

備考欄に「◎」のある項目については、9/14ヒアリングにて口頭でも説明いただきます。

No	事業名	所管	項目	質問事項	所管回答	備考
1	サッポロ・シティ・ジャズ事業費	市民文化局文化部	観客数増加に向けた取り組み	目標観客数に対し実績が未達成となっている中、観客を増やすため、どのような取組や工夫を行ってきたか具体的に教えてください。	サッポロ・シティ・ジャズ実行委員会では、観客を増やすためにターゲット層を意識した広報活動に注力しており、具体的には、若年層向けにウェブやSNSなどといったインターネット媒体を用い、不特定多数の目に留まる効果も期待した宣伝を行い、あわせて主にシニアなどのインターネットを活用しない層へのアプローチとして、チラシやパンフレットなどの広報物の配布を行うなど、さまざまな手法を用い、より多くの方の目に留まるような広報活動に取り組んでおります。 また広報以外にも、ジャズ文化を広く普及し、ジャズの裾野を広げていくことで、新たな客層の開拓に努めております。具体的な取り組みとしては、チカホで年6回開催している観覧無料の街角ライブ「サッポロ・サウンド・スクエア」をはじめ、障がいがある方やジャズ初心者でも楽しめる「ユニバーサルジャズライブ」や親子でジャズを楽しめる取組など、どなたでも気軽にジャズを楽しんでいただけるイベントを実施しております。加えて、「ライラックまつり」や「オータムフェスト」など大勢の市民や観光客が訪れるイベントとタイアップすることで、より多くの方々にジャズの魅力を伝え、サッポロシティジャズの来場につながるよう、取り組んでおります。 引き続き、観客を増やすための効果的な手法を検討し実施してまいりたいと考えています。	◎
2	サッポロ・シティ・ジャズ事業費	市民文化局文化部	目標値の根拠	「年間観客数21万1,000人」という目標値の設定根拠について、ご教示いただけますでしょうか。	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（H27～R1）の平均を元に設定しています。 現在の会場数は、会場使用料等の関係から10～13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ますが、より集客力や利便性の良い会場を選定したり、前述の広報活動とともに増員につながる効果的な手法を検討し実施するなど、目標達成に向け努力してまいります。	◎
3	サッポロ・シティ・ジャズ事業費	市民文化局文化部	事業目的	事業目的の一つに「観光資源としての魅力向上」とありますが、どのような観点で位置づけたのでしょうか。また、成果指標を年間観客数としていますが、この観光資源としての魅力向上に関し、事業効果をどのように分析しているのでしょうか。	本事業の目的は、「ジャズによる音楽文化の振興を図る」ことであり、このためにフェスティバル事業や国際交流事業等を展開し、本市の文化芸術の振興及び魅力アップ、観光資源としての活用による集客交流の促進などを目指しています。 年間観客数の増加が事業効果を表す側面も持っておりますが、札幌市文化芸術意識調査では、認知度が常に60%近くを達成しており、30年弱本事業を継続してきた効果が出ていると言えますが、今後は認知を集客につなげていけるよう取り組んでいきたいと考えています。 なお、観光資源としての活用を拡大するために、令和8年度においては宿泊税を用いた事業を活用して、PMFや札幌交響楽団と共に野外コンサートを実施し、本事業の国内外の認知をより高め、観客増につなげていきたいと考えています。また、本事業においてもアンケート（任意）を行っていますが、宿泊税を用いた事業においても、居住地やサッポロ・シティ・ジャズを知っていたか、満足度や良かった点などを盛り込んだアンケートを取り、これを分析・活用することで、今後の本イベントの魅力向上に努めてまいります。	◎
4	サッポロ・シティ・ジャズ事業費	市民文化局文化部	他都市の類似事業	他都市の類似事業と事業効果や来客数などについて比較していますでしょうか。また、札幌市が参考とすべき他都市事例はありますか。	サッポロ・シティ・ジャズのように年間を通して、演奏や育成事業を実施している都市はありませんが、他都市で実施している音楽イベントなどを検証し、集客向上に繋がる事例について取り入れ等の検証を行いたいと考えております。 【参考】横濱ジャズブロードムナード（横濱市） 令和7年度で32年目を迎え、10/11・10/12の2日間で開催。市内のホールやジャズクラブ、各区民文化センターや街角など全36会場でジャズ演奏を実施。来場者数は計91,567人（※）。会場によって料金の有無が異なる。 ※主たる来場者数は街角ライブ・パレード（84,597人）。公演ごとに、演奏を聴いていると判断できる方（立ち止まる等）をカウント。	
5	サッポロ・シティ・ジャズ事業費	市民文化局文化部	入場料のあるイベントの内訳	入場料があるイベントと無料のイベントの内訳を教えてください。	別紙のとおり	

【別紙】 サッポロ・シティ・ジャズ2025 イベント一覧

資料3

有料	
1	シアタージャズライブ
2	TAIYO GROUP×SAPPORO CITY JAZZ タイアップ公演
3	Seiko Summer Jazz Camp All Stars in Sapporo
4	Solid Sounds Jazz orchestra 30th Anniversary
5	第15回 Sapporo 未来 Jazz 2025
6	Bigband Festival in Sapporo FINAL
7	クロスジャズ 4 GENEXYZ
8	藻岩山WINTER FESドローンショー
9	ユニバーサルジャズライブ
10	デイトタイム親子ジャズ
11	パークジャズライブコンテスト

