

札幌市行政評価委員会 (外部評価ヒアリング③)

評価対象：施策「5-1-1 市民自治の実践による地域づくりの支援」及び
施策「5-1-2 市民の主体的な活動推進のための環境づくり」に関連する10事業

会 議 録

平成24年8月22日（水）午後2時30分開会
市役所本庁舎 18階 第3常任委員会会議室

1. 開 会

○吉見委員長 それでは、定刻になりましたので、札幌市行政評価委員会のヒアリングを始めたいと思います。

本日は、施策、市民自治の実践による地域づくりの支援及び市民の主体的な活動推進のための環境づくりの二つの施策に関する事業についてのヒアリングということで、関連する所管局の皆様方にいらっしゃっていただいております。

私は、札幌市行政評価委員会委員長の吉見でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

本日、札幌市行政評価委員会の委員の欠席はございません。全員出席しております。

それでは、最初に、本日配付されております資料につきまして、事務局から説明をお願いできますでしょうか。よろしくお願いいたします。

○推進担当係長 改革推進部の細川でございます。

座って説明させていただきます。

お手元の資料を確認させていただきます。

まず、式次第をごらんいただきまして、その下に配付資料という表記がございます。

まず、配付資料1の事前質問一覧、それから、事業所管局作成の回答用資料ということで、別添資料1から別添資料5までございます。

皆様、お手元におそろいでしょうか。

資料1につきましては、事前質問一覧ということで、事前に委員の皆様からいただいた質問を一覧に整理したものでございます。別添資料につきましては、これから行います事前質問項目に対して所管局が回答する際に、適宜、使用する資料になります。

私からは以上でございます。

○吉見委員長 ありがとうございます。

それでは、議事に入ります前に、本日の進行方法についてご説明したいと思います。

まず、事業の概要説明をお願いすることになります。その後、お手元がございます資料のうち、ヒアリングの事前質問事項ということでお出ししておりますが、これに対する回答をお願いいたします。回答といいますか、まとめて、今の説明の中でやっていただいて結構でございますけれども、そのほかに、単純な回答以外に、この機会に関連して説明しておきたい事項がもしございましたら、あわせてご説明いただいても結構でございます。

なお、質問事項への回答につきましては、こちらで区切らせていただいても進めようかと考えております。全体で16項目ありますので、きれいに分かれませんが、3分の1ずつくらいにしまして、1項目めから7項目め、すなわち、その他広報一般のところまでを一まとめり、それから、8項目めから12項目めのコールセンターまでを一まとめり、そして、残りの4項目を一まとめりということでご説明いただき、その後、まとめて意見交換をさせていただく形で進めたいと思っております。したがって、1項目ずつ意見交換をするわけではないということです。最初に、1項目から7項目までご説明をいただいて、

そこでまとめて意見交換というふうに考えております。

なお、お答えいただく場合は、このようにまとめてやりますので、1項目めについて、次に2項目めについてといった形で、今お答えになっている対象の番号を言っていただくと、我々の方でわかりやすいのをお願いしたいと思っております。

よろしゅうございましょうか。

2. 議 事

○吉見委員長 それでは、早速でございますけれども、質問番号でいきますと1番目から7番目までにつきまして、まとめてご回答をお願いできればと思います。どうぞよろしくお願いいたします。

○市長政策室 広報部長の林でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

それでは、広報部の事業と今ご説明がございました事前にいただいている質問事項につきまして、私の方からご説明をさせていただきます。

初めに、広報部全体の事業概要を説明いたしますけれども、事前にいただいております質問で、事業を体系的に示してほしいというご要請をいただいております。1枚目のA3判の資料を作成しましたので、まず、この資料に基づきましてご説明いたします。資料をごらんください。

この資料の一番上に、私たち広報部の基本スタンスと申しますか、マインドを書いております。札幌市では、ご案内のとおり、市民が主役の市政の実現、市民自治の推進というふう置き直してもよろしいかと思っておりますが、そういう大きな目標を掲げて取り組んでいるところでございます。そのためには、言うまでもなく、市役所と市民との情報共有が不可欠だと考えておりますので、市民の皆さんにさまざまな媒体を活用して、わかりやすい情報発信をしていく広報、それから、市民の声をいろいろなチャンネルでしっかり聞いていく広聴、この両方がそれぞれ機能して連動していくことで市民との情報共有が進んでいくものと考えて取り組んでいるところでございます。

それでは、中身の説明に入らせていただきます。

まず、広報さっぽろでございますけれども、広報の中核を担っているという位置づけにしております。日ごろ、ごらんをいただいていると思っておりますけれども、参考までに、直近で出しました8月号をお配りしております。毎月98万部という非常にたくさんの数を作成し、全世帯に配布しております。そのほか、市内の小中学校、あるいは、高校、大学といった教育関係の機関にも配布しております。それから、病院とか診療所、待合の時間、あるいは、入院の患者さんにごらんいただけるように、そういったところにも昨年からの配布対象として加えております。

配布方法でございますが、町内会による配布が7割、業者による配布が3割、そのほかまだ数はわずかではございますが、障がい者の就労支援の一環としまして、市内の小規模作業所にも委託して配布を行っています。これは、26施設、7,400世帯ばかりでござ

ございますけれども、そういった取り組みを行っております。

広報誌の閲読率、読んでいただいている市民の方の割合でございますけれども、昨年の調査では85.7%でございます。年齢層が上がれば上がるほど、読んでいる人が多い傾向でございます。逆に言えば、若い方たちにもっと広報誌に接していただきたいというのが課題でございます、私どももいろいろ工夫をしているところでございます。

広報誌の中身は40ページでございます。ページ数が限られている中で、紙面づくりには腐心をしてやっております。できるだけ親しみやすく、また、わかりやすく、ただ単に知らせるというだけではなくて、市政の重要課題については、問題提起型ということも心がけてやっております。今、配布しております8月号では、都心部の放置自転車対策のあり方について、これは問題提起型で市民からのご意見を募集しております。

それから、市民便利帳でございますけれども、これもお手元に配布しております。市外からの転入者を中心に、市政のさまざまなことについて掲載している便利帳でございます。従前は、経費をかけて市が直接つくっていたわけでございますけれども、おとし、平成22年度からは、民間企業と共同で発行いたしまして、市の経費はゼロでございます。製作経費は700万円ほどかかっているということですが、これは、業者の方で、すべて広告料で賄っているということでございます。

それから、パブリシティでございます。市政情報について、記者クラブを通じてマスメディアに取り上げていただく情報発信、パブリシティがございますけれども、これは極めてスピーディーで広範な情報提供が可能になりますので、私どもも重視をしております。記者クラブへの情報提供のやり方としましては、市長の記者会見、あるいは、職員による記者レクチャー、それから、毎日、翌日の市政の動きをまとめた資料を提供している広報メモ、そのほか、事業の資料を提供する投げ込みという手法を使い分けながら、連動させながら行っているところでございます。

パブリシティは、経費をかけずに大きな効果も期待できるということで、できるだけマスコミの皆さんに取り上げていただけるようなノウハウを、全庁の職員を対象にして一生懸命研修なども行っているところでございます。

次に、広報番組でございますけれども、市政番組をごらんいただいたことはあるでしょうか。実は、結構数多くやっています。年間を通じて、テレビで118本、ラジオは113本放送しております。中身は、子ども向けとか、主婦向け、お年寄り向けとターゲットを意識して制作しております。視聴率は、残念ながら、さほど高くはありません。これは、5分程度の短時間の番組が非常に多い状況の中で、やはり市政番組の前後の番組が人気があるかどうかによってかなり左右される状況もございまして、できれば視聴率が高いところでやっていきたいのですが、やはり、お金もかかりますので、そういったバランスを考えながらやっているところでございます。

テレビの視聴率は3.4%ということで、世帯数で言うと約3万世帯ぐらいの人がごらんいただいております。ラジオの方で言いますと、2.2%で、これは人数になりますけ

れども、約4万2,000人が聞いているということになります。

このほか、テレビ、ラジオではございませんけれども、映画館で札幌市のCM放送も行っております。自殺予防啓発、あるいは、今現在やっています節電キャンペーンを題材にしたCMを映画館で流しております。

次に、大型ビジョンでございますが、これは地下街の三越前にH I L O S H I というビジョンがございます。それから、札幌駅前ビル、4丁目プラザ等々、全体7カ所で情報提供を行っております。

それから、インターネットでございますけれども、こういう時代でございますので、これも極めて重要な媒体と考えて力を入れているところでございます。市のホームページは、昨年3月にコンテンツマネジメントシステム、CMSとっておりますけれども、こういうシステムを導入しまして、全面的に内容を改定しております。これによって、見る側からすると見やすい、検索をしやすい、つくる側はパソコン感覚でメンテナンスが容易にできるという効果がございました。

広報部は、ホームページ全体、庁内全体の総括的な役割を持っておりまして、今後はさらに各部局と連携して、各コンテンツの質の向上を進めていきたいと考えております。

それから、出前講座でございますけれども、これは市の方であらかじめ用意いたしましたメニューがたくさんありますが、そのメニューの中から市民からの依頼を受けまして、課長職が地域に出向いて講座を開くものでございます。

メニューとしては、健康・福祉、文化・スポーツ、安全・安心等々11分野199テーマ用意しておりまして、毎年、多くの市民の皆様にご利用され、好評だと受けとめております。子どものまちづくり参加意識を高めていくために、今年度からは、子ども向けのテーマを拡充いたしました。

出前講座のテーマについて説明する、情報提供をするということとあわせて、講座の中で市民の皆さんからの質問とかご意見、あるいは、場合によっては意見交換みたいなこともございますので、広聴的な機能もあわせて持っているように考えております。

それから次に、展示・掲示でございますが、これは地下鉄駅構内を初め、さまざまな場所を活用しまして、ポスターや電照広告を行っているもので、内容はごらんとおりでございます。

それから、市民の声でございまして、広聴部門でございます。毎日、市民の声を聞く課には、たくさんの市民の声寄せられます。提言、要望、あるいは、苦情といったものも多数ございます。実際に来庁して面談でいろいろとご意見をいただくということもありますし、それから電話もかなりあります。最近では、インターネットにより声寄せられる市政提案コーナーであるとか、あるいは、市長のサイトに市長あての声を寄せるところがございまして、かなり数がふえております。例えば、ことは、瓦れきの受け入れ問題で市民の方からたくさん声をお寄せいただきました。市長あてのメールも、かなり多かったです実情がございまして。

いただきましたご意見などは、関係部局の方に私どもの方から、きちんと文章にし、あるいは、パソコンのデータとして登録する形で、ダブルの形で伝達しております。回答が必要なものは、原局から回答する、あるいは、何か市政運営に役立てていくというものも当然あるわけございまして、そういったものはきちんと関係部局の方でそれを受けとめて改善につなげていく取り組みでございます。

それから、ふらっとホームでございますが、かつてはタウントークという名称で、シンポジウムの手法により、多くの参加者に集まっておりました。討論会のような形でやってきました。ただ、平成21年度からは、参加人数をぐっと減らしまして、座談会的な、アットホームな雰囲気の中で、テーマを掘り下げて議論ができるような形式に組み変えております。具体的な提言などももちろん出されまして、市政に反映したのも結構あります。先ほど申し上げました広報さっぽろを市内の診療所、病院などで配布し、活用していただくというのも、ふらっとホームの中で市民から提案があって実現したものでございます。

それから、市長あての要望書は、ごらんとおりでございます。

次に、広聴リポーターは、大学生の知恵を市政に生かそうということでやっております。昨年度は、幾つか提言をいただいた中で、大学生版広報さっぽろをつくったらどうか、自分たちの仲間の中では余り広報誌を読んでいる人はいないということが発端で、そういう提案がございました。現在、この提案については、各大学と調整して、まさに大学生みずからが、自分たちがどんな情報が欲しいのかということ大学生版広報誌としてつくってくださいと、当然、我々もサポートさせていただきますということで、今、準備を進めている最中でございます。

それから、市政世論調査と市民アンケートでございます。これは、言うまでもなく、市民意識、市民ニーズをきちんと把握して、市政に反映していこうということで、毎年行っております。

調査対象年齢は、この資料の中に18歳以上と書いております。昨年度までは、20歳以上の方を対象にしておりました。ただ、次代を担う若者の考えをしっかりと把握していく必要があるだろうという考えで、今年度から、18歳以上と対象を拡大したところでございます。

それから、特別相談でございますが、法律相談を初め、8種類の相談を行っております。平成22年度の市民評価、事業仕分けにおいてご指摘をいただきまして、コスト削減と、利用の少ない相談を廃止するというような見直しを行ってきた経過がございます。

ここで、資料の訂正をお願いしたいのですが、この資料の中に、総計1万8,033件という数が書かれておりますが、この数字を1万1,016件と訂正いただきたいと思います。もともとの1万八千何がしという数字は、実はこの中に市の職員が受けた市政外の相談件数を含めてしまった件数でございます。事業評価調書の方では、市の職員が行ったものは入れていない数字が入ってございまして、それに整合性を合わせました。ただ、事業評

価調書の方も、暫定的な数値で入れておりましたので、これもあわせて1万1,016件に直していただきたいと思えます。後ほどでも結構でございます。

そういう意味で、数字の整合がとれていなくて、申しわけございませんでした。おわびをして、訂正させていただきます。

それから次に、コールセンターでございますけれども、市の事業や制度についての問い合わせに答えるほかに、イベントなどの申し込みの受け付けをすることにも活用しております。利用件数は、年々増加してきている傾向にございまして、昨年度は13万件を超えた状況でございます。今後、お年寄りがふえて、超高齢化社会を迎えるということでございますので、電話一本で手軽に利用できるコールセンターの需要は、ますます高まっていくのかなと考えているところでございます。

なお、資料の下段に、他の部局との関係を示しております。広報部は、広報・広聴について全庁的、総括的な役割を果たしているわけでございますけれども、何といたっても広報・広聴というのは各部局の動きが本当に重要でございます。全庁が連携して、市民との情報共有をさらに進めていけるよう、広報部としてもいろいろな活動を行っているということでございます。

それから次に、2枚目の資料は、事前にご要請がございまして作成した資料でございます。

広報部の所管事業における主要事業の改善の取り組み状況ということですが、時間の関係もありますので、細かな説明は割愛させていただきますが、広報さっぽろはもともと多額の経費がかかっていますので、私どもも、これまで、いろいろな見直しを進めてまいりました。

効果額は、その表の下の方に7,306万円と出ております。これは、1年間に換算した効果額とご理解ください。

それから、広報番組も、コストの関係で、めり張りをつけてやっていこうということで、放送の休止や回数の減などをやってきております。

それから、インターネットを活用した広報も、先ほど言いましたCMSの導入で、1,000万円程度の財政効果を出しております。

特別相談は、先ほど申し上げましたように、市民評価を受けて見直しを行ったものでございます。

等々、全部合計いたしますと、平成17年度からこれまでの取り組みの合計額は1億1,060万3,000円というような数字になっております。参考までにお示しをさせていただきました。

それから、具体的に事前にいただいている質問1から7までご説明をいたします。

まず、配布の方法は適切と考えていますか、紙媒体による全戸配布は必要ですかというご質問でございます。

広報誌の配布方法でございますが、先ほど言いましたように、町内会配布と業者配布が

7対3の割合でございますけれども、私どもは、町内会配布を基本として考えているというのが、もともとのところでございます。自分たちのまちの広報誌を、地域の方々、自分たちで配っていただいて、その配布謝礼を資金として町内会活動が活発に行われていくという姿は、やはり市民自治の観点からは望ましいものであると考えております。

それから、安否確認を兼ねて配布している町内会の声も一部ございます。

したがいまして、今後も町内会配布を基本としていきますけれども、やはり、配り手の高齢化が進んでおりまして、配布するのがなかなか大変なので、業者配布でお願いしますというところもだんだんふえてきております。今後も、業者配布にシフトしていくのではないかと考えております。

それから、紙媒体による全戸配布の必要性ということで、これはネット時代が進んできておりますので、ネットで見られれば紙媒体は要らないという市民の方には、どちらか選択できるようにしたらいいのではないかとというご意見、ご質問ではないかと思っております。ご承知の方もいらっしゃると思いますが、実は、市のホームページにも、PDF形式でございますが、広報誌をそのままの内容を載せております。したがいまして、そういう選択方式は技術的にできないことではないと考えております。

ただ、全戸配布をやめた場合、実際に配布をする現場で混乱が起こったり、かなり負担が重くなるのではないかとということが一つの課題としてございます。つまり、今は、全戸配布でローラー的に配れるわけですが、選択式となりますと配る方は配布先リストや、あるいは、マップを見ながら一軒一軒回っていくことになりますので、これは、配布をする町内会、あるいは、業者の負担がかなりきつくなるだろうと考えています。

それから、90万世帯ある中で、選択式の動向を管理していくということです。かなり動きが出てくると思いますので、管理の作業といった手間とコストがかかってくるかなと思っております。

また、私どもは少しでも多くの方に広報誌に触れていただきたいと考えておりますが、受け手のネット環境によっては、やはり紙媒体のようにばらばらと見られる状況にないという方もいらっしゃると思います。そういった意味も含めまして、選択方式は、現段階では難しいのではないかと受けとめております。

ただ、将来もずっと今のままでいいと思っているわけではございません。広報誌の配布方法も含めて、市政情報の発信のあり方については、ITの進みぐあいをにらみながら、絶えず検証をしていく必要があるかなと考えております。

それから次に、広報誌の市民の認知度、反応について教えてくださいということでございます。

市民の認知度については、先ほど言いましたように、毎年度、広報誌について意識調査を行っておりますので、広報誌を読んでいたという市民の方は、例年8割を超える状況でございます。特に、昨年調査では85.7%という高い数字になっております。

