

令和元年度 さいたま市外部評価委員会（第4回）

次第

日時 令和元年7月24日（水）

13時～

場所 エコ計画浦和ビル3F西会議室

1 開会

2 委員長報告（第2回及び第3回の「委員会からのメッセージ」について）

3 議題

(1) 事業に関する意見交換

1) (高品質経営プログラム①)

新たな情報発信媒体を活用した効果的な広報の推進

2) (高品質経営プログラム②)

企業との連携・協定による公共的サービスの充実

4 閉会

〔 配付資料 〕

資料1 さいたま市外部評価委員会委員名簿

資料2 さいたま市外部評価委員会 第4回 席次表

資料3 「高品質経営プログラム」の施策体系図

資料4 「(高品質経営プログラム①) 新たな情報発信媒体を活用した効果的な広報の推進」に関する資料

資料5 「(高品質経営プログラム②) 企業との連携・協定による公共的サービスの充実」に関する資料

資料4・5の内容

－ 1 事業の説明シート

－ 2 事業評価シート

－ 3 意見出し用ワークシート

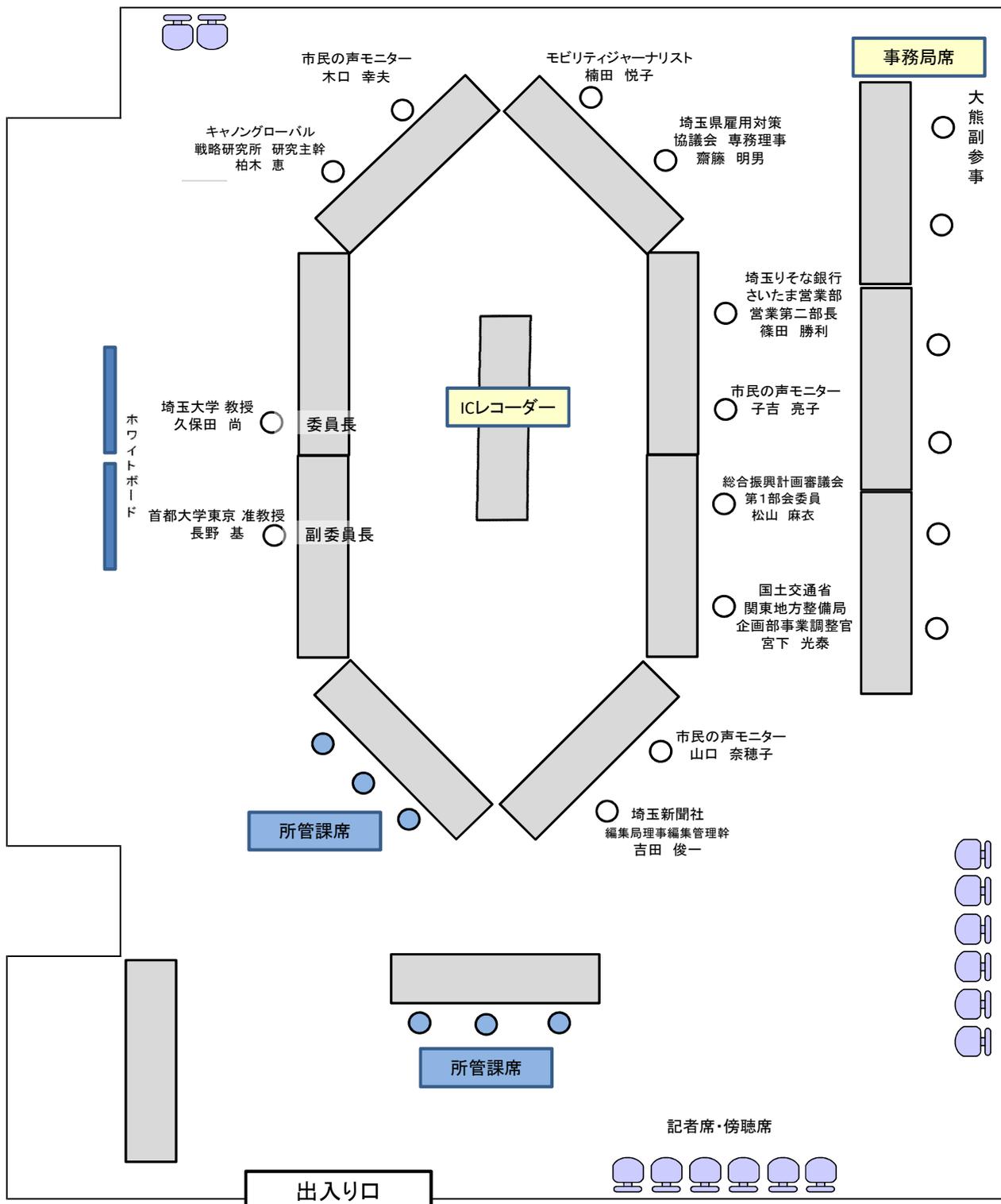
さいたま市外部評価委員会 委員名簿

(五十音順)

役職	氏名	団体名・職等	
	内田 奈芳美	アーバンデザインセンター大宮副センター長 (埼玉大学准教授)	欠席
副委員長 兼 委員長職務代理	大久保 秀子	浦和大学副学長	欠席
	柏木 恵	キヤノングローバル戦略研究所研究主幹	
	木口 幸夫	市民の声モニター	
	楠田 悦子	モビリティジャーナリスト	
委員長	久保田 尚	埼玉大学教授	
	黒金 英明	さいたま商工会議所事務局長	欠席
	齋藤 明男	埼玉県雇用対策協議会専務理事	
	篠田 勝利	株式会社埼玉りそな銀行さいたま営業第二部長	
副委員長	長野 基	首都大学東京准教授	
	子吉 亮子	市民の声モニター	
	松山 麻衣	総合振興計画審議会第1部会委員(市民委員)	
	宮下 光泰	国土交通省関東地方整備局企画部事業調整官	
	山口 奈穂子	市民の声モニター	
	吉田 俊一	株式会社埼玉新聞社編集局理事編集管理幹	

