

平成28年度行政評価委員会

平成26年度指摘事項への対応状況一覧

平成26年度行政評価委員会 指摘事項への対応状況							資料1-2
NO	局	所管課	施策	指摘対象	指摘事項（平成27年1月）	指摘事項への対応状況（平成28年5月現在）	進捗状況
1	危機管理対策室	危機管理対策課	2-1-1地域防災力を結集した災害対策	・防災普及啓発事業費	働く世代に対する普及啓発の取組を進めること。	平成27年度においては、新たな取組として、出前講座の実施に加えて、企業内研修に出向き、企業防災に関する啓発を実施した（企業内研修/出前講座：6回/40回、140名/1633名）。 平成27年度第3回市民アンケート結果では、「防災関連行事に参加している、もしくは参加したいか」という設問に対し、「参加したことがない、参加したいと思わない」と回答した20代～40代の割合が約46%となっていることから、出前講座や企業の研修会など様々な機会を捉えて、普及啓発に取り組んでいく。	A
2	危機管理対策室	危機管理対策課	2-1-1地域防災力を結集した災害対策	・防災普及啓発事業費	小中学校での普及啓発にあたり、各地域の特徴などを踏まえた取組を進めること。	平成27年度においては、新たな取組として、将来の防災の担い手となる小学生を対象として、地域の特徴などを踏まえた出前授業（4回、225名）を実施した。 更に、各区の災害に関する地域特性（危険性）を取り入れて活用できるように、防災教育教材の充実を図るとともに、小中学生を対象に、親子参加も視野に入れながら、町内会等の近隣地図を活用し、危険箇所や要配慮者の居所などを把握することができる簡易型災害図上訓練（DIG）の実施などについて、担当部局と調整を図っていく。	A
3	危機管理対策室	危機管理対策課	2-1-1地域防災力を結集した災害対策	・防災普及啓発事業費	企業に対し、災害時に従業員が市民として行動できる体制づくりを促すための仕組みの導入など、直接企業に防災活動に貢献してもらうような取組を進めること。	出前講座や企業の研修会など様々な機会を捉えた啓発手法の展開について検討してまいりたい。 また、各地域の企業を取り込んだ防災訓練を企画するなど、企業の参加促進についても、検討してまいりたい。	C
4	危機管理対策室	危機管理対策課	2-1-1地域防災力を結集した災害対策	・防災普及啓発事業費	災害時に市民一人ひとりがどのような行動をとるべきかが地域ごとに明確になるよう、平常時及び災害時における情報提供の仕組みを検証し、改善すること。また、その改善結果を周知すること。	平成27年度は、災害時に市民一人ひとりが取るべき行動等を、広報さっぽろ4月号に綴込のパンフレットを掲載し、日頃から確認し、考えていただくための取組を周知した。更に、市民への情報提供については、新たな提供手法の一つとして、防災アプリを平成29年度を目途に導入するために検討を進めており、導入に際してはホームページや広報さっぽろなどで周知する。 また、携帯電話を持たない方への情報伝達手段として、災害時にスイッチが自動的に入り、避難勧告等の情報を提供できる「防災ラジオ」についても、現在、その効果や課題について先行事例の調査を行っている。 加えて、平成27年度の避難場所運営研修については、避難場所を開設する区職員、教職員のほか、参加対象者を地域住民に拡大したほか、20地域で実施したところである。更に、平成28年度は、実施地域を30地域に拡大するとともに、町内会に加えPTA組織も活用し、今後も地域住民の訓練参加を促進していく。 なお、エリアメール（緊急速報メール）の配信方法については、市民アンケートで意見を聴取し、有識者会議で検証した結果、送信地域を避難勧告対象区や隣接区に限定した場合、外出中や移動中の方が危険な地域に入ってしまう恐れがあるため、現行通りの配信方法を継続することとした。	A

平成26年度行政評価委員会 指摘事項への対応状況							資料1-2
NO	局	所管課	施策	指摘対象	指摘事項（平成27年1月）	指摘事項への対応状況（平成28年5月現在）	進捗状況
