

外部評価意見への対応方針

番号	外部評価意見	対応方針	分類
1	・昨年度実施した外部評価に対応し、26年度運営方針においてはアウトカムとして新たな指標を設定いただいたところである。 ・ただ、このアウトカムを達成するための戦略を検討するためには、「どの層」のコンプライアンス意識の向上が必要なのか、職種や職階、所属別などに分析し、ターゲットを明らかにする必要があるのではないか。 ・また、現段階では「認知」「理解」「行動」のどの段階に要因があるのかもあわせて分析し、アプローチ方法の検討につなげるべきではないか。	・職員アンケートにおいて、「日々の業務を執行するに当たって、特にコンプライアンスを意識していない職員」が未だに一定数存在していることから、当該割合を新たにアウトカムの指標に用いることとした。 ・アウトカムを達成するための戦略の検討に当たっては、ご指摘のとおり所属別での分析等を踏まえ、各所属の実態に応じて新たなターゲットを設定することとし、平成27年度運営方針において戦略を改めた。 ・また、今後、ご指摘の要因分析を踏まえ、アプローチ方法の検討につなげる。	②

※分類

- ①当年度において対応 ②来年度運営方針に反映または来年度に対応予定
 ③来年度では対応できないが、今後引き続き検討 ④対応困難または対応不可
 ⑤その他

外部評価意見への対応方針

番号	外部評価意見	対応方針	分類
1	26年度運営方針においても、貴局の方針等がシート上に十分に反映できておらず、外部の視点からみてそれが十分に伝わってこない。そのため、引き続き貴局の方針や検討内容をシート上に適切に表現する努力を今後も続けてもらいたい。	「方針等」「伝わってこない」という抽象的な表現なのでいただいた意見の内容を十分に理解できていないところもあるが、27年度運営方針において留意する。 できれば、「方針等」とは具体的に何を指しているのか？「伝わってこない」とはどういうことなのか？内容のことなのか？表現のことなのか？明確にしていきたい。	①
2	26年度の「経営課題」は、①被害予防の観点と②被害解決（起きてしまった消費者被害を最小限に食い止めること）の観点に基づいて記載されていると読める。前者については、貴局の指摘通り、市民の問題解決力（消費者力）の向上が欠かせない上に、そのための広報の強化や消費者教育が重要である。後者については、消費者が消費者センターに対して気軽に相談しやすい体制づくりや消費者センターの相談員のサポート力のさらなる向上が、市民の問題解決力（消費者力）の向上とあわせて必要になると考えられる。3-2の戦略名「消費者被害の防止」から判断すると、当該戦略名は、①の予防のことしか焦点を当てていないように読める。「めざすべき将来像」から考えて、②の被害解決についても考慮しているのであれば、それが分かる戦略名に変更の方が望ましい。	当局では、「戦略」は「経営課題」を解決するためにここ3年から5年の間で特に重点的に取り組んでいくものを掲げるということであり、「被害解決」のように経営課題を解消するために毎年度継続して取り組んでいるものはあえて挙げる必要はないと理解している。つまり、運営方針は経営課題の解決につなげるために有効と考えられる事項のうち3～5年間で特に重点的に取り組む事項について、成果を志向しながらPDCAを回すためのツールであって、経営課題に係るすべての戦略や取組を網羅的にすべて掲載するものではないと理解している。「経営課題」において「被害解決」に関連する記載があるのは、現状認識や要因分析・課題抽出をしているからであって、その中から戦略を設定するのであるから、戦略に経営課題で触れられた項目のすべてが掲げられていなければならない訳ではないと認識している。 仮に運営方針が前記のような趣旨のものではなく全ての戦略と具体的な取組を網羅的に掲載した「戦略・取組集」や「事務事業集」ということであれば、そのことを明確にしていなければならない。ただしその場合、運営方針は事業全集ということになり、本来の運営方針策定の主旨からかけ離れたものになってしまうことを当局としては懸念するものである。 なお、「被害解決」については、消費者センターの相談機能の最も基本的なルーティンの業務であり、特に重点的に取り組むというものではなく、また、「解決」という概念も相談者の主観的なものであり、目標とする指標設定が困難なものであるということはダイアログでも話題になっていたと認識している。	④ ⑤
3	また、めざす成果、戦略、具体的取組について、被害予防と被害解決が混在していて分かりにくい。（必ずしも当該分類に基づく必要はないが）内容を整理し直す必要がある。その際には、貴局の中で「消費者被害」とはどこまでを想定しているのかなど、その定義を示していただくことで、外部との認識の差をある程度埋めることができるかもしれない。	「経営課題」では「被害解決」に関連する記載があるが、「めざす成果」、「戦略」、「具体的取組」については、すべて「被害予防」の観点から設定しており、「被害解決」の観点は含めていないので、「混在」はしていないと認識している。	④ ⑤
4	26年度の戦略についてのアウトカムの設定は、非常に困難であることは理解できるが、消費者問題の種類をいくつか分け、生産者・メーカー側への対応・指導が必要な「あっせん」などの場合、解決率はどれほどだったのかなど、踏み込んだ指標が必要となるのではないかな。	どのような状態をもって「解決」と見るかが被害者の主観に関わってくるとともに、「あっせん」については生産者・メーカー側の対応如何によることもあり、センターの「あっせん」と被害者が「解決」と思うこととの因果関係が不明確なことから指標の設定や測定は非常に困難と考えられる。 また、こうした微に入り際にわたる指標の設定は、「データを比較的簡単に入手することが可能」とはいえず、「Measurable」とは言いえないのではないかと考える。	④
5	相談件数のうち、早い段階で解決に至ったものや、センターに相談をしたことにより被害を抑えることができたケースなどを拾い上げ、何らかのかたちでアウトカム指標にできないか。分母に相談件数、分子にセンターで対応することにより解決できたケースの件数を取り、「率」としてアウトカム指標を設定すると、戦略に対する有効性が明確になる。	センターで対応することにより解決できたケースの件数をとることについては、どのような状態をもって「解決」と見るかが被害者の主観に関わってくるので指標としての客観性に問題があると考えられるが、相談件数を分母として「率」としてアウトカム指標を設定することは有効な方法と考えられるので、どのような指標を分子とするかについては今後検討していく。	③