また、市政情報をどういうルートで、どういうものから得ていますかという質問に対しまして、広報さっぽろから得ているという方が74%ぐらいございました。そういう意味でも、市民の認知度は高いものというふうに受けとめております。

それから、市民の反応でございますけれども、毎月、広報クイズを応募するときには、広報誌に対する感想、意見を書いてくださいと言っています。毎月、700件から、多いときは1,000件くらいの意見が寄せられます。

それから、私どもは、広報さっぽろ読者モニターという大人が50人、子どもが6人の登録をさせていただいて、毎月、広報誌についての感想、意見をいただいております。

そういったものを通じていただいているご意見を申し上げますと、図やグラフ、イラストが多いのでわかりやすい、市の問題提起、提案に対して市民の一人として意見を持ち、考えることができた、あるいは、かつて子育ての特集を掲載したことがございますが、それを見て悩んでいるお母さんを支援したいという気持ちがわいたといった好意的な声が多い状況でございます。反応はということであれば、良好だと受けとめていると回答させていただきます。

こうした市民の意見を取り入れながら、広報誌の改善にも取り組んできております。例えば、ことし5月号から、お知らせの記事の表の文字を大きくして見やすくしたり、タイトルに青い帯を入れて探しやすくするといった改善を日々行っております。

次に、漫画などの掲載で、若年層の購読の効果はありましたか、それから、クーポンについて今後の企画を教えてくださいというご質問をいただきました。

漫画等の掲載の効果でございますけれども、若年層だけでなく、私どもはかねてから少しでもわかりやすく親しみやすい紙面づくりのために、文章表現をどういうふうにしたら、よりわかりやすいかとか、レイアウトやイラスト、写真をいろいろ工夫しております。その一環として、平成20年度から漫画のコーナーを新設したところでございます。

その結果、20代の若年層で広報誌を必ず読んでいる方の割合は、導入直前の平成19年度では18.1%、導入直後の平成20年度は22.6%、昨年の平成23年度は23.5%という状況になっております。

また、先ほど、広報モニターを言いましたけれども、若者の広報モニターからは、漫画はかた苦しなくて気軽に読める、わかりやすいという好評の意見をいただいております。若年層の活字離れがいろいろ言われている中で、一定の効果はあるのかなと思っております。

クーポンの方でございますが、これも一人でも多くの市民に市有施設に足を運んでいただいて、リピーターになっていただくように、平成17年度から導入したものでございます。これまでは、円山動物園や青少年科学館といった市民の皆さんが比較的よく利用される市有施設のクーポンを掲載するということが多い状況でございましたけれども、それに加えて、認知度が余り高くない事業のPRを行う、あるいは、集客のてこ入れをする必要があるというものについてもクーポンを活用してございます。

昨年の6月号とことしの1月号で試験的に行ったクーポンがございまして、定山溪温泉の入浴割引クーポンを行いました。これは、結構好評でございまして、今後は、こういった市の経済や観光施策と関連のある民間の施設も対象にしたクーポンについても提供を検討していきたいと考えております。

それから、広報さっぽろの広告収入についてどういう状況になっているのか、それから、広告収入の拡大についてどう考えているか、さらに現行のページ数を増加させて広告枠を拡大した場合、支出と収入はどちらが大きいのかというご質問でございまして。

まず、広告収入の状況でございまして、直近の3年間で申し上げますと、平成22年度が7,575万1,000円です。平成23年度は、7,752万8,000円です。平成24年度は、広告枠を拡大いたしました。これに伴って、ふえました。8,928万4,000円です。前年度に比べて1,175万円ほどふえました。

ちなみに、現在、広告枠を拡大した後の広告の全体に占める割合は13.6%、およそ7分の1でございまして。表紙、裏表紙も含めると、広報誌は全部で44ページございまして、そのうちの6ページ分を広告が占めているということでございます。

今後、拡大をしないのかということでございますが、貴重な財源ですので、これまでも拡大に努めてきておりますけれども、やはり、現行のページ数の中でやるということになると、一般紙面にかなりしわ寄せが来ますので厳しいと考えております。かなり窮屈な編集になっております。もともと、各事業部局から広報誌に載せてもらいたいという希望や、かなりいろいろなことがございまして。これは、事業部局のニーズが高いです。一方、市民の皆さんからも、こういうことを広報誌に載せるべきだという意見も多数いただいております。そういう中で、苦労しながら、どれをチョイスするか、どれをコンパクトにして、どれに力を入れるかというめり張りをつけながらつくっておりますが、そういう中で、現状でも、本来掲載したい記事が載せられない、割愛せざるを得ない、あるいは、お知らせコーナーなどのお知らせ記事も掲載し切れない状況になっております。

一方で、広告を出す方のニーズも考えなければなりません。私どもは、広報誌の広告掲載は広告代理店を通じてやっているわけでございますけれども、その代理店からの話によれば、やはり景気低迷の影響は、このところは非常に来ていると、かつては売れた広告も売れまないと、広報さっぽろは非常に発行部数が多く、そういう意味では、魅力的な媒体である反面、不特定多数で年齢が幅広という対象に配布している関係もあって、どんどん売れるということではないということでございます。さらなる拡大は、かなり厳しいのではないかとご意見をいただいております。そういう私どもの都合とか、代理店からの話なども勘案いたしますと、今後、さらなる拡大は厳しいかなと考えております。

それから、もう一つ、ページ数をふやして広告増収を図ったらいかがですかということでございます。

広報誌は中とじで作成しておりますので、4ページ単位での増ページという形になります。4ページでふやすということ考えた場合を前提に申し上げますと、製作のコスト増

は年間で4, 200万円です。これに対して、収入の方はということでございます。先ほど言いましたように、広告代理店2社へのヒアリングを行ったところ、やはり広告費削減の企業が多い中で、現在の6ページに加えてさらに4ページ分の広告を売ること自体が難しいでしょうと言われました。

そこで、広告単価を下げたらどうですかと聞きました。そうすると、広告の増加枠分については、現在の単価の半額でも売るのは厳しいだろうというお話でございました。仮に、現在の半額で掲載したところ、増収は3, 500万円です。先ほど、コスト増の方は4, 200万円と申し上げました。ですから、この試算が正しいとしたら、ペイできないのかなというふうに思っております。

これは、代理店の話でございますので、やはり、検証する必要があると思っております。今後も、企業の広告、ニーズなどの情報収集を行いながら、引き続き、検討していきたいと思っております。

それから、ホームページアクセスの多いコンテンツの内容について教えてくださいということでございました。

それから、市民と市民以外、例えば、観光客や年齢、性別別など詳細なセグメントでのアクセス分析をしていますかというご質問でございました。

まず、アクセスの多いホームページのコンテンツでございますが、トップが市役所のトップページでございまして、これは年間で約350万件です。それから、2位が図書館で約100万件です。3位が、市営交通の95万件、4位が円山動物園の91万件です。5位は意外でございましたが、契約管理課における入札・契約情報がございまして、これは主に業者の方がごらんになっていると思っておりますが、これが65万件です。

ちなみに、年間の全アクセス数は5, 570万件で、そのうち上位トップ5を申し上げました。

それから、詳細なセグメントでのアクセス解析でございますが、アクセス解析で使用するIPアドレスは、居住地や年齢、性別といった個人情報が含まれておりませんので、一般的には、そうしたアクセス解析はできない現状にあるというふうにお答えさせていただきます。

それから、インターネット以外のIT活用による広報の実施状況や今後の展望について聞きたい、さらには、より多様な媒体による多角的な広報戦略はありますかという質問でございます。

まず、インターネット以外のIT活用による広報の実施状況は、インターネットにおけるホームページ以外の実施状況という質問とご理解させていただいて回答いたしますけれども、現在、広報部では、Twitter、YouTube、USTREAMというインターネット上の民間サービスを活用して広報活動を行っております。

まず、Twitterでございまして、去年1月からテスト運用を開始して、ことし4月から正式運用をしております。内容としましては、市のホームページの中でトピ

ック的な記事を掲載する場合に、それをT w i t t e rの方でご紹介して情報発信していくことが中心でございます。8月9日現在のフォロワー数、登録者数は3, 172名という状況でございます。

それから、動画掲載サイトのY o u T u b eにつきましても、今年度から正式運用を開始しております、市長の市民に対するメッセージビデオ、それから、札幌市の各種PRビデオ、最近では節電プロジェクトの一環として、著名人に節電のCMに参加していただいておりますが、そういったものを掲載しております。総再生数は3万2, 000回を超えている状況でございます。

そのほか、動画の生の中継サイトでございますU S T R E A Mにおきましては、例えば、雪まつりの雪像の作成風景、それから、上田市長とノーベル賞を受賞された北大の鈴木名誉教授との対談を生中継しております。これは、テスト運用を進めている段階でございます。

それから、今後の展望でございますけれども、こうしたソーシャルネットワーキングサービスがこれだけ大きなコミュニケーションツールになっていることを踏まえ、将来展望としても、何らかの形で活用を進めていくことが必要だろうと考えております。

この場合、大切なのは、やはり、ソーシャルネットワーキングサービスの持つさまざまな特性があると思います。例えば、情報拡散の有効性あるいは不確実性、一方で、炎上、デマといったリスクもございますので、そういうことをきちんと把握して、どういう事柄について、どのような使い方をするのが効果的なのかというしっかりとした考え方を持つことが大切だろうと思っております。その上で、実際にやってみて、実践と検証を繰り返し、ノウハウ、経験を蓄積しながら活用を進めていく必要があると考えております。

ただ、本格的に取り組んでいくことになると、T w i t t e rにしても、F a c e b o o kにしても、レスポンスをたくさんやっていくことになると、人手を要することになりますので、そういう人的体制をどうやって生み出すのかという現実的な課題もあると考えております。こういうことを踏まえながら、鋭意、取り組んでいきたいと思っております。

それから、7番目になりますが、多様な媒体による多角的な広報戦略についてでございます。

例えば、既にテレビのスポットCMで、その月の広報さつぼろを紹介するという一方で、これは、一、二分の短いCM的なものですが、そういった取り組みも昨年度、ことし2月、3月ぐらいから実験的に始めております。また、例えば、ホームページで新たなコンテンツを立ち上げるという場合には、パブリシティで報道機関に情報提供して、こんなホームページを札幌市で立ち上げたよというニュースを流していただきます。

直近で言えば、札幌市平和バーチャル資料館というホームページを立ち上げました。札幌市の平和都市宣言20周年を記念して、新しい事業として、こういうホームページコンテンツをつくったのですけれども、そういったものも、パブリシティなど、いろいろな手だてを講じてPRしていくということでございます。

いずれにしても、こういう複数の媒体を組み合わせたクロスメディアと呼ばれる取り組みは、少しずつでありますけれども、既に進めているということでございます。

それから、家庭以外のさまざまな場所で目に触れる広告媒体、これはいろいろなものがあると思います。一般的にSPメディアと言われておりますけれども、こういったメディアの活用にも積極的に取り組んでいるところでございます。これからの広報については、いわゆるコミュニケーションデザインという観点から、総合的な広報プランを構築していく必要があると考えております。民間広告会社のノウハウなども学びながら、活用しながら、戦略的な広報、効果的、効率的な広報に努めてまいりたいと考えているところでございます。

前段の説明は以上でございます。

○吉見委員長 それでは、委員の皆様から、7番目までについて質問をいただきたいと思いますが、いかがでございましょうか。どなたからでも結構です。

○山崎副委員長 まず最初に、単純な質問ですが、一番最初の概要説明のところ、パブリシティで1,613万円かかっているわけですね。パブリシティで1,600万円かかるというのは、どういうお金がかかるのか。記者クラブに情報提供することで1,600万円かかるというのは、どういうお仕事なのか、教えてください。

○市長政策室 これは、一番大きいのは、実は、広報課の方で非常勤職員を2人雇ってまして、記者クラブとのつなぎ役ということで、先ほど、毎日、広報メモとか投げ込みをやっていると言いましたけれども、ある程度、機械的にできることもあるものですから、そういった作業を行う職員を2人雇っている人件費がかなりを占めております。

あと、市長の記者会見をやった結果、いわゆる会見録という記録をつくります。これは、まずは業者に録音してもらって、録音データを文字にかえていただいて、それを職員の方でさらにチェックするための会見録の委託料みたいなものも入っております。

○山崎副委員長 余談ですけども、札幌市の記者クラブは、記者クラブご自身たちの運営で、幹事会その他も全部お役所ではやっていないですね。

○市長政策室 やっていません。

○山崎副委員長 幾つか細かい質問もあるのでありますが、新聞、テレビでいろいろな発信をされていらっしゃるって、それもいろいろ効果的にというところでご努力されているのはよくわかりました。例えば、テレビ番組を、もう一回、YouTubeなどで2次的に使ったりということをおやりになっていたり、これからもおやりになるというやり方は既にやっているのか、あるいは、やっていないのか、これからやるのか、やらないのかについて一言お願いします。

○市長政策室 広報番組を担当しています広報プロジェクト担当の田中と言います。よろしくお願いたします。

今のご質問ですけども、広報番組につきましては、基本的に、札幌市の持ちものではなくて、あくまで、各放送会社、いわゆる番組に権利があるという形で、今、契約してい

るところでございます。ただ、2次使用料をお支払いして、市のホームページ等で掲載しているということもございます。ただ、Y o u T u b e になりますと、そこら辺の2次利用についてクリアしないとならないということがあります。

ただ、経費的には、そういったつくりの方が、いわゆるうちが権利を持たない方が放映料が実際に安いということもありますので、そこを比べながら、確かにおっしゃるとおり、Y o u T u b e は若い方はかなり見られている部分がございますので、そちらの利用も含めて、今後、検討していかなければならないと思っております。

○山崎副委員長 ありがとうございます。

あと、お伺いできればと思ったのは、広告についてです。今、ほかの自治体も、広報誌で広告をいろいろ一生懸命おやりになっていますが、こういった取り組みは、大分時間もたってきたのですが、一方では、どのぐらい一生懸命増収に励んでいるのかということを引きょうお伺いしたかったのです。

もう一つは、広告をとるための労力も並々ならぬものではないので、そこら辺はどういうふうにご苦労されているのかが気になったのですが、どうも広告代理店に一括してお任せしているので、広報部の方々が広告とりをしているわけではないということです。

ついでに、そこでお伺いしたいのですけれども、広告代理店にとられてしまう手数料はどのぐらいあるのか、参考までに教えてください。

○市長政策室 20%ということをやっています。

○吉見委員長 ほかにいかがでございましょうか。

○太田委員 二つほど質問をさせていただきます。

まず、クーポンについてです。

これは、購読率を上げるには非常によいコンテンツだと考えていますが、お答えで聞き逃したのかもしれないのですけれども、質問させていただいたように、今後の企画について教えていたただきたいというのは、どのように企画立案されて決定されているか、その意思決定等についてのシステムを教えていただきたいのです。

○市長政策室 まず、クーポンでございますけれども、これは、各事業部局から、ぜひ広報誌でやってくださいとリクエストがあるものと、それから、広報部の方で、こういうクーポンを掲載したらどうでしょうということで事業部局の方に持ちかけるものと、両方があります。そういう中で、両者の折り合いがついたものを、広報課の中で編集会議みたいなことをやっているのですが、その中できちんと議論をして、決めて、行っていくということでやっております。

○太田委員 今後の企画はいかがですか。

○市長政策室 今後の企画ということで、先ほども申し上げましたように、従来から行っており、割と市民の方に多く利用されている市民利用施設は継続していくとともに、先ほど言いましたように、定山溪温泉などが利用できるみたいな民間事業ですね。ただ、市民の方にしてみたら、市有施設だろうと、民間事業であろうと、魅力的なものはどんどん使

うわけですから、そういった視点で少し拡大をしていく考え方を持っております。

○太田委員 ちなみに、定山溪温泉の場合は、温泉協会等々からの広告料は取っていらっしやらないのですか。

○市長政策室 取っていません。

○太田委員 いい収入源になるかと思imasuので、ご検討いただければと思います。

もう一点、ホームページについて教えてください。

アクセスの多いものが大変意外で、図書館、交通、動物園とありましたので、これは、多分、市民の利用が一番多いのかなと思うのですが、逆に考えますと、三つがきちんと広報されていないというふうに感じるのですが、その点についていかがお考えでしょうか。わざわざホームページにアクセスしなければならないということは、日ごろから広報がされていないという考え方もできるのですが、その点についていかがお考えでしょうか。

○市長政策室 広報調整係長の満保と申します。

私どもで考えているアクセスの多い理由としましては、市のトップページにつきまして、やはり札幌市というキーワードで検索をした結果、市のトップページに入っている方が一番多いと思います。

次に、図書館のトップページは、図書館のホームページ上から図書の予約が可能になっておりますので、そういった利用があるのかなと思います。

また、市営交通も、さっぽろえきバスnaviというもので路線などを検索することができますので、そういった利用があるのかなと考えております。

動物園につきましては、理由とするところが思いつかないのですが、やはり、人気のある動物の情報を知りたいといった一般的な興味が高いのかなと思います。

○太田委員 そう考えますと、やはり、ホームページアクセスは、圧倒的に市民の方が活用されていると理解してよろしいですね。

○市長政策室 そのように思っております。

○吉見委員長 ほかにいかがでございましょうか。

○林委員 あくまでも自分の経験に基づくので、客観性は余り担保できないのですが、先ほどの広報収入の件に関連するのですが、実は、うちの事務所でお願ひしたことがあったのです。先ほどの説明と直接実感したところと若干ずれがあるのかなというか、私どもも読者なので、読者の感覚からいくと、ページの中の左側の細長いところが一番目につく感じで、結構埋まっているように言われることが多かったのです。