5	危機管理対策室	危機管理対策課	2-1-1地域防災力を結集した災害対策	・防災普及啓発事業費	災害時に市が対応できる範囲を明確にし、市民としてどのような備えを行えばよいのか、モデルケースやガイドラインを示し、周知すること。	平成27年度は、出前講座、パンフレット、ラジオ、イベント等に加えて、新たに広報さつぽろ(平成27年4月号)において、家庭内備蓄等普段から注意すべき点や災害時の行動等についての周知が効果的となるよう、モデルケースやガイドラインを示しながら行ったところである。更に、今後は、自助や共助の重要性についても、これらの方法を活用し、周知を図っていく。 加えて、新たな取組として、将来の防災の担い手となる小学生を対象とした出前授業を実施した。 また、授業実施後のアンケート調査では、70%の児童が「授業の内容について、学んだことを家族と話した」と回答した。この結果から、当該授業は児童だけではなく、その家族への波及・普及効果が見込まれるため、継続して実施していく。	A
6	危機管理対策室	危機管理対策課	2-1-1地域防災力を結集した災害対策	・防災普及啓発事業費	パンフレットの内容や配布方法など、災害発生時の市の役割、市民の役割についての情報提供手法を、市民目線に立って見直すこと。	平成27年度においては、新たな取組として、市民がとるべき避難行動を自ら作成し、活用できる個別行動シート等から成るパンフレットを広報さつぽろ4月号(綴込)で全戸配布したところである。 加えて、パンフレットの配布については、各区役所等に配架するだけではなく、市民の手に渡るよう、出前講座、研修やイベントなど様々な機会を捉えて、説明も添えたうえで、直接市民に手渡しするように市民目線に立った見直しを行った。	A
7	危機管理対策室	危機管理対策課	2-1-1地域防災力を結集した災害対策	・避難場所運営実務研修費 ・防災普及啓発事業費	各事業が市民に与えている効果について、複数の定性的・定量的な成果・活動指標を用いて様々な観点から評価を行うこと。	現在、成果指標として用いている「災害に対する備えを行っている家庭の割合」に加え、自助や共助の重要性を周知していく必要があると認識していることから、「住民参加」に重点を置き、平成27年度から新たに住民参加者数を活動指標として設定した。 平成27年度の避難場所運営研修では、実施回(20回、参加人数433名)すべてに地域住民の方々が参加し、地域住民の参加人数は184名に上った。 また、客観的な検証ができるように、研修実施後のアンケートに「避難所運営ゲーム(HUG)は避難所開設・運営をイメージする上で役立つと思うか」という設問を具体的な指標として設定し、評価した上で、効率的・効果的な事業運営を行っている。 そのアンケート結果では、97%の住民参加者が「役に立った」と回答し、高い評価を得ていることから、継続して実施していく。今後も研修受講者数を拡大していくために、PTAを含む地域住民の研修参加者数を段階的に拡大していけるよう、関係部局に働きかけ、調整を図っていく。	A
	市民文化局 (旧:市民まちづくり局)	市民自治推進課	2-1-1地域防災力を結集した災害対策	・地域による防災力強化支援事業		元気なまちづくり支援事業の重点項目の一つとして「地域防災力を高めるまちづくりの推進」を追加し、平成27年度(平成26年度実施報告)より、各区で独自に実施している地域防災関連事業の①年代・テーマ別の集計、②関連地区数(連合町内会・単位町内会・その他)の集計による、定性的、定量的な指標を導入したところ。	A
8	危機管理対策室 市民文化局 (旧:市民まちづくり局)	危機管理対策課 市民自治推進課	2-1-1地域防災力を結集した災害対策	・施策全般(地域防災活動)	連合町内会の訓練が単位町内会に波及しているか確認し、その効果を検証すること。また、検証結果を踏まえてより効果的に事業を進めること。	平成27年度は、連合町内会の訓練が、単位町内会に波及していることを検証する方法について検討した結果、直接単位町内会の意見を聴くことが最適であると認識したことから、今後は、単位町内会との意見交換や関係団体への現状調査を行い、その波及効果を検証する。	C

平成26年度行政評価委員会 指摘事項への対応状況							資料1-2
NO	局	所管課	施策	指摘対象	指摘事項（平成27年1月）	指摘事項への対応状況（平成28年5月現在）	進捗状況
9	危機管理対策室 市民文化局 （旧：市民まちづくり局）	危機管理対策課 市民自治推進課	2-1-1地域防災力を結集した災害対策	・施策全般（防災訓練等への参加）	働く世代の防災訓練等への参加を促すため、訓練等の実施日や実施時期を、より効果的に設定すること。	「防災訓練が平日に開催されることが多い」ため、働いている市民にとっては参加しにくい状況であるとの指摘があった。このため、防災訓練の実施日について調査した結果、現在は、全体の79%が「休日に訓練を実施している」との結果が出たことから、今後は防災訓練等への働く世代の参加割合を調査し、働く世代も参加できる実施時期等についても意向を把握していく。平成27年度は、働く世代の防災訓練等への参加を促すため、出前講座の実施に加えて、企業内研修に出向き、企業防災に関する啓発を実施した。 また、住民と企業が連携して取り組んだ先進事例を紹介していくことにより、全市的に波及させていく。	A