※分類

- ①当年度において対応 ②来年度運営方針に反映または来年度に対応予定
 ③来年度では対応できないが、今後引き続き検討 ④対応困難または対応不可
 ⑤その他

外部評価意見への対応方針

番号	外部評価意見	対応方針	分類
1	■戦略1ー5 財政情報の発信の充実 ・アウトカムが数値化されていなかったが、26年度運営方針においては数値化されている。 ・ただ、数値化されているといっても、具体的取組のうちのひとつを取り上げてアウトカムを設定しており、戦略全体の有効性を評価することができないのではないかとと思われる。 ・また、業績目標に取組レベルの記載が散見されるが、それぞれの取組の認知度などを業績目標とすることを検討するべきである。 ・なお、市政情報への興味やアクセス頻度などが市民によって異なることから、情報発信に際しては、どういった方を対象にするのかターゲットを絞ったうえで、具体的にどの表現やグラフなどがわかりやすいと感じているのか、あるいはわかりにくいと感じているのか調査・分析し、改善をしていく方法が考えられないか。	・市政モニターアンケートにおいて、大阪市の財政情報が「わかりやすく公表されている（どちらかというとわかりやすく公表されている）」と評価する割合をアウトカムとする。 ・市政モニターアンケートにおいて、より詳細に各取組の認知度を把握するため質問項目を見直し、各取組の認知度を業績目標とする。 ・平成25年度に、市民をターゲットとして、よりわかりやすく財政状況を伝える公表資料として「大阪市予算の概要と財政の現状」を新たに作成し、それをベースに「財政のあらまし」等を作成している。具体的にどの表現やグラフなどがわかりやすい、あるいはわかりにくいと感じているかについては、市政モニターアンケートにより調査を実施し、分析していく。	②

