

令和8年度 外部評価対象事業 論点整理・指摘事項案整理表

事業No.1 サッポロ・シティ・ジャズ事業費（市民文化局）

【これまでの委員会審議やヒアリングを終えての意見交換等】

ヒアリング等での質問事項等	主な回答
「年間観客数21万1,000人」という目標値は、どのような算出根拠に基づいているのか。	成果指標である「年間観客数211,000人」は、20会場規模で実施していた過去5年（平成27年～令和元年）の平均をもとに設定している。 現在の会場数は、会場使用料等の関係から10～13会場で推移しており、会場数の減少も目標を達成できない要因のひとつとなっている。
観客数を増やすため、どのような取組や工夫を行ってきたか。	広報面でターゲットを意識して、さまざまな媒体の活用を図るとともに、新しい客層を開拓するために、無料の「街角ライブ」を実施しているほか、障がいのある方、ジャズ初心者も楽しめる「ユニバーサルジャズライブ」や、親子でもジャズを楽しめるプログラム、観光客が訪れるイベントとのタイアップなども実施しているところ。
事業目的の一つに「観光資源としての魅力向上」とあるが、どのような観点で位置づけたのか。	文化芸術基本計画の中で、社会的価値、経済的価値を高めるために、観光、まちづくり、教育、福祉といった他分野と連携していくことを大きな柱としている。サッポロ・シティ・ジャズについては、観光資源として魅力が向上するように取り組んでいるところ。

【第6回委員会における論点整理事項・評価】

- ・年間観客数が低迷しており、魅力ある企画、札幌独自の取組など、観客数増につながるような取組が必要ではないか。
- ・他都市や他の音楽イベント等の成功事例を参考にしながら、若い世代への訴求力向上など、ターゲット層の拡大に向けた工夫が必要ではないか。
- ・事業目的の一つに「観光資源としての魅力向上」を位置づけているが、定量的な効果検証が不十分であるとともに、「札幌を日本有数のジャズの街にする」といった強いまちづくり理念や、まちづくり・観光施策とどう連動させるかという市としての一貫した位置づけや方針が不足している。
- ・様々な音楽ジャンルがある中で、なぜジャズなのか。

【指摘事項案】

- ・成果指標である年間観客数が低迷していることから、他都市や他の音楽イベント等の成功事例を参考に、札幌独自の取組や魅力ある企画の導入など、観客数増に向けた事業構築を進めること。
- ・「観光資源としての魅力向上」を事業目的に掲げるのであれば、ジャズの振興と、将来のまちづくりをどのように連動させていくか、効果検証の方法も含めて具体的な方向性を整理すること。

事業No.2 文化芸術鑑賞促進費（市民文化局）

【これまでの委員会審議やヒアリングを終えての意見交換等】

ヒアリング等での質問事項等	主な回答
コロナ禍を契機に開始した事業を、現在も継続している具体的な理由と必要性。	令和4年度に、主にコロナ禍で減少した市民の鑑賞機会を回復させること、あわせて新たな鑑賞者層の獲得を目的としてスタートした。 しかしながら、音楽鑑賞者の年齢層が高齢者中心という課題が顕著であったことから、令和5年度以降は、新たな鑑賞者層の獲得を主な目的として事業を継続している。
事業目的の一つとして「文化芸術鑑賞者の裾野拡大」とあるが、本事業をきっかけに他のコンサート等にも足を運ぶようになったかなど、効果検証は行っているか。	各コンサートにおいて、アンケート調査を実施しているが、「他のコンサートにも足を運んでいるか」といった追跡調査は行っていない。 しかしながら、今後のクラシック音楽の鑑賞意欲を確認する項目において、過去3年間のすべての公演で90%以上の方が「クラシック演奏会にまた来たい」と回答しており、継続鑑賞に結びついているものと推測。

【第6回委員会における論点整理事項・評価】

- ・コロナ禍を契機に開始した事業ではあれば、情勢が落ち着いた現状においては事業内容の見直しを検討すべきではないか。
- ・クラシック音楽の裾野拡大の必要性は認めるものの、低料金のコンサートという手法が適切か。
- ・本事業をきっかけに他のコンサートにも足を運ぶようになった市民の人数など、事業目的である「文化芸術鑑賞者の裾野拡大」に関する効果検証を行うことが十分にできていない。
- ・「新規および若い世代の鑑賞層開拓」を目的とするのであれば、クラシックと他ジャンル（ロック、アニメ等）の融合といった惹きつける工夫を取り入れるなど、企画の抜本的な再構築が必要。
- ・「文化芸術鑑賞者の裾野拡大」を事業目的としながらも、リピーターも一定数参加している可能性があり、本来の目的に合致しない事業展開になっていないか。

