

5-3. 報道対応における課題

- ① クオリティの低いパブリシティ用資料がある
- ② 事業遂行に向けて積極的なパブリシティの活用が不可欠
- ③ 迅速な危機管理広報に向けての体制づくりが必要
- ④ メディア対応のノウハウが不足している
- ⑤ 市長定例記者会見のより効果的な演出が必要

- ① クオリティの低いパブリシティ用資料がある

「しあわせ倍増プラン2009」にパブリシティ発信件数の年間目標値を設定し、広報監付(報道担当)が全庁に情報発信を働きかけた等により、市の発信件数そのものはかなり増加してきている。しかし、量的な達成において一定の成果がある一方で、記者提供用資料の中にはクオリティが低く、記者にも市民にも伝わりにくい内容になっているものもある。

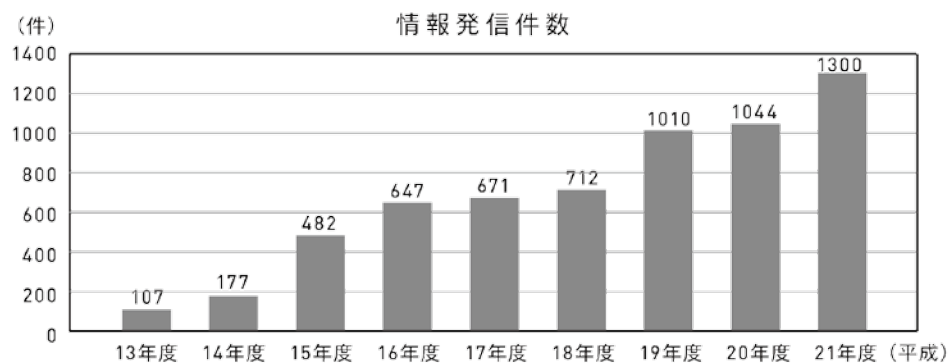
記者提供用資料の作り方に関しては、「情報発信ガイドライン」(平成21年3月発行)が用意され、また発表前に広報監付(報道担当)のチェックが入る仕組みもあるが、「情報発信ガイドライン」は活用されずチェックを入れるルールも守られていない場合がある。

ただし、「情報発信ガイドライン」に関しては、市のパブリシティ環境の実態に必ずしも合致しない面があり、「情報発信ガイドライン」の指示どおりに資料提供することがむずかしくなることもある。また、広報監付(報道担当)の事前チェックの仕組みは、「情報発信ガイドライン」とは別の文書に記載され、記者提供資料づくりの「マニュアル」が一元化されていないため、事業課に浸透しにくいという事情もある。

報道対応の専門スタッフである広報監付(報道担当)が責任をもって、パブリシティ全般にかかわるマニュアルを一元的に整理し、それを全庁にわたって浸透させる必要がある。

【情報発信ガイドライン】

市の情報を効果的、効率的に市民や市外の人に確実に伝えるため、職員が身につけておくべき知識と庁内で共有すべきルールを記載したもの。



② 事業遂行に向けて積極的なパブリシティの活用が不可欠

パブリシティは、行政としての説明責任を果たすだけでなく、都市イメージの向上や事業遂行の後方支援としても活用できるものであるが、現状の情報発信の中には、説明責任的な使い方に終始し、厳しい言い方をすれば「発信のための発信」にとどまっているものもある。

本来、パブリシティは事業遂行を円滑化し、効率的に成果をあげるために有効な手法であるにもかかわらず、そういう視点に立ったパブリシティが多いとはいえない。これは、パブリシティがそのように活用できることを事業課が十分認識していないことでもあり、また、事業を進めるに当たって、どの段階でどのような情報発信をすれば事業遂行がしやすくなるか、というノウハウも十分に蓄積されていないためと見られる。

市報への掲載や事業パンフレットの作成ばかりが広報ではないことを事業課が認識し、戦略的なパブリシティの活用事例を蓄積していく必要がある。

③ 迅速な危機管理広報に向けての体制づくりが必要

危機事案が発生した際、事業課は危機管理広報に不慣れなこともあり、初動が遅れ、発表に手間どる事例が見られる。危機事案への対応における時間的なロスの中には、担当部署内での決裁に時間がかかるなど、市としての意思決定プロセスで発生するものもある。

