

**平成 27 年度新宿区外部評価委員会第 3 部会
第 5 回会議要旨**

<開催日>

平成 27 年 7 月 7 日（火）

<場所>

本庁舎 6 階 第 3 委員会室

<出席者>

外部評価委員（5 名）

名和田部会長、荻野委員、斉藤委員、中原委員、山田委員

事務局（3 名）

小泉行政管理課長、羽山主査、榎本主任

説明者（4 名）

消費者支援等担当課長、税務課長、納税推進担当副参事、区政情報課長

<開会>

【部会長代理】

第5回外部評価委員会第3部会を開会します。

本日は、経常事業の外部評価にあたり、お手元の進行予定表のとおり、ヒアリングを実施します。

委員の皆様は、チェックシートが配られていますので、適宜メモ等の書き込みを行いながらヒアリングをしてください。

外部評価委員会は、テーマごとに委員会を三つの部会に分けており、この第3部会のテーマは「自治、コミュニティ、文化、観光、産業」です。

私は、外部評価委員会第3部会会長の名和田です。部会の委員は、山田委員、中原委員、斉藤委員、荻野委員です。

平成24年度より経常事業評価の本格実施が始まり、今年度は4年目の最終年度となります。

外部評価委員会では、今回の内部評価のうち、「経常事業評価Ⅰ」の60事業の中から、26事業を抽出して評価することとしています。そして、外部評価する事業は全てヒアリングを実施させていただくこととしました。

本日は、五つの事業についてヒアリングを行うので、1事業につき、30分の想定でヒアリングを行います。

前半15分程度で事業の体系と評価シートの内容をご説明いただきます。事業の体系については事務局である行政管理課から、評価シートの内容については説明者である所管課長からご説

明いただきます。

そして、後半15分程度で、各委員から質問を行う形で進めたいと思います。

質問が終了しなかった場合などは、追加で文書による質問をさせていただく場合もあります。

では、経常事業391「消費生活展」から始めたいと思います。

まず、事務局から体系説明をお願いします。

【事務局】

経常事業391「消費生活展」です。

新宿区第二次実行計画の157ページをお開きください。

こちらの事業ですが、個別目標「日常生活の安全・安心を高めるまち」に位置付けられた経常事業です。この個別目標は、全ての区民が日々の生活のあらゆる場面で不安を感じることなく、安全に暮らすことができるまちを目指すものです。この個別目標ですが、基本施策が二つあり、一つが「犯罪の不安のないまちづくり」で、防犯に関する各事業が位置付けられています。もう一つが「消費者が安心して豊かに暮らせるまちづくり」で、この基本施策に本事業は位置付けられています。

同じ基本施策の中には、次回ヒアリングを実施する消費者支援関連の各経常事業があります。今回ご説明する経常事業391「消費生活展」ですが、消費者団体の活性化や区民の消費者意識を高めることを目的として消費生活展シンポジウムなどを実施する事業です。

事務局の説明は以上です。

【部会長】

ありがとうございました。

では、所管課長から、評価シートの説明をお願いいたします。

【説明者】

消費者支援等担当課長です。よろしくお願いいたします。

では、経常事業391「消費生活展」についてご説明いたします。

まず、事業の目的ですが、区内で活動している消費者団体や自主活動グループが、日ごろの消費生活に関する学習や活動の成果を発表する場として開催するとともに、消費生活に関する情報提供や知識の普及啓発を通じて、区民の消費者意識向上を目指して実施しているものです。

消費生活展で展示・発表している内容は、単に商品を購入する際に役立つ知識にとどまらず、健康的な生活を送るための工夫や、不当表示や法律上不備のある契約を見抜く力、悪質商法など様々な被害に遭わないための注意喚起など、多岐にわたっています。特に、高齢社会になり、判断力が多少低下しても、安心して生活していただくために、消費生活領域における啓発の役割は大きいと考えています。

事業内容ですが、新宿西口の広場にて、パネル展示やアトラクション等どなたでも気軽にご来場いただける大規模な消費生活展を隔年で実施しています。消費生活展を行わない年には、テーマを絞って話し合いを行うシンポジウムを実施しています。

次に、事業の目標・指標です。

指標の一つ目は、消費生活展の来場者数です。平成25年度に開催した際には、約1万3,000人の方にご来場いただきました。今後も多くの方に気軽にご来場いただきたいと思います。1万3,500人を目標にしています。

指標の二つ目は、消費生活シンポジウムも来場者数です。平成26年度は54名でしたが、こちらも同様に、少しでも多くの方にご来場いただきたいと思います。楽しく気軽に参加する消費生活展とは異なり、かなり固いテーマについても、しっかり、じっくりと話し合うシンポジウムなので、目標を70名としています。

事業経費については、後ほど、予算事業の説明の際に、併せて説明します。

つづいて、事業評価です。

サービスの負担と担い手ですが、実際に区内で活動している区民の方々が実行委員会を組織してイベントを実施することによって、効果的なサービスの提供につながっていると評価しており、「適切」としました。

手段の妥当性ですが、大規模イベントの消費生活展と、テーマを絞って開催する消費生活シンポジウムは、どちらも実行委員会を組織して協働で実施しており、区民に関心の高い、また、時宜にかなったテーマ・企画内容で実施することができているので、「適切」としました。

効果的・効率的についてですが、やはり実行委員会方式で運営しているということで、企画内容の充実や広報活動の強化が図られており、また、所属団体どうしの連携が深まることで消費者活動全体の活性化にもつながり、効果的な事業運営ができていることから、「適切」と評価しました。

目的または実績の評価ですが、消費生活に関する知識の普及と消費者団体の活動活性化という事業目的を果たすことができているため、「適切」としました。

以上、全ての項目において適切と評価したので、総合評価も「適切」としています。この評価全体については、この事業を実行委員会方式で実施していることによる成果だと認識していますので、今後とも活動団体の自主性をいかし、意見をくみ取って協働で実施していきたいと考えています。

次に、改革・改善についてです。

事業の方向性としては、「継続」としています。改革・改善の内容ですが、消費者教育推進法の施行により、幼児期から高齢期までライフステージに応じた消費者教育の機会を提供することが重要となっています。平成25年度の消費生活展も、平成26年度のシンポジウムも、消費者市民社会をテーマに取り上げて実施しました。この消費者市民社会という、ややなじみの薄い言葉も、消費者教育推進法の重要な考えですが、実行委員会の方々が自分たちで企画をし、実行委員会に諮って決定していますので、実行委員会の方々の積極性と情報収集力に敬服しているところです。今後も、企画内容の検討を重ねながら、より効果的な事業を実施していきたいと考えています。

類似・関連事業ですが、ほかの事業として作成したリーフレット等を活用して、啓発活動を行っています。また、消費者団体の方が日ごろ消費者活動の事業助成等の事業によって、助成

を受けて行った消費生活に関する学習や、区民の方を対象にして開いていただいている講座などの成果を発表していますので、「連携済」としています。

受益者負担ですが、先ほどお話ししたように、特に高齢社会が進む中で消費生活に関する啓発は非常に重要であり、区民の方に幅広く働き掛けをしていきたいと思っていますので、受益者負担はなじまないとしています。

協働については、先ほど来ご説明しているとおり、消費者団体の方々が実行委員会を組織して実施していますので、「実施済」としています。

次に、予算事業シートについてです。

事業経費ですが、特定財源として、東京都の消費者行政活性化交付金（補助率10分の10）があります。消費生活展、シンポジウムともに都の交付金対象事業として実施しています。平成24年度中に、この交付金の対象となる経費の拡大が図られました。そのため、平成25年度から経費に占める特定財源の割合が増えています。過去3か年のうち、平成24年と平成26年がシンポジウム、平成25年が消費生活展です。いずれも、事業費の主な使途はイベント委託経費となっています。事業経費の具体的な支出ですが、平成25年度の消費生活展と平成26年度のシンポジウムで、それぞれご説明します。