【指摘事項案】

- ・クラシック音楽の裾野拡大という事業の必要性は認められるものの、現在の低料金のコンサートの開催という実施手法では、リピーターの発生など、効果が限定的であることから、より実効性の高い事業への再構築を検討すること。
- ・事業の再構築に当たっては、効果の検証方法も併せて整理すること。

事業No.3 未来へつなぐ笑顔のまちづくり活動推進費（市民文化局）

【これまでの委員会審議やヒアリングを終えての意見交換等】

ヒアリング等での質問事項等	主な回答
事業の支出の内訳はどのようなになっているか。	非常に多くの事業が積みあがった事業であり、支出の具体例として、花壇の花苗、交通安全の旗、防犯パトロール用のベストといった備品や、地域の歴史等を区民に認知してもらうための冊子の作成費用などである。
助成金などの使途はどのように確認しているのか。	いくつかパターンがあり、助成金の場合は報告を求めて、領収書も確認する。助成金ではなく区役所の方で物品を購入する場合もある。
市民が手がけた活動で「他の区にも勧めたい」成功事例はあるか。	豊平区では「スポーツの街」ということでスポーツ系の取組に注力している。厚別区や手稲区だと、近隣の自治体とも連携したイベントなどを実施し、相互交流を深めている。

【第6回委員会における論点整理事項・評価】

- ・約3億円という事業費が広く薄く配分されているが、具体的な支出内訳や事業全体の成果が抽象的であり、市民から見て使途の透明性や事業効果が非常に見えづらい。
- ・具体の事業が地域のまちづくりにどのように活用されているか市民に認知されておらず、情報発信が不十分。

【指摘事項案】

- ・交通安全や環境美化など、全区で多くの事業が実施されているが、具体的な支出内訳や事業全体の成果が抽象的であり、市民から見て使途や事業効果が非常に見えづらいことから、使途の透明性の確保や成果の見える化を徹底すること。
- ・市民が事業効果を実感できるよう情報発信を強化すること。

事業No.4 若者出会い創出費（子ども未来局）

【これまでの委員会審議やヒアリングを終えての意見交換等】

ヒアリング等での質問事項等	主な回答
札幌市が事業を行う意義は何か。	直近10年間における婚姻件数のピークは平成27年の1万800件で、直近の令和5年は7,908組と、約3割近く減少。令和4年度のアンケート調査では、「タイミングが合えば将来結婚したい」が42.9%「巡り合えれば結婚したい」が30.2%と、結婚を希望する方が一定数いるにもかかわらず、婚姻件数は減少を続けている状況が確認できた。 この調査の別の設問では、「行政が婚活を支援すべき」という回答が63.9%であり、求める具体的な支援として「自治体公認マッチングアプリ」や「自治体が運営する結婚相談所」という意見があった。 以上のような背景から、国の若者のライフデザインや結婚支援を重点的に推進する方針を踏まえ、「さっぽろ結婚支援センター」を開設することとなった。
登録料「2年間で1万5,000円」という料金設定の考え方と民間事業者との関係をどのように考えるか。	2年で1万5,000円は、入会金等で事業運営費を賄う想定で設定した金額であり、他自治体と同程度。 民間の結婚相談所と比較して若年層が利用しやすい価格設定ではあるが、民間事業者へのヒアリングでも市場拡大につながると好意的に受け止められている。
「行政が婚活を支援すべき」という63.9%というアンケートのサンプル数は。	札幌市と近隣11市町村で構成される札幌連携中枢都市圏の18歳から39歳までが調査対象で、有効回答件数は401件。
民間サービスの成婚率のデータを把握していないとの説明だったが、民間サービスとの比較は必要ではないか。	事業者によって成婚率の算出方法が異なるため、この事業と民間の成婚率のデータを比較するのは難しい。一方、プロポーザルで運営事業者を選定するなど、民間サービスを参考にしている。

