

デジタル庁 御中

国民との共創による政策実現のための プロセス策定及びコミュニティ運営に関する 調査研究

報告書(参考資料)

目次

参考資料1 有識者ヒアリング	3
1.1 小田 理恵子	5
1.1.1 川崎市議会議員時代	5
1.1.2 今、取り組んでいること	7
1.1.3 国民の声にもとづいた政策やサービスを実現するために必要なこと	9
1.2 フローレンス	11
1.2.1 お二人の略歴	11
1.2.2 国民の声を政策に反映する方法	11
1.2.3 横のつながりの強化	13
1.3 佐藤 大吾	15
1.3.1 NPO 法人ドットジェイピーの活動	15
1.3.2 国民と政治・行政の距離	18
1.3.3 国民の声にもとづいた政策やサービスを実現するために必要なこと	19
1.4 隅屋 輝佳	20
1.4.1 Pnika(プニカ)について	20
1.4.2 アジャイル・ガバナンスプロジェクト	22
1.5 廣田 達宣	26
1.5.1 issues(イシューズ)について	26
1.5.2 政策起業家の新たな動き	27
1.5.3 国民の声にもとづいた政策やサービスを実現するために必要なこと	27
1.6 藤沢 烈	29
1.6.1 課題の発見と解決	29
1.6.2 国民の声を政策やサービスに活かす方法	30
1.7 田中 美乃里	32
1.7.1 藤沢市市民電子会議室について	32
1.7.2 NPO 法人地域魅力について	35
1.7.3 国民の声を国の政策やサービスに反映できるか	35
1.8 松島 隆一	37
1.8.1 ちばレポについて	37
1.8.2 国民の声にもとづいた政策やサービスの実現	38
1.9 奥村 裕一	40
1.9.1 チャレンジ！！オープンガバナンス(COG)について	40

1.9.2「国民と共に」という政策やサービスを実現するために必要なこと	43
1.10 庄司 昌彦	48
1.10.1 地域 SNS について	48
1.10.2 これからの市民参加	49
1.11 森田 朗.....	54
1.11.1 政策や行政サービスに国民の声を反映させる方法.....	54
1.11.2 これからのデジタル庁の取組みについて	57
1.12 安岡 美佳	59
1.12.1 デンマークにおける市民参加(参加型デザイン)の取組事例と日本への示唆 59	
1.12.2 国民の声にもとづいた政策やサービスを実現するために必要なこと	62
参考資料 2 海外事例調査	64
1.1 フィンランド:e デモクラシー推進の取組 “Demokratia.fi”	65
1.2 エストニア:熟議民主主義.....	68
1.3 ポルトガル:参加型予算制度.....	74
1.4 パリ市:参加型予算制度.....	77
1.5 台湾:v Taiwan	80
1.6 台湾:Join(公共政策網路參與平臺)	88
1.7 ボルチモア市:CitiStat	98
1.8 デンマーク:Digital Post におけるアンケート機能.....	101
参考資料 3 ユーザビリティテスト.....	103
1.1 テストメモ:PC.....	104
1.2 テストメモ:スマートフォン.....	150

参考資料1 有識者ヒアリング

表 ヒアリング対象者一覧（敬称略・五十音順）

属性	氏名	所属
事業実践者	小田 理恵子 (おだ・りえこ)	株式会社 Public dots & Company 代表取締役、一般社団法人 官民共創未来コンソーシアム代表理事、元川崎市議会議員
	米田有希 (よねだ・ゆき)	NPO 法人フローレンス 政策提言担当
	石原弘子 (いしはら・ひろこ)	DX・デジタル推進担当
	佐藤 大吾 (さとう・だいご)	NPO 法人ドットジェイピー 理事長
	隅屋 輝佳 (すみや・てるか)	一般社団法人 pnika (プニカ) 代表理事、世界経済フォーラム第四 次産業革命日本センターアジャイルガバナンスプロジェクト担当
	廣田 達宣 (ひろた・たつのり)	株式会社 issues 代表
	藤沢 烈 (ふじさわ・れつ)	一般社団法人 RCF 代表理事
自治体による住 民参加の取組 み経験者	田中 美乃里 (たなか・みのり)	NPO 法人地域魅力 代表理事（元藤沢市市民電子会議室関係 者）
	松島 隆一 (まつしま・りゅういち)	千葉市職員（元ちばレポ担当）
研究者	奥村 裕一 (おくむら・ひろかず)	元東京大学公共政策大学院教授、一般社団法人オープンガバナン スネットワーク代表理事、一般社団法人オープンガバナンスラボ代表 理事
	庄司 昌彦 (しょうじ・まさひこ)	武蔵大学社会学部教授
	森田 朗 (もりた・あきら)	行政学者、東京大学名誉教授、一般社団法人次世代基盤政策研 究所（NFI）代表理事、東京大学公共政策大学院初代院長
	安岡 美佳 (やすおか・みか)	ロキレス大学准教授、北欧研究所代表

1.1 小田 理恵子

日時	2022年7月1日（金）13:30-15:00	
場所	オンライン(Teams)	
出席者 (敬称 略)	有識者	小田理恵子さん
	デジタル庁	関、吉村
	三菱総研	村上、今村、宮本、石黒（記録）