10	危機管理対策室	危機管理対策課	2-1-1地域防災力を結集した災害対策	・施策全般（事業執行）	防災に関する取組について、各部局の取組やその成果を統一的に把握し、より効果的・効率的な事業運営を進めること。	現在、危機管理対策室が災害対策に係る各部局の取組について、マネジメントの役割を果たしながら、関連事業の整理も行うことによって、より効果的・効率的な事業運営を図っている。 また、各部局の災害対策に関する取組状況を総合的に検証するために、5年に1度実施していた災害対策本部訓練を平成27年度から毎年実施することとし、その中で各部局の取組状況やその成果を検証していく。	A
11	危機管理対策室	危機管理対策課	2-1-1地域防災力を結集した災害対策	・施策全般（担い手の育成）	町内会の活動状況に左右されずに防災力を高めていくため、学校のPTAや地域の企業など、当該地域の実情に合わせた新たな地域防災の担い手づくりを進めること。	避難場所運営研修については、職員だけでの実施だったものを、平成27年度からは、避難場所を開設する区職員、教職員、地域住民のほか、対象者を拡大し、PTAIにも参加を働きかけている。 また、中央区においては、災害時に円滑な避難所運営を可能とするため、地域住民、学校（区体育館）、区役所、地域の協力団体や企業による協議の場をつくり、地域住民の継続した自主運営体制づくりを進める取組を行っている。今後は、地域の企業、大学等が実施した防災に関する取組事例等を調査し、中央区の取組を参考にしながら、全市的に波及させていく。	A
12	総務局	広報課	3-3-1 文化芸術や地域ブランドなどを活かした観光魅力づくりの推進	・シティプロモート推進費	国内外から人を呼び込むため、札幌市が持つ観光や産業における優位性や強みを改めて具体的に洗い出すこと。それらの優位性や強みを踏まえて、札幌市の統一的なブランドイメージ作りを進め、効果的に外部に売り込むような取組を行うこと。	「魅力都市さっぽろシティプロモート戦略」において洗い出した優位性や強みを基に、観光や経済部局など、庁内各部局が各々のターゲットに向け、効果的であると思われる魅力資源を掛け合わせながら、迎え入れる市民を含め札幌の様々な魅力資源を味わうことで生まれる「笑顔」を象徴的に表したサッポロスマイルロゴを活用のうえ積極的なPRを行っている。 結果、平成27年度上半期の観光客入込みは、855万8千人と前年度1.3%増（外国人宿泊者数に特化すると、前年度44.3%の大幅増）と、「笑顔になれる街さっぽろ」という統一ブランドイメージの発信による効果が出ているところである。 今後においても、札幌市として、「笑顔になれる街」という統一イメージの浸透を通じて集客を促進していくため、冬季アジア札幌大会等大規模イベントをはじめとした庁内外取組でのサッポロスマイルロゴ活用等を促進していくほか、サッポロスマイルロゴを、市民が来札者へ「おもてなし」を表現する際の「市民の証」として浸透させていくことを検討する等、市内外への周知、浸透を通じ「笑顔」という統一的なブランドイメージ確立に向けた取組を鋭意実施していく。	A

平成26年度行政評価委員会 指摘事項への対応状況							
資料1-2							
NO	局	所管課	施策	指摘対象	指摘事項（平成27年1月）	指摘事項への対応状況（平成28年5月現在）	進捗状況
13	総務局	広報課	3-3-1 文化芸術や地域ブランドなどを活かした観光魅力づくりの推進	・シティプロモート推進費	「サッポロスマイル」の目的や活用方法を、市民や企業に明確に示し、市民向け、観光客向けにそれぞれ効果的なPRを進めること。	主に市民向けには、サッポロスマイルのコンセプトや目的の発信、ロゴの活用を促進するため、広報ラジオや広報さっぽろ等庁内メディアをはじめ、ウェブ、地域情報誌、街中でのオブジェ、パネル掲出、市電等公共交通での掲出などあらゆる媒体を用いて、市民、企業に向け発信を行った。 