まず、平成25年度の消費生活展ですが、財源構成としては、一般財源が4,000円、東京都の交付金が553万4,000円です。事業費の主たる使途ですが、イベント委託料として417万9,000円、チラシポスター作成費として52万円、講師謝礼として24万円となっています。予算現額609万1,000円に対する執行率は90.9%となっています。

次に、平成26年度のシンポジウムですが、財源構成としては、一般財源が4,000円、東京都の交付金が119万7,000円です。事業費の主たる使途ですが、イベント委託料として68万5,000円、チラシポスター作成費として14万4,000円、講師謝礼として27万9,000円となっています。予算現額180万4,000円に対する執行率は66.4%となっています。会場設営委託契約の入札により差金が生じたため、予算に対する執行率がやや低くなっています。

次に、活動実績です。

まず、消費生活展ですが、事業の対象は区民及び消費者団体の方々です。平成25年度の活動実績として来場者数約1万3,000名を記載しています。次に、消費生活シンポジウムです。平成24年度の実績として来場者数127名、平成26年度の活動実績として来場者数約54名を記載しています。

シンポジウムですが、平成24年度のテーマは魚介類の汚染ということをテーマに、安全な選択と食べ方についてシンポジウムを行いました。身近な関心を喚起することができたかと思います。それに対して、平成26年度は消費者市民社会がテーマでしたので、やや難しさがあったのか、前回の実施時よりも来場者が少ない結果となっています。いずれのテーマにしても、実行委員会の方々に企画・立案・検討していただき、良いテーマであっても、多くの来場に結びつかないこともあります。所管課としては、広く浅く大勢の方に普及啓発ができる消費生活展と、今現在の消費者行政の最重要課題などをじっくりと話し合っていたくシンポジウムを隔

年で実施することで、広さと深さの両面で意識啓発ができていると考えていますが、やはりできるだけ多くの方にご来場いただきたいというのも事実ですので、ここは難しさを感じているところではあります。

次に、分析です。

数量分析ですが、事業活動実績数は、今後大きく増加することはないと予測しています。一方、事業活動対象数の将来予測ですが、参加していただける消費者団体の方は、今後増えていくのではないかと予測しています。

公共性については、適正な活動領域が「行政領域大」となっているのに対し、現在の活動領域は「適正」と分析しています。

必要性についてですが、あり方検討の必要性はなしとしています。区民に対する消費者教育の機会の提供はますます重要となっているので、現在の実施方法を基本として、今後も時宜にかなったものを実施していきたいと思っています。

その下の類似・関連事業、受益者負担、協働については、先ほど説明したとおりです。

分析結果ですが、方向性は継続としています。区民の方に対する消費者教育の機会の提供は、ますます重要な行政課題であると捉えています。大規模イベントやシンポジウムを通して、区民の消費生活に関する関心を高め、知識の普及啓発を図るため、この事業を継続していくという方向で考えています。

最後に、事前にいただいたご質問にお答えしたいと思います。

まず、事業の目標を指標として消費生活展の来場者数を挙げており、目標値を1万3,500人と設定していますが、この値はどのようにして設定されたか、というものです。こちらは、平成25年度の開催実績が約1万3,000人と大変大勢の方にご来場いただきましたので、これからも多くの方に気軽ににご来場いただきたいと思い、1万3,500人と設定しています。この数値については、何か算出根拠があるわけではありません。1万3,000人より少しでも増えていくことを目指しているという数字です。

次に、消費生活シンポジウムの来場者数の目標値70名はどのようにして設定されたのか、というものです。こちらも同様ですが、平成26年度の54人よりも多くの方にご来場いただきたいと思い、目標にした数字です。楽しく気軽に参加する消費生活展とは異なり、かなり固いテーマについても、しっかりと、じっくりと話し合うシンポジウムですので、70名を目標にしました。

次に、実行委員会がイベントを実施しているとのことですが、どのような経過でこのような運営がなされることになったのかというものです。こちらですが、この消費生活展自体は、昭和50年に第1回目を開催しており、そのときには区が主催、協力が消費者団体となっていました。回を重ねて、平成7年の第21回の消費生活展のときから実行委員会方式にしています。もう20年も前のことですので、詳しい事情までは分かりませんが、このときの消費生活展の冊子に、「この消費生活展も今年で21回目を迎え、運営方法をこれまでの区主催から消費生活展実行委員会と区の共催に変更し、参加者みんながそれぞれ意見を出し合い、更に充実したものを目指して開催する運びとなりました」という記載があります。このような目的意識を持って実

行委員会方式にしたものと考えています。

次に、区との協働のよき事例と思われる本事業において、協働を導入して良かった点、改善すべき点をご説明くださいとのご質問です。こちらについては、もう20年間、実行委員会方式で実施しています。それから、それ以前も協働の形ではあったと思っていますので、協働を導入して良かった点というよりも、協働以外には考えられないような事業になっています。各団体の自主的な活動を応援しつつ、行政目的を果たすことを目指していきたいと思います。

改善すべき点としては、やはり、活動団体の方々の高齢化があり、こちらとしても心配しているところです。新しく活動してくださる方を増やすために、区としても各団体に対してできるだけ支援して、協力していきたいと考えているところです。

説明は以上です。

【部会長】

ありがとうございました。

それでは、委員のほうから質問をさせていただきます。

【委員】

平成26年度のシンポジウムの参加は54名ということですが、実行委員会の方はもっと多くの参加を期待していたのではないのでしょうか。反応はどうでしたか。

【説明者】

たしかに、イベントというものは、やはり人が来ないとがっかりしたりするのですが、実は、シンポジウムの実施に伴い報告書を発行していて、これを活動の周知に使っていただいていますので、普及効果という意味では、当日会場に足をお運びいただけてなくても、十分にご満足いただいているような感じはあると受けとめているところです。

【部会長】

実行委員会方式で実施していれば、前回の参加が少なければ、次回、もう少しテーマを何とかするなどして、適正になるものだと思います。特定の年度のことを気にしなくてもいいのではないかと私は感じますが。

【委員】

生活展についてですが、目標値の1万3,500人というのは、1万3,000人という実績を踏まえてということとお伺いしました。しかし、区民に広く問題を理解してもらうということを考えると、この問題についてはこのぐらいの人に理解してもらわなければならない、そういう意味での目標値があるということが必要ではないかと私は思うわけです。そういった検討をした上で、それに向かって努力していくということが必要ではないかと思うのですが。

【説明者】

その点につきましては、ほかの事業の中で、高齢の方に向けた悪質商法の被害防止のネットワークのお話などをさせていただいています。この消費生活展というのは、あくまでも気軽に、注意喚起の入り口になることを目指しています。そういうことで、1万3,000人というのは、気軽に触れていただくきっかけの人数として非常に大きいと思っています。今、委員にご指摘い

ただいたような、どういう方たちに対して発信したいのか、あるいは目標人数は、ということになりますと、区民全員の方にこういう消費者生活のことについて知っていただくということが、事業課としての望みです。しかし、例えば、高齢者について言えば、高齢者の総合相談あるいは権利擁護のネットワーク等、そういうところと連携をしながら、ご説明なり、出前講座なりを行っています。この消費生活展というのは、ありとあらゆるものが広く浅く見渡せるというところを考えていますので、ここでの目標値というのは、啓発の入り口としてのものと考えています。

【部会長】

我々としても、この事業がほかの消費者関連施策と関連しているということを念頭に外部評価をしなければいけないと思います。

指標について、指標の設定の仕方がとても悩むところで、事業と指標の因果関係がよく分からないといったことがあります。そうすると、事業の達成度の高い、低いに違和感を持ってしまうことが多々あります。

この事業の場合は、分かりやすい指標なので、私はいいのではないかと思います。ただ、委員がおっしゃったような、もう少し内在的な算定根拠があるといいかとは思いますが、それはなかなか難しいのでしょうか。

【委員】

例えば、チラシの作成部数や、会場の広さなどを考えれば、やはり想定している人数というのはあるのではないかと思います。目標値の設定は、結果として主催の側の満足度にも関係してきます。やはり、このイベントの発信力を高めるという意味で、指標の設定にもう一工夫あったほうがいいのかと思い、申し上げたのです。

