

平成 29 年度 品川区総合戦略推進委員会
議 事 概 要

日 時：平成 29 年 8 月 28 日（月）15:00～16:50
場 所：品川区役所 本庁舎五階 第五委員会室

<議事次第>

1. 開会
2. 企画部長挨拶

■企画部長

- ・ご多忙のところ、そして暑い中をお集まりいただき、感謝申し上げます。
- ・本日は、28 年度の評価・検証のみならず、KPI のあり方も含めてご議論をお願いしたい。総合戦略については、具体的な実績を確認しながら、数値目標による管理を本格的に行うものとして、区議会も関心を示している。
- ・また、今年度後半から、まもなく 10 年目を迎える「長期基本計画」のレビュー作業も始まるころである。総合戦略の評価・検証は、こうした作業にもつながるものと考えている。
- ・前年に引き続き、活発なご議論をいただきたい。

3. 品川区総合戦略の取組状況について
4. 地方創生交付金に係る事業実施結果報告について

* 事務局より、資料 2（品川区総合戦略の取組状況）、資料 3（地方創生交付金の事業実施結果報告）および資料 4（品川区総合戦略（一部改訂））について説明。

■委員

- ・基本目標 1 の数値目標に、品川区に定住を希望する理由として、子育て環境（「子どもを育てやすい」、「子どもの教育環境が良い」）を挙げた区民の割合が出ているが、どのような方を対象に調査したのか。

■事務局

- ・これは区の世論調査を基にした数字だが、長子が小学生または中学生である区民の方を対象（母数）とした割合である。

■委員

- ・「すくすく赤ちゃん訪問事業の推進」について、KPI（訪問率）が前年度よりも低下している。訪問率 100%に向けて、何が課題と認識しているか。

■事務局

- ・訪問にあたっては、対象者へ事前連絡をしているが、趣旨を理解いただけず、お断りされることもある。助産師による訪問を通じて虐待やネグレクト等の発見に繋がることもあり、いかに趣旨を理解いただけるかがポイントである。所管からも周知方法等が重要だと聞いている。

■委員

- ・本事業について広報紙やホームページ等で周知していると思うが、例えば、病院においても周知されているのか。

■事務局

- ・病院にも情報を提供していると聞いている。また、妊娠期の妊婦面接や産後の全戸電話、子ども医療申請時等、様々な機会を捉えて周知を図っている。

■委員

- ・対象者へ直接周知するよりも、病院の先生・看護師等から区の事業を伝えてもらう方が効果的かもしれない。周知方法と成果との因果関係に留意することが必要である。

■事務局

- ・区内には産婦人科が3つしかない。里帰り出産等で区外の病院に通われる方も一定程度いる。

■委員

- ・区外の病院に通っている方も品川区に居住していればこの制度は使えるのか。

■事務局

- ・品川区に居住している方は利用可能である。

■委員

- ・「ICTを活用した教育活動の推進」について、31年度の目標数値が累計771台だが、28年度は、前年度311台から10台増えて累計321台という実績だった。今後、31年度までに大きく台数を増やす計画があるのか。

■事務局

- ・26年度と29年度に、それぞれ全体のおおよそ半数ずつを導入する計画である。28年度に10台増えているのは、学級数の増に対応したものである。

■委員

- ・「高齢者・女性の就業機会創出の支援」について、女性向け就業相談件数は1人1回でカウントしているのか、それとも延べ回数か。
- ・就業相談件数のうち、どの程度、就業機会につながったのかが重要である。就職件数など、取

組の効果が分かる KPI を設定した方が良いのではないか。

■事務局

- ・相談件数は延べ回数である。
- ・女性向け就業相談について、その後、就業体験事業に参加登録をされた方が 33 名、そのうち職場の実習を受けた方が 12 名、さらに雇用まで進んだのは 7 名であった。相談件数はあくまでアウトプットの件数だが、直接雇用の 7 名はアウトカムに該当する。