通年	札幌ジュニアジャズスクール
	ジャズの種プロジェクト

無料	
1	海外プロモーション
2	サッポロ・サウンド・スクエア①～⑥
3	"SAPPORO CITY JAZZ Live in 札幌市交通資料館"
4	ライラックスプリングステージ2025
5	SORA PARCO Acoustic LIVE (全3回)
6	SAPPORO BEER HOLIDAY 2025
7	サッポロ・シティ・ジャズ2025 Kick Off Live
8	ビアフェスタ2025 Special Jazz Lounge (全6回)
9	赤れんがグランフェスタ AKARENGA JAZZ
10	EBRI 10周年記念イベント「EBRI 10+」
11	LIGHTPIA SAPPORO
12	オータムフェスト 食と音楽 奏デリシャス
13	RUSUTSU 100 days Music Live
14	市民ロビーコンサート
15	ジャズライブラリー
16	Do JAZZ！見て さわって楽器体験！
17	トーク！しゃべり！会話！脱線！？日本のジャズをコテコテに語りつくす
18	パークジャズライブ

備考欄に「◎」のある項目については、9/14ヒアリングにて口頭でも説明いただきます。

資料3

No	事業名	所管	項目	質問事項	所管回答	備考
1	文化芸術鑑賞促進費	市民文化局 文化部	事業の意義	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についてご教示いただけますでしょうか。	本事業は、クラシック音楽の裾野拡大及び鑑賞機会充実のため、質の高い音楽を低料金で鑑賞できるコンサートの開催を事業目的としております。 チケット料金や演奏時間といった鑑賞ハードルの高いクラシック音楽において、新規鑑賞者を獲得するために、価格帯を低く設定して負担を軽減することは必要な要素と考えております。 過去3年間のアンケートでは、毎年約20%が「はじめて鑑賞した」と回答していることなどを踏まえて、今後さらに効果を高められるよう事業の運用方法について検討してまいります。	◎
2	文化芸術鑑賞促進費	市民文化局 文化部	効果分析	事業目的の一つとして「文化芸術鑑賞者の裾野拡大」とありますが、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ますでしょうか。アンケート等で実態を把握していますでしょうか。	各コンサートにおいて、アンケート調査をしておりますが、「他のコンサートにも足を運んでいるか」といった追跡調査に関する項目は用意しておりません。しかし、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できます。	◎
3	文化芸術鑑賞促進費	市民文化局 文化部	費用対効果	予算に対して参加者やイベント数が少なく、費用対効果についてどのようにお考えでしょうか。	質の高い音楽を市民に鑑賞いただくためには、音響設備に優れたKitara（2,008席）やhitaru（2,302席）など本格的なホールで鑑賞できる環境が必要です。参加者を増やすためには、野外などキャパシティの大きな場所での実施が考えられますが、環境音の影響もあり、質の高い音楽を鑑賞するといった事業目的が達成されないものと考えます。 一方で、令和6年度はhitaru 1公演、Kitara 2公演の計3公演の開催でしたが、令和7年度は広告費などの経費圧縮といった事業の見直しを行ったことで予算同額のままhitaru公演を1公演増やし計4公演開催するといった鑑賞機会の増加に努めました。限られた予算の中で、最大限の効果を発揮できるよう効率的な事業構築を行っております。	◎