また、効果的に発信するため、拡散力の高い札幌市ゆかりのキャラクターである「ジンギスカンのジンくん」をサッポロスマイルPR大使に任命のうえ、発信する層を広げたほか、ロゴグッズによる能動的な拡散を実現するため、コラボレーショングッズを開発、市内各所で販売している。 観光客向けには、オータムフェストや雪まつりなど多数の観光客が訪れる期間を捉え、ロゴ及びコンセプトの発信を官民連携の中実施。また、観光客のロゴグッズ持ち帰りによる継続的な本市の魅力発信のため、グッズ商用利用（特にお土産品）の促進展開を実施し、トートバッグなどの販売等商用利用が進んでいる。 それらの取組によりロゴマークの市民認知度が約50%となったとともに、「サッポロスマイルパートナーズ」の登録数が270団体を超えるなど取組の成果が表れてきている。 今後においても、庁内や「サッポロスマイルパートナーズ」、市内イベント等との連携、スマイルウェブや広報部で有している各種媒体を用いながら、ロゴを通じて「笑顔になれる街」というコンセプトを市民、観光客に意識づける取組を継続して実施するとともに、特に観光客へのPRに効果的なグッズ販売への働きかけに注力していく。	A
14	総務局	広報課	3-3-1 文化芸術や地域ブランドなどを活かした観光魅力づくりの推進	・シティプロモート推進費	市内企業（特に中小企業）へ「サッポロスマイル」のロゴの周知を強化するため、事業目標を明確化すること。その上で、事業目標に沿った指標を設定して事業の評価を行うこと。	より多くの「サッポロスマイルパートナーズ」会員による能動的な取組により市全体でシティプロモーションを展開していくことを目標に、平成27年度から指標を「登録数」と定め、数多くの企業、店舗が加盟している団体へのパートナーズ登録の働きかけを積極的に実施したほか、雪まつり時期に合わせ市内ホテルとの連携によりコースターを配布する等、事業を通じてロゴ、コンセプト周知、「パートナーズ」への登録呼びかけを行い、輪を広げていく展開を実施。結果、平成27年度は、団体数を約120伸ばし、278団体となり、当該年度事業定量目標である250を上回ったところである。 今後においては、まずは本市の魅力である「食」を提供し、かつ市民、来札者と多く接する「飲食店」に積極的な働きかけを行うなど、登録数増加に向けての取組を継続的に実施し輪を広げていくとともに、市HPでのパートナーズの取組紹介やパートナーズ間の交流事業等の検討など、登録団体のメリット向上や能動的な取組促進を図ることのできる事業を実施していく。	A

平成26年度行政評価委員会 指摘事項への対応状況							資料1-2
NO	局	所管課	施策	指摘対象	指摘事項（平成27年1月）	指摘事項への対応状況（平成28年5月現在）	進捗状況
15	経済観光局 （旧：総務局）	観光・MICE推進課 （旧：交流課）	3-3-1 文化芸術や地域ブランドなどを活かした観光魅力づくりの推進	・「ミュンヘン・クリスマス市in Sapporo」開催費負担金	国際交流の振興という、ミュンヘン・クリスマス市の本来目的の達成度を測るための指標を設定し、その効果の測定を行ったうえで事業の評価を行うこと。	ミュンヘン・クリスマス市において、市民参加型のイベントの数を増やすことで、開催目的の一つである「市民の国際理解の促進」の達成に寄与できると考え、達成度を示す指標を、異文化理解促進イベントの実施数に設定した。 平成26年は46回の実施であったが、平成27年は92回と倍増して実施し、これまで以上に多くの方々に異文化にふれていただく機会を提供することができた。	A
16	経済観光局 （旧：総務局）	観光・MICE推進課 （旧：交流課）	3-3-1 文化芸術や地域ブランドなどを活かした観光魅力づくりの推進	・「ミュンヘン・クリスマス市in Sapporo」開催費負担金	札幌市で行うミュンヘン・クリスマス市のように、ミュンヘン市において札幌市をPRする取組について検討すること。	平成27年7月にミュンヘン市で開催された「ミュンヘン・日本祭り」において、在ミュンヘン日本国総領事館の出展ブースの中で、札幌市をPRするポスター掲出やパンフレットの配架を実施。来場した2万人の方々に、札幌市を知ってもらうきっかけとした。	A