1.1.1 川崎市議会議員時代

(1) 議員になった理由と、なって驚いたこと

- 以前、民間のITベンダーに勤めていた際、自治体の業務効率化を担当したのをきっかけに、自治体が抱える課題を少しでも解決したいと思い立って市議会議員に立候補し、当選した。
- 市議会議員になってみて驚いたのは、自分で頑張らないと市民の声は聴けない、あるいは偏った声しか拾えないということ。町内会や老人会などの伝統的なコミュニティは、行政主催の会合も多数用意されていて、多くの議員も参加しており、比較的声は拾いやすい。ただし、参加者は男性で高齢者が多く、その中でも声の大きい人の意見が通りやすい。陳情に来た人の意見だけを拾う議員もいる。
- それ以外の人たちの声を拾うためには、自らが積極的に会合などに出席しないといけないが、議員の立場で参加すると、票集めのように思われて歓迎されず、自分自身のモチベーションも低下してしまう。そこで、議員だと言わずにお母さんたちの集まりに参加したり、主催者側のスタッフとしてイベントで自らたこ焼き屋をやったりして、徐々に参加するコミュニティを増やしていった。
- 市議会議員時代は、SNSによる情報発信にも力を入れていた。SNSをきっかけにつながった人も多い。会社員時代は、自分が住んでいる地域の市議会議員について、存在すら意識していなかった。今の議員の情報発信方法では、自分たちの世代、特に60歳未満で共働きの人たちには届かないと思う。そこで、漫画を使った情報発信を思い付いた。漫画は議員になってから独学で習得した。継続は力。ブログ、Facebook、チラシなど様々な媒体で漫画を使って情報発信した。オフラインの説明会やワークショップを開催し、市政情報をどう発信すればいいか、市民と一緒に考えたりもした。情報発信は、媒体、内容・方法、タイミングが重要だが、伝え方は漫画が一番効果的だった（次頁参照）。
- 難しい話や説教臭い話、自分事でないことは、読む人に響かない。生活実感がある内容を、面白く短く伝えることがコツ。市政や市議会について、興味を持ってもらうことが大切。例えば議会で予算を審議している時は、公開情報をもとに、どんな議論をしていたかを漫画にして毎日発信した。また、他の議員の面白ネタなども織り交ぜた。その際、個人を否定・批判しないように注意した。とにかく、市政や議会、議員に親しみを持ってもらうことに注力した。

世界よ！これが地方議会だ。



byオダリエ

右肩上がりの社会保障費への対応は？市の行財政改革待ったなし！



3 この状態が続けば市の財政が破綻してしまいます。

- ・無駄使い削減
- ・構造改革
- ・業務効率化

等実行して財政の健全化が必要です。



byオダリエ

出所: <https://www.holg.jp/hito/odarieko/>

図 小田さんの漫画の例

- 公開した漫画に対して、意見や質問はほとんどこなかったが、読んでくれた人は多かった。町内会などの従来型の集まりに来ている人や市職員、同僚の議員も読んでくれた。内輪ネタが好きな人は結構多い。漫画での情報発信をきっかけに、市民から相談を受けることも増えた。相談への対応としては、便宜は図らないが、論理的、合理的な要望なら受け入れるようにしていた。保育園に入れて欲しいといった要望は結構多いので、自分のウェブサイトでは、そういった要望は受けられませんと明記した。
- 市民からの請願に対しては、そのまま受けるのではなく、市民と一緒に考えて、併走する形をとった。どういう要望なら受け入れられやすいかを一緒に考えたり、請願書を一緒に作ったり、会派や委員会での説明に同席したりした。市民に寄りそう議員は少数派かもしれないが、全国を見渡せば結構いると思う。
- 議員になって驚いたのは、議員はかくあるべきといったマニュアルや研修プログラムはまったくないということ。すべて自分で考えないといけない。個人の能力や哲学次第。

(2) 議員を辞めたわけ

- ひとつの自治体の中でできることに限界を感じたのが理由。もっと他の自治体や他の地方議員とも連携して、活動を日本全国に広げたいと思った。
- 地方と都市の関係で大切なのが防災。例えば、首都直下地震が起きたら日本は大混乱に陥る。それまでに首都圏と地方との相互連携関係を構築しておかないといけない。しかし市議会議員は市民のことを120%考えるのが仕事。他地域との連携などは余力の部分でしかできない。
- 全国の自治体のデータをオープンデータ化することも大切。全国のデータが活用できれば、政策判断などもやりやすくなる。類似規模の自治体との比較など、横串での相対評価も可能になる。地方議会議事録を横串検索するサービスを作ったりもした。

1.1.2 今、取り組んでいること

(1) 官民共創をどう進めるか

- 地域の課題を行政だけで解決することは不可能。特に地方都市の場合、お金も人もノウハウも不足している。行政が決めないほうがいいものもあるし、民間がやったほうがうまくいくこともある。数年前から「官民共創」がトレンドになりつつある。自治体が抱える課題と企業やNPOが提供する解決策をマッチングするサービスも増えているが、必ずしもそれだけではうまくいかないと思っている。地域には固有の歴史・文化など独自のものがあり、解決策は自分で考えないといけないし、地域間競争の時代でもある。民間企業とも、もっといい関係を築かないといけない。
- この問題に対応するため、株式会社 Public dots & Company¹と、一般社団法人官民共創未来コン

¹ <https://www.publicdots.com/>

ソーシウム²を作った。三菱総研の未来共創イニシアチブ³にも参加している。これからの行政は、仕事と意思決定の仕方を変えていかないといけない。そのためには、組織や人の問題が大きい。世代によって、ワークスタイルや価値観が異なる。行政職員の中でも 30 代は世の中の不確実性を感じ取っているが、50 代の管理職は昭和の時代の判断基準のままの人がまだたくさんいる。世の中の変化に対応するような提案をしても、過去の実績や前例を求められたら困ってしまう。50 代が変わらないと組織は動かない。マインドセットを変えるためには、外部の有識者に指摘してもらったり、実際にやって見せたりするしかない。首長は選挙で代わるが、職員は代わらない。