■委員

- ・施策によって、アウトプットとアウトカムの KPI が混在している。取組内容と成果の関係が分かれると議論しやすい。

■委員

- ・KPI そのものをアウトカム型に変えてしまうか、あるいは、アウトカムとの関係を KPI と一緒に報告してもらうか。全体像が見えた方が、KPI の数値だけより分かりやすい。
- ・就業支援については、アウトプット（就業相談件数）とアウトカム（就職件数）の両方とも見えると分かりやすい。実績報告に工夫が必要だが、後ほど議論したい。

■委員

- ・「品川区内宿泊施設への外国人実宿泊者数」について、既に目標数値を上回っている。宿泊施設は、キャパシティー（受入体制）の問題があると思うが、品川区の現在の状況はどうか。

■事務局

- ・区内宿泊施設の稼働率は約 9 割と聞いている。

■委員

- ・「シティプロモーションの推進」の KPI（メディア認知度）の数値はどのように計測したか。
- ・品川区のメディア認知度は、他の区と比べて高いのか。

■事務局

- ・シティプロモーションに関する調査をインターネットで実施しており、その設問の 1 つに、「品川区に関してよく見聞きするメディア」を問うものがある。メディア認知度は、設問に対して「該当あり」とした方の割合である。

■事務局

- ・他区との比較では、近隣の目黒区、大田区、世田谷区、港区、江東区に比べて認知度は高い。

■委員

- ・今の説明からすると、計測されているのは「品川区」という名称をメディアで見たり、聞いた

りしたことがあるかどうか、という事かと思う。この場合、品川区がどれくらい広告・発表を打っているか、あるいは、品川区で事件が起きたか等が影響すると思われる。

■委員

・シティプロモーションとの関連で言えば、品川区が推進している施策に対する認知度が計測できると良い。

■委員

・この議論は、オリンピック・パラリンピックの認知度の考え方にも繋がる。もともとシティプロモーションは、区をできるだけ知らしめていこうという趣旨で行われている。区の実施の認知度が上がっていけば、昼間人口にも繋がることが見込まれる。

■事務局

・品川区がメディアに多く出ることで、区外へのPRと併せて、シビックプライド（区民の誇り）にも繋がることを目的としている。シティプロモーションはその両面を目的としている。

■委員

・「認可保育園等の開設・運営支援」について、保育園を増やすほど、子育て世帯が転入し、待機児童数は必ずしも減らないという議論もある。品川区および他区の待機児童の現状はどうか。

■事務局

・品川区の待機児童数（各年度4月1日付け）は、29年度が219人、28年度が178人、27年度が215人、26年度が128人であった。

■事務局

・他区の動向であるが、千代田区、豊島区、杉並区等、待機児童数が0に近づいている区もあれば、世田谷区のように800人規模で抱えている区もある。他には大田区、目黒区が多い。

■委員

・保育施設を増やすことにより、若い世代の転入が見込めるのであれば、戦略的に考えてさらに力を入れていくべきである。

■委員

・「就学前乳幼児教育の充実」のKPIは「保幼小連携実施園数」であるが、具体的にどのような連携を行っているのか。

■事務局

・幼稚園や保育園に在園中の子どもが、連携する小学校に行き、勉強や遊びなどを体験する取組を行っている。

■委員

- ・「品川産業支援交流施設の開設・運営」のKPIの「施設利用会員数」は前年度よりも増えているが、この会員数は法人単位でカウントしているのか。

■事務局

- ・法人会員、個人会員の両方があり、28年度実績（120人）はそれぞれを合計した数値である。

■委員

- ・「東京オリンピック・パラリンピックの機運醸成」のKPIである「区内実施競技の区民への周知度」については、開催日が近づけば数値も上がってくると思うが、区として戦略的に考える必要がある。
- ・「観光案内所来所者数」について、日本語を話せない外国人はインターネットで情報を収集すると思うので、「Shinagawa」で検索した数なども分かると実態を把握しやすい。今後、インターネットの活用度とKPIの関連も見ていくと良いのではないか。