【部会長】

確かに、協働でやっているのだから、そういう視点もあり得ますよね。

指標については、消費者団体の活性化を課題とされているのであれば、何かそれに関連する指標が考えられないかという気が少ししました。ただ、具体的にどんなものと言われると難しいのですが。指標については適切であると思いますが、工夫されるともっといいかと思うところでは。

【委員】

消費者団体というのはどういうところを指すのですか。

【説明者】

区内で活動している消費者や、生活の向上に役立つような公的な活動をしている方も含めて、消費者団体連絡会という組織の中に入っている方が主に中心となっています。この消費生活展に関しては、そこのメンバー以外に、協賛団体なども関わっています。13団体で構成されるのですが、昔からの方だけではなく、生協活動をしている方や、区民の生活全般について考えている方など、いろいろな方で構成されています。

【部会長】

実行委員会には個人で参加ができるのでしょうか。

【説明者】

基本的には団体ということになっています。

【委員】

シンポジウムの報告書を拝見しましたが、中学校の家庭科の先生が出られているようで、非常に珍しいように思います。

【説明者】

ライフステージに応じた消費者教育ということで、中学校の家庭科の副読本として、区独自で2年に1回冊子を作成していて、その作成にあたっては現場の先生がいないことには始まりませんので、ご協力をいただいているというところです。

【部会長】

この辺でよろしいでしょうか。

では、この事業のヒアリングはこれで終了します。ありがとうございました。

<説明者交代・委員紹介・趣旨説明>

【事務局】

では、体系説明のほうは2事業を続けてさせていただきたいと思います。

経常事業631、632です。第二次実行計画の168ページをお開きください。

経常事業631「税に関する正しい知識の普及啓発」、経常事業632「区税収納率の向上」について、事務局よりご説明します。

これらの事業は、個別目標「公共サービスの提供体制の見直し」に位置付けられた経常事業です。この個別目標は、区民や地域団体、NPO、事業者など多様な主体が公共サービスの担い手として活動している中で、民間の柔軟性、多様性が十分いかされるよう、区の役割分担を更に進める、また、人員や予算等の限られた行政資源を効果的、効率的に活用するといったものです。

この個別目標には、基本施策が二つあり、一つ目が「多様な主体による公共サービスの提供」で、指定管理者制度の活用に関する事業が位置付けられています。二つ目は「費用負担のあり方の見直し」で、この基本施策に今回ご説明する2事業が位置付けられています。

今回ヒアリング対象となっている経常事業631、632ですが、経常事業631「税に関する正しい知識の普及開発」は、区税収納率の向上と区財源の安定的な確保を目的として、税に関する正しい知識の普及啓発を行い、納税に対する意識の高揚を図る事業です。

経常事業632「区税収納率の向上」は、特別区税の収納率の向上と区財源を安定的に確保することを目的とした事業です。

事務局の説明は以上です。

【部会長】

それでは、所管課のほうからご説明をお願いいたします。

【説明者】

税務課長です。よろしくお願いします。

経常事業631「税に関する正しい知識の普及啓発」についてご説明させていただきます。

この経常事業ですが、区民に対して税に関する正しい知識の普及啓発を行い、納税に対する意識の高揚を図り、区税収納率の向上と区財源の安定的な確保を目的としています。

まず、税の相談事業についてです。区内在住者及び在勤者を対象に、東京税理士会の四谷支部並びに新宿支部の税理士による無料税務相談を委託で実施しています。もう一つの事業として、区内にある四谷並びに新宿納税貯蓄組合連合会の2団体に対し、中学生を対象とする税の作文の募集事業や期限内納付の推進、振替納税などの納税指導の普及啓発活動に対して、補助対象事業に係る経費の2分の1以内で補助をしているところです。

事業の目標・指標として、税務相談の回数を設定しています。

事業評価についてです。税務相談事業では、税の専門的知識を持った税理士によって、完全事前予約制として効率的に実施していることや、相談件数も過去3年間平均で150件を超えていること、また、法律で明記のある納税貯蓄組合連合会の助成については区や都税事務所、税務署と密接に関係して連携を行って、税に関する正しい知識の普及啓発に大きく寄与していることから、適切と評価しています。

改革・改善についてですが、適正な納税のために正しい知識の普及啓発が重要と考えています。いずれの事業も継続して実施していきます。

続いて、予算事業についてです。

税務相談は平成5年に開始した事業です。毎月第1・3火曜日の午後に、1相談当たり30分で行っています。1日に2名の税理士で年間240コマの枠で行っているところです。

事業経費については、平成24年度に1日税理士の未執行分がありましたが、ほかは100%の執行となっています。

活動実績将来予測については、これまでの税制改正の状況と相談件数から予測した場合、数量としては横ばいとして考えています。税ということから、今後の方向性としては公共性が高く、安定的な区財政を継続していく上でも、税知識の普及啓発は今後も継続して行っていく必要があります。

納税貯蓄組合連合会への事業助成は、昭和26年度に開始した事業です。納税貯蓄組合法第10条及び新宿区納税貯蓄組合連合会補助金交付要綱に基づき、補助対象事業に係る経費の2分の1以内で補助しているものです。

補助対象費用ですが、中学生を対象とする税の作文の募集では、次世代を担う若者への租税教育の推進として中学生を対象として税の作文募集をし、審査の上表彰しています。これに係る経費の補助を対象としています。

また、二つ目の補助対象費用として、納税推進に関する広報事業があります。これは、一つは期限内納付の推進で、代表的な事業としては税を考える週間行事の一環として街頭キャンペ

ーンを行っています。また、振替納税の普及啓発推進のために、所得税の確定申告期間中に街頭キャンペーンの実施や四谷大好き祭り、大新宿まつりなどの区のイベント会場でのキャンペーンを実施しています。さらに、e-Tax等の電子申告の普及啓発にも力を入れています。これらに係る経費を補助対象としています。

三つ目の補助対象費用として、納税貯蓄組合の指導育成及び運営があります。税制改正の内容や新規事業に対応するために研修会を開催し、会員の税知識の向上を図っています。また、税制改革等の早期紹介、発行時期に合った税に関する情報を掲載した会報を発行し、広く周知しています。これらに係る経費を補助対象としています。

事業経費ですが、平成24年度から平成26年度まで、四谷及び新宿納税貯蓄組合それぞれに40万円の補助執行をしているところです。

補助実績ですが、中学生を対象とする税の作文の募集では、区立中学校10校の全校と私立中学校を対象に実施しており、応募数はおよそ1,000件前後で推移しているところです。

類似・関連事業、受益者負担、協働についてです。区内の納税貯蓄組合連合会が区の税務行政の協力団体として活動を行うことに対して補助金の交付をする事業ですので、類似・関連事業はありません。また、税に関する正しい知識の普及啓発事業に対して行う助成事業のため、受益者負担もありません。協働の視点からは、税の知識の普及やその他の納税思想の普及啓発という目的に対して、区との連携で広報や中学生を対象とした税の作文の募集事業を協働で行っているところです。

次に、予算事業の分析結果です。毎年行われる税制改正に関する広報周知及び納期内納付や振替納税の推進キャンペーン等に積極的に取り組んでおり、区にとっておおむね補助金に見合った事業が行われています。しかしながら、納税貯蓄組合の構成員の高齢化が進む中、組合数や組合員数が減少傾向にあります。納税貯蓄組合では町会を通じた新規組合員の募集を行い、組織の維持、活性化を図っていくこととしています。

また、組合員の相互の連携を深めるために、組合員名簿を整備していくことを考えているようです。納税貯蓄組合連合会は地域において活動を行っている団体です。ほかにそうした活動を行っている団体はありません。また、キャンペーン事業などはその効果を定量的に測定することは難しいものになっていることがあります。今後も補助金事業は継続していきますが、区にとって効果的な事業が実施されるよう納税貯蓄組合連合会との協議を重ねていきます。