令和元年度さいたま市外部評価委員会 第4回 席次表

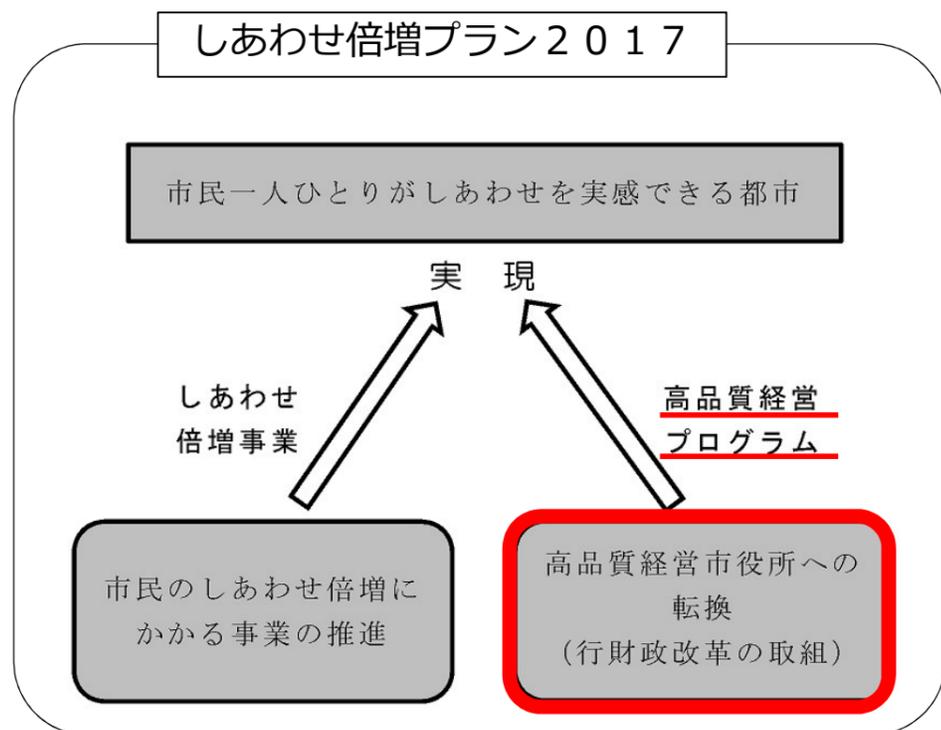
資料2



くさいたま市外部評価委員会（第4回） > 「しあわせ倍増プラン2017『高品質経営プログラム』」の施策体系及び評価対象事業

◇「しあわせ倍増プラン2017」で高品質経営プログラムの中に位置付けられている2事業を、評価対象とする。

「しあわせ倍増プラン『高品質経営プログラム』」の施策体系



高品質経営プログラム（全46事業）の「3つの柱」

「見える改革」…市民や企業とともに進める行政運営 R1外部評価

- ➔ ①市民と行政の絆による市政運営（4事業）
- ②市民満足度を高めるための取組（3事業）
- ➔ ③PPP（Public Private Partnership：公民連携）の推進による市政運営（11事業）

「生む改革」…選択と集中による財源創出 R2外部評価

- ①健全な財政運営の維持に向けた歳出改革（6事業）
- ②公平公正な市政運営と積極的な自主財源の確保（7事業）
- ③公営企業等の健全運営（5事業）

「人の改革」…職員の意識改革・組織文化の創造 R3外部評価

- ①ワークスタイル・業務改革（6事業）
- ②意識改革・人材育成（4事業）

※ 計画期間は平成29年度から令和2年度までの4年間。平成29年5月の市長選挙の公約を基に、平成29年12月に策定。

施策	市民と行政の絆による市政運営
+ 目指す 方向性	複雑多様化する幅広い市民ニーズに応えていくためには、市民の声を的確に把握し、政策の実現に反映していくことが不可欠です。そのため、これまで以上に効果的な広報や積極的な情報提供・情報発信を行い、幅広い市民意見の把握に努め、市民の声をより一層活用していくための仕組みを整備するとともに、市民活動団体との協働をより一層推進します。

評価対象の事業

事業①	新たな情報発信媒体を活用した効果的な広報の推進	達成度 B
市民によりわかりやすく市政情報を伝え、市政への関心や理解を深めてもらうため、専門家の知見をさらに活用し、既存の情報発信手法の見直しや、新しい情報発信媒体の取り入れを行っていくとともに、ビジュアル化された質の高い効果的な広報を推進します。		
目標指標	フェイスブックのいいね数+ツイッターのフォロワー数 +LINEの友だち数+新たな媒体の登録者数	

施策	PPP(公民連携)の推進による市政運営
+ 目指す 方向性	これまで多様な手法により、民間活力の導入を積極的に進めてきましたが、より一層のコスト削減や質の高い公共サービス提供のために、官民の役割分担を的確に見極めながら、最も適切な手法の選択により、民間活力の導入を更に推進します。

評価対象の事業

事業②	企業との連携・協定による公共サービスの充実	達成度 B
企業と様々な分野にわたる包括的な連携・協定を締結し、各種取組を推進することにより、市民サービスの更なる向上を図ります。		
目標指標	企業との連携・協定の締結	企業と連携した取組数

1 事業概要（背景・目的・事業費）

〔背景〕

- ICT技術の進歩やスマートフォンの普及により、市民の情報摂取行動の多様化及び欲しい情報がすぐに取得できる情報通信環境の充実
- 一方で、行政情報の取得は市報が中心
- 市民ニーズの多様化・複雑化に対応するため、必要とされる行政情報が増加

↓

多様な手段で、必要な行政情報を、わかりやすく発信することが求められている。

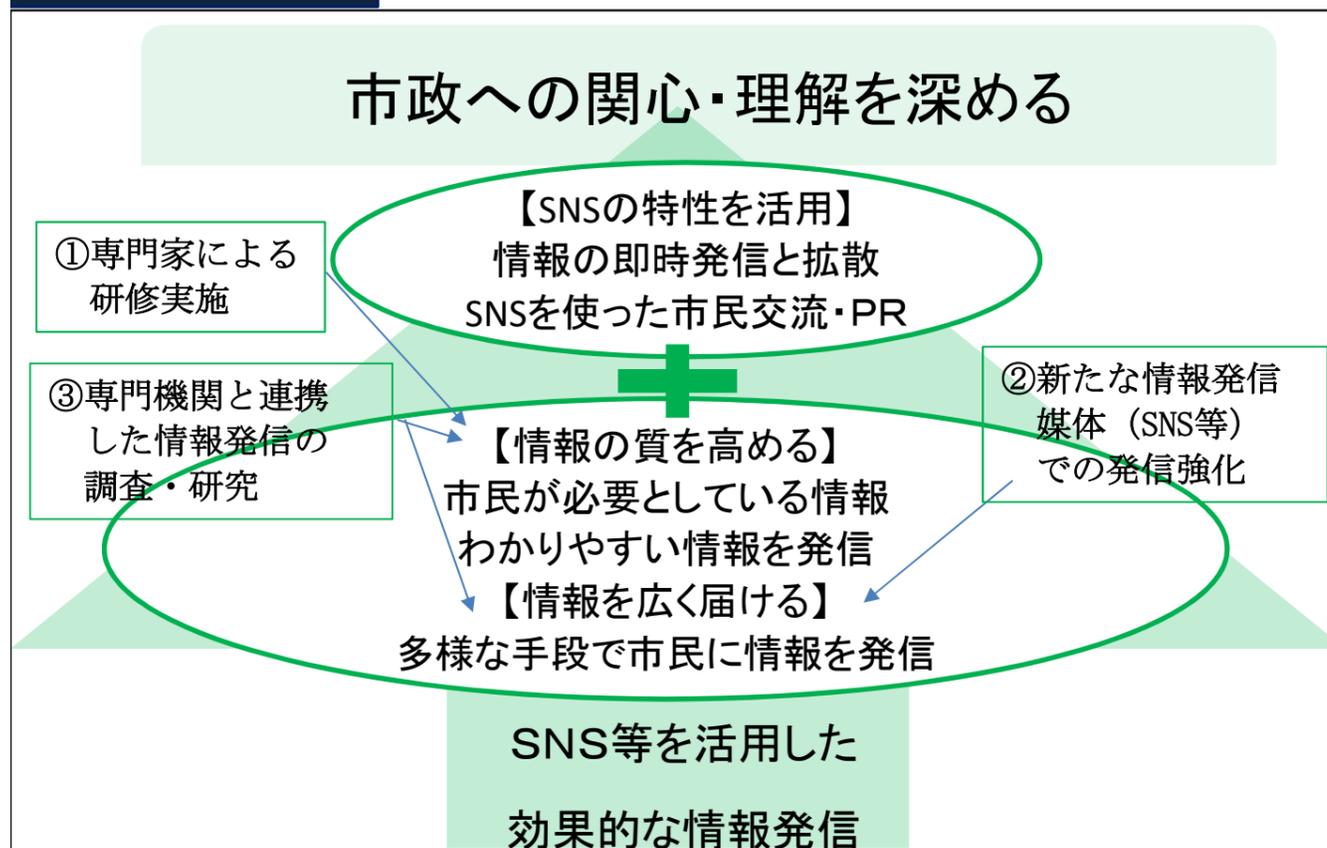
〔目的〕

新たな情報発信媒体（SNS等）を使い、既存の情報発信媒体の見直し、及び、専門家の知見活用などにより、効果的な広報を推進することで、市政への関心・理解を深める。

〔事業費〕

- 研修講師・アドバイザー報酬 1,712（千円）、会場使用料 17（千円）

2 事業イメージ



3 具体的な事業内容

- ① 広報の専門家による事業所管課への「市民に伝わる」等をテーマにした研修・相談の実施
- ② 新たな情報発信媒体（SNS等）を活用した情報発信の強化
- ③ 専門機関と連携した情報発信の調査・研究