No	事業名	所管	項目	質問事項	所管回答	備考
1	未来へつなぐ笑顔のまちづくり活動推進費	市民文化局 地域振興部	事業効果	本事業が、具体的にどのような事業やイベントに活用されているか市民（住民）にあまり認知されておらず、また、市民にどのような恩恵があるのか分かりづらい印象です。市民への効果の還元について、その情報発信を含め、どのようにお考えでしょうか（具体的な取組例などを踏まえてご教示ください）。	本事業においては、区や地域の特性を活かした市民の主体的なまちづくり活動を推進するため、各区で地域の課題解決やネットワーク化の促進に資する取組など、多岐にわたる事業を実施しております（令和7年度実績：893事業）。 また、本事業は、これら個別の取組を総括する総称であり、この枠組みのもとで各区が実施する個々の事業そのものを広く市民に認知していただくことが重要と認識していることから、区公式ホームページにて各事業の取組内容や実施結果を個別に掲載するなど、市民にわかりやすい情報の発信に努めております。 市民への恩恵に関しては、各区において区長や市民部長をはじめ、地域振興課などの事業担当課が一体となり、個々の事業の実施効果や費用対効果、地域での受け止めなどを総合的に検証したうえで、次年度の事業内容の見直しにつなげるなど、より効果的な事業実施に向けた組織的な検討・検証を行っております。 特に令和8年度においては、厳しい財政状況においても、各区で地域への影響を可能な限り小さくすることを念頭に置いた見直しが行われており、例えば北区においては、地域の魅力発信や区民の交流促進を目的とした大規模イベント（「ぼっぴいフェスティバル」）を廃止したほか、区の魅力あるまちづくりを推進するため令和6年度に協定を締結したプロスポーツチームとの連携により、子どもたちのスポーツ体験機会の拡充（「北区少年少女スポーツ大会」におけるプロ選手の参加・指導等）を図るなど、中期実施計画における区の取組目標（「4 誰もが健康的に暮らせるまち」）に資する効果的な事業を展開しております。 また、南区においては、10区で最も高齢化率が高い地域特性を踏まえ、地域の防災訓練において、高齢者向けに災害時の持出品の現物展示やチェックリスト付きのチラシを配布するなど、高齢者世帯の防災啓発に特化した事業を新たに展開しており、これらの取組については、身近な地域におけるまちづくりの推進、ひいては地域生活の便利・満足度の向上に寄与しているものと認識しております。	◎
2	未来へつなぐ笑顔のまちづくり活動推進費	市民文化局 地域振興部	事業効果	個々の地域イベント・事業に対する支援等を行う事業内容のため、本事業の効果が、札幌市として目指すべき目的に結びついているのか分かりにくい印象ですが、事業効果の分析検証についてどのようにお考えでしょうか。現在の活動指標と成果指標の設定理由と併せてご教示いただけますでしょうか。	事業効果の分析検証につきましては、項目1の回答のとおり、各区にて費用対効果や地域への影響を勘案し、より効果的な事業実施に向けた組織的な検討・検証を行っているところであり、令和8年度においては、各区で既存事業の廃止や整理統合のみならず、継続する事業に係る経費（委託料や備品購入費等の事務的経費）を積極的に見直し、前年度から54,000千円の予算の縮減を図っております。 このことから、引き続き個々の実施事業の効果や地域ニーズを踏まえながら、区や地域の特性を踏まえた事業を推進してまいりたいと考えております。 なお、本事業の活動指標と成果指標の設定理由や、それぞれの指標に対する本市の考え等については、以下のとおりです。 ●事業の必要性 札幌市自治基本条例第1条が掲げる「市民自治によるまちづくりの実現」には、市民が主体的に考え、決め、行動するための「活動の場や機会の充実」が不可欠である。そのため、市民の主体的なまちづくり活動の基盤を強化し、その広がりを図っていくことが求められている。 ●事業の目的・手段 市民自治の基盤となる「身近な地域におけるまちづくり」を推進するため、本事業により市民が主体的に行うまちづくり活動の場や機会の充実を図る。（根拠：札幌市自治基本条例第23条、第28条及び第29条） ●活動指標：実施事業数（延べ件数） 本事業における「実施事業数」は、地域団体等による自主的な活動と、区がその参画の足がかりとして実施する事業や取組の双方を網羅し、「地域において市民がまちづくりに参画する機会や活動の場がどれだけ創出されたか」を示す指標として設定しております。 また、本事業において実施事業数が増加することにより、以下の効果をもたらし、市民自治によるまちづくりの推進に寄与するものと考えております。 ①参画の機会と担い手の裾野の拡大 区や地域の特性に応じた多様な事業が各地で展開されることで、子どもや若者、子育て世代、高齢者など、幅広い市民が活動に参画する機会（きっかけ）が広がり、多様な担い手の創出につながるものと考えております。 ②身近な地域への愛着と意識の醸成 身近な地域で魅力的なイベントや課題の解決に向けた活動が増えることは、市民が地域に関心を持ち、「自分たちの地域のことは、自分たちで考え、決め、そして行動する」という、市民自治の根幹をなす意識（当事者意識）を高めることにつながるものと考えております。 このように、実施事業数のカウントは単なる行政の活動量の測定にとどまらず、「市民が主体的に行動を起こした実績の集積」であり、市民自治によるまちづくりが広がっている度合いを測るうえでの指標として設定しております。 ●成果指標：住民主体の事業数の割合 実施事業数（活動指標）にとどまらず、その事業が「行政主導・委託」から「市民・地域団体による自主的・自立的な企画・運営」へと移行しているかどうか、市民自治の深まりを表す重要な要素であると考えております。 また、「住民主体の事業数の割合」が高まることにより、以下の効果をもたらし、市民自治によるまちづくりの実現に寄与するものと考えております。 ①市民の主体性の向上と「市民自治」の実感 札幌市自治基本条例第4条では、まちづくりの主体は市民であることを基本として定めております。「住民主体の事業数の割合」が高まることは、まちづくりにおける市民の主体的な参画や行動が広がっていることを示しており、自ら企画・運営に携わる体験などを通して、市民一人一人が日常生活の中で「市民自治」を直接的に体感・実感することにつながるものと考えております。 ②地域の自立的な活動基盤の強化 住民主体の事業数が増加することで、事業の企画・運営ノウハウや住民同士のネットワークが地域社会に着実に蓄積・継承され、地域住民自らが身近な課題に対応しながら、主体的にまちづくりを推進できる持続可能な体制が構築されるものと考えております。 このように、「住民主体の事業数の割合」の上昇は、単なる数値目標の達成ではなく、市民自治によるまちづくりの実現に寄与しており、市民意識と地域体制の両面から市民自治の深まりを示す指標として設定しております。	◎