危機事案の発生に際しては、何よりも迅速な対応が求められる。対応の遅れは、市政への信頼感を損ねるばかりでなく、時として、市や市民に大きなダメージをもたらす場合もありえる。危機事案発生時には、たとえば通常の決裁とは別のラインで緊急対応ができるような体制づくりが必要である。

④ メディア対応のノウハウが不足している

マスコミ記者と接する機会がほとんどない事業課の中には、記者の取材を避けたいがる職員もいる。しかし、不祥事や事故の発生時にはもちろん、事業課は記者レクチャーに臨まざるをえないし、不祥事や事故でなくても、記者が取材に来る場合もある。そうした場合、拒否的な態度で取材に応じると、意にそぐわない報道がされることにもなりかねない。

日ごろから記者との付き合い方を心得て、ある程度の信頼関係を構築すれば、パブリシティを事業の円滑な遂行に利用できるばかりでなく、不祥事や事故などの際の記者対応に余裕もできる。そうした意味で、記者に対応せざるを得ない責任者(課長級)は、基本的な記者対応のノウハウを習得しておく必要がある。

⑤ 市長定例記者会見のより効果的な演出が必要

市長の定例記者会見は、平成21年12月までは月1回だったが、22年1月以降は原則として月2回の開催になった。回数増加にともない、運営は円滑化してきたが、記者会見の効果が十分あがっているとはいえない。

市長定例記者会見は、記者だけではなく市民向けにインターネット中継も行っているため、誰にでも分かりやすい内容が求められている。市長記者会見にふさわしい議題を提供したうえで、説明用のパネルを用意しグラフや図形を活用するなどして、分かりやすく効果的な演出を工夫する必要がある。

【市長定例記者会見の様子】



5-4. 情報公開における課題

- ① 部署により取組み状況に差がある
- ② 職員の意識改革が必要
- ③ 市民の利便性の向上が必要

- ① 部署により取組み状況に差がある

市では「しあわせ倍増プラン2009」において情報公開日本一の達成を目標に掲げ、各種事業に取り組んでいる。その中で、情報提供については、「さいたま市政情報の提供の推進に関する要綱」を定め、鋭意推進しているところである。

この要綱では、提供義務情報として必ず提供しなければならない情報と、提供推進情報として積極的な提供に努める情報を類型化して定めている。そのうち提供推進情報については、「市の重要な意思形成過程に関する情報」、「環境・保健衛生・防災その他の市民生活の安全に密接な関係がある情報」などの他、「実施機関が市民に提供することが必要であると認める情報」を規定しているが、実際にこれに該当するかどうかの判断をする課所長により、取組状況に差が出ている。

全庁統一の行動として情報公開に取り組み、総合的な情報公開日本一を達成し、その後も維持・発展させていくために、情報提供について、詳細な運用方法や組織的な取組みを整備する必要がある。

- ② 職員の意識改革が必要

市では、平成22年度に「さいたま市情報公開条例」を改正し、「市民の知る権利の保障」を新たに規定したところであるが、情報公開の基本である「市民の知る権利の保障」と「行政の説明する責務」に関する理解が職員に十分浸透していない。市民の市政への参加は、市民と市が必要な情報を共有することにより促進されるものであることから、住民自治やまちづくりといった観点からも情報公開についての認識を職員に浸透させることが必要である。

また、職員において、担当する事務事業に関して他の政令指定都市などがどのような情報提供を行っているかについての把握が十分でない。市民の情報公開を求める意識の向上や情報通信技術の発展などにより、各市それぞれが工夫改善を図っている中で、常に他市の動向に注意を払うとともに、さいたま市が他市を先導していくといった意識を持つことが必要である。

さらに、市民がどのような情報の公開を期待しているのかを把握する仕組みがない。市長への提案や事業課への個別の要求の中で提案されることはあるが、情報公開について積極的に調査はしていない。情報公開に対するアンケートなどに

よる市民意識調査を定期的実施する必要があり、さらに、具体的な意見募集についても対策を講じる必要がある。

このように、職員において様々な知識や認識が不足している結果、職員の情報公開に取り組む意識が醸成されにくくなっている。このように、職員において様々な知識や認識が不足している結果、職員の情報公開に取り組む意識が醸成されにくくなっている。

