

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

平成19年3月

国 土 交 通 省

目 次

概要書

1. はじめに.....	1
1.1 国土交通省の使命.....	1
1.2 社会情勢の変化.....	1
1.3 行動指針策定の目的.....	1
2. 定義と内容.....	2
2.1 アカウンタビリティの一般的な定義.....	2
2.2 国土交通省が果たすべきアカウンタビリティ.....	2
2.3 アカウンタビリティを果たす取り組みの状況.....	3
3. 現状の評価と分析.....	7
3.1 国民からの評価.....	8
3.2 職員の認識.....	10
3.3 専門家からの意見・評価.....	14
3.4 まとめ.....	16
4. 課題の分類・整理.....	17
4.1 課題の分類.....	17
4.2 課題の整理.....	18
5. 取り組みの方向性.....	21
5.1 情報を発信する内容・手段に関する取り組みの方向性.....	21
5.2 職員の意識に関する取り組みの方向性.....	22
5.3 組織の体制に関する取り組みの方向性.....	23
5.4 取り組みの方向性のまとめ.....	24
参考：「情報の内容・手段に関する視点」からの整理.....	25
6. 方向性を実現するための行動ポイント.....	28
6.1 情報発信の機会の増加.....	28
6.2 国民の意見の聴取・反映の仕組みの構築.....	30
6.3 個々の施策及び事業に対しての関係者への理解、協力を求める取り組み.....	32
6.4 事件・事故及び災害時において情報を発信する取り組み.....	34
6.5 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.....	35
7. おわりに.....	37

卷末資料－1

- 国民意識アンケート調査
- 職員アンケート調査

卷末資料－2

- アカウンタビリティ推進のための有識者懇談会 委員名簿
- 「アカウンタビリティ推進のための有識者懇談会」議事要旨（第1回～第5回）

卷末資料－3

- 代表事例集

○アカウントビリティの必要性

- ・ 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
- ・ アカウント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トビリティとは

- ・ 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、アカウント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

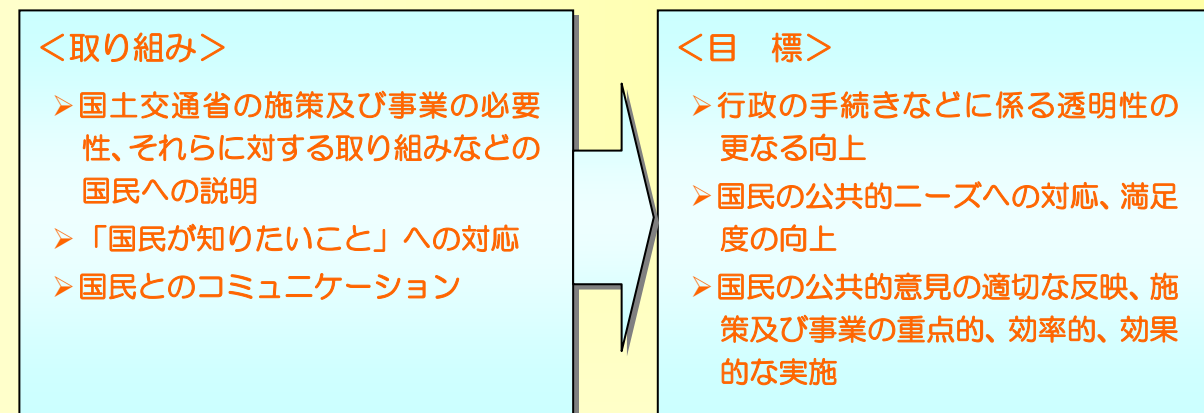


図 国土交通省が果たすアカウントビリティ

○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

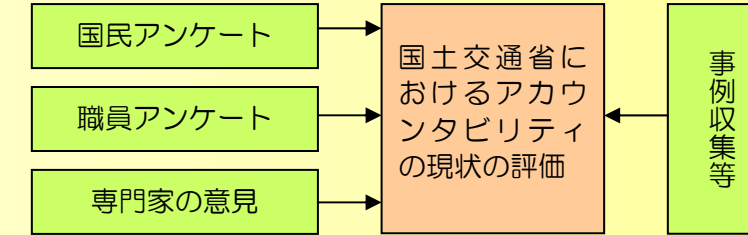


図 国土交通省におけるアカウントビリティの現状評価の方法

◇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
- ・ アカウント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
- ・ 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「アカウント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。

○課題および取り組みの方向性

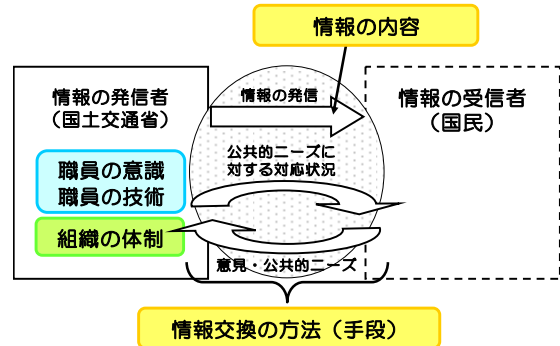


図 国土交通省のアカウンタビリティによる国民とのコミュニケーションのイメージ

課題	取り組みの方向性
①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
②職員の意識・技術	
意識	技術
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
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	
③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

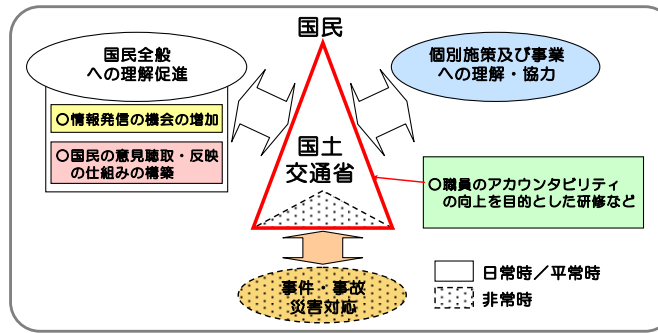


図 国土交通省が果たすべきアカウンタビリティのイメージ

方向性を実現するための行動ポイント	アカウンタビリティの心得！！
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。	<input checked="" type="checkbox"/> 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。 <input checked="" type="checkbox"/> 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おうよう努力する。マスメディアの向こうにいる国民を意識しよう。 <input checked="" type="checkbox"/> 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。 <input checked="" type="checkbox"/> 公表前に関係者間の情報共有が不可欠。
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。	
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。	<input checked="" type="checkbox"/> 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。 <input checked="" type="checkbox"/> 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。
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行う。	<input checked="" type="checkbox"/> 信頼関係はコミュニケーションから。 <input checked="" type="checkbox"/> 国民は意見を出した以上、その答えを待っている。
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。	<input checked="" type="checkbox"/> 現場は、説明や意見交換の最高の場と心得よ。 <input checked="" type="checkbox"/> 情報を発し続けていけば必ずや理解者は増えていく。
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。	<input checked="" type="checkbox"/> 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。 <input checked="" type="checkbox"/> 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しての関係者への理解、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行う。	<input checked="" type="checkbox"/> 情報を発し続けていけば必ずや理解者は増えていく。 <input checked="" type="checkbox"/> 本質をついたわかりやすい資料を作ろう。 <input checked="" type="checkbox"/> 相手の立場・視点に立った説明を。 <input checked="" type="checkbox"/> 想像力と創造力を働かせよう。 <input checked="" type="checkbox"/> 一人ひとりがスポークスマン。
j 相手のニーズやテーマに対する知識の熟度に合わせて説明や資料作成を行う。	<input checked="" type="checkbox"/> 決める前に意見を聞こう。
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。	<input checked="" type="checkbox"/> 目的とプロセスの共有が有意義な議論の近道。
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。	
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。	<input checked="" type="checkbox"/> 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。	<input checked="" type="checkbox"/> やる気こそ最大の武器。 <input checked="" type="checkbox"/> 不器用でもいい、やる気が大事！
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。	<input checked="" type="checkbox"/> 大きな組織だからこそ内部アカウンタビリティが大事。

1. はじめに

1.1 国土交通省の使命

国土交通省は国民生活に密着した官庁として、「人々の生き生きとした暮らしと、これを支える活力ある経済社会、日々の安全、美しく良好な環境、多様性ある地域を実現するためのハード・ソフトの基盤を形成すること」を使命とし、各種の施策及び事業を推進している。

1.2 社会情勢の変化

国土交通行政にとって、国民の理解と協力そして信頼を得ることは不可欠であり、施策及び事業の透明性の確保、国民からの意見の反映などに積極的に取り組んできた。

しかしながら、公共事業に対する不正や無駄というネガティブな印象を抱いている国民が多いことが、国土交通省が行ったアンケート調査により明らかになっており、アカウンタビリティを果たしながら施策及び事業を実施していかなければならないのが現状である。

1.3 1.3 行動指針策定の目的

国土交通省では、施策及び事業に対するパブリックインボルブメント¹（以下、PIと略する）の普及等に伴い、情報提供及び国民との対話が進められ、アカウンタビリティを果たすことの重要性が職員に浸透し、その取り組みが定着しつつある。

しかしながら、個々の施策及び事業の中には、手段が目的化したり、説明が画一的な事例が見受けられるなど、アカウンタビリティが十分浸透するまでには至っていない。

このため、国土交通省発足後5年を経過した現段階で、国民からの評価、専門家の意見及び職員の認識等を分析し、課題を整理するとともに、その解決に向けた取り組みの方向性を政策レビューで示し、実現のための行動指針を策定することとした。

この行動指針は、社会資本整備を進めるに当たってどのようにアカウンタビリティを果たすかを念頭にとりまとめた。今後は、国土交通省の職員一人ひとりが、これに基づき施策及び事業を実施していくことはもちろん、国土交通省の他の業務を行う際にも多く参考となると思われることから、幅広く活用されることを期待する。

¹ パブリックインボルブメント：公共政策・事業の推進にあたっての住民参加の一手法。関係者に対して計画当初から情報を提供し、意見をフィードバックして計画内容を改善、合意形成を進める手法。

2. 定義と内容

2.1 アカウンタビリティの一般的な定義

アカウンタビリティ (Accountability) は、アカウント (Account : 説明する) とアビリティ (ability : 能力) からなり、本来の意味は、「説明する能力」と訳すことができる。

我が国では行政や経営の分野を中心に、1990年代半ばからよく使われるようになり、日本語では「説明責任」と訳されることが多く、アカウンタビリティを向上させる、アカウンタビリティを果たすなどという形で用いられる。

さらに、行政や企業などが、社会に対して、事業に関する情報をいつでも開示し、説明できるようにしている責任などとも言われていることを踏まえると、行政や企業などはそれらの事業について、その概要及び必要性並びにそれに関わる議論の過程や結論に至る経緯をいつでも説明できるようにしておくことが、アカウンタビリティであるということもできる。

2.2 国土交通省が果たすべきアカウンタビリティ

「国土交通省が果たすべきアカウンタビリティ」とは、上記に示したアカウンタビリティの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こととする。なお、当該行動指針においても、主にこうした観点から検討を行うものである。

- 国土交通省の施策及び事業の必要性やそれらに対する取り組みなどを国民に説明する。
- 「国民が知りたいこと」を伝える。
- 国民とのコミュニケーションを図る。



- 行政の手続きなどに係る透明性を今以上に高める。
- 国民の公共的なニーズに応え、国民の満足度を高める。
- 国民の公共的意見を適切に反映した施策及び事業を効果的かつ効率的に実施する。

2.3 アカウンタビリティを果たす取り組みの状況

国土交通省は、施策及び事業におけるアカウンタビリティを果たすために、以下のようなさまざまな取り組みを実施してきたところである。

日常時においては、

- (1) 国土交通行政に対して国民全般の理解を促進するもの
- (2) 個々の施策及び事業に対して関係者への理解、協力を求めるもの

非常時においては、

- (3) 事件・事故及び災害時において情報を発信するもの

が挙げられる。さらに、

- (4) 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

も実施している。

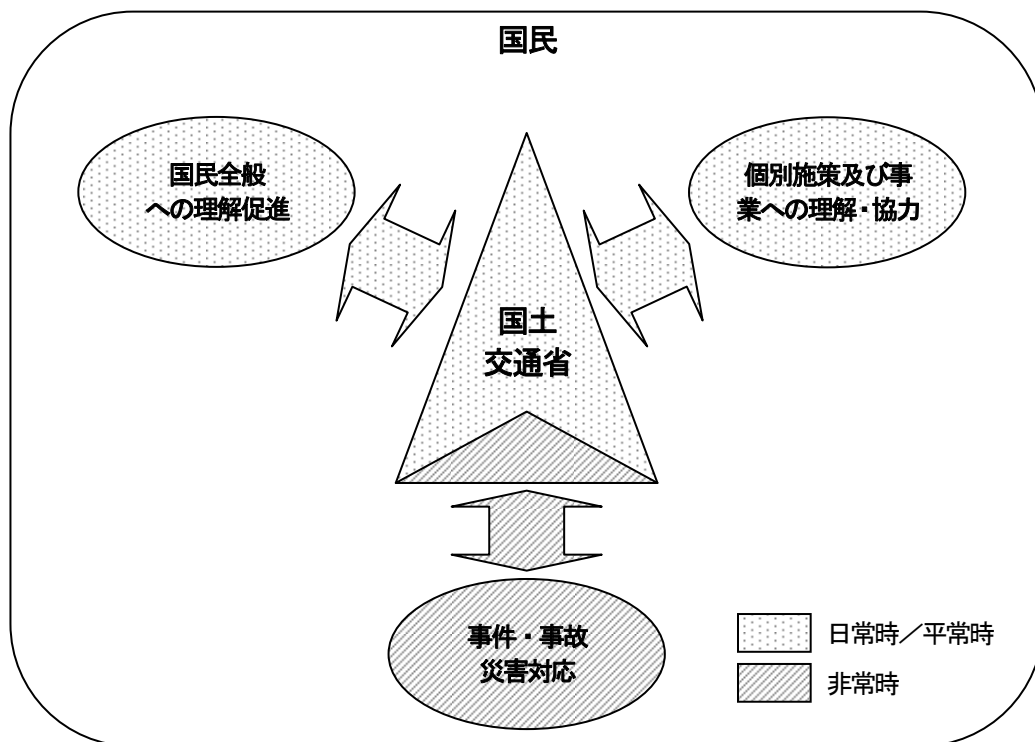


図 1 国土交通省が果たすべきアカウンタビリティのイメージ

(1) 国土交通行政に対して国民全般の理解を促進する取り組み

○情報発信の機会の増加

- 施策及び事業の基礎的情報から詳細な内容まで情報発信できるホームページについては、例えば地方整備局等では、全ての事務所（北海道開発局では開発建設部）で開設されている。
- 国土交通省本省における記者発表の件数は、4年間で1.5倍（H14年度：2,331件→H17年度：3,392件）に増加している。
- 要望に応じて職員が現地に出向き国土交通省の最新情報を提供する出前講座は、平成17年度に1,115件が実施され、63,804人が受講した。

○国民の意見の聴取・反映の仕組みの構築

- 国土交通行政に関する相談窓口である「国土交通ホットラインステーション」を平成16年7月に設置している。問い合わせ件数は、月平均で見ると1年間で1.4倍に増加（平成16年度：939件/月→平成17年度：1,352件/月）している。また、全ての問い合わせのうち8割以上がインターネットを利用したものとなっている（H17年度）。
- 平成15年6月に「国土交通省所管の公共事業の構想段階における住民参加手続きガイドライン」を策定し、住民参加にかかる取り組みを推進している。
- 規制の設定又は改廃等にあたっては、ホームページ上で政省令等の案を公表し、この案に対して国民の意見を募集するパブリックコメントを実施している。
- 国民の意見を取り上げ行政に反映させる取り組みとして、道路関連では「みちの相談室」、河川関連では「川と水の質問箱」、「川の相談室」、港湾関連では「海とみなとの相談窓口」などの窓口が設けられている。

(2) 個々の施策及び事業に対して関係者への理解、協力を求める取り組み

国土交通省は、個々の施策及び事業においても、構想・計画段階におけるPIやイベントの開催など様々なアカウンタビリティを果たすための取り組みを行っている。

その具体的な取り組み事例を表1に示す。

表1 個々の施策及び事業におけるアカウンタビリティの取り組み事例

	取り組みの対象・主体	概要
1	松浦川における河川環境整備 (九州)	河川環境整備事業にあたって地元住民参加による計画活動（ワークショップ）を実施している。地元住民が主体となり維持管理に参画し、事業をサポートする住民組織が自主的に立ち上がった。 (巻末資料P.27 参照)
2	東京外かく環状道路 (関越道～東名間) (関東)	沿道地域でのPI、情報の発信等を通して関係住民、利用者、国民一般から広く意見を聴取した（沿線協議会、オープンハウス等）。 (巻末資料P.28 参照)
3	名古屋港における 「ものづくり体験見学会」 (中部)	『ものづくり』の生産拠点と社会資本である港湾等の結びつきとその役割について体験・理解できる一般参加の体験型見学会を実施した。 (巻末資料P.29 参照)
4	国営讃岐まんのう公園 (四国)	維持管理作業等への住民参加を実施するとともに、体験教室等のイベントもボランティアで企画・運営されるなど協働の仕組みを形成してきた。また、計画策定時に地域住民等の方々に御意見を募集しその結果を反映した。 (巻末資料P.30 参照)
5	荒川（下流部） (関東)	流域住民に事務所の施策及び事業をきめ細やかに伝え、住民ニーズを的確に把握することで、荒川を大切にすることを意識をもち、行動してもらう荒川ファン（理解層）の形成を目指している。 平常時の情報共有、コミュニケーションを図る努力を積み重ね、信頼関係の醸成をアカウンタビリティの目標として活動している。 (巻末資料P.31 参照)

(3) 事件・事故及び災害時において情報を発信する取り組み

- 災害情報について、平成 16 年 10 月の新潟県中越地震における国民への情報提供に関しては、気象庁が地震発生 2 分後から逐次震源や震度等に関する地震情報を発信したほか、発災 1 時間後には現地の状況を第一報として発信し、その後も記者会見等を通じて逐一被害状況を伝えた。また平成 18 年 7 月の鹿児島県や長野県などにおける梅雨前線豪雨に関しては、警報及び避難勧告の発出、交通機関への影響等について適宜情報提供を行うとともに、浸水被害状況などについては毎正時に発表を行った。(巻末資料 P.32 参照)

この際、現場状況を管理用カメラによる画像で伝えたり、専門用語を排除し、防災情報を迅速に伝えるだけでなく、国民にわかりやすく伝える取り組みなどを行ったほか、情報の収集・発信のための体制を整えて対応した。

- わかりやすい水位情報を提供するため、洪水予報の際に、危険水位などの用語の意味を合わせて伝えるように記者発表例文を改定した。また、検討会を設置し、切迫度合いを理解しやすいように伝える工夫を行っている。(巻末資料 P.33 参照)
- 構造計算書偽装問題やアスベスト問題など危機管理の対応についても、迅速かつ詳細な情報開示を行った。
- JR 福知山線脱線事故の際には、国土交通省が事故直後から設置したモニターカメラと既設の災害用光ケーブルなどを有効に活用し、事故現場の画像や情報を政府関係機関のみならずマスコミを通じて国民に提供した。

(4) 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

- 人材育成については、専門家のアドバイスを受けたり、記者会見を想定したスピーチの訓練などを行う「コミュニケーションスキル向上懇談会」を開催し、3 年間で本省職員等約 120 名が受講した。また、国土交通大学校や地方整備局等では、コミュニケーション技術、合意形成、広報等に関する研修を実施している。

(巻末資料 P.34 参照)

- 新技術や環境などに関する研究発表の場として毎年開催している「国土技術研究会」にアカウンタビリティ部門を設置し、知見の共有や職員のコミュニケーション能力の向上に努めている。
- マスメディアの視点を意識した広報戦略や民間企業が有する広報に関する知識等を習得するため、広告代理店や民間企業の広報部に職員を派遣している。

3. 現状の評価と分析

国土交通省がさまざまな場面で取り組んでいるアカウントビリティについて、現状の評価を行う。評価の方法は、情報の受信者である「国民からの評価」、情報の発信者である「国土交通省職員の意識」を把握するとともに、国土交通省のアカウントビリティを果たす取り組みに対する専門的な視点として「懇談会²における専門家からの意見」、等を基に整理・分析する。

なお、その際にはアカウントビリティを果たす際に重要となる対話を通じた行政コミュニケーションの4要素（Ⅰ. 情報の発信者、Ⅱ. 情報の受信者、Ⅲ. 情報交換の方法、Ⅳ. 情報の内容：図2）の視点を考慮する。

本評価は、国土交通省が行うアカウントビリティに関するものであり、「Ⅱ. 情報の受信者（国民）」については、国土交通省がアカウントビリティを果たす際の与条件として扱うものとする。