No	事業名	所管	項目	質問事項	所管回答	備考
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 地域振興部	使途の適切な確認	各町内会活動等への助成金等が適切に執行されているかをどのように確認していますでしょうか。	札幌市が交付する補助金の対象となる事務又は事業が終了したときは、各区にて事業実績報告書の提出を求め、使途が適切であるか確認しているほか、所管部（市民文化局）が示す調査方法をもとに、速やかに必要な実地調査を行っております。 また、所管部においては、「未来へつなぐ笑顔のまちづくり活動推進事業運営要綱」第9条に基づき、各区で行った事業の実績について、毎年度報告書の提出を受けることにより確認しております。	
4	未来へつなぐ笑顔のまちづくり活動推進費	市民文化局 地域振興部	他都市との比較	他都市の類似事業と、事業効果などについて比較していますでしょうか。	本事業は、区や地域の課題に迅速かつ柔軟に対応し、身近な地域におけるまちづくりを推進するための大枠の事業であり、その枠組みの中で実施される取組内容や予算規模は多岐にわたっております。また、指定都市によって地域のまちづくりの考え方は様々であり、ハード事業に対する支援も含まれるなど事業スキームが異なることから、単純に事業効果を比較することはできないと考えております。 しかしながら、同様の仕組みを持つ他都市においては、地域の実情に応じた独自の取組により、それぞれ効果を上げているものと捉えております。 ●横浜市（自主企画事業） 市民の地域活動の支援や地域性のある課題の解決にあたっては、区が地域の個性に基づき特色のある取組をすることが相応しく、大きな事業効果が期待できるとの考えから、H6年度に「個性ある区づくり推進費」が創設され、区予算の拡充が図られております。これにより各区（18区）においては、区の裁量・創意工夫に基づき、市民のまちづくり活動（ソフト）に対する助成事業のほか、区の魅力発信、子育て支援、防災・防犯など幅広い事業が展開されております（令和8年度予算：1,829,126千円）。 ●仙台市（区民協働まちづくり事業） 各区（5区）において、地域課題の解決や特色のある地域づくりを推進する「企画事業」と、市民団体の自主的・自発的取組を支援する「まちづくり活動助成事業」の2つのスキームを活用し、大学が集中する地域性を活かした学生ボランティアとの連携事業（青葉区）や、震災復興を経た地域の絆づくり（若林区・宮城野区）など、区ごとの課題や地域特性に応じた独自の事業・支援が展開されております。 これらの指定都市の事例からも見られるように、行政区や地域の実情に応じた柔軟な事業展開と市民協働の促進は、市民の主体的なまちづくりの推進に大きく寄与しており、本事業においても同様の効果を発揮していると考えております。	