一番後ろは、特定の会社が半永久的に独占状態ということで、ここは絶対にとれませんという話でした。そうなると、一番後ろの1個開いた中側の一番最後のページですが、ここは余り人は見ないのです。そうすると、コストパフォーマンスが余りよくないのでやめようかみたいな話になります。不景気だからといっても、そこまで利用状況が下がっている感じはしなくて、利用したい方のニーズと余りかみ合った形でしていただいていないのかなと思います。

やはり、広告料は大事な資金源ですから、むやみに安くしてくれと言っているつもりはないのですけれども、利用勝手が余りよくないというところが、利用しようとした者の経験としてあります。ぜひ一度、その辺をいろいろ調査していただければと思います。

○吉見委員長 今の話は、要望だけでよろしいですか。

○林委員 太田委員もおっしゃっていますけれども、やはり、大事な収入源だと思いますし、かつ、やりようによっては、ニーズはもっとふえるのではないかと思うので、積極的にご検討をいただきたいと思います。

○吉見委員長 ほかにいかがでしょうか。

○石川委員 どういうふうに質問をまとめるか苦慮しているのですが、紙媒体の広報さっぽろがありましたら、取り組み状況の方が見やすいので、広報番組、インターネットを活用した広報があるのですが、自分の例で考えると、私は、テレビも見ないし、ラジオも聞かないので、広報番組に接する機会が全くないのです。要は、どういうポータルサイトで、どこをどう打てば、どう響くかという判断をどういう次元でしているのか、イメージが付きづらいのです。テレビをすれば広報ができる、広報さっぽろを配ればということ自体はわかります。しかし、資源は有限だと思うので、どういうプロセスで重点的に打たれるのかというところを教えていただければと思います。

○市長政策室 全体の広報方針というか、広報戦略をどういうふうに組み立てているのかというプロセスのお話でしょうか。

○石川委員 少なくとも、20年前はインターネットがなかったわけで、その割合がふえていく、ラジオを聞く人が少なくなっていくなど、社会状況がいろいろ変わっていると思うのです。それに対して資源をどう振り向けていくのか、どういうプロセスで決まっているのかということです。

○市長政策室 まず、お金あるいは人という資源があるわけですね。お金の関係で言えば、毎年毎年、秋口には予算要求というプロセスがございます。そのプロセスの中で、私どもも、今までやってきたことがどうなのかということは常に考えまして、その上で、次年度の予算要求をどうするのかという中で全体の媒体の活用、何にどういうふうにお金を使ってということは考える一つの機会がございます。人手についても、人員要求という場面がありますので、広報部全体の中で、どういう事業にどういうふうに入れたら、どれぐらい人手がかかり、それをどうするのか、こうするのかということがあります。ただ、人員要求は、抑制基調がずっと続いている中での話なので、なかなか人がつきづらい状況がございます。そういう予算要求あるいは人員要求の段階に、広報部の中でいろいろ作戦を立てて、その中で枠組みが決まっていったら、実際に予算がついて、その中でどういうふう実践していくのかということ、日々、執行段階でも考えているということでございます。

余りマッチしていない回答になっているかもしれませんが、よろしいでしょうか。

○吉見委員長 関連して、一つお伺いします。

これは、今の石川委員の質問と事前質問の2番あたりとの関係、あるいは、6、7と関係すると思うのですが、非常にざっくり言いますと、本当に広報は要るのか、この時代にもう要らないのではないかと、極論すると、そういう質問が入っていると思うのです。それに対しては、要るのですというお答えが出てくるのはすぐに想像が付きませんが、一方で、北海道の場合は、ご案内のように、この間、財政が非常に厳しい中で大幅な削減をされました。昔は冊子体で配られていたものが、今は、年4回、紙ベースになってしまっています。それで、物すごく不便が出たのかというと、そういう声は余り聞こえないのです。そうであれば、今のような形でかなりの内容を含んだ広報誌を全戸に配布するというやり方がいつまで続くのだろうか、この時代に本当に合っているのかという問いが、インターネットの問題とも絡んで、入ってきているのではないかと思うわけです。それに対して、積極的に要るのだというご説明が要るのだと思います。

それに関連して幾つか言いますと、まず、市民に読まれなければいけないだろうということ。それで、クーポンの件も含めて、いろいろな工夫をされてきていることはわかります。

しかし、逆説的に言うと、無料で、税金を使って配布しているものに読まねばならない情報だけが載っていていいのか。つまり、お金を出して買ってもらうような雑誌の性格ではなくて、お金で買っていただけないけれども、ぜひ市民に知っていただかなければいけない情報といたしますか、そういう情報こそ載らねばならない。ところが、実際に市民にアンケートをとると、そういう情報は、大概、読まない情報の方に入ってしまうのです。読む情報の順番でいきますと、ランキングの下位になってしまうのです。そうすると、どうしても広報の立場からすると、そういう部分に割く紙面をどんどん減らして行って、読まれる部分がふえていく傾向が出てきてしまう、果たしてそれでよいのかどうかということですね。

全戸配布で言うならば、仮に読まれぬ情報であっても、読まれる情報より読まれぬ情報という視点も必要なのかもしれません。つまり、方針をどういうふうと考えられるかです。皆さんがたくさん読まれるという人気ランキングの情報をたくさん載せるという考え方と、今のように、市の広報という観点からすると、市にとって真に市民に知ってほしいもの、仮に、放っておけばまず読まれぬ、見られないであろう情報を、極論すれば、全戸配布で無理やり読んでいただくという立場なのか、大分方向性が違うように思います。その辺の方向性がよく見えないのです。札幌市の広報が、総花的にすべてを追いかけているようにも見えるのです。

あるいは、テレビ、ラジオ等について、石川委員から質問がありましたが、これについても、この時代に本当にテレビやラジオでの広報が必要なのでしょうか。例えば、市長の会見や意見などを本当に聞きたければ、それこそYouTubeなどで配信されれば、いつでも見ることができる状況にある中で、必ずしも利便性のいい時間に、極論すれば、夜の7時や8時に札幌市の広報の番組は流れないわけです。必ずしも利便性のいい時間帯で

はないときに流す形にならざるを得ない状況の中で、多額のお金をかけて、これらのメディアを利用するメリットはいまだに残っているのかということです。

あるいは、視聴率や聴取率をどのくらい広報の番組で考えねばならないか、全く見られないのは問題だと思いますけれども、そのところの問題点も多分にあると思います。あるいは、聴取率や視聴率を気にするのであれば、視聴率や聴取率が悪いところはどんどん切るという方策もとらねばならないでしょう。

ラジオの聴取率の場合は、ご案内のように、年に2回しか、アンケート結果でしか出ません。その2回で、放送局は半年間の営業をやっていますので、この間に入れかわりも結構あるわけです。そうすると、トップになったところとしか契約しないということになる。しかし、実際には、長年ずっと同じような形で何局かの放送局とやられてこられているのではないかと思います。インターネットなどの媒体が現にある中で、それらは本当に有効なのでしょうかとということについての積極的な説明が欲しいという意味のご質問だったのだらうと思います。

説明をしてしまいましたが、これらについて積極的に説明ができるかについてお伺いしたいと思います。

○市長政策室 積極的というふうに理解していただけるかどうかはわかりませんが、私も今やっている紙媒体の広報誌についても、テレビ、ラジオについても、広報媒体がいろいろある中で、全体を見て、今のやり方が効果的だと思っているからやっているわけでございます。

まず、紙媒体の必要性ということで、先ほども説明いたしました、これだけネット時代が進んできていますから、若い方が紙で各家庭に配られたものをどのくらい見ているのか。ただ、それでも、よく読む、あるいは、少しでも読む割合は、若年層でもそれなりの数値が出てきています。お年寄りも9割を超えております。お年寄りの中で、ネット環境にない方はまだまだいらっしゃるわけです。今の40代、50代が70代、80代になるころには、年寄りでもネットで情報を得られる状況にはなるとは思いますけれども、今はまだ、お年寄りのことを考えれば、紙媒体は絶対に必要です。次に、紙媒体の全戸配布が必要かどうかという論点になると思います。私は、先ほど言いましたようないろいろな課題もございまして、選択方式を導入する時期にはまだ至っていないだらうというふうに考えているわけでございます。

それから、もう一つは、広報誌の中身の問題です。読者が読みたい、見たい情報と、読者は必ずしも見たくはないけれども、市からこれは知っておいてもらいたいということについての問題がございまして。

私たちの基本的なスタンスを言えば、我々は、特集のところは、札幌市の重要課題を載せていますので、こういうところについて問題意識を持ってもらいたいというふうに考えて力を入れております。ただ、実際に市民アンケートの結果を見ますと、特集よりも、いろいろなイベントとか、催し物とか、どの施設でどんなことがいつあるのかというお知ら

せのページの方が人気があるという結果になっています。

ですから、どちらをとって、どちらを切るという偏った考え方は持っておりません。その両方のバランスを持ってやっていくしかないと思います。それが、今のページ数の割合というふうにご理解をいただきたいと思っております。

また、テレビ、ラジオの問題ですが、特に、テレビは、土曜日に一般家庭の皆さんが外に出ている時間帯が比較的多い状況で、コストとの関係の中で、どこを拾っていくのか、どこにターゲットを当てるのか、視聴の時間帯を兼ね合わせながら、例えば、子どもに人気のある番組の近いところで広報番組の枠を持っております。そこは、子ども向けに、子どもも一緒に見て楽しめるような番組づくりをするなどの工夫は一生懸命やっているところでございます。

ちょっと答えになっていないところがあるかもしれません。

○市長政策室 テレビ、ラジオの関係は、今、お話がありましたとおり、ご承知のように、テレビにつきましては、全世帯が持っているということと、約9割の方が毎日テレビを見ているという情報もでございます。また、ラジオについては、「ながらラジオ」といいますか、車の運転をしながら、家事をしながらということもあります。特に、ラジオについては、最近、r a d i k oということで、インターネットでもラジオが聞けますので、かなり若い方もラジオを聞いている時代でもあります。そういった中で、より有効に、先ほど部長の話もありましたけれども、時間帯を加味しながら、ターゲットを定めてやっているのが実情でございます。

ただ、先ほどおっしゃいましたように、Y o u T u b eなどに使うには、今の状況では使えない部分もありますが、過去にも、こちらの改善状況のところに話がございましてけれども、もっと流しておりました。しかし、視聴率の悪いところ、一番組当たりの効率が悪いところ、放送時間が悪いところを含めて、見直しは図っております。

ただ、今後については、先ほどありましたインターネットの普及により、Y o u T u b eの状況などを考えながらも、どういう形でやっていくのかということを中心に考えながら活用していきたいと考えております。

以上でございます。

○市長政策室 先ほどの吉見委員長からお話のあった北海道の広報が新聞折り込みになって、かなりコンパクト化したことと札幌市の広報のあり方について、若干説明をさせていただきます。

やはり、基礎自治体である札幌市と道庁、道民との関係、札幌市民との関係では、直接、市民生活にかかわるサービスのボリュームも相当異なるでしょうし、例えば、お子さんを持っている乳幼児健診のご案内、はたまた高齢者の介護予防のご案内ということも含めて、こういうもののお知らせは、広報さっぽろ以外で定時性を持って、期限を持って募集する、そしてご案内するというツールは、現時点では、確かにテレビやラジオでの利用、インターネットはございますでしょうけれども、年齢層的には、高齢者の方などはインターネッ

トを通じてのご案内はできないと思います。

トータルで言いますと、広報さっぽろは、先ほど部長からお話があったように、お知らせ原稿を利用されるというのは、特にイベントだけではなくて、札幌市の行政サービスの利用をお知らせ原稿をもってお知りになる方が相当数いらっしゃる現状もあります。そういう意味では、道庁がやられているような道庁の広報のコンパクト化とは一線を画して、札幌市としても、ほかに定時性を持ってお知らせできるような事例がもう少し見えてくれば、全戸配布のあり方はどうなのかという見直しをしていく必要があるかと思えますけれども、現時点ではないと思います。

○吉見委員長 ありがとうございます。

もしかすると、また資料等を……。といいますのは、基礎自治体でも、政令市とほかの自治体との違いも出てきますし、基礎自治体だから必要だという説明はなかなか難しいと思うのです。現に、財政状況が非常に厳しい基礎自治体では、かなりのカットをせざるを得なくなっている部分もあります。逆に言いますと、札幌市はまだそれだけ余裕があるということだと思うのです。

ですから、例えば、他の政令市の状況との比較ももしかすると必要になってくる部分があるかもしれないと思うので、また後で委員から追加的なものがあればお願いするかもしれませんが、よろしくをお願いします。

あと1点は、先ほど太田委員から話が少しあったクーポンの件です。

一部、札幌市がお持ち、ないしは、札幌市が所管、関連するようなさまざまな施設のクーポンなども出ておりますね。ただ、もともとクーポンなどをつけ始めたのはそう昔ではないということもあるのです。他都市の状況などを見ると、地元のことをいろいろ知ってもらうために、基本的に市や市の外郭団体等が関係しているような施設で有料施設のものを、かなり安くしたり、無料にするような券を織り込んでいるケースを間々見かけます。

広報さっぽろでも、もいわ山ロープウェイの割引は、何月号かついておりましたね。無料券ではありませんでしたね。例えば、歴史的な建造物や、札幌では、テレビ塔は関係している会社と考えていいのかもしれませんが、そういうところに地元の市民の足がなかなか向かないので、まず、市民にその施設を知ってもらうという観点もあって、あるいは、市民が税金を払っているのだからということもあって、例えば、免許証など市民であることを証明する書類などを携帯することを条件にしているところが多いと思いますが、無料券を持っていけば無料、ただし、1年に一遍だけということをやっているような自治体もかなり散見されます。

そこで、先ほどの太田委員のお話にも関係するのですけれども、つまり、今後の企画は何でしょうといったときに、先ほどのお話ですと、原局などからの要望があったり、あるいは、広報からこれはどうですかという話がある中で決まっていくということです。今言ったように、市民に市の有料施設を積極的に見てもらおうというようなポリシーみたいなもので、こういうものを進めていこうということはまだ決まっていないというか、市とし

て、そういうものはまだないということではよろしいでしょうか。

○市長政策室 確かに、委員長がおっしゃるように、札幌市も、ご存じのように、魅力都市さっぽろシティプロモート戦略を通じて、市民の方々に市内の観光資源を再認識していただき、すべての市民が観光大使といいますか、市内にいらっしゃる観光客1,200万人を超える方々に札幌の観光資源をご紹介いただけるという動きをこれからしていこうということを考えております。その中で、魅力都市さっぽろシティプロモート戦略との連携に基づいて、市内の観光資源を札幌市民にさらに知っていただくという意味でクーポンは、そういう施設をチョイスして、皆さんに使っていただくのかという戦略は、これから考えていかなければならないと思っております。

○林委員 先ほどの話と同じようなことで申しわけないのですが、広報さっぽろに一度か二度だけ載せていただいた経験と弁護士の広報のこととかかわるようなお話になります。本当に私の狭い経験で申し上げるので、客観性はよくわからないのですが、先ほど石川委員からもお話がありましたように、ここ数年、媒体によつてのすみ分けが本当に物すごく進んでいると思うのです。うちの事務所も、超零細企業ですが、日々、あらゆる手段で、どういう広報を行うかについて、本当に頭が痛いというか、悩ましいのですが、明らかにお客さんの層が違ふのです。そういう意味では、広報さっぽろは、高齢者層と、若者でも低所得者層はインターネットの活用もなかなかできない層も一定程度いらっしゃるので、そういう意味では、非常に貴重な情報源だと思います。

そういう意味で言うと、テレビは、今、どれだけニーズがあるのか。一瞬しか映らないという性質の割には、物すごくお金がかかるのです。

今、民放離れ自体をすごく言われていて、ドラマの視聴率もすごく落ちてきていますが、何をやるかということやをすごく考えていただかないと、広告代理店にお金をただ取られるだけの結果に終わるのかなとすごく思うところです。

そういう意味で言うと、インターネットは、仕事柄、すごく使うのですけれども、行政手続を調べるのにすごく使うのです。例えば、離婚届や何とか届、また、DVなどですね。今までは、本当にたまたまだったのかもしれないのですけれども、とても残念ながら、札幌市のものが上の方でヒットしたことがなかなかないのです。例えば、何とか届けを出したときに、道のほかの市やほかの都府県のどこどこ市がつくったものが挙がってきて、それによくお世話になっております。ただ、とても残念ながら、札幌市にはまだお世話になっていないということがあります。でも、インターネットを活用できる市民の方は、自分でいろいろ調べたいという人がすごくふえてきているのです。手続はやはり難しいし、細かいのです。そして、住んでいる市でも違ふので、その辺もすごく考えていただきたいと思ひます。

先ほど、ほかの委員の方々がおっしゃっていることと本当にかぶってしまうのですけれども、どうしても、広告代理店に任せてしまうと、見えづらいつ部分がでてくると思うのですが、どの方法で、どういうニーズがあつて、どれだけお金をかけるべきかどうかは、本

当にすごく考えていただきたいのです。税金なので、先ほど委員長もおっしゃったように、ニーズがなくても載せるべきものは絶対に出てくると思います。そういう意味では、市の広報が一番難しいかもしれませんが、改めて、全体を具体的に検討していただければと思います。

○吉見委員長 ありがとうございます。

なかなか難しいですね。余談ですけども、私も路面電車に関連する市民団体をやっていて、「札幌」と「路面電車」や「市電」と入れて検索すると、電車事業者よりも上に来るように仕組みであるのです。今、メンテナンスがなっていないので、そうっていないかもしれませんが、そうできるのです。それは、業者がちゃんとやればできます。しっかりした専門家がやるとできるのです。大体は、業者さんにぼんと投げるので、そこまでやってくれないものですから、割とアバウトになってしまって、今、林委員が言われたようなことが発生するのです。