17	経済観光局 （旧：総務局）	観光・MICE推進課 （旧：交流課）	3-3-1 文化芸術や地域ブランドなどを活かした観光魅力づくりの推進	・「ミュンヘン・クリスマス市in Sapporo」開催費負担金	各イベントについて、来場者の増加だけではなく、本来の事業目的に沿った、イベントの質的な向上を図るとともに、本来の事業目的の達成度を示すことができるような新たな指標の設定を行うこと。	ミュンヘン・クリスマス市において、新たな市民参加型のイベントの数を増やすことで、来場者が異文化に触れることができる機会を充実させることができると考え、平成26年の46回の実施から、平成27年は92回と倍増して実施。 平成27年度は、海外出店者が自国のクリスマスについて紹介する「世界のまちのクリスマス」や、ドイツの文化紹介と子どもたちへのおやつプレゼントを行う「ニコラウスに会いに行こう」など、新たに8つのイベントを実施した。 達成度を示す指標についても、市民参加型の異文化理解促進イベント実施数に設定した。	A
	経済観光局 （旧：総務局）	観光・MICE推進課 （旧：観光企画課）	3-3-1 文化芸術や地域ブランドなどを活かした観光魅力づくりの推進	・さっぽろ雪まつり事業費 ・さっぽろ雪まつり魅力アップ事業費		雪まつりの開催目的にある「観光振興とより豊かで健康な市民生活の創造に資する」ため、これまでもプロジェクションマッピングやアート大雪像といった雪まつりの魅力アップ事業を実施してきた。これまでの取組に加え平成27年度においては、つどーむ会場の開催期間を7日間延長し、より多くの観光客の取込と市民利用の促進を図ったところである。 また、旅行者のニーズを把握するため、旅行会社やマスコミ関係者に雪まつりを体験してもらい、改善のための意見等を聴取し、次回雪まつりでの取組に活かすことで質的な向上を図ることとしている。 雪まつりの達成度を示す新たな指標としては、経済効果調査による経済波及効果があり、これについては、前回調査に続く定期的な調査実施に向けて次回の調査時期の検討を継続している。	C
	市民文化局 （旧：観光文化局）	文化振興課 （旧：市民文化課）	3-3-1 文化芸術や地域ブランドなどを活かした観光魅力づくりの推進	・サッポロ・シティ・ジャズ事業費 ・500m美術館運営費		【サッポロ・シティ・ジャズ】 公募によるプロ・アマチュアのミュージシャンが市内各所で演奏を行うパークジャズライブを拡充し、より多くの方に参加していただくことで、音楽文化の振興や魅力あるまちづくりに寄与する。 また、来場者アンケートにおいて、新たに満足度の調査を行い、事業内容の検討に活用している。 【500m美術館】 札幌の文化芸術の国内外への発信や、市民が様々な芸術作品に触れる機会を創出するため、年間を通じた企画展を実施している。加えて、今年度については、現場の歩行量調査および来場者アンケートを実施し、新たに来場者の傾向や企画に期待されていることなどを調査したところ。こうした調査を継続的に実施するとともに、調査結果を企画展に反映させながら、来場者の満足度の一層の向上を果たしていく。	B

平成26年度行政評価委員会 指摘事項への対応状況							資料1-2
NO	局	所管課	施策	指摘対象	指摘事項（平成27年1月）	指摘事項への対応状況（平成28年5月現在）	進捗状況
18	経済観光局 （旧：観光文化局）	観光・MICE推進課 （旧：観光企画課）	3-3-1 文化芸術や地域ブランドなどを活かした観光魅力づくりの推進	・施策全般 （公的関与）	大通公園等で開催される各イベントの実情を踏まえ、民間の関与をより強めるなど、公的関与のあり方を見直すこと。	これまでも、各イベント実行委員会は民間事業者を主体に運営しており、民間協賛金の増加など民間の関与を高める取組を行ってきたが、さらに平成27年度においては、「さっぽろオータムフェスト」で会場を管理する民間事業者からの協賛金を新たに設けるなど、より民間資金を活用した運営となるような取組を行った。 また、平成28年度については、「ミュンヘン・クリスマス市」と「さっぽろホワイトイルミネーション」との一体的な開催に向けた検討を進めているところであり、その中でさらなる民間の関与が可能か引き続き検討していく。	A
19	市民文化局 （旧：観光文化局）	文化振興課 （旧：市民文化課）	5-2-1 市民が多彩な文化芸術に親しむとともに、自ら作り上げる文化活動の振興	・博物館建設構想推進事業費 ・次世代型博物館計画策定事業費	博物館の検討にあたっては、単なる展示を行う場ではなく、創造都市を標榜する札幌市として、創造性という観点を踏まえた博物館づくりを行うことができるような体制を構築するとともに、観光施設としても位置付けられるような博物館を目指すこと。また、博物館を設置する場合には、既存施設の活用や施設の集約化などにより、費用の縮減を図ること。	札幌博物館整備については、指摘事項を踏まえつつ、（仮称）札幌博物館基本計画に基づき、展示や事業活動についての詳細計画の検討に着手しており（策定は29年度を予定）、博物館に精通する民間事業者に検討に係る業務を委託し、その知見を活用することを予定している。また、今後博物館学の専門家以外の分野の者からの意見聴取等も視野に入れていく。博物館の設置場所としては、都心のまちづくりに係る全市的な協議の中で、他の公共施設等との複合化も含め検討を継続している。	B
