

社会資本整備のアカウンタビリティ（説明責任）向上行動指針 概要（1/2）

アカウンタビリティの必要性

- ・ 多様な公共的ニーズに応えるため、多くの国民を対象に説明することが必要
- ・ 公共事業に対するネガティブな印象を抱く国民が多く、国民の理解と協力を得ることが必要
- ・ アカウンタビリティを果たすことの重要性は職員に浸透してきたが、十分に果たすまでには至っていない

行動指針策定の背景

- ・ 国土交通省発足後5年が経過
- ・ 現状の課題整理と今後の取り組みの方向性の提示

行動指針の目的

- ・ 国土交通省の職員一人ひとりが行動指針に基づき施策及び事業を実施

国土交通省が果たすべきアカウンタビリティとは

- ・ 一般的な定義にとどまらず、国民と対話しつつ施策及び事業を進めていくうえで、アカウンタビリティをより積極的に果たすためのコミュニケーション戦略として、以下のとおり幅広くとらえる

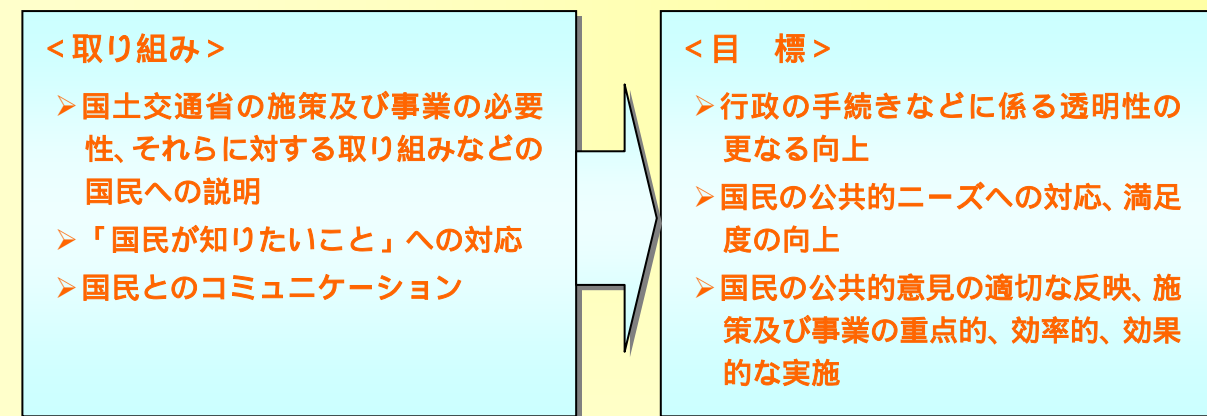


図 国土交通省が果たすアカウンタビリティ

現状評価

- ・ 情報の受信者（国民）、情報の発信者（国土交通省職員）、専門家の意見を踏まえ、現状の取り組みについて評価

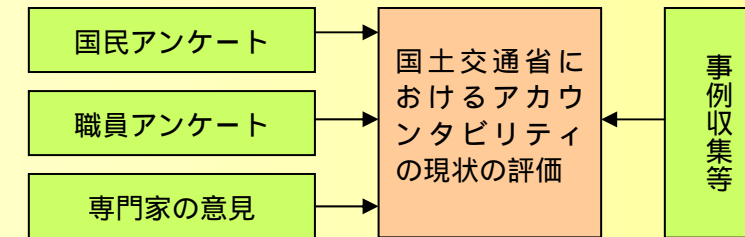


図 国土交通省におけるアカウンタビリティの現状評価の方法

国民からの評価

- ・ 国土交通省の情報提供に対して十分な評価が得られていない
- ・ 公共事業に対して国民は不正・無駄というネガティブな印象を抱いている

職員の認識

- ・ “国土交通省の役割や取り組みなどの情報提供”、“初期段階での情報提供”、“相手に応じた情報提供”が十分にできていない
- ・ 国土交通省内で基礎的かつ重要な情報が必ずしも十分に共有されていない
- ・ マスメディアと十分に連携できない原因の一つに苦手意識がある
- ・ 国土交通省から幅広い層への情報提供が現状では不十分
- ・ アカウンタビリティを果たす際に、目的の明確化や効果の把握が十分に実施されていない