- まずは小さくてもいいので成功体験を作ることが大切。現場の若手、係長以下のクラスが活躍できる仕組みづくりが必要。ひとつの組織内で閉じるのではなく、広域での自治体連携や、民間企業との協働など、外とのつながりを作っていくことが重要。

(2) 行政、民間それぞれの意識改革が必要

- 今、取り組んでいるある県の事業では、民間企業側の支援も行っている。行政と企業をマッチングするだけではだめで、丁寧に伴走しないとうまくいかない。自治体、企業、それぞれのマインドセットを変えたり、組織作りの支援を行ったり、人材育成もセットにして取り組む必要がある。民間企業側には、自治体の仕組みや考え方を理解してもらう必要がある。例えば、自治体には予算の仕組みがあるし、定期的な人事異動もある。首長の考えも理解しないといけない。民間での経験だけをベースに取り組んでもうまくいかない。自治体側も、これまでの発注側の立場や意識のまま、官民共創に取り組んでもうまくいかない。民間側と win-win の関係を作ることが大切だが、これを意識しない行政職員が多い。実証実験への協力も、タダだからやっているということが多く、お金を払う感覚がない。自治体側は、民間のビジネスがわかっていない。
- 民間と行政では、意思決定の仕方や成果の出し方も異なる。これからは、異なる組織や考え方が違う人との仕事の仕方を学んでいかないといけない。その過程では、失敗も出てくるし、前例がないことにも取り組まないといけない。その経験を積むことで、これからの仕事の仕方やマインド、腹落ち感などを理解できるようになる。そのためには座学ではなく、現場体験が不可欠。東京にはわからないことも多い。フィールドワークに連れていくと、若い人ほど変わる。既に、いくつかの自治体や企業では、このような取り組みを始めている。10 年後には大きな差になると思う。
- 民間企業の人材を自治体に受け入れるサポートも始めた。自治体の様々な層の職員と、地元企業がコミュニケーションする場づくりなども行っている。新規事業開発のために地域の課題やニーズを知りたい企業や、自治体相手や自治体を介したビジネスをやりたくても上手くいっていない企業などからの相談が多い。株式会社 Public dots & Company が民間企業向けコンサルティングを、一般社団法人官民共創未来コンソーシアムが自治体との伴走事業を行っている。
- 小規模な自治体は特にしんどく、やる気の前にリソースがない。何とかしてあげられないかと考えている。県がまとめて面倒をみるのでも、県と自治体でお金を出し合って広域で取り組むのでもいい。その上で、企業との共創をどう進めるかを一緒に考えたい。

² <https://ppcfc.jp/>

³ <https://icf.mri.co.jp/>

1.1.3 国民の声にもとづいた政策やサービスを実現するために必要なこと

(1) 自治体向け情報発信の充実を

- デジタル庁の仕事は日々変化しており、ダメだったらやめるなど柔軟かつ臨機応変に対応することはいいことだと思う。ただし、自治体がそれをキャッチアップできていない。自治体向けの情報発信や理解促進に、もっと力を入れるべき。例えば、今までに何が決まっていて、いつまでに何をやらなければいけないかを理解できるまとまったサイトはない。行政窓口のデジタル化を進めたいと考えている自治体が参考にできるサイトもない。国は何をどこまでやり、県や基礎自治体は何をしなければいけないといった役割分担もよくわからない。情報が散在しており、しかも常に変動しているので、それらを全部自分で調べて分析しないと行けない。小さい自治体は、どこから手を付ければいいのか、まったくわからない。国がどこまでやるのかわからない状態では、広域事務組合などを作って自分たちで対応するしかない。仮でもいいので、現在の検討状況を公開して欲しいと思うが、なぜか情報を出したがるように感じる。日々、状況が変化してもいいし、思い切ってやめることも、デジタル庁ならではの価値だと思うので、「(仮)」でいいので、最新状況を整理して、自治体にわかりやすく発信して欲しい。

(2) デジタル庁アイデアボックスの活用方法

- 政策を新しく作る場合、やめる場合、変える場合など、様々なケースがあるが、デジタル庁アイデアボックスは既存の政策や制度、ルールなどを変更する際に有効ではないか。
- 例えば、個人事業主としては、電子インボイスに対して言いたいことは山ほどある。デジタル庁アイデアボックスに質問を投げると回答してくれると便利。その結果をFAQのような形で別途整理して公表してもいい。
- 書き込む側も、きれいに整形した文章を載せるのはハードルが高い。きちんとした政策提案の文章を書ける人は、国民の5%もいないのではないか。国の政策は、頭のいい人が頭のいい人向けに作っており、大多数の国民には理解するのが難しい。
- デジタル庁アイデアボックスで意見募集するテーマの設定も難しい。政策を作る際は、その政策を実現したい人が書き込みやすいし、既存の政策をやめる場合は、やめたくない人が書き込みやすい。誰の意見を聴きたいのか、誰を対象に「国民」と言っているのかを、きちんと考える必要がある。
- 新たな政策は、既存の政策や制度とも相互に複雑に絡み合っており、ひとつの政策や制度を変えると、影響は様々なところに出てくる。国民が正しく理解するのは難しい。マスメディアは、単純化して対立構造にして煽る傾向にある。何をどこまでどう説明して、どう聴くか。聴き方が難しいと思う。
- Twitterなどは拡散してすごい熱量のように思えてしまうが、必ずしも国民の声を反映していないこともある。Twitterで発信すれば、国は言うことを聞いてくれるといった風潮もよくないと思う。

(3) (以下、デジタル庁担当者との意見交換)