4 事業の結果

- ① 庁内研修5回（事業所管課延べ341人参加）、事業所管課の個別相談（月2回程度実施）
- ② SNSの増加（マチマチ、Instagram）により、市公式SNSの登録者数が増加（市公式SNS登録者数 77,475件、前年比約6,500件増加）
- ③ 目白大学との連携によるドローンを使った動画作成等の協議・実習（大学による連携方法の講義1回、動画作成協議、実習3回）

5 内部評価（施策への有効性・貢献度等）

【施策への有効性・貢献度】

- 「市民に伝わる」等をテーマにした事業所管課向けの研修を実施したことで、わかりやすい情報発信についての意識醸成が図られた。
- 新たなSNS（Instagram、マチマチ）の運用を開始したことで、市公式SNS登録者数は、前年度末から約6,500件増加し、77,475件となった。目標数の80,000件には達しなかったが、前年度より、多様な手段で、多くの市民に情報発信をすることができた。
- 市民の動画への関心の高まりを受け、大学と連携し、動画撮影の実習を行った。これにより知識・ノウハウを取得した。

【課題】

- SNSを使った市の情報発信についての市民認知度拡大と登録者数拡大
- 市民が求める情報と市が発信する情報のマッチング
- 市民へのわかりやすい情報発信
- SNSの特性である即時発信機能、拡散機能、交流機能を活用する仕組みづくりと取組

6 今後の方向性

- 情報を広く届けるため、イベントや出前講座などでの市SNSの周知活動
- 大学との連携を強化した時勢やターゲットにあった情報発信の調査研究
- 動画や写真を活用したわかりやすい情報発信
- 地域性や緊急性の高い情報を早く取得できる区役所からの情報発信
- SNS等を活用した市民・大学等との協働の取組の実施

【高品質経営プログラム①】平成30年度 事業評価シート

基本情報									
事業コード・事業名	総振	8101	新たな情報発信媒体を活用した効果的な広報の推進						
関連計画コード	倍増	1-①-1	成長	—	総合戦略	—	—	再掲	—

施策情報				
分野・節	—		—	
目指す方向性	—			
成果指標	指標項目	平成25年度	平成30年度	令和2年度(目標)
	—	—	—	—
施策展開	市民と市の情報共有の充実1章1節1-1	—		
	—	—		

Plan(計画)					
事業課 (左上欄:とりまとめ課)	広報課	—	—	—	
事業の対象	—				
事業の目的	市民によりわかりやすく市政情報を伝え、市政への関心や理解を深めてもらうため、専門家の知見をさらに活用し、既存の情報発信手法の見直しや、新たな情報発信媒体(SNS等)の取り入れを行っていくとともに、ビジュアル化された質の高い効果的な広報を推進します。				
事業の内容	1.情報発信アドバイザーの活用・拡充 2.他市調査・研究 3.既存の情報発信手法の見直し・新たな情報発信媒体(SNS等)の掘り起こし 4.事業所管課への研修による情報発信に対する意識の醸成				
平成30年度の取組内容 (計画時点)	①事業所管課への研修の実施 ②SNS(フェイスブック・ツイッター・LINE・Instagram等)を活用した情報発信の強化 ③専門機関と連携した情報発信の調査・研究 ④新たな専門家の選考				
平成30年度事業費 (単位:円)	当初予算額(円)【前年度繰越額を含む】	割合	決算額(円)【翌年度繰越額を除く】	割合	
財源内訳	一般財源	2,131,000	100%	1,728,120	100%
	国・県支出金	0	0.0%	0	0.0%
	地方債	0	0.0%	0	0.0%
	その他特定財源	0	0.0%	0	0.0%
事業に関連する民間資金	—				

Do(結果)						
事業の達成度	B	平成30年度の取組実績 (未達成の取組含む)				
【実績】①広報研修「事業課広報の進め方(基礎編)」2回 広報研修「ワークショップ(実践編)」2回 区役所向けのSNS等の研修1回 保育園の職員を対象としたマチマチの説明会1回 ②平成30年度末時点の市SNS登録77,475件(フェイスブックのいいね数8,451、ツイッターのフォロワー数61,512、LINEの友だち数3,606、マチマチ登録者数2,676、Instagramのフォロワー数1,230)③目白大学と連携したドローンによる動画実習(3回)、大学との連携事例の把握【未実施】④新たな専門家の選考						
事業としての目標指標	達成度	分類	平成29年度(参考)	平成30年度(評価年度)	令和元年度	令和2年度
①フェイスブックのいいね数+ツイッターのフォロワー数+LINEの友だち数+新たな媒体の登録者数	B	目標	/	80,000件	90,000件	100,000件
		実績	70,910件	77,475件	/	/
改定情報	—					

Check(評価)		
事業を取り巻く外部要因の変化	定量的変化	ICT技術の向上によりSNSなどの情報発信媒体が増加しています。
	定性的変化	市民の情報摂取行動が複雑化・多様化しています。
前年度に計画したAction(改善)に対する取組結果	計画内容	①事業所管課への研修回数を増やすなどして、事業所管課の情報発信に関する意識醸成を図ります。 ②既存の情報発信手法を見直すとともに、新たな情報発信媒体(SNS)を活用した情報発信を強化していきます。
	取組結果	①広報研修「事業課広報の進め方(基礎編)」2回、広報研修「ワークショップ形式(実践編)」2回、区役所向けSNS等の研修1回、保育園・幼稚園の園長を対象としたマチマチの説明会2回を開催しました。②市民が理解しやすい動画の研究や、LINEでの友だち登録者キャンペーンやInstagramでのグラフ誌版広報誌へ掲載する写真の募集などを実施しました。
事業の項目別評価	評価区分	評価理由
①成果指標への貢献度 事業の取組内容がどのように成果指標の向上に寄与しているか	I 貢献している II 一定程度貢献している I	新たなSNS(マチマチ、Instagram)の運用開始や、LINEでの友だち登録者キャンペーン(1回)、Instagramにおけるグラフ誌版広報誌へ掲載する写真の募集企画、PR動画の発信などを行ったことで、目標指標に近い達成率(96.8%)となりました。
②組織連携・PPP・協働 (事業を進めるうえで、他課、他団体、市民等と連携しているか)	I 連携している II 取組が不足している I	広報研修にて情報発信アドバイザーの活用事例の紹介、ワークショップ方式による実務研修を実施したことで、前年度より事業所管課の相談件数が増加しました。また、外部機関との関係では、目白大学とドローンによる動画研究等を協働で行うなど連携体制を構築しました。
③効率性 (事業の費用対効果を高めるための取組を行っているか)	I 取組を行っている II 取組が不足している —	—
④広報・周知活動等の結果 (事業を知ってもらうための広報、営業活動等により対象者にアプローチできているか)	I アプローチできている II アプローチが不足している II	新たなSNS(マチマチ、Instagram)の運用開始により、市SNS登録者数が77,475件(平成30年度末時点)となり、昨年より多くの方に行政情報を提供できました。しかし、市全体の人口を鑑み、更なる周知活動の強化が必要と考えています。
⑤必要性 (市が事業を実施する必要があるか)	I 必要性がある II 必要性が薄まっている I	市民の行政に対する理解を深めるためには、市民が必要とする行政情報や市がPRしたい情報を市が責任を持ち発信する必要があります。
⑥波及効果 (本事業の効果が目標指標・成果指標以外に及んでいるか)	I 波及効果がある II 波及効果が弱い I	目白大学との包括連携協定に基づき、協働でドローンによる動画の研究・調査等を実施したことで、動画に関する専門的知識の習得と大学との信頼関係の構築につながりました。
⑦努力・工夫 (事業の目的を達成するために、事業の質の向上に向けて努力・工夫を行ったか)	I 努力・工夫をした II 取組が不足している II	新たなSNSを活用することで情報量の増加は図れましたが、市民が必要とする情報・市民がわかりやすい情報という質的な面では、取組が不足していました。