ほかによろしいでしょうか。

○太田委員 長くなって済みません。

I T活用ですが、札幌には、I Tコンテンツの集積地域があって、最近では、スマホのコンテンツ、アプリケーションに関しては、開発がかなり先進的です。インターネットという場合、海外の方も含めて、スマホを使われる方が大変多いと思うのですが、札幌のI T企業等のコラボでアプリを開発してより有効な、広告代理店頼みではない地元の企業を活用したものはお考えなのでしょうか。

○市長政策室 アプリにつきましては、私どもの方でもいろいろ検討しているところではあるのですが、スマートフォン自体の普及率が、平成24年6月現在で、日経B Pコンサルティングの調べで18%程度という数字がございます。その18%にどのくらいコストをかけるのか。

やはり、アプリには相当お金が、会社にもよるのかと思いますし、物にもよるのかと思うのですが、札幌市として、アプリを通じて市民とどういったコミュニケーションをとっていくのか、まず、そこから検討させていただきながら、ツールとしてアプリが妥当なのか、ウェブが妥当なのか、はたまた、ほかのメディアが妥当なのか、そういった流れで検討を進めていきたいと思っています。

具体的に、アプリ自体は、俎上にまだ上がっていないところです。

○太田委員 個人的な感想ですが、札幌のI T企業でアプリは大変優秀なものが多く、I T集積地域札幌ということ海外にもアピールできる機会は、それこそ広報だと思いますし、本州本社の広告代理店に多額の金額をお支払いいただくよりは、地域企業をぜひご活用いただければという感想を持っております。

○吉見委員長 ほかにいかがでしょうか。

(「なし」と発言する者あり)

○吉見委員長 それでは、次の項目に移ります。

申しわけありませんが、約1時間半が経過しまして、まだ半分行っていません。最初に申し上げるべきでしたけれども、我々の質疑の時間はカットしません。時間が来たからといって短くすることはいたしません。最後までやります。大変恐縮ですが、ご説明も丁寧にご説明していただき、大変ありがたいのですが、できるだけ簡潔にお願いいたします。最初のご説明に45分ぐらいかかってしまいました。残りが9項目ぐらいありますので、資料は、この後、別添でいただいている資料がたくさんございますが、それらにつきましては、基本的には、読み上げることは避けていただきまして、ポイントをご指摘いただき、お話しいただくようにしていただければ考えてございますので、よろしくをお願いいたします。

それでは、最初に申し上げましたように、次は、8番目から12番目までをまとめてご説明いただければと思いますので、どうぞよろしくお願いいたします。

○市長政策室 それでは、できるだけ簡潔にご説明いたします。

特別相談業務について、その必然性があるのかについてまずはお答えします。

この事業の目的は、市民生活の安定に寄与することが大目的でございます。その中で、他の機関が行っている類似事業との関係はしっかり確認して、整理をしていく必要があるという問題意識を持ちながらやってきているところでございます。やはり、市がやっているのは、気軽に助言、指導を行えるということです。他の機関は、例えば、相談時間、相談事項、対象者が限定、制約されているという条件がついているところが多いです。表現は正しいかどうかはわかりませんが、特に、法律相談については、札幌市が行っている相談事業は、セーフティネット的な役割を果たしているというふうに我々は認識してやっているということをご理解いただきたいと思っております。

ただ、他の機関の状況をきちんと確認しながら、今後も、その事業のあり方について見直すべきときは、見直しをしていきたいと思っております。

それから、当該相談を有料で行っている都市はあるのですかというご質問がございました。

これについては、他の政令指定都市の20都市いずれも同様の相談業務をやっておりますが、どこも無料で、有料のところはございません。

それから、一定程度の受益者負担を導入することは考えられないのかということでございます。先ほど言いましたように、市民だれもが気軽に相談できる場を用意して、問題解決の糸口をつかんでいただくという札幌市の事業の位置づけからいたしまして、基本的には受益者負担導入はなじまないと考えてございます。

それから、その次のコスト削減において、弁護士の単価減や司法書士の無償化があるけれども、これは相談のレベルなどは変更したのか、ビジネスモラルに反しないのかというご質問でございます。

まず、法律相談でございますが、札幌弁護士会に委託して、従前から行っています。弁護士会に、契約単価の減額について、公益性の観点から減額できませんかという依頼を行

いまして、交渉した結果、ご理解をいただき、下げてくださいという経過がございます。したがって、相談内容のレベルについては従前と同じでございます。

それから、司法書士相談の方でございます。司法書士会に、それまで有料であったものを無償で継続できませんかということで、ご了解をいただきました。ただ、司法書士会から逆提案がございまして、区役所で相談窓口を新たに開設したい、それは受けられますかということでございましたので、当然、受けられますということで、新たに、10の区役所がございまして、月2回の司法書士相談を実施いたしました。あわせて、コスト削減をしながら、レベルアップにつながったということになってございます。

それから次に、コールセンターの関係でございます。

コールセンターの平成23年度決算額、コール数、費用対効果についてどういうふうに自己評価しているのか、1件当たりの金額がかなり高額ではないのか、より安くするために見直しできないのかというご質問でございます。

コールセンターの23年度の総事業費を総件数で割り返しますと、1件当たり716円と、かなりの金額になってございます。この事業の経費の大半は、オペレーターの人件費によるものでございます。どういう体制かということ、コールセンターの開設は、1年365日、年中無休で、朝8時から夜9時までの13時間営業という開設時間がありますので、これがコスト増の一つの要因です。それから、オペレーターは、コールセンターですから、電話で丁寧、親切に応答しながら、あらかじめ用意してあるQ&A、市のホームページをパソコンで検索しながら、回答を見つけて回答するという作業を行っております。1件当たり二、三分ぐらいで回答してございまして、これは、声の接遇とパソコンスキルは一定程度持っている方でなければ仕事できません。そういう意味で、そういう人材を確保する必要がありますので、これも人件費がある程度高い水準になっている要因だと思います。そんなふうに分析してございます。

他の自治体でも同様に、コールセンターを開設しているところが多うございまして、11都市が札幌市と同じような形態でコールセンターを開設してございます。その政令市11市の平均コストは1件当たり795円でございます。札幌は716円です。単純に比較できるかどうかは別にしまして、そういう比較をいたしますと、716円は政令市の平均より水準は若干低い状況でございます。

何よりも、コールセンターがあることによって、札幌市全庁の職員の負担軽減になっている部分がございます。実際には、かなりありまして、本来は、それを数値化して評価しなければならないのですが、残念ながら数値化できません。したがって、具体的に申し上げられないのですけれども、職員数の増加の抑制にコールセンターがかなり貢献しているという考え方は持っております。

いずれにしても、効率化、質の向上を含めて今後も取り組んでいきたいと思っております。

それから、次の質問は、コールセンターの活用展望についてでございます。

先ほども言いましたが、これから高齢化が進んでいきまして、超高齢社会を迎えるということで、電話一本で手軽にいろいろなことを利用できるコールセンターの役割はますます重要になってくると思っております。それから、365日無休で開設するというのは、お金はかかりますが、一つの強みでございます。それを市のさまざまな事業に活用していく可能性も秘めております。具体的にはなかなか説明できませんけれども、そういう二つの視点を持ちながら、今後、どんな展開ができるのかということを検討していきたいと考えております。

いずれにしても、コール数をもっとふやし、市民の方にどんどん活用していただく方向で、コストを上げずに、そういう方向で一生懸命やっていきたいと思っております。

それから、コールセンターと市役所、区役所の代表電話を同時にできるという可能性はありますかというご質問をいただいております。これにつきましては、既に、現在、コールセンターを委託している業者は、同じ契約の中で、仕様は分かれていますけれども、札幌市の本庁舎の電話交換業務と一緒に契約している実情でございます。ですから、実質的には、既に業務統合を行っていると言っても差し支えないと思います。

ただ、区役所は、状況がちょっと違いまして、それぞれ代表電話を持っていて、電話交換手が全部つないでおります。これを、今、ことしの秋を目指して準備中ですが、ダイヤルイン化をします。各課に電話番号を持たせて、直接市民が各課の電話にかけてくるということです。ただ、区役所の代表電話は当然外せませんので、若干の電話交換手は残ります。そんな状況でございます。ですから、区役所のダイヤルイン化が実際に行われて、どれぐらい代表電話にかかってくるのかという状況を見ながら、この問題については考えていく必要があるのかなと考えてございます。

それから、コールセンターの庁内でのいろいろな事業の活用数が横ばいで、新たな活用方法の検討が必要ではないでしょうかというお話でございます。

この庁内活用件数は、各担当部署が事業やイベントなどを行うときに、申し込みの受け付けをコールセンターが代行する件数のことを言っております。したがって、例年、一定数の庁内活用がございまして、そういう意味では、コールセンターの活用は定着してきております。ただ、今後、新しい事業やイベントも出てまいりますので、さらに集約化を進めて、取り扱い数をふやしていきたいと思っております。

それから、質問の最後になりましょうか、対応分析結果は市としてどのように役立てているのですか、具体的な活用例とその効果を教えてくださいということです。

コールセンターにかかってきた電話のやりとりの概要については、全部、履歴を残してデータベース化して、全庁の職員が見られるようにしている状況でございます。この活用方策は二つあります。一つは、各部局が日常的にその情報を活用していくということです。もう一つは、広報部が中心になって、いろいろな行政運営につなげていくという大きく二つがあります。

まず、各部局による日常的な活用方策で言いますと、例えば、自分の部局の事業で問い

合わせが多い事柄をホームページにしっかり書きましようということです。これは、当然、やるわけです。それから、イレギュラーな事柄としては、一部の事業者が職員の名を騙って、市から依頼されたと偽って一般家庭を訪問している。そういう情報がコールセンターを通じて寄せられております。この注意喚起を全庁に知らしめて、市民に知らせていく動きにつなげたということもあります。

それから、大きなことでは、土・日の開庁をどうしてしないのかという要望が寄せられて、そういうことを踏まえながら、土・日の証明発行サービスを開始したということもございます。

それから、広報部が中心になっていろいろなことに役立てていく方策です。これは、寄せられたたくさんの市民意見の中から、行政運営や政策運営に反映できる事柄を抽出し、関係部局と私どもが連携してやっていきます。具体的な例を1点だけ申し上げますと、観光などでまち歩きをする人に対して、スマートフォンやタブレットパソコンなどの携帯端末を使用して、観光情報をタイムリーに入手できる仕組みはつくれないのですかというお話がございます。これは、今、そういうことを踏まえて準備を進めているということがございます。

以上、雑駁でございますが、説明を終わります。

○吉見委員長 ありがとうございます。

それでは、委員の皆様からいかがでございますでしょうか。

○山崎副委員長 コールセンターをかなり活用されている実態がわかって、大変参考になりました。

一つ伺わせていただきたいのは、多分、イベントなど、どこに行けばいいのかという簡単なものから、込み入った苦情など、多々あると思うのです。簡単なものに関しては、恐らく、今ご説明いただいた形で、ここでさばいていると思うのです。しかし、込み入った苦情などはどのような形で受けとめられて、どのような形で処理されて、全庁的に共有されているのかというところについて、ご説明を補足していただけたらと思います。

○市長政策室 市民の声を聞く課の宇賀治でございます。

今の山崎副委員長のお話のとおり、簡単なものにつきましては、Q&A、FAQという形で、各部局が想定する質問に対しまして、約1,900項目をつくってございまして、それにオペレーターがパソコンで見て対応しております。逆に言うと、それがほとんどでございます。ただ、中には、電話をかけてくる方は、実は市職員だろうと思ってかけてくる方もおられますので、今、副委員長のお話のように、掘り下げてということがございます。それにつきましては、残念ながら、コールセンターでは、ホームページの情報以外のことにお答えできませんので、土曜日、日曜日であれば、月曜日に担当部署にきちんとつなげます、そして、担当部署から責任を持って回答を差し上げますというような対応をさせていただいているところでございます。

○山崎副委員長 込み入った苦情には、どのくらいの件数がありますか。そんなに正確な

数字ではなくて結構です。参考程度に聞かせてください。

○市長政策室 1割程度でしょうか。

○山崎副委員長 1割もあつたら大変なことです。

似たようなことで、北海道庁ともこういったやりとりをしたことがあります。やはり、北海道は、コールセンターを持っておりませんので、そうした苦情に対して、OBの方々や、場合によっては担当職員がきちんと受けとめるような体制をとるときに、やはり劣っているということをおっしゃっていました。

ですから、参考までに、札幌市の場合は、大きな事件があつたときに、ばつと来るようなこともあると思うのです。例えば、大津のいじめの問題など、マスコミをにぎわすような大きなことでわつと来たときの対応状況などを含めて、どういうふうにされているのかということ、参考程度にお聞かせ願えればという趣旨でした。

○市長政策室 市民の声を聞く課調整担当係長の川口と申します。

苦情はどのくらいの割合で入っているのかというご質問につきましては、平成23年度は、全体で13万幾らかの対応がありまして、区別はしていないのですけれども、苦情と提言を合わせまして1%で、1,393件です。これは、先ほど課長から説明したとおり、コールセンターでは基本的に対応できませんで、当日、もしくは翌日に、担当課が責任を持って回答、対応するという整理をさせていただきます。

○市長政策室 ちょっとだけ補足いたします。

コールセンターがあるほかに、市民の声を聞く課でも、毎日、市民からいろいろな声が届いておりまして、込み入ったお話は、コールセンターよりも、市民の声を聞く課の職員が直接受けることが圧倒的に多いです。やはり、コールセンターは、基本的には、市政の制度や事業の紹介をわかっていらっしゃる方が多いので、市民の声を聞く課に込み入った苦情を言うことが多いです。

○山崎副委員長 市民の声を聞く課の電話対応ということでは、どのくらいの職員が配置されていらっしゃるのですか。

○市長政策室 直接、電話対応を専門にやっている担当係長が4人おります。もちろん、実際に来庁されて対応する、電話が来る、インターネットもあります。それらを全部含めて4人で対応しております。ただ、市民の声を聞く課で別の仕事をやっている職員がおりますので、もちろん4人だけですとあふれる場合もありますから、その場合には、常に応援体制をとっている状況でございます。

○吉見委員長 ほかにいかがでしょうか。

○石川委員 特別相談業務について、事前質問で流しておけばよかったのですが、特別相談業務のイメージをつけるという意味での質問です。

私の手元の資料で、税相談と家事手続相談は平成23年度から廃止になっているのですが、廃止に至った経緯を教えていただくと、特別相談業務のイメージがつくかと思いましたので、よろしく申し上げます。

○市長政策室 実は、先ほど概要説明の中の見直しに至った経緯の中にもございましたが、22年の市民の評価の中で、市政外相談について、件数の増減等は合わせてどうなのかというご指摘がございました。それらも含めて、税相談も、件数が年間を通していいますと、それほどなかったこともございましたことから廃止に至ったという経緯でございます。

○石川委員 どちらかという、こちらから積極的に、この2件はそれほど利用が少ないということでやめたということですね。

○吉見委員長 ほかにいかがでございましょうか。

○太田委員 9番についてお伺いしたいのですが、弁護士は、単価減で済んでいるのですが、司法書士は無償化と差があります。これはなぜでしょうか。

○市長政策室 実は、法律相談につきましては、歴史が非常に古く、市民相談室ということで、昭和34年から、委託契約によりお願いしていました。法律相談でございますので、いろいろな法律に関する相談がございました。一方、司法書士相談につきましては、むしろ、委託契約とは違った報酬ということで、どちらかという、交通費的な部分も含めて、報酬契約という形をとってございました。そういう意味で、契約形態が違っております。

同じように、平成22年に、市民評価のご指摘等もあって、それぞれの団体にご相談申し上げまして、司法書士会は、むしろ、そういった報酬の部分の見直しをするのはどうでしょうかということ、先ほど冒頭に部長の説明がございましたが、無償でいかがでしょうかというお話をさせていただきました。私どもが何としても無償でと言ったわけではないのですが、司法書士会からは、逆に、それでは各区に広げていきたいということもございました。

簡単に言いますと、契約形態が違っていたということもございまして。

○吉見委員長 市民評価のときにもあったと思うのですが、契約形態が違うのはわかるのですが、そもそも、この時代に市が報酬を支払って弁護士相談業務をすることに意味があるのかという問いだったと思うのです。非常に利用率が高いし、いつも満杯という状態なのはよくわかるのだけれども、弁護士会の無料相談業務にあぶれてしまったら、あとは有料でやるしかありません。市でやれば無料なのだから、いっぱい来るのは当たり前で、それに市の税金を使って窓口を広げることにどれぐらいの意味があるのだろうという問いだったと思うのです。

現に、市政に関する相談が弁護士相談の中に持ち込まれるわけでは必ずしもないわけで、市民の方個々人のさまざまな事情の相談を無料で受ける場を、市がお金を出してつくっているわけです。そして、それはどうやって決めるかという、早い者順だということですから、そういうことに本当に合理性があるのかという問いだったと思うのです。

それに対する答えは、利用率、需要が非常に高いという答えが常に返ってくるのですが、無料なのだから、それは当たり前でしょう、それは本当に市のやることだろうかという問いだったと思うのです。結局、それに対する一つのコスト削減という形のお答えが、先ほどの司法書士会であり、弁護士会に対する単価の低減だったと思うのですが、根本的には、

市民評価のときの問いには答えていないのではないかと思います。

利用率が高いという以外に、どうしてもこれが要るのだという理由は何かあるのでしょうか。

○市長政策室 同じ回答になって恐縮ですが、特に、吉見委員長には平成22年のときにもご指摘をいただいております。やはり、私どもが行っている法律相談は、解決に至るまでということではなく、例えば、近隣との関係において、法律的にはどうなのだろうかということ、きっかけを知りたいということです。そのために、時間も20分ということで区切らせていただいております。