20	まちづくり政策局 （旧：市民まちづくり局）	地域計画課	3-4-2魅力あふれる都市のまちづくり	・都市景観事業費	他部局を含めた都市景観に関する市の取組の成果や市が目指す景観の理想像を市民に具体的に示し、広く周知を図ること。	平成28年3月末に、新たな景観計画（案）を確定させた。平成29年度に、条例の改正と合わせて、必要に応じて修正のうえ、計画を策定する予定。この景観計画（案）において、指摘事項についても以下のとおり対応している。 まず、これまでの取組の成果については、それぞれの具体の取組について、現状と課題を整理し、今後の取組の基本的考え方を示している。 次に、景観の理想像については、景観形成の理念・目標・基本姿勢を明確に掲げるとともに、全市的視点や地域的視点から、景観形成の方針を定めている。具体的には、理念を「北の自然・都市・人が輝きを織りなす美しい札幌の景観を創り上げる」とし、それに基づき3つの目標と6つの基本姿勢を定めている。また、例えば、「四季が明瞭な気候特性を生かし、四季の変化が感じられる景観形成を図ります。」など、全市的視点は「自然」「都市」「人（暮らし）」の観点から、地域的視点は景観計画重点区域など特定の地区の特性を踏まえ、景観形成の方針を示している。 また、取組の柱の一つとして普及啓発を掲げ、多様で効果的な情報発信により、広く周知を図ることとしている。具体的には、「わかりやすく多様な情報発信」として、情報の受け手（事業者、一般の市民、取組を行う市民などに分類）の関心等に応じた情報発信を行うほか、「多様な情報発信ツールの活用」として、多様なツール（冊子、ホームページ、ソーシャルメディアなど）を適時適切に活用することとしている。	B

平成26年度行政評価委員会 指摘事項への対応状況							資料1-2
NO	局	所管課	施策	指摘対象	指摘事項（平成27年1月）	指摘事項への対応状況（平成28年5月現在）	進捗状況
21	まちづくり政策局 （旧：市民まちづくり局）	地域計画課	3-4-2魅力あふれる都市のまちづくり	・都市景観事業費	都市景観の取組については、可能な限り定量的な指標を設定し、事業の評価を行うこと。	景観は、対象物との距離や見る角度、視点の移動の有無などの空間的要因、季節や時間帯などの時間的要因、好みや価値観など心理的要因などにより、見え方に変化が生じるものであることから、定量的な指標を設定することは、難しいものであると認識しているが、新たな景観計画（案）の進行管理の項目において、活動指標及び成果指標の考え方を位置付けた。そのうち、活動指標については、取組を「短期的な取組」と「中・長期的な取組」に整理したロードマップ（行程表）上に位置づけた各取組の実施状況を指標とし、進行管理を行うこととしている。また、成果指標については、例えば、「札幌の景観に対する市民の評価」などが考えられるが、現時点で十分なデータ等の蓄積がないことから、今後、定期的なアンケート調査を行うことなどを通じ、順次、取組を行っていく。	B
22	まちづくり政策局 （旧：市民まちづくり局）	都心まちづくり課	3-4-2魅力あふれる都市のまちづくり	・都心エリアマネジメント推進費	札幌の都心が今後どのように変わっていくのか、未来のあるべき姿やその目指すところを、キーワード化やビジュアル化などにより市民にわかりやすく示し、都心のまちづくりに対する市民理解の向上に努めること。	札幌を取り巻く社会情勢の変化や厳しさを増す都市間競争に対応するため、平成14年策定の都心まちづくり計画を見直し、このたび平成28年5月に「第2次都心まちづくり計画」を策定・公表した。 同計画においては、都心を取り巻く環境、都心の役割を踏まえた都心まちづくりの目標を示すとともに、図表等多用しながらできるだけ市民に分かりやすい計画のつくりとした。 また、計画の内容を簡潔にまとめた「概要版」も作成しており、今後は、この概要版も積極的に活用しながら、出前講座等の説明会の機会を通して、市民理解の向上に努めていく。	A