- 聞き方は本当に難しい。背景や経緯の説明についても、だらだら書いても読んでもらえない。発信の仕方やタイミングも重要。コミュニケーションチャネルの多様化が必要。例えば、国民の5%の意見であっても、5%でも意見が得られることは大きい。全部に回答することは難しいが、聞いてもらえる場があることが大切。しかし聞いた後、その意見をどう扱うのが難しい。
- ただ意見を聴いてもだめで、わかりやすくビジュアライズしたり、プロトタイプを作ったりして、問題を理解し、意見を出しやすくする努力が必要。よく読まないとわからない資料だと、その時点で脱落してしまう。自分の意見が少しでも役に立っていることを実感できることが大切。それが意見を書くモチベーションにつながる。小さくてもいいので、成功体験が欲しい。
- 見えないところを見ることも重要。政策に関しては、行政に関する知識がないと意見を出しにくい。生活実感や、今、困っていること、大変なことなど、実体験に即した意見なら出しやすいのではないかと。

1.2 フローレンス

日時	2022年7月6日(水) 11:00-12:30	
場所	オンライン(Teams)	
出席者 (敬称略)	有識者	認定 NPO 法人フローレンス 米田有希さん(政策提言担当) 石原弘子さん(DX・デジタル推進担当)
	デジタル庁	関、坂本、吉村
	三菱総研	村上、今村、宮本、石黒(記録)
	自動処理	高木

1.2.1 お二人の略歴

- 米田さんは、厚生労働省で約19年間、主に医薬品や医療機器など薬事関係の部署に勤め、2年前にフローレンスに転職。代表室政策提言・事業開発担当マネージャー。
- 石原さんは、フローレンスのDX・デジタル推進担当ディレクター。自分の会社も持っており、起業支援や自治体支援などを行っている。

1.2.2 国民の声を政策に反映する方法

(1) 国の政策と現場の課題のずれ

- 国民の声を政策に反映されているかどうかと言われれば、あまり反映できていないのが実情。国民視点で見て「これじゃない」という政策がよく出てくるのも、そのため。アベノマスク、一斉休校など。
- 国の事業が硬直的なものも問題。コロナで貧困家庭がより深刻な状態になった際、ひとり親支援として、「ひとり親家庭等の子どもの食事等支援事業」が始まった。ひとり親を支援するためには、食支援とともに、相談支援やおむつ等の生活用品の提供も必要だが、食料しか補助対象ではなかったため、十分な支援を提供することができなかった。国は、困っている人の声や現場の課題を把握しきれていないため、地域の支援団体が使いやすく、困っている人に必要な支援を届ける政策を作るのが困難になっている。
- フローレンスは、国の担当課長に直接、要望を出しており、要望事項をかなり政策に反映してもらっている。上記の事業でも、要望をしたことで、生活用品を補助対象にしてもらった。しかし、多くの支援団体ではそれは容易なことではない。課題感と提言をまとめ、国に直接話をしようと考えて実際に動けるリソースのある団体も少ない。

(2) 国民に必要な政策を作るのが難しくなっている

- 国は支援団体や業界団体の話をもっと聞いたり、現場を実際に見たりして、政策に反映させないといけないが、それが難しくなっている。
- まず、官僚が激務のため、現場を見たり、支援団体の話を聞く時間的余裕があまりない。職員数は増えないのに、業務量は増えている。もっと業務効率化をしないといけない。本当は国民のために働きたいのに、ちゃんとやっていると見せるための仕事が多すぎる。最近、特にひどくなっているように思う。例えば、厚生労働省の統計不正問題をきっかけに、厳格な業務フローやチェックリストが作られ、人員は増えないのに、その対応にかかる時間が増え、担当者は疲弊していた。ミスが起きないようにすることは大事だが、人員体制を変えずに業務量を増やしていくばかりのやり方は良くない。
- 国民の意見を聞くために、各府省のウェブサイトには、意見を書き込める機能があり、様々な意見が寄せられる。ただ、それらの意見が政策に活かされているかという疑問。各意見に対し、殆どの場合、係長クラスが判断・回答しており、幹部まで上がることは殆どないと聞く。
- 国民に直接、意見を聴いても、なかなか出てこない。困っていても、支援を求めず、声を上げない人も多い。同時に、支援団体や中間団体に聞くことも非常に有効。これらの団体は、国民が抱えている課題も、どういう支援をすれば良いかも、具体的なニーズや解決法を掴んでいる場合が多い。フローレンスでは、現場の課題とその解決のために必要な支援策案をまとめ、厚生労働省、内閣府などに提案している。
- 国では、より良い政策を実現し、国民への説明責任を果たすために政策評価を行っている。しかし、説明責任を果たす要素が強く、ちゃんとやっていることを説明するためのツールになっている感じがあり、そのために膨大な作業をしている。政策評価が国民のためのより良い政策を作るためのツールになっているかは疑問。

(3) 政策セカンドトラック

- 自治体がボトルネックになることもある。国が政策を作っても、自治体が動かないことも多い。自治体職員も忙しすぎる。事業を行うためには、予算化や要綱づくりなど様々な作業が必要になるが、それに割く人員も時間もない。自治体が国の政策を正確に理解できない場合もある。コロナ禍で自治体がさらに多忙になり、状況が悪化している。自治体の仕事の仕方、仕組み、組織などを抜本的に変えないといけない。
- フローレンスでは、自治体の介在なしに全国に事業を展開する方法（政策セカンドトラック）を厚生労働省に提案した。この方法を採用した「ひとり親家庭等の子どもの食事等支援事業」がスタートした。この事業では、国が、広域で活動する複数の団体（中間支援団体）に委託し、中間支援団体が各地の支援団体に資金提供を行った。これにより、自治体を介すより、迅速かつ大規模な支援を行うことができた。自治体の介在がないので、自治体の業務は増えない。事業は自治体を介して行うものという考え方が国にはあるが、何でも行政が行うというマインドは変えるべき。自治体の費用負担がなくなるので、国が事業費を100%負担することになるが、支援を必要としている人に