No	事業名	所管	項目	質問事項	所管回答	備考
1	若者出会い創出費	子ども未来局 子ども育成部	事業の意義	同様の事業を行っているのは、全国的には都府県がほとんどであり、政令指定都市では札幌市以外では熊本市だけです。札幌市が本事業を行う特別な事情はありますか。	札幌市の婚姻件数の状況について、直近10年間におけるピークはH27年の10,800組、最小はR5年の7,908組（ピーク対比で2,892組減（26.8%減））と大幅な減少となっております。 一方、R4年に、札幌市がさっぽろ連携中枢都市圏の18～39歳までの若者を対象に行った「「結婚・婚活」に関するアンケート調査」では、「タイミングなどが合えば、近い将来結婚したい」と答えた方が42.9%、「適当な相手にめぐり会えれば結婚したい」が同30.2%となっており、結婚を希望する方が一定数いるにもかかわらず、婚姻件数が減少し続けている実態が確認されました。 また、この調査では、「行政が婚活を支援するべき」と答えた方が63.9%、具体的な支援として「自治体公認マッチングアプリ」を挙げた方が26.7%・「自治体が運営する結婚相談所」が同20.4%といった結果も得られており、多数の自治体で先行して取り組まれていた結婚支援センターに対するニーズも確認されたところです。 以上のような背景や、国によるライフデザイン・結婚支援重点推進事業の推進も踏まえつつ、札幌市でも結婚を望む方々に公的なオンライン婚活支援サービスを提供する「さっぽろ結婚支援センター」を開設することとなりました。 なお、他の政令指定都市においても、同様の結婚支援の取組を模索する動きが複数確認されており、直近では、広島市及び福岡市からの行政視察に対応しております。	◎
2	若者出会い創出費	子ども未来局 子ども育成部	事業の意義	ライフスタイルや結婚に対する考え方等が多様化している現代社会の中で、行政が本事業を行うことの意義についてどのようにお考えでしょうか。	札幌市では、結婚や出産は個人の自由な意思決定が大前提とした上で、多額の費用を掛けずに安心・安全に結婚相手探しをすることができるよう、平成29年度から若者出会い創出事業を開始しました。事業開始当初には、多様な趣味に合わせた出会いのためのイベントとなる「JOIN CAFE」の開催を通して、出会いの機会づくりに取り組んでまいりました。 一方、札幌市の婚姻数が減少を続ける中で、もう一歩踏み込んだ結婚支援を図るべく、若者出会い創出事業の事業手法の変更を行うこととし、「さっぽろ結婚支援センター」を開設しました。	◎
3	若者出会い創出費	子ども未来局 子ども育成部	事業の意義	登録料15,000円/2年という金額設定は、同種の民間事業と比較して廉価なのでしょう。金額設定の考え方と併せて、民間事業がある中で行政が本事業を行うことの意義についてご教示願いますでしょうか。	入会登録料については、本事業の収支均衡化（事業の自走化）及び他自治体の入会登録料の設定水準を踏まえ、設定しております。（具体的なところでは、結婚センターの運営・マッチングシステムの保守管理に年間2,000数百万円程度を要する中、他自治体における年間入会実績を踏まえた入会想定数は1,700人程度と見込まれたことによるものです。） 他方、結婚相談所を運営する民間事業における料金設定の状況については、「IBJメンバーズ：初期費用252,450円・月会費17,050円・成婚料220,000円／パートナーエージェント：初期費用165,000円、月会費18,700円、成婚料220,000円」と高額であり、結婚を希望し、相手探しのために結婚支援サービスを利用したくても、経済的な理由から利用を躊躇っている方々にとっては、本事業の登録料は加入しやすい料金設定と考えています。 また、民間の結婚支援事業（※特に、マッチングアプリ）は、入会が容易な一方で、結婚詐欺等の犯罪の温床リスクについて指摘されることがありますが、行政が行う結婚支援事業においては、入会時には、本人確認や独身証明書をはじめとした公的書類の提出を必須とするなど、安心・安全な結婚支援を重視しており、婚活に不安を感じている方々への意欲喚起に寄与しているものと考えています。 なお、本事業の検討段階においては、民間の婚活サービス事業者団体に、行政が婚活事業を行うことに関するヒアリングを行っておりますが、「新たな顧客層の掘り起こしにもつながり市場が活性化することが期待できる」との見解が得られております。	◎
4	若者出会い創出費	子ども未来局 子ども育成部	民間事業との比較	事前の質問の中で所管部局においては民間サービスの成婚率のデータは把握していないと伺っております。しかしながら、事業を実施する以上、民間事業との比較や委託内容の検証は必要と考えますが、どのようにお考えでしょうか。	さっぽろ結婚支援センターは、民間結婚支援サービスにおけるマッチングアプリと結婚相談所の両機能を併せ持つようなサービス形態といわれており、直接比較し得るビジネスモデルが存在しないこともあって、事業目標の設定に当たっては、他自治体の結婚支援事業における成婚数を参考に、算定しました。 一方、民間事業のサービス状況や成功事例などを取り込んでいくことは、本事業の運営に当たっても大変重要であるところ、斯業における民間事業者の知見を活かすことを目的に公募型企画競争を実施しています。令和8年度のセンター運営に当たっても、令和7年度までの事業実績や委託結果を踏まえた事業課題に基づく企画提案を募り、その結果を令和8年度のセンター運営仕様書に反映させた上で委託契約を行っている経過があります。	◎
5	若者出会い創出費	子ども未来局 子ども育成部	広報	本事業の広報について、どのように取り組んでいますでしょうか。特に、若年層をターゲットとするのであれば、SNSの活用など、ターゲットを意識した手法が必要と考えますが、どのようにお考えでしょうか。	本事業の広報に当たっては、センター専用の広報媒体（ホームページ・Instagram・マッチングシステムのメールマガジン）及び広報ツール（リーフレット・ポスター）による展開に加え、総）広報課の各種広報ツールや民間企業・他自治体等の協力などを得ながら、事業周知に努めております（詳細は、別紙のとおり）。 SNSについても、若年層向け重要な情報発信ツールと認識しており、市公式X・LINE・Instagram及び子ども未来局公式Xにおける定期的な広報を行っております。特に、イベント告知に際しては、SNS広告も併せて実施しており、令和8年2月に開催した大型イベント「さっぽろ雪恋プロジェクト」のInstagram広告では「閲覧数106,200件、リーチ数50,230アカウント、フォロワー数243名→505名」といった結果が得られていることから、今後も積極的な活用にも努めたいと考えております。	
6	若者出会い創出費	子ども未来局 子ども育成部	事業規模と目標値の関係	事業規模を縮小している中で、成果指標の目標値は増加している理由を教えてくださいませんか。	事業目標である成婚退会数については、事業の立ち上げに際し、アクションプラン2023において、先行他自治体での（人口規模を踏まえた）成婚率の実績値に基づき、算定・設定されたものとなりますが、登録・活動会員の増加に伴い、成婚退会数が増加していくものとの想定・設定となっています。 令和8年度には、相談員の減員や婚活イベントの廃止などといった事業運営体制の縮小を行っておりますが、成婚退会数の実績推移がおおむね順調な状況にあることから、当初設定値からの変更は行っておりません。	
7	若者出会い創出費	子ども未来局 子ども育成部	多様化する価値観への対応	現代社会においては、価値観の多様化によって、結婚をゴールとすることに抵抗感がある人もいることから、多くの方に利用してもらう工夫が必要と考えますが、そのような観点からの取組はありますか。	さっぽろ結婚支援センターは、「誠実に結婚を希望する方」の婚活をサポートするために開設されたセンターであることから、そのゴールを「成婚退会」としております。ただし、この「成婚」については、結婚に関する多様な価値観を反映させるため、「成婚＝入籍」とはせずに、「お互いに結婚に向けて意思を固めたとき」とさせていただいております。 また、令和8年2月に開催した「さっぽろ雪恋プロジェクト」に関しては、より多くの出会いの機会の創出を意識しつつ、大型婚活イベントと位置付け、多くの異性同士が交流できるよう、様々な工夫を凝らした企画・運営いたしました。	