専門家の意見

- ・ 巨大組織になったがために内部での情報共有がなされていないのではないかと
- ・ マスメディアに対して最初から及び腰のところがある
- ・ 相手の立場を思いやり、相手の関心事に絡めて伝えることが必要
- ・ 目標の設定が不十分だと、同じ議論が繰り返され結論が出ない場合がある

現状評価の調査方法

国民からの評価：「インターネットを活用した公共事業に関する国民意識調査」。平成18年3月10日から3月17日に全国の15歳から65歳までの男女を対象にインターネットを利用した調査を行い、5,700件の回答を得た。

職員の認識：「行政行動の改革に関する職員アンケート」。平成18年7月31日から8月11日に全国の国土交通省職員を対象にインターネットを利用した調査を行い、19,078件の回答を得た。

専門家の意見：平成18年3月から平成19年3月までに「アカウンタビリティ推進のための有識者懇談会」を5回開催。懇談会ではメディア、企業広報、ジャーナリズム、自治体、学識者の視点から専門的な意見を得た。

社会資本整備のアカウンタビリティ（説明責任）向上行動指針 概要（2/2）

課題および取り組みの方向性

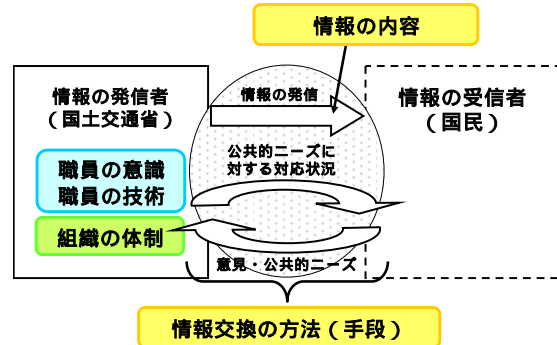


図 国土交通省のアカウンタビリティによる国民とのコミュニケーションのイメージ

方向性を実現するための行動ポイント

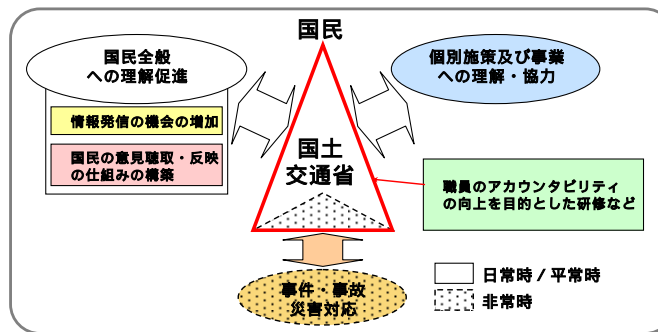


図 国土交通省が果たすべきアカウンタビリティのイメージ

課題

取り組みの方向性

情報を発信する内容・手段

国民の公共的ニーズの把握とその対応、相手に応じた情報提供が不十分	国民の公共的ニーズの把握と、より多くの人々への情報伝達	e, i
目的の明確化や効果の把握が不十分	フォローアップ	a
国民の公共的ニーズへの対応状況に関する国民への周知が不十分	目的の明確化と取り組み方法の改善	h
	双方向コミュニケーション	f

職員の意識・技術

意識	マスメディアへの苦手意識により対応が不十分	マスメディアへの積極的な対応	b, c
	都合の悪いこと、予期せぬこと、不祥事などの情報提供が不十分	危機管理への対応	m
技術	多くの国民が公共事業に対して“不正”、“無駄”のイメージを抱いている	社会情勢への対応	g
	相手に合わせた説明になっておらず伝わりにくい	相手の立場・視点を考慮	j, d, l
	手続きの設定が不十分で、同じ議論の繰り返しになり結論がでない		

組織の体制

手段が目的化している	使命と役割の認識	n
自分の担当分野以外のことを聞かれても答えられない	内部アカウンタビリティの必要性	o
手続きの最初の段階での対応が不十分	初期段階における積極的な取り組み	k