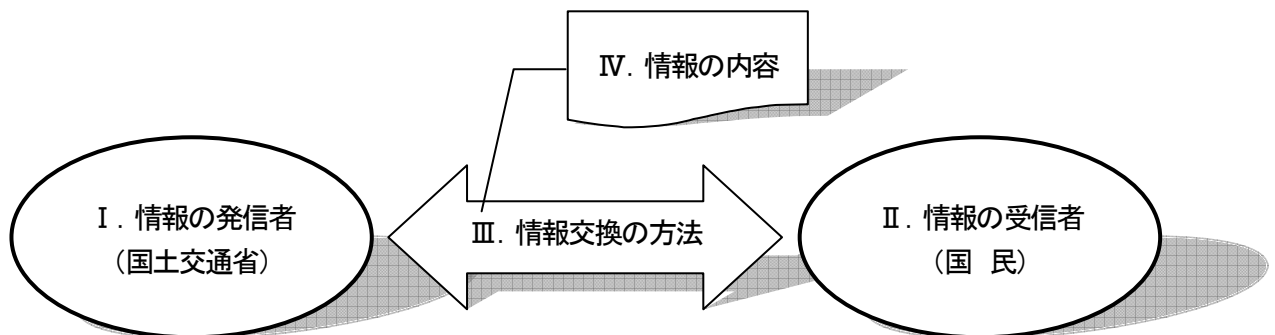


図2 対話を通じた行政コミュニケーションの4要素

² アカウントビリティ推進のための有識者懇談会：「3.3 専門家からの意見・評価」を参照。

3.1 国民からの評価

平成 18 年 3 月に「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」を実施し、国土交通省や公共事業に対する国民の意識を調査した。

表 2 国民意識アンケート調査の概要

項目	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
調査地域	全国
調査方法	インターネットを利用した調査
調査対象	15 歳～65 歳の男女 (高校生以上)
標本数	5,700
調査期間	平成 18 年 3 月 10 日～3 月 17 日

■ アンケート結果及び分析

「情報提供、情報発信の満足度」や「公共事業に対するイメージ」など、公共事業に関する国民の意識について、アンケート調査を行い、その結果を分析・評価した。

その結果、国土交通省が実施する施策及び事業の目的、内容等を伝えることを通じて国土交通省の使命と役割を的確に理解してもらっているとは言いきれず、公共事業（国土交通省）に対してマイナスイメージを抱いている国民も多く存在していることが分かった。今後も国土交通省として国民に対してアカウンタビリティを果たすことの重要性は極めて高いと考えられる。

(1) 国土交通省の情報提供に対する評価

国土交通省の情報提供に対して、国民からは十分な評価が得られていない。

国民の約 6 割の人が国土交通省の具体的な活動を知っており、かつ約 7 割の国民が「公共事業に関心を持っている」と回答しているものの、7 割近い国民が「情報の量や種類が豊富」「欲しい情報が手に入りやすい」「情報がわかりやすい」とは感じていないと回答するなど、国土交通省の情報提供に対して、国民からは十分な評価が得られていないことが分かった。【図 3、巻末図 1、2 参照】

設問： 公共事業に関する国や自治体からの情報提供についてどのように思いますか。以下のそれぞれの項目について、「そう思う」から「そう思わない」の5段階でお答えください。

■ そう思う □ ややそう思う ▨ どちらでもない □ あまりそう思わない □ そう思わない

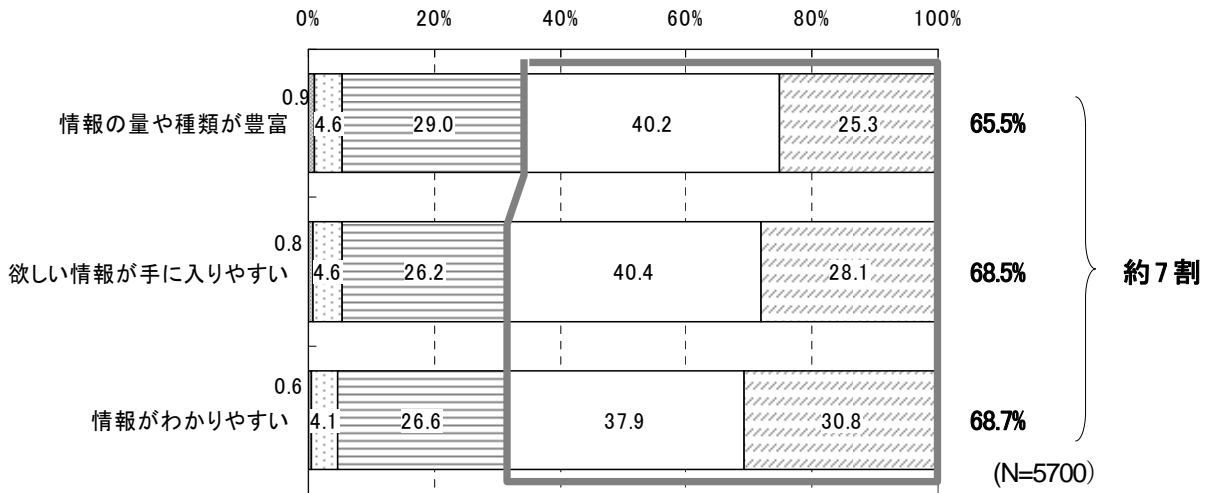


図 3 公共事業に関する国や自治体からの情報提供に対する評価

(2) 公共事業に対するイメージ

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。

国民の約 8 割が公共事業の必要性を感じているにもかかわらず、約 7 割の国民が公共事業に対して悪い印象を持っている。具体的には約 8 割の国民が公共事業に対して「税金を無駄に使っている」「談合などの不正がある」「政治家や役所が勝手にやっている」という印象を持っており、公共事業全体に対し、国民は不正・無駄というネガティブな印象を抱いていることが分かった。【図 4、巻末図 3、4 参照】

設問： 「公共事業」と聞いてどのように思いますか。

■ そう思う □ ややそう思う ▨ どちらでもない □ あまりそう思わない □ そう思わない

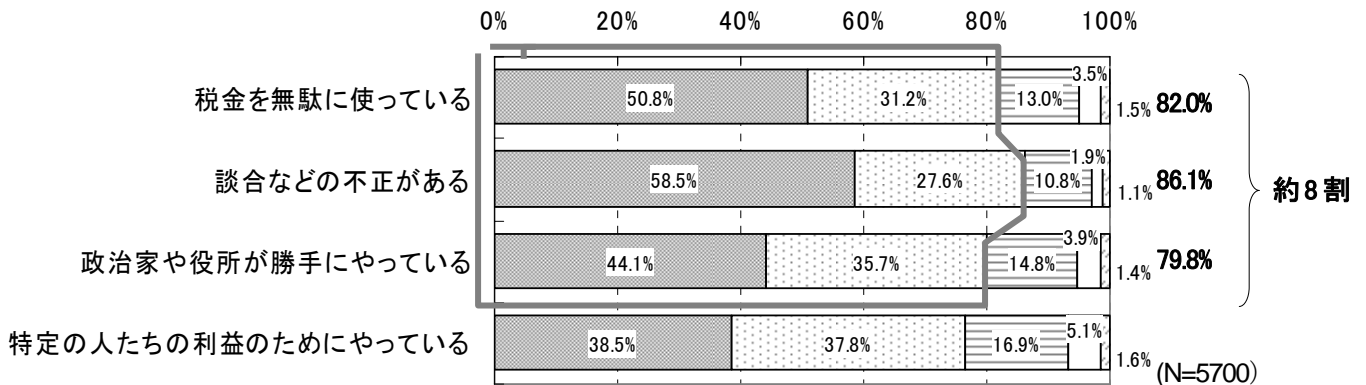


図 4 公共事業に対するイメージ

3.2 職員の認識

政策レビュー「行政行動の改革に関する職員アンケート」より、国土交通省職員の“アカウントビリティ”に対する意識を調査した。

表 3 職員アンケート調査の概要

項目	行政行動の改革に関する職員アンケート
調査方法	インターネットを利用した調査
調査対象	国土交通省職員
母数	約5万3千
標本数	19,078
回収率	36%
調査期間	平成18年7月31日～8月11日

以下に、調査対象の属性を示す。(職場・職種・勤続年数)

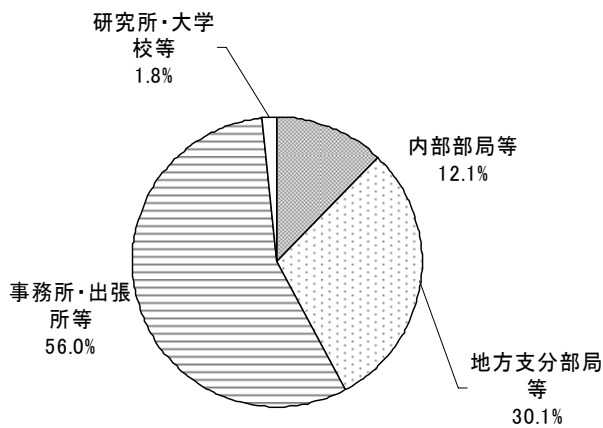


図 5 回答者の属性 (職場別)

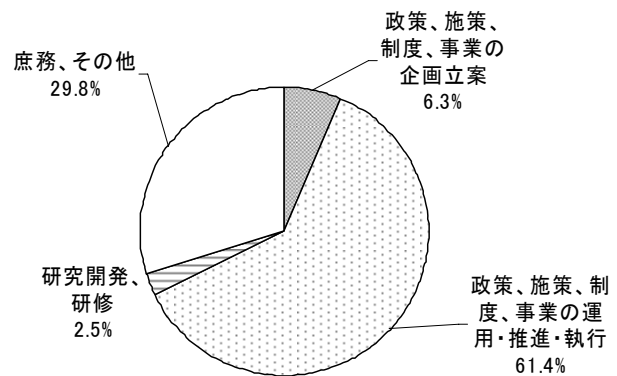


図 6 回答者の属性 (職務別)

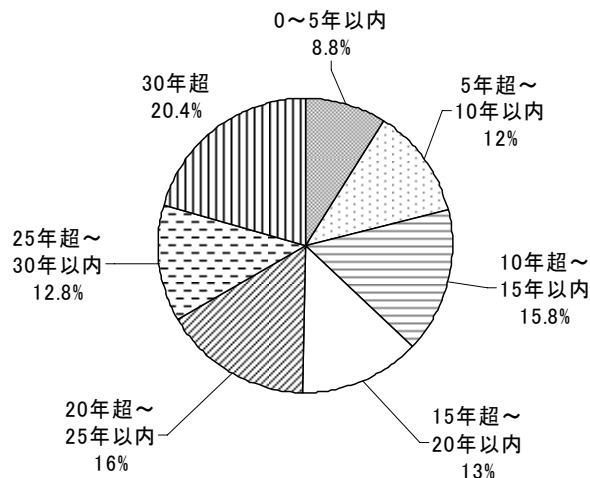


図 7 回答者の属性 (勤続年数別)

(図5～7 : N=19,078)

■アンケート結果及び分析

「国土交通省の本来の使命に対する認識」「情報の共有」「情報提供の方法、量」「マスメディアに対する意識」「アカウントビリティに対する評価方法」など、アカウントビリティを果たす際の職員の意識について、アンケート調査を行い、その結果を分析・評価した。

その結果、約 3 割の職員がアカウントビリティを果たすことを意識しておらず、引き続きアカウントビリティを果たすことの重要性を浸透させる努力が必要であることが分かった。【図 8 参照】

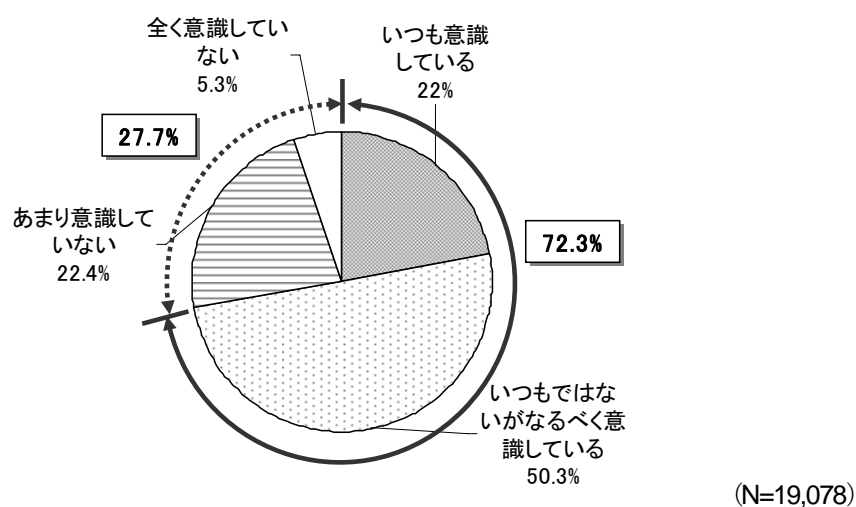


図 8 アカウントビリティに対する意識度

同時に、7 割以上が「アカウントビリティを意識して仕事に携わっている」ものの、以下に示すような課題があることが明らかになった。

【以降のアンケート調査の結果については、「アカウントビリティを意識して仕事に携わっている職員」を対象に分析した。】

(1) 国土交通省の役割や取り組みの情報提供に対する認識

国土交通省の役割や取り組みなどを十分に情報提供できていない。

約 7 割の職員が職務上アカウントビリティを果たすことを意識しているものの、3 割の職員が「国土交通省として伝えるべきことが何かを十分に意識できていない」と答えていることから、国民に対して本来伝えるべき 国土交通省の役割や取り組みなどを十分に情報提供できていないことが推察される。【図 8、巻末図 6 参照】

(2) 国土交通省に関する基礎的かつ重要な情報の共有

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。

国土交通省に関する基礎的かつ重要な情報の共有について、約8割の職員が「情報は共有することが必要であるが現状では共有できていない」と感じているなど、国土交通省内における主要な情報が共有されていないことが分かった。

【巻末図8 参照】

(3) 施策または事業に関する各段階における情報提供

初期段階での情報提供が十分にできていない。

「施策または事業の初期（企画・立案）段階から情報提供ができています」と答えた職員は1割にも満たず（5.9%）、「計画段階までにできています」と答えた職員でも約4割にとどまっているなど、初期段階での情報提供が十分にできていないことが分かった。【巻末図9 参照】

(4) 国民の公共的ニーズに応じた情報提供

相手に応じた情報提供が十分にできていない。

約3割の職員が国民への情報提供に対して、「情報量が不十分」であると考えており、職員の約4割が「国民の欲しい情報の提供ができていない」と考えている。また、約5割の職員は「わかりやすい情報提供ができていない」と考えており、職員は少なからず国民への情報提供に対して不十分であると認識していることが、分かった。【巻末図10 参照】

また、国土交通省におけるアカウントビリティをさらに徹底していくための課題として、「情報提供相手が何を望んでいるかを把握できていない」とする回答が約4割あり、相手に応じた情報提供が十分にできていないことが分かった。

【巻末図6 参照】

(5) マスメディアに対する苦手意識

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。

約6割の職員が、「国土交通省はマスメディアに対して苦手意識を持っている」と回答し、一方で約1割の職員が「苦手意識を持っていない」と回答している。

また、「マスメディアと連携できていない」と回答した職員は、苦手意識を持っていない職員の約2割に対して、苦手意識を持っている職員のほうは約4割と多いことから、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ことが分かった。【巻末図12、13 参照】

(6) 国土交通省からの情報発信の対象

国土交通省から幅広い層への情報発信が現状では不十分である。

約半数の職員が「限られた対象者との情報交換が中心で、無関心層など幅広い層との情報交換がない」ことを課題としてあげている。特に、アカウントビリティを果たすことが必要な業務に従事した経験がある職員ほどその割合が高く、国土交通省から幅広い層への情報発信が不十分であると認識していることが分かった。

【巻末図14 参照】

(7) アカウントビリティを果たす際の目的の明確化・チェック・改善

アカウント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。

アカウントビリティを果たしていく上での目標・方策のチェックや改善の状況について、約4割の職員が「十分されている」「ある程度されている」と回答している。一方、約3割の職員からは「あまりされていない」「全くされていない」と回答している。「どちらとも言えない」と回答している職員を含めると、約6割と少なくない。このことから、アカウント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ことが分かった。【巻末図15 参照】

3.3 専門家からの意見・評価

本評価書の取りまとめに際して、国土交通省がアカウントビリティを果たす際の目標設定及び評価の項目など、現在の取り組みに不足している課題を整理することを目的として『アカウントビリティ推進のための有識者懇談会』³が設置された。

第1回（平成18年3月27日）：

「アカウントビリティ推進に向けた総論軸について」等

第2回（平成18年6月20日）：

「ケーススタディ・課題と方向性について」等

第3回（平成18年8月3日）：

「国民への説明責任（アカウントビリティ）政策レビュー結果（評価書）素案について」等

第4回（平成18年12月1日）：

「国民への説明責任（アカウントビリティ）政策レビュー結果（評価書）（案）について」等

懇談会では、アカウントビリティの現状について、専門家から以下のような意見が出された。

- A) 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場合が多々あるのではないかと。どこまで情報が共有されているのか。
- B) 国土交通省の職員は、マスメディアに対して最初から及び腰のところがあるが、報道に誤りがあれば、正々堂々と反論しないとイケないのではないかと。
- C) 情報というものが全部開示されていない。部分的な開示で我々も判断するのは問題が多い。
- D) 相手の関心事と、国土交通省が伝えなければならないことは、必ずしも一致しないため、うまく相手に情報が伝わらないのではないかと。この情報を相手が受け取ったときにどう感じるか、想像力を働かせ、相手の気持ちや立場を思いやり、相手の関心事に絡めて伝える必要があるのではないかと。
- E) PIを実施する際など、全ての住民と合意に至ることは実際には非常に困難である。どのような段階で、どのように結論を出すかというおおむねの総意を事前に決めるなどの目標の設定が不十分だと、いつまでも同じ議論の繰り返

³ 『アカウントビリティ推進のための有識者懇談会』概要（別紙巻末資料 参照）

しになり、結論がでない場合があるのではないか。

- F) すばらしいパンフレットがよくあるが、多くの人に伝えたい場合に、関心がある人にしか見てもらえないという意味では、一定の成功でしかないのではないか。
- G) 国と自治体が連携しなければいけないのに、自治体より先にメディアが市民に知らせてしまい、自治体が市民に対して説明責任を果たせなかったことがある。関係者間の情報共有がうまくできていない場合があるのではないか。
- H) P I のように何度も意見交換を行い、合意形成を図る取り組みをもっと進めていく必要があるのではないか。
- I) 国民からの意見が施策や事業にどのように反映されたかが重要であり、その反映の結果とその理由をフィードバックすることが重要である。
- J) 書いてあるからいいじゃないかというように、ホームページがアリバイ作りのようになっているのではないか。

3.4 まとめ

3.1 から 3.4 に示した国土交通省のアカウントビリティを果たす取り組みの現状の評価と分析を「情報の発信者（国土交通省）」、「情報交換の方法」の視点から表 4 に取りまとめる。

表 4 アカウントビリティの現状評価のとりまとめと課題の切り口

評価の視点	国民からの評価	職員の認識	専門家の意見・評価		課題の切り口
情報の発信者(国土交通省)に関する視点	<ul style="list-style-type: none"> 国土交通省の情報提供に対して、国民からは十分な評価が得られていない。 	<ul style="list-style-type: none"> 国土交通省の取り組みや役割などを十分に情報提供できていない。 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。 初期段階での情報提供が十分にできていない。 	<ul style="list-style-type: none"> 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場合が多々あるのではないかと。どこまで情報が共有されているのか。 	⇒	アカウントビリティに対する国土交通省内部の組織や体制に関する課題がある。
	<ul style="list-style-type: none"> 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。 	<ul style="list-style-type: none"> マスメディアと十分に連携できていない原因の一つに苦手意識がある。 アカウントビリティを果たす際に、目的の明確化や効果の把握が実施されていない。 	<ul style="list-style-type: none"> 国土交通省はマスメディアに対して最初から及び腰のところがあるが報道に誤りがあれば正々堂々と反論しないとイケないのではないかと。 情報というものが全部開示されていない。部分的な開示で我々も判断するのは問題が多い。 	⇒	アカウントビリティに対する国土交通省職員の意識の課題がある。
	<ul style="list-style-type: none"> 国土交通省の情報提供に対して、国民からは十分な評価が得られていない。 	<ul style="list-style-type: none"> 相手に応じた情報提供が十分にできていない。 	<ul style="list-style-type: none"> 相手の関心事と国土交通省が伝えなければならないことは必ずしも一致しないため、うまく相手に情報が伝わらないのではないかと。 全ての住民と合意形成に至ることは実際には非常に困難であり、目標の設定が不十分だといつまでも同じ議論の繰り返しになり結論が出ない場合があるのではないかと。 	⇒	相手との関係を構築する技術に関する課題がある。
情報交換の方法に関する視点	<ul style="list-style-type: none"> 国土交通省の情報提供に対して、国民からは十分な評価が得られていない。 	<ul style="list-style-type: none"> 国土交通省から幅広い層への情報発信が不十分である。 アカウントビリティを果たす際に、目的の明確化や効果の把握が実施されていない。 	<ul style="list-style-type: none"> すばらしいパンフレットがよくあるが、多くの人に伝えたい場合には関心がある人にしか見てもらえないという意味では、一定の成功ではないのではないかと。 国と自治体が連携しなければいけないの関係者の情報共有がうまくできていない場合があるのではないかと。 P I のように何度も意見交換を行い、合意形成を図る取り組みをもっと進めていく必要があるのではないかと。 	⇒	幅広い層への情報発信や効果の把握等のための手段に関する課題がある。
情報の内容に関する視点	<ul style="list-style-type: none"> 国土交通省の情報提供に対して、国民からは十分な評価が得られていない。 	<ul style="list-style-type: none"> 相手に応じた情報提供が十分にできていない。 	<ul style="list-style-type: none"> 国民からの意見が施策や事業にどのように反映されたかが重要であり、その反映の結果とその理由をフィードバックすることが必要ではないかと。 書いてあるからいいのではないかと、というようにホームページがアリバイ作りのようになっているのではないかと。 	⇒	相手に応じた情報提供など内容に関する課題がある。