No	事業名	所管	項目	質問事項	所管回答	備考
1	ワークトライアル事業費	経済観光局 経営雇用支援部	予算規模に対する 事業効果	予算規模に対し、定員が少ないと受け止めていますが、定員数の設定に関する考え方をご教示ください。定員を増やすなど、事業効果を上げる工夫の余地はありますでしょうか。	【予算規模と定員設定の考え方】 令和8年度予算額96,000千円には職場実習給付金及び就職準備金が含まれており、実際の委託費（2社分）は約74,000千円です。そして、本事業は座学研修や職場実習に加え、個別のカウンセリングや書類添削、面接練習等を複数回行うなど、研修生一人ひとりに手厚い伴走型支援を行う性質上、受託者を2社体制とし、1社当たり70名を定員として設計しております。 【定員増員に対する見解と今後の工夫】 参加者数については令和5年度の143名から、135名、126名と年々減少傾向にあり、定員を下回る状況が続いております。この理由としては、昨今の良好な就活市場における売り手市場を背景にご自身で円滑に就職先を見つけられる方が増えているためと考えられます。一方で、本事業に参加される求職者は、精神面や身体面の不調を抱え、それぞれの特性に応じたきめ細やかな個別支援を必要とする層の割合が高まっています。このような状況下で無理に定員枠を拡大した場合、一人ひとりの伴走支援の質が低下し、最終的な目標である「正社員就職率」の低下を招く懸念があります。そのため、現時点では単純な定員枠の拡大ではなく、座学研修カリキュラムの工夫や支援体制のさらなる強化による「支援の質と就職率の最大化」を優先すべきと考えております。	◎
2	ワークトライアル事業費	経済観光局 経営雇用支援部	実績	本事業を通して就職した先の業種の内訳を把握していますでしょうか。どのような業種にどの程度就職しているでしょうか。	正社員就職者の内訳は以下の通りです。 製造業18人、医療・福祉16人、卸売業・小売業15人、情報通信業10人、サービス業（他に分類されないもの）5人、宿泊業・飲食サービス業5人、建設業5人、運輸業・郵便業2人、不動産業・物品賃貸業1人、学術研究・専門・技術サービス業1人、金融業、保険業1人	◎
3	ワークトライアル事業費	経済観光局 経営雇用支援部	研修内容	人手不足に伴い総体的に雇用環境は改善している一方で、業種間における求職と求人アンバランスは大きくなっていると認識しています。一般的なビジネスマナーに限らず、特定の業種に特化した研修等を提供するなどの工夫はありますでしょうか。	現在のところ、座学研修において特定の業種に特化したカリキュラムは設けておりません。一方で、実践的な取り組みとして以下の機会を設け、人手不足業界への先入観の払拭を図っております。 ・体験付きミニ合同企業説明会：建設、介護、警備、製造、運輸など幅広い業種の企業に参加いただき、簡単な職業体験を実施。 ・会社見学会：介護や製造等の現場を実際に見学していただき、具体的な就労イメージの形成を促進。	◎
4	ワークトライアル事業費	経済観光局 経営雇用支援部	他都市との比較	他都市の類似事業と事業内容や効果などについて比較していますでしょうか。	【他都市との比較】 類似事業は北海道のほか、政令指定都市では横浜市や名古屋市中での実施実績がございます。各自治体の予算額や実績等を確認したところ、正社員就職者1人当たりに要した予算額は、名古屋530万円、横浜市300万円、北海道115万円、札幌市93万円となり、札幌市が最も低い結果となりました。 【費用対効果について】 年収400万円の方（会社員・独身・扶養なし・社会保険料控除約60万円と仮定）の市民税を約14万円とした場合、1人当たりの予算（93万円）は約6年半で回収できる計算となります。したがって、長期的視点で見た際の費用対効果は高いものと考えております。さらに、本事業を通じて就職困難な方々が安定した雇用に就くことは、社会参加の促進やセーフティネットの負担軽減など、税収増以上の大きな社会的意義を持つものと認識しております。	
5	ワークトライアル事業費	経済観光局 経営雇用支援部	国交付金による制約の有無	国の交付金要綱等によって、事業内容に関する制約はありますでしょうか。	交付対象事業は以下に該当するメニューに限られますが、それ以上の制約はございません。 (1)地域における就職氷河期世代の実態とニーズ、支援の現状、就労・社会参加をめぐる環境等に係る調査等及び支援事業の効果検証 (2)伴走型支援の実施 個別相談、研修、職場実習、合同企業説明会、就職後のフォローアップ等、就職前後の一貫した支援を地域の創意工夫を活かして実施する伴走型支援 (3)求職者の資格取得に向けた支援、職業訓練等を実施する企業への助成、知識及び技術の習得を目的としたセミナー又は研修等、キャリアコンサルタントによる支援 (4)就職氷河期世代に特化した相談支援、総合的なオンライン相談窓口の開設 (5)多様な働き方、社会参加の場の創出 (6)地域の創意工夫を活かした就職説明会の開催 (7)社会参加や就労に向けた活動のネックとなる経済的負担の軽減 (8)他の国庫補助金等の対象となっている事業の充実・強化 (9)都道府県が(1)の実施を前提に、当該都道府県内の市町村及び特別区（これらの一部事務組合及び広域連合を含む。）と連携し、既存の事業を広域化して実施する事業 (10)(1)から(9)までに掲げるもののほか、地方公共団体等が先進的・積極的に就職氷河期世代への支援に取り組むための事業 等	
6	ワークトライアル事業費	経済観光局 経営雇用支援部	広報	本事業の広報について、どのように取り組んでいますでしょうか。	アナログ・デジタル双方の手法を活用し、多角的な広報を実施しております。具体的な取り組みは以下のとおりです。 【アナログ手法】※保護者経由での申込みも多いためアナログも必要 ・公共窓口（各区役所、区民センター、あいワーク、各ハローワーク等）へのチラシ・ポスターの配架および掲示 ・交通機関への広告出稿（地下鉄・市電の窓上広告、駅構内へのポスター掲示） 【デジタル手法】 ・各種SNSを活用した情報発信 ・検索エンジンやWEB情報誌への広告掲載	

