要領に記載。また、債権管理条例にて未納債権を納入する資力、財産等がなく徴収できる見込みがない場合に債権を消滅又は放棄できる旨を規定している。</p> <p>○その他 滞納者と連絡を取る手段の一つとして、SMS（ショートメッセージサービス）を活用している。</p>
10	J市	<p>○組織一元化 庁内の滞納債権のうち、対応困難な案件を移管する債権回収部門が設置されている。債権管理を所管する部署として、全債権所管課を対象にヒアリングを実施し、債権の回収状況の把握に努めている。債権所管課や債権回収部門での納付相談にて、生活での困りごとがあった場合、特に借入金があることが発覚した場合には、市民生活相談部門へ誘導することとしている。</p> <p>○情報共有 市民生活相談部門では、生活困窮者支援事業の利用申込書において庁内外の関係機関との情報共有に関する同意欄を設け、相談者に対し情報共有の同意を得ている。また、この同意により複数の滞納債権を持つ債務者に関する情報を</p>

	団体名	取組概要
		市民生活相談部門と共有している。 ○ルール明文化 債権管理条例施行規則および債権管理マニュアルにて滞納を契機とした生活再建型の支援を行うことが明記されている。 また、債権管理条例には生活困窮を理由として債権放棄ができる旨が規定されており、その判断を十分慎重に行うため、年1回の審査会にて厳正な審査を行っている。審査会の審査員は債権回収に関わる部署だけでなく市民生活相談部門の課長も含めて構成されており、福祉的な観点からも審査を実施している。

2-2 ヒアリング結果の考察

2-2-1 福祉的観点からの滞納解消の糸口

① 滞納を契機とした生活困窮状態にある者の発見

滞納者には、短期的な単なる払い忘れを除くと、支払能力があるにも関わらず支払わない滞納者と、生活困窮状態にあり支払うにも支払えない者がいる。自治体では、対象となる滞納者が前者であった場合は、住民の公平負担の観点および応能応益の原則から強力に債権回収を進めることになる。一方、後者であった場合は、住民の福祉の増進を図るという観点から、住民が自立した生活を送れるよう困窮の要因を突き止め解消に向けた支援を行うことが求められよう。公金債権回収を推し進めるなかで滞納をきっかけに生活困窮状態にある者が発見されるケースもあり、今回ヒアリングした自治体の中では、滞納者との納付相談を通じて福祉部局等を案内する等の取組が見られた。例えば、B市においては、生活自立支援事業の担当部署に来所する相談者の7割が債権所管部署を含む関係部局からの案内を契機としており、生活困窮者の発見に債権所管課が寄与する例と考えられる。

② 滞納者との接触の必要性

滞納者の支払能力・意思や生活状況等の見極めには滞納者自身の情報がベースとなる。税や強制徴収公債権では、財産調査や課税状況の確認を基にした客観的な数字を得ることはできるものの、支払わない状況に至っている理由や、自主的に支払いが可能な金額の検討に必要な実際の生活状況を把握することはできない。また、非強制徴収公債権や私債権においては調査権が無いため、ヒアリングした自治体では、滞納者本人からの情報提供や情報提供に関する本人同意に依拠している事例が見られた。よって、どのような債権であっても、このような滞納者の性質の見極めに必要な情報を得るには、まずは滞納者との接触を図ることが必要となる。

接触を図る方法として、一般的には自治体からの電話や文書による催告・督促、徴収員による自宅訪問があるが、今回のヒアリングによると滞納者により無視されてしまう場合もあるように見受けられる。特に、非強制徴収公債権や私債権は法的手続を経なければ強制執行を行うこともできないうえに、債権所管課にとって債権回収業務は本筋の業務ではないため注力されず文書催告・督促のみとなり、収納未済額が縮減されない問題を抱えている団体もあった。

③ 滞納者との接触機会を増やす取組

滞納者との接触機会を増加させる方法として、一つは「アプローチ方法の変更」がある。今回ヒアリングしたC区では、コールセンターの導入により滞納者への早期の接触と専門事業者による電話回数の増加を図っている。D市も電話勧奨を民間委託した結果、職員の負担軽減のみならず、事業者が必要に応じて滞納者に所管課への連絡を促すことにより、生活困窮者の発見にもつなが

っている。I 市では、滞納者への連絡手段として SMS（ショートメッセージサービス）を活用し、連絡に要する手間を削減するとともに、連絡チャネルを増やすことで連絡を取りやすくしている。また、複数の団体から聞かれた対応方法として「厳正な債権回収」がある。例えば A 市や C 区では、債権回収を委託した弁護士による催告によって滞納者の接触率が向上した。また H 町においては、固定資産の公売や自動車の差し押さえ等を想起させる債権管理機構からの催告によりこれまで無反応であった滞納者からの連絡があるなど、接触率の向上に繋がっている。滞納債権について厳正な回収・処分を実施する自治体であると住民に意識づけることで、滞納者に対する心理的圧迫となり、自治体との接触の機会を増加させていると推測される。