【第6回委員会における論点整理事項・評価】

- ・民間による結婚支援事業は高額のコストが必要であり、行政が取り組む必要性は認められるものの、根拠としているアンケート（401件）の統計的精度には疑義が残し、「なぜ行政が結婚支援を行うのか」という根本的な事業の意義や論理的根拠が不十分である。
- ・この事業について十分に市民に認知されていないことから、効果的な広報が課題。事業開始して間もないことから、まずは認知度向上に取り組み、一定期間の成果の推移を見て判断すべき。

【指摘事項案】

- ・民間による結婚支援事業は高額のコストが必要であり、行政が取り組む必要性は認められるものの、この事業を認知していない市民が一定数いることから、より事業効果を高めるためにも、対象者へ確実に情報が届くよう広報戦略を強化すること。
- ・また、継続的に事業効果について分析を行いながら、行政が担う意義及び必要性について継続的に検証を行うこと。

事業No.5 ワークトライアル事業費（経済観光局）

【これまでの委員会審議やヒアリングを終えての意見交換等】

ヒアリング等での質問事項等	主な回答
予算規模に対し、定員が少ないように思われるが、定員数はどのような考え方で設定しているのか。また、定員を増やすなど、事業効果を上げる工夫の余地はあるか。	この事業の参加者は、個別のきめ細やかな支援を必要とする方が増えている状況であり、無理に定員枠を拡大すると支援の質の低下も懸念されるため、現時点では単純な増員ではなく、カリキュラムの工夫や体制強化による支援の質と就職率の最大化を優先している。
定着率に係る追跡調査は行っているか。	直近の令和4年の参加者だと、3年間の離職率が34.9%。中小企業における離職率（100人以下約41%、30人以下52%、5人以下66%）と比較しても数値は低い状況。
体験付きミニ合同企業説明会に参加している企業は何社ぐらいあり、どのように参加企業を探しているのか。	約200企業が登録しており、10～20企業が説明会に参加。この事業の趣旨や参加者の特性を伝えた上で、実習も含め、受け入れ可能な企業を、委託業者が開拓している。
北海道も同種の事業を実施する中で、札幌市がこの事業を実施する意義や必要性は何か。	北海道は全道で約100人規模の事業であり、札幌市内の大学生等の人数を考えると不足している状況であることから、札幌市としても実施している。他政令市においても都府県の支援規模のみでは不足し、市独自で補完している事例があると認識している。

【第6回委員会における論点整理事項・評価】

- ・定員の絶対数は少ないものの、自力でなかなか正社員就職が難しい人への支援ということで、量よりも質を重視しており、行政評価の指標が未達成である理由についても一定の合理的な説明ができています。
- ・支援の質を確保するため、将来、対象者を減らすことを検討しているとの説明だが、この事業の需要があるのであれば、予算等の制約は理解するものの、受講できない人が増えてしまう。
- ・建設業など深刻な人手不足を抱える他部局の事業との連携を推進することで、更なる相乗効果が期待できるのではないかと。

【指摘事項案】

- ・定員の絶対数は少ないものの、自力で正社員就職が困難な求職者に対する手厚い伴走支援と高い定着実績は一定の成果が認められるため、今後、事業規模の見直しを行うに当たっても、市民ニーズを踏まえた事業構築に努めること。
- ・また、人手不足が著しい建設業などを対象とした他部局の施策との連携を積極的に推進し、多角的な就業機会の創出とマッチング効果の更なる向上を図ること。