4. 課題の分類・整理

4.1 課題の分類

アカウントビリティの現状評価を踏まえ、課題の分類を行った。

アカウントビリティを果たす際には、8頁に示したとおり4つの要素（対話型行政コミュニケーションの4要素）があるが、課題を整理した上で、「Ⅱ. 情報の受信者（国民）」については、国土交通省がアカウントビリティを果たす際の与条件として扱うものとする。

したがって、課題については、下記の3つの要素に分類し、課題を抽出・整理する。

- I. 情報の発信者（国土交通省）に関する課題
- Ⅲ. 情報交換の方法に関する課題
- IV. 情報の内容に関する課題

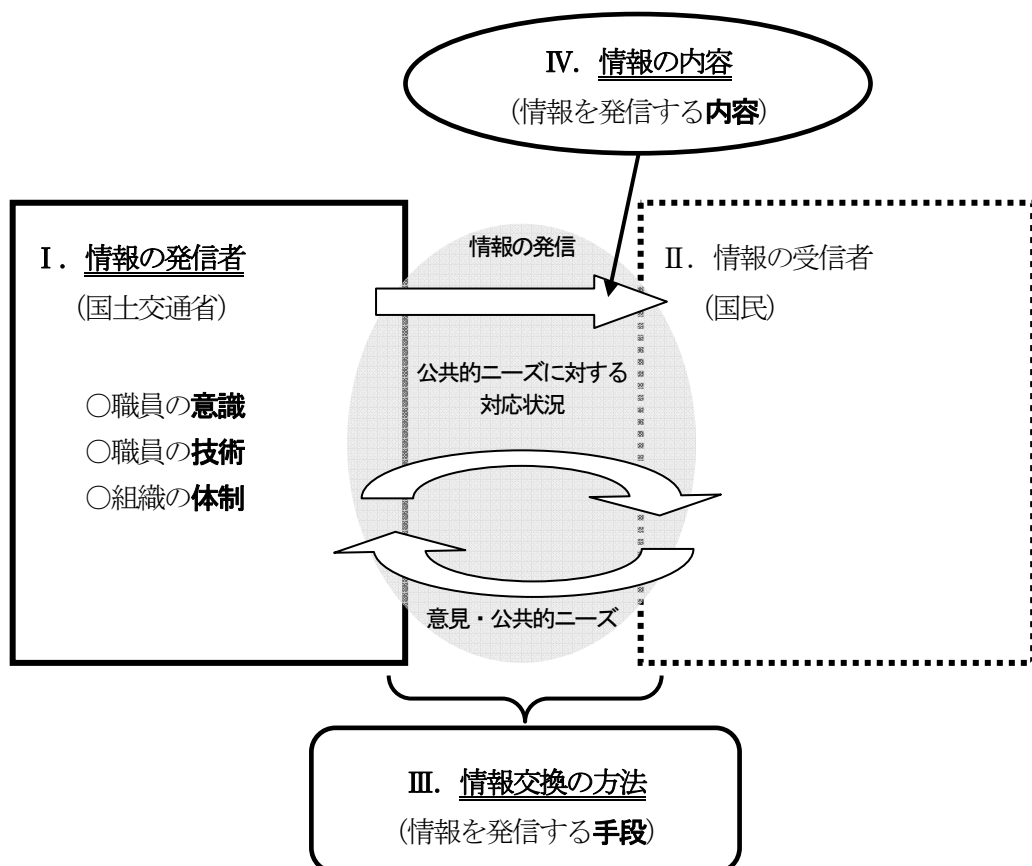


図9 アカ운タビリティを果たす際の4つの視点

4.2 課題の整理

「国民からの評価」「職員の認識」「専門家からの意見・評価」などの分析を通じて抽出、整理した課題は以下のとおりである。

国民へ情報を発信するにあたっては、適切な内容を提供するとともに適切な手段をもって対応する必要があることから、「Ⅳ情報の内容に関する課題」「Ⅲ情報の交換の方法に関する課題（情報の手段に関する課題）」については、一体として扱う。

また、「Ⅰ情報の発信者（国土交通省）に関する課題」については、職員一人ひとりに関わる課題として、「職員の意識に関する課題」「職員の技術に関する課題」を、組織に関わる課題として「組織の体制に関する課題」をそれぞれ抽出、整理する。

4.2.1 情報の内容及び情報交換の方法（情報を発信する内容・手段）に関する課題

国民の公共的ニーズの把握とその対応が十分にできておらず、相手に応じた情報提供が十分できていない場合がある。

《 3.1. (1)、3.2 (4)、3.3.F、G、H 参照 》

<具体事例>

交通規制を必要とする大規模な防災訓練に対し、プレス発表、ラジオ、たて看板、横断幕、広報車などさまざまな広報手段を利用して交通規制情報を発信しているにもかかわらず、規制箇所に進入する人や車両があるなど対象者が多いため周知しきれない。広報のための費用をさらにかければ周知の効果は高まるが、予算にも限度がある。

アカウントビリティの取り組みについて、目的が明確化されていないケースや効果が把握されていない場合がある。

《 3.2 (7)、3.3. J 参照 》

<具体事例>

協賛行事においてブースを出展し、パンフレット配布、パネル展示など施策や事業のPRを行っている。一つのイベントにおいて、参加者の認識の変化を把握するなどPR効果を確認することは、その後のイベントを計画する上での重要な基礎資料となる場合があるが、そのためのアンケート調査を行っていない。

国民からの公共的ニーズに対する対応状況を、国民に周知されていない場合がある。 《 3.3. I 参照 》

4.2.2 職員の意識に関する課題

マスメディアに情報を提供しているものの、苦手意識があるためにマスメディアへの対応が不十分な場合がある。 《 3.2 (5)、3.3.B 参照 》

都合の悪いこと、予期せぬこと、不祥事などの情報提供が十分にできていないとの指摘がある。 《 3.3.C. 参照 》

公共事業全体が不正・無駄というイメージを持っている国民が多い。 《 3.1 (2) 参照 》

4.2.3 職員の技術（スキル）に関する課題

国民の多くは国土交通省の情報提供について満足していない。また、相手に合わせた説明の仕方（タイミング、内容等）になっていないために伝わりにくくなっている場合がある。 《 3.1 (1)、3.2 (6)、3.3.D 参照 》

<具体事例>

住民から専門用語が難しい、図面だけでは工事内容がわかりにくいとの指摘があった。また住民、学識者、報道機関などさまざまな対象への説明会や見学会が画一的な対応で柔軟性に乏しいケースが見受けられた。

事業の目的及び実施についての上承も得られ、用地交渉・買収を進めていたが、「自分たちの住環境がどのように変わるのか、自分の家の前がどのようになるのか」など住民の関心事を捉えて的確に説明できなかったため、その後に住民と意見が食い違い、地権者と個別に交渉することになるなど調整が難航し、進捗に支障が生じた。

公共事業は国土交通省などが勝手にやっていると思っている国民が多く、また、手続きにかかわるルールの設定が不十分な場合に、いつまでも同じ議論の繰り返しになり、結論が出ない場合がある。 《 3.1 (2) 、3.3.E 参照 》

<具体事例>

意見を聞いてまとめようとする、事業に反対する人たちから少数という理由で意見を無視するのかという主張があり、結論が出せずに事業に支障が生じた。

4.2.4 組織の体制に関する課題

国土交通省の本来の使命や役割を伝えることよりも、イベントなどを行うこと自体が目的になっているケースが見受けられる。 《 3.2 (1) 参照 》

<具体事例>

あるイベント来場者は 5,000 人を超えているが、各ブースへの来客が少なく、イベントの目的が伝わっているのか不明である。目的達成度の確認のためのアンケート調査を行っているもののきちんと分析ができていない。





全国的な話題にもかかわらず、自分が担当している分野外や地域外のことを聞かれても答えられない場合がある。 《 3.2 (2) 、3.3.A 参照 》

手続の最初の段階で十分な対応をしなかったがために、その後トラブルが発生し、その調整に時間を要する場合がある。 《 3.2 (3) 参照 》

5. 取り組みの方向性

課題を踏まえ、今後、国土交通省が施策及び事業を進めていく上で果たすべきアカウンタビリティの取り組みの方向性と、その方向性を実現するための行動ポイントを示す。

5.1 情報を発信する内容・手段に関する取り組みの方向性

アカウンタビリティの課題		取り組みの方向性	方向性を実現するための行動ポイント
国民の公共的なニーズの把握とその対応が十分にできておらず、相手に応じた情報提供が十分できていない場合がある。		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	国民のニーズを積極的に把握し、適切に対応する。 (P. 30 参照) 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行う。(P. 32 参照)
		フォローアップ	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。 (P. 28 参照)
アカウンタビリティの取り組みについて、目的が明確化されていないケースや効果が把握されていない場合がある。		目的の明確化と取り組み方法の改善	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。 (P. 31 参照)
国民からの公共的ニーズに対する対応状況を、国民に周知されていない場合がある。		双方向コミュニケーション	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行う。 (P. 30 参照)

5.2 職員の意識に関する取り組みの方向性




5.2.1 職員の意識に関する取り組みの方向性

アカウンタビリティの課題		取り組みの方向性	方向性を実現するための行動ポイント
マスメディアに情報を提供しているものの、苦手意識があるためにマスメディアへの対応が不十分である場合がある。	⇒	マスメディアへの積極的な対応	マスメディアは「国民とのパイプ役」として認識し、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。 (P. 28 参照) 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。 (P. 29 参照)
都合の悪いこと、予期せぬこと、不祥事などの情報提供が十分にできていないとの指摘がある。	⇒	危機管理の対応	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。 (P. 34 参照)
公共事業全体が不正・無駄というイメージを持っている国民が多い。	⇒	社会情勢への対応	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。 (P. 31 参照)

5.2.2 職員の技術に関する取り組みの方向性

アカウンタビリティの課題		取り組みの方向性	方向性を実現するための行動ポイント
国民の多くは国土交通省の情報提供について満足していない。また、相手に合わせた説明の仕方（タイミング、内容等）になっていないために伝わりにくくなっている場合がある。	⇒	相手の立場・視点を考慮	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。 (P. 33 参照) 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。 (P. 29 参照)
公共事業は国土交通省などが勝手にやっていると思っている国民が多く、また、手続きにかかわるルール設定が不十分な場合に、いつまでも同じ議論の繰り返しになり、結論が出ない場合がある。			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。 (P. 34 参照)

5.3 組織の体制に関する取り組みの方向性

アカウントビリティの課題		取り組み方向性	方向性を実現するための行動ポイント
国土交通省の本来の使命や役割を伝えることよりも、イベントなどを行うこと自体が目的になっているケースが見受けられる。		使命と役割の認識	アカウント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。 (P. 35 参照)
全国的な話題にもかかわらず、自分が担当している分野外や地域外のことを聞かれても答えられない場合がある。		内部アカウントビリティの必要性	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。 (P. 36 参照)
手続きの最初の段階で十分な対応をしなかったがために、その後トラブルが発生し、その調整に時間を要する場合がある。		初期段階における積極的な取り組み	国民の公共的な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トビリティの強化を通じて、信頼性の構築を図る。 (P. 33 参照)

5.4 取り組みの方向性のまとめ

上記のアカウンタビリティの課題に対する取り組みの方向性、行動ポイントについて取りまとめ、表5に示す。

表5 アカウンタビリティの課題と取り組みの方向性、行動ポイント

		課 題	取り組みの方向性	方向性を実現するための行動ポイント			
1. 情報を発信する内容・手段		(1) 国民の公共的なニーズの把握とその対応が十分にできておらず、相手に応じた情報提供が十分できていない場合がある。	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	①	国民のニーズを積極的に把握し、適切に対応する。	e	
			フォローアップ	②	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行う。	i	
		(2) アカウンタビリティの取り組みについて、目的が明確化されていないケースや効果が把握されていない場合がある。	目的の明確化と取り組み方法の改善	③	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。	a	
	(3) 国民からの公共的ニーズに対する対応状況を、国民に周知されていない場合がある。	双方向コミュニケーション	④	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。	h		
2. 職員の意識・技術	意識	(1) マスメディアに情報を提供しているものの、苦手意識があるためにマスメディアへの対応が不十分な場合がある。	マスメディアへの積極的な対応	⑤	国土交通省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行う。	f	
				⑥	マスメディアは「国民とのパイプ役」とであると認識し、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。	b	
		(2) 都合の悪いこと、予期せぬこと、不祥事などの情報提供が十分にできていないとの指摘がある。	危機管理の対応	⑦	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。	c	
	(3) 公共事業全体が不正・無駄というイメージを持っている国民が多い。	社会情勢への対応	⑧	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。	m		
	技術	(4) 国民の多くは国土交通省の情報提供について満足していない。また、相手に合わせた説明の仕方（タイミング、内容等）になっていないために伝わりにくくなっている場合がある。	相手の立場・視点を考慮	⑨	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。	g	
(5) 公共事業は国土交通省などが勝手にやっていると思っている国民が多く、また、手続きの設定が不十分な場合に、いつまでも同じ議論の繰り返しになり、結論が出ない場合がある。		⑩		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。	j		
3. 組織の体制		(1) 国土交通省の本来の使命や役割を伝えることよりも、イベントなどを行うこと自体が目的になっているケースが見受けられる。	使命と役割の認識	⑪	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。	d	
				(2) 全国的な話題にもかかわらず、自分が担当している分野外や地域外のことを聞かれても答えられない場合がある。	⑫	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。	l
				(3) 手続きの最初の段階で十分な対応をしなかったがために、その後トラブルが発生し、その調整に時間を要する場合がある。	⑬	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。	n
			⑭	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。	o		
			⑮	国民の公共的な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。	k		

参考：「情報の内容・手段に関する視点」からの整理

情報の内容・手段については、相手との関係性や情報に対する意識の変化に応じて違いが見られると考えられることから、参考として両者の関係と情報の内容を体系的に整理する。

情報の発信者側（国土交通省）として、情報を提供する相手にどこまでの意識の変化を求めるかによって提供する情報の内容（情報の量やその提供範囲、発信手段及びコミュニケーションの密度など）が異なってくる。また、説明する内容に対する相手との関係の度合い（利害関係の度合い）によっても同様である。

アカウンタビリティを果たす際には、まずこうした多様な軸を念頭に、アカウンタビリティを果たすときの目的（相手に期待する意識の変化等）を明確化し、そのために情報をどのような形で提供すればよいか、などを考慮することが有効である。

ここで説明する内容と相手との関係の度合いを次の3つに大別した。

- ・ 直接的（直接的受益者／負担者）：
例えば用地取得や生活環境・安全性に関して実際に影響を受ける人、特定利用者
- ・ 間接的（間接的受益者／負担者）：
間接的に影響を受ける人、地元住民、一般利用者
- ・ 関心が高くない：
影響がない又はほとんどない人、国民一般

また、情報提供によって相手に期待する意識の変化を次の3つに大別した。

- ・ 認知
- ・ 理解
- ・ 意志・行動

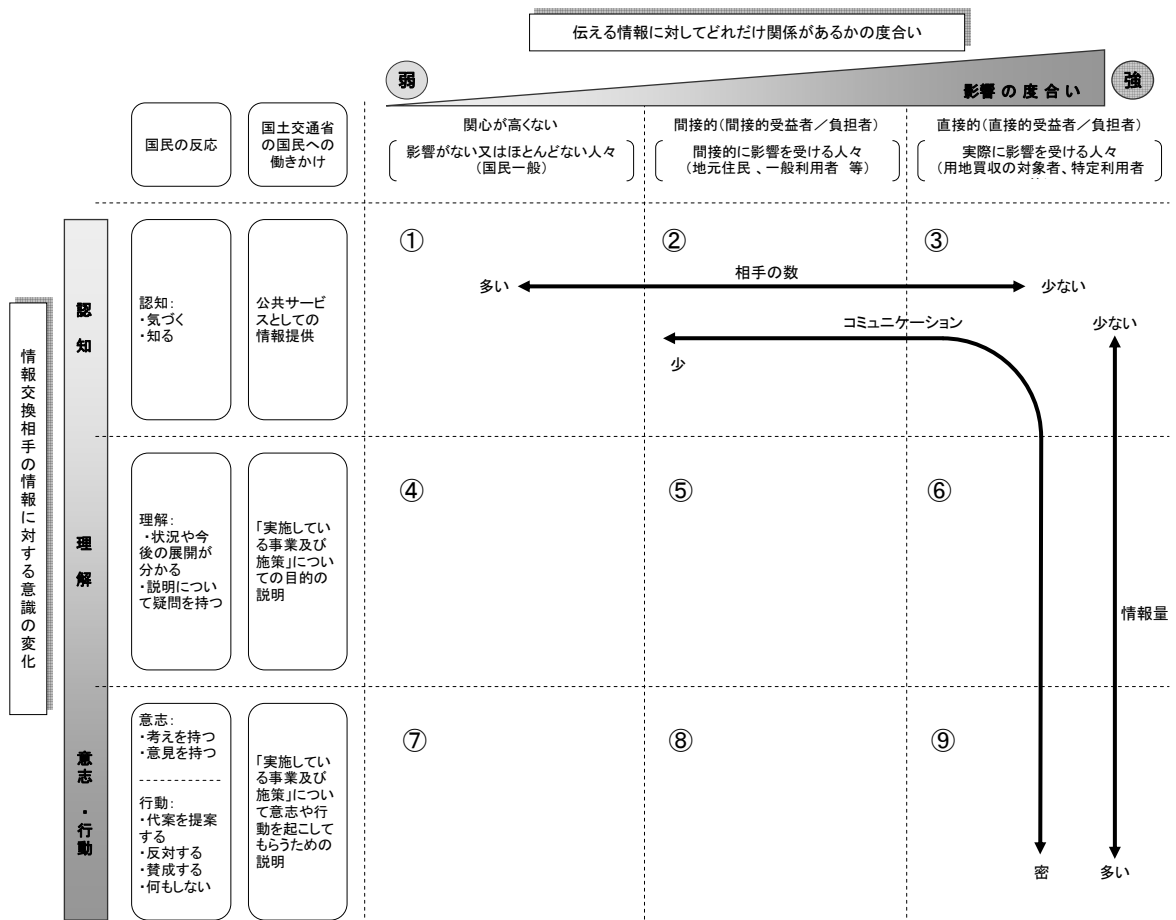


図 10 「情報の内容に関する視点」からのアカウントビリティの整理

図 10 は、アカウントビリティを果たす相手と相手に期待する意識の変化について考慮すべき軸を示したものである。図中の①～⑨の状況で提供する情報量や発信手段、コミュニケーションの密度などについて図 11 に示す。

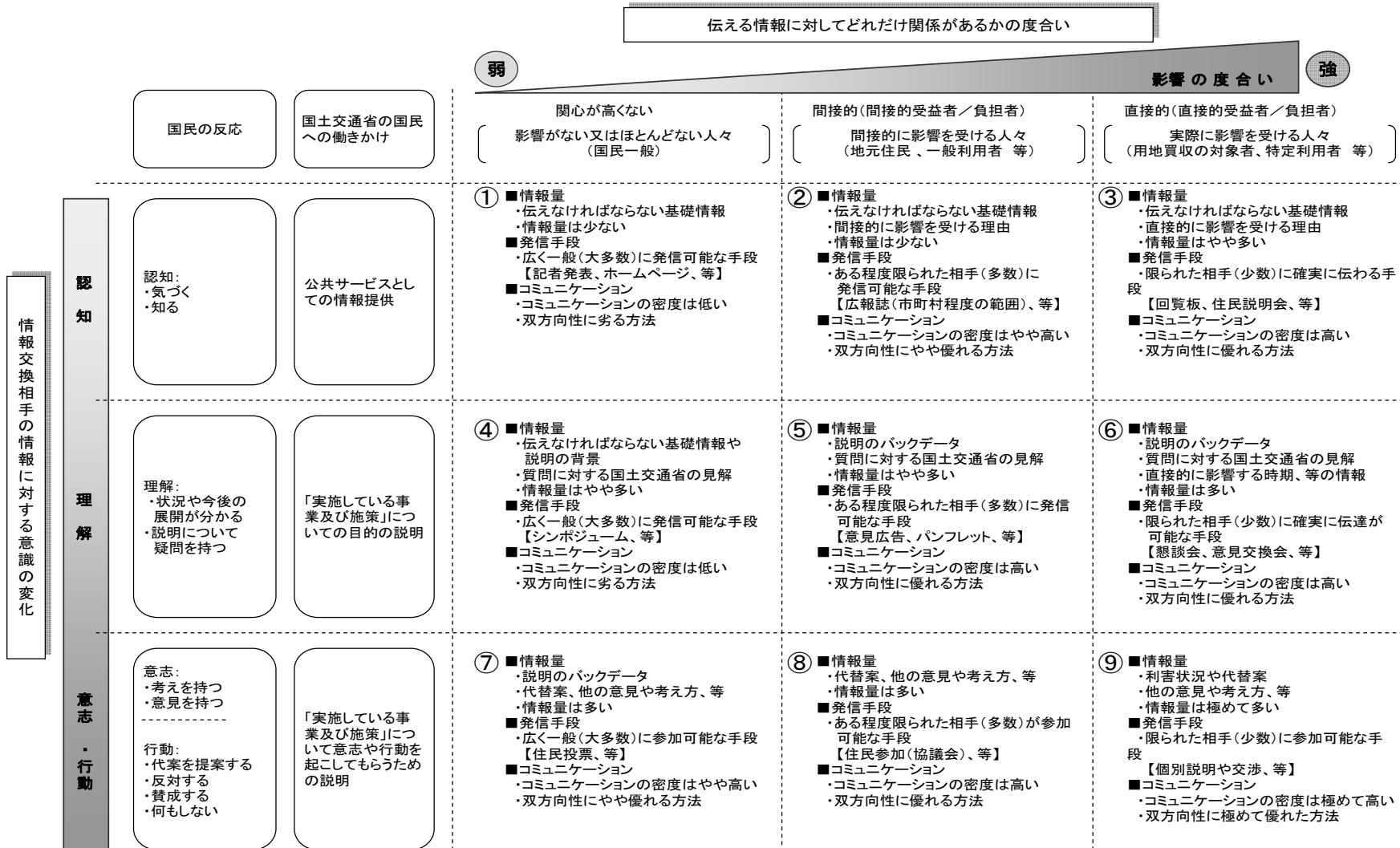


図 11 「情報の内容・手段に関する視点」からのアカウントビリティの整理

6. 方向性を実現するための行動ポイント

6.1 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。

現場見学に参加した人や意見・質問をくれる人などは、時に反対意見を言う人も含めて国土交通行政に関心を持ち、いわばもっとも身近な理解者であり協力者である可能性が高いものである。