これは、他機関、弁護士会もそうですけれども、司法書士会も最近は無料相談を実際に行われてきております。

今の委員長のお話のとおり、前回、22年に指摘を受けまして、私どもは、ことしも利用者アンケートをとりながら、仮に、市になかった場合にどういうところで相談しますかということをお聞きしながら、本当にこのままでいいのかということ念頭に置きながら考えているところであります。

ただ、今お答えできるとしますと、繰り返しになりますが、他の機関で行われているところと市においては、あくまでも解決に至るまでではなく、きっかけを行っているのだという理解をしているというふうにお答えさせていただきたいと思っております。

○吉見委員長 別に、弁護士会に無料にしろと言っているわけではありません。

ほかに何かご質問等がありますか。

○市長政策室 補足してよろしいでしょうか。

広聴係長の楠と言います。

まず、弁護士会の関連で、無料で相談窓口を設けられるところは、ハロー弁護士相談と言いまして、電話による15分間のご相談と、多重債務の解決センターというところもあります。また、離婚の相談センターや雇用とトラブル、北海道弁護士ホットライン、日弁連の交通事故相談センターも交通事故関連の法律的なご相談を承っているという話を聞いております。

ほかの機関での相談の仕組みと体制の現状がどうなっているかということになるのですが、相談事項や対象者が制限されるのが大半でございまして、相談時間や実施日についてもばらつきがあります。気軽に助言、指導が受けられる札幌市の事業の必要性は本当に感じておりますので、今後も継続が必要ではないかと考えているところでございます。

○林委員 お金をもらう側なので、お金のことは触れません。

弁護士会も、今、法律相談センターの相談は無料化になっており、今後は全部が無料になる可能性も高いと思っております。やはり、私も、日々、市民の方に言われてしまうのは、どうしても、弁護士会、弁護士の事務所は敷居が高いということです。それは、我々の責任ですけれども、公共のところは、いつもどこも満杯です。札幌市でも、エルプラザの男女共同参画センターでの相談や、母子福祉の方の無料相談なども、ほぼ全部が埋まり

ます。そういう意味では、気楽に行けて、特に、法律相談なのか何なのか分からないことが多いと思うのです。これは法律相談として適しているのか、適していないのか。そうすると、市であれば、そこを深く考えないで行けるだろうという方が多いと思うのです。

そういう意味で、先ほどからお話が出ていますように、市があえて行うという意味で申し上げますと、むしろ、弁護士会なら弁護士会の方に改めて市で行う意義を、歴史が古いということだったのですけれども、今の段階で改めてもう一度問いかけていただいた方がいいのかなというところがあります。

やはり、弁護士も、通常法律相談だと思ってしまうと、いろいろな疑問がわいてきます。料金の問題についても、我々は相談業務が主な仕事の一つですけれども、全く無料ということで、新しい争点なども出てきかねないと思うのですが、先ほどのお話だと、初めて直接お伺いして、あくまでも窓口だけなのだ、なので20分なのだ、それが意外に伝わっていないのかなというところがあるのです。20分は、ほとんど何も話ができないことも多いのです。お互いに消化不良のことも多いのです。しかし、なぜ、あえてこの時代に市でやるのかということ、弁護士会なら弁護士会にはっきりさせていただければ、恐らく、20分のやりようも改善の余地があると思います。また、いろいろ苦情も出ていると思うので、それも伝えてもらっているとは思いますが、市民のサービスという観点においてここがだめだということは率直に伝えていただきたいと思います。私は外部評価委員として来ているので、その立場で申し上げますと、伝えるべきだと思います。

やはり、役割をもっとはっきりさせるべきではないかと思うのです。それは、たまたま弁護士は法律相談という形をとっていますけれども、乱暴に言ってしまうと、上のもっと大きな目的があるのだというところを相互にきちんと共通理解にしないと、何でただなのか、たかだか20分でいいのか、市がやらなくてもいいのではないかなどの議論が出てしまうと思うので、必要性を感じるとおっしゃるのであれば、市からそういったところを積極的に伝えた方がいいのかなと改めて思いました。

○吉見委員長 ありがとうございます。

いいサジェスションではないかと思います。契約見直しですね。それを市からしっかり伝えた方がいいのではないかということだと思います。

ほかに、今までの件で何かございますでしょうか。

(「なし」と発言する者あり)

○吉見委員長 それでは、これで12項目まで終わりました。質問番号で行きますと、13から16の残り4項目につきまして、所管が少しかわりますが、ご回答をお願いできればと思いますので、よろしく願いいたします。

○市長政策室 それでは、13番の大学と地域の連携による都市再生の推進ということについてご説明いたします。

政策企画部企画課長をしております稲木と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

大学と地域の連携による都市再生の推進でございますが、資料としましては、別添資料

3を用意させていただきました。

市で、大学の専門的な知見、学生の活力を地域課題の解決に生かしていくということで、地学連携に積極的に取り組んでいるのですが、その一環の事業でございまして、札幌圏大学連携ネットワーク会議を開催いたしまして、その場を活用しました地学連携と大学間連携を推進していくものです。それから、大学提案型共同研究事業です。大きく分けて、この二つを行っております。

ネットワーク会議につきましては、平成22年度から開催いたしまして、札幌圏の26の大学と短大、それから、八つの札幌圏の市町村、広域圏組合が参加して、設置しているところございまして、年に一、二回のペースで開催いたしております。昨年度は、2回ほど開催いたしました。

ご質問にございましたが、大学提案型の共同研究事業の内容と研究成果、活用予定につきまして、別添資料3にまとめさせていただきました。

この事業は、市で提示します政策課題に寄与する研究テーマを大学から募集しまして、その研究成果を施策に反映するというので、昨年度からスタートしたものでございます。

ごらんいただきますと、テーマ①と②の大きく二つを市から提示いたしました。一つ目は、市政への市民参加の推進です。もう一つは、北海道の中での札幌の役割ということで、この二つを提示いたしまして、これに資する研究テーマを応募いただきました。

三つございまして、一つ目は、政策の根拠としての市民参加でございます。

研究者、研究費はごらんのとおりとなっております。大都市の行政における市民参加の仕組みを研究するというので、アメリカの先進事例なども踏まえていただき、研究いただきました。研究のまとめとしましては、無作為抽出の市民による討議などをさらに導入するべきではないか、そういったものを制度化していく必要があるのではないかとということです。成果の利用でございますが、現在、札幌市で各区に設置されております区民協議会の意見を予算に反映する仕組みの構築や運用を進めているところでありまして、その類似事例としまして、そういったものを構築していくに当たっての参考とするなどの活用を検討しております。

それから、二つ目の研究テーマは、討論型世論調査を市政の市民参加の推進に活用する方法でございます。

これにつきましては、討論型世論調査を実際に行っていただきまして、幅広い市民の声を集めることができることが期待できる一方で、コストの問題等もございましたが、これについては、いろいろな課題を合同で討論していただくような方法で解決できるのではないかとということが提案されたところでございます。今後、いろいろな市民参加を行っていく手法の一つのとして、この活用の可能性を各部局間で共有していきたいというふうに考えております。

それから、三つ目の研究テーマは、さっぽろスイーツと札幌・江別エリアの食素材の融合による次世代さっぽろスイーツの開発の可能性でございます。

これは、道内での札幌の位置づけとしまして、札幌市の発信力や技術力を、具体的に言いますと、江別エリアでございますが、その機能性食素材などと融合して、健康スイーツの開発を行うということでございます。これは、実際に試作品を開発いただきました。今後、市内の菓子店において、商品化に向けた検討が行われているというふうに伺っております。

それから、この三つに共通しての成果の活用予定でございますが、大学の関係者や学生も含めて、市の職員を対象としました発表会を来月にも開催する予定にしてございまして、そういった成果や活用方策について共有してまいりたいと考えております。

ご説明は以上でございます。

○市長政策室 続きまして、14番のまちづくり戦略ビジョン、15番、16番の地域ポイントモデル事業についてのご説明をさせていただきます。

同じく、政策企画部の計画担当課長の浅村でございます。よろしくお願いたします。

まず最初に、まちづくり戦略ビジョン策定費でございます。

まちづくり戦略ビジョンとは、従来、基本構想、長期総合計画ということで、まちづくり、もしくは都市経営の長期的な計画を定めておりましたけれども、人口減少時代の到来、少子高齢化の進展、東日本大震災等を受けましたパラダイムの転換により、新たに中長期的な観点からまちづくりの方向性を定めていくことが必要なことから、まちづくり戦略ビジョンとして、昨年度から今年度にかけて策定作業を進めているところであります。

この大きな観点、視点といたしまして、市民とともに考え、共有できるビジョンをつかっていこうということを掲げておりまして、その中で、市民参加事業を非常に大きく重きを置いて取り組んでいるところであります。そして、具体的には、市民参加の事業をどのようにやったのかという手法、もしくは成果、評価ということについてご質問があったところでございます。

別添資料4の表で、これまで行ってきた市民参加事業を一覧にしております。

これについては、さまざまな手法を用いて、いろいろな市民が参加できるような仕掛けに工夫をしております。アンケートということで、市民向けには1万人の無作為抽出、道外向けにはネットアンケートなどをやっております。それから、会議やワークショップについても希望者が公募で参加できるような形です。それから、無作為抽出の中から希望者を選んで参加いただく手法をとっております。

また、子どもの参加ということで、子どもの権利推進条例を制定しておりますけれども、その観点から、子どものまちづくりへの参加ということも非常に重視をして取り組んでおりまして、さまざまな手法の中で、これから将来、自分たちが担っていくまちづくりを考えていただく機会をつくっているところであります。

こうしたことで、比較的若い世代の参加が得られていると我々も感じております。これは、例えばワークショップの中でも、ワールドカフェというような気軽に参加できるような手法を取り入れるということで、自分のまちのことをちょっと考えてみようかというこ

とで、若い世代である20代、30代の方もこれからまちづくりをどう考えるのかというと、市政への市民参加には敷居が高いと感じられている方も多いかと思いますが、もう少し気軽に考えてみようというところから、将来の自分たちのまちのことを少し考えるきっかけにさせていただくことができたかなと思っています。

こうしたことで、現在、有識者等からなるまちづくり戦略ビジョン審議会を昨年から立ち上げて議論しておりますけれども、その中で、適宜、市民からいただいた意見を集約、もしくは、原案の中に反映させていき、今後、成案となっていくまちづくり戦略ビジョンの原案に盛り込んでいきたいということで、現在も反映の作業を続けているものであります。

続きまして、地域ポイントモデル事業であります。

地域ポイントにつきましては、ICカードのSAPICAを利用する中で、行政分野での利用拡大を図っていくということで、SAPICAを市民カードとして普及、根づかせるという一つの目的があります。もう一つは、市民の方々が自分の住むまち札幌を再発見していく、もしくは、地域における市民活動等の中でまちにかかわっていただくことを促進していくために市民自治をさらに推進するという目的で行っている事業であります。

SAPICA自体は、現在、地下鉄のみでの利用となっておりますけれども、来年度の4月から6月の第1四半期には、バス、市電での利用が開始されて、SAPICAの利用者が大きく増加していくことが見込まれておりますが、それに向けたモデル事業として、行政サービス利用の一つの形として地域ポイント事業をやっておりまして、実証実験を行っている段階でございます。

具体的な内容についてご質問があったと思いますが、これについては、別添資料5に、昨年度に行った事業をリストアップしているところであります。

具体的な内容としましては、例えば清掃活動などの市民活動に参加した場合のポイントの付与や、こうしてたまったポイントを地下鉄のドニチカキップや指定のごみ袋との交換などができるほか、実際に自分たちがやった活動の中でたまったポイントをさぼーとほつと基金に還元する、寄附することもできるようなメニューを設けております。

この地域ポイントの趣旨を皆さんにわかりやすく伝えるため、「まちのわ」というネーミングをつけまして、まちの中に笑顔の輪が大きく広がってほしいという思いを込めて、普及活動を行っているところであります。

モデル事業の実施結果、今後の展望もご質問にあったところでございますけれども、実際に、新規の登録者が1,515名いらっしゃって、複数のところでポイントの付与を実際にやった方が延べ4,000名余りということで、実際に発行したポイントとしては、2万8,000ポイントになっております。

今後の展望でございますけれども、まだまだ利用者が少なく、普及が進んでいない側面もございますので、付与するメニュー、ポイントとして交換できるようなメニューを充実させていくようなことを考えております。また、会員になった方々同士が情報交換をする

場の仕掛けもつくっていかねばいけないというふうに思っています。

それから、質問事項の2として、SAPICAを利用したとき、市民に具体的に期待できるメリットは何なのだろうか。もう一つとして、将来的な自立運営について検討策にはどのようなものがあるという質問がございました。

一つは、SAPICA利用のメリットでございますけれども、SAPICAは、基本的に、交通決済をするICカードの位置づけが強いものでありまして、特に、今の段階では地下鉄に乗る市民の方々が日常的に持ち歩いている前提がございます。こうしたことから、特別な準備をしなくても活動に参加する際にSAPICAでポイントをためるということができるというようなことで、市民カードの一つの利用の形態としてのメリットがあるかと思えます。

そして、多目的な利用を進めていくということで、交通利用、また、現在も進めております電子マネーとしての買い物での利用といった複数の利用が考えられるということで、市民の利便性が高まっていくというメリットがあると思っております。

それから、自立的な運営体制でございます。現在、運営経費、市民の方々に付与するポイント原資は、すべて市の事業として市税で賄われている状態です。今後、地域ポイントの活動を広げていくためには、市民活動をいかに促進していくかという意味では、企業のCSRの活動とうまく組み合わせていくようなことも考えなくてはいけないと考えております。

こうしたことから、民間と連携して、企業の協賛を得ながら、まちづくりの活動に生かしていくことも視野に入れて、将来の自立的な運営、行政に頼らない運用を模索していくことが持続可能な運営のためには必要ではないかと考えているところであります。

説明は、以上となります。

○吉見委員長 ありがとうございます。

それでは、13から16まで、また、これまで全体を通しまして、必要があればご質問をいただきたいと思いますが、いかがでございましょうか。

○太田委員 15、16についてお伺いしたいと思います。

地域ポイントについて、別添資料5を拝見したのですが、例えば、いろいろ活用させていただいて、動物園の年間パスポートで、1,000ポイントは1,000円という意味だと思うのですが、それをためようとする、元気カフェは1,000回ですから、3年間毎日行かなければいけませんし、ポロクルですと100回ですから、1シーズン毎日乗らなければならないということになり、一般市民の感覚では、なかなかためにくいという意識を持っているのですが、ポイントについてどうお考えかということです。

また、ポイントがなかなかたまらず換金できないことになると、市民としては、余りうまみがありません。しかも、マーケティングされているという個人情報としても活用される危険があるということであれば、ウィズユーカードでいいのではないかと思います、その辺に関してもお聞かせください。

○市長政策室 ポイントのレートといいますか、付与するポイントをどう考えるかということでございます。

来店するポイントが1ポイントということで、なかなかたまらないということは実際にご意見としていただいているところでもあります。また、まちへの関与度といいますか、まちづくりにどれぐらい関与していくのか、ポイントのレートの差を設けておきまして、実際にボランティア活動のようなものをしていくときには、例えば大通地区の清掃活動を行う、greenbirdの清掃活動は30ポイントということで、実質、30円前後の価値を持つポイントとなっております。

このレートについては、我々もこれから見直しを図らなければいけないと思っております。市民の方々がためていく楽しさ、もしくは、ためていく実感を持てるポイントのレートはどのくらいだろうということは、もう少し検討して、上げていく必要があると思っております。

ただ、ためやすくすることによって、単発の活動だけに参加して終わってしまうという危険性もあるので、そこをうまくユーザーの方といいますか、市民の方々が継続的にかかわっていただけるような楽しさを持てるようなポイントの付与の工夫も別途考えていかなければいけないと思います。民間のポイント制度なども、いろいろな形でボーナスを出すようなこともありますので、ユーザーの方々が楽しみながらまちにかかわっていくということも工夫をしていきたいと思っております。

もう一つのご質問は何でしたか。

○太田委員 S A P I C Aは、市民としてはポイントの実感が持てないとなると、ウィズユーカードでいいのではないかと思うということです。

○市長政策室 自分たちがどういう活動に参加して、どういうポイントがたまっていくのか、利用者にとってもメリットがあるような形にしていく必要があると思っておりますので、ウィズユーカードのプレミアムよりも、金額的なメリットではないのかもしれないですけども、新たにS A P I C Aを持っていることのメリットを実感できるような工夫は今後もしていきたいと思っております。

○太田委員 雑感ですが、札幌市民性善説で行われている事業のように思われますので、経済事情が昨今は厳しい中で、そうではない場合も考えて、具体的なメリットが見られるようにしていただければふえるのではないかと思っております。

○吉見委員長 ほかにいかがでしょうか。

このS A P I C Aに関しましては、結局、市民サービスと交通カードを組み合わせるという方針を今後も堅持してやっていこうということなのかどうか。認識が間違っているかもしれませんが、その方針を最初に立てたので、逆に、利便性が非常に落ちてしまっている。何を言っているかということ、交通系のカードがばらばらでJ Rでも共通で使えない。札幌市は、自動改札機もI CカードもS. M. A. P. カードの時代から先進的に入れた都市であったにもかかわらず、I Cカードの利用に関しては一番おくれてしまっ

ています。後でやってきた福岡市などがJRや私鉄とICカードを共通化して、今は東京とも共通化して、はるかに利便性が高くなっているのです。いわば、SAPICAだけがガラパゴス化する可能性があって、札幌でしか使えないと。一時、S. M. A. P. カードのときでしたでしょうか、香港との共通などいろいろな実験をしましたけれども、なぜ香港なのだ、札幌と香港共通で使えて何の意味があるのだろうか、いろいろ言われました。