最後に、事前にいただいたご質問について回答します。

まず、事業の目標・指標として税務相談の回数を挙げていますが、240コマというのはどのようにして積算されたかというご質問です。本来、来庁相談された方の満足度や理解度などを指標にしたいところですが、相談される方の多くは忙しい中での来庁となっているため、アンケートなどの実施が難しい状況です。そのため、税務相談回数を事業の目標及び指標としているところです。その考え方は、毎月第1・3火曜日に2名の相談員が1コマ30分の相談を5コマずつ受け付けています。その相談回数は1日に10コマ、月にして20コマ、1年間で240コマと設定したところです。現在の相談回数を継続していくことを目標にしていますので、このコマ数を

目標としたものです。

なお、先ほども少し触れましたが、相談件数は過去3年間で年平均150件を超えています。年度や税制改正の内容による相談件数の変動は顕著にあらわれていない状況です。隔週ですが、税務相談をする機会があることが重要だと考えているところです。

次に、税に関する正しい知識の普及のほうで、無料相談や区内納税貯蓄組合連合会に対する補助金の現況として、その所期の目的を達しているかということについてのご質問です。いずれの事業も区民に対して税に関する正しい知識の普及啓発を行い、税に対する意識の高揚を図り、区税収納率の向上と区財源の安定的な確保を目的としています。そのうち、この事業の所期の目的は達成しているものと考えています。しかしながら、毎年行われる税制改正の正しい知識の普及啓発については、今後も継続して行っていくことが重要です。

また、毎年行われる税制改正に関する広報周知及び納期内納付や振替納税の推進キャンペーン等に積極的に取り組んでいくことで、例えば、税申告の電子申請の利用率は平成23年分が39.6%であったものが、平成25年度では45.2%と5.6ポイント上昇しています。これもキャンペーンだけとは申しませんが、キャンペーンの効果もありつつ、こういう上昇に結びついたものと考えているところです。

説明は以上です。

【部会長】

ありがとうございました。

それでは、委員のほうからご自由にご質問をお願いいたします。

【委員】

今、非常に丁寧なご説明があったので全て了解したのですが、そういったことをもう少し評価シートに入れて評価していただくと、分かりやすかったのではないかと思います。この内部評価というのは、区民も見るということになっているわけで、我々もこれを見て評価するのですから。

それから、相談件数について、現況の実施体制でそれなりの効率性はあると思いますが、相談枠がいっぱいになっているために、お帰りになられた方はいるのでしょうか。あるいは、相談枠が空いてしまっているから、もう少しそれを利用してもらうようにしなければならないと考えているのでしょうか。その辺の様子も含めて、この回数の設定が目標値として良いか悪いかということではないのですが、こういうものを通じて区民の意識がどうか、あるいは行政サービスとして十分かという辺りを掘り下げていただければよかったと思います。

【説明者】

税務課長です。委員のおっしゃるとおりで、一つは税務相談については非常に指標を出すということは難しいと思っています。相談の予約をしたかったけれどもできなかった方がいるのかと言えば、実際にはそういった例はあります。例えば、確定申告時期の少し前などです。前回ですと相続税が大きく変わったということもありまして、国税の内容も受付の内容に一つ入れていますので、そういった時期は相談が殺到します。その場合、相談を次回の相談に回して

いただくなど、臨機応変に対応しているところです。

ただ、一方では、誰もいらっしゃらないときなどもあります。相談のPRや、相談回数を少し絞ったり、逆に弾力的に増やしたりすることが必要なのかもしれないということは考えているところです。

【委員】

四谷大好き祭りで普及活動をしているというお話がありましたが、そういった地域での活動の効果はいかがでしょうか。

【説明者】

税務課長です。キャンペーンについては、効果を測るのは非常に難しいと思っています。ただ、一定の人数が毎年お見えになっていて、それぞれ、お客様にご説明をして、満足に帰っていただいています。そういった意味では、そのところを我々は評価させていただいているところです。

【委員】

アンケート調査は、そこではしているのですか。

【説明者】

税務課長です。アンケート調査は特に行っていません。

【委員】

中学生の作文についてですが、リーフレットを作成されていると思いますが、それを使って学校での教育というのは何かされているのですか。

【説明者】

税務課長です。作文の募集に当たっては、事前に説明をしたり、それから学校の先生から講義をしていただいたりという時間を作らせていただいています。そのほかには、税理士が学校に出向いて、身近な税について講義の時間をいただいて講義をしています。

【委員】

組合員の高齢化についてですが、いろいろな団体においても高齢化が問題になっていて、団体に若い人を入れればよいという問題でもないと思うのですが、その辺りはどのようにお考えですか。

【説明者】

税務課長です。我々も納税貯蓄組合も危機感を持っています。今後は、町会ごとの納税貯蓄組合を構成できないかということで考えているところもあるようです。

あと、個人情報の問題のために名簿を作成することがかなり難しいということがありました。組合員同士の合意の下に名簿を作成して会員の所在を明らかにした上で、正確な数字をつかんでいくということも大事かと思います。

それから、財源の部分については、会費制を考えているところもあると聞いています。

【部会長】

今の納税貯蓄組合は、どういう方が会員で、どんな組織なのか、簡単にご説明いただければ

ありがたいのですが。

【説明者】

税務課長です。新宿区内の個人事業主がほとんどだと思います。そういった方々が納税をするための貯蓄をすることによって、所得税が減額されたり、印紙税が非課税になったりといったメリットがあり、そういったことをもって納税を推進することが目的でつくられた制度です。

【部会長】

そうすると、個人事業主や商店主などが主でしょうか。若い人が入ってもおかしくないわけですね。納税のために貯蓄するという文化がなくなっているのでしょうか。

【委員】

中学生を対象とする税の作文の募集についてですが、テーマはどういうものなのでしょうか。

【説明者】

税務課長です。中学生の税の作文の募集についてですが、広く「税」をテーマにしていますので、消費税や住民税等いろいろな作文があります。学校の先生の講義を聞いて、その後作文を応募するケースが非常に多く、講義の内容によって大分左右されるところはあるようです。ただ、新宿区長賞を受賞した作文などを見ても、祖父母が病院にかかったときの医療費が軽減されている、自分たちが使っている教科書に税金が使われているというような主題で書かれていることがあります。

【委員】

納税貯蓄組合のほかに、税の関係を生業にしている方々で、税の普及について社会活動をされている団体はないのですか。

【説明者】

税務課長です。中学生の作文などで小中学校に出向いて、出前の講座を行って税金とは何なのかという説明をしていただいたり、最近では新宿区内の専門学校にも出向いて説明を行ったり、納税貯蓄組合等と一緒に大新宿まつりに参加して税理士会の案内を行うといったことがあります。

【委員】

そうすると、この納税貯蓄組合にあえて事業助成を行う意味というのはどういうところにあるのか、もう少し詳しくお話しいただけますでしょうか。

【説明者】

税務課長です。納税貯蓄組合の事業は先ほど申し上げた3本の事業が柱になっています。中学生の作文だけ例にとってお話ししますと、募集のときから学校に納税貯蓄組合の組合員が出向いて、学校の校長先生等にご説明をさせていただき、作文の回収をして、税務署等区内の関係団体で審査会を構成して審査をしていただくなどのことを行っているところです。

【部会長】

納税貯蓄組合は、団体の範囲は新宿区なのですか。

【説明者】

税務課長です。納税貯蓄組合は東京都納税貯蓄組合連合会という大きな組織があります。その下に、税務署ごとに納税貯蓄組合連合会があり、その中に納税貯蓄組合があります。なお、新宿区には四谷と新宿の管内に一つずつあります。

【委員】

確認ですが、そうすると、この活動は皆さんのボランティア活動ということによろしいのでしょうか。

【説明者】

税務課長です。現状では会費も集めていないと思います。昔ですと、納税貯蓄組合の利点としては、例えば銀行や信用組合・金庫といったところの口座が増えるということもあり、補助制度があったのですが、最近はそれがなくなってしまったので、そういった意味ではかなり厳しい状況だと聞いています。