したがって、このような人々が情報を楽しみにしてくれるように定期的に、また地域に密着した情報を伝えていくということが重要であり、常日頃からの情報を提供していくシステムの構築を目指す。

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。



【実現のための具体策（例）】

- ・ メールマガジンの発行（国土交通省新着情報メール配信サービスなど）
- ・ 定期刊行物の配布

b. マスメディアは「国民とのパイプ役」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。

少しでも多くの国民に正しい情報を伝えるため、マスメディアが国民とのパイプ役であると常に意識し、意見の相違等による摩擦を恐れずに日頃から積極的に情報を提供したり意見を求めたりするなどコミュニケーションを図ることを目指す。

マスメディア側の疑問、質問や意見は国民の反応を代表しているものと考え、施策及び事業の立案やその説明方法に活かすことが重要である。

心得！

- ・ 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。



【実現のための具体策（例）】

- ・ 研修の実施（メディア対応等）
- ・ マスメディアとの意見交換会の実施
- ・ マスメディアを対象とした現場見学会

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。

国民に正しい情報を伝えるためには、マスメディアに対して正確な情報を伝えることが一義である。一度誤認報道が出るとその影響は多大となることから、事前の情報提供の努力を怠らないことが重要である。万が一、誤認報道と察知した場合には、誤認報道につながった原因は何かを確認した上で、どこがどう違うのかを速やかに担当記者や編集責任者に伝え、場合によっては記者発表を行い、ホームページで公表する。

心得！

- ・ 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。



【実現のための具体策（例）】

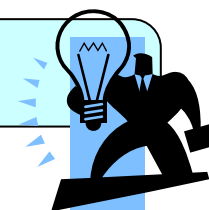
- ・ 研修の実施（メディア対応等）
- ・ ホームページを活用した情報提供

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。

発信する側においても、相手の立場に立って関係する自治体などが戸惑わないよう時間軸を考慮した適時・適正な情報の事前提供を行うなど抜かりのない準備を目指す。

心得！

- ・ 公表前に関係者間の情報共有が不可欠。



【実現のための具体策（例）】

- ・ 公表前に関係者間で情報を共有する。

6.2 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。

国民のニーズは待っている姿勢ではなく、常にアンテナを高くし、国民がどのような公共的価値観を持ち、どのようなニーズを持っているかを聞きに出向いたり、アンケートを行ったりするなど積極的な把握に努める。

把握したニーズについては、公共性の高いものとそうでないものを峻別した上で、緊急性や影響度などを勘案し、計画や施策に反映するなど適切に対応していくことを目指す。

また、苦情や批判の中には、施策及び事業の改善に繋がるヒントも入っている可能性があると考え、まずは素直に耳を傾けることが重要である。

心得！

- ・ 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。



【実現のための具体策（例）】

- ・ 国民のニーズに関するアンケートの実施
- ・ 意見交換会（ワークショップなど）の開催
- ・ Web を活用した国土交通行政に関する自由書き込みサイトの創設
- ・ 国土交通ホットラインステーションなど意見や要望の一元的な受け付け窓口の設置
- ・ 国土交通行政インターネットモニター制度の活用
- ・ 道の相談室・道路緊急ダイヤルの普及促進

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行う。

単にニーズを聞くだけではなく、コミュニケーションによって、施策及び事業の背景や目的が理解されることを目指すとともに、国民の信頼感を醸成するために、公共的ニーズに対する対応状況についても説明していくことを目指す。

心得！

- ・ 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。



【実現のための具体策（例）】

- ・ P I の充実
- ・ パブリックコメントの実施
- ・ 出前講座の実施

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。

国土交通省が進める施策及び事業に対するネガティブなイメージがあるという社会情勢の今だからこそ、国土交通省の役割を強く意識して、取り組みを伝える。

机上ではなく現場を重視し、ボランティアとして参加する施設管理や体験型の現場見学会などを通じて国土交通行政の実像を伝えるとともに、意見交換などによる参加者の理解促進を図る。

心得！

- ・ 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。



【実現のための具体策（例）】

- ・ 映像ライブラリーの充実
- ・ ボランティアサポーターシステムの導入促進
- ・ 見学会の実施（体験型、子供向け総合学習との連携等）

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。

説明会やイベントなどでは、開催することが目的化することのないよう、来場者の反応を期待するなど目的を明確に設定するとともに、スタッフ全員が目的を理解することを目指す。

心得！

- ・ 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！



【実現のための具体策（例）】

- ・ イベント後の効果把握や改善策の検討に役立つアンケートの実施
- ・ ホームページのアクセス数やアクセスコンテンツの分析

6.3 個々の施策及び事業に対しての関係者への理解、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行う。

少しでも多くの国民に正しい情報を伝えるためには、説明を受けた人が次の人に説明してもらえるように、受け手の立場に立ちできるだけ簡潔に、伝えたいことが明確になるようわかりやすい資料を提供することを目指す。

特に、関心がある人に対してはもちろん、関心がない人に対しても広報やホームページなどを通じて積極的に情報を伝えていくことを目指す。

心得！

- ・ 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。



【実現のための具体策（例）】

- ・ 事例収集と蓄積の継続実施
(サイレントマジョリティへ働きかけた事例等)
- ・ 小中学生を対象に道路等の社会資本を題材とした図画や作文のコンクール等を開催
- ・ 受け手の立場に立った用語等の見直し
(例：洪水等に関する用語の見直し)
- ・ わかりやすい資料の共有

j. 相手のニーズやテーマに対する知識の熟度に合わせて説明や資料作成を行う。

相手は必ずしも我々の説明を聞きたいと思っていないことを自覚することが重要である。

的確な情報を伝え、理解していただくためには、相手に関心を持つような説明を行うことが必要である。国土交通省側からだけでなく、様々な相手の立場・視点に立って、相手はどのようなことに関心があるか、どのような考えを持っているのか、知りたいことは何かなどを把握し、また相手の気持ちなどを想像しながら、相手に応じて説明資料や説明方法、説明する場所、説明する時間などを創造することを目指す。想定される質問に対する説明資料や説明方法を事前に用意しておくことに努める。

なお、複数名で説明するときや、その後の人事異動で担当者が変わっても説明のポイントがぶれないように心掛けること。

心得！

- ・ 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。



【実現のための具体策（例）】

- ・ 研修の実施（コミュニケーションスキル向上等）

k. 国民の公共的な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トビリティの強化を通じて、信頼性の構築を図る。

国民との信頼関係構築や公共的なニーズに応じた施策及び事業の展開などを実現するためには、国民の意見を反映しやすい初期段階においてアカウントビリティを果たすことが重要である。

このため、初期段階における積極的な情報共有を行う。

心得！

- ・ 決める前に意見を聞こう。



【実現のための具体策（例）】

- ・ P I ガイドラインの活用

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。

説明会や市民参画型の会議などにおいて、有意義な検討結果を導き出すためには、最後に結論を出さなければならない国土交通省がまず会議の目的と結論を出すべき時期、その手順を明確に示し、会議参加者全員で共有することが重要である。それが共有されないまま、具体的な検討にはいると、結論に行き着かなかったり議論が振り出しに戻ったりするなど、参加者の意識の低下が懸念される。

会議に際しては、国土交通省から議論のたたき台や代替案を提案し、議論の円滑化を図ることが重要である。

なお、結論を出す時は、社会の関心事や参加者の総意を察知するなど戦略性をもち柔軟に会議などを運営する必要がある。

心得！

- ・ 目的とプロセスの共有が有意義な議論の近道。



【実現のための具体策（例）】

- ・ 事例の収集と蓄積の継続実施（ルールの設定による成功事例等）
- ・ P I ガイドラインの活用

6.4 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。

国土交通省におけるネガティブな情報とは、

- ・ 国土交通行政に関する災害、事件・事故等
- ・ 国土交通省の組織や職員に関する問題
- ・ メディアによる重大な誤認報道 等

が想定される。

ネガティブ情報の発信が遅れることは、国民が危険や不安な状況下におかれることや、国民の行政に対する不信へ繋がることに留意し、ネガティブな情報ほど正確かつ迅速な事実確認と情報発信が必要である。なお、この場合においても、関係する自治体などに、時間軸を考慮した情報の事前提供を行うなど抜かりのない準備を目指す。

また、事態の発生後には、再発防止策を講じるとともに、国民に対する説明責任を果たす必要がある。

心得！

- ・ ネガティブ情報ほど一刻も早く事実確認と情報発信を！



【実現のための具体策（例）】

- ・ ネガティブ情報等公開検討連絡委員会における検討

（国土交通省では、事業者等の過去の処分歴や事故等のネガティブ情報を含む情報を公開することで、行政による監督に加え、市場による監視を通じた安全・安心の確保を推進するため、「ネガティブ情報等公開検討連絡委員会」を設置し、所管横断的な検討を行っているところ。）

6.5 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。

アカウンタビリティを積極的に果たすためには、職員のモチベーションを維持し、アカウンタビリティを果たしていくという組織の風土づくりが必要である。そのために、努力した職員が報われる環境づくりや、アカウンタビリティを果たす上での知識や技術を学習することのできる環境づくりを目指す。

心得！

- ・ やる気こそ最大の武器。
- ・ 不器用でもいい、やる気が大事！



【実現のための具体策（例）】

- ・ 研修の実施
（アカウンタビリティに対する考えを発表する等動機付けが重要）
- ・ アカウンタビリティに関する表彰制度の実施

0. 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。

例えどのような仕事に携わっているとしても、国民からすれば国土交通省に関することについて職員は知っているものと思われており、国土交通省のことを聞いてくるものである。

聞かれたときに、わからないと答えるのではなく、最低限の知識を情報提供できることが重要である。

このため、情報の影響度に応じ、国土交通省内で情報共有（内部アカウントビリティ）する仕組みを構築し、職員一人ひとりが主体的に学習・行動することを目指す。

心得！

- ・ 大きな組織だからこそ内部アカウントビリティが大事。



【実現のための具体策（例）】

- ・ イン트라ネットを活用した情報共有サイトの創設

7. おわりに

本指針は、国土交通省職員がアカウンタビリティを果たす上で認識すべき事項を行動指針としてとりまとめた。この行動指針に基づき、継続性と一貫性をもってできるところから早急に行動し、アカウンタビリティを果たしていかなければならない。なお、5年後を目途にフォローアップを行う。

本指針を活用し、国土交通省として果たすべきアカウンタビリティの在り方を示すとともに、組織の縦横における議論を活発に行うことにより、職員一人ひとりにその背景と真意を伝えていくことが重要である。

また、国土交通省としてアカウンタビリティを果たすにあたっては、例えば、『公共事業』という言葉では、社会資本が単なるフローではなく、社会基盤のストックであるというニュアンスを十分に説明し切れていないことから、今後はそれを『社会資本整備』等のように表現するなど、適切な言葉の使い方にも配慮していく必要がある。

巻末資料－1

■ 国民意識アンケート調査

設計標本数 (N=5,700)

	合計	男性						女性					
		10代	20代	30代	40代	50代	60代	10代	20代	30代	40代	50代	60代
合計	5,700	216	487	547	505	588	507	204	471	546	501	589	539
北海道	200	8	17	19	18	20	18	7	16	19	18	21	19
青森県	100	4	8	9	10	10	9	4	7	9	9	10	11
岩手県	100	3	8	9	10	10	10	4	7	9	9	10	11
宮城県	100	5	9	9	10	9	8	4	9	9	9	9	10
秋田県	100	4	7	9	10	9	11	3	6	8	10	10	13
山形県	100	4	7	9	10	10	10	4	7	9	10	10	10
福島県	100	4	8	9	10	10	9	4	8	9	10	9	10
茨城県	100	4	9	10	8	11	8	4	8	10	10	10	8
栃木県	100	4	9	10	9	10	8	4	8	10	9	10	9
群馬県	100	4	8	10	9	11	8	4	8	10	9	10	9
長野県	100	3	9	10	9	10	9	3	8	10	9	10	10
山梨県	100	4	8	10	9	10	9	4	8	10	9	10	9
埼玉県	200	7	19	21	16	21	16	6	19	21	17	21	16
千葉県	200	6	19	21	16	21	17	6	18	20	17	22	17
東京都	200	5	21	23	16	19	16	5	20	22	15	20	18
神奈川県	200	6	20	23	16	19	16	6	19	22	16	21	16
新潟県	100	4	8	9	10	10	9	4	8	9	9	10	10
富山県	100	3	8	10	8	11	10	3	8	9	8	11	11
石川県	100	4	9	9	8	11	9	4	9	9	9	11	8
岐阜県	100	4	8	9	9	11	9	4	8	9	9	11	9
静岡県	100	4	8	10	9	11	8	3	8	10	9	11	9
愛知県	200	7	19	21	16	21	16	7	18	21	16	21	17
三重県	100	4	8	10	9	10	9	4	8	10	8	10	10
滋賀県	100	4	10	9	9	10	8	4	9	10	9	10	8
京都府	100	4	10	9	8	10	9	3	10	9	8	11	9
大阪府	200	7	19	20	15	22	17	6	19	20	15	22	18
兵庫県	200	8	17	20	17	21	17	6	18	20	17	21	18
奈良県	100	4	9	9	8	11	9	4	9	10	8	11	8
和歌山県	100	4	8	9	8	11	10	3	7	10	9	11	10
福井県	100	4	8	10	9	10	9	3	8	10	9	10	10
鳥取県	100	4	8	9	10	10	9	5	7	9	9	10	10
島根県	100	4	7	8	9	12	10	4	7	8	9	10	12
岡山県	100	3	9	9	9	11	9	4	8	9	8	11	10
広島県	200	8	17	19	17	22	17	7	17	19	17	22	18
山口県	100	4	8	8	9	11	10	3	7	8	10	11	11
徳島県	100	4	8	9	8	11	10	4	8	9	9	10	10
香川県	100	4	8	9	9	11	9	3	8	9	9	11	10
愛媛県	100	3	8	9	9	11	10	4	8	9	9	11	9
高知県	100	4	8	9	9	10	10	3	7	9	9	11	11
福岡県	200	9	19	18	18	20	16	8	18	19	17	20	18
佐賀県	100	4	8	9	10	10	9	4	8	9	9	10	10
長崎県	100	4	7	9	10	10	10	4	7	9	10	10	10
熊本県	100	4	8	9	10	10	9	4	8	9	9	10	10
大分県	100	4	7	9	9	11	10	4	7	9	9	11	10
宮崎県	100	4	7	9	10	10	10	4	7	9	10	10	10
鹿児島県	100	4	7	9	10	10	10	4	7	9	10	9	11
沖縄県	100	5	8	11	10	8	8	5	9	11	9	8	8

発信数	14279
アクセス数 ^{※1}	7933
回収数 ^{※2}	6738
回答中止数 ^{※3}	1195
アクセス率 ^{※4}	55.6%
回収率 ^{※5}	47.2%
アクセスあたり回収率 ^{※6}	84.9%

- ※1 アクセスのあったサンプル数(サンプルユニーク)
- ※2 回答完了サンプル数(サンプルユニーク)
- ※3 アクセス数－回収数
- ※4 アクセス数／発信数
- ※5 回収数／発信数
- ※6 回収数／アクセス数

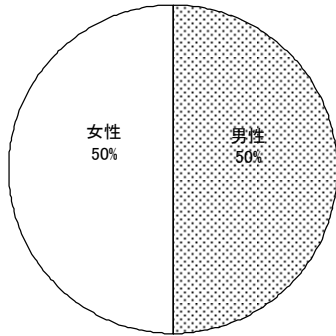
有効回答数 (N=6529)

	TOTAL	男性 計	男性 10代	男性 20代	男性 30代	男性 40代	男性 50代	男性 60代	女性 計	女性 10代	女性 20代	女性 30代	女性 40代	女性 50代	女性 60代
TOTAL	6529	3254	235	469	618	595	751	586	3275	251	462	585	630	939	408
北海道	225	113	9	18	22	18	24	22	112	6	16	19	22	28	21
青森	119	60	3	7	13	14	14	9	59	6	6	10	10	23	4
岩手	119	60	3	10	10	15	11	11	59	4	6	10	14	22	3
宮城	112	52	5	9	13	10	7	8	60	5	12	9	12	13	9
秋田	117	58	4	7	6	15	14	12	59	6	6	9	12	24	2
山形	112	53	4	10	11	8	13	7	59	5	7	9	10	26	2
福島	110	57	7	11	10	7	12	10	53	4	7	7	13	18	4
茨城	108	53	5	7	12	10	10	9	55	6	6	9	12	12	10
栃木	117	59	3	11	11	11	13	10	58	3	10	6	15	17	7
群馬	114	58	5	4	11	13	14	11	56	2	8	10	12	14	10
埼玉	223	112	8	16	24	23	27	14	111	11	20	27	17	20	16
千葉	228	115	4	17	27	20	26	21	113	8	19	19	18	31	18
東京	232	116	3	17	27	20	25	24	116	10	21	24	13	27	21
神奈川	224	108	6	9	30	16	29	18	116	8	17	24	17	24	26
新潟	116	61	4	8	10	11	13	15	55	3	8	12	9	15	8
富山	112	53	3	6	12	8	13	11	59	3	6	9	10	25	6
石川	122	64	8	9	12	7	12	16	58	2	12	11	8	17	8
福井	112	59	5	8	10	14	12	10	53	4	11	9	15	14	0
山梨	110	53	3	8	9	11	11	11	57	3	7	12	10	21	4
長野	111	56	3	8	13	11	10	11	55	4	3	11	10	21	6
岐阜	117	60	5	7	12	9	16	11	57	3	8	15	7	14	10
静岡	111	56	2	9	12	11	12	10	55	5	9	12	3	16	10
愛知	223	108	7	23	18	24	21	15	115	12	16	24	19	24	20
三重	109	56	4	7	11	11	11	12	53	5	8	9	9	14	8
滋賀	109	53	5	7	7	11	12	11	56	5	10	14	11	7	9
京都	126	66	8	15	8	4	16	15	60	4	8	11	10	15	12
大阪	231	116	5	18	19	22	29	23	115	9	18	29	20	22	17
兵庫	232	112	9	19	20	17	22	25	120	10	22	19	20	26	23
奈良	116	64	5	8	10	10	16	15	52	6	9	7	9	13	8
和歌山	111	60	4	4	9	12	18	13	51	6	4	6	7	18	10
鳥取	109	53	4	7	10	9	18	5	56	3	8	9	18	15	3
島根	109	51	3	4	11	12	13	8	58	4	5	8	25	16	0
岡山	114	63	6	7	10	13	15	12	51	2	5	10	9	16	9
広島	224	110	7	14	24	19	28	18	114	7	15	18	25	40	9
山口	126	69	4	14	11	11	15	14	57	7	5	6	8	21	10
徳島	105	51	4	9	9	7	10	12	54	4	4	8	12	22	4
香川	120	60	4	8	12	7	13	16	60	5	11	6	10	21	7
愛媛	111	53	6	7	12	8	14	6	58	6	7	9	9	20	7
高知	115	54	5	10	7	9	16	7	61	3	7	11	23	15	2
福岡	238	112	11	19	18	23	22	19	126	10	18	25	21	27	25
佐賀	112	57	4	8	12	12	11	10	55	6	9	12	8	18	2
長崎	113	54	5	5	12	9	16	7	59	2	9	10	10	22	6
熊本	118	64	4	10	8	17	18	7	54	4	5	7	12	22	4
大分	119	57	4	9	9	10	11	14	62	4	8	10	11	26	3
宮崎	134	60	5	6	13	15	15	6	74	6	12	10	30	14	2
鹿児島	118	53	5	5	8	11	14	10	65	4	9	11	15	24	2
沖縄	116	62	5	10	13	10	19	5	54	6	5	13	10	19	1