23	まちづくり政策局 （旧：市民まちづくり局）	都心まちづくり課	3-4-2魅力あふれる都市のまちづくり	・大通交流拠点まちづくり推進費 ・創世交流拠点まちづくり推進費 ・都心まちづくり戦略事業化推進費 ・都心エリアマネジメント推進費 ・南一条まちづくり事業化検討費	地理的な連関性ということだけではなく、まちづくりの計画と各事業との質的連関性を整理し、市民に対して示すこと。	第2次都心まちづくり計画においては、都心まちづくりの目標とその実現に向けた「戦略」を定めるとともに、これと並行して、「戦略」を軸・拠点・ターゲットエリアという具体的な地域に落とし込んだ「空間形成指針」を定め、質的連関性の観点から取組の連鎖・連携による都心空間の成長を図っていくこととしている。 また、計画の推進に当たっては、上記の「戦略」に基づき、直近5年間で取り組むべき事業をまとめた「展開プログラム」を作成、公表したところであり、今後は「展開プログラム」の推進により、「戦略」の実現に向けた着実な取組を進めていく。	B
		都市交通課		・札幌駅前地下広場維持管理費			

平成26年度行政評価委員会 指摘事項への対応状況							資料1-2
NO	局	所管課	施策	指摘対象	指摘事項（平成27年1月）	指摘事項への対応状況（平成28年5月現在）	進捗状況
24	まちづくり政策局 （旧：市民まちづくり局）	都心まちづくり課	3-4-2魅力あふれる都市のまちづくり	・大通交流拠点まちづくり推進費 ・創世交流拠点まちづくり推進費 ・都心まちづくり戦略事業化推進費 ・都心エリアマネジメント推進費 ・南一条まちづくり事業化検討費	都心部の各事業について、設備や景観、案内表示など相互関連性の観点から一体的に考え、整備を進めること。	第2次都心まちづくり計画においては、都心まちづくりの目標として、札幌を象徴する景観を備えた都市空間を創出していくことを盛り込んでおり、その実現にあたっては、景観計画等の関連計画と連携・整合を図りながら取り組んでいくこととしている。なお、新たな景観計画（案）では、都心における「景観形成の方針」を「世界に向けて都心の魅力を発信する優れた景観形成」などと定めている。 今後、第2次都心まちづくり計画に基づいて具体的な取組が開始されることから、駅前通（にぎわいの軸）において、札幌市の目抜き通りとして都心の活力、にぎわいを感じる機能・空間を誘導し、大通（はぐくみの軸）において、沿道空間と一体となった中核的なパブリックスペースとしての大通の実現を目指すなど、民間との協力のもと、都市機能向上を目指した統一感のある整備を進めていきたい。	B
		都市交通課		・札幌駅前地下広場維持管理費			
		地域計画課		・都市景観事業費			
25	市民文化局 （旧：市民まちづくり局） まちづくり政策局 （旧：市民まちづくり局） <u>都市局</u>	区政課 地域計画課 <u>建築安全推進課</u>	3-4-2魅力あふれる都市のまちづくり	・施策全般 （空き家等対策）	今後、札幌市内でもより大きな課題となることが想定される空き家や空きビルの景観上、治安上等の問題について、部局横断的な取組を進めること。	平成27年5月の「空家等対策の推進に関する特別措置法」の全面施行に伴い、景観上、防犯上の問題のみならず、建物の倒壊や放火、ごみの散乱など様々な問題がある空き家問題に対し、庁内横断的に対応するための体制を整備した。具体的には、市民からの相談に対し建築指導部が最初の受付窓口となり、問題に応じて各所管部局に伝え、調査・指導を行う。さらに、他の部局の判定結果や対応内容などを把握できるように、各所管部局間で情報の共有が可能な空家データベースを整備した。また、平成28年3月に、総合的な空家等対策による良好な地域環境の実現を目標とする「札幌市空家等対策計画」を策定し、不適切管理の空家等の解消のほか、空家等の発生抑制や流通・活用の促進についても、庁内外における多様な連携体制を構築し、相互に協力しながら進めていくこととしている。	A
26	まちづくり政策局 （旧：市民まちづくり局）	都心まちづくり課	3-4-2魅力あふれる都市のまちづくり	・施策全般 （都心空間整備の統括調整機能）	各拠点等の空間の整備にあたり、空間相互の関連性を高められるよう、総合的な統括調整を行うことのできる具体的な仕組みづくりを行うこと。	第2次都心まちづくり計画においては、地区ごとのエリアマネジメントをしっかりと推進することに加え、都心まちづくりの戦略の共有化や情報・課題の共有を図り、都心の一体的なマネジメントを推進するため、市や商工会議所、市民・NPOなど都心のまちづくりの関係主体からなるプラットフォームを組成し、札幌都心の重層的エリアマネジメントの仕組みを構築することとしている。	B