Action(改善)		
改善の方向性と改善内容	改善の方向性	改善内容
	①成果指標への貢献度 ②組織連携・PPP・協働 ③効率性 ④広報・周知活動等の結果 ⑤必要性 ⑥波及効果 ⑦努力・工夫	④⑦市SNSの周知拡大を図るため、市報、さいたま暮らし(市情報誌)などの既存の情報発信媒体の活用に加え、出前講座など市民が集まる場でもPRをします。また、市民にわかりやすい情報を発信するため、動画などのビジュアル化を強化します。さらに、市政への関心増加や市政参加へのきっかけとするため、Instagramで市民から募集した写真を使った動画を作成し発表するなど、市民・大学との協働の取組を実施します。
	④⑦	改善理由
		④⑦多くの市民に情報を届けるため、SNS等の周知活動の強化を図ります。また、市民が必要とする情報、市民がわかりやすい情報の発信という点で、昨年度は、知識の増強や研究等が中心であり、実際の取組が不足していたことから、取組を強化します。

施策	市民と行政の絆による市政運営
十 目指す 方向性	複雑多様化する幅広い市民ニーズに応じていくためには、市民の声を的確に把握し、政策の実現に反映していくことが不可欠です。そのため、これまで以上に効果的な広報や積極的な情報提供・情報発信を行い、幅広い市民意見の把握に努め、市民の声をより一層活用していくための仕組みを整備するとともに、市民活動団体との協働をより一層推進します。

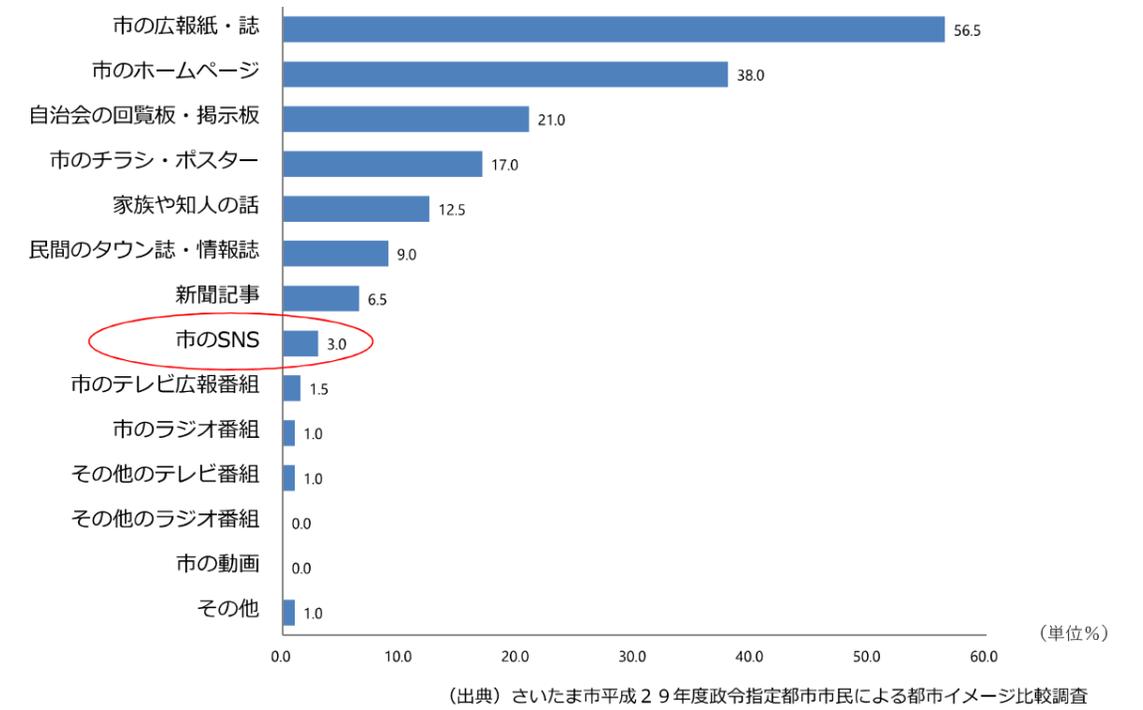
事業	新たな情報発信媒体を活用した効果的な広報の推進
-----------	-------------------------

	① 現状認識	② 目的・対象・目標指標の設定	③ 取組	④ 施策への有効性・貢献度
事業の プロフィール	<p>〔背景〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ICT 技術の進歩やスマートフォンの普及により、市民の情報摂取行動の多様化及び欲しい情報がすぐに取得できる情報通信環境の充実 ○一方で、行政情報の取得は市報が中心 ○市民ニーズの多様化・複雑化に対応するため、必要とされる行政情報が増加 <p style="text-align: center;">↓</p> <p>多様な手段で、必要な行政情報を、わかりやすく発信することが求められている。</p>	<p>〔目的〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ○新たな情報発信媒体（SNS 等）を使い、既存の情報発信媒体の見直し、及び、専門家の知見活用などにより、効果的な広報を推進することで、市政への関心・理解を深める。 <p>〔目標指標〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ①フェイスブックのいいね数+ツイッターのフォロワー数+LINE の友だち数+新たな媒体の登録者数 	<p>〔具体的な事業内容〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ①広報の専門家による事業所管課への「市民に伝わる」等をテーマにした研修・相談の実施 ②新たな情報発信媒体（SNS 等）を活用した情報発信の強化 ③専門機関と連携した情報発信の調査・研究 <p>〔事業の結果〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ①庁内研修5回（事業所管課延べ 341 人参加）、事業所管課の個別相談（月 2 回程度実施） ②SNS の増加（マチマチ、Instgram）により、市公式 SNS の登録者数が増加（市公式 SNS 登録者数 77,475 件、前年比約 6,500 件増加） ③目白大学との連携によるドローンを使った動画作成等の協議・実習（大学による連携方法の講義 1 回、動画作成協議、実習 3 回） 	<p>〔施策への有効性・貢献度〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ○「市民に伝わる」等をテーマにした事業所管課向けの研修を実施したことで、わかりやすい情報発信についての意識醸成が図られた。 ○新たな SNS（Instagram、マチマチ）の運用を開始したことで、市公式 SNS 登録者数は、前年度末から約 6,500 件増加し、77,475 件となった。目標数の 80,000 件には達しなかったが、前年度より、多様な手段で、多くの市民に情報発信をすることができた。 ○市民の動画への関心の高まりを受け、大学と連携し、動画撮影の実習を行った。これにより知識・ノウハウを取得した。
（観点）→	（現状分析、ニーズ把握）	（事業の方向づけ）	（取組内容、PR、連携・協働、効率化、その他の工夫）	—
問題点				—
解決策				—