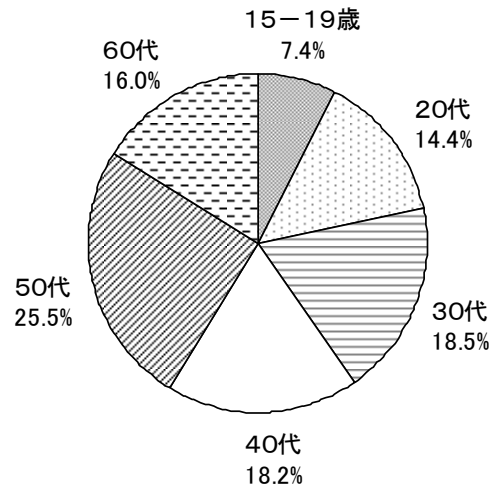
※ただし、有効回答数とは、回答サンプル数から、集計時にデータから除外したサンプル数をひいたもの。

○属性

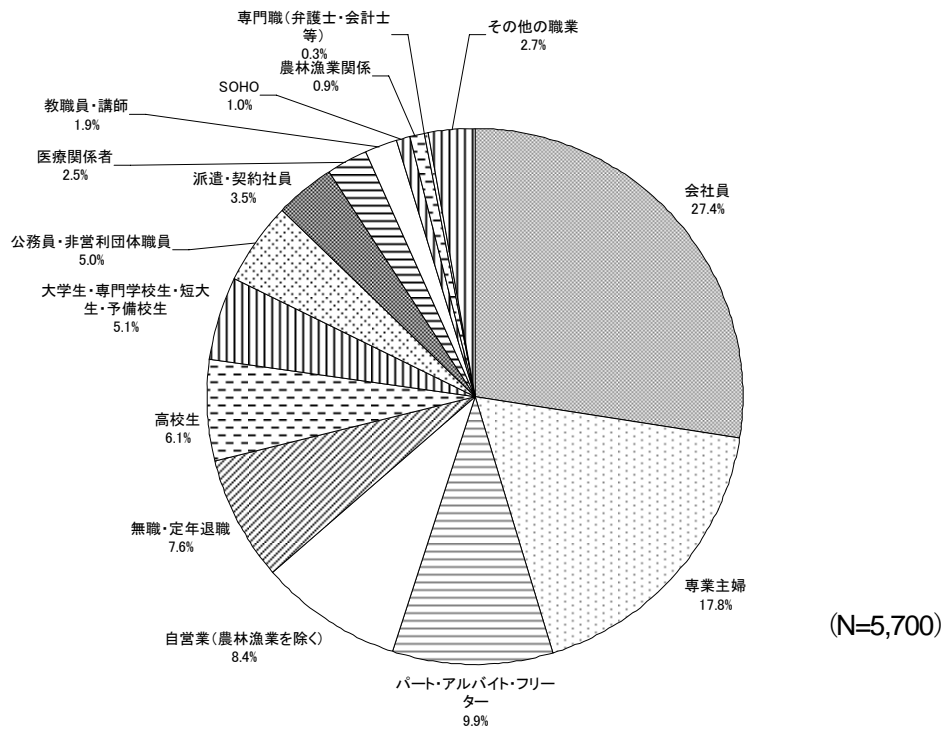
◇ 男女比



◇ 年代別

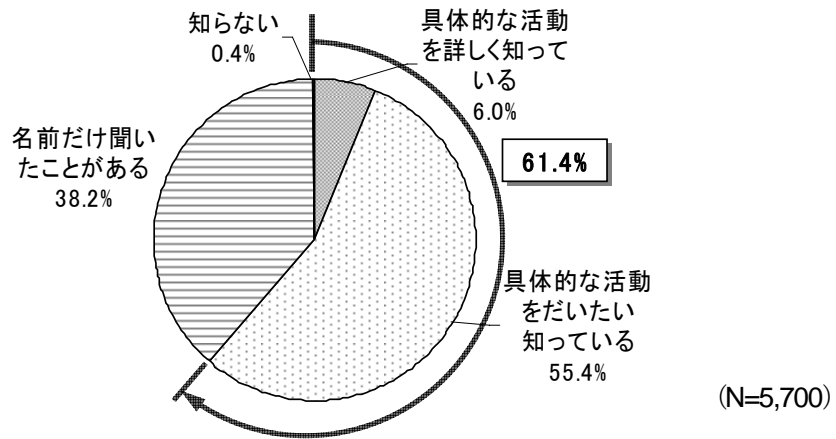


◇ 職業別



3.1 (1) 国土交通省の情報提供に対する評価

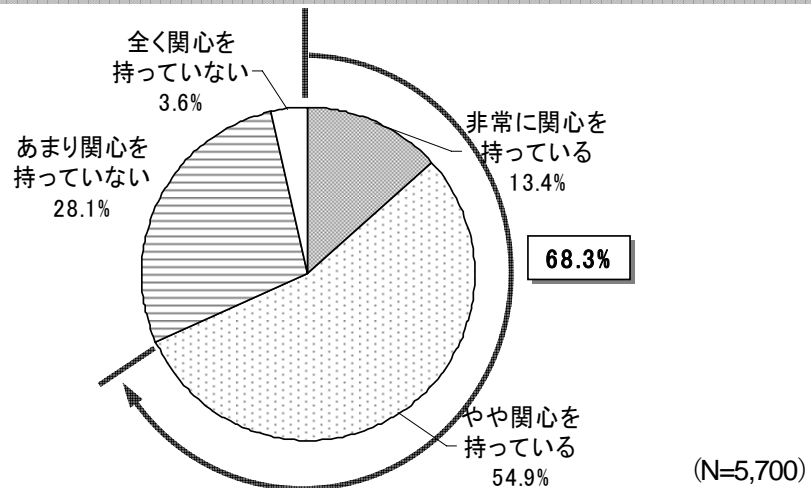
設問： 国土交通省を知っていますか？



巻末図 1 国土交通省の認知度について

3.1 (1) 国土交通省の情報提供に対する評価

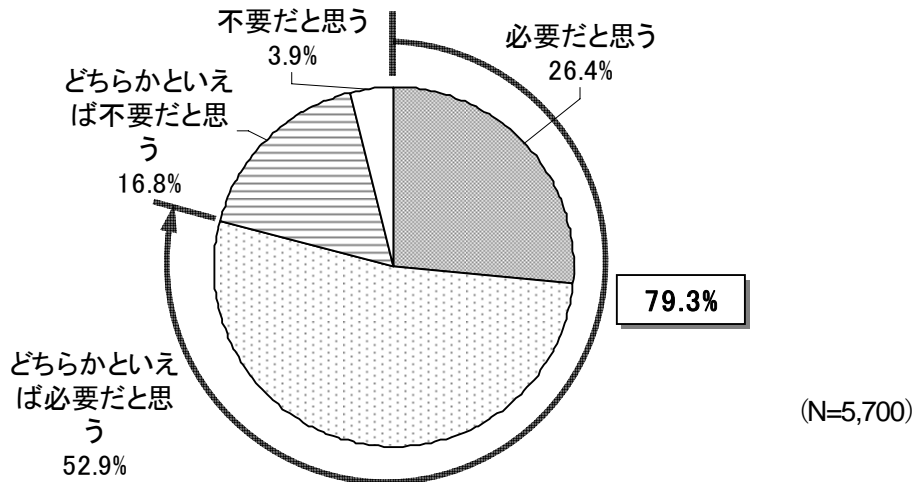
設問： 「公共事業」について、どの程度関心を持っていますか。



巻末図 2 公共事業に対する関心度について

3.1 (2) 公共事業に対するイメージ

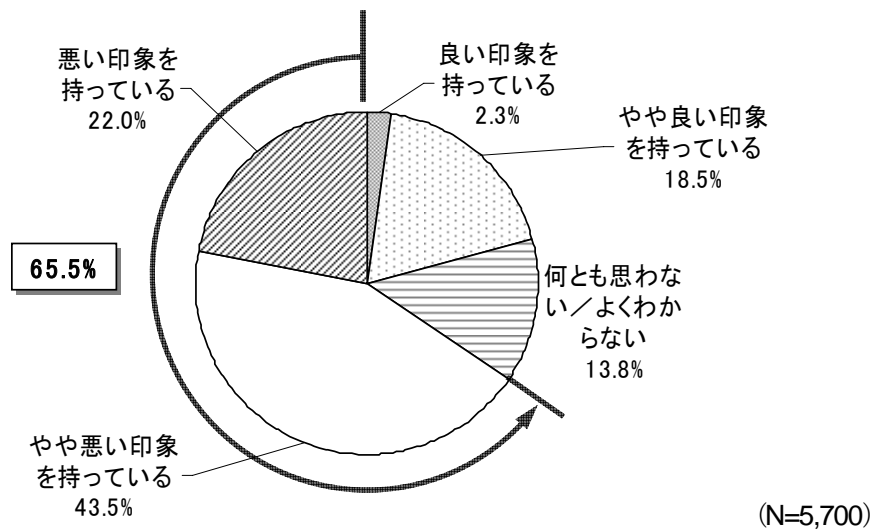
設問： これからの「公共事業」の必要性について、あなた自身のお考えをお聞かせ下さい。



巻末図 3 公共事業の必要性について

3.1 (2) 公共事業に対するイメージ

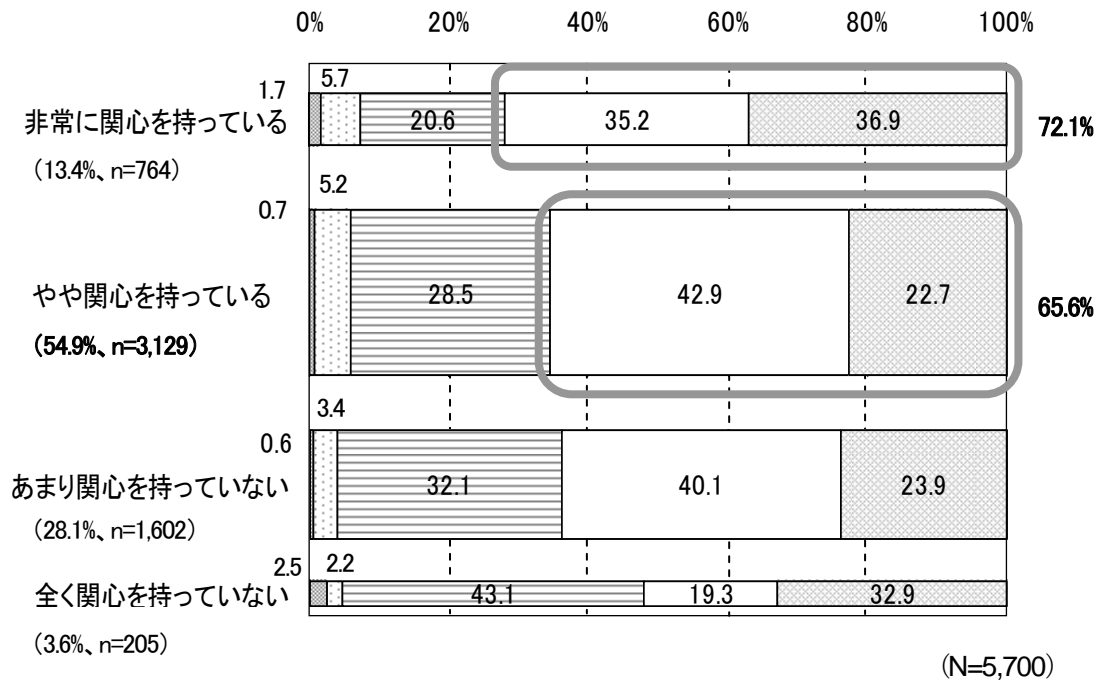
設問： 「公共事業」について、どのような印象をお持ちですか。回答は第一印象でも構いません。



巻末図 4 公共事業に対する印象

設問： 公共事業に関する国や自治体からの情報提供について「情報の種類や量が豊富だ」と思いますか。

■ そう思う □ ややそう思う ▨ どちらでもない □ あまりそう思わない □ そう思わない



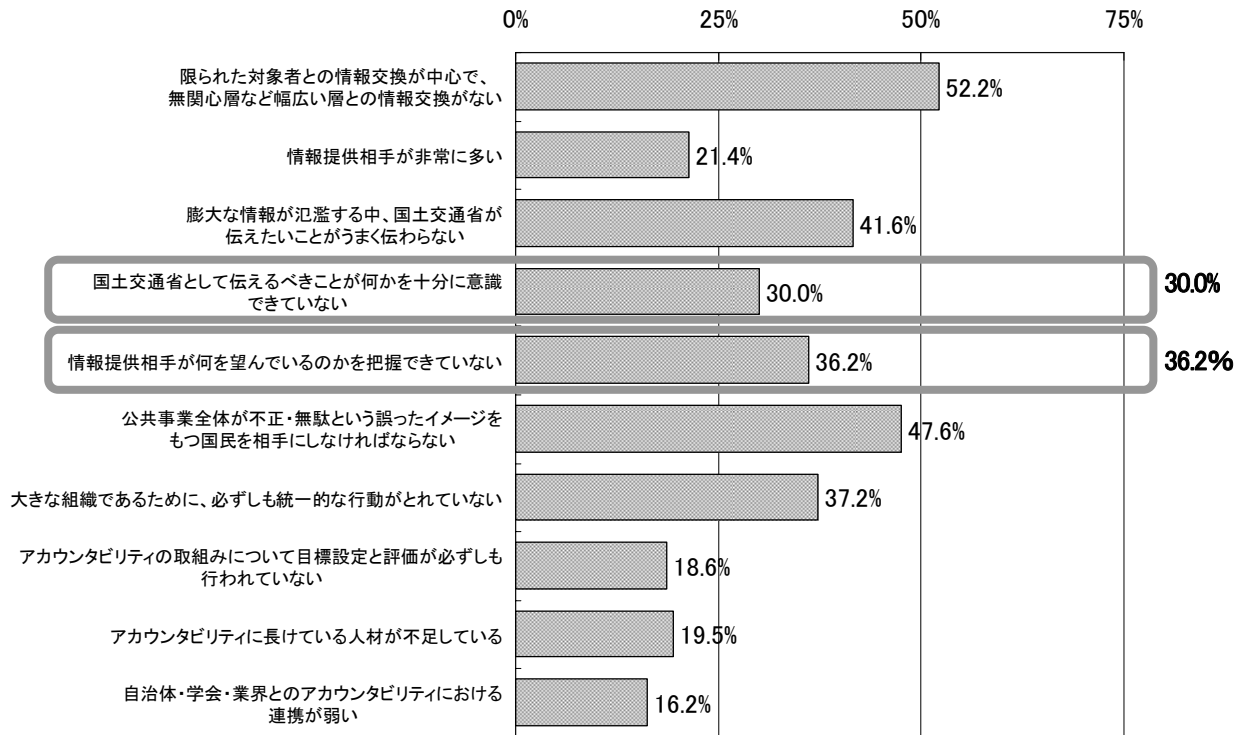
巻末図 5 公共事業に関する国や自治体からの情報提供について
 (公共事業に対する関心の度合い別の「情報の種類や量が豊富だ」に対する評価)

備考) 縦軸の設問：巻末図2の設問より。

【「公共事業」について、どの程度関心を持っていますか。】

■職員アンケート調査⁴

設問： 今後、国土交通省におけるアカウンタビリティ施策をさらに徹底していくために、どのような課題があると思いますか？

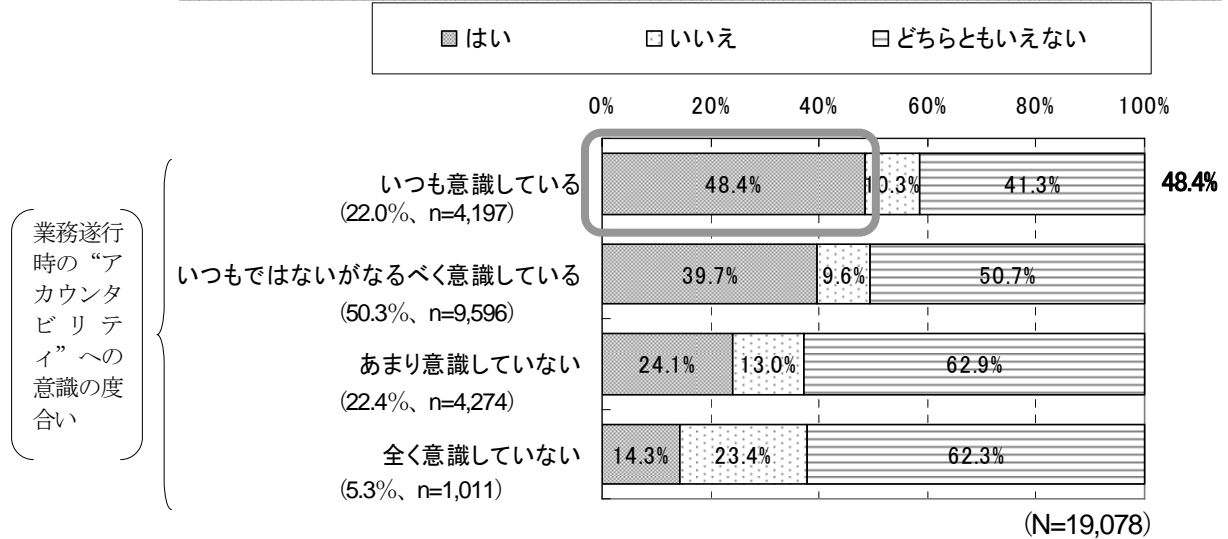


(N=13,805)

巻末図 6 アカウンタビリティを徹底するための課題

⁴ アンケート調査の結果については、「アカウンタビリティを意識して仕事に携わっている職員」を対象に分析した。

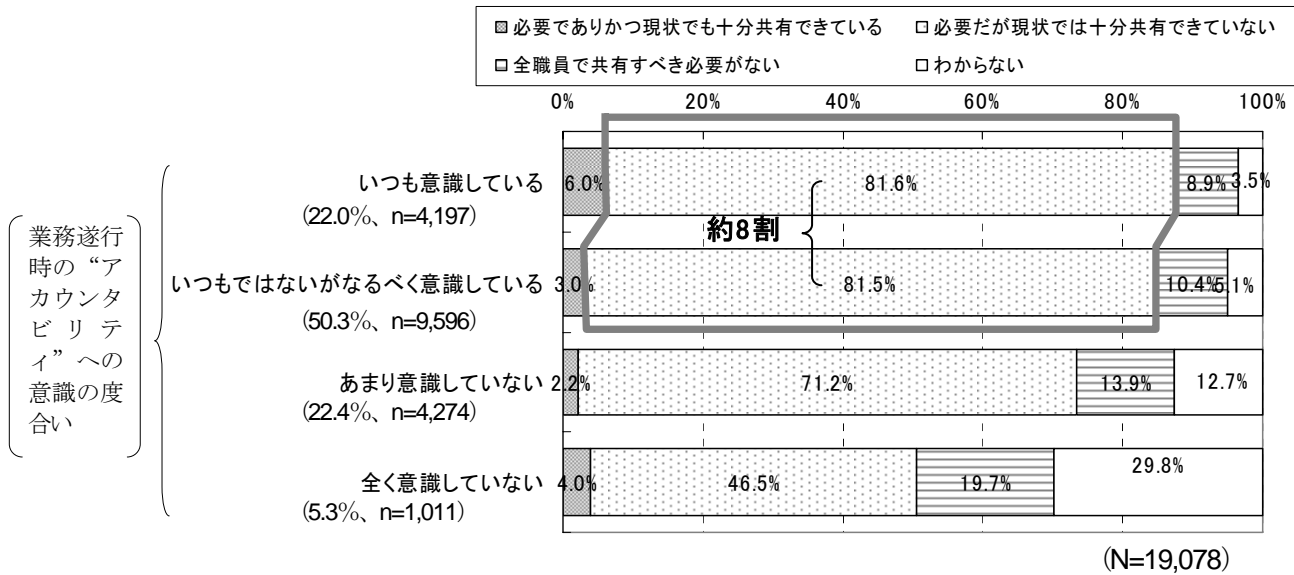
設問： アカウンタビリティを果たすことによって施策または事業の成果があがっていると思いますか。現在のあなたの担当する業務もしくはこれまでに従事した業務の経験を踏まえてご回答下さい。（国土交通省の役割と取り組みについて）。