③ 市民の利便性の向上が必要

すでに様々な方法により情報公開を実施しているが、検索性、迅速性、分かりやすさなどの面で、さらなる改善の余地がある。現在、電子文書管理システムにより作成された文書(収受、供覧、起案)については、ホームページ上に行政情報検索システムを設け、文書件名の文字検索ができるようになっている。

しかしながら、紙の文書を含んだ行政情報全般については、ファイリングシステムにより管理され、その一覧(ファイル基準表)は情報公開コーナーにおいてのみ閲覧に供しており、ホームページ上で検索することはできない。さらに、情報提供においては、ホームページの重要性が増しているが、なかなか必要とする情報にたどり着けない場合があるので、ホームページにおける情報の検索性の向上を図らなければならない。

また、情報開示制度において、開示請求は電子申請が可能となっているが、開示情報の写しの交付については、手交または郵送に限られている。これについては、電子メールやファクシミリを利用することにより、利便性や迅速性の向上が見込まれる。情報通信技術は、これからも目覚ましい発展を続けていくと考えられることから、その成果を取り入れて、市民にとって実効性の高い情報公開のあり方を検討していく必要がある。

【情報公開】

本市では、市民からの行政情報開示請求に対して行政情報の開示を行う「情報開示」と、市政に関する正確で分かりやすい情報を市民が迅速かつ容易に得られるよう市から提供する「情報提供」を、合わせて「情報公開」としている。

【ファイリングシステム】

組織体の維持発展のために必要な文書を、その組織体のものとして必要に応じて即時に利用し得るように、体系的に整理・保管し、ついには保存又は廃棄するに至る一連の制度。

5-5. 広聴における課題

- ① 市民の声の一元管理と定量的な分析が必要
- ② 市民の声の「収集」から市政への「反映」までの工程を見直す必要がある
- ③ 市民の声がどのように対応処理されているのかが見えにくい
- ④ 広聴実績のアピールが必要
- ⑤ 事業の立案・展開に必要な広聴機能が十分に働いていない

- ① 市民の声の一元管理と定量的な分析が必要

さいたま市では、市長への提案、タウンミーティング、パブリック・コメント、コールセンターなど、さまざまな制度によって市民の声を収集しているが、それらの情報はそれぞれの制度ごとに管理されており、市全体として、市民の声がどのような状態にあるのかを市は十分に把握できていない状態にある。

それぞれの制度で蓄積されている市民の声に関しても、個別の案件に対して必要な対応を行ってはいるものの、定量的な分析は行われていない。さらには、これまでに蓄積された市民の声が、形式の異なるアプリケーションで管理されているため、単純に統合も難しい。

本来このような制度は、市民意識の定性的な情報を収集するものであり、意見数の多い少ないよりも意見の内容に留意すべきものである。しかし、繰り返し寄せられる同種の苦情や提案もあり、それらに関しては苦情・提案の「発信元」に対して、早期に対策を講じることにより、市民の声に効果的・効率的に対応することができる。そのためには、各種広聴事業で収集する市民の声に加え、市全体に寄せられる市民の声の定量的分析と、その資料となるデータの一元管理が必要になる。

【タウンミーティング】

市民に市政をより身近に感じてもらい、より良いコミュニケーションの確保と信頼関係を構築するとともに、市民の意見を迅速に市政に反映していくことを目的として、市民と市長が直接対話をする機会。

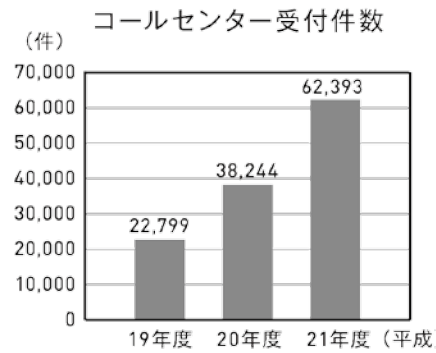


【パブリック・コメント】

市の基本的な政策等の策定にあたり、当該政策等の形成過程の情報を公表し、公表した情報に関して提出された市民等の意見及び意見に対する市の考え方を公表することにより、市民等の意見を市の政策等に反映させる制度。