事業No.6 就業サポートセンター等事業費（経済観光局）

【これまでの委員会審議やヒアリングを終えての意見交換等】

ヒアリング等での質問事項等	主な回答
利用件数・就職者数が目標を下回っている原因をどのように分析しているか。	近年、民間のオンライン求人サービスやスポットワークアプリなどが急速に普及しており、公的窓口を介さずに就職を決定できるようになってきたのが要因。 一方、現在の利用者は民間サービスでのマッチングが難しいシニア層、または就職困難層が中心となっており、利用者の7割以上が60歳以上の状況。こうした方々を就職に導くためには丁寧な伴走支援が必要。
ハローワークがある中で、当該事業を実施する意義や必要性は何か。	ハローワークは、全国的なネットワークを活用した広域的な求職マッチングを行うほか、就職支援だけではなく雇用保険の受給資格の確認や給付手続き、助成金の審査などもあり、1人あたりの相談時間が制限されているのが現状。 一方、就業サポートセンターでは専任のキャリアコンサルタントが求職者一人ひとりに合わせた個別支援プランを策定しており、これはハローワークの一律の相談対応ではフォローしきれない部分であり、地方自治体ならではの強みと考えている。 また、各区役所に設置している「あいワーク」は、ハローワークまで出向かずとも身近な場所で相談や職業紹介を受けられる利便性の確保と、区役所と連動したワンストップサービスの提供が強みである。
若年層に比べ企業とのマッチングが難しい高齢者に対し、どのような取組を行っているか。	高齢者には、事務や軽作業、マンション管理人などの業種が人気だが、求人には限りがある。 このため、介護の経験がなくても親の介護で初歩的な知識があったりする方々に対して職場体験を行ったり、民間事業者と連携してスポットワークを活用したりしている。
シルバー人材センターとの連携は行っているか。	既に実施している。 札幌市は65歳の有業率が政令指定都市の中で19位と非常に低く、シルバー人材センター、合同企業説明会を行う「シニアワーキング札幌」、「就業サポートセンター」のそれぞれがお互いの事業内容の周知に取り組んでいる。

【第6回委員会における論点整理事項・評価】

- ・就職活動のデジタル化が進んだものの、民間サービスにつながりにくいシニア層や就職困難層が一定数おり、丁寧な伴走支援を行うという点で、ハローワークの機能を補完する役割を果たしており、事業の意義は認められる。
- ・成果指標を、従来の就職者数から、就職率に見直したことも適正と考える。

【指摘事項案】

- ・就職活動のデジタル化が進んだものの、民間サービスにつながりにくいシニア層や就職困難層が一定数おり、丁寧な伴走支援を行うという点で、ハローワークの機能を補完する役割を果たしており、事業の意義は認められることから、見直した成果指標の推移を今後も注視しながら、実効性の高い就労支援を推進すること。

事業No.7 電気自動車普及促進費（環境局）

【これまでの委員会審議やヒアリングを終えての意見交換等】

ヒアリング等での質問事項等	主な回答
予算執行率や指標の達成度が低迷していることについてどのように考えるか。	人気のある新型車種の有無によって購買需要が左右されるため、昨年及び一昨年に新型車種が販売開始とならなかったことが、補助件数が伸び悩んだ主たる要因と捉えている。 今年度は人気車種の販売開始や中東情勢による原油価格の不安定さなどの影響もあって6月段階でほぼ100%の予算執行となる見込み。
寒冷地かつ広大である北海道では、現時点の電気自動車の特性や機能面（バッテリー性能の低下や長距離走行の困難さ等）において、他の地域と比較して導入が進みにくいことが想定されるが、どのように考えるか。	現在、EV、PHEVの普及率は世界平均で25%であり、国内におけるEV販売台数も2019年から比べて約3倍に伸びるなど、世界的な潮流になっている。 ノルウェーの新車販売における電気自動車の割合は98%であり、寒冷地である北欧でも普及が進んでいる。 また、技術の進歩により航続距離が300kmの車種も販売される予定であり、寒冷地の方がバッテリーが長持ちするとの研究結果もある。
電気自動車への市民向けの補助を行う必要性は何か。運輸部門の脱炭素化を進めるのであれば、バスやトラックなどの商用車を対象に取り組んだ方が効果的ではないか。	札幌市における温室効果ガスの排出源の約2割が運輸部門となっており、脱炭素を進めるにあたって、避けては通れないと考えている。 補助の対象車種は、当初はHVやPHEVなども補助対象にしていたが、普及が進んだことから補助対象外とし、現在はEVに特化している。 市民意識調査において、EV導入の最大の障壁が価格差（ガソリン車と比べて高額）との結果もあり、本市補助があることで7割程度の方が購入の後押しとなった結果もあり、一定のインセンティブがあるものと認識している。 現在は、特定の事業者への支援にならないよう、広く市民・事業者向けの補助メニューとなっているが、今後は、補助事業に限らず、より良い支援策があれば、積極的に検討する。