巻末図 7 アカウンタビリティによって施策または事業の成果があがっているかについての職員の意識
備考) 縦軸の設問：本文 図8の設問より。

【あなたはアカウンタビリティを意識して仕事に携わっていますか。】

設問： 国土交通省職員として、国土交通省に関する全国的な課題など基礎的かつ重要な情報共有についてどう感じていますか？

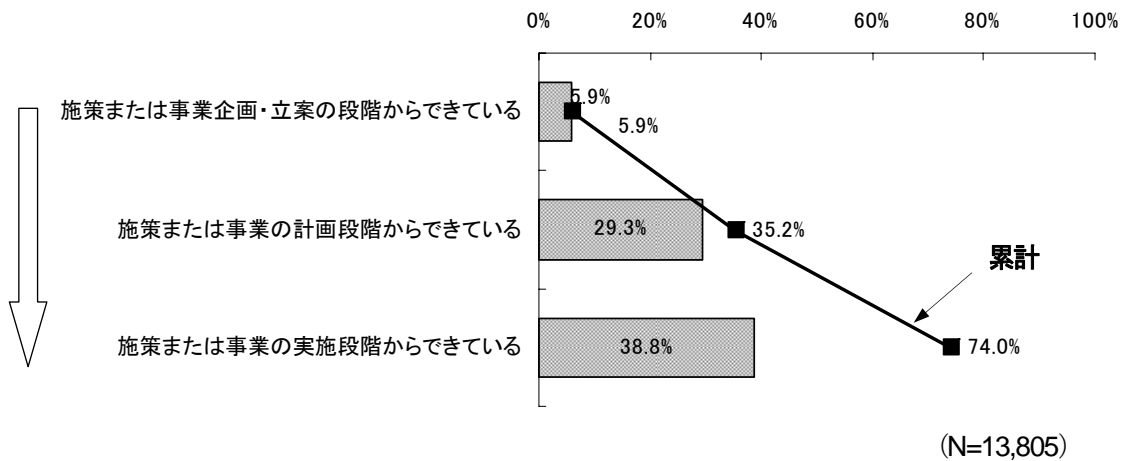


巻末図 8 国土交通省内における情報の共有に対する評価

備考) 縦軸の設問：本文 図8の設問より。

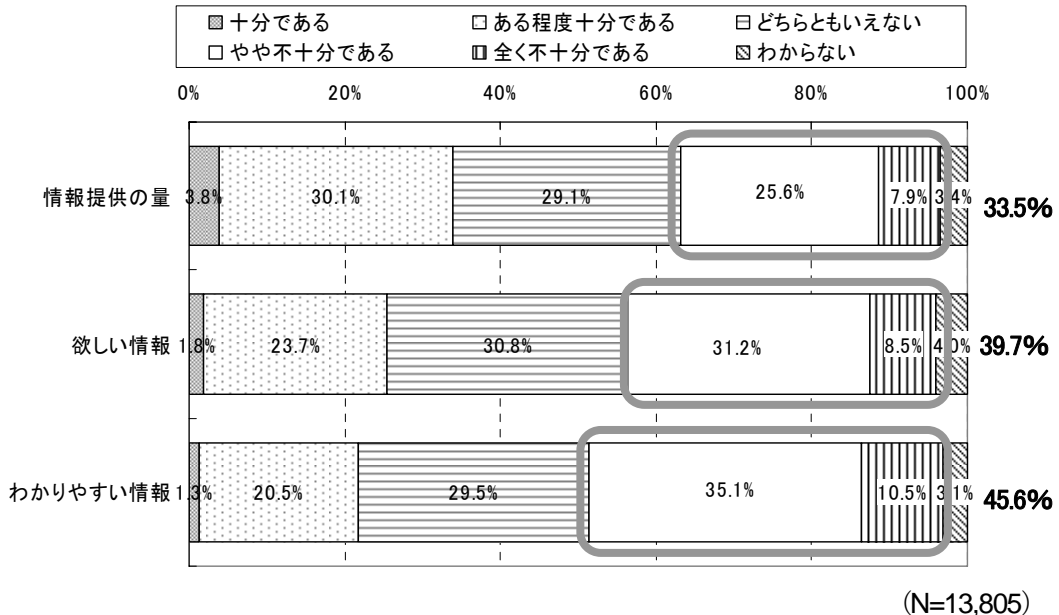
【あなたはアカウンタビリティを意識して仕事に携わっていますか。】

設問： 国土交通省の施策または事業に関する情報の提供について、どの段階から情報提供ができていますか。



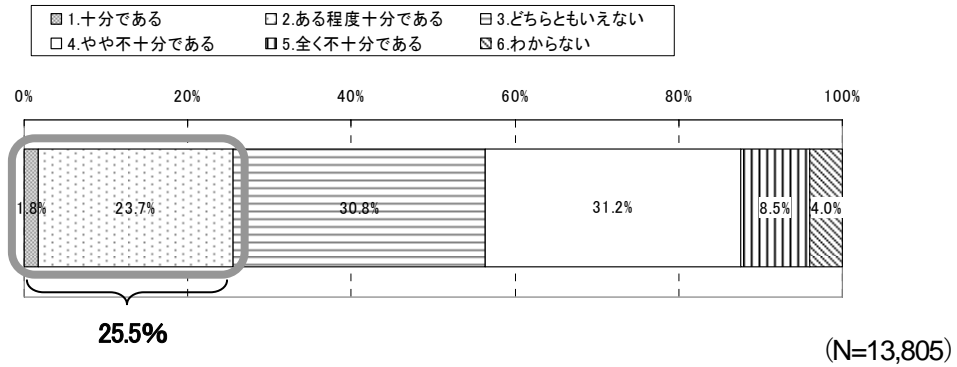
巻末図9 情報提供ができていない事業の段階

設問： 国民に対する「情報提供の量」は十分であると思いますか。
 設問： 国民が「欲しい情報」を提供できていると思いますか。
 設問： 国民に「わかりやすい情報」を提供できていると思いますか。



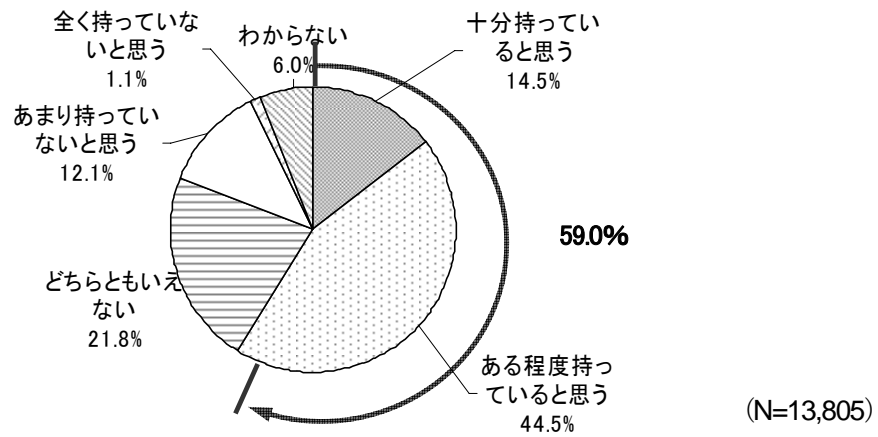
巻末図10 国民に対する情報提供について

設問： 国土交通省の施策または事業に関する情報の提供について、国民が「欲しい情報」を提供できていると思いますか。



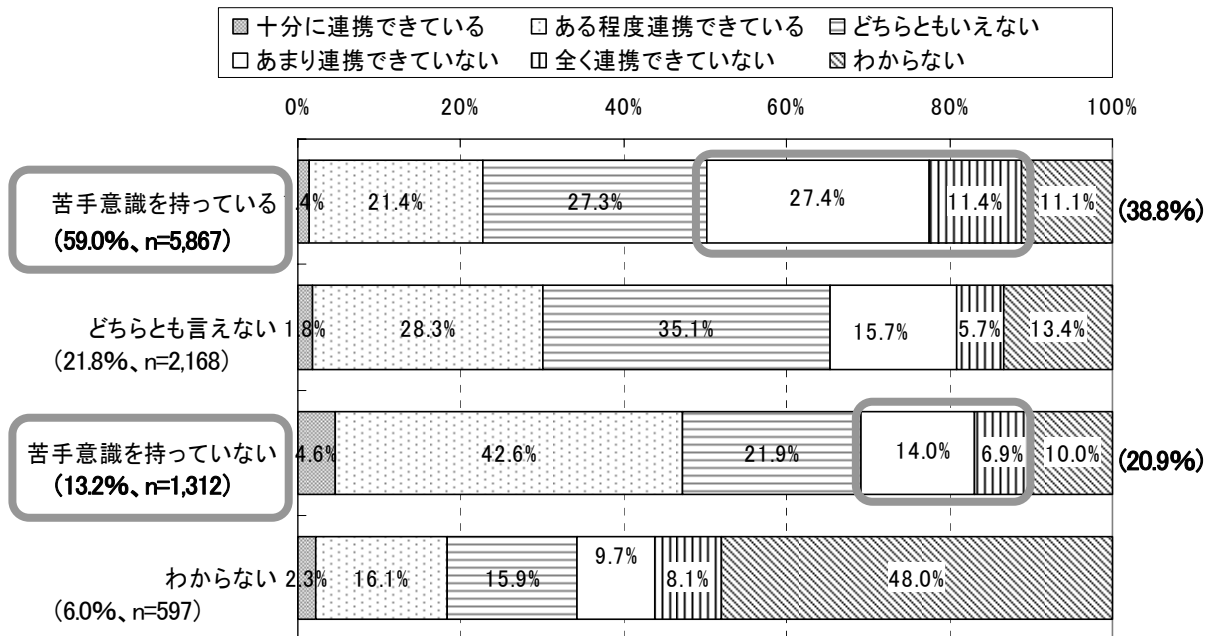
巻末図 11 国民が「欲しい情報」を提供できているかどうか

設問： 国土交通省はマスメディアに苦手意識を持っていると思いますか。



巻末図 12 マスメディアに対する苦手意識

設問： 担当する業務（もしくはこれまでに従事した業務）において、アカウントビリティを行うにあたり、マスメディアと連携できていると思いますか。



(N=9,944)

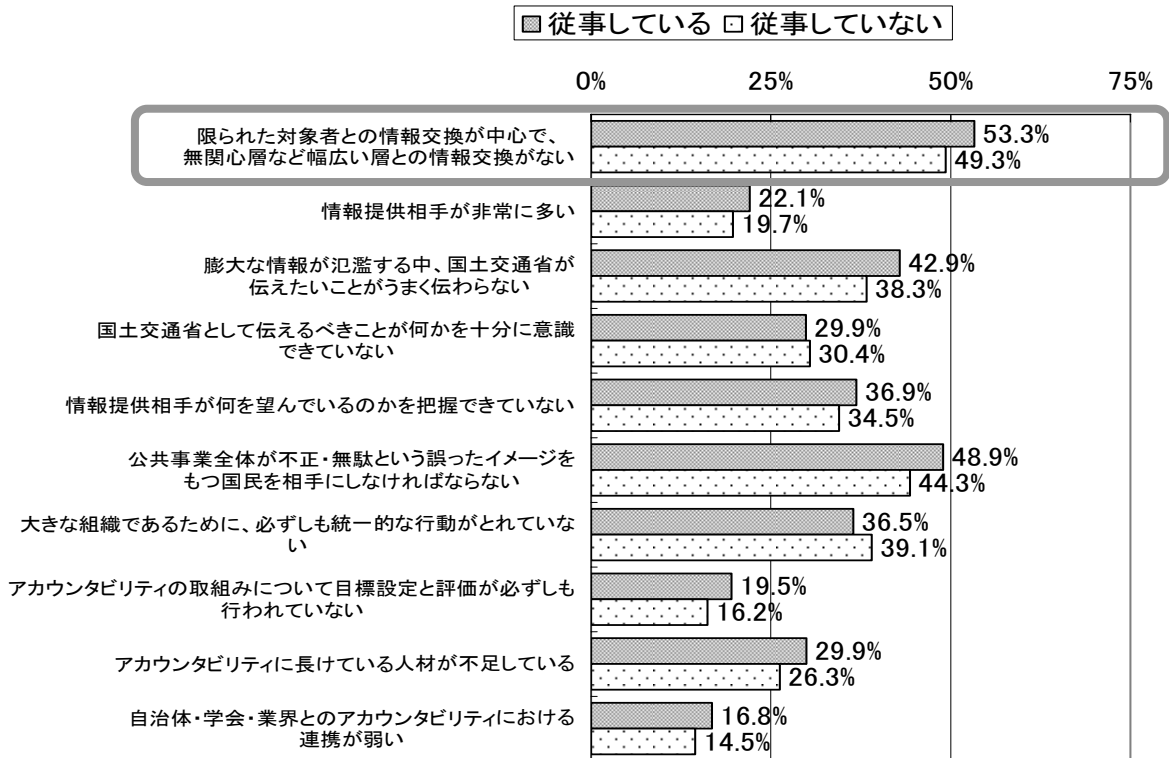
巻末図 13 マスメディアに対する苦手意識と連携について

備考 1) 縦軸の設問：巻末図 12 の設問より。

【国土交通省はマスメディアに苦手意識を持っていると思いますか。】

備考 2) N=9,944 はアカウントビリティを意識して仕事をしており、かつアカウントビリティが必要な業務への従事経験があるもの。

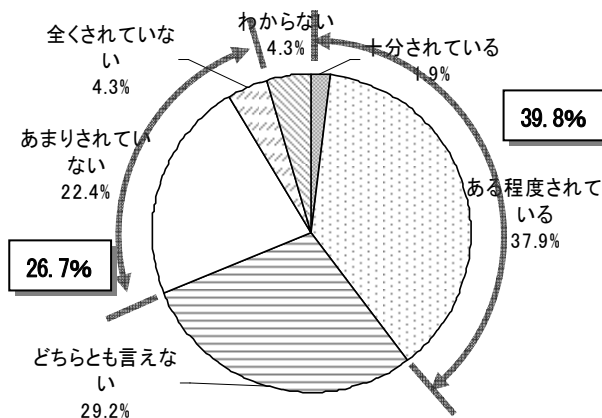
設問： 国土交通省におけるアカウントビリティ施策をさらに徹底していくために、どのような課題があると思いますか。
→アカウントビリティに関する業務への従事



(N=13,805)

巻末図 14 アカウントビリティを果たす必要がある業務に携わった職員とそうでない職員の国土交通省の情報発信に関する意識について

設問： 現在のあなたの担当する業務（もしくはこれまでに従事した業務）では、アカウントビリティを進めていく目標・方策のチェックや改善はなされているとおもいますか。



(N=13,805)

巻末図 15 アカウントビリティのチェック・改善状況

巻末資料－２

■アカウントビリティ推進のための有識者懇談会 委員名簿

井出 隆雄	ジャーナリスト
清原 慶子	三鷹市長
残間 里江子	フリープロデューサー
藤井 聡	東京工業大学大学院理工学研究科 教授
森野 美徳	都市ジャーナリスト
山中 壘	旭化成不動産代表取締役社長
谷口 博昭	国土交通省技監
(清治 真人	前 国土交通省技監)
竹歳 誠	国土交通省大臣官房長
(春田 謙	前 国土交通省大臣官房長)
鬼頭 平三	国土交通省技術総括審議官
(矢部 哲	前 国土交通省技術総括審議官)
佐藤 直良	国土交通省技術審議官
(中島 威夫	前 国土交通省技術審議官)
宿利 正史	国土交通省総合政策局長
(竹歳 誠	前 国土交通省総合政策局長)

(事務局)

国土交通省大臣官房技術調査課
国土交通省大臣官房広報課
国土交通省総合政策局政策課
国土交通省大臣官房公共事業調査室

■「第1回アカウンタビリティ推進のための有識者懇談会」議事要旨

日 時：平成18年3月27日（月） 10:00～12:00

場 所：3号館4階特別会議室

◆総論軸

- 今回説明する総論軸は、次回会議の課題整理の為に事務局としての悩み事を説明する資料であり、決して懇談会の議論を束縛するものではない。
- 正直に「こういった問題点もある」というべきである。裏表無く情報を出してもらわないと、「こんないいことばかり」と思ってしまう。
- 私は国と自治体の関係などの視点から発言をさせて頂く。
 - ① 総論軸については、対象となる国民のとらえ方が重要。（個人、団体、事業者、メディア）
 - ② 時間軸も非常に重要。（いつどの段階で国民に知らせるのか）
 - ③ 手法としては、メディアによるパブリシティ、広報誌の配布（配布先）、HPや説明会で何を優先して伝えるのか、など手法の検討が必要。
- 総論軸の10項目の課題については、自治体も同様な悩みを抱えている。
- 総論軸の②（国土交通省が伝えなければならないこと）が問題である。
- 国民の関心が無くても伝えなければならないこともある。
- ホームページがアリバイ作りになっている。（わかりやすい情報提供が必要）
- 二つのソウゾウ力が重要である。
 - 想像力（イマジネーション）：相手の気持ちを考え、感じ方を想像する力
 - 創造力（クリエイティブ）：既存の価値にとらわれないでいえることが重要
- 総論軸については、内容的に良くできている（網羅しすぎなくらいである）。

◆アカウンタビリティ推進のための有識者懇談会について

- 年度アカウンタビリティ指針の見直しを実施する。
- 内部での議論では難しい点もあるため、有識者の方の意見を反映していきたい。
- 私たち（懇談会）がモニターとなって国交省の取り組みについて意見を述べても良いのではないか。
- 政策評価を自己満足としないため、政策評価結果とアカウンタビリティを連動していく必要がある。

◆国土交通省とアカウンタビリティ（説明責任）

- 国交省は以前は、数字による説明を行っていなかったが、近年は数字による説明を行うようになっている。
- 昔に比べたら役所のアカウンタビリティの取り組みは非常に良くなっている。
- 横浜国道事務所の作文コンクールは良い取り組みである。
- 地整の広報誌はずいぶん良くなっている。ただ、限られた人にしか配布していないのが問題で

ある。

- 広報の問題は役所の代弁者ではなく、メディアとの共通項を持つことが重要である
- 積極的に意見を聞いて施策に反映することが重要である。
- 世の中の人や国交省職員は一人一人は会うといい人なのに、団体になると悪人に見えると言っている。この「隔差」についてきちんと考えなければいけないだろう。
- 国土交通行政は「長期的・広域的」には利益を生じるが、「短期的・局所的」には不利益を生じるために説明する必要がある。（例：道路を作る場合、用地にかかった住民には不利益が生じる、道路利用者には利益を生じる）
- アカウンタビリティの能力の向上だけが重要なのではなく、国民のニーズに対応した政策を作ることが重要である。
- 公共事業は、新聞報道、週刊誌、テレビ等で見るのと実際に見るのとでは全然違う。やはり現場を自分で見ておかなければならないと思うが、このことが（巨大組織である）国土交通省内でどれだけ共有されているのかというところが課題ではないかと思う。
- メディアには、議論をする前にまず現場に行く責務がある。

◆その他、アカウンタビリティ全般について

- アカウンタビリティはレスポンスビリティの対義語である。
- アカウンタビリティとは、自分が誰かに「嫌なこと」（＝負担を強いること）をさせるときに、相手に説明する能力。
- アカウンタビリティの先にあるものは、関係性であると考えている。
- 自分のことだけを考えていては、たとえエクセレントであってもバッドである。人間性が立派で、そこから信頼関係を発展させていくような関係を築くことが重要。
- 企業だと、あらゆる利害関係者と良い関係を構築していくことが重要である。
- いいにくいことをいうことが重要である（リスクコミュニケーション）。
- 国土交通省は限られた人員・予算の中で国民に対する行政サービスを実施している。
- 近年公共工事という言葉に対するイメージが変化してきている。
- 国民に知ってもらうための努力が必要。
- 自治体は市民と協働で施策をやるのが前提。市民とは個人から組織までさまざまである。
- アカウンタビリティなくして、市政はできない。
- 現在国会では「安全に関する集中審議」が行われている。

◆事例紹介について

- アカウンタビリティと言ったときに、どのような手法、仕組みをどういう目的のときに使うのかというあたりについては整理が必要ではないか。国土交通省が行う事業は幅広いため、省がとり得る手法を目的別、事業別というように、もう少し類型化して整理する必要があるのではないか。また、アカウンタビリティを果たすときにはおそらく優先順位があるのではないか。例えば、安

全・安心に関わることは優先順位が高いのではないか。

- アカウンタビリティが発揮できていない、自分たちがやったつもりでも、うまくいっていない各地の事例を抽出し、なぜ一生懸命やっているのに駄目なのか、うまくコミュニケーションできていない原因はどこにあるかをあぶり出すのが良いのではないか。
- ケーススタディ。なぜ思いが伝わらないのかということ調べるのは、良い勉強となるかもしれない。

◆その他

- 次回からのスケジュールは決まっているのか。課題の整理の前に、勉強する時間を設けて頂きたい。
- アカウンタビリティの取り組みは、悪いイメージの払拭が目的ではないわけだから、すべきことはきちんとした方がよい。本当に国民の皆さんに知っていただくように分かりやすい仕組みをつくりたいと思うが、国民は本当になかなか関心を持ってくれないというのが現状。しかし、最初から諦めるのは止めるべき。
- 公共事業は縁の下での力持ちであれば良いという意識がかなり強い分野であると思うが、これからは日頃からどういったことを知っていただくことが必要かをきちんと認識しておかなければならない。
- 一番問われているのは、税金を投入して事業をやっているということ。その意味が何かということ国民から問われている。この視点が非常に大事なところであり、それに対してどのように説明していくのか、どんな体制が必要なのかということ我々もしっかり整理していきたい。

以上

■「第2回 アカウンタビリティ推進のための有識者懇談会」議事要旨

日時：平成18年6月20日(火) 14:00~16:00

場所：3号館2階特別会議室

前回の議事要旨確認とアカウンタビリティの体系化の説明（事務局）

- 前回の議事要旨をもとに、前回の議論内容の確認。
- アカウンタビリティの体系化では、横軸を相手方(国民)の状況に対する区分け、縦軸を情報の熟度としての区分けを行い、2軸で整理した。