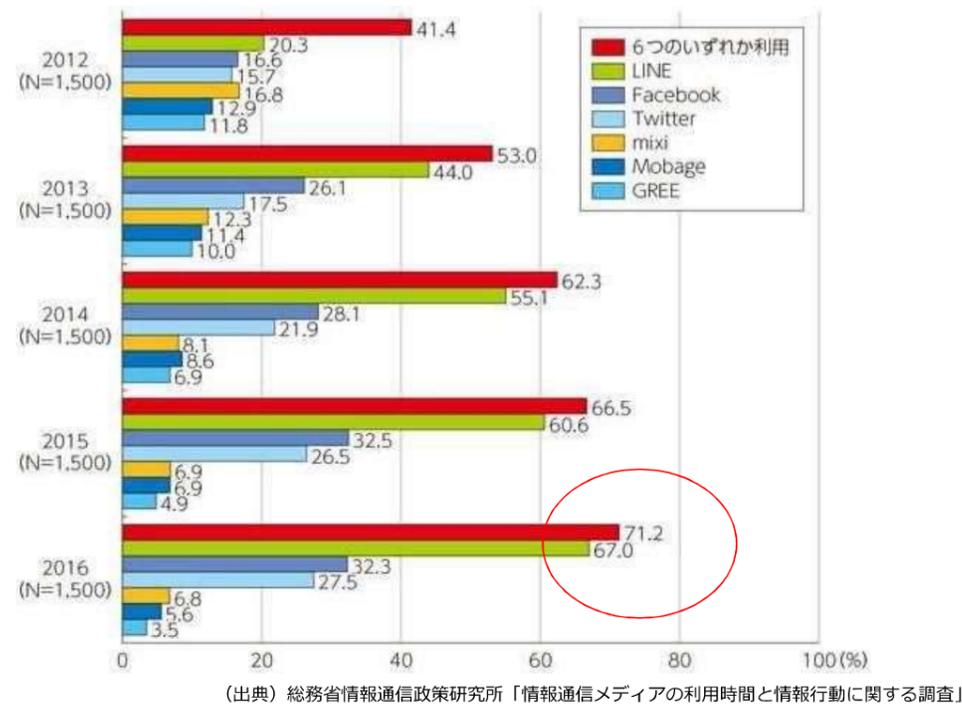
スマートフォン等の普及率



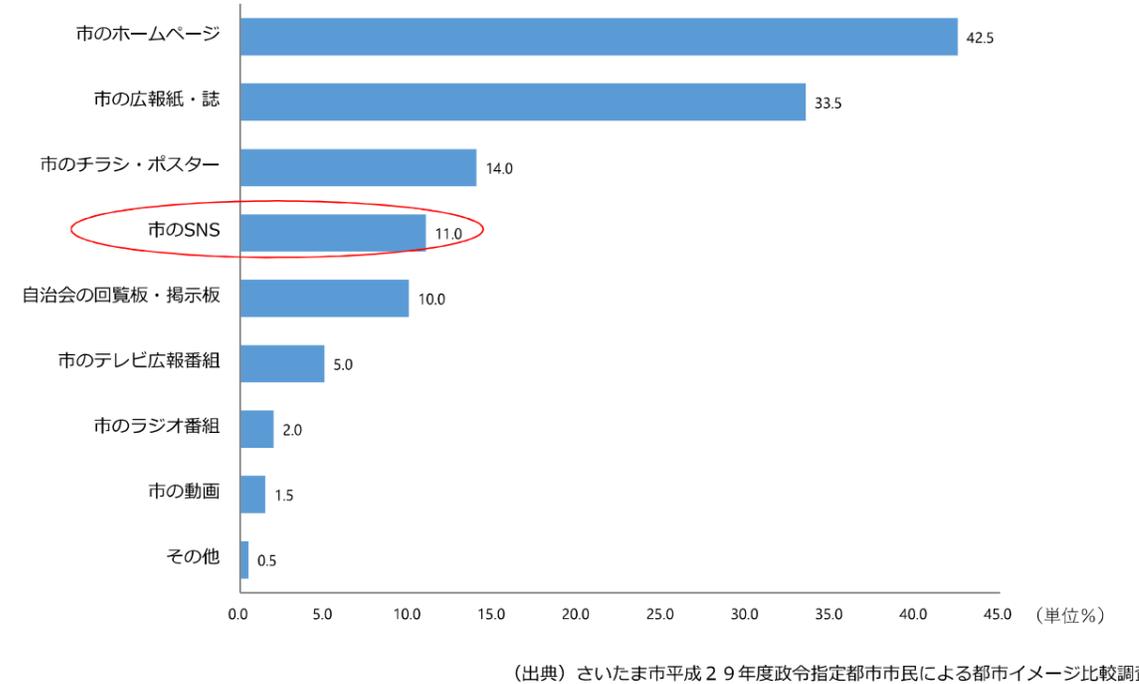
市役所が発信する情報の入手方法（政令市）



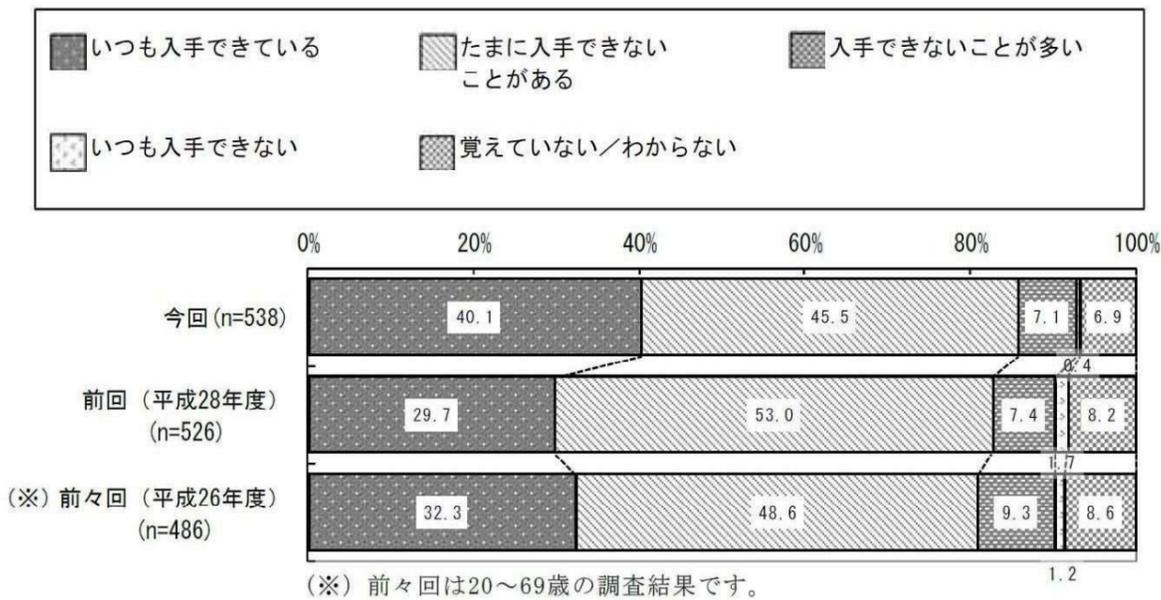
代表的SNSの利用率



市役所が発信する情報を入手するために、今後充実してほしいと思う媒体（政令市）

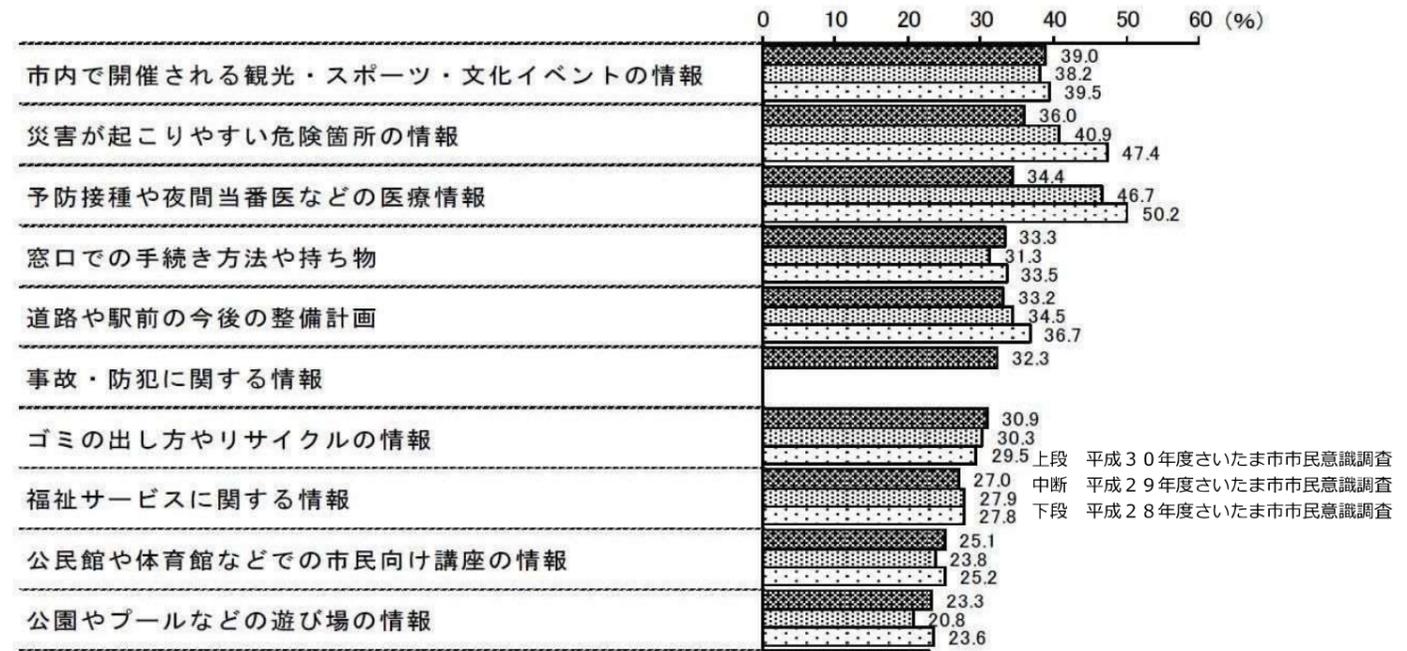


さいたま市役所が発信する情報の入手について（市内在住者）



(平成30年度 さいたま市インターネット市民意識調査)

さいたま市役所からの情報で特に知りたい情報（市内在住者）



(平成30年度 さいたま市市民意識調査)

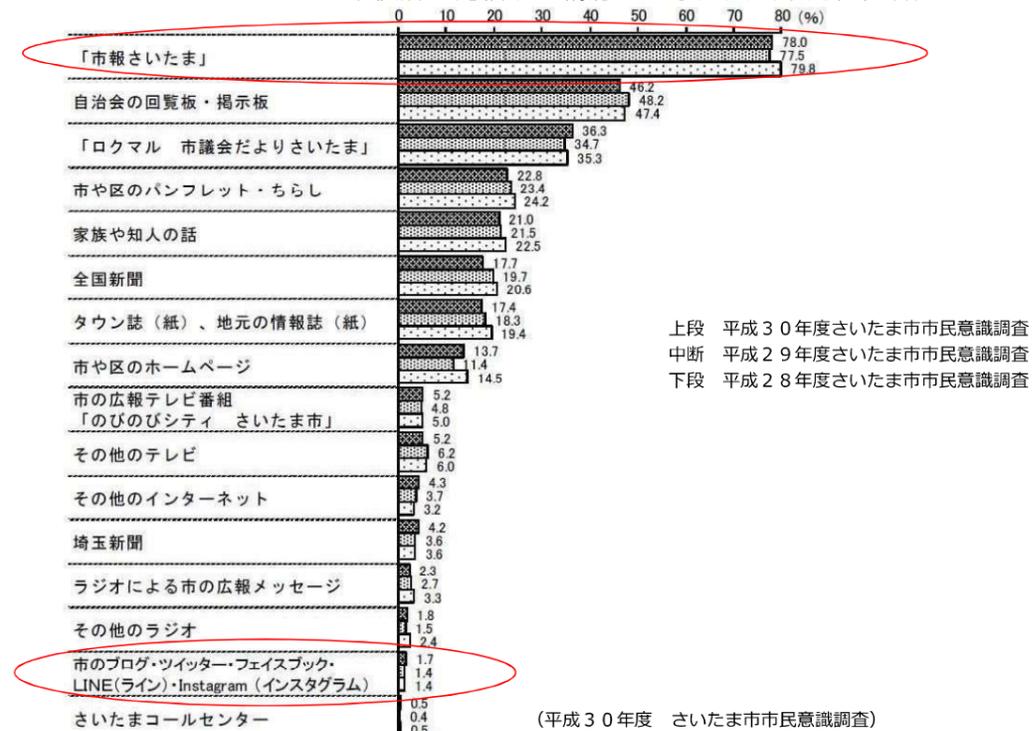
で大体
て入
る
(計)

85.7

82.7

80.9

さいたま市役所が発信する情報の入手方法（市内在住者）



(平成30年度 さいたま市市民意識調査)

さいたま市役所のSNS概要（広報課管轄分のみ）

登録時期	登録時期	H30年度発信件数	発信回数
Twitter	H23. 7. 1	Twitter	1日3件程度
FaceBook	H24. 6. 1	FaceBook	1日2件程度
LINE@	H29. 1. 5	LINE@	週1回（月4回）
Instagram	H30. 3. 29	Instagram	週1回
マチマチ	H30. 5. 29	マチマチ	HPの最新情報と連動

市SNSの登録件数の推移

	H26年度末	H27年度末	H28年度末	H29年度末	H30年度末
Twitter	19,586	29,973	52,344	60,148	61,512
FaceBook	3,958	5,490	6,982	8,045	8,451
LINE@			1,258	2,717	3,606
Instagram					1,230
マチマチ					2,676
合計	23,544	35,463	60,564	70,910	77,475

1 事業概要（背景・目的・事業費）

〔背景〕

- 財政状況が厳くなることや人口減少社会が到来することを見据え、本市を継続的に運営していくためには、企業等の技術や知識を活用し、財政負担の軽減と業務の効率化を図る必要がある。
- 企業等では、SDGs（持続可能な開発目標）やCSR（企業の社会的責任）への取り組みなど、地域貢献や公共意識が広がり、パブリックマインドを持つ企業等が増えてきている。自治体と企業等が連携して地域課題の解決、市民サービスの向上に取り組む包括連携協定の締結が全国的に広がっている。