2-2-2 生活困窮者への対応に関する組織の意識統一方策

自治体の債権には様々な種類があり、所管する部署は多岐に渡るため、部署によって債権回収に係るノウハウの取得状況や注力できる人員の状況について差が発生することは避け難い。債権を所管する様々な部署や職員に債権回収を推進させ、かつ回収過程における生活困窮者の支援の取組を併せて展開していくには、職員に対する十分な意識付け・動機付けを行うことが必要となる。

今回のヒアリングでは、その意識統一方策として、条例・マニュアル等による「ルールの明文化」が挙げられた。B 市では、全庁に展開される債権管理の方針を定め、その中で滞納者の生活再建に向けた支援を実施することを明記している。また、職員へ内容を浸透させる仕組みとして、債権管理を実施している債権所管課の職員にて組織する検討チームによって債権管理の方針を協議・検討している。E 市では、債権回収マニュアルに加えて、生活状況を把握するために必要な情報の聞き取りを目的とした債務者への聞き取り用シートや、福祉部門へ案内するために活用するシートを用意することで、債権回収のノウハウが少ない債権所管課であっても取組ができるような仕組みを作っている。

その他の取組としては、「組織一元化」によるリーダーシップが挙げられる。I 市では、一元化によって設置された債権回収部門に民間金融機関出身の徴収職員が配置され、アドバイザーとして滞納者と複数の債権所管課との間に立ち、生活状況の把握や返済計画の策定の調整、福祉部門への相談案内を実施している。J 市では、債権回収部門は全債権所管課の債権回収状況の把握に努めており、必要に応じて生活困窮を理由とした債権放棄への移行を助言している。A 市においては、督促期限到来後のほぼ全ての債権を債権回収部門に一元化し、債権回収部門にて統一的な債権回収及び生活困窮者への支援を実施することで、債権所管課による対応方法の差異が生じない体制としている。

以上のとおり、債権回収過程を通じて生活困窮者への対応を実施していく観点から、規則や制度を作ることに加え、前述した事例のように規則や制度が職員に理解され実際に活用される仕組みづくりや、強力なリーダーシップを発揮する組織の設置を行い、職員の対応や意識を揃える取組も見られた。

2-2-3 債権回収部門と福祉部門の連携強化の取組

債権回収部門と福祉部門は、片や滞納者からの債権の回収、片や生活困窮者への支援の実施を目的としており、体制上も全く別の組織であるため、両部門が連携をとることは容易ではないだろう。実際にヒアリング調査においても、今後の両部門の連携を課題とする団体が複数見られた。

一方で、連携を強化する取組の一つとして情報共有が可能な仕組みづくりを行っている団体も

ある。今回のヒアリングの結果では、滞納や所得に関する情報や生活状況に関する情報は、地方税法や個人情報保護の観点から、部署を超えて共有する際には本人の同意に依拠する団体が多かった。例えば J 市では、市民生活相談部門における生活困窮者支援事業の利用申込書において庁内外の関係機関との情報共有に関する同意欄を設け、相談者に対し情報共有の同意を得ることで、部門間の情報共有を実施している。また、B 市及び G 市では福祉部門にて、連絡用の帳票を本人同意のもと作成し、滞納者が関係機関に向かう際に携行する形式とすることで、部門を超えた正確な情報伝達がなされるだけでなく、相談者本人の同意を得た情報のみを共有することとしている。なお、共有が必要な情報はプライバシーに関わることも多く抵抗感が大きくなることは致し方ないことだが、自治体によっては、半数以上の滞納者が他部署への情報共有に強く抵抗する事例もあった。そこで、弁護士や専門的なノウハウを持った事業者などの活用により、滞納者自身に生活自立支援事業の必要性を自覚させることで、福祉部門へのアクセスがより円滑になるものと考えられる。

その他の工夫に「部門間のコミュニケーションの場の創出」がある。債権管理部門と福祉部門が、滞納者の生活困窮状態からの脱出に向けて足並み揃えた取組を実施するには、情報の共有だけでなく、互いにどのような支援が適切であるか意思疎通を図ることも必要となる。そこで、D 市では滞納者本人の同意を得られた場合に、滞納債権の支払いを含めた家計の見直しについて、滞納者と両部門の担当者の三者で面談を行っている。また、E 市においては、2 か月に 1 回程度、両部門の担当者による連携会議を実施し、現在の状況や今後の支援内容を協議する場を設けている。

以上のとおり、債権回収部門と福祉部門は、債権回収部門が納付相談を通じて滞納者を福祉部局等へ案内することにとどまらず、両部門間で滞納者（相談者）の情報共有を行い、両部局の担当者が支援内容を協議する等により、連携を強化する例も見られた。