アカウンタビリティの体系化について

◆アカウンタビリティの体系化の表について

- 「認知、理解、参画」は国から見た表現。
- 国民の立場に立つと、「気づく、知る、情報を得る、仕組みが分かる、納得する、意見が言える、提案ができる」となる。
- 理解の幅はもっと広いはずで、この体系化はシンプルすぎる。
- 理解というのは、双方向的なコミュニケーションの場と考えられる。
- 理解のところは、どいてくれるということを理解してくださいではなくて、(その事業の社会上の)便益と不便益をまず理解してもらい、その理解は共通化しておいて、参画のところでもいろいろコミュニケーションが図れるといいのではないか。
- 途中に共感、共鳴がないとうまく伝わらない。
- (これだと)理解すると、すぐ住民運動に参加しろ、そういうニュアンスが出てくる。
- 参画は知恵をみんなから聞きたいときに、双方向のコミュニケーションで、あり方を考えていくステップではないか。
- 税金を払うので、後は任せますからお願いしますという“信託”と、時間を作るから近所のことだったらある程度わかるので参加させてくださいという“参画”がある。そのニュアンスが入る言葉がいいのではないか。参画と信託だと少し難しいのではないか。信頼と行動などか。
- 参画には関わり方にずいぶん濃淡がある。もう少し全部くれるような言葉で考え直したらどうか。
- 信頼と行動が国民には合うのではないか。信頼してゆだねる、一緒に行動する。
- 実際には境界がなかなか見えないところもある。グラデーションがいいかもしれない。

◆国土交通省のアカウンタビリティ

- 国交省の中にも利害が反する部局がある。内部コンセンサスがどこまでできるのかも重要だ。
- 行政との約束は、人が代わってしまったりないに等しいという意見を、スーパー堤防の現場で住民の方に聞いた。やはり、継続性と一貫性が重要である。
- 現場にある程度の権限が付与されていることが必要である。そうでないとメッセージボーイになってしまう。

◆その他、アカウントビリティ全般について

- アカウントビリティの評価は難しい。すべてが国民と和気あいあいというのが成功なのかといったら必ずしもそうではない。アカウントビリティの評価は慎重にしなければいけない。
- 説明すれば、それで「我々、説明しました。賛成も反対も知りません。責任果たしました。」という話ではないというところは常に覚えておかないといけない。
- 周りの人たちやマスコミが役所のほうが正しいと思ってもらうのが我々の目標になるのではない。周りの人がやっぱり役所のほうがひどいと思っていたら仕事は進まない。
- 役所の人事異動による担当者の不連続について市民からの不満は多い。人も重要なメディアである。

ケーススタディと課題の体系化について説明（事務局）

ケーススタディについてと課題の体系化について

◆アカウントビリティの在り方について

- 毎日少しずつアカウントビリティというか、ケアをしておく、トータルのコストは、ものすごく小さくなる。
- 秩序ある社会を目指すためのアカウントビリティのあり方として、総論軸の1番目のアカウントビリティの実施手法が重要な議論になるのではないか。
- 信頼を構築するには、莫大な時間と資源がかかるが、崩壊するのは一瞬である。
- アカウントビリティというのは、あくまでアカウントについてのアビリティであり、聞かれたことについて説明できればいいと思う。
- アカウナブルな状況とは体制を作ることや、省内で徹底的に議論すること。

◆課題の体系化について

- (4) (5) (7) (8) (9) (10) は広報の専門家が内部に育てば難しくない。国交省の職員が住民サイドでものを考え質問して、その政策に対して明快な方向性を把握できるような広報室が機能していればよいのではないか。
- (今直面している課題の) 10番が気になる。この業界とのアカウントビリティというよりも、各省庁間での連携の弱さがある。
- どの時期にどのくらいの内容の程度まで説明するのが一番責任を取れるかが悩み。
→時間軸の悩み。
- ④内部アカウントビリティの必要性と、⑤さまざまな組織との連携は大変重要。

◆国民・マスコミへの対応

- (有明干拓に対するマスコミ対応、吉野川第十堰の住民投票について) 最初からマスコミに対して及び腰のところがある。正々堂々と反論すべきものは反論しないといけない。正確な対応の仕方が重要である。

- 真剣勝負なのだから間違っことを許容するというのは国交省の懐の深さだとか度量の大きさだと思ふのは違っている。今の状況は泣き寝入りだと思ふ。
- わからないことはわからないといえはいい。もう1回調べるなどちゃんと期限を切つてそのときにきちんと答えればいい。
- 言つたことが信頼されるか、されないかというのは、災害時とか危機対応のときの現場での対応方法によつて決まる。
- 正すべきところは正す。いわれなき誤解を黙つていと上塗りの上に上塗りすることとなり、いつまでたつても正確な情報が伝わらない。

◆内部アカウントビリティと人材育成

- 国交省だからといつて何から何までなくてよいのだということを知つて、オープンマインドで自治体と乗り越えることで成功し、危機を乗り越えたことが多くあると思ふ。
- 日常の取り組みの中にアカウントビリティの有識者懇談会を設置した趣旨を浸透していくと効果があるのではないか。
- どのタイミングで、どの声音で、どのような調子や言い回しでいるか、相手をどういふ風に見定めるかといふ想像力の問題がある。
- 国交省に限らず、日本全体がそうしたイマジネーションがすごく欠落している。
- この5、6年、国交省の特に若手の人たちが、あらゆるところからボールが飛んでくることに対して、全体にひるんでいるような状態が見受けられる。その結果、過度に自信喪失している。
- 最近の国交省の職員は、説明責任をはじめとして、自分（職員）がちゃんとコミュニケーションをとらなくてはいけないといふ認識は既に持っている。それをどう具体的に示せばいいのかについて個々人の技量の差はあるが、きちんとした研修を受けた人は相当な力を持っている（十年前に比べたらずいぶん向上した）。
- 民間とか自治体の声を聞く機会を持つと一緒に働くときに壁がなくなる。こうした心の壁を取り除いていくのは有効だと思ふ。

◆国土交通省のアカウントビリティ

- 国交省職員は他の省庁と比べ直接住民と触れ合う機会が多い。
- 危機管理のときの職業的に備つた能力なりといふのが信頼の根幹にあると思ふ。国交省が国民から最終的に信頼を得ていく一番の要素ではないか。

◆その他、アカウントビリティ全般について

- 国土交通大学校での研修レポート（発表）を参考にするとよいのではないか。

以上

■「第3回アカウンタビリティ推進のための有識者懇談会」議事要旨

日 時：平成18年8月3日(木) 14:00～16:00

場 所：3号館4階特別会議室

○プレゼンテーション：自治体の立場から見たアカウンタビリティの現状と課題

- マスコミを通じて方針が転換された事件があった。新聞を通じて、環境アセスの導入という新聞報道が出たため、それがPIをないがしろにしていると（現場が）大紛糾をした。
- 議論の目標設定期間が十分ではないため、いつも同じ議論になってしまった。
- 2年で（担当者）異動になるため、（議論は）大筋では変わらないが、（発言の）ニュアンスが随分変わり、会議がうまく回らない不信感のもとになった。
- 国は現場よりも、やはり国としてのピラミッドが大事なのかなと感じた。
- 国土交通省のように大組織になると、司令部と国民との間に非常に距離がある。現場では一生懸命住民の方と対応しているが、どこからか急に情報が流れたりして、全体の組織としてどうかというところが最大の問題点ではないか。
- （アカウンタビリティを考えると）意識が変わって、体制が整えられて、実践が積み上げられていけば、技術や手段というのは後からついてくる。
- 三鷹市は、市民参加とか協働というのを三十数年前から市の1つの大きな根本理念とし、それがうまく回るように役所の中の組織もつくってきた。
- 国土交通省は非常にハンディを負っているような表現になっている。被害者意識を持たず、前向きに夢を語ったほうがブランドというのはできる。
- ブランドづくりは、夢があるレベルでしっかり目標を掲げて、一度旗を上げたらたじろがないで、あとは攻めること。

<質疑応答>

- こうした組織というのは急にはできない。三十数年前からいろいろなかわりで市民が参加したことを反映してきた市の歴史があったから（できた）。
- 機会がないと参加をしない市民もいる。逆に参加できる市民も偏る。引き続きそういう機会に参加できない市民の声を聞く機会をつくっていかねばいけない。
- （外環のPIで）目標の期限をはっきりしなかったのは反省点である。
- 国と都、あるいは自治体が（一緒に）やっていくことが望ましいことでは、特に情報共有が求められている。
- （広報紙は発行頻度が、月2回程度なので）全体としてマスメディアのほうを市民は注目している。したがってパブリシティも非常に重要である。

○プレゼンテーション：民間企業の広報について

- 企業を取り巻く利害関係者は、利益相反の関係にある場合もある。その中ですべてのステークホ

ルダーに対しての良好な関係をつくっていくことが目標である。

- マスコミの向こう側にはすべてのステークホルダーがいる。
- 向こうから、いいやつだと思われないと、コミュニケーションリスクがなくなったとは言えない。
- 日常的な関係性が、何か問題が起こったときに非常に重要になる。
- すべてのところにバランスのとれたアカウンタビリティが必要になる。
- どこに対してどのような情報を取り、また、どこからどう思われているのかということを通にチェックをしながら進めていく。
- 企業は excellent であって、かつ good の評価を狙わないと、社会からは信用はされない。
- good の評価を出すためには、等身大メッセージを出していくしかない。等身大メッセージを出していくことで、尊敬される部分と愛される部分と両方ないといけない。
- good の評価というのは、企業の好感度で決まる。
- excellent と good の評価を上げることによって、ブランド力は確実に増大する。
- 企業広報は、ブランド価値の向上、コミュニケーションリスクの軽減、リスク耐性の増大を狙っている。

<質疑応答>

- (相手に) 伝えることだけではなく、相互理解による関係者を重視というのが、説明責任を考える上で大変重要なポイントだと思う。
- どういうふうにステークホルダーと対応していくかを把握する組織が必要だ。
- 広報のほうで定期的に定点観測をした。これは、第三者に頼んでアンケートのような形で、あらゆるステークホルダーを細かく分けて観測した。
- セクションごとに広報の連絡会を作った。
- 従業員に関しては、全部、匿名アンケートをとった。
- (国土交通省に対しては) やや嫌みみたいなのがちょっといるかなという感じがする。国土交通省というよりは、業界全体で怪しいことがいっぱい起こる。むしろ業界の問題だと思う。
- 国土交通省に対する過度に否定的な印象の適正化を図るための「プロジェクト」には十分勝算がある。ただしそのためには、基本コンセプトやコミュニケーション方法についての「徹底的な議論」が不可欠である。特に重要なのは、「国土交通省は公共に資する仕事をやっている」というニュアンスを適切に含めることである。

施策レビュー素案説明

◆政策レビュー素案について

- もう少し具体的なケーススタディをしたほうが、現場の職員にわかりやすいと思う。
- 少なくともそういうテキストみたいなものがないと、(現場は) 腑には落ちないのではないかな。
- 我々の注文は、ほとんどここでは入っていない。
- good と言われなくてもやらなければいけないことがある。

- 例えば内部でも、これは good と言われようが言われまいが、やらなければいけないことの領域区分はどうなるのかも、今後の課題としてある。
- 全体を聞いていると、だれがだれに向かってこれを言うというのがはっきりしていない。誤解を受ける文言もある。
- 議論自体が国土交通行政全体の議論になっている。そこを整理した上でレビューはしたほうがいい。
- 枠組がこの5年間で変わってきたことを前提に議論をしたほうがいい。
- それぞれの地方自治体の方々とか、地域の歴史、環境性とも関係してきて、(私も)もう少し具体的なことをしないとどうかと感ずるので、例集的なものがあればというのはそのとおりです。

◆国土交通省のアカウンタビリティ

- 公共事業を強烈に意識し、その説明を国民にいかに関心を持ってもらうという1点にあると感ずる。
- 情報というものが全部開示されない。部分的な開示で判断するのは非常に問題が多い。
- 今を生きる我々だけではなくて、将来世代という時間軸を考へて、フローからストックというような言い方もある。社会資本整備、生活インフラというようないろいろな言い方もあるが、そのような観点で議論していただかないと申しわけないなというような感ずりで、少しギアチェンジできればと思っている。

◆内部アカウンタビリティと人材育成

- 実際に当事者として働いている人の自己評価と、その取り組みに対する、組織内のより第三者的、客観的評価ということとで、職員の声が大変意味がある。

■ 「第4回アカウンタビリティ推進のための有識者懇談会」議事要旨

日 時：平成18年12月1日（金） 15:00～17:00

場 所：3号館4階省議室

◆行政行動の改革というタイトルについて

- タイトルは分かりにくいような気がする。もう少し皆さんの意見を伺って議論してはどうか。
- 他のテーマとの共通タイトルではなく、独自のタイトルを付けた方が良いのではないか。
- アカウンタビリティについてだけ議論していることがわかるようにタイトルを工夫してはどうか。
- 全体のタイトルが良いかどうかは別として、本懇談会で議論する評価書のタイトルをもう少し分かりやすくする。

◆サマリーについて

- 非常に演繹的に書かれているので理路整然としているが、読み物としても一つ訴えかけるものがない。頭にサマリーを付けたらどうか。
- 報道発表資料で3枚程度にまとめたものを評価書に添付して製本してはどうか。ただし、現段階では、最後の新行動指針までの途中のプロセスであるということが一枚目に分かるようなペーパーである方が良いのではないか。
- 一番言いたいところである26ページを前の方に持ってきて全体の要約のような形で表現するのはどうか。1ページを見ると全体のストーリーが全部分かるようなペーパーがあると良いのではないか。
- 政策レビューに決まったスタイルがなければ、サマリーを付けたいと思う。

◆記者会見の事例について

- 民間が引き起こしたトラブルについて国土交通省がすべからく公表する義務を負うのは違和感がある。自ら実施している事業と監督責任を負うようなものをよく整理してはどうか。掲載している事例は適切かどうか疑問がある。
- ここで記述されていることは、記者にとっては当たり前のことであり、評価書に大上段にわざわざ書くほどの内容ではないのではと思う。

◆評価書の文章について

- 文章としてこなれていない。何回も読まないといけない文章を読むのは大変ではないのかと思う。現場の人たちになるほど分かるようなものでなければ意味がないのではないか。
- 日本語が練られていなくて申し訳ない。日本語についてはもう少し吟味させて頂きたい。
- 今までにしては割と謙虚で、かつ前向きな感じがするが、日本語の重複語句や主語をはっきりさせる必要がある。
- 全体の文章の流れとしてはかなり良くなったのではないかと評価したいが、文章的にはもう少し

細かいチェックをする必要があると思う。

◆今回レポートの位置づけ・役割について

- 本評価書を出発点にして、それを実際に組織の中で生かすための方向性についてきちんと議論して、実践につながるという意気込みを感じ取ることができるような内容にして欲しい。
- 最先端の取り組みの評価ばかりではなく、平均値に追いつけないところもあり、現状がこのレベルにあるということも理解してもらいたい。

◆ケーススタディについて

- 本当は評価書にもう少しリアリティを感じさせるようなものが資料としてあると良いのではないか。例えば、警察庁がサイバーテロの事例を資料の別冊として整理しているが、本編よりもリアリティを感じることができ、興味深かった。
- 国土技術研究会のアカウンタビリティ部門の発表資料を具体的な事例として参考に付けると分かりやすいのではないか。また、国土交通省でやっていることだけではなく、県や市町村でやっている対話型プロセスである種の成果を上げた事例を収集し、具体例として掲載すると分かりやすくなるのではないか。
- 警視庁のように国の大変さを国民にうまく伝えられると良いと思う。行政サイドが具体的にどんな汗を流したのかということが伝わるととても共感が得られるのではないか。
- ケーススタディは意識を持っていろいろな形で取り組んだものの、なかなか上がってこないのが実情。もう少し頑張ってやらないといけないと思っているが、現状ではなかなか難しい。

以 上

■ 「第5回アカウンタビリティ推進のための有識者懇談会」議事要旨

(持ち回り開催)

日 時：平成19年3月1日(金)～9日(金)

場 所：各委員の事務所等

◆ 井出委員

- 「1.2 社会情勢の変化」の書き方は、もう少し簡潔に書くべきではないか。
- 「3.3 専門家からの意見・評価」に、P1のように合意形成を図る取り組みをもっと進めていくべきであるとの意見を追加して欲しい。

◆ 清原委員

- 第6章、行動ポイントは課題から導き出された改善の方向性でグループ分けがされているが、アカウンタビリティの取り組みに対する行動のポイントによってグループ分けをした方がわかりやすいのではないか。
- 説明時の対応で、人事異動などで担当者が変わっても説明のポイントがずれないようにするとの記述も必要である。

◆ 残間委員

- 情報は一過性で発するのではなく、発信し続けることが重要である。
- 苦情や批判の中には、施策及び事業の改善につながるヒントも入っている可能性があると考え、素直に耳を傾けることが重要である。

◆ 藤井委員

- 国民のニーズには公共的なものと、個人的なものがある。個人的なニーズへの対応まではする必要がない。
- 迅速に伝えるべきネガティブ情報においても、関係する自治体などに、時間軸を考慮した情報提供に努める必要がある。

◆ 森野委員

- 誤認報道は感じるものではなく、察知するものである。
- ルールどおり運営するのではなく、社会の関心事や場合によっては政治情勢なども加味して結論を出していくなど戦略性が必要。会場の多くが結論を求めている雰囲気があれば、ルールはどうあれその潮時を見逃さずに運営しなくてはならない。そのような記述が必要である。

◆ 山中委員

- マスメディアの疑問、質問、意見は国民の反応を代表していると考え、それを活かすことが重要である。
- 会議などのルールは必ず決めるべきであり、ルールの決定権は、最終的に責任を負う行政にある。また、会議の目的が、意見を聴くものなのか、合意形成を図るものなのか明確にすることが重要である。

以上

巻末資料—3

■ 代表事例集

代表事例概要一覧表

	取り組みの対象・主体	概要
1	松浦川における河川環境整備 (九州)	河川環境整備事業にあたって地元住民参加による計画活動（ワークショップ）を実施している。地元住民が主体となり維持管理に参画し、事業をサポートする住民組織が自主的に立ち上がった。 (巻末P. 27 参照)
2	東京外かく環状道路 (関越道～東名間) (関東)	沿道地域でのPI、情報の発信等を通して関係住民、利用者、国民一般から広く意見を聴取した（沿線協議会、オープンハウス等）。 (巻末P. 28 参照)
3	名古屋港における 「ものづくり体験見学会」 (中部)	『ものづくり』の生産拠点と社会資本である港湾等の結びつきとその役割について体験・理解できる一般参加の体験型見学会を実施した。 (巻末P. 29 参照)
4	国営讃岐まんのう公園 (四国)	維持管理作業等への住民参加を実施するとともに、体験教室等のイベントもボランティアで企画・運営されるなど協働の仕組みを形成してきた。また、計画策定時に地域住民等の方々に御意見を募集しその結果を反映した。 (巻末P. 30 参照)
5	荒川（下流部） (関東)	流域住民に事務所の施策及び事業をきめ細やかに伝え、住民ニーズを的確に把握することで、荒川を大切にしたい意識をもち、行動してもらう荒川ファン（理解層）の形成を目指している。 平常時の情報共有、コミュニケーションを図る努力を積み重ね、信頼関係の醸成をアカウントビリティの目標として活動している。 (巻末P. 31 参照)
6	新潟県中越地震 —地域への情報提供—	新潟県中越地震における国民への情報提供に関しては、気象庁が地震発生2分後から逐次震源や震度等に関する地震情報を発信したほか、発災1時間後には現地の状況を第一報として発信し、その後も記者会見等を通じて逐一被害状況を伝えるなど、情報の収集・発信のための体制を整えて対応した。 (巻末P. 32 参照)
7	洪水等に関する防災情報体系の見直し	わかりやすい水位情報の提供をするため、洪水予報の際に、危険水位などの用語の意味を合わせて伝えるように記者発表例文を改定した。また、検討会を設置し、切迫度合いを理解しやすいように伝える工夫を行っている。 (巻末P. 33 参照)
8	コミュニケーションスキルの向上	コミュニケーションスキルの向上を目的に専門家のアドバイスを受けるなどの「コミュニケーションスキル向上懇談会」を開催し、3年間で本省職員等約120名が受講した。 (巻末P. 34 参照)

ポイント

地元住民が主体となり維持管理に参画し、事業をサポートする住民組織が自主的に立ち上がった。

実施時期

平成15年～現在

事例の概要

松浦川は佐賀県唐津市を流れ、アザメの瀬地区は海から約15.8km地点の山村地域にある。事業対象地域の川幅は60m～70mで、水田地帯を流れている。

事業は平成15年から始まり、①河川の氾濫原的湿地の再生と、②人と生物のふれあいの再生を目的として、地盤を掘り下げ、過去の氾濫のリズムを再生する氾濫原湿地の再生やシードバンクによる在来植生の回復、などの取り組みを行っている。



アザメの瀬地区 (H17.12)

効果

- どんな小さなことでも住民が皆で考え、計画し、住民の声計画・活動に反映され、よりよい計画づくり、活動の取り組み、能動的な維持管理活動へと発展してきた。
- 平成14年12月、事業をサポートする住民組織である「アザメの会」が自主的に立ち上がった。
- 住民が主体的となり、アザメの瀬の維持管理活動を実施している。
- 自分達の事業であるという意識が高まり、地元住民が事業を主体的、積極的に説明、「全国川の日ワークショップ」等で宣伝をしている。