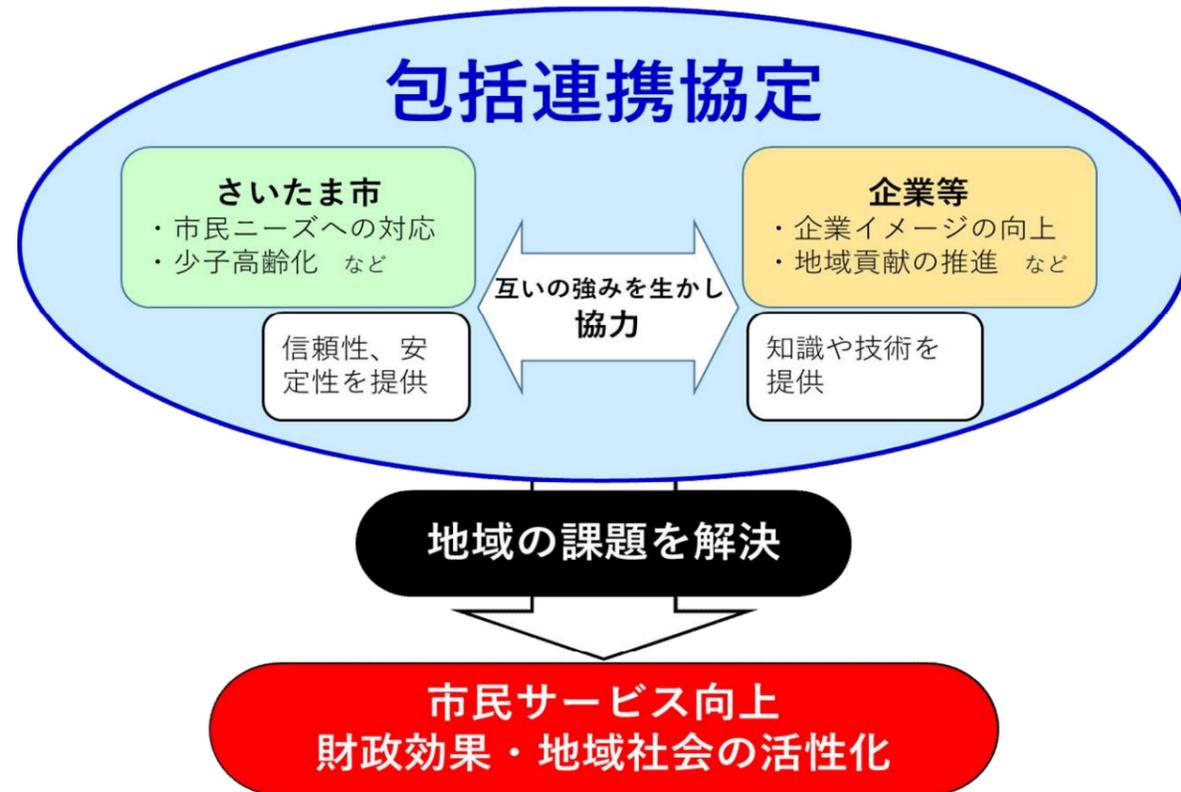
〔目的〕

- 企業等と様々な分野にわたる包括的な連携協定を締結し、各種取組を推進することにより、地域課題の解決や市民サービスの更なる向上を図る。

〔事業費〕

- なし

2 事業イメージ



3 具体的な事業内容

- 自治体と企業等とが相互の強みを生かし、様々な分野にわたる包括的な連携協定を新たに締結します。
- 連携した企業等と所管局を繋ぎ、市民サービス向上に向けて各種取組を推進します。

4 事業の結果

- 企業等との連携協定締結数 新規2社（累計10社）
 - ・佐川急便 株式会社（平成31年3月12日締結）
 - ・株式会社 島忠（平成31年3月22日締結）
 （参考）
 - ・生活協同組合 コープみらい
 - ・株式会社 武蔵野銀行
 - ・損害保険ジャパン日本興亜 株式会社
 - ・さいたま市内郵便局
 - ・株式会社 埼玉りそな銀行
 - ・イオン株式会社
 - ・東京海上日動火災保険 株式会社
 - ・あいおいニッセイ同和損害保険 株式会社
- 企業等と連携した取組数：193件
- 市の包括連携協定のホームページをリニューアルし、企業等と市が連携した取組事例を紹介

5 内部評価（施策への有効性・貢献度等）

〔施策への有効性・貢献度〕

- 包括連携協定を締結することにより、市としては企業等からの協力が得られ様々な事業が推進しやすくなること、企業等としては地域貢献が進むことが考えられる。

〔事業の執行過程で判明した課題〕

- 連携している企業等と継続的な関係を築いていく必要があること。
- 連携事業のPR方法を検討し、情報を発信していくこと。

6 今後の方向性

- 企業等と対話を重ねて連携を強化し、連携事業を積極的に発信していく。

基本情報									
事業コード・事業名	総振	8203	企業との連携・協定による公共的サービスの充実						
関連計画コード	倍増	1—③—3	成長	—	総合戦略	—	—	再掲	—

施策情報				
分野・節	—		—	
目指す方向性	—			
成果指標	指標項目	平成25年度	平成30年度	令和2年度(目標)
	—	—	—	—
施策展開	大学や企業との連携強化の推進 1章1節3-2			
	—			

Plan(計画)					
事業課 (左上欄・とりまとめ課)	行財政改革推進部	—	—	—	
事業の対象	—				
事業の目的	企業等と様々な分野にわたる包括的な連携・協定を締結し、各種取組を推進することにより、地域課題の解決や市民サービスの更なる向上を図ります。				
事業の内容	企業等と様々な分野にわたる包括的な連携・協定を締結し、各種取組を推進します。				
平成30年度の取組内容 (計画時点)	企業等との包括連携協定の締結				
平成30年度事業費 (単位:円)	当初予算額(円)【前年度繰越額を含む】	割合	決算額(円)【翌年度繰越額を除く】	割合	
財源内訳	一般財源	0	0.0%	0	0.0%
	国・県支出金	0	0.0%	0	0.0%
	地方債	0	0.0%	0	0.0%
	その他特定財源	0	0.0%	0	0.0%
事業に関連する民間資金	—				

Do(結果)						
事業の達成度	B	平成30年度の取組実績 (未達成の取組含む)	【実績】 企業との連携・協定の締結:新規2社(累計10社) 企業と連携した取組数:193件			
事業としての目標指標	達成度	分類	平成29年度(参考)	平成30年度(評価年度)	令和元年度	令和2年度
① 企業との連携・協定の締結	B	目標	/	新規2社 (累計10社)	新規2社 (累計12社)	新規2社 (累計14社)
		実績	新規4社 (累計8社)	新規2社 (累計10社)	/	/
		改定情報	/	—	—	—
② 企業と連携した取組数	B+	目標	/	180事業	180事業	180事業
		実績	180事業	193事業	/	/
		改定情報	/	平成30年度目標指標上方修正	平成30年度目標指標上方修正	平成30年度目標指標上方修正

Check(評価)		
事業を取り巻く外部要因の変化	定量的変化	—
	定性的変化	自治体と企業が連携して社会課題の解決に取り組む包括連携協定が、全国的に広がっています。
前年度に計画したAction(改善)に対する取組結果	計画内容	連携した取組ができていない分野について、企業と調整を図り、取組が実施できるよう検討していきます。
	取組結果	全ての包括連携企業を訪問し、新たな連携事業の検討を進めました。
事業の項目別評価	評価区分 評価	評価理由
①成果指標への貢献度 事業の取組内容がどのように成果指標の向上に寄与しているか	I 貢献している II 一定程度貢献している I	新たに2社と包括連携協定を締結することにより、地域経済の持続可能な発展や地域課題の解決などに向けて、連携して取り組みました。
②組織連携・PPP・協働 (事業を進めるうえで、他課、他団体、市民等と連携しているか)	I 連携している II 取組が不足している I	包括連携協定を締結した10社と多岐にわたる分野において、連携事業を推進しました。また、新規の包括連携協定締結にあたり、事業者、関係所管課と連携事業についての調整を行いました。
③効率性 (事業の費用対効果を高めるための取組を行っているか)	I 取組を行っている II 取組が不足している —	—
④広報・周知活動等の結果 (事業を知ってもらうための広報、営業活動等により対象者にアプローチできているか)	I アプローチできている II アプローチが不足している I	ホームページをリニューアルし、企業と連携した取組を紹介しています。
⑤必要性 (市が事業を実施する必要があるか)	I 必要性がある II 必要性が薄まっている I	市と企業等がそれぞれの特性や資源を活用し、双方のメリットを生かしながら市民サービス向上のために協力していくための公民連携を推進していく必要があります。
⑥波及効果 (本事業の効果が目標指標・成果指標以外に及んでいるか)	I 波及効果がある II 波及効果が弱い I	包括連携協定を締結することにより、市の様々な事業が連携しやすくなること、企業側の地域貢献が進むことなどが考えられます。
⑦努力・工夫 (事業の目的を達成するために、事業の質の向上に向けて努力・工夫を行ったか)	I 努力・工夫をした II 取組が不足している I	包括連携協定締結に向けて、所管部局と企業との具体的な調整を図りました。ホームページを企業等の活動のPRの場所としてリニューアルしました。