【委員】

何人ぐらい会員がいらっしゃるのですか。

【説明者】

税務課長です。新宿の方の納税貯蓄組合は、平成25年度時点では2,415名です。四谷の方の数字は後ほどお調べいたします。

【委員】

学校教育の中で、税のことが取り入れられているというのは、非常に大事な局面であると感じています。これから先、この事業をどういう個別目標や基本施策に位置付けていくか、よく考えていくべきことだと思います。

【部会長】

この事業の実際上のターゲットとなる層というのは、新宿区民全体というよりは、特定の個人事業主の方々ということでしょうか。それは全然悪いということではなく、そういう施策があっても別に構わないと思うのです。実際、納税貯蓄組合法という法律があるわけで、それに基づいて単独自治事務として行っているということで、それはいいのですが、この事業自体が今日どういう意味を持っているかということを、やはり区民としても考えざるを得ないという、そういう関心からのご発言だったのではないかと思います。

【説明者】

税務課長です。様々な意見をいただきまして、ありがとうございます。

どうしたら区民に浸透していくかということも考えて、これからは、作文については、作文を書く学生だけではなく、作文を書くに当たって税のことが各家庭で議論されるようにしていき、それ以外の事業についても、なるべく定量的に目で見えるような効果があらわれるような事業にしていきたいと考えています。

【部会長】

では、よろしければ次に移ってもいいでしょうか。

次は、経常事業632「区税収納率の向上」です。ご説明をお願いします。

【説明者】

税務課長です。経常事業632の「区税収納率の向上」についてご説明をさせていただきます。

この経常事業名は「区税収納率の向上」ですが、予算事業は「納税催告センターの運営」です。民間事業者の委託により、現年課税分の特別区民税、都民税を中心に、電話による納付案内を行い、収納率の向上を図り、初期滞納者の増加を抑制するとともに、財源を安定的に確保するために平成23年10月から事業を開始したものです。

この催告センターは庁舎内に設置し、既存の滞納支援システムのデータと連携する電話催告システムにより、初期滞納者への納付案内を行っているものです。なお、システムを構成している機器の賃貸借は、入札により業者を決定しています。また、電話催告業務は、プロポーザルにより業者を決定しているところです。

納税催告センターの実績については、事業概要に平成24年度から載せていますが、架電件数、納付額ともに増加しています。

事業の目標・指標については、納付金額については電話がつながった人と留守番電話や着信履歴を残した人の納付額の合計としています。

事業経費は記載のとおりですが、この事業経費には納税催告センターの運営のほかに、滞納整理支援システムの運用及びコンビニ納付等の事業委託の経費も含まれています。

続いて、事業評価についてです。

まず、サービスの負担と担い手についてです。納税催告センターにおいて初期滞納者に対して納付案内を行い、税務課職員が長期滞納している方への納税交渉や差し押さえ等の処分を行っています。このように役割分担をすることで効果的な徴税業務を行うことができていることから、「適切」と評価しました。

手段の妥当性については、初期滞納をしている方は納付をすっかり忘れている場合が多く、納税催告センターからの納付案内で納付につながっています。また、平成26年度の活動実績にもあるように、対象者は6万6,417件、納付額は約6億1,000万円になります。このようなことから、電話催告業務を民間業者に委託して実施していることは「適切」と評価しています。

効果的・効率的な視点については、納税催告センターによる納付案内により、区職員は長期滞納者の納付相談や財産所在調査などを行い、必要に応じて差し押さえの処分をするなどの滞納整理に専念することができます。この結果、滞納繰越額の圧縮をすることができており、「適切」と評価します。

目的または実績の評価については、納税催告センターの架電数や納付額の実績の伸びなどから、区財源の安定的な確保ができており、「適切」と評価しています。

総合評価として、納税催告センターの運営経費は約2,300万円かかっています。これに対して、納付額は平成26年度で約6億1,000万円となっています。また、区の職員が長期滞納者に専念できるため、滞納整理が効果的かつ効率的に進められています。このことにより区財政の計画的収入と公平性に十分に寄与し、費用対効果も高いことから、「適切」と評価しています。

改革・改善についてですが、区の一般会計の約3分の1を占めている特別区税収入は、様々な行政サービスをする上で、区税収入を安定的に確保するために徴税事務を円滑に進めることは非常に重要と考えています。今後も、納税催告センターと区職員の連携を図りつつ、効果的・効率的な区税収入の安定的確保に取り組んでいきます。

最後に、事前質問をいただいていますので、納税推進担当副参事から回答させていただきます。

【説明者】

納税推進担当副参事です。それでは、事前にいただいた質問について、回答させていただきます。

まず、本事業について目的、区税収納率の向上、区財源の安定的確保を達成する事業をどのように規定されているかというご質問ですが、根拠法において直接この事業を規定する部分はありません。しかし、地方税法第2条において、地方団体が地方税を賦課徴収することを定めており、また、区税条例において、区が賦課徴収する税目や納期限について定めているところです。したがって、法や条例に基づき、皆さまに納付いただくべき徴収金ですので、不公平のないように徴収率を向上すること自体を自治体としての責務と認識しているところです。同時に、区の一般会計歳入予算の約3割を占める財源となっているという現状ですので、区税徴収率の向上に関する諸事業は、言い替えれば、区財源の安定的確保に直接つながっています。

続いて、指標に関しての目標値はそれぞれどのように設定されたかというご質問です。納税催告センターは、それまでの徴収嘱託員制度に代わるものとして平成23年10月に開始しました。目標については、徴収嘱託員制度の際の納付実績に基づいて、当初設定したのですが、その後、前年度の実績を基に、目標水準を毎年見直しているところです。

続いて、納税催告センターの効果について詳しく説明してほしいというご質問ですが、納税催告センターが対象とする方は初期の滞納者ということで、うっかり忘れの方へのご案内で、未納が長引くことなく解消するという効果があります。また、ご案内の際、銀行等金融機関の口座振替をご案内することで、その後のうっかり未納の抑止にもつながっているところです。

続いて、納税催告センターの運営上のトラブルは何かあるか、あれば、どのように解決されるのかというご質問です。物理的なトラブルとしては、電話回線の不調により架電業務ができないといったことが平成26年度に1回ありました。また、昨今、還付金詐欺等が多いということで、区の納税催告センターを名乗っても信用されないといったようなこともあります。そういう際、職員に引き継いで対応をするなど、催告センターと区職員との間の様々な取り決めをしていますので、これまで大きなトラブルといったものはありません。

続いて、長期滞納者への対応はどのようにされているかというご質問です。電話による催告、文書による催告を繰り返し行っても納付がなく、滞納が長引く方については、職員が法律に基づき、財産調査を行い、財産を見つければ差し押さえなどの滞納処分を行うなどの対応を行っているところです。

続いて、コンビニ収納等業務委託の実施により、納税催告センターの運営の事業規模・経費

等に変化はあったかというご質問です。コンビニ納付は利便性が高いことから、多くの方に現在利用いただいています。しかしながら、ご利用いただく方はそれまで銀行窓口や郵便局で払い込みをしていた方が、24時間開いている近所にあるコンビニを活用して支払うようになったということで、そのこと自体によって納税催告センターの事業規模・経費等に変化が生じるということはありません。

最後に、区税徴収には様々な方法があると思いますが、その全体像とそれぞれの徴収割合を説明してほしいというご質問です。住民税の納税の方法には大きく二つあり、給与から毎月天引きされる特別徴収と、年4回自ら納付する普通徴収があります。特別徴収の方は約57.5%、普通徴収の方は42.5%です。自分で直接支払われる普通徴収の方の納付方法ですが、金融機関への口座振替をしている方が約20%、銀行・郵便局の窓口で納付する方が23%、区役所や出張所の窓口で納付される方が約5%、コンビニエンスストアで納付される方が約52%となっています。