※分類

- ①当年度において対応 ②来年度運営方針に反映または来年度に対応予定
 ③来年度では対応できないが、今後引き続き検討 ④対応困難または対応不可
 ⑤その他

外部評価意見への対応方針

番号	外部評価意見	対応方針	分類
1	■戦略1-1 入札契約事務に関する各区・各局へのサポート強化 (26年度運営方針) ・アウトカムについて、契約管財局によるサポート、つまり各区・各局に対する内部環境と外部環境の整備の結果、適切な入札契約事務が行われるようになったかどうかを測定することが重要であるため、その指標の一例として、「契約管財局の取組みによって入札契約業務は適切に行いやすくなりましたか」などで測定することも妥当ではないか。	ご指摘にある「適切な入札契約事務が行われるようになった(かどうか)」は最終的なめざすべき将来像として職員の知識習得度が向上した結果、もたらされるものと考えております。 当局の運営方針構成としては、当局のサポートによって内部環境と外部環境を整えることで、入札契約事務の担当者が自ら問題解決の糸口を得ることに困らない状態を「目指す成果」と位置付けております。 よって、これに対応するアウトカムの指標としては、契約管財局の取組みによって入札契約業務は行いやすくなったかという点も含めて、入札契約の実務を行いやすい環境が整っていることに対して職員が実感しているかを測ることが妥当と考え、「満足度」を採用したものです。 (参考) 「貢献度」・・・「契約管財局の取組みによって入札契約業務は行いやすくなりましたか」の問いについて「そう思う」「ややそう思う」とした回答の率 「満足度」・・・契約管財局の対応について「大変満足した」「満足した」とした回答の率	⑤
2	・また、具体的取組1-1-1について、契約管財局の2つの役割である、「実務において必要となる知識やノウハウに関する情報を提供し、実務に直接役立つサポートを充実させる」ことと、「各区・各局からの問い合わせや相談等に対する貴局職員のサポート能力を向上」させることが取組の目標であると思われるので、これらの成果を測定できるような指標を業績目標として設定することが望ましい。	具体的取組1-1-1は、本市の入札契約事務を行いやすい環境のうち、内部環境整備に関する取組を掲げております。 この取組は、職員に直接働きかけるものであるため、各区・各局からの問い合わせや相談等に対する当局の取組の結果や効果を、より具体的に測定する指標として、平成26年度から「貢献度」を業績目標欄にて活用することにいたしました。	①

※分類

- ①当年度において対応 ②来年度運営方針に反映または来年度に対応予定
 ③来年度では対応できないが、今後引き続き検討 ④対応困難または対応不可
 ⑤その他

外部評価意見への対応方針

番号	外部評価意見	対応方針	分類
1	平成26年度運営方針「戦略1-1 都心部における国際競争力のある成長戦略拠点の形成」のアウトカム指標に昼間人口と事務所数を設定しているが、いずれも5年おきのデータであり、単年度の政策の効果が見えにくい。5年おきのデータを補完できるデータの構築が必要である。	人口については、毎月1日現在で推計している常住人口を、アウトカム指標として設定しています。 また、事業所数については、5年周期の経済センサスの統計調査結果が得られない年は、国が経済センサス等の統計調査や法人等への照会等により整備する事業所母体データベースから情報提供を受け、年次集計を作成し、データを更新することにより、毎年度把握可能なアウトカム指標を設定しています。	②
2	事業所数の増加、減少がどうして生じるのかについて、発生時点で企業からヒアリングし、都市計画局の課題を発見する作業が重要だといえる。	・経済戦略局にて、平成23年度に企業等に対してビジネス環境ニーズの調査を実施しており、これを施策に活用しています。 ・当局においても、まちづくりを進めるにあたって、個々のエリアでの開発のニーズや、都市機能に対する立地可能性や規模について、必要に応じて主要な開発事業者や、行政と地権者等で組織する勉強会等における各企業からのヒアリングを通じて、把握に努めています。	⑤