つまり、施策の方向性がよく見えなくて、なぜできないのかということ、札幌市は福祉関係や、こういうポイントや、さまざまなカードと市民サービスを一体化することを目的としているので、さまざまな情報をはがらがら載せるとだめなのだということです。

そういう位置づけもあるかと思うけれども、それは、逆に、市民に余計なカードを1枚持ってくださいということの意味することになります。ですから、今、太田委員からあったように、よほどのメリットがないと不便だという話が出てきてしまうと思うのです。ですから、どのメリットを施策としてとるのかということだと思います。

交通系のことだけを考えれば、ウィズユーカードと比べるとメンテナンスの費用が明らかに安いので、そこだけでもメリットがあるのだということはわかるのですが、それは使ってもら側立場であって、使う市民の側からすると、そうはいかないと思います。

こういうさまざまなものと組み合わせてやっていって、市民の利便性を高めるのだということについてのめど、そういうものが今の段階であるのか、今でもどんどんおくらせて、1年ごとにこの話をしてガラパゴス化が進んでいくので、このカードはいつ便利になるのだろうかと思うのです。

そういう目途や施策の方向性は明らかになっているのでしょうか。

○総務局 IT推進課長の小田原でございます。

SAPICAにつきましては、IT推進課で総合的な立場をとっておりますので、私から今の質問に対してお答えさせていただきます。

委員長がおっしゃいましたように、SAPICAにつきましては、平成18年度に最初の方針を立てまして、それに基づいていろいろな施策を推進してまいっております。その当時の考え方といたしましては、多目的な市民カードとしてSAPICAを普及させていくということで、一つの柱としては交通利用です。現在、地下鉄だけの利用になっておりますけれども、来年度から、バス、市電でも使える。また、電子マネーということで、商業施設等での決済でも使える。また、行政利用としましては、手数料としまして、住民票や戸籍、あるいは税等の証明の手数料の支払いにも使えるということで使っているほかに、今回の地域ポイントということで、SAPICAの会員証機能を使いましてポイントをためる機能をつくっております。また、今後の予定といたしましては、図書館での貸し出しカードでSAPICAの会員証機能を使っていくということで、システム改修を予定しております。

こういった形で、S A P I C A一枚で、市民の方がいろいろな場面で使えるようにということで、普及を進めているところでございます。委員長のご指摘にありましたように、交通面ということをお考えますと、札幌市以外で使えませんので、確かにガラパゴス化が今後進んでいくのはやむを得ないのかなというところでございます。

ただし、札幌市としましては、市内で札幌市民がいろいろと使っていただけることに関してより充実させていくということです。また、交通利用者という観点からいきますと、道外からS u i c aなどを持って札幌市にいらっしゃる方につきましては、来年度から地下鉄やバスでも使えるということで、観光客やビジネスでいらっしゃる方に関しては、利用勝手がよくなるということで、利便性も少し高めていくということで進めてきております。今後は、こうした進め方をしていくことで、市民の方がいろいろな場面で使えるような状況をより充実させていこうということで進めているところでございます。

○吉見委員長 ありがとうございます。

サービスが多岐にわたると非常に大変だと思うので、ご苦労は大きいと思います。まだJ Rとはだめなのですか。

○総務局 J Rの受け入れにつきましては、交通業界でお互いさまルールがございまして、S A P I C AをJ Rで受け入れる場合には、J R側でシステム改修等を行わなければならないということで、この一切の費用をJ Rで負担していただかなければならないということになっておりまして、今回、S u i c a、K i t a c aは来年度に札幌市では受け入れることになるのですが、バス、市電に導入するにあわせて、S u i c a、K i t a c aも受け入れのシステム改修を一緒にやっているということで、コストなどの軽減を図っているということです。札幌市としましては、S A P I C AがJ Rでも使えるということで、今後も呼びかけていくことを考えております。

○吉見委員長

ほかにかがでございましょうか。

○山崎副委員長 きょうのヒアリングで、札幌市がかなり幅広い広報・広聴活動、そしてまた、市民参加における実践をされていることがよくわかりました。

比較して恐縮ですが、例えば、広報・広聴でも、2年前に同じようなヒアリングを北海道庁でやったのですが、道庁は、とにかく削って、小さくしてみたいな話が多々ございますから、先ほどのお話のように、広報紙「ほっかいどう」もあのような状況になってしまいました。あのときに出ていたのは、認知度が非常に低いのです。私もそうなのですが、スーパーの広告と一緒にしまっているのが、結局、広報紙「ほっかいどう」はあるのかなという認知度になってしまっているのです。それに比べて、札幌市は、ああいう形でばしっと毎月出されていて、きちんとしたポリシーを持って発信されているのは、すごいことだなというふうに思っておりました。

そうした活動を見ながら、全体を通して、特に広報さっぽろを見ながら、それ以外の広報・広聴活動や市民活動も含めて、これからということで一言お願いしたいのは、双方向

性を持った広報・広聴活動や市民活動を一層頑張っていただければありがたいと思っております。

広報さっぽろも、先ほどのご説明でありましたように、問題提起型の広報誌をつくるということで、例えば、今回の放置自転車をどうしようか、これはみんなの問題なのだということや、以前でしたら雪かきですね。ああいうものを投げかけるのは広報さっぽろのすごくいいところだと思います。

そこで、もう一つ欲しいのは、いろいろな賛否ある市民の意見を紙面に載せる。例えば、自転車であれば、自転車に乗っている人の言い分もあると思うのです。これだけエコだ、自転車だと奨励しながら、極端に自転車駐輪スペースがないなど、そうした意見を双方向的に載せる場が広報さっぽろであると、もっといいと思います。あるいは、全道の先進的な市町村が出している広報誌などを見ていまして、住民のご意見がいろいろ出てきて、いろいろとあります。そうしたものできちんと一個一個丁寧に答えてフィードバックしていくと。そういうところが意外と読まれていたりするのです。

道新で言うと、「はいはい道新」みたいなものになってしまっているところもなきにしもあらずですが、すべての広報・広聴活動や市民参加活動に双方向性の確保というところを意識していただければと思います。

確かに、パブリックコメントをやっているということは私も存じ上げていますけれども、例えば、私の知っている札幌市で言うと、児童会館でも、どこかの区で、子どもの意見をいっぱい聞いて、それをきちんと反映した児童会館はすごく利用率が高く、きちんと愛されて使っているということがございました。ですから、意見をフィードバックして、自分たちの言った意見がこういうふうに市政に反映されているのだということになると、すべてとは言いませんけれども、市民も、言いつ放しではないのだという形で、もうちょっとかかわっていこうという成功体験につながってくるということが、ほかの自治体でも普遍的に見られるところではあります。

実際に、札幌市でも、今申し上げた児童会館の例、あるいは、円山動物園もその成功例と言ってもいいと思うのですが、そうした双方向性、市民が言ったことがきちんと市政に反映されているのだというフィードバックのプロセスをもっと可視化していただけるとありがたいということが全体での第1点目です。

もう一点申し上げさせていただければと思いますが、広報・広聴活動は、広報部が全体的にまとめてやられている部分と各事業担当部局がばらばらにやっているところがございますね。例えば、各部署が出しているパンフレットのたぐい、ポスターもそうですが、どれだけの実効性があるのか。札幌市全体で見ると、物すごいパンフレットやポスター、あるいは地下鉄や地下通路です。あれを、ぜひ広報部で、全庁的に、それぞれがばらばらにやっているものはどのくらいあるのだろうか、あるいは、ほとんど読まれないうりサイクルに行っているようなパンフレットはないのだろうか。そうしたところのご検証をしていただければということです。

これは、ITなどではどうなのか。例えば、ホームページも各担当部局に任せ切りでホームページをつくったり、更新、メンテナンスを業者がやっているのか、やっていないのかということで、2番目の広報・広聴の全体のマネジメントについて、今申しましたように、さまざまなポスター、パンフレットのたぐい、もう一つは、ホームページやITに関する保守点検などを全庁的に管理するということが、今までどのようにおやりになれていたのか、そして、これからどういうふうにされるのかということについて、一言いただければと思います。

○市長政策室 全庁的な広報マネジメントは、私ども広報部が担わなければならない問題であります。ただ、実際に何をどうやっていくかは、全庁と言いましても、たくさんの部局がいろいろな事業をやっていますので、非常に難しいということが現実問題としてあります。

今、2点ありまして、それぞれつくっている広報物は、どんなふうに行っているのかという点につきましては、札幌市が発行しているものについては、ライラックマークをつけているのですが、これは広報課が見たというあかしです。つまり、市民に対する広報物については、基本的に、大きなきちんとしたパンフレットからポスター、チラシのたぐいまで、広報課が目を通して、その上で番号を渡すという仕組みで行っています。

そこで、内容的な確認は行っております。例えば、このパンフレットは、ここが見づらい、わかりづらいということは指摘をしております。ただ、全体的なこと、これが必要かどうか、そこまで踏み込んだマネジメント、アドバイスをできればいいのですが、そのところは手が回りかねております。全体にいろいろな仕事がある中で、どうしてもその部分は、こんなことを言ったら変ですが、少し片手間的にならざるを得ない現実があります。

ただ、副委員長がおっしゃった問題点は非常によく理解できますので、今後はどんなふうに行っていけるのかということは考えていきたいと思っております。

もう一つは、ホームページの関係です。

去年の3月に新しいシステムを入れて、今、安定してきております。ただ、これからの課題は、今お話があったように、各部局が持っているコンテンツの質をどうやって高めていくのかということです。これは、私ども広報課の中でホームページを専任している職員が2人いて、ここはこういうふうにした方がいいというアドバイスをしながら行っております。ただ、ボリュームのある市のホームページ全体を2人の人間で行っていくにはどうしても限界があるという現実もあります。ただ、そうはいつても、これからホームページはますます重要性を増していくという問題意識を持っておりますので、何とかして、そのところにもう少し力を入れていきたいと思っております。

○吉見委員長 ほかにいかがでしょうか。

大分時間も経過しておりますが、今の市民の意見を聞くところから、質問項目でいきますと14番目に関連します。先ほどもお話しいただいたのですけれども、札幌ぐら

いのまちになると、意見の集約や意見を吸い上げるのは非常に難しい大きなまちになってしまっていると思うのです。特に、その中で、例えば、市民会議のような形態のものです。サイレントマジョリティの声を聞くやり方をどうとるかということです。一つはこの方法です。しかし、これは抽選で選ばれるので、待っていなければならないわけです。

もう一つは、ワールドカフェのようなタイプのもので、基本的には自由に参加していいというスタイルです。ただ、札幌市ぐらいの規模になると、いろいろと難しい面があって、市民が自由に参加できる形にしてしまっているのかということもあります。

そういう意味で、この二つの形態について、市民の意見を吸い上げるという観点から、どのような評価、効果を含めて、特に、言及もありましたが、お金も結構かかる場所もあるので、それだけのコストをかけて十分有用な意見を吸い上げる手法となっているのかどうかということです。この二つの手法について評価をお伺いできればと思います。それは、今後の展望にもかかわってくると思います。これをもっと広げていきたい、190万人の市民がいつでも集まれるようなものがあるのかなど、いろいろとあると思いますが、そのあたりの評価をお聞かせいただければと思います。

○市長政策室 市政への市民参加ということから、市民みずから自分たちのまちを運営していく、もしくは、市民自治を深めていくという流れをつくっていく必要があると思っています。そのためには、市民の方々の意向、レベルと言うと語弊があるかもしれませんが、さまざまなチャンネルをきちんと設けておくということが大切なのだろうと思っています。

そういう意味では、ワールドカフェ、もしくは、公募型のワークショップは、さまざまな方が参加できます。また、ワークショップよりももう少し気軽な方法で市民の気づきを促すという側面があります。意見を集約することが第一目的ではありませんけれども、市民の方々がまちづくりに対する気づきをしていくということも市民参加の一つのステージとしては必要なのではないかと考えています。そのときに、ワールドカフェのような手法は非常に有効なのではないかと考えています。それは、参加者の方々の満足度が非常に高いという結果もありますし、20代から30代の方々、通常のワークショップ、公募型のワークショップではなかなか見られなかった方が入ってくるようになったかなと我々としては評価しているので、こういう方法を広げていく、いろいろな施策のテーマの場面で、こういう手法を設けておくことで、従来、サイレントマジョリティだと思われていた人が市政への参加の関心を高めてもらうようなきっかけになるのではないかと考えていますので、こういう手法は少し広めていければいいと思っています。

それから、市民会議みたいなことは、どうしても深めて議論をしなければいけないときには、公募型でだれでも来てもいいですよと言って、100人、200人となってしまったときに、それがなかなか集約できないということがあります。ですから、テーマを深めていくためには、複数回、こちらからの情報提供もかなりした上で議論していただく、市民感覚のもとに我々の情報を提供して議論をしていただいて一つの成案を得ていただくという場面も深いところでは必要です。その段階を幾つか設けておくことが、これからの市

民参加というか、市民が自分たちのまちをつくっていくためのステージをどういうふうに我々が設けるかという意味では必要なのではないかと考えています。

今回、まちづくり戦略ビジョンは、その中でもさまざまなステージをいかに設けるかということにちょっと工夫をしたところがあるので、これは、また検証しながら、次の市民自治、もしくは市民が主役のまちづくりみたいなことをどういうふうを実現していくかというときのモデルにしていきたいと考えています。

また、先ほどに戻りますけれども、ワールドカフェみたいなものについては、こちらの準備もそれほど大がかりに必要なものではないです。実は、ワールドカフェに参加した方々が自分たちで自分たちのワールドカフェをやっていこうという動きも出てきて、それに対して支援もしていますので、そういうような転がり方、ドライブをしていくような仕組みとしてもそういう形は有効だったと考えております。こういう支援も、市民参加、もしくは市民自治を深めていくということでは、これからも取り組んでいくべきかと考えております。

○吉見委員長 ほかに何かご質問事項はございませんでしょうか。

○太田委員 これは感想です。

今度、市民ワークショップがあるということで、広報・広聴はご参加いただくテーマとして取り上げていただくと思うのですが、当初から聞いておりました、皆さんのご回答は大変丁寧なのですが、議会を聞いているような感じです。「思っています」等の議会でしか使われない日本語が多用されています。あとは、ご理解いただいとかが、検討しようと思っておりますという文言が大変多いのです。これは、日本語としては大変おかしくて、これを行いますとか、これを実行しますとか、イエス・ノーをはっきりいただかないとご回答、ご説明にはならないのではないかと考えております。

委員の皆さんも、審議会なれをしていて、基本的に丸くおさめようという対応をさせていただいていると思うのですが、広報・広聴の皆さんであるので、もう少しプレゼンは日本語をかみ砕いてご説明いただけるのかなと思ったのですが、本当に議会を聞いているみたいで、これで市民の皆さんに納得いただけるかどうか、大変心配しておりました。ぜひ、当日までには、日本語として、もう少し普通にお話しいただけるようにご努力いただけると、スムーズに進むかと考えました。

○吉見委員長 ほかによろしいでしょうか。

(「なし」と発言する者あり)

○吉見委員長 ありがとうございます。

それでは、きょうの議事(1)(2)の回答と質疑応答をまとめてやりましたが、以上で終わります。

所管局の皆さん、長時間、本当にありがとうございました。所管局の皆さんにご退席いただきまして、(2)まで終わったことにいたします。

なお、今回の委員会は、議事(3)がございまして、委員の意見交換と今ありました市

民ワークショップについての意見交換を委員で行います。

座席の変更がございますので、委員の皆さんには、5分間ほど休憩時間をいただき、セッティングをしたいと思います。

どうもありがとうございました。

[休 憩]

○吉見委員長 それでは、委員による意見交換ということで、きょうの広報に関連した部分です。広報だけではなくて政策も入っていますが、そこに関連した部分について、意見交換を始めたいと思います。

ご意見をいただければと思いますけれども、いかがでしょうか。

○石川委員 S A P I C Aがわかりやすいのですが、私も初めてなので、今後どういうふうに話が続いていくのか、逆に教えていただきたいのです。

例えば、S A P I C Aというのは、活動をポイント化して、またそれを再利用できるというのは発想としては素晴らしいのかもしれないけれども、インフラとして見ると、吉見委員長が言ったとおり、互換性の問題が出ているかもしれないのです。だから、総論部分を評価するのか、各論として行き詰っているという突っ込んだ話をこの委員会でするのか、僕はちょっとつかみかねていたのです。

○吉見委員長 総論というのはどういうことですか。

○石川委員 地域ポイントをポイント化してまた再利用できるという発想自体は素晴らしいことです。市民自治を実現する上では、すごくいいことだと思っているのですけれども……。

○吉見委員長 問題は、そこがS A P I C Aと絡まると話が面倒になるのですね。

○石川委員 それで、各論になるとなかなかちょっとと。それは、動きが遅いだけなのか、なかなか先が見えない話になっているのかと考えるのか、どこの次元を検討するのか、まだイメージがついていません。

○吉見委員長 そうですね。どう言ったらいいのでしょうか。これは、基本はS A P I C Aという事業と言っていいのでしょうか、それに関連したことなので、そこからやるべきなのではないかと思います。だから、ポイントのところだけを切ると、別にS A P I C Aに乗せなくてもいいのですよ。ポイントだけを別に発行して、紙でも何でもいいから発行して、それを使ってもらえばいいということでしかないのです。全部ハンコをつけば、ポイントカードでもいいのですよ。それをS A P I C Aに乗せるというと、逆に言うと、そのために共通利用などという利便性が制約されてしまうのですよ。だから、今、石川委員が言われたみたいに、では、この事業を本当にスピード感を持ってどんどん進めることができ、それでもって市民が本当に楽になるというのであればいいことだと思ふし、別に札幌ガラパゴスもちっとも構わない。ガラパゴスの中が非常に便利ならばそれでちっとも構わ