迅速に支援が届くなど、メリットは大きい。

(4) まずは小さくやってみる

- フローレンスは、社会課題を見つけ、原因を明確にし、革新的な解決策を考え、まずは小さくやってみて、効果がありそうな場合は国に提言している。子ども食堂の場合、実際にやってみたら、普通の家庭の子が多く 来て、本当に困っている家庭の子どもがあまり来なかった。そこで、支援者側が家に支援を届ける「アウトリーチ型支援」が必要だと考え、「こども宅食」をやってみることにした。まずやってみることが大切。やってみて、その成果を取りまとめて、国の官僚や議員に説明し、政策化、事業化してもらおう。事業開始後も、現場の声を聴いて、改善が必要なことをまとめて国に伝える。そういったことを地道に続けている。支援対象者はなかなか声をあげない。支援団体に聴いた方が、国民にとって必要な政策のアイデアが出てくると思う。
- こども宅食については、まず文京区でふるさと納税を活用して始めてみた。それがメディアで報道され、全国から問い合わせがあり、各地でこども宅食団体が立ち上がり始めた。こども宅食の有効性を訴え、政策化するために、各地の宅食団体、文京区長、国会議員を参集して議論を行ったり、国会議員に個別に説明に行ったりした。そして、コロナ禍で人々が集まるのが難しくなる中、こども宅食が注目され、「支援対象児童等見守り強化事業」という事業名でこども宅食が政策化された。最初は自腹でやって見せて、それを見て国がお金を付ける。これはITベンチャーに似ている。小さい成功例を作って見せることが大切。いきなり大きな山には登らない。
- 自治体と共に進める協働事業のきっかけは、自治体からフローレンスに相談が来る場合も、フローレンスから自治体に働きかける場合もある。首長とフローレンス代表の雑談から事業が生まれることもある。積極的に動いている首長とつながることが大切。2020年頃までは、フローレンスの代表がひとりで積極的に動いていたが、今は事業部のメンバーを含め、計25名程度が国や自治体との交渉や相談に動いている。中央省庁から転職してきた人もいれば、逆に中央省庁に転職した人もいる。

1.2.3 横のつながりの強化

(1) 支援組織間の横のつながりが必要

- 政策起業家は増えてきており、一部の人とはフローレンスも連携しているが、もっと連携を増やしていきたい。新公連（新公益連盟）⁴には、社会的企業（社会問題解決に貢献する企業）やNPOが多数参加しているが、多くのNPOは、あまり他の組織と連携していなかったり、どう連携すればいいかわからなかったりする。Code for Japanのように、全国のNPOをゆるやかに横でつなぐことが必要だと感じている。新公連などの活動を通して、団体間の連携を拡大・強化していきたい。
- デジタル技術は日々進化しているが、多くのNPOは、その波に乗り遅れている。NPOは対象とする課題も対象者もゴールも異なるので、つなぐのは難しいが、例えば、NPOの技術担当者は似たよう

⁴ <https://www.shinkoren.or.jp/>

な悩みや課題を抱えているので、情報交換の場を作ったり、ソリューションを横展開したりして、技術者起点の連携を作るという考え方もある。自治体においても、有効な IT ツールの使い方やノウハウなどは、全国の自治体間で共有したほうがいい。

- 内閣官房では、孤独や孤立に関わる活動をしている様々な NPO 等や官民の連携を促進するため「孤独・孤立対策官民連携プラットフォーム⁵」を作っている。多くの NPO 等が参加しており（2022 年 7 月 15 日時点で 265 団体）、テーマごとに分科会を設けて意見交換などが行われている。
- 国民の声を聴くためには支援団体に聴くのがいいが、どの団体に聴けばいいかが難しい。まずは認定 NPO の中から選んで話を聴くのもひとつの方法。台湾の Join⁶や日本の issues⁷のように、一定数以上の賛同者が集まったら、国が検討したり、議員に届けたりできる仕組みも有効。意見や悩みを吐き出せる場が必要。世の中を変えられることを、様々な方法で国民に知ってもらうことが大切。選挙で投票に行くのもそのひとつ。

⁵ https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/kodoku_koritsu_platform/

⁶ <https://join.gov.tw/>

⁷ <https://the-issues.jp/>

1.3 佐藤 大吾

日時	2022年6月22日(水) 17:30-19:30	
場所	オンライン(Teams)	
出席者 (敬称 略)	有識者	佐藤大吾さん
	デジタル庁	関、吉村、坂本
	三菱総研	村上、今村、宮本(記録)
	自動処理	高木