備考欄に「◎」のある項目については、9/14ヒアリングにて口頭でも説明いただきます。

No	事業名	所管	項目	質問事項	所管回答	備考
1	就業サポートセンター等事業費	経済観光局 経営雇用支援部	指標の達成状況	指標の達成状況が低迷していますが、原因をどのように分析し、今後どのように事業展開していくお考えでしょうか。	「利用者数」および「就職者数」の実績が目標を下回っている背景には、「求職活動のデジタル化」が挙げられる。近年、スマートフォンや民間のオンライン求人サービス、スポットワークアプリなどが急速に普及し、自力で仕事を探せる求職者は公的相談窓口を介さずに就職を決定できるようになっているため、公的窓口の利用者は、年齢等の課題から民間サービスでのマッチングが難しいシニア層や就職困難層が中心となっている。こうした層を就職へ導くには丁寧な伴走支援が必要であり、その取り組みや成果は、従来の「就職数」という「量」を重視した指標には反映されにくかったと考えられる。今後は、就職者数累計による「量」の目標管理を見直し、登録した求職者をどれだけ就労へ導いたかを表す「紹介就職率」へと成果指標を変更し、より実態にあった進捗管理を行う。	◎
2	就業サポートセンター等事業費	経済観光局 経営雇用支援部	事業の意義・必要性	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をご教示いただけますでしょうか。	ハローワークが全国ネットワークを活用した広域的な求人マッチングを行うのに対し、当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、就職支援を行っている。これはハローワークの一律の相談対応だけではフォローしきれない部分を補うものであり、地方自治体の事業だからこそ実現できている強みである。また、各区役所等に設置している「あいワーク」を共同運営する意義は、求職者がハローワークの庁舎まで直接出向かずとも、自宅近くの身近な場所で同等の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実現」にある。	◎
3	就業サポートセンター等事業費	経済観光局 経営雇用支援部	ハローワークとの比較	ハローワークと比較して、あいワーク等の就職率が高い要因についてどのように分析していますでしょうか。	ハローワークでは、多数の来所者に限られた時間で対応しなければならないため、求職者一人ひとりに対して十分なカウンセリングを行う時間の確保が困難であることに対し、あいワークや就業サポートセンターでは、民間委託により有資格のキャリアコンサルタントを専任相談員として常駐させ、個別支援を徹底している。この手厚いサポート体制が、高い就職率に表れていると考えられる。	◎
4	就業サポートセンター等事業費	経済観光局 経営雇用支援部	効果分析	事業目的の一つに「求職者一人ひとりが希望する形で就職を実現する」とありますが、その後の満足度等のフォローアップ調査や効果分析は行っていますでしょうか。	単に就職決定数を追うにとどまらず、求職者に対する多角的な調査や効果分析も実施しており、具体的には、仕様書に基づき、就業サポートセンターを利用する市民を対象とした「利用者ニーズ・満足度調査アンケート」を年1回実施している。さらに、効果分析として、就職決定者を対象に「求職登録から就職決定までに要した支援期間」の追跡・分析を行っている。	
5	就業サポートセンター等事業費	経済観光局 経営雇用支援部	企業への働きかけ	就職者を受け入れる側の企業に対して、どのような働きかけを行っているのでしょうか。また、企業に対するサポート体制はあるのでしょうか。	就業サポートセンターには、専任の「求人開拓員」が配置されている。市内企業に対して訪問や電話、メール等を通じた求人開拓を行うとともに、企業ごとに担当者制を敷くことで、企業側からも相談しやすい環境を整備している。また、一般求人に加え、「子育て歓迎求人」や「高齢者歓迎求人」といった特色ある求人の開拓にも注力している。	
6	就業サポートセンター等事業費	経済観光局 経営雇用支援部	他都市との比較	他都市の類似事業と事業内容や効果などについて比較していますでしょうか。	他都市の類似事業との具体的な比較については、都市ごとに雇用情勢や窓口の規模、支援対象となる市民の特性などが異なるため、事業費や就職決定数といった詳細な数値データを用いた直接的な比較・分析は現時点では行っていない。しかしながら、本事業の設計においては、他都市の取り組みや事業スキームを注視し、好事例を参考にしながら仕様書に反映しながら運営している。	