ないのです。ところが、それが導入してから全然進まないのですね。その間に、ほかの都市は別の交通系カードの進め方でどんどん先に進んでしまって、何だ、札幌だけが一番不便じゃないかということになっているというのが現状ですよ。

だから、図書館の貸し出しカードも結構だろうし、それから、ほかにもいろいろ言われていますよね。敬老いろんな何とか証みたいなのを代替するとか、それから、そのほかのさまざまな例えば身障者の割引がどうのというような部分もあったり、また、印鑑登録カードは今は別ですね。例えばそういったものを全部一元化できるか。そうすると、まだ相当改善すべき体質なのですね。

○石川委員 ちょっと質問を絞ると、例えばそういう一元化をしていくべきだという話をするべきなのか、ちょっとそこは、それぞれ電子マネーとかカードに対して、皆さん、自分の考えというのがありますね。

○吉見委員長 だから、施策として今のような形で進めていくというお話になっていたのです。だから、問題は、施策として進めていくのであれば、いろいろな評価の仕方はあると思いますが、残念ながら、少なくとも市民が満足できる状態にまでスピードを持ってやれてはいないのです。だから、そういう市民の便利が体感できるような、まさに一枚のカードで市のサービスが全部受けられるみたいところに早く持っていかないと、投資効果としては薄れてしまうことになります。

わかりませんが、そのうち、また別なカードが出ますよ。今までの経緯からいくと、大体10年しかもたないのです。ウィズユーカードもそのぐらいでした。

今、バスの業者がなかなかぐずっているのは、あれだけ市が言って、せっかくウィズユーカードの読み取り機を入れたのに、また変えたということで、そんな金はないと言っているわけです。それで、市が補助をしてくれるのだったらやるけれども、どうしてくれるのだということです。10年たって、また新しくシステムが変わりましたといって、また使えませんかということになって巨大投資になったりすると大変ですからね。多分、磁気カードほどにはならないと思いますし、もうちょっと命があるかなと思います。だから、ああいうのは、そういうサービスをやるのだったら早く実現しなければいけないのです。だから、ちょっと遅過ぎるのではないですかみたいなことぐらいは言えるかもしれません。

今の話で、市の施策が方針に沿って議論するならということとは別ですね。施策それ自体がどうなのでしょうというのはなかなか言いにくい部分もありますね。言ってもいいのですけれども、行政評価というよりは政策評価に近い部分になってきます。

ほかにはいかがですか。

○林委員 広報は、言われてしまうと、ああ、そうなんですかで終わってしまうというか、中身でむだだというか、こんなことを広報してどうするのだということはあるわけではないと思っています。ですから、一市民として一番考えるのは、やはり具体的な効果をどこまで常に把握する体制ができているかというところで、先ほどの質問でも申し上げていたのですけれども、市の職員が直接やられるのは物理的に無理だと思うのです。ただ、やはり

人に任せてしまうと、どこまで把握できているのかというがあるので、そこは主体性を持っていつもリサーチすると。どういう形でリサーチをするのかと言われると難しいのですけれども、やっていったらいいかなと思いました。

○吉見委員長 そうですね。今、林委員が言われたように、非常におもしろいテーマだと思うのです。行政評価をしていくときには、費用対効果というか、どういう効果があるのかと。それは、別に定量的なものではなくて、定性的な話でも構わないのだけれども、ある種のそういう指標を示していただきながら評価していくと。我々が勝手にやってもいいのだけれども、やはり自己評価というか、そういうものが本来あって、それを見るというスタンスがいいと思うのですね。今回は、特に費用対効果についての自己評価というのは必ずしもどれも明確でなかったなという気はするのです。

数字だけではないというのは、例えば先ほどの林委員からコメントをいただいた弁護士相談業務にしても、九十何%がいつも使われていますというだけでは問題で、そうであれば、例えば市が有料のサービスを全部ただでやってあげれば、みんなは喜んで参加するのではないですか。

○林委員 本当にそうです。だから、やる側と受ける側の両方に市のスタンスというのは一定程度示してもらった方が、うまく回ると思います。そういう意味では、本当に数字だけではなかなかあらわしづらいと思います。

○吉見委員長 それにしても、例えば最後のワークショップなどに対してどういう効果があるのかというと、効果があると考えていますという答えは出てくるし、いろいろな段階でいろいろなレベル感でやるべきだと思っていますということはわかるのです。最近、ああいうワークショップ形式でやるのは、特に札幌は上田市長になってから非常に多いのですけれども、いろいろなテーマについていろいろやっていて、これは、たまたまこのテーマで出てきているものではあるけれども、ほかの部署でもいっぱいやっているわけです。

○山崎副委員長 それこそ、市電でもやっているはずですよ。

○吉見委員長 膨大なお金がかかっているわけでしょう。あの金を全部突っ込んだら、もう市電が通っていますよ。過去20年議論していた金を全部入れればもう通っていますよ。結局、いざ事業を始める前の議論、これは、どうしても自治体は仕方がない面もあるけれども、札幌市は大きい自治体だけに膨大なお金をかけているのです。本当にその効果があるのか。それよりも、そのお金をみんな集約してぼんと一つでやった方がもっと成果があるのではないかとかね。極論すれば、そうではなくて、市民の声をきちんと集めて、市はこうだと思ったけれども、やっぱりやめましたとか、そういうような効果が出ましたとか、こういう方向で議論をしたことはないと思うのです。こういう方向でと言ったときに、市民の声をいろいろ聞いた結果、また逆になりましたとか、そういうことはなかなかないと思うのです。そういうような、ある種の費用対効果というものがいろいろ説明されると、なるほどという部分が出てくるのですけれども、なかなかないですね。

○太田委員 基本的に、各事業ごとの戦略が見えづらいいです。広報誌もそうですし、す

べてのものが要るの要らないのという話になった場合に、戦略を立てて、こういう目的でつくって、こういう意味で要るのであるという明確なご説明がなかったのですね。ですから、戦略がきちんと立てられていない。だれに向かってこういうことがあるべきでこうやっているのか、要るのであるという結論をしっかりと持っていないと非常にしり切れトンボの説明で終わってしまうのではないかなと思いました。どれ一つとっても要るよねと思ったものがなかったので、どっちかなというところですがすべて頑張っていますという結論で終わっているのか、非常にアンニュイな時間でした。

○山崎副委員長 私は、どちらかというところ、こういうのはもうちょっと温かくというか、ほかの事業と比べて、やったからといってなかなかすぐに効果が見えるものではなくて、かなり長い間やるもので、ある種、私は、デモクラシーのコストみたいなところに関しては寛容な立場なのです。ですから、そこら辺は、札幌市はいろいろやっています。ただ、いろいろやっているのはよくわかった、だけれども、いろいろやったことが、委員長がおっしゃった費用対効果ではないのだけれども、成果というのか、そうしたことによって市民自治の総体の質が高まったというところが、繰り返しになりますけれども、可視化できるような、言い方を変えると実感できるようなところにフィードバックしてこれるものを幾つか見せていただくと、上田さんになっていろいろ手広くやっただけのことはあるのだなというふうになると思うのです。いろいろやっているところは、札幌市は本当にいろいろやっていると。ただ、やったことによる成果、フィードバックというのが可視化、そして実感できるようなことを、特に広報の担当部局、あるいは市民自治担当部局にもう少しきちっとした説明責任を持っていただきたいなというところはありますね。

○林委員 私も、どちらかというところ、どっちかよくわからないからなくしてしまおうというよりは、目に見えない効果も市民として考えようじゃないかということも大事かと思うのですけれども、きょうのご説明だったら、もしかしてあってもなくてもどっちでもいいかな、全部なくしてしまおうみたいになってしまうととても残念だと思うので、具体的な効果というところは本当にきちんと説明してもらわなければいけないと思います。

○吉見委員長 その効果を説明する指標というところと数字に聞こえるかもしれませんが、カウント、数字ではなくて、そういう指標を広報の方でもいろいろ考えてもらわなければいけないですね。

○林委員 だから、本当に要らないなと考えるながらしゃべっていたのですが、例えば、広報さっぽろ——恐らく高齢者ですとか、高齢者は有料の媒体になかなか手が届かないような方々が多いといったようなお話が絶対にあると思ったのですよ。ちゃんと整合化されて、ターゲットと言うのも変なのですが、その媒体を必要としている層のいろいろな説明が具体的にあると思っていたのですけれども、逆に、最後の最後まで出なかったのか、それがちょっと不思議でした。テレビは効果がありますと言われたけれども、どう効果があるのか全然わからないのです。テレビで流すといったら、政策的なところなのかなと思います。子ども議会をやりましたというのを私も見た記憶があるのですけれども、地味で、子

どもが全然近づかないと思いますし、キャッチーではないと思うのです。とにかく、テレビは高いのです。だから、あれだけお金をかけるなら、1分なら1分ですごく知恵を絞らないと、本当にお金をどぶに捨てるだけです。果たして、あれを皆さんが見て、自分の子どもが見て、子ども議会に行きたいというふうに思うとか思わないという観点でチェックをちゃんとしてお金を払って流しているのか、その辺がすごく気になります。

○山崎副委員長 先進的な自治体ですと、ゆるキャラを使ったりしてやっているわけです。札幌は、テレビ父さんとか、何かを使ってやっていましたか。

○吉見委員長 札幌市が持っているゆるキャラは、たしか100種類ぐらいあるのです。

○山崎副委員長 そんなにあるのですか。

○吉見委員長 すごいのですよ。下水道局などはいっぱい持っているのではないですか。下水道局は四つぐらい持っていますからね。一番人気があるのは、おでいくんらしいです。汚泥です。子どもたちに大人気だそうです。何種類かあるのですよ。きれいなものと汚いものがあって、汚いものが一番人気があるそうです。

○行政改革担当課長 ご存じかもしれませんが、子どもたちは下水道科学館とかそういうところに行くのでわかっているのです。大人が逆にわかっていないのです。

○吉見委員長 そこに行くと見学記念バッチを子どもにくれて、4種類か5種類ありますが、おでいくんが当たりらしいですよ。ちょっと逆説的ですけどもね。というような調子で、各局などがそれぞれ複数持っていたりして、全部合わせると100ぐらいになります。

○山崎副委員長 そうすると、ゆるキャラのマネジメントというのも必要になってくるわけですね。

○吉見委員長 何が何だかわけがわからなくなってきましたね。

○太田委員 体系的に示してくださる指標に決定的に欠如している、欠落しているのは、そのターゲットと、指標的な目的というか、それが入っているとわかりやすいのです。多分、設定はしていらっしゃると思うのですが、載せていただけるといいなというか、繰り返しになりますが、議会对応なのだなと。

○石川委員 反省を込めて言えば、テレビも見たことがないのに批判をするのもどうかなと思います。少なくとも広報番組ぐらいは見ておけばよかったなと思いました。実際に、そういう番組を見て、これじゃ、だめだろうとか、そういう辛らつな意見が集約できる場というのはあるのでしょうか。内部に限らず、できれば外部の話も入れてですね。

○吉見委員長 集約というのは難しいかもしれないですね。

○林委員 例えば、見たことがありますか、気づいたことはありますかみたいなことですね。

○石川委員 この観点からいけば、若者はテレビを見ているはずだから、若者に訴求できるかという話は、そうですねというのは納得せざるを得ないですね。

○吉見委員長 今の時代は、本当に若者がテレビを見ているかどうかは怪しいですね。

○石川委員 実際は、本当は、どうなのですかね。アンケートなのか何なのか……。

○山崎副委員長 アンケートや、あるいはプレゼン、その他でフィードバックを必ずかけて、1枚、2枚でもいいですからね。そうしたところをテレビならテレビ、ラジオならラジオ、広報誌なら広報誌と、そういったところが必要です。

北海道では、たしか第三者委員会みたいなもので道政の広報について、吉見委員長が指定管理者のものでおやりになられていた、いや、市場の民間開放で、ああいうものがあつたりするのですね。

だから、やはり大変な作業ですけれども、細かいことを言うと、テレビ、ラジオ、広報誌その他で、それぞれにどれだけの反応が返ってくるのか、来ていないのか、そういったことをもうちょっとふやすということは、企業努力として、やってやれないことはないですね。それは、決して費用対効果ということではなくて、そういう成果をきちんと把握する、フィードバックするという自己努力ですからね。そうしたことはもうちょっと頑張りましょうという提言というか、そういうことは我々としてはすべきなのでしょうね。

○吉見委員長 テレビに関しては視聴率が出てしまうので、それを計算すると、何万人が見ているという推定はすぐ出るのです。北海道の視聴率は札幌圏だけですから、札幌圏視聴率なので、すぐ出ます。

○石川委員 視聴率になると、結局、見たというぐらいの話でしかなくて、どのぐらい訴求していくかというところは全然ないのですね。

○山崎副委員長 そうなのですよ。今、石川委員が言ったように、視聴率としてテレビで流していればいいということではなくて、市政にちゃんとフィードバックしてくるところが、一番、テレビを流している、番組をつくっているということですからね。

○吉見委員長 非常に短時間なので、例えば広報誌に入っているような内容はとても出せないわけですよ。結局、この特集にあるようなことをちらっと言うぐらいのことはできるだろうし、幾つかのポイントを出すことはできるけれども、ここにあるようなことのすべてを言うことはできませんし、詳しくは広報さっぽろをごらんくださいと言うしかないのです。昔は、それこそ、テレビで市長の顔を見るという意義はあったのかもしれないのですが、今は、市長の顔を見る方法は幾らでもあります。そういう観点からすると、意義づけが変わってきているのは確かなのだろうと思います。

どうでしょうか。

これは、ちょっと自由に意見をいただいております、また我々のところは我々でまとめたと思います。

私は、先ほど言いましたように、原局として自分たちの成果の評価を少し具体化するとか、そういう説明をする、具体化する努力は欲しいなという気はしました。ですから、多分、今の段階でそれぞれの項目について自分たちの成果を説明する指標をまだ持ち得ていないのだと思います。それになじまないというふうになって、やめてしまうというところが結構多いのですけれども、その典型になっているような気がします。それはだめなの

です。やめさせてはだめです。難しいのはわかっているけど、それを改革していかなければいけないのです。それをやめてしまったところは、極論すると、我々みたいところが厳しく言わなければいけなくなる対象になるので、そうではなくて、自分たちで自分たちの成果をきちんと自己評価して、きちんと説明できる体制をとってほしいなという気がします。

ほかに、意見交換、きょうのヒアリングについて何かございますでしょうか。

議事がもう一件残っております、それはワークショップについてです。これもワークショップにかかわりますので、きょうも、石塚さんを初め、石塚事務所の方に来ていただいております。

長い時間で、済みません。

○石塚 いいえ。

○吉見委員長 これはいかがでしょうね。私の感想からすると、割と広報というのは市民ワークショップの議論には乗りやすいと思うのです。多分、だれもが目にして、あるいは、石川委員ではありませんが、テレビで目にしていないかもしれない。だから、目にしていないなら目にしていないということで意見を言っていて、もしかすると要る要らないの話になってしまうのかもしれないけれども、あるいは、これはもっと変えた方がいいとか、おもしろくしろとか、漫画は要るとか要らないとか、紙をよくしろとか、悪くしろとか、表紙はこんなにきれいでいいのかとか、広告をふやせとか減らせとか、クーポンをつけろとか減らせとか、いろいろ出るのはないかと思うのです。こういうワークショップの中でいろいろな意見が一番出やすいテーマだろうと思うのですよ。自由は余り制約したくないと思いながら、拡散し過ぎてもだめです。例えば、今の媒体みたいなものは少し絞ってお話いただく方がいいのでしょうか。

○山崎副委員長 絞るとしたら広報さっぽろですね。万人に対して、一番共有しやすいものです。

○吉見委員長 何でも自由になつたら、この話は拡散し過ぎますね。

○石塚 多分、現時点での受発信の効果という問題と、それから、将来に向けての受発信のあり方と、両方の視点があるような気がするのです。それは、今までも委員の皆さんがご指摘されていたとおりでありますが、現在のやりとりで言うと、広報というのは一番わかりやすい媒体だと思うのです。必ず全戸にわたっているはずの情報媒体ですから、それはどの程度の効果があるのか、費用的にも6億円という巨額なコストをかけているという面で、対象にするのは非常にわかりやすいのではないかと思うのです。将来のあり方ということ考えたときには、高齢化社会とか、IT情報化とか、そういう社会のトレンドに合わせて、どういうあり方が必要だと思われるのかということ言うと、広報さっぽろという紙媒体にこだわらないいろいろな議論が必要になってくるのかなと思います。そのどっちに重きを置くのか、前半、後半という仕分けもありますので、前半を現在のメディア、後半を将来に向けてということ切り分けて、前半は紙媒体、後半はITも含めた幅

広の社会トレンドに合わせたメディアのあり方ということで議論してもらってもいいかなという気がします。

○吉見委員長 現在のものというふうにして、現在のものに対する批判というのは、逆に将来につながるわけです。だから、今、石塚さんが言われたように、例えば、前半に広報さっぽろみたいな昔からある伝統的なメディアを考えてもらって、後半にIT関係ですね。テレビやラジオをどうするかというのは残ってしまいますけれども、そういった媒体に少し焦点を当てて議論を分けた方が、話す方はわかりやすいかもしれませんね。話しやすいかもしれません。広報さっぽろの配り方とか配布方法なども意見が出てくるかもしれませんね。

○山崎副委員長 事業の内容とか、いろいろな苦情から何から……。

○吉見委員長 町内会による配布というのもいろいろ問題はあるのですよ。町内会に委託して、町内会にお金を渡してやっているけれども、町内会は喜んでやっているかという、実際に配っている人たちは、強制的に順番が回ってきて、うちは働いているのにと、子どもがいるのにと、一生懸命に配布作業をしなければいけなくて、嫌だと言うと、町内会でつまはじきに遭うのです。仕方がないから、仕事を休んで配りましたとか、子どもを預けましたとか、そうやっていたり、では、町内会を脱会しましょうとなるのです。そうすると、全戸配布だから、一応、脱会したところにも配らなければいけないのですよ。あなたのところは町内会に入っていないから配らないよというわけにはいかないのです。そうすると、また、この人たちは町内会に入っていないし、町内会費を払っていないのに、何で私が配らなければいけないのかという話が出るでしょう。その町内会の予算はどう使っているのかと、また不満がたまるわけですよ。