Action(改善)		
改善の方向性と改善内容	改善の方向性	改善内容
	①成果指標への貢献度 ②組織連携・PPP・協働 ③効率性 ④広報・周知活動等の結果 ⑤必要性 ⑥波及効果 ⑦努力・工夫	企業等との連携を強化し、活動を積極的に発信していきます。
		改善理由
		④ 企業等との連携が形骸化しないように、常に連絡をとりあい関係を密にしていくとともに、企業側のメリットとして活動実績を積極的に発信するなど、連携の強化を図る必要があると考えます。

施策	PPP(公民連携)の推進による市政運営
十 目指す 方向性	これまでも多様な手法により、民間活力の導入を積極的に進めてきましたが、より一層のコスト削減や質の高い公共サービス提供のために、官民の役割分担を的確に見極めながら、最も適切な手法の選択により、民間活力の導入を更に推進します。

事業	企業との連携・協定による公共的サービスの充実
-----------	------------------------

	① 現状認識	② 目的・対象・目標指標の設定	③ 取組	④ 施策への有効性・貢献度
事業の プロフィール	<p>〔背景〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ○財政状況が厳しくなることや人口減少社会が到来することを見据え、本市を継続的に運営していくためには、企業等の技術や知識を活用し、財政負担の軽減と業務の効率化を図る必要がある。 ○企業等では、SDGs(持続可能な開発目標)やCSR(企業の社会的責任)への取り組みなど、地域貢献や公共意識が広がり、パブリックマインドを持つ企業等が増えてきている。自治体と企業等が連携して地域課題の解決、市民サービスの向上に取り組む包括連携協定の締結が全国的に広がっている。 	<p>〔目的〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ○企業等と様々な分野にわたる包括的な連携協定を締結し、各種取組を推進することにより、地域課題の解決や市民サービスの更なる向上を図る。 <p>〔目標指標〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ①企業との連携・協定の締結 ②企業と連携した取組数 	<p>〔具体的な事業内容〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ○自治体と企業等とが相互の強みを生かし、様々な分野にわたる包括的な連携協定を新たに締結します。 ○連携した企業等と所管局を繋ぎ、市民サービス向上に向けて各種取組を推進します。 <p>〔事業の結果〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ○企業等との連携協定締結数 新規2社(累計10社) <ul style="list-style-type: none"> ・佐川急便 株式会社 (平成31年3月12日締結) ・株式会社 島忠 (平成31年3月22日締結) ○企業等と連携した取組数：193件 ○市の包括連携協定のホームページをリニューアルし、企業等と市が連携した取組事例を紹介 	<p>〔施策への有効性・貢献度〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ○包括連携協定を締結することにより、市としては企業等からの協力が得られ様々な事業が推進しやすくなること、企業等としては地域貢献が進むことが考えられる。
(観点) →	(現状分析、ニーズ把握)	(事業の方向づけ)	(取組内容、PR、連携・協働、効率化、その他の工夫)	—
問題点				—
解決策				—

第2回

環境・アメニティ③「エコ・モビリティ推進事業」

委員会からのメッセージ

当事業は平成16年度に始まっているが、モビリティを取り巻く技術環境、マーケット環境が事業開始当時から大きく変化している中、現在の取組内容が時代に適合し、真の意味のモビリティマネジメントにつながっているかについては、再考を要する。

事業の改善を図る上では、車だけにターゲットを絞る手法、イベント重視の事業内容の在り方を点検し、都市局を始め交通基盤整備の担当部局や、運輸関係の事業団体、バス・鉄道等の事業者等とも連携を図り、取組を広げていくことが必要である。

また、転居を契機に市民の公共交通への利用転換を促すことは効果的であることから、市民向けの取組については、対話によるさらにきめ細やかな働きかけも期待したい。併せて、公共交通へ利用転換した人数を計測する等、取組結果の効果測定の実施を将来的に検討されたい。

環境・アメニティの事業群

委員会からのメッセージ

成果指標として掲げる「市民一人当たりの温室効果ガス排出量」の削減に具体的につなげていくためには、現行の3事業だけでは十分効果的とは言えない。そのため、成果指標に紐づく事業群の組み立てについては、SDGsや国・県の政策も踏まえつつ、技術革新等の時代環境に合わせた更新を検討するべきである。

成果指標の達成に切実感をもって取り組むためには、市の経営資源を効率的に活用しつつ、事業者、生活者、子どもなど、事業展開の対象となるセグメントを整理し、それぞれのターゲットに効果的な事業を組み立てていくべきと考える。

E-KIZUNA Projectの推進事業を始め、他部署において先進的に取り組んでいる事業もあることから、それらの事業を市民レベルに浸透させていく努力も、環境局だけでなく、関係部局との連携を深め、事業展開していくことを期待したい。

第3回

交流・コミュニティ①「自治会加入促進」

委員会からのメッセージ

自治会加入世帯数が伸び悩む背景には、マンション建設や外国人世帯の増加などの社会環境の変化の中で、若い世代や新たな転入世帯、賃貸住宅層等に対して、自治会の具体的な活動内容の発信や、古いイメージの払しょくが効果的にできていないことが考えられる。

自治会を側面から支援する立場の市としては、リーフレット等の配布による啓発活動に加えて、自治会自身の情報発信力を高めるための支援や、未加入世帯が気軽に参加できるような仕掛けの提案、あるいは他地域での成功事例の共有など、時代の変化に即した自治会の体質改善を促す取組を行う必要があるのではないか。

自治会に対する補助金制度については、画一的な補助によって自治会の競争的発展が削がれていないか、あらためて検討を加えることも必要で、頑張っている自治会を評価する仕組みをはじめ、資金の面だけでなく、自治会にとって有意義な情報や知恵の提供をいかにしていくか、市としての検討を期待したい。

また、地域の自治組織への参加を自覚的に取り組むための教育など、長期的な視野で市民自治の偏差値を上げる取組も期待したい。

交流・コミュニティ②「市民活動及び協働の推進事業」

委員会からのメッセージ

市民活動サポートセンターの1,836の登録団体のうち、自治会が50団体しか含まれていない現状がある。市は、自治会が重要な市民活動団体の一つであるという前提に立ち、市民活動サポートセンターに自治会を巻き込むための取組を進める必要があるのではないか。

協働のテーブル及びマッチングファンド助成事業については、この制度が市民側の要望を一方的に受け入れるためのものでもなく、行政側が安価なマンパワーを確保するためのものでもないことを大前提とし、市民と行政とが協働する意味、協働すべきテーマをしっかりと精査し、戦略性をさらに高めることが必要である。また、協働事業は、数ではなく質で評価する視点を持つべきであり、その成果や途中経過の発信も強化する必要がある。

マッチングファンドは、テーマで集まるNPOと地縁で集まる自治会とをつなげる可能性をも秘めており、攻めのコーディネーター人材の確保を期待したい。

交流・コミュニティの事業群

委員会からのメッセージ

テーマで集まる NPO と地縁で集まる自治会とをつなげる必要性が事業のコマで議論されたとおり、組織間がより連携して事業を展開することで、さらなる協働の実を挙げ、市民の多様な力を一層引き出せるものとする。

また、成果指標に対して、直接紐づけられていない事業が多様に展開されている現状がある。市民へのアンケート等において、「地域の活動」への参加状況をより多面的に把握するとともに、各事業の広報周知の役割を果たすような工夫を加えてはどうか。

一方、地域課題の解決という点では、地区の社会福祉協議会にも着目すべきである。地区社協との連携は、市民協働で取り組むべき課題の発掘や、その課題解決に向けた新たな担い手の発掘にもつながる可能性がある。この点でもやはり、自治会や地区社協等へのアウトリーチができる市民活動サポートセンターの攻めのコーディネート力の向上が重要である。

中長期的な視点では、地域社会との関わりについて、子どもの頃からの教育や意識づけを行い、その社会的価値や文化を醸成していくことが大切である。