※分類

- ①当年度において対応 ②来年度運営方針に反映または来年度に対応予定
③来年度では対応できないが、今後引き続き検討 ④対応困難または対応不可
⑤その他

外部評価意見への対応方針

番号	外部評価意見	対応方針	分類
1	・26年度運営方針、生活保護の制度に対する市民の信頼性向上については、正しい制度の理解や適正化への取組への理解を求めることが重要であり、マーケティング・リサーチを活用し現状把握(市民の認知度)を行い、アウトカム指標を設定する必要がある。	・現実の生活保護制度と市民が思い描く生活保護制度との間にギャップがあり、市民の認知度と市民の信頼性が必ずしも同じ傾向を示さないため、アウトカム指標への設定が困難と判断しました。	④
2	・26年度運営方針では、適正化にともなう効果額をアウトカムとしているが、他の戦略の成果も含まれているので、当該戦略に関わる部分のみを抽出するべきである。	・外部評価意見を踏まえて、当年度の運営方針では当該戦略の効果进行を明記するよう修正しました。	②
3	・不正受給者数/保護者数は、アウトプット指標として活用できるのではないかと。都市間比較を行うことも可能となる。	・各都市における不正受給対策の取り組み方の違いなどにより数字の現れ方が異なるため、アウトプット指標への設定が困難と判断しました。引き続き研究し、有効な指標が見つければ運営方針への反映を検討してまいりたいと考えます。	③

※分類

- ①当年度において対応 ②来年度運営方針に反映または来年度に対応予定
 ③来年度では対応できないが、今後引き続き検討 ④対応困難または対応不可
 ⑤その他

外部評価意見への対応方針

番号	外部評価意見	対応方針	分類
1	・複数のアウトカム指標が掲げられているが、市民を対象にしているものと、国保加入者を対象にしているものがあり、同列に評価することはできないのではないか。	・すこやか大阪21（第2次）では、生活習慣病予防に加え、ライフステージに応じた生活習慣の改善、健康を支え、守るための社会環境の整備に取り組むこととし、大阪市民の健康指標で重要なものを目標項目と定め、平成26年度運営方針のアウトカム指標に設定している。	⑤
2	・経営課題が健康づくりであることから、戦略にせよ取組にせよ、健康状態が改善していることをアウトカム指標で示す必要がある。	・アウトカム指標は、可能な限り、経年的に把握可能な数値を指標として設定している。重症化予防の取り組みでは、経年的に把握可能な大阪市国民健康保険特定健康診査の血圧・血糖コントロール不良者割合により評価を行っている。	
3	・血圧・血糖コントロール不良者のうち、受療している者が、どのような健康状態になったのかをモニタリングすることが、取組の効果を測る上で重要である。		
4	・血圧・血糖コントロール不良者のアウトカム達成状況が未測定となっている。当年度で測定しないのであれば、どのような状態変化が生じているかを示す必要がある。自己評価では取組の進捗を理由にしているが、状態変化を示しているとは言えないので、例えば、健診での不良者の割合等のサンプル調査を検討してはどうか。		
5	・出前講座の受講者が、講座を受講したのちに、どのような健康状態になったのかをモニタリングすることが、取組の効果を測る上で重要である。	・職域を対象とする出前講座において、受講された企業従業員の健診結果は労働安全衛生法に基づき事業主が労働者の安全と健康を確保する目的で利用され、大阪市が受講者の健診結果を把握することはできない。そのため、生活習慣病予防を啓発する内容の講演を聞き「参考になった」とする受講者の割合により評価を行っている。	⑤
6	・すこやかパートナー意見交換会については、意見交換会に関わる方々へのアンケートを行い、協働事業によって健康状態がどのように変わったのかをモニタリングすることが、取組の効果を測る上で重要である。	・すこやかパートナー制度は、市民が健康づくりを実施しやすい環境を整備することを目的に発足したものであり、パートナー団体の活動を有機的に結び付け協働を活性化することにより社会全体で健康づくりに向けた機運を盛り上げていくこととしている。	⑤
7	・がん検診の受診率低下について、要因分析が不十分。低下の原因を探る必要があるのではないか。	・がん検診の受診者数が、平成24年度から平成25年度にかけて低下しているが、これは、無料で受診することができる総合健康診査を平成24年度末に廃止したことに伴う影響であると認識している。 引続き、アンケート調査等により市民ニーズを把握し、より効果的な啓発の展開や受診環境の整備等に取り組む受診者数の増加を図る。	⑤

※分類

- ①当年度において対応 ②来年度運営方針に反映または来年度に対応予定
 ③来年度では対応できないが、今後引き続き検討 ④対応困難または対応不可
 ⑤その他