説明は以上です。

【部会長】

ありがとうございました。

長期滞納者への対応というのは、計画事業や経常事業など、事業として設定されているということではないということでしょうか。

【説明者】

納税推進担当副参事です。長期滞納者への対応というのは、特別な事業として捉えています。

【部会長】

それは課として当然行うべきという、課の仕事そのものということですね。分かりました。

では、委員のほうから質問をお願いします。

【委員】

費用負担のあり方の見直しという基本施策の中にこの事業が位置付けられているのですが、これは行政では極めて常識的な表現なのでしょうか。

【説明者】

納税推進担当副参事です。簡単ですが、普通のことだととらえています。

【委員】

これから、税負担の公平性を徹底していくことがますます重要になるため、納税の適正化を図ることが大事だということだと思いののですが、内部評価の仕方として、そのことがもう少し分かるように書いたほうがよかったのではないかと思います。むしろ、そのように書かないと、その考えが伝わらないのではないのでしょうか。

また、コンビニエンスストアの話がありましたが、コンビニ収納が多いという実態をどのように考えるかということは、結構深い問題を提起していると私は思います。誰がそれに要するコストを負担するのだというと、結局、納税者、つまり区民が負担しているわけです。このこ

とを、誰がどこまで考えるべきかという問題を感じました。

【説明者】

税務課長です。現在では、コンビニでの納付や、区によってはクレジットでの納付も行われているところであり、それがいいのか悪いのかというのは議論がありますが、納付に当たってたくさんの手法をご用意しています。ただ、それで収納率が上がっているかという、すべからく上がっているわけでもなくて、これまでおさめた方々が納付方法を変更しているだけというのが実態です。

ただ、コンビニは、銀行の窓口やキャッシュディスペンサーの数よりも非常に多く街中に見られます。24時間開いているということもあり、非常に利便性が高いということで、新宿区のみならず、全国的にも非常に高い利用率となっています。こうしたことから、コンビニ納付については主力だと感じているところです。

あと、納税催告センターにより、納め忘れの方を減らそうということで始めた事業ですが、いわゆる初期滞納者が減ることによって長期滞納者に取り組むことができます。その成果として、毎年収納率が上がっており、平成24年度は過去最高の97.28%、平成27年度は97.80%まで上がる見込みで、大きな成果を得ています。

【部会長】

我々外部評価委員会として困っていることの一つに、事業名がやや過大だというケースが結構あり、区税収納率の向上となっていて、長期収納の話が出るのかと思って資料を見たら、そうではありませんでした。長期滞納者への対応は、特に事業化されているものではないのですね。

【説明者】

税務課長です。今回は、納税催告センターの運営ということですが、そのほかは行っていないということではなく、一般事務費として職員費や出張費、印刷物の経費などを計上して、そのほかの事務を行っているところです。

【委員】

活動実績についてですが、例えば、平成26年度であれば滞納者が9万200人いて、電話をかけたのが約6万6,000人、徴収ができたのが約6億1,000万円という見方なのでしょうか。

【説明者】

納税推進担当副参事です。活動実績の見方ですが、電話による納付案内の対象数というのは、督促状を出した数の合計です。対象者への架電というのは、電話番号が全員判明しているわけではなく、また、督促状を発したことによってその後払った方もいらっしゃるため、数が減っています。

【委員】

そうすると、残りの3万人に対しては、結局何もできていないということですか。

【部会長】

郵便による催告は届くのでしょう。

【説明者】

納税推進担当副参事です。督促状というのは納期から20日で発せられるものですので、その納期後納付された方も当然いらっしゃいます。その後、電話番号が分からなければ、文書により催告し、その催告があったために納付いただいた方もいらっしゃいますので、何もやっていないということではありません。

【委員】

平成26年度の収納率97.8%ですが、残り数%に対して、どのように対応していくのですか。

【説明者】

税務課長です。残りの部分については職員の手に委ねられます。財産調査をした上で、納税交渉をしても応じていただけない場合については、財産の差し押さえをします。財産のない方で交渉に応じていただいて、いわゆる生活保護基準以下の生活をしている方であれば執行停止の処分があり、とりあえず催告を止める措置をしています。

【説明者】

納税推進担当副参事です。平成26年度でいえば、7億円ほどの金額が翌年に繰り越されます。それは、そのままにしておくわけではなくて、先ほどの指標を使って滞納整理をしていきます。

【委員】

そうすると、架電して集めたのが6億円ですよね。それと同じぐらいの金額が翌年度に繰り越されてしまうのですか。

【説明者】

納税推進担当副参事です。全体が350億円ぐらいの課税額ですので、その部分で、当該年度での未収が7億円ぐらいあるということです。

【委員】

滞納整理支援システムのデータと連携する電話催告システムというのは、一体どういうものなのでしょうか。

【説明者】

納税推進担当副参事です。電話催告センターは、本庁舎の7階にあります。そこでオペレーターが電話をする際に、対象者リストからダイヤルすることなく、直接滞納者へ電話をかけるシステムのことを電話催告システムと言っています。

【委員】

そうすると、この実績が二つに分かれている意味は何でしょうか。つまり、電話による納付案内というのは、要するに電話をかけているわけですよね。その下には、滞納者への架電とあって、結局どちらも電話をかけて案内をするわけですよね。

【説明者】

納税推進担当副参事です。下のほうは、納付のあった方の合計人数です。

【部会長】

ただ、上のほうは未納者の全体について記載されており、それに対して課として何らかの活

動をされているわけですね。電話なり、文書による催告なり。

少し表記が分かりづらいですが、ご説明いただいたとおりにご理解していただきましょう。

では、ヒアリングはここまでとしましょう。ありがとうございました。

<説明者交代・委員紹介・趣旨説明>

【事務局】

それでは、経常事業590「広報活動」及び経常事業592「区政情報センターの運営」について事務局より体系説明をさせていただきます。

第二次実行計画の166ページをお開きください。

本事業ですが、個別目標「区民の参画の推進と効果的・効率的な事業の遂行」に位置付けられた経常事業です。この個別目標ですが、施策の企画立案、実施、評価、改善の各段階への区民参画を制度として確立することにより、区民に成果の見える効果的・効率的な区政運営を目指すものです。

この個別目標には基本施策が三つあり、このうちの二つ目「透明性の確保の充実」という基本施策に、今回ヒアリングを行う2事業が位置付けられています。同じ基本施策の中には、「情報公開制度及び個人情報保護制度の運営」や「公益保護通報制度の運営」などの経常事業があります。

経常事業590「広報活動」は、区民等に対し、広報紙やケーブルテレビ、その他の配付物等を広く提供することで区民が広く区政に参画し、新宿のまちに愛着を持ってもらえることを目指す事業です。

経常事業592「区政情報センターの運営」は、区民等が1か所で区政情報の提供を受けられるようにするため区政情報センターを運営する事業です。

説明は以上です。

【部会長】

ありがとうございました。

では、まず、経常事業590「広報活動」についてご説明をお願いします。

【説明者】

区政情報課長です。どうぞよろしくお願いします。

広報活動は、区民に対する情報提供を通じて基本的に透明性を高め、より区民にとって区政を身近なものにしていくといった大きな使命を達成すべく、様々な手法によって情報発信を行う事業です。

広報活動ですが、「広報しんじゅく」の発行、ケーブルテレビを活用した番組の放映、様々な出版物の発行等のパブリシティ活動、街頭ビジョンによる区政情報の提供、ホームページ、ツイッター、フェイスブック等の様々な方法を駆使して情報発信を行っています。

そういった中で、事前にいただいた質問の中に、広報活動の全体像を示してほしいという質

間がありますが、全体の広報活動のうち、一つは当課が所管する区政全般に関して行う広報活動と、もう一つは各担当課において行う、いわゆる事業の周知を含めた個別広報があります。後者の個別後方については、行政資料等を区政情報センターで一括集約し、情報提供を行っています。こういった仕組みにより、広報活動全般を動かしています。

現在、区政の透明性を高めることが大きな一つの課題になっていますが、広報活動は、必要な情報をしっかりとお届けし、それに対して興味を持っていただいて、皆さまに区政に参画していただくためのきっかけとなる活動であると考えています。いわゆる区民と区政をつなぐパイプ役といった位置付けで考えています。そういった意味では、非常に重要な事業と捉えており、一定の経費をかけて推進している事業です。