【第6回委員会における論点整理事項・評価】

- ・運輸部門の脱炭素化に向けて取り組む必要性はあるものの、今後の事業の検討に当たっては目的達成に向けてより効果的な方法がないかなど、他の手法について検討すべき。
- ・電気自動車の性能が向上しているとはいえ、積雪寒冷地かつ広大な北海道において、市民ニーズがあるのか疑問があり、購入に係る補助を行う必要性はあるのか。

【指摘事項案】

- ・運輸部門の脱炭素化に向けて取り組む必要性はあるものの、積雪寒冷地かつ広大な北海道において、現在の電気自動車の特性等を踏まえると、その購入補助という事業手法が、脱炭素の実現に資するものか検証が必要と判断されるため、より実効性の高い手法がないかなど、事業の見直しを検討すること。

事業No.8 建設産業活性化推進費（建設局）

【これまでの委員会審議やヒアリングを終えての意見交換等】

ヒアリング等での質問事項等	主な回答
建設業界の担い手不足は深刻であり、事業効果が直接的に及ぶような取組に集中していく必要があると考えるが、どうか。	小中学生向けの取り組みのほか、高校、大学生を対象とした現場見学会、インターンシップの促進などに取り組んでいるが、建設業は、「キツイ、汚い、危険」といった昔からのイメージが根強く残っており、業界企業向けのアンケートにおいても、興味関心が薄く就職の選択肢に入っていないと回答した企業が約8割に上るなど、インターンシップなどの事業への参加者自体が集まりにくい状況。 このため、各種イベントを通じた業界の認知度向上やイメージの改善は、就職につながる事業へ参加してもらうための土台としての事業であると考えている。 一方で、ご指摘の通り、即効性のある直接的なアプローチの強化も不可欠であり、今後は、例えば、免許・資格取得にかかる助成のみならず、就職および人材定着に直接的に寄与する支援メニューの拡充・見直しを検討したい。
イベント等への参加者のその後の建設業への就職実績等を把握し、効果検証は行っているか。	参加者の個人情報の管理や、小中学生向けのイベント参加者が実際に就職するまでのタイムラグがあることから、現時点では個別追跡の調査はできていない状況。 現在の効果検証としては、イベント時に参加者アンケートを実施しており、危険な仕事というイメージや、体力が必要な仕事といった項目について、イメージが好転したという評価であり、関心の喚起やイメージ改善という一定の事業効果は確認できている。 今後は、就職時期に近い高校生や大学生向けの取り組みを中心に、関係機関と連携しながら把握可能な方法での効果検証の充実に努めてまいりたい。
どのように広報を実施しているか。	若年層の視聴傾向を踏まえ、8月下旬に開通した屯田茨戸通の道路工事を題材としたショート動画を作成しYouTubeやInstagram、協議会のホームページ「さっぽろけんせつガイド」にて発信。 また、事務職を希望する求職者が多いため、建設系を専門に学んでいない方向けに、他業種等から建設企業に入社した若手就業者のやりがいや仕事内容をまとめたリーフレットを作成し、ハローワークや普通科高校に配布・周知を行った。 一方で、作成したコンテンツがターゲット層へ十分に届いているかという点においては、まだ改善の余地が大きいと認識しており、今後は若年層が求めているリアルな就労情報や、労働環境を改善する現場の魅力を的確に発信できるよう、SNSの活用も含めた広報のあり方を検討し、ターゲット層へ届く効果的な情報発信に取り組んでまいりたい。

【第6回委員会における論点整理事項・評価】

- ・建設産業の魅力向上ということで、「キツイ、汚い、危険」といった3Kのイメージの払しょくに注力しているようだが、AIに代替されない業種であり、今後はそういった前向きな点をアピールしていく方が効果的ではないか。
- ・建設産業に魅力を感じる人の割合という現在の成果指標も見直しの余地があるのではないか。
- ・他の部局の就職支援施策との連携が必要ではないか。

【指摘事項案】

- ・建設産業の担い手不足は喫緊の課題であり、事業の必要性は認めるものの、成果指標が低迷していることから、建設産業に就職した場合の魅力や強みがより伝わる具体的な方法を検討し、効果的な情報発信を進めること。
- ・また、他部局との就職支援に関する施策と積極的に連携し、より実効性の高い事業展開を検討すること。