1.3.1 NPO 法人ドットジェイピーの活動

(1) ドットジェイピーの全社ビジョン

- 来年2月で創業25周年を迎えるのを契機として、これまでの全社ビジョン「JAPAN PRODUCE 自らを変え、世の中を変える」と事業目的「若者と政治を結ぶ」の見直しに着手した。ひとりでも多くの若者に、自分を変え、世の中を変える機会を提供したい。インターン事業の受け入れ先が多様化(議員事務所以外に駐日外国公館、NPO、社会的企業など)していることもビジョン見直しの理由のひとつ。
- ドットジェイピーなどのNPOは社会課題の解決を目的としており、課題が解決して無くなった状態を目指すべき(エンドゲーム)。しかしNPOの成長が、必ずしも社会課題の解決につながっていない場合がある。例えば、子どもの貧困問題に取り組むNPOが収支などの計数面で成長しても、子どもの貧困問題が改善していないことがある。ドットジェイピーでは、若年層の投票率向上を目指して、18歳選挙権やネット政治献金など様々な施策に取り組み、実現してきた。その間、団体の規模も拡大したが、若年層の投票率は必ずしも上昇していない。
- エンドゲームに向けた取組には様々な類型があるが、ドットジェイピーにとってのエンドゲームは「オープンソース化・レプリケーション」「行政施策への導入」「商業化・サービスの継続」。「オープンソース化・レプリケーション」は、誰でもできるようにすること。例として、こども食堂が挙げられる。こども食堂という支援事業が生まれ、この事業モデルをコピーして、現在では全国各地で様々な主体がこども食堂を運営している。「行政施策への導入」は、現在、ドットジェイピーが行っている事業を、国や自治体、大学などに引き継いでもらうこと。議員事務所などへのインターンシッププログラムは、文部科学省から全国の大学などに働きかければ実現できると思う。「商業化・サービスの継続」は、より一層の収益化をはかり、民間事業としてサービスを継続すること。
- NPOの活動には、「事業」「広報・マーケティング(ファンドレイジング)」「政策提言(エンドゲーム)」の3つのステップがある。例えば、「あしなが育英会」は、1) 遺児に奨学金を提供する「事業」を行ない、2) 遺児の現状を訴え、奨学金の原資を集める「広報・マーケティング」を行ってきた。広報・マーケティングは、人々に事業継続の難しさを知ってもらう機会でもある。最

終的には、3) 高校、大学の学費の無償化をエンドゲームとして目指して「政策提言」を行い、これを実現した。学生生活には学費以外にもお金がかかるため、現在のあしなが育英会は奨学金事業を継続し、学費以外の支援も行なっている。

- グリーンバードなどのお掃除 NPO は、1) ゴミを拾う「事業」を行ない、2) ボランティア参加者と寄付者を増やすための「広報・マーケティング」を通じてポイ捨て問題に関心を持つ人を増やしているが、3) エンドゲームとしてポイ捨て禁止条例の実現を目指すことは有効ではないかと考えている。
- ドットジェイピーの場合は、1) 議員事務所へのインターン生を増やす「事業」を行っており、現在全国 35 支部まで拡大した。並行して 2) インターン生を受け入れてくれる事務所を増やすための「広報・マーケティング」を行っている。最終的には、3) ドットジェイピーの事業に携わっていない大部分の若者たちが投票に行くことをエンドゲームとしており、スマホ投票や政治に関する教育などが必要と考えている。
- ソーシャルビジネスのモデルには、1) 困窮者＝課題が存在し、2) それを助ける NPO（支援活動＝事業）があり、3) 支援が不足する部分を一般の人々にも呼び掛け（ファンドレイズ＝事業拡大）、それにより 4) 寄付者が増加する、というサイクルを続け、5) 最終的に政策立案（根本解決＝エンドゲーム検討・推進）で完成する。
- 日本では、政治と教育の分離という前提があり、現職議員が教育現場で話す機会が少ない。メディアにも政治的中立の原則があるため、選挙が近づくほど、立候補者など選挙に関わる情報が減ってしまうという矛盾が起きている。有権者教育が進んでいるスウェーデンでは、現職議員が教育現場に立つことも多い。先生は話を誘導するようなことはせず、生徒に「君たちはどう思うか」と聞くことに徹する。

(2) ドットジェイピーのインターンシップの取組

- ドットジェイピーのインターン事業は、国会議員や地方議員の事務所から始めた。テレビや新聞の政治批判を鵜呑みにするのではなく、学生が自分で見聞きし取材するなど、一次情報に触れる機会を増やし、投票判断に役立つ情報を得ることを目的としている。その後、大使館や領事館などへのインターンを行うようになったが、これは、海外に行って、日本について詳しくないことを自覚する学生が増えたことがきっかけ。さらにインターン先は NPO に拡大した。NPO の活動を通して日本や地域が抱えている課題を知ることができる。これらのインターン活動から政治への関心を高め、投票に行く若者を増やすことも目的のひとつ。今後は社会的企業へのインターンも予定している。ビジョンとして社会課題の解決に寄与することを掲げている企業を「社会的企業」と考えている。
- インターン参加者に投票意向を調査したら、「必ず選挙に行く」と回答した人は、参加前の 49.51% から 2 か月間のインターン参加後には 64.98% に増加した。若年層の投票率を上げるには、インターンに行く人を増やせばよい。しかし若者の数が減っており、18～39 歳の若年層の投票率が 102% ならなければ、60 歳以上の投票者数を上回らない⁸。若年層の投票率を上げるだけでは、若者の声