広報活動については、広報紙の発行や出版物関係の事業、ケーブルテレビ、広報車の周知活動などの予算事業があります。

事業経費ですが、平成25年度の経費が多くなっているのは、隔年発行を行っている「くらしのガイド」を平成25年度に印刷しているためです。

事業の評価としては、適切に事業を運営していると考えており、今後も創意工夫を凝らして、事業を継続していきたいと考えています。

それでは、事前にいただいた質問について回答します。

まず、広報活動の全体像を説明してほしいというご質問ですが、こちらについては、先ほどの説明の中で回答させていただきました。

二つ目の質問として、事業の目標・指標として「区政情報の取得」をあげ、区政情報を得ていない人の割合を下げていくことを目指しているが、多様な情報提供・発信の手段を用意されいながら、情報を得ていない人の割合が平成26年度末の現況として15.40%もあることの原因をどのように考えているか、その解決策があるのか、というものです。こちらについては、平成26年度の現況の15.4%を解析させていただきますと、20代から30代の方々や外国籍の方になかなか情報が届いていないといった状況があり、そこが大きな課題になっています。

一方で、高齢者の方には新聞折り込みの広報紙を多くご覧いただいています。最近では、新聞をとらない世帯がかなり増えてきています。そちらについては、個別ポスティングといった制度を設け、新聞をとっていなくとも広報紙をお送りするようにしているところです。

若者に対しては、ホームページ、ツイッター、フェイスブックといったいわゆる電子媒体での情報提供を広く行っています。

外国籍の方々については、外国語ホームページでご案内をしています。これは、多文化共生推進課において、区のホームページをベースにして外国語ホームページを作成しているものです。情報の更新は月に2回となっており、リアルタイムで更新するというわけにはなかなかないのですが、翻訳した情報を外国語ホームページに載せています。それから、刊行物についても、外国人への情報提供ガイドラインに基づき、広く頒布するものについては、日本語のルビ付き、英語、中国語、ハングル語といった4か国の言語で対応することとしています。こういった形で、お届けする手段をいろいろと講じているところです。

今後の目標は15.4%を10%未満にすることとして、更に力を入れて取り組んでいきます。

情報の提供については、今ご説明したとおり、様々な方法を駆使してお届けしています。ホームページについては、リニューアルをして文字を大きく見せたり、コントラストをきちんとしたりというような形で、ウェブアクセシビリティの精度を上げています。また、情報の階層を浅くして、なるべく早く情報が見つかるようにしています。こういった工夫をしながら、皆さまが情報を入手していただくための努力をしているところです。

それから、3番目の質問として、情報の多言語化の現況・対応について、所管する範囲で説明してほしい、というものです。先ほど申し上げたとおり、ホームページについては外国語版をご用意しています。それから、現在のホームページでは、自動翻訳の精度を上げようということで、訳質チェックを新たに導入して、重要な情報についてはしっかりと伝わるような努力をしています。

また、各所管で行う個別広報においても、多文化共生課と連携して、必要な情報についてはできる限りガイドラインに沿って4か国語で準備をいただくよう呼び掛けています。

それから、4番目の質問として、予算事業590-1「広報紙の発行及び配布」の事業目的に、区民が広く区政に参画できる環境を醸成するとあるが、広報紙の発行及び配布という事業活動の中で、その目的の達成をどこまで考えているのか、というものです。こちらについては、区民が区政に参画できる環境を醸成するといったことで、区政をよく知っていただき、身近に感じていただく入り口の部分が当課の役割と認識しています。そこから更に、審議会または区の協働事業への参加、区への意見の提出といった形で、区民の皆さまの意向を把握しているところです。広報活動は、そういった活動につなげていくための入り口であると認識をしており、できる限り広く区政情報をお届けする努力をしています。

それから、5番目の質問として、予算事業590-2「区政普及のための出版物の発行及び配布」について、くらしのガイド等各製作物の発行部数を、それぞれどのように決めたのか。また、区民が有効に活用しているかをどのように把握されているのか、というものです。こちらは、各世帯全戸配布用に21万部を設定しています。さらに、2年間使うガイドブックですので、転入者が大体2年間で約2万人いますので、その分の2万部、それから、各施設に置いてお立ち寄りいただいた方に頒布する分と、職員が業務を遂行するために使う分などを合わせて、発行部数の総量を決定しています。なお、前回は、残部が1,200部ほどでした。今回も、おおむねその程度の残という見込みです。

それから、6番目の質問として、予算事業590-3「ケーブルテレビを活用した映像提供」について、ケーブルテレビにおける広報の有効性、区としての経済性についてどのように評価されているのか。また、区民からはどのような意見を寄せられているのか、というものです。ケーブルテレビには、約8万世帯が加入しています。一番多かった時期では、13万ほどの加入がありましたが、地デジ移行後、加入数が少なくなってきたおり、現在は、8万前後で推移をしています。区内のケーブルテレビについては、新宿ケーブルテレビとみなと新宿のケーブルテレビが合体し、その後、J：COMに吸収されて、J：COMグループのケーブルテレビに変わ

っています。そういった意味では、今後 J : COM の様々な番組がご覧いただけるということで、ケーブルテレビのほうも加入者数が上向きになってくるのではないかと見込んでいます。

視聴率については、私どもの調べでは、大体平均15%程度であり、一番多かったものでは30%程度となっています。これは、在宅の高齢者の見守り等の番組が多く見られていました。視聴率は15%くらいですので、8万の15%と考えると、1万を超えるぐらいの世帯にご覧いただいているところです。

番組については、企画案を制作会社や区長・副区長とも相談して決めています。放送に関しては、一定程度、良い印象を持っていただいているのではないかと認識しており、今後も情報の発信の一つの手段として、ケーブルテレビを活用していきたいという考えています。

説明は以上です。

【部会長】

ありがとうございました。

それでは、委員の方からご質問をお願いします。

【委員】

事業目的にある「区民等」とは具体的には誰を指すのでしょうか。

【説明者】

いわゆる街頭ビジョンなど、来街者への情報発信を様々な方法で行っています。それから、ホームページについては地域性に関係なくご覧いただけます。最近多いのは、新宿に転居を考えている方々から事前にガイドブック等情報誌を送ってほしいというお声を聞きます。

そういった方々も広報の対象として考えているので、「等」という表現を使わせていただきました。

【部会長】

先ほどのご説明の中で、各事業担当課において、それぞれリーフレット等を作成していることはありますが、原則としては、区政情報課が区の広報の中心であるという理解でよろしいのですか。

【説明者】

区政の全体的な取りまとめは当課で行っていますが、個別広報は各事業課で行っているところです、しかし、それらを本庁舎1階の区政情報センターで集約して、一元的に提供できる体制を整えています。そういった意味では、ある程度全般的な取りまとめを当課が担っているところです。

【部会長】

事業の目標・指標のところで、区政情報を得ていないという人の割合は10%未満にしたいとありますが、それを達成できるだけの事業を行っているとは私は理解したのですが、それよろしいのでしょうか。

【説明者】

おっしゃるとおりで、その目標の達成に向けた事業を遂行しています。

【委員】

広報車の活動というのは、具体的にどういうものなのでしょうか。

【説明者】

音声走行のほかに、例えば、公衆浴場に広報紙の掲示をしていただくためのご説明や、コンビニやスーパーなどに広報を毎号置いていただいていますので、そこに広報紙をお届けするといった業務を行っています。

【委員】

民間企業は広報室などをつくって、メディアに取り上げられるように積極的に活動を行っていますが、区でもそういうことを行っているのでしょうか。

【説明者】

実際にパブリシティを行い、記者会見なども行っています。そういった間接広報という形で広く情報発信をしています。

議会前の定例の区長の記者会見や、年間120ほどのパブリシティにより、今のところ、新聞への掲載率が35%ほどとなっています。我々の目標は30%ですので、その目標を達成しているところで、今後は更に掲載率を上げていこうと考えています。

【部会長】

3割というのはすごいですね。結構高い数字なのではないでしょうか。

【委員】

記者クラブのようなものはあるのですか。

【説明者】

記者室はご用意しています。そこに、新宿区担当の記者がいつも出入りしていて、日常的に情報交換もできるような環境を整えています。インパクトのある情報をタイムリーに提供しないと、なかなか新聞等に載せていただけないので、その辺りは努力しています。

