

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  
「5-1-2 市民の主体的な活動推進のための環境づくり」関係  
ヒアリングにおける論点等（委員発言要旨）

#### 地域ポイントモデル事業の評価の視点

地域活動をポイント化という発想自体はすばらしいもので、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が、インフラとして見ると、互換性の問題が出ている。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すべきか、判断がつかねる。

#### 地域ポイントモデル事業とSAPICAとの関連性

地域ポイントについて考えると、SAPICAを利用しなくても、ポイントカードを別に発行して、運用すれば良いことではない。行政利用という目的のために交通系カードとしての共通利用などという利便性が制約されている。

施策として進めていくのであれば、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な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。

#### 広報の効果を把握する体制

主体性を持って、具体的な効果を、常に把握する体制を確保すべき。

#### 広報の事業効果

事業効果について、定量的な指標だけでなく、定性的な指標などを用いて明確に自己評価すべきである。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。

#### 市のスタンスの示し方

広報・広聴を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、うまく回ると思う。そういう意味では、本当に数字だけではなかなか表しづらいと思う。

#### ワークショップなどの取組

例えば、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聞くと、効果があると考えている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るということはわかる。

自治体には仕方がない面もあるが、事業を始める前の議論に、膨大なお金をかけている。本当にその効果があるのか。それよりも、そのお金を集約してやった方がもっと成果があるのではないか。市はこう考えていたが、市民の声を聞いた結果、逆になったとか、そういうような、ある種の費用対効果というものが説明されると、なるほどという部分が出てくるが、なかなかない。

#### 事業の戦略

基本的に、事業ごとの戦略が見えづらい。全ての事業について、要るの要らないのという話になった場合に、こういう目的をつくって、こういう意味で要るという明確な説明がなかった。誰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、要るという結論をしっかりとっていないと非常に中途半端な説明で終わってしまう。どれ一つとっても要ると思えるものがなかった。どっちかなというところですべて頑張っているという結論で終わっていた。

## 成果の可視化

こういう事業は、ほかの事業と比べて、なかなかすぐに効果が見えるものではなく、かなり長い間やるものである。ある種、デモクラシーのコストのようなものである。札幌市は色々やっているけれども、実施によって市民自治の総体の質が高まったなどの、成果、フィードバックが可視化、実感できるよう説明責任を持っていただきたい。

## 成果を説明する指標

目に見えない効果も市民として考えることも大事だが、今日の説明では、あっても無くてもどちらでもいいものにも聞こえない。具体的な効果をきちんと説明し、その効果を説明する数字以外の指標についても、考えてなければいけない。

## 広報媒体のターゲットとその効果

各媒体を必要としているターゲット・層に関する具体的な説明がなかった。テレビは効果があるとの説明があったが、どう効果があるのか全然わからない。子ども議会に関する番組を見た記憶があるが、地味で、子どもが全然近づかないと思う。テレビ放映はお金がかかるので、そ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。子どもがあつた番組を見て、子ども議会に行きたいと思うかどうかという観点でチェックをして放映しているのか。

## 指標的な目的

指標に決定的に欠如・欠落しているのは、そのターゲットと、指標的な目的である。それが入っているとわかりやすい。

## 広報番組への意見

実際に番組を見て、意見が集約できる場というのはあるのか。内部に限らず、できれば外部の話も入れて。

## 広報への意見

各媒体について、アンケートなどでフィードバックを把握することが必要である。

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、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は、もうちょっと頑張ろうという提言はすべきなのだろう。

## 視聴率と訴求力

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。

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、市政にフィードバックしているというところの把握が必要。

## 広報番組の意義づけ

広報番組は、非常に短時間なので、例えば広報誌の内容のすべてを言うことはできないし、詳しくは広報さっぽろをご覧くださいと言うしかない。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が、今は、市長の顔を見る方法は幾らでもある。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だろう。

## 自己評価での成果を具体化する努力

原局として事業成果の評価を説明、具体化する努力は欲しい。今の段階では、各項目の成果を説明する指標を持ち得ていないと思う。指標化に馴染まないをやめてしまうところが多いが、その典型になっている。しかし、やめてはだめである。難しいことはわかっている、それを改革しなければいけない。成果をきちんと自己評価して、説明できる体制をとって欲しい。