⁸ 【60 歳以上投票者数(130,941 人)】÷【18～39 歳有権者数(127,991 人)】=102%

「18～39 歳投票者数」が「60 歳以上投票者数」と同数になるために必要な投票率は 102%。

が政治に反映されない。

- 議員事務所インターンは、創業以来 25 年間同じスキームで運営している。年に 2 回、大学の夏休み期間と春休み期間の各 2 か月で実施。現在、全国 22 都道府県 35 支部で行っているが、今後、40 支部に拡大し、全国各支部で春夏各 100 人ずつ、年間 8000 人の参加を目標にしている。NPO や社会的企業へのインターンを加えると、さらに数は増える。
- インターン事業とは別に、総理大臣の立場になって国の予算編成を通して日本の将来像を描く「未来国会」や、住みたい街の姿を競う「未来自治体」というコンテスト事業も行っている。議員事務所インターンに参加した学生には、これらのコンテストにも参加してもらっている。
- NPO に適した数値目標は「貧困の子どもを 100 人支援する」とか「ホームレスを 100 人支援する」、あるいは「そのための寄付者を 100 人集める」といったように、金額ではなく人数で設定することが適している。メンバーは社会課題の解決に貢献するために NPO に参加しており、金額を目標にするとメンバーの士気が下がってしまう。寄付者を増やすことは課題を認知している人を増やすことにつながり、多くの人々の賛同を得られれば、企業や政府が動き、政策の実現に近づく。NPO の経営者としては、目標人数に参加費の平均単価を掛ければ、収支や財政状況などは予想できる。
- ドットジェイピーは、社員 10 人、全国の学生スタッフ約 700 人で運営している。20 人規模の大学サークルが全国に 35 個存在しているような状況。学生スタッフには必要経費や、ときにバイト代程度は支払うが、金銭的な報酬よりも、成長機会を提供し、成長を可視化することがやる気の向上と継続につながっていると認識している。
- インターンの参加時間は 2 か月間で 100 時間以上 320 時間以内と決めている。企業インターンの平均期間は 2 週間程度で、これを目安に下限値を定めた。以前、国会議員事務所に 2 日間だけインターンとして参加した学生がインターン卒業生を名乗ったことがあったため、最低時間を定めることにした。また、熱心な受け入れ先では、様々な現場に学生を連れて行ってくれるがゆえに過重労働になる場合があり、労働基準法などを考慮して上限値を定めた。公職選挙法の規定などにより、インターン生に給料は支払われない。
- ドットジェイピーの年間スケジュールは、4 月から 9 月を上期、10 月から 3 月を下期として、上期と下期は同じ内容を行う。学生スタッフは半年で 350 人程度入れ替わるので、各期のはじめに研修を行なう。研修後は、インターン受け入れ先を開拓し、インターンに参加する学生を集めるマーケティングを行う。その後、学生と受入事務所のマッチングやインターン前のオリエンテーションなどを行ない、春と夏の長期休暇期間に議員事務所インターンを行う。組織の運営サイクルとしては、最初の 2 か月は各自が課題と感じたことを書き溜めておき、次の 2 か月で全社で課題を収集・整理し、最後の 2 か月で改善策を検討・決定する。半年ごとに全く同じルーティンを 25 年間繰り返してきており、シンプルなモデルを意識の高い学生で回している。同じモデルで全国各支部が運用されており、表彰制度なども設けて、互いに競争意識が働くようにしている。
- 年月を経るうちに、携わる学生スタッフのタイプは変わりつつある。昔は山っ気のある学生が多かったが、最近では、学生の 8 割はきっちり真面目な性格なので、1～2 割はムードメーカーを採用

平成 29 年 12 月総務省選挙部「第 48 回衆議院議員総選挙における年齢別投票状況」より算出。全国の 47,741 投票区の中から、188 投票区(47 都道府県×4 投票区)を抽出し、抽出された投票区について 男女別及び年齢別に投票率を調査。

(https://www.soumu.go.jp/main_content/000528774.pdf)

するようにしている。イノベーションは1～2割から生まれる。

- 選挙期間にこそ、新たな活動を起こすように学生スタッフに伝えている。年間の業務がルーティン化されると、不定期で実施されルーティンを崩す選挙の存在が煩わしく感じることもある。若年層の投票率の向上に取り組む団体としては、選挙期間こそ臨時啓発をするべきだと考えている。今回の参院選では、メタバースで党首または議員による討論の企画を進めている。
- 大使館のインターンは、他のインターン事業に比べて受入人数が少ないが、学生に人気で募集するとすぐに埋まる。英語が必須の場合と、日本語のみでも参加可能な場合があるが、フランス大使館などその国の公用語が求められるケースもある。受け入れ先で体験できる内容は、大使館の規模や国により異なる。現在は約70か国の大使館が受け入れを行なっている。
- インターン参加者は、大学1-2年生が大半を占めている。一般企業のインターンは3年生しか参加できないことが多いが、早熟な学生は1年生のころからインターンに参加したいと思っており、その受け皿になっている。
- インターン参加者がその後ドットジェイピーの学生スタッフとして残り、組織を運営している。大学を卒業後も「キャビネット」としてドットジェイピーの活動をサポートしている人たちもいる。

1.3.2 国民と政治・行政の距離

(1) 国民に政治や行政に関心を持ってもらうには、当事者になってもらうこと

- 政治に関心を持つためには当事者になることが一番。LGBTQ、夫婦別姓など。何も課題がないと、政治に関心を持たない。それに準ずる方法としては、同世代が選挙に立候補することが挙げられる。現在の被選挙権は、衆議院議員と地方議員25歳から、参議院議員と自治体の首長が30歳からだが、18歳に選挙権を認めたのであれば、被選挙権も18歳からにすべき。もし18歳で投票したい人がいない場合は自分自身が立候補できるようにすることがフェアではないか。18歳が立候補すれば、投票に行く若者も増える。議員のジェンダーや年代の比率は人口全体の構成に比例させるべき。

(2) 選挙だけが政治参加の形ではない

- 政治に参加する方法は選挙だけではない。日本人はすべての問題の解決を公助に求めすぎる。地域コミュニティなどの共助で解決できることもたくさんある。待機児童の問題は行政が解決すべきことではあるが、昔は近所の人たちが互いに声を掛け合って支え合っていた。共助で支えあうことができる範囲も、以前は限定されていたが、現在はSNSを使って困っている人を集め、支援する人たちとのマッチングすることもできる。署名やクラウドファンディングなどもネットを使ってやりやすくなった。web3の時代になれば、ますます人やお金を集めやすくなる。
- まずは、PTA、マンションの管理組合、町内会、商店街などの日常的な小さい活動単位（マイクロパブリック）で、自分たちで解決できそうなことから始めるとよい。その上で、大きな予算が必要だったり、法律や制度を変える必要があったりする場合は、政治や行政に助けを求める。議員バッジがなくてもできることはたくさんある。むしろ議員じゃないほうが、自由にやれることが多いか

もしれない。

1.3.3 国民の声にもとづいた政策やサービスを実現するために必要なこと

(1) 「公益」とはより多くの人にとっての利益を意味する

- 声の大きい人、既得権を持つ人、政策意思決定者に近い人が政策に影響を与えてしまうことは、ある程度は仕方ない。その上で、デジタルツールなどを有効に活用して、より多くの人意見を聞く仕組みを作ることが大切。GitHubのような仕組みが理想的ではないか。意見をどんどん出してもらい、他者の意見を聞き、賛同が多く集まった意見は、政府が検討しなければならないルールにする⁹。政府が検討した結果、実現が難しい場合は、その理由をきちんと説明する。集まった意見の中から、施政者が選択してもいい。どれが選択され、どれが選択されなかったかが多くの人目に触れる状態になっていることが大切。
- 一定数の賛同が得られた意見について、どの省庁が担当かを捌く人が必要。また、意見を集めるプラットフォームは、国が責任者として運営する必要がある。企業やNPOが運用するプラットフォームだと、実現する責任が伴わないので、盛り上がらないのではないかな。

(2) はじめは 100 点を要求せずに小さなことからまずはやること

- 人は「変えたくない」「今のままが良い」という意識が働きやすいが、このままだと、ますます閉塞感が高まってしまふ。デジタル庁には期待や注目が集まっている。大きなことや100点でなくてもいい。小さくスタートして、ずっとベータ版のままのような取り組みでもいい。いきなり国民の意見を聞くことが難しい場合は、業界団体やアドボカシー（権利擁護や政策提言）団体と連携して着手する手もある。
- 選挙の前に、イシューごとに議論の機会を設けるべきだと思う。例えば、動物殺処分の問題、障害者支援の問題、夫婦別姓の問題など、それぞれのイシューに注目すべきで、その全ての判断を政治に任せる必要はない。民間が検討するのを行政がサポートし、最後の意思決定を国会で行うという方法もある。SNSなどを活用すれば、時間や場所の制約を受けずに、議論や検討ができる。
- 大きく変えられなくても、1mmでも変えることができればいい。それが経験や気づきになる。高校の修学旅行に、制服ではなく私服で行きたいという女子生徒の意見をもとに、学校の規則を変えたのが最初の小さな成功体験。これで世の中の規則は変えられることに気づいた。世界を変えるには10年単位の長い時間がかかるが、小さいことから始めて、何かを変えたことがある人がどんどん増えていけば、大きな変化につながるのではないかな。

⁹ オバマ元米国大統領が就任した際、「デス・スター建設の請願」という意見が寄せられ、規定の署名人数を超えたため政府は真剣に検討することになった。事業は実現しなかったが、政府は投資対効果が見合わないなど丁寧な説明を行った。
(<https://wired.jp/2012/12/17/death-star-petition/>)

1.4 隅屋 輝佳

日時	2022年7月12日(火) 17:00-18:30	
場所	オンライン(Teams)	
出席者 (敬称 略)	有識者	隅屋輝佳さん
	デジタル庁	関、瀬下、吉村
	三菱総研	村上、今村、宮本、石黒(記録)
	自動処理	高木

1.4.1 Pnika (プニカ) について

(1) Pnika を始めた理由

- ベンチャー企業で新規事業に従事したのち、青年海外協力隊としてウガンダで活動した。その後、慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科(SDM)¹⁰で、修士のテーマを模索している時に、同時に参加していたNPO法人ミラツク¹¹のプロジェクトで多くのイノベーターの人たちと話をすることで、新しいビジネスや活動のアイデアが、既存の法制度やルールで阻まれていることを意識するようになり、新しいルールメイキングのあり方を修士研究のテーマとした。
- 台湾のvTaiwan¹²、エストニアのオープンパーラメント(開かれた議会)¹³、立法への国民関与の制度化を目指すCrowdLaw¹⁴と呼ばれるイニシアチブなど、海外の事例を調査する中で、ルール作りをオープンに議論したり、国民がより主体的にルール作りに参加したりできる場が日本でも作れないかと考え、2019年にPnikaを立ち上げた。
- 2020年からは世界経済フォーラム第四次産業革命日本センターに参加し、アジャイル・ガバナンスプロジェクト¹⁵がメインの活動になったが、マルチステークホルダーで、どうルール作りを進めるかがテーマであり、Pnikaの活動もその一環と位置付けている。

(2) vTaiwan/Join¹⁶について

- vTaiwanでは、課題の発見から施策の評価までの過程の中で、どの段階、どの場面で国民の参加を得るのか、アイデアの提示やエビデンスの収集など、どのような貢献(タスク)を求めるのか、ど

¹⁰ <http://www.sdm.keio.ac.jp/>

¹¹ <https://emerging-future.org/>

¹² <https://info.vtaiwan.tw/>

¹³ <https://www.opengovpartnership.org/policy-area/open-parliaments/>

¹⁴ <https://crowd.law/>

¹⁵ <https://jp.weforum.org/centre-for-the-fourth-industrial-revolution-japan/agile-governance>

¹⁶ <https://join.gov.tw/>

んな階層や対象者の意見を必要としているのか、それぞれの段階でどのようなオンラインツールを使うのかなどが、ガイドラインにまとめられている。vTaiwanは、シビックテックメンバー（g0v=[ガブゼロ](https://g0v.asia/)¹⁷）が中心となって運営している。

- シビックテックメンバーのみならず、デジタル担当大臣のオードリー・タンさん直轄の組織であるポリシーラボ「PDIS