平成26年度行政評価委員会 指摘事項への対応状況							資料1-2
NO	局	所管課	施策	指摘対象	指摘事項（平成27年1月）	指摘事項への対応状況（平成28年5月現在）	進捗状況
27	まちづくり政策局 （旧：市民まちづくり局）	都心まちづくり課	3-4-2魅力あふれる都市のまちづくり	・施策全般 （都心の賑わいづくり）	なぜ都心に賑わいを生み出す必要があるのか、その成果が市民の暮らしや札幌の発展にどのようなメリットをもたらすのか、ビジョン（未来像）を明確に示すこと。	第2次都心まちづくり計画においては、「国内外から活力・投資を呼び込む札幌都心ブランドの確立」「魅力的な都心のライフスタイル・ワークスタイルの実現」を都心まちづくりの2つの目標に位置付けている。賑わいが溢れる都心のまちづくりを進めることで、多様な人々による知的な交流が促進され、新たな価値・魅力・活力を創造するまちの実現などを図り、もって、北海道・札幌をけん引する経済成長を実現していくことを目指している。	A
28	まちづくり政策局 （旧：市民まちづくり局）	都心まちづくり課	3-4-2魅力あふれる都市のまちづくり	・施策全般 （都心の空間整備の考え方）	各拠点等の空間の整備にあたっては、空間相互の連関性を高められるよう、全体の考え方や方針を札幌市が主体的に決定し、示すこと。そして、その方針に基づいて都心のまちづくりを進めること。	第2次都心まちづくり計画においては、都心まちづくりの目標を実現するため、骨格軸、交流拠点、ターゲットエリアといった主要な要素について空間形成指針を定めた上で、各エリアにおける取組を相互に連携して進め、都心空間の持続的成長・強化につなげていくこととしている。 特に4つの骨格軸が通り、札幌駅交流拠点、大通・創世交流拠点を含むエリアは、北海道・札幌の顔であり、高機能オフィス等の集積が進むビジネスの中心地といった地域特性を踏まえ、これを「都心強化先導エリア」として位置づけ、都心まちづくりの目標を先導的に具現化するエリアとして一体的に都市空間・都市機能の誘導・形成を図っていく。今後はエリアマネジメントの取組を通じて、これら都心のまちづくりを推進していく。	B
29	まちづくり政策局 （旧：市民まちづくり局）	都心まちづくり課 都市交通課	3-4-2魅力あふれる都市のまちづくり	・施策全般 （都心のバリアフリー化）	地下歩行空間も含めた都心部の設備や案内表示等について、高齢者、障がい者、子供連れや妊婦などにとって利用しやすいものになっているか検証を行い、よりよい空間づくりを進めること。	平成27年度は、「新・札幌市バリアフリー基本構想」に基づき、各施設管理者が都心の歩道バリアフリー化などの事業計画を策定し、「第2次都心まちづくり計画」の策定に当たっては、歩行者を中心とした交通環境の形成に向けて議論や検証を行い、地下歩行空間ネットワークの拡充や乗継施設や路面電車停留場のバリアフリー化等を進めることとした。 また、平成27年度には、大通交流拠点では休憩や待ち合わせができる地下広場の整備を進め、地下鉄では階段のノンスリップ対応や車内車いすスペースの確保、さらにはSOS通報ボタンの点字表示を進めるなど、高齢者や障がい者、子供連れや妊婦など誰もが安心して安全に利用できる環境づくりを進めてきたところである。	A
30	まちづくり政策局 （旧：市民まちづくり局）	都心まちづくり課 都市交通課	3-4-2魅力あふれる都市のまちづくり	・施策全般 （都心部の回遊性）	都心部の回遊性を高めるため、都心部における交通環境の充実について検討すること。	「第2次都心まちづくり計画」の策定過程において、人と環境を重視した都心交通環境の創出に向けて議論や検討を進め、誰もが都心にアクセスできる利便性の高い交通ネットワークの充実を図るとともに、快適に過ごせる人を中心とした回遊環境の整備を進めることを戦略推進のための施策として位置付けた。 具体的には、平成27年度にすすきの～大通で路面電車ループ化事業が完了し、西5丁目線での自転車通行空間創出に係る社会実験の実施や駐輪場の整備を進めるなど、都心部の回遊性向上に向けた取組を進めてきた。 今後も引き続き、歩道のバリアフリー化や自転車の利用環境の改善、また、地元と連携した社会実験などを通じて、都心部の回遊性向上に努めてまいりたい。	A