だから、業者を使って全戸配布してくれと、町内会が言うのではなくて、町内会に入っている人がここまで出かかっていたりするのです。町内会を通さないでくれと。でも、言えないのです。

それは、マンションの町内会の形態と一戸建ての形態とではまたちょっと違うのです。それから、老人比率が高いかそうでないかということによっても状況が変わってくるのです。多分、どういう方が来るのかはわからないけれども、広報さっぽろという中身の広報の内容よりも、配布形態とか、そんな話が出てくる可能性もあるなとちょっと思っていたのです。きょうは配布形態の話も入っていましたからあってもいいのですけれども、どんなふうになるかなと思うのです。

○山崎副委員長 そこは、ファシリテーターの方々に、余り横道に逸れたときにはちょっと戻していただくと。

○行政改革担当課長 そこは、広報・広聴のあり方というよりも、事業の配り方というところから町内会がどうだとかという話が出ると、話が逸れてしまいます。ただ、そういう話は出ると思いますが、そこは、本来の現状の受けている情報などはどうなのですかというところに戻すようにしたいと思います。

○石塚　そういう細かなところの仕分けは頑張りたいと思いますけれども、きょうは、山崎副委員長から大きく双方向の関係づくりが大切だということで、今回、広報と同時に広聴の問題もあったと思います。広報と広聴がどのようにいい循環をどうつくっていくかということかと思っていましたけれども、広聴の問題を市民ワークショップで取り上げる必要があるかどうかということについて、委員の皆さんのご意見をいただきたい。それから、行政評価ということと言うと、だんだん時代が変わってきているので、必ずしも適切かどうかわかりませんが、やはり、むだな部分をカットしていくということでは、きょうの皆さんの議論、疑念が集中していたのは、今どきはテレビやラジオの時代なのかということで、その判断を、市民の皆さんの日常感覚でラジオとかテレビというメディアがどれほど役に立つ情報発信になっているのかということモニタリングするという意味で意見を聞くということもあり得なくはないと思います。ですから、広報の今後のあり方ということで絞っていいのか、広聴という面に少し気を配る必要があるのか、あるいは、行政評価という側面で市民のモニタリング、意見を聞きたいというニーズがおりにされるかどうか、そこら辺を少しご議論いただくと、組み立てがわかりやすいと思います。

○吉見委員長　いかがでしょうか。何かご意見はございますか。

個人的には、まず、できれば広聴のところも話があればいいなと思いますが、ただ、それほど余裕があるのだろうかというのが不安です。今回は、広報の方を主としていただいでいいかなと思っています。ただ、広聴を無視するわけではなく、市民の方からどういう意見を言う場が欲しいかと言ったらいいのか、あるいは、どうやったら意見を言えるようになるか、そういう話がもし市民の方々の議論の中で出れば、それは大変いいことだし、役に立つことだと思います。自分はこんなものに参加したけれども、うまく意見が言えなかったとか、一回も参加したことはないけれども、そういう場所が欲しいとか、今みたいに市民の意見を聞く課みたいところで電話だけでは困るとか、そのようなさまざまな意見が出るようであれば、それは非常にいいことだと思います。不安なのは、それだけの時間的余裕が果たしてこの時間内であるかどうかであって、非常に厳しいようであれば、やはり広報の方を優先していただく方がいいだろうと思っています。

それから、テレビやラジオなどの関係のことは、もし、そういうところで市民の方から異論があることは我々にとって非常に役に立つと思います。特に、今回は行政評価の中にこれを組み込むというか、関連させてやろうということが今年度の試みですから、最終的に我々が行政評価の報告書を書くときに、市民のワークショップで出た意見や、そういったものをできるだけ盛り込んで書いていきたいと思っています。ですから、それが評価にかかわらないというか、あるいは評価として書くと非常に難しい項目になってしまうと、なかなか盛り込みにくいと思います。単なる苦情レベルの話になってしまうと問題があると思います。実際にテレビやラジオに関して予算も出ているわけですし、例えば、広報誌の予算とかそのほかの予算と比較をしたときに、どれぐらいの効果を感じられるかということろまで議論していただければ、先ほどの費用対効果の話に結びつきますので、それは非常

にいいし、もしかすると、テレビやラジオの話というのは一番わかりやすいものになるかなと思います。

本当は、インターネットとか何かのコストも質問がありましたね。そういうものも本当はあるのだけれども、これは難しい判断ですね。僕もよくわかりません。

○太田委員 時間的なものもありますね。

○山崎副委員長 道庁では、ことし、それをやるのですよ。ITのそういうものをどういうふうにちゃんと全体的にやっているのかということですね。

○吉見委員長 なるほど。我が社の組織もそうですけれども、結構ばらばらでやって、ばらばらに業者に投げちゃってしまったりしているでしょう。多くのところはほとんどそうで、業者にホームページをつくらせて、持ってきて、それを載せているという状態で、メンテナンスもするのだけれども、根幹の部分でできない面があるのです。タイトルのこの文字だけはいくらでも変えられるとあって、そこは投げざるを得ない。投げたら幾らかかるのだと言ったら100万円ぐらいかかるとかね。3文字かえるだけだろうと言うのだけれども、そうはいかないとかね。

なぜそんな話をしているのかというと、例えば長崎県は自前でやっているでしょう。あそこは、担当の課長か何かヘッドハンティングされて、日立か何かの人が入ったのです。そうしたら、全部そうやって投げているのでびっくりしてしまって、2人かしてくれとあって、若手職員を2人採って、元の自分の会社に投げたんですよ。1年間出向させて、訓練して、戻して、以後は、契約のホームページから何から、全庁のホームページはその2人でつくっているのです。

○山崎副委員長 3人で回せるということなのですか。

○吉見委員長 そうみたいですね。

○山崎副委員長 細かい出し入れは担当部局にさせて……。

○吉見委員長 もちろん、入力などはね。ただ、発注のためのフォーマットとか、発注業務とか何かまで全部つくったらしいですよ。

○林委員 やはり、そういうことはありますね。だから、現状、どこまでうまくいっているかをちゃんと洗い出せば、将来、札幌市でもそういう職員をどこかに出向させるという可能性も現実にあると思います。

○行政改革担当課長 ホームページは、今、全部職員がつくっています。

○吉見委員長 全部つくっているのですか。

○行政改革担当課長 それで、新しいコンテンツマネジメントシステムという方式を入れました。これは一つの形式で、こういう形でこうやって決めてやっています。

○吉見委員長 それはすごいですよ。長い目で見れば、その方が結果的にコストが安くなるのです。そして、すぐに変えられます。

○行政改革担当課長 ITのいろいろなプログラムやシステムについては、先ほど来ていたIT推進課が一元的に見て、そこにこんなものをつくりたいとなったら、これはちゃん

と費用対効果があるのか、定性効果があるのかということを見ても、あそこの中で1人、専門員が民間から来てもらった方がいるので、例えば民間から出てきた見積もりとか、何人工が必要かというのを全部チェックして、ここは落とせるだろうとか、ここはかぶっているのではないかということをチェックするような形に、システム上はしていると思います。

○吉見委員長 先ほど言っていた非常勤職員2人がどうのというのは、その話ですか。

○行政改革担当課長 それは、広報だけの話です。今言ったのは、ITで、例えば何とか総合システムをつくりましますとか、窓口の住民票を出すシステムをつくるといったときに、個別に発注するのではなくて、一回、IT推進課といううちのITを中心にやっているところを出して、そこで本当にこのシステムをつくっていいのかどうかということをやっています。

○吉見委員長 そうすると、今のITの話は、今回の対象とはちょっと違うものですね。そうすると、先ほどの広報の方で言っているのは、ホームページをそうやってチェックしている人なのですか。臨時職員を2人張りつけていると言っていましたね。

○小林 臨時職員では、なくて一般の職員の方2人でしたね。

○行政改革担当課長 一般職員の方が2人ぐらいでホームページの方は全体的に見ていると。

○小林 うちの事務所でも、パンフレットの内容をホームページ形式にしてデータを納品するという仕事を請け負ったことがあるのですが、札幌市の行政としてのホームページのバリアフリーだとか、そういうチェックに合致しているかどうかということをチェックしてくれたり、そういう札幌市のホームページガイドラインというものがあるので、恐らく、ホームページガイドラインにのっとっているかどうかということもチェックして……。

○吉見委員長 その方が2人ぐらい張りついているということですか。つまり、広報の方の説明だったので、その話は今回の広報の話に入るわけですね。

○行政改革担当課長 どちらかという、非常勤の2人という話は、報道の記者クラブとのやりとりがあるときの連絡係とか雑多なことという、そっちの方で非常勤がいて、多分、ホームページの関係は正職員が2人だけなのかははっきりわかりませんが、そういうシステムをつくってやっています。

○吉見委員長 広報といってもホームページをつくるのは別なところがつくっているのですね。

○行政改革担当課長 各原局です。

○吉見委員長 原局がつくっているのでしょうかけれども、先ほど言ったように、ホームページそれ自体は自分のところで全部つくっているとおっしゃったでしょう。

○改革推進部長 自分のところというのは、札幌市役所の中でつくっているということです。

○行政改革担当課長 中であつてついているということです。外注はしていないということです。

○吉見委員長 市役所の中でホームページを、それは各原局であつてついているのですか。

○林委員 各部局で原稿を書くということですか。

○事務局 システムに直接入力して、行政評価のページも私がやっています。

○吉見委員長 直接、それぞれの局で入力をする。そのフォーマットみたいなものというのは別のところであつてついているのですか。

○行政改革担当課長 多分、ビルダーを使って既存のホームページをつくるソフトをたつてついていると思いますね。

○吉見委員長 それが、そのIT何とかがあつてついているのですか。

○改革推進部長 システムを最初に入れるときに決めたフォーマットみたいなものがあつて、そういったもののトータルの運用というのは、広報部の方でやっています。

○吉見委員長 それは広報がやっていると。よくわからないね。

○改革推進部長 更新や何かはそれぞれの原局が勝手にやっけていけるのですけれども、そのシステム自体のトータルの関係はやっけていて、あとは……。

○吉見委員長 トOTALの管理みたいなものは広報がやっけていけるのですか。

○改革推進部長 はい。

○吉見委員長 では、やはり広報が担当になるのだ。

○行政改革担当課長 基本的に、ホームページをつくるたびに外注に出しているとか、そういったことはしていないということです。編集したり、更新だとかというのはしています。

○吉見委員長 そのホームページの枠みたいなものがあるじゃないですか。

○行政改革担当課長 それは、一番初めに、多分、ある程度システムを入れるので、買つて改修などをしたと思いますけれども、その後は、それに基づいて入力だとか更新などは、各原局が先ほど言つたホームページのガイドラインにのつとつてやっけて、それがちゃんとできているかというのは広報でチェックしてもらふということです。

○吉見委員長 そういう意味ですか。それは、我が社でもやっけていけるのですよ。それぞれの情報の更新などというのは、我々がちゃかちゃかやっけていけるのだけれども、例えば、札幌市というタイトルがあつたり、そういうものがあるじゃないですか。ああいうデザインを変えるとか、そういうものはできないと言ふのですよ。

○林委員 それは、きっとそれを最初に導入したソフトというかシステムの関係なのでしょうね。

○吉見委員長 済みません。ちよつと横道に逸れてしまいました。

どこまでが広報の仕事なのかというのがよくわからないね。

○山崎副委員長 道も、そこで広報の仕事とIT管理部門との併立性というか縦割りみたいなものがあるので、それを一元化しようというのが2年前の提言の一つの柱なので

す。それはちゃんとやりましょうと。

それから、ことしテーマになるのが、ITの情報管理というのは、とにかくばらばらで各部各局でやったり、道では、振興局というのがあるじゃないですか、そういうところにもあるし、教育委員会と学校とか、そういうことで錯綜しているので何とかしませんかというのを俎上に出して、9月の第1週におやりになるのですね。奥が深いみたいですね。

○吉見委員長 機構まで広げるとありますよね。札幌市だって、市が一つと行政部局だけであって、多分、小学校はそれぞればらばらにつくっていますね。市立小学校はそれぞれ勝手気ままにつくっているでしょう。

○山崎副委員長 教育委員会系統はですね。あと、区役所はどうなっていますかということですね。

○吉見委員長 一体それはどうやってつくっているのだという話になるといろいろあるでしょうね。多分そこまで広報が見ているわけではないと思うのです。

ワークショップ関係について、ほかに何かございますか。

○太田委員 先ほど最後に発言したのですが、勉強会で多分ご説明いただくと思うのですが、もうちょっとちゃんとお話しいただけるようお願いしたいのです。議会対応型になってしまっていると思うのです。

一番気になるのが、「検討したいと思っております」というのは禁止にしたり、「考えます」とかはだめで、「やります」とか、イエス、ノーがはっきりしないと、それはやらないということに理解されてしまうと思うので、やれるかやれないかという意味では、ちゃんとした日本語を使って、プレゼンテーションしていただきたいと思います。それを議会用語なれを全くしていない市民の方が聞かれると、理解できないと思いますので、そのあたりは気をつけて、説明とか対応をちゃんと勉強して来てくださいということを申し上げたいと思いました。

○吉見委員長 議会に対してもそうだし、マスコミに対する答弁に近いかもしれない。テレビカメラが目の前にあって説明を求められたときに説明されるような仕方にちょっと近かったですね。あれはよくわかるのですけれども、テレビを見ている人からすると、今の太田委員ではありませんが、何を言っているんだよというふうにみんな見ているんですよ。ところが、言っている方はそうは思わずに言っていますからね。

○太田委員 できるとかできないと言ってしまうのは非常にハイリスクだと思うのですが、だから、私どもも報告書を書くときにそういうごまかし言葉を使うのですけれども、日本語として、口語体というか、市民がしゃべっている言葉からはかなりかけ離れているので、時間もそうですが、45分とか考えたらわかるだろうと思ったのですが、一昨日もそうですけれども、丁寧につらつらご説明いただくのも基本的に間違っていると思うので、説明の仕方についてはちょっと考え直してくださいというふうにぜひ申し上げたいと思います。

○吉見委員長 ワークショップにいらっしゃる市民の方は、短時間でもありますし、その中で、市民の方にすっとん入ってくるようにしないとまずいと思います。確かに、テレビ

カメラの前とか議会の前でお話になっているように、多分、すっと入る前に反発を買ってしまう可能性がありますね。全然ないということはわかるのではないかと話になってしまう可能性があります。多分、だれも言質をとらないと思います。そういう意味では、ポイントについて簡潔に話す工夫をしていただくことが大事になるかもしれませんね。ほかによろしいですか。

(「なし」と発言する者あり)

○吉見委員長 ありがとうございます。

それでは、長時間にわたって、本当にありがとうございました。恐縮でした。

3. その他

○吉見委員長 事務局から何かございますか。

次に全員が集まるのは市民ワークショップの日ですね。それで、そのワークショップに係る部分の具体的なテーマというのか、二つぐらい前半と後半がありますね。これをまとめていただくのはどの段階でどういうふうにしてやりますか。

○行政改革担当課長 原局なども入ってどうするかを考えているので、まず、成案ができれば、メールか何かでお知らせします。

○吉見委員長 メールで事前にお渡しいただくにしても、我々もそれに目を配る形になりますね。

今回は、前にもいろいろありましたけれども、結果的には、我々が各グループの中に入り込んで、一人の参加者として話すということにはならなくなりました。ですから、その場に来て、意見の展開の仕方を見るという意味では、そういう立場になっていますので、テーマがありましたら、そのテーマに沿ってどんな展開がされるかを見ていただく形になると思います。

それではよろしいでしょうか。

○石塚 もうご案内だと思いますが、9月12日に事前説明会ということでしっかり時間をとって、きょうのような説明を、要点を押さえながらという条件はありますけれども、ちゃんと事前レクチャーを実施させていただいて、それから、日を置いて市民の皆さんの本番のワークショップを迎えるという段取りにしてあります。ですから、12日にいらっしゃる前に説明資料は事前配付をしたいと思っています。当日に来て急に説明を受けるというのではなく、適切な時期に資料が手元に来て、それに目を通して事前説明に臨むという段取りにしたいと思っています。そこで、事前送付の段階ではもう具体のテーマも明示してお渡しをする必要がありますので、9月上旬早々には、テーマと皆さんにお配りする資料を用意しなければなりません。ですから、テーマの設定はかなり早い段階で委員の皆さんの目を通してもらう形になると思います。

○吉見委員長 テーマについては、一昨日も話をしましたように、余り細かいテーマというよりは、それからたくさんテーマも立てられませんので、それぞれについてざっくり

と二つぐらいの感じですね。それで、こういう方向だということをお目通しいただければと思います。ご苦勞ですけれども、よろしくお願いします。

それで、12日の水曜日には事前説明があります。この日は午後と夕方です。もし、この説明会のお時間があるようであれば——両方とも同じことを2回やるのですね。

○行政改革担当課長　そうです。

○吉見委員長　ですから、ずっといなくてもいいのかもしれませんが、どんな説明がされているかということをごらんいただいた方が本当はいいのかもしれませんが、ただ、平日の午後ですし、ですから、ご都合がつけばということで、多分、事務局から案内があるかと思います。その辺もよろしくお願いします。

4. 閉　　会

○吉見委員長　それでは、これで終わらせていただきます。

長時間、ありがとうございました。

以　　上