国土交通省主体による
事業内容の情報公開

地元住民主体による
検討会・アザメ新聞での
情報提供・情報交換

地元住民が事業を主体的・
積極的に説明・宣伝
(全国川の日ワークショップ等)



特徴

○住民参加による計画立案

- ・ 河川環境整備事業が始まる以前の平成13年11月から地元住民参加による計画活動がスタートした。
- ・ 「アザメの瀬検討会」(ワークショップ)を月に1度行い、平成18年8月末までに53回開催した。



メンバーは非固定で自由参加となっており、誰もが検討会に出席をして発言できる。

知識の蓄積・状況の変化に応じて一度決まったことでも繰り返し話し合いを行い、住民の積極的な参加により、計画がより良いものとなった。

課題、今後の対応方向等

今後は住民主体及び参加型維持管理活動のパイオニアとして、松浦川での経験を他の地域の人達に伝播していく役割を担っていくことが期待される。

ポイント

沿道地域でのPI、情報の発信等を通して関係住民、利用者、国民一般から広く意見聴取を行った。

実施時期

平成14年（協議会設置）～現在

事例の概要

東京外かく環状道路（通称：外環）は、都心から約15kmの圏域を環状に連絡し、延長約85kmに及んでいる。そして、首都圏の渋滞緩和、環境改善や円滑な交通ネットワークを実現させるための重要な道路である。

このうち関越道から東名高速間（約16km：赤線で表示）の計画の進め方については、計画の構想段階から、関係する住民、利用者や国民一般に情報を公開した上で、広く意見を聴取・公表し、それらを計画づくりに反映するPI（パブリック・インボルブメント）方式で行っている。

東京外環（関越道～東名高速間）



効果

○PI外環沿線協議会

平成14年6月から沿線7区市の住民、沿線自治体、国土交通省及び東京都の担当で協議を計42回行い、平成16年10月に『2年間のとりまとめ』を公表した。

○PI外環沿線会議

平成17年1月からは「PI外環沿線会議」となり、13回の会議を経て、平成17年8月に構想段階の議論を終了した。その後、計画段階の議論をしており、平成19年1月までに計24回開催した。

○オープンハウス・意見を聴く会

三鷹市に常設会場を設置するほか、模型やパネル等の展示、相談コーナー等を設けて外環に関する説明を行い、来場者の疑問や相談に応じるオープンハウスを平成19年1月までに計96回行い、6,012人の来場者があった。意見を聴く会は、平成18年3月までに43回開催し、1,853人の来場者があった。

特徴

○パブリックインボルブメント

計画の構想段階から沿線地域の住民、利用者や国民一般に情報を提供した上で、広く意見を聴くパブリックインボルブメントを行っている。

○多様な意見交換の場、情報提供の手段

PI外環沿線会議、パンフレット、ホームページ、オープンハウスなど多様な手段を用いて、意見交換、情報提供を行っている。



課題、今後の対応方向等

現在、今後のPIの取り組み等について、意見を聴いており、それらを踏まえ、今までの活動をより充実し、沿線住民の理解を得ながら計画を具体化していくことが重要。

アカウンタビリティ 名古屋港における「ものづくり体験見学会」(港湾局)

ポイント

『ものづくり』の生産拠点と社会資本である港湾等の結びつきとその役割について体験・理解できる一般参加の体験型見学会を実施した。

実施時期

平成15年～現在

事例の概要

名古屋港は港湾取扱貨物量・貿易額がともに日本一を誇る日本の中枢港湾のひとつであり、主に自動車関連産業とともに発展してきた。

中部地方整備局ではアカウンタビリティ活動のひとつとして、従来の施設見学だけの現場見学会とは異なる、『ものづくり体験見学会』を実施し、参加者に名古屋港の重要性を体感してもらった。

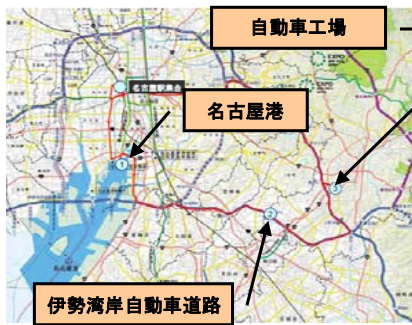
特徴

○ものづくり体験見学会

ものづくり体験見学会とは、建設中の事業に加え、既に完成し供用されている社会資本や、地勢・歴史的に意義のある施設を対象とした視察・教育プログラムのことで、地域住民の方や建設技術者等との対話を重視した体感型の見学会のことである。

『中部のものづくりを支える名古屋港』では、中部のものづくりの代表産業である自動車関連産業とそれを支える名古屋港、伊勢湾岸自動車道路を見学し、中部の産業活動が社会資本と有機的につながっていることを体感してもらう。特徴としては、以下の通りである。

- ・ひとつのテーマに基づいて、コーディネーターが施設案内し、ストーリー性のある体験型の見学会となっている。
- ・一般の人が通常入れない埠頭、コンテナ基地や自動車工場等を見学する。



その他の取り組み

○エクスカージョンプログラム(現場見学会)

「総合的な学習の時間」の支援として、名古屋港の施設や環境などを児童・生徒に体験してもらおうプログラムとして、現場見学会を実施している。現場見学会は、バードウォッチング、水質調査等の環境調査、伊勢湾台風や世界と名古屋港の関係を高潮防波堤、浮体式防災基地、コンテナ埠頭等の施設を見学して学ぶプログラム等がある。

平成16年からは事務所の全職員が説明できるように、<事前見学><学習会><説明資料の作成>等を行った。

見学者ニーズへの対応として、引率をする教員には事前に名古屋港を見学してもらい、児童・生徒に伝えたいことを共有し、その上で、ニーズに合わせた説明をするようにした。

○出前講座

事務所の職員が学校等に出向き、名古屋港や環境整備事業などについて講演を行うもので、

- ・名古屋港の歴史と役割について
- ・環境整備事業の歴史と役割について

など、子供だけではなく社会人を対象とした講座も実施している。

効果

- ・職員全員が現場をより理解し、ひとりひとりが広報し得るようになるきっかけとなった。
- ・見学者の反応を見ることで職員の取り組みに対するモチベーションを高めることができる。

ポイント

ボランティアの維持管理等への参画や地域住民等の方への意見募集など、市民参加による公園づくりを目指している。

実施時期

平成10年（開園）
～現在

事例の概要

国営讃岐まんのう公園は四国地域の広域的レクリエーション需要に対応するために設置されたイ号国営公園である。

公園では、下記のような活動を通じて利用者等の意見を広く聴取し、計画づくりに反映している。

- ・ 維持管理活動等への住民参加
- ・ 計画策定時におけるパブリックインボルブメント
- ・ 来園者アンケート結果のフィードバック
- ・ 公園を活用したイベントの実施
- ・ 他事業や地域との連携

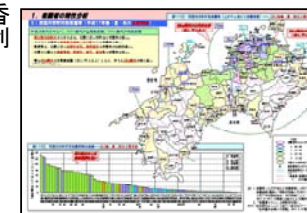
特徴

- ・ 園内作業（維持管理活動）への住民参加、園内作業に関するボランティアとの意見交換を行い、実際の活動内容に反映させているとともに、園内作業もボランティアの協力を得て実施している。また、園内で行われている体験教室等のイベントは、ボランティアにより企画、運営している。（ボランティアは2団体で約150人）



特徴

- ・ パブリックインボルブメントの取り組みの一つとして、地域住民や公園来園者の方々を中心とした多くの方々を対象とするアンケート調査を実施し、その結果を計画に反映している。
- ・ 公園来園者を対象にアンケート調査を実施し得られた結果を、翌年の広報活動、利用促進にフィードバックしている。
- ・ 体験教室等の継続的イベントを年間790回、季節のイベントを年間210回、そして大規模イベントを一年に一回実施している（平成17年度）。
- ・ 遠足、課外学習、教職員研修等に利用される環境学習拠点として重要な役割を果たしており、香川県内の小学校の3割以上が利用している。



課題、今後の対応方向等

これからは公園の整備・管理や緑化活動へ、より一層市民参加による公園づくりの推進が必要である。

また、短期、中長期の広報政略、活動計画、効果の測定とフィードバックを実施する広報活動サイクルを構築し、戦略的かつ計画的に広報活動を実施していくことが重要である。

ポイント

平常時の情報共有、コミュニケーションを図る努力を積み重ね、信頼関係の醸成を目標として活動している。

実施時期

平成15年～現在

事例の概要

荒川下流河川国道事務所は荒川下流部の笹目から河口までの28.8kmを管理し、沿川の人口密度は11,500/km²と全国の一級河川中最も人口密度が高く、都市の中核機能が集中している。

事務所では様々な手段を用いてアカウントビリティを果たすための取り組みを行っており、主な目標として、

- ・ 施策・事業を的確に伝達する
- ・ 多様化・高度化するニーズを把握し、施策へ的確に反映する
- ・ 荒川の魅力や課題を伝えることにより荒川を大切にす意識・行動の醸成を進める
- ・ 荒川ファン（理解層）の形成を促進する
- ・ 平常時を含めた情報共有化による被害の最小化をはかる
- ・ コミュニケーションをはかる努力の積み重ねによる信頼感の醸成を進めること等をあげている。

○アカウントビリティを果たすための取り組み

- ① 施策・事業に関する認識、理解をもってもらうための取り組み
テレビ・ラジオ等の媒体を通じた情報提供や知水資料館amoA、巡視船あらかわ号を利用した船上視察等での対面型情報提供を実施している。
- ② 荒川周辺の居住者のニーズを的確に施策に反映するための取り組み
定点型調査、イベント等に伴う効果把握調査、電話相談、ホームページでの意見募集などを実施し、それらの調査を踏まえた効果的な広報活動を展開している。
- ③ 住民参加型のイベントを通して荒川の魅力や課題を伝える取り組み
荒川を「知る」「触れ合う」「創る」をテーマにした様々なイベントである、『荒川クリエーション』、ごみ拾いをNPO、行政とともに『荒川クリーンエイド』など、住民が参加するイベントを通して荒川の魅力や課題を伝える取り組みを実施している。
- ④ 荒川ファン（理解層）の形成、獲得をする取り組み
イベント参加者、協議会、市民会議の出席者など、住民との連携・協力による活動を進める中で荒川ファンを形成していく取り組みを実施している。
- ⑤ 平常時を含めた情報共有化による災害時の被害の最小化をはかるための取り組み
ハザードマップ、インターネット安全安心マップ、インターネット安否情報掲示板など、氾濫等の非常時に必要な情報の入手方法等について平常時から情報を提供している。

特徴

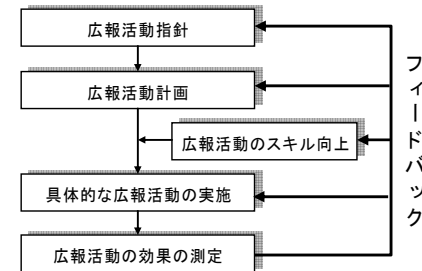
○広報活動の評価

- ・ 事務所が行う広報活動の評価方法として新聞等に掲載された場合は、広告料金換算値や到達人数換算値等に換算してB/Cを評価している。
- 広告料金換算値：「紹介された事業やイベント等が紙面や放送時間等に対して広報料金を支払うと仮定すると、どの程度費用が必要であったか」をスポットCM料金や広告掲載料等を利用して換算する。
- 到達人数換算値：「紹介された媒体を通じて、どの程度多くの人にメッセージが到達したか？」を購読者数や視聴率などを利用して換算する。
- ・ イベント実施時にはアンケートを行い、イベント来場者の意識変動を評価するアウトカム評価を実施している。

○広報活動の評価をマネジメントサイクルに取り組む

効果的に広報活動を行うために、戦略を立てて、計画的かつ効率的に広報活動を実施している。

広報活動については、右図のような広報サイクルを構築し、それぞれの段階でフィードバックを行っている。



課題、今後の対応方向等

今後はアンケート結果等のフィードバックに基づき、広報サイクルを用いて、定期的に広報活動の戦略や活動内容を見直し、施策のねらい、必要性、内容等について平素から情報を発信し、国民の疑問に答え、情報公開を積極的に行うなど、適切なコミュニケーションを図り、信頼感を醸成していく努力をし続けていくことが重要である。

ポイント

記者会見等を通じて逐一被害状況を伝えるなど、情報の収集・発信のための体制整備を行った。

実施時期

平成16年10月～
現在

事例の概要

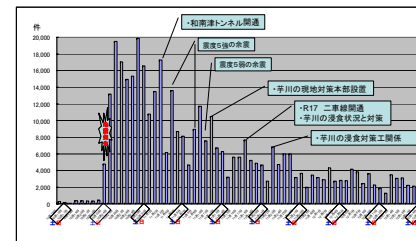
平成16年10月23日、新潟県中越で震度7、M6.8の地震が発生してから4分後には北陸地方整備局に災害対策本部が設置され、地震災害非常体制が発令された。

○災害発生時における迅速・的確な情報の把握と提供

- 30分ルールの運用
概括的被害状況の報告で、被害の規模がわかる程度の情報を30分以内に即座に伝達するという主旨で運用。震度5強以上の地震が発生した場合に適用するもので、地震災害時の整備局および国土交通本省の迅速で的確な措置を行うためのルールである。
事務所（15分以内）→整備局（15分以内）→本省
- パトロール区間の分割化
震度4以上の地震を観測した後の国道のパトロールは総延長を片道1時間以内で周れる距離に分割し、一斉にパトロールをし、より短い時間で被害状況を把握するようにした。
- 現地支援対策本部を県庁内に設置
各省担当者が県と本省の連絡窓口となることで、迅速な対応が可能となり、結果として情報提供も迅速化した。
- マスコミ対応窓口、連絡系統の一元化
マスコミ対応窓口を災害広報官に一元し、問合せに対して迅速に対応をした。
- 情報の共有と地図上での情報提供
防災担当機関や民間企業等の枠を超えた協力により、被災状況やライフライン復旧情報等を地理情報システム（GIS）を用いて一元的にデジタルマップ上に集約し、情報提供を行った（土砂災害発生箇所、道路通行止め、避難状況、など）。
- 被災地のニーズ、地震発生時間の経過により必要とされる情報のニーズの変化に臨機に対応した情報提供を行った。被災直後は一般被害や災害の全体像を把握できていなくても、とりあえずわかった情報から速やかに提供をして、被災地のニーズに応えた。

特徴

- 記者発表の第一報は地震発生約2時間後の午後8時に行うなど、迅速な情報発信を実践した。
- 地震災害対策状況に関する記者発表は延べ63回、ピーク時には1日6回の記者発表を行い、きめ細かい情報提供に努めた。
- 北陸地方整備局のホームページのアクセス数はピーク時で約2万件に達した。



課題、今後の対応方向等

- 被害調査のための移動手段である車の利用が制限されたことから、今後は、確実に情報収集、提供ができる体制の整備が必要である。
- 「情報の空白域」である被災市町村が孤立してしまうため、情報連絡の要員を派遣する等、「情報の空白域」をつくらないようにする必要がある。
- 異なる管理者間では情報提供方法がバラバラになることから、各々の情報管理者がもつ情報の一元的な統合が必要である。
- 一般、マスコミへの情報提供には地図情報システム等を用いた地図や画像などの視覚的情報の提供が重要である。
- 停電でCCTVが使用不能になる、アクセス集中でサーバーがダウンするなど、危機管理の際のロジスティクスを整備することが重要である。

ポイント

国民にわかりやすい水位情報を提供するため、用語の見直しや検討会の開催を行った。

実施時期

平成18年6月
～現在

事例の概要

河川管理者から提供される防災情報は発信者側の用語・表現であったこと等から、地元自治体職員や住民が容易に理解できない用語が用いられたり、災害の危険度のレベルがわかりにくいなど、受け手側の確かな判断や行動に繋がるものになっていない等の問題があったため、これまでの防災情報の用語・表現を総点検し、これまでのともすれば発信者側の用語・表現であったものを抜本的に見直し、受け手側に立ったものに改善する検討を「洪水等に関する防災用語改善検討会」で行い、地方自治体防災担当者や住民等の確かな判断や行動に繋がるようにする方策について提言としてまとめた。

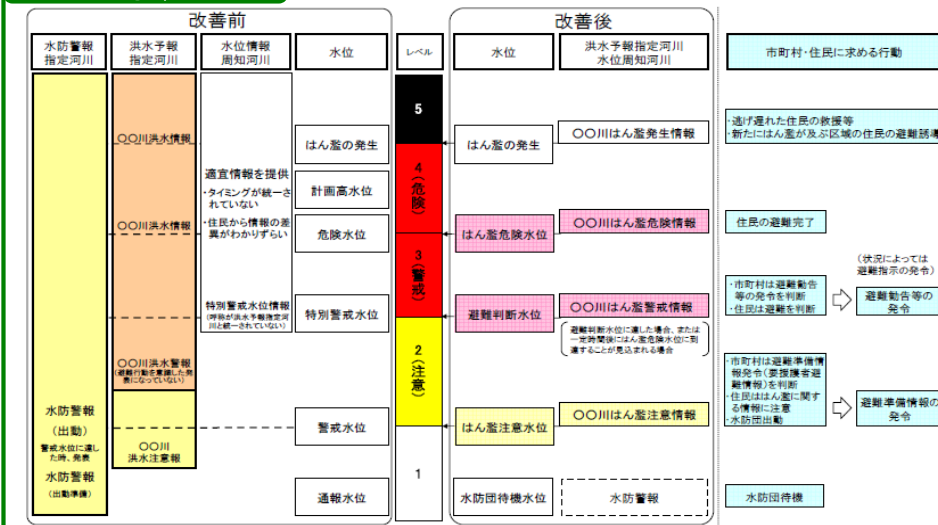
さらに洪水等に関する防災情報体系の見直しを行い、①水位の名称を受けての行動や危険レベルがわかるものに改善し、②全国どこでも共通認識が持てるよう、注意レベル、警戒・危険レベルで橋脚や水位計を着色することとした。

今後は避難判断水位の設定を平成21年度末までに約2,200河川で実施するための取り組みを進めていく予定である。

課題

- 水位に関する情報
異なる目的の水位が混在し、序列や危険度レベルがわかりにくい。
- 河川の洪水警報等
・ 大河川と中小河川で発表している情報が統一されていない。
・ 発表のタイミングが避難等の行動を意識しているものではないため、住民にとって避難の準備や避難そのものを行う判断材料になりにくい。
・ 気象庁単独の洪水警報等と区別することが難しい。
- 防災用語
・ 特殊な用語などで、そもそも用語自体が理解できない。
・ 危険のレベルや災害の状況等がわからない。
・ 一般的に用いられている言葉でも、意図が伝わらない。
・ 文字では理解できるが音声では理解できない。

効果



○水位情報及び洪水警報等の改善

- ・ 大河川、中小河川を問わず発表する防災情報とそれに対応する水位を統一した。
- ・ 発表情報と避難行動等との関連をレベル区分して明確にした。
- ・ 水位名称を受け手のとるべき行動や危険度レベルがわかるものに改善した。【左図参照】

○防災用語の改善

- ・ 災害の状況や危険度がイメージできない用語については、とるべき行動や状況を示す語句で構成された用語に改善した。【例：危険水位→氾濫危険水位】
- ・ 一般的に用いられていない用語は、一般的に使用されている語句で構成された用語に改善した。【例：高水敷→河川敷】
- ・ 文字で見ればわかるが、音声で聞いただけではわかりにくい用語については聞いてわかる用語に改善した。【例：破堤→堤防の決壊】等。

アカウンタビリティ コミュニケーションスキルの向上（大臣官房技術調査課）

ポイント

コミュニケーションスキルの向上を目的に専門家のアドバイスを受けた。

実施時期

平成15年～現在

事例の概要

平成15年から平成17年の3年間、コミュニケーションに関する職員のスキルアップとともに、著名なメディア関係者に国土交通省の姿勢をアピールできる機会として、「コミュニケーションスキル向上懇談会」各年度7回、3年間で計21回実施した。本省、地方整備局、関係機関等から各年度40名程度が参加した。

平成16、17年度は年7回のうち4回は「3分間スピーチ」を行い、出席する職員によるスピーチに対して有識者からコメントをもらった。



効果

懇談会の成果、効果として、

- 幅広い事業や仕事をしていることを講師の方々に実感していただいた。
- 参加した職員を激励していただいた。
- 懇談会の聴講者からの発言に講師の方に興味をもっていたが、実際に事業現場を見ていただくことができた（荒川河川敷、宮ヶ瀬ダム等）。
- 懇談会の参加者が事務所や現場に異動になり、コミュニケーションスキル向上懇談会で学んだことを他の職員に広めていくことができた。

などがあげられる。

特徴

○有識者からのコメント

“「潰れない」官庁こそ、情報公開が重要”。“民主主義は「素人の判断を信じる」というシステム。根気強い説得と反論を怠っては成立しない” など



【講師：残間里江子氏】



【3分間スピーチ】

課題、今後の対応方向等

平成18年度は「コミュニケーションスキル向上キャラバン」として、各地方整備局をまわり、現場職員のコミュニケーションスキル向上のための活動を行った。