■委員

- ・SNSが急速に普及しているので、「Shinagawa」というキーワードにハッシュタグを付けて、どれぐらいの情報が発信されているかは、ネット上での関心を計る一つの指標となる。

■委員

- ・「空き家有効活用件数」について、空き家情報をデータベース化して、所有者と利用希望者をマッチングする仕組みを導入できると良い。両者の意向やニーズは単純でないので、実際の成立は難しいかもしれないが、新しい提案が出てくるかもしれない。

■委員

- ・「国保基本健康診査の受診率」について、受診率が低い要因は若者が受診をしないためか。

■事務局

- ・若者向けの健診も行っているが、全体から見ると、国保加入率に占める若者の数はあまり多く、受診率全体への影響は少ないと見ている。

■委員

- ・KPIを設定している各施策の中で、特に企画部としてテコ入れが必要と考えているものは何か。

■事務局

- ・今回の総合戦略においては、子育て関連施策が大きな柱の一つで、4つある基本目標の一番初めに掲げていることから、重点的に取り組むべきと考えている。また、障害者の施策についても、28年度実績では啓発事業の参加人数が伸び悩んだが、他区の取組等も意識しつつ、力を入

れていくべきと考えている。

■委員

- ・区の生涯学習講座等で講師を務めることがあるが、担当職員から「できるだけ面白いテーマにして、参加人数が増加するようにお願いします。」と言われることが多い。先ほど話が出た障害者理解の啓発事業についても、KPIの達成を考えたときに、もちろん参加人数も大事ではあるが、それだけが目的となると本末転倒となってしまうので、気を付けないといけない。

■事務局

- ・総合戦略の策定時にもご議論いただいたが、障害者施策については、やはり啓発事業が大事であることから、啓発等のソフト事業が多く盛り込まれている。もちろん、啓発以外の事業も多々あり、他の指標をKPIとすべきとか、違う事業展開を目指していくべきという議論はあり得ると思う。

■委員

- ・違う事業展開という話が出たが、各施策の所管課が平成31年度までの目標達成に向けて走っているときに、途中で道筋を変えるということはやりづらいのではないか。

■事務局

- ・施策の方向性を途中で大きく変えることはかなり難しいと思っている。内容の変更は可能ではあるが、なぜ変えるのか、丁寧な議論・理由づけが必要。

■委員

- ・前回の会議でも、総合戦略のKPIは、1年ぐらいで変更するものではなく、中長期的な視点で捉えるべきという議論をした。一方で、2～3年目には、当初の目標と大きな乖離が出始める施策も出てくる。その場合、所管課から「これではうまく行かない」という声が出て、かつ、現行の目標を維持しても意味をなさないと判断されるなら、KPIの見直しを行った方が良い。
- ・来年度の評価・検証に向けて、現時点でKPIを見直した方が良いと思う施策があれば、他の委員の皆様のご意見を伺いたい。

■委員

- ・先ほどの繰り返しになるが、就職相談件数と就職件数のように、アウトプットとアウトカムを同時に確認できると良い。

■事務局

- ・就業相談件数をKPIとしている施策について、実際に就職に結び付いた件数まで把握できているのであれば、所管課に実績を報告してもらうようにしたい。

■委員

- ・実績確認ということ言えば、前回、今回と話題になっている「すくすく赤ちゃん訪問事業」の実施体制や対応スタッフの人数等まで分かれば、本委員会として、何が課題であるかの分析や問題提起、提案などもしやすくなる。

■事務局

- ・所管課に事前に確認したところでは、対応スタッフは少しずつ充実を図ってきており、体制面がネックになって、訪問率が上がらないということではなかった。
- ・第一子のときより、第二子・第三子の訪問率は下がる傾向にあり、また、出産後に里帰りをして連絡のつかない方も出てくるので、100%の訪問率が理想ではあるものの、なかなかその実現は難しい。