【コールセンター】

市民からの電話・FAX・電子メールの問い合わせに対して、専門のオペレーターが、あらかじめ準備したFAQ（＝Frequently Asked Question、よくある質問と回答）や、過去の回答などを参照しながら、適切な受け答えを行うもの。



② 市民の声の「収集」から市政への「反映」までの工程を見直す必要がある

市長への提案において、市民の声は広聴課が窓口となって受け取り、事業課に対応を依頼する。その後、事業課が回答の方針案を作成し、市長が確認した後、事業課が回答を作成し、市長がさらに確認・署名して、市民に返答する。必要に応じて市長が事業課に対応を指示することもある。

こうした一連の工程が確立されているものの、事業課をさがす段階、事業課が回答を作成する段階、市長の確認を受ける段階のそれぞれにおいて時間を要し、回答に至るまでの時間の短縮は困難となっている。

また、この制度がいつそう活性化し市民の声が増えてくれば、そのすべてを市長が自ら署名して回答することは物理的に困難になるおそれがある。

市長への提案制度をはじめとして、市民の声の収集方法や処理ルートを見直し、組織として対処できる体制を再構築する必要がある。

③ 市民の声がどのように対応処理されているのかが見えにくい

市民の声の一部は、実際に市政に反映されているが、その成果が市民からは見えにくい。また、市民の声が庁内でどのように処理されているのかについては、最終的な結論が出てから公表される。

市民の声が市政に反映された事例は、広聴の実績としてきちんと表示する必要があり、また将来的には、市民の声が庁内においてどのような処理段階にあるのかを、リアルタイムで追跡できるシステムを検討する必要がある。

④ 広聴実績のアピールが必要

市の広聴機能は、他の政令指定都市と同様な各種の広聴事業を行っているにもかかわらず、市民に対して十分アピールできていない。そのため、市の広聴が機能していないような印象を与えかねない。

広聴は、着実にやっていること自体が、かっこうの広報素材である。市民の声を真

摯に聞く市の姿勢を示すことが、市民の市政に対する信頼感の醸成につながる。
さいたま市でも広聴機能の実態を単に公表するだけでなく、アピールポイントとして公表の仕方を工夫していく必要がある。

⑤ 事業の立案・展開に必要な広聴機能が十分に働いていない

毎年実施している市民意識調査(経年調査、個別調査)は、市が実施している定量調査の中でも、サンプル数や質問領域などにおいて信頼性の高いものであり、これによって市民意識の基本的な動向が正確に把握できる。しかし、年に一回の実施頻度であり、タイムリーなテーマ設定に向かず、一回の調査で質問できる分量も限られている。さまざまな時事的テーマに関する市民意識を把握するためには、機能の拡充が求められる。

また事業課でも、市民意識を把握する使い勝手のよいシステムがないために、事業の推進の中で本来は把握しておくべき市民意識の実情を十分把握しないままに、事業を進めてしまうような場合もある。

政策立案の高度化、事業展開の円滑化のために必要な、各種の市民意識調査をタイムリーなタイミングで実施できるシステムが必要である。

6. マスタープランの目標

6-1. 全体目標

- ① 市政に対する「信頼感」の向上
- ② 市民と市との「共有感」の向上
- ③ 都市としての「存在感」の向上

ここで定める目標とは、前述したプランの2つの目的(①市政運営の高度化・円滑化、②都市の魅力と活力の向上)を実現させるための具体的な方向性を示すものである。

以下の3つの目標を設定して、アクションプランに掲げる分野別戦略に応じたアイテムを順次、実施・改善することにより、達成していく。

目標の達成に向けた様々な情報発信・情報受信の取組みにより、市民と市との良好な関係が新たに生まれ、さらに深まるとともに、都市イメージが形成され、市内外におけるさいたま市の認知度が高まるものである。

① 市政に対する「信頼感」の向上

行政情報の積極的な「見える化」を推進し、市政に対する市民の信頼感を醸成する。

② 市民と市との「共有感」の向上

市民と市との間で情報や問題意識を共有することで、市民と市との距離感をなくし、市民との一体感のある市政を形成する。

③ 都市としての「存在感」の向上

都市イメージを形成し、市内外におけるさいたま市の都市イメージポジションを向上させ、市の存在感を高める。

【行政情報の「見える化」】

市政運営の透明化を図るために、自治体が保有するさまざまな情報を、日頃から、広報やホームページなどを通じて市民に提供し、行政と市民とで共有すること。

6-2. 達成度指標

平成22年9月に実施した「政令指定都市市民による都市イメージ比較調査」（以下「比較調査」という。）と、平成18年12月に実施した「首都圏都市イメージに関する調査」の結果にもとづき、プランの達成度を測る指標を設定する。