方向性を実現するための行動ポイント

1. 情報発信の機会の増加

a	国土交通省に興味を持ってくれた人達に対し、属性に合わせて日常の情報（広報誌・記者発表等）も発信する。
b	マスメディアは「国民とのパイプ役」であると認識し、記者発表以外の方法も含めて自発的に当方の考えを伝えるなど、意見交換を行う努力をする。
c	誤認報道に対して担当記者等へ、時間を置かずどこがどう違うのかを伝える。
d	情報を公表する場合には、公表するタイミングを考え、事前に情報共有しておくべき相手と連携した取り組みを実施する。

アカウンタビリティの心得！！

- ☑ 現場見学に参加した人や意見・質問をくれる人はもっとも身近な理解者・協力者に成りうる。
- ☑ マスメディアに国民と国土交通省とのパイプ役となってもらよう努力する。☑ マスメディアの向こうにいる国民を意識しよう。
- ☑ 誤認報道を察知した場合にはどこがどう違うのかを速やかに伝えることが重要。
- ☑ 公表前に関係者間の情報共有が不可欠。

2. 国民の意見の聴取・反映の仕組みの構築

e	国民のニーズを積極的に把握し、適切に対応する。
f	施策及び事業に関する情報の提供を行うとともに、意見を収集しフィードバックするなど、双方向コミュニケーションを積極的に進行。
g	社会情勢に応じ、国民や社会に国土交通省の役割や取り組みを、現場を重視し積極的に訴える。
h	アカウンタビリティを果たす目的、対象を明確化した上で適切な手段による情報提供を行う。効果の把握につとめ、必要に応じて手法を改善する。

- ☑ 国民のニーズは、待っていてもこない。積極的に聞き取るもの。
- ☑ 苦情や批判の中に事業や仕事に役立つヒントが隠されているかもしれない。
- ☑ 信頼関係はコミュニケーションから。
- ☑ 国民は意見を出した以上、その答えを待っている。
- ☑ 現場は、説明や意見交換の最高の場と心得よ。
- ☑ 情報を発し続けていけば必ずや理解者は増えていく。
- ☑ イベントの開催前には、目的をスタッフ全員に徹底すること。
- ☑ イベントの開催自体が目的化しないように！

3. 個々の施策及び事業に対する関係者への理解、協力を求める取り組み

i	説明を受けた人からさらに情報が広がっていくよう、わかりやすい資料で説明するなどの工夫を行う。また、サイレントマジョリティへの働きかけを積極的に進行。
j	相手のニーズやテーマに対する知識の熟度に合わせた説明や資料作成を行う。
k	国民の公共的ニーズを容易に反映することができる初期段階におけるアカウンタビリティの強化を通じて、信頼性の構築を図る。
l	説明会や市民参加型の会議などを行う場合には、目的と結論を出すべき時期、そのプロセスなどを決めて実施する。

- ☑ 情報を発し続けていけば必ずや理解者は増えていく。
- ☑ 本質をついたわかりやすい資料を作ろう。
- ☑ 相手の立場・視点に立った説明を。
- ☑ 想像力と創造力を働かせよう。
- ☑ 一人ひとりがスポークスマン。
- ☑ 決める前に意見を聞こう。
- ☑ 目的とプロセスの共有が有意義な議論の近道。

4. 事件・事故及び災害時において情報を発信する取り組み

m	国土交通省にとってネガティブな情報に対しても、国民に事実と発生の原因、再発防止策を迅速に伝える。
---	--

- ☑ ネガティブ情報ほど一刻も早く事実確認と情報発信を！

5. 職員のアカウンタビリティの向上を目的とした研修などに関する取り組み

n	アカウンタビリティをより積極的に果たすために職員のモチベーションを高める取り組みを行う。
o	国土交通省内での情報伝達・情報共有を図り、最低限の知識として認識する。

- ☑ やる気こそ最大の武器。
- ☑ 不器用でもいい、やる気が大事！
- ☑ 大きな組織だからこそ内部アカウンタビリティが大事。