■委員

- ・出産した病院や子ども医療費申請時の情報提供や産後全戸電話相談での勧奨など、各種取組を強化してもなお、訪問率100%に到達しないのであれば、目標をどう再設定すべきかという議論になってくる。

■事務局

- ・初めての出産で不安を抱えている母親や、周りに親族がいない家庭など、保健師の訪問を本当に必要とする対象について訪問率をどこまで上げることができたかが実質的には重要である。現時点ではそこまでの分析ができていないため、現時点では全戸を対象としたときの訪問率を実績評価の対象としている。

■委員

- ・KPIの数値自体を見直す、あるいは、出産後の状況を踏まえ、助産師訪問を本当に必要とする家庭への訪問率を評価の対象にするなど、何らかの見直しが考えられるのではないか。
- ・「新市場開拓に向けた販路拡大支援」は、区内企業間の新規取引件数をKPIとしているが、区内だけでは取引規模や市場のサイズは大きくならない。実績が上がらないのは、所管の努力が足りないというより、目標達成自体が難しいからという面もある。所管課でより良い目標が設定できるなら、これも見直しを検討して良いと思う。
- ・「地域の国際化への対応力向上」では、英語少し通じます商店街プロジェクト参加店舗数は伸びている一方、予算執行率が低いのが少し気になった。例えば、英語が通じる店舗数が増えるのが良いのか、飲食店等のメニュー表示を英語にしている店舗が増えるのが良いのか等も議論してはどうかと考える。
- ・このほか、幾つかの施策についてKPIの見直しの余地があると思われる。平成31年度までの計画期間内で無理なく目標変更ができるのかという点を考慮しながら、所管課と検討を進めていただきたい。

■事務局

- ・「観光情報の発信」等で KPI としている観光案内所の来場者数について、インターネットの普及を踏まえ、来場者数の上下だけでなく、ネット検索や SNS による情報発信の件数等も併せて評価していければ良いと考えている。

■委員

- ・国の交付金が入っている事業について、この時点で新たな施策を追加することは難しいと思うが、補助的な指標を別に設定して、従来の KPI と一緒に目標管理をしていくことは考えられる。
- ・観光を例に取れば、観光案内所の年間来場者数の推移のほかに、観光案内サイトのページビューの増減や、SNS 等を通じた品川区の認知度の動向等が分かると良い。

■委員

- ・京都是観光都市であり、外国人観光客も多いので、英語対応サイトが充実している。同様のサイトがあれば、そのサイトをどれぐらいの外国人が見ているか、把握しやすい。

■委員

- ・自治体の英語版ホームページは概して貧弱であり、外国人に内容をそのまま紹介できるレベルになっていない。オリンピック・パラリンピック開催時までには改善を図る必要がある。

■委員

- ・英語版ホームページについては、近々、品川区観光協会が外国人向けサイトをリニューアルすると聞いている。
- ・インスタグラム上で、都内各地の地名をハッシュタグに入れた発信がどの程度行われているか、期間を区切って調べたことがある。その結果は、渋谷や新宿、銀座、浅草、秋葉原などがやはり多く、渋谷は品川の 20 倍以上の回数となっていた。
- ・海外への情報発信を強化するため、品川区の文化観光課が、ケーブルテレビ品川およびディスカバリーチャンネルの協力を得て、「戸越銀座商店街」、「屋形船」、「大井競馬場」など区内 5 か所のプロモーション動画（60 秒）を制作した。画面上には「#Shinagawa」も入れて、8 月から配信を開始しており、国内のケーブルテレビ加入世帯やホテルのほか、アジア 15 か国で放送中の同チャンネルを通じて、品川区の魅力を海外向けに発信している。

■委員

- ・アウトプットとアウトカムの両方について、所管課はどこまで意識しているか。

■事務局

- ・総合戦略策定時には、所管課から両方の KPI を考えてもらったが、アウトカムの方が出てこない施策もあった。

■委員

- ・施策によっては、アウトカムが馴染まないもの、アウトカムが伴わないものもあるが、所管課からはできるだけ両方の実績報告をしてもらうよう、お願いしたい。
- ・来年度は3年目の実績評価に当たり、こうした実績を見つつ、必要な範囲でKPIの見直しを行ってよいと考える。