なお、達成時期は計画期間終了時の平成32年度末とし、アクションプランの更新時期にあわせて達成度の進捗を検証する。

① 市政に対する「信頼感」に関する指標

「比較調査」において、以下の5項目に関する該当状況によって市政への信頼感を計測した。（カッコ内は19政令指定都市中のさいたま市の順位。）

- ・市の職員が市民の目線で仕事をしている（5位）
- ・職員や市の機関で発生した不祥事・事故を隠さない（4位）
- ・市は行政情報の公開に積極的に取り組んでいる（3位）
- ・市の仕事ぶりは信頼できる（4位）
- ・市民への広報をていねいに行っている（3位）

さいたま市におけるこれらの該当状況は、5項目合計で19政令指定都市中3位にある。市政への信頼感に関連する項目の評価は、いずれの政令指定都市でも低調であり、そうした中での3位であった。また、さいたま市の場合、上記5項目に関して「判断できない」という趣旨の「わからない」という回答が他市に比べて多く、3位の位置も確固たるものではない。

プランの「信頼感」指標の達成度としては、この比較調査において21.7ポイントを25ポイント以上にして、19政令指定都市中で最も市民に信頼されるナンバーワンの市政を目指すものとする。

② 市民と市との「共有感」に関する指標

「比較調査」において、市民と市との「共有感」の計測は、以下の5項目に関する該当状況によって行った。（カッコ内は19政令指定都市中のさいたま市の順位。）

- ・市の事業やサービスに関心がある（16位）
- ・市の将来のあり方に関心がある（10位）
- ・市は市民の意見を聞いて、市の施策に生かしていると思う（2位）
- ・まちづくりは、市民と市が協力して進めるべきだと思う（18位）
- ・市民と市は、一種の運命共同体だと思う（17位）

さいたま市におけるこれらの該当状況は、5項目合計で19政令指定都市中13位にあり、市民と市の「共有感」は少ない状態にある。

プランの「共有感」指標の達成度としては、この比較調査において政令指定都市中5位以内を目指すものとする。

[さいたま市の順位]

順位	市政評価		市政関与	
	都市名	合計	都市名	合計
1	横浜市	22.4	横浜市	29.7
2	新潟市	22.0	仙台市	29.5
3	さいたま市	21.7	静岡市	29.2
4	浜松市	21.7	神戸市	29.1
5	川崎市	21.5	福岡市	29.0
6	仙台市	21.3	札幌市	28.9
7	名古屋市	21.1	北九州市	28.9
8	広島市	21.0	名古屋市	28.7
9	相模原市	20.8	浜松市	28.4
10	静岡市	20.6	大阪市	28.2
11	札幌市	20.5	堺市	28.0
12	北九州市	20.0	広島市	27.9
13	千葉市	19.9	さいたま市	27.9
14	福岡市	19.6	相模原市	27.8
15	神戸市	19.0	京都市	27.7
16	岡山市	18.2	川崎市	27.6
17	大阪市	17.7	新潟市	27.6
18	京都市	17.4	岡山市	27.3
19	堺市	17.1	千葉市	26.3
	全体	20.2	全体	28.3

*数値は加重平均値の合計

③ 都市としての「存在感」に関する指標

首都圏の市民を対象とした「首都圏都市イメージに関する調査」において、さまざまな都市イメージ項目を提示し、その中からさいたま市に該当するイメージを選択する質問を行ったところ、「特にイメージが思い浮かばない」とする回答が33%を占めた。(30ページに掲載。)

プランの「存在感」指標の達成度としては、首都圏住民において本市のイメージが何も思い浮かばない人を20%まで減少させることを目指すものとする。

[達成度指標]

①信頼感	「比較調査」における「信頼感」分野 →21.7ポイントを25ポイント以上にしてナンバーワン
②共有感	「比較調査」における「共有感」分野 →13位から5位以内
③存在感	首都圏住民において本市のイメージが思い浮かばない人 →33%から20%以下