備考欄に「◎」のある項目については、9/14ヒアリングにて口頭でも説明いただきます。

No	事業名	所管	項目	質問事項	所管回答	備考
1	電気自動車普及促進費	環境局 環境都市推進部	予算執行率や指標の達成度	予算執行率や指標の達成度が低迷しておりますが、どのようにお考えでしょうか。	近年の予算執行率の低迷につきましては、新車種としての軽の電気自動車（EV）等の初期需要が一巡したことや、期待される新車種の発売が年度後半にずれ込んだことに加え、物価高騰や実質賃金のマイナスが続く中で、一般層の購入控えが生じたこと等が主な要因と考えております。なお、今年度におきましては、予算規模を前年の半分程度とし、補助金に係る予算執行率は99.8%（6月時点）の見込みです。 指標達成度の低迷につきましては、本計画の指標は、当時の国の目標（2030年にEV・PHEV比率20～30%）を前提に設定したものでしたが、国の目標自体も高く設定されており、国内の現状は目標から大きく乖離しております（2024年度現在 新車販売台数に占めるEVとPHEVの割合：2.4%）。国の施策や企業の動向による影響を受ける側面もある本事業ですが、今年度の予算執行は好調であるほか、新車種の登場や国際情勢の変化に伴う化石燃料高騰など、今後はEV導入が進みやすい環境になりつつあると認識しております。	◎
2	電気自動車普及促進費	環境局 環境都市推進部	事業の必要性	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ます。北海道での導入普及には時期尚早な印象もありますが、どのようにお考えでしょうか。	近年の世界各国における電動車目標の設定や実績（2025年度：世界平均で約25%がEVとPHEVの合算値）、国内における電動車販売台数（2019年：3.8万台→2024年度：10.7万台）の上昇に見られるとおり、EVの普及は世界的な潮流となっております。 積雪寒冷地におきましても、近年の技術革新による高度なモーター制御等で、冬道の走行性能の改善が進んでおります。また、冬期のバッテリー性能低下に対する懸念に関しても、今年度のアンケート調査で約8割が買い物や通勤等の日常利用という結果が示すとおり、利用実態は「日常の近距離移動」が中心であり、現行のEV性能でも対応が可能です。 こうした技術面の進展や市民の利用実態を踏まえ、本市におきましても日常使いからの着実なEVシフトを推進していくべきと考えております。	◎
3	電気自動車普及促進費	環境局 環境都市推進部	計画への貢献度	札幌市気候変動対策行動計画における目標（2030年までに次世代自動車60万台）に対する貢献度が低迷している中で、本事業の意義をどのようにお考えでしょうか。	本補助制度につきましては、平成23年度に事業者向けハイブリッド等への支援からスタートし、現在は市民向けEVへの支援に移行してまいりました。目標値に対するEV普及台数の貢献度は限定的であるものの、昨年度公表した市民意識調査では、EV導入の最大の障壁として「ガソリン車と比較した高価さ（18.1%）」が挙げられる一方、今年度の補助利用者アンケートでは、市独自の上乗せ補助があることで7割以上が「購入の後押しや決定打になった」と回答しており、インセンティブ効果が確認されております。 本事業の意義は、市民や事業者がガソリン車から移行する際の初期費用負担を軽減することでEVの導入を進めるといった、モビリティ部門の脱炭素化に直接的に寄与することにあると考えられます。 今後は、限られた財源で最大の普及効果を確保できるよう、制度の見直しを進めてまいります。	◎
4	電気自動車普及促進費	環境局 環境都市推進部	効果分析	補助金を活用して電気自動車等を購入した方に対して、電気自動車等購入に係る満足度の調査等、効果分析を行っていますでしょうか。	本評価委員会の第4回で課題感の提示を受けたことを踏まえ、本年度より速やかに本補助制度を活用してEV等を購入された方を対象としたアンケート調査・効果分析に着手いたしました。 現在集計中の速報値におきましては、ガソリン車ではなくEVを選択した理由として、「国や札幌市の「補助金制度」が利用できたため」が最も多く約7割、次いで「静粛性・加速性能などEVならではの走行性能の高さ」が約6割となっております。 また、市独自の補助金につきましては、約7割が「後押しや決定打になった」と回答しており、市独自補助が購入の際のインセンティブとして機能していることが確認されております。 こうした効果分析の結果につきましても、今後の制度改善や効果的なPR施策に活用してまいります。	

備考欄に「◎」のある項目については、9/14ヒアリングにて口頭でも説明いただきます。

資料3

No	事業名	所管	項目	質問事項	所管回答	備考
1	建設産業活性化推進費	建設局 土木部	実施手法	小中学生向けの取組などについて必要性は理解しますが、一部の取組に関しては、間接的な効果にとどまっている印象があります。建設業界の担い手不足は深刻であり、事業効果が直接及ぶような取組に集中していく必要があると考えますが、どのようにお考えでしょうか。	本事業の担い手確保の取組としては小中学生向け事業の他、高校生や大学生を対象とした現場見学会やインターンシップ促進も実施しております。 しかし建設業は「キツイ」「汚い」「危険」といった昔からの3Kイメージが先行していることもあり、業界企業のインターンシップや職業体験への参加を検討する方が少ない状況です。業界も課題として認識しており、「イメージ改善」に向けて官民が連携して取り組んでいるところです。 各種イベントについては、間接的にはなりますが、直接就業につながる事業へ参加してもらうために、業界の認知度や理解を高め、魅力や現状を伝えていくことも重要と考えております。 一方、委員からご意見をいただいた「免許・資格取得に係る助成」のような、就職や人材定着に直接的に寄与する支援メニューの拡充・見直しの検討や労働環境が改善されている現在の建設業の魅力を、多様な求職者に対し就職の選択肢として提示していくなど、ターゲットを明確にした直接的なアプローチも強化してまいります。	◎
2	建設産業活性化推進費	建設局 土木部	効果分析	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ますでしょうか。	イベント参加者のその後の就職調査（就職者数・定着状況）などの客観的な成果把握は追跡調査が難しいことから実施できておりませんが、参加者に対してはアンケートを実施しており、業界イメージの改善や業界への理解を深める効果を確認しております。	◎
3	建設産業活性化推進費	建設局 土木部	広報	本事業の広報について、どのように取り組んでいますでしょうか。特に、若年層をターゲットとするのであれば、SNSの活用など、ターゲットを意識した手法が必要と考えますが、どのようにお考えでしょうか。	現在、ショート動画の作成や業界パンフレットを作成し、ハローワークや普通科高校への配布等を実施しておりますが、まだ改善の余地があると認識しており、今後も引き続き若年層をはじめとするターゲット層に情報が届くよう、より効果的な広報について検討してまいります。	◎
4	建設産業活性化推進費	建設局 土木部	他事業との連携について	他の就業支援の事業や機関（例：経済観光局のワークトライアル事業、あいワーク、ハローワークなど）等との連携は行っていますでしょうか。	これまでもハローワークへのパンフレット配架や、経済観光局との就業体験事業等で一部連携を図ってまいりましたが、ご指摘のとおり、建設業への就職を後押しするため、既存の就労支援事業における庁内連携を検討してまいります。	