【委員】

Y o u T u b e に動画を配信しているということですが、どういう番組を配信しているのですか。また、番組動画配信の視聴回数というのは、Y o u T u b e を見た人が約9,000回なののでしょうか。それともケーブルテレビを見た人なのですか。

【説明者】

Y o u T u b e で動画配信しているケーブルテレビ制作番組ですが、これはケーブルテレビが制作したものと、各担当課が政策したものを、当課がY o u T u b e にアップしており、その本数が現在33本となっています。今後はその数を少しずつ増やしたいと考えています。

9,258回というのはY o u T u b e を見ていただいた回数です。もう少し多くしないといけないとは考えているところです。

【部会長】

ほかにいかがでしょうか。

では、次の事業に入りましょう。次は、経常事業592「区政情報センターの運営」です。

説明をお願いします。

【説明者】

経常事業592「区政情報センターの運営」です。

区政情報センターは、新宿区の本庁舎1階ロビーにあり、中央図書館の区役所内分室、行政資料コーナーと相談コーナー、情報提供コーナーという三つの機能を有して運営しています。

設置の背景ですが、昭和45年から本庁舎1階のホールに区民相談コーナーが設置、運営されていきました。それから、昭和60年に中央図書館の区役所内分室が開館しました。これは、昭和57年に、風営法の改正に関して区内の皆さまの20万を超える署名を国に出し、これを受けて、昭和59年に改正風営法が可決されたのですが、歌舞伎町に新規の風俗店を出店させないために、教育施設としての図書館の分室を歌舞伎町の本庁舎に開設をしたという背景があります。

それから、昭和62年に、情報提供のコーナーも設けて、平成3年には外国人の相談窓口の機能も追加されて現在に至ります。現在の形になっているのは平成15年からです。

事業経費は、毎年度運営経費のみを計上しており、最近は横ばいで推移をしてきています。ただし、外国人の相談については、現在、多文化共生推進課の所管事業に移行しているので、その経費はここには含まれていません。

やはり、1階にワンストップで情報を提供する場所があるというのは、区としては大事だと考えていますので、今後も本庁舎1階において、現状の規模で、運営していきたいと考えています。

それでは、事前にいただいたご質問にお答えしたいと思います。

1番目の質問として、区政情報センターが設置されるまでは、現在の業務はどのように実施されていたか、というものです。先ほどご説明させていただいたとおり、最初はそれぞれの事業として個別に分かれていましたが、平成15年からそれらを集約して運営しているところです。

2番目の質問として、区政情報センターは、主にどのような方が利用されているのか。利用者数も併せて説明してほしいというものです。中には毎日のように利用される方もいるのですが、その方々も含めて、1日に20人から30人程度ご利用をいただいています。それぞれ相談の年間実績ですが、図書の貸出登録が47名、相談案内が741件、パソコン利用者が647件、ビデオの貸出が3件、有償刊行物の購入が546件といった状況です。

3番目の質問として、事業の目標・指標として「図書館資料、行政資料の貸出冊数」及び「区民相談、案内件数」をあげており、それぞれ70冊、400件を目標としているが、目標としてやや低いように感じる。目標値の妥当性を、現在の利用の実態を踏まえて説明してほしいというものです。まず、区民相談、案内件数ですが、平成25年度までの集計の中には区役所内の部署の場所のお尋ねを全て含めていましたが、そういったもののご案内はセンターに隣接する総合案内のブースで行いますので、庁内のご案内は、平成26年度の実績から数に含めないこととしました。ですので、平成26年度は前年度から800件程度、実績が少なくなっています。

それから、図書館資料、行政資料の貸出冊数のほうは目標値70冊に対して現況は65冊となっています。現在、行政資料の量が非常に増えていますが、蔵書をなかなか増やしていけず、劣

化した図書については廃棄をするなど精査しています。区役所内で、図書館の図書も借りられるようにしてほしいというご要望をいただきますが、スペース等の問題もありますので、現在の蔵書の中で対応しているところです、今後、少しずつ増やしていくための工夫をしていきたいと考えています。

4番目の質問として、情報の多言語化の現況・対応について、所管する範囲で説明してほしいというものです。外国人への情報提供が最近求められてきていますが、行政資料については、やはり日本語で作成されているものが圧倒的に多いといった状況です。こちらについては、多文化共生プラザである程度集約して、一元的に情報を提供するという役割分担をしています。

5番目の質問として、予算事業592-1「区政情報センターの運営」について、あり方検討の必要性欄に「区民相談件数、パソコン利用者は減少傾向にある」と記載されているが、そういった現況に対してどのような対応策を検討しているのか、というものです。パソコンの利用者は減少しているという状況でしたので、パソコンの更新の際に、2台設置していたものを1台に減らしました。パソコンについては、各図書館等ほかの施設においても、閲覧用のパソコンをご用意しており、また、ある程度パソコンが普及してきていますので、1台で十分対応可能と考えています。

それから、区民相談については、今後も一定の件数をお受けするものと考えています。実は、コールセンターの設置や、税や国保についても個別にコールセンターが設置されてきている状況であり、区民相談の件数もそれに影響を受けているものと考えていますが、今後も、広聴担当課と連携して、運営していきたいと考えています。

説明は以上です。

【部会長】

ありがとうございました。

では、委員のほうからの質問をお願いします。

【委員】

区民相談にはどういったものがあるのでしょうか。

あと、パソコンですが、わざわざ使いに来る人は減っているというお話ですが、これからどのようにしていくのか、何か構想があれば教えてください。

【説明者】

まず、区民相談ですが、相談内容は、法律相談がかなり多くなっています。例えば、隣家とのめごとや、家族間でのめごとといった内容です。それから、結構多いのが高齢の方がさみしさを感じて、ご自分の状況をお話しに来られるということです。大きくは、この三つが多いです。

それから、パソコンですが、最近スマホなどが普及していく中で、区政情報センターに来る前に、ある程度自分で調べることができてしまうということが多くなっています。ですが、パソコンもスマホもない方はいらっしゃいますので、そういう方でも調べものができるよう、パソコンを置いているものです。

【委員】

行政資料は、ほとんどデジタル化されているのでしょうか。

【説明者】

行政資料については、全てPDF化をして、ホームページにも載せています。ただ、国や東京都の行政資料については、現物を確認しているだけで、国や東京都のホームページでご覧いただけるかどうかまでは確認はしていません。新宿区で頒布している行政資料については、地図等少しボリュームがあるものを除いて、すべてデジタル化している状況です。

【部会長】

区政情報課と広聴担当課とで、どういう分担をされているのでしょうか。

【説明者】

苦情等については、広聴担当課で対応しています。

【部会長】

区政情報センターでは、平成25年度から人員を増やしているようですが、何か事情があるのでしょうか。

【説明者】

区政情報センターの職員は週4日勤務になります。最低1日3名を配置するといったローテーションを組む関係で、もともとそれだけのスタッフがいいます。一時的に人員が減ったのは、職員の補充がきかなかったためです、その年は、欠員という形で運営しますが、翌年はその分補充ができたというものです。

【委員】

広報を担当する職員の方は、やはりほかの部署と同じく、3年に1回のスパンで異動されるのでしょうか。というのも、広報はなかなか専門的な分野だと思うので、ある程度継続的に担当する必要があるのではないかと思いますのですが。

【説明者】

異動してくる職員は、全国で行っている広報協会の研修を受けて、そういったノウハウを最初に学びます。そして、実務経験を踏まえて、大体3年ほどで一人前になるのですが、そこに到達するまでに、どうしても時間が必要になります。ですので、3、4年で異動する職員というのはかなり少なく、平成27年度に異動した職員は6、7年という非常に長い期間在籍していました。課内で広報のノウハウを伝承していくといったことも必要になるので、異動のスパンが長くなっているという状況です。

【部会長】

ほかにいかがでしょうか。よろしいですか。

それでは、本日はこれで閉会とします。ありがとうございました。

<閉会>