■委員

- ・この総合戦略は、公共施設等総合管理計画とも関係してくるのか。

■事務局

- ・公共施設等総合管理計画では、区のコモノの配置を今後どう効率化していくか、施設の「見える化」を行った。これらの施設の中で、各事業を展開するという意味で関連性がある。
- ・施策の目標を個々に設定すると、それぞれのKPIの達成の有無だけに目が行きがちになるが、本来は各施策のレベルアップをどう図っていくかが重要である。
- ・所管課には、その観点から、KPIの見直しを含めて来年度以降の方向性を検討してもらうこととする。

■委員

- ・本日の委員会のまとめを行いたい。まず、資料4で取り上げられた2つの施策のKPIについては、基準数値や目標数値を合理的なものとするため、見直し・再設定が必要であり、いずれも改訂を認める。
- ・その他の施策については、今後、実績値とKPIの乖離が大きくなることが想定されるものがあり、それらについては目標値のカウントの仕方を改めることが必要である、または、国の制度の変更等により別のKPIを設定する方が望ましいということであれば、より良い目標とするための見直しを進めていただきたい。

■委員

- ・積極的な待機児童対策が子育て世代の流入につながっているとの話があったが、区の合計特殊出生率の上昇という流れがもっと見えてくれば、品川区の売りになるし、子育て支援施策自体のインパクトは非常に大きいと言える。

■委員

- ・直近では、大井競馬場の駐車場スペースを活用して保育所の開設を行うなど、区は様々な苦勞しながら整備を進めていると聞いている。
- ・一方で、区内では、今後さらに民間再開発や大型マンション建設が控えていることから、こうした民間の動向や人口増加に後れを取らないように、保育所の整備を進めていく必要がある。

■事務局

- ・区と一緒に進める開発は計画段階から情報を入手できる。また、民間主導の再開発事業につい

ても、建築確認や指導の対象となることから、どの時期にどの程度の開発が行われるかを事前に把握することができる。その際に、民間事業者に再開発地域内に保育所の整備をお願いするほか、保育課の方でもこうした情報も念頭に置きつつ、保育所の整備支援を進めている。

■委員

- ・先ほど他の委員も発言されていたが、今後の区の政策の中で、子育て世代や若い人が集まるような仕掛けは重要なポイントとなる。

■委員

- ・若い人たちは、ICT 機器の操作が得意なので、ケーブルテレビやスマホ等を使って区内の情報を双方向にやり取りできるようになると、魅力的なまちづくりになるのではないかと。

■事務局

- ・区では、昨年からスマホアプリ（しながわパパママ応援アプリ）による子育て情報の発信も開始したところである。28年度の一年間の総アクセス数は約46万件で、比較的好調である。

■委員長

- ・その他、ご意見等はあるか。
→ 特になし。
- ・本日の会議において、委員から意見・指摘が出された施策、あるいはKPIの見直しを行うこととなった施策については、今後、所管課において、取組内容の見直しや改善を進め、目標達成に向けて、さらに注力していただくよう、要望する。
- ・いずれの取組についても、次回（3年目）の評価・検証の際には、より良い実績報告が上がってくることを期待したい。

5. 今後のスケジュール

■事務局

- ・いただいたご意見を踏まえて、各事業に取り組んでいく。
- ・本委員会のやり取りについては、議事要旨にまとめ、各委員に確認していただいた後に、区ホームページに公開する。また、併せて区議会にも報告する。
- ・次回（29年度評価）の委員会については、今回と同様、夏から秋頃の開催を想定している。

6. 閉会

■委員長

- ・以上をもって、平成29年度の品川区総合戦略推進委員会を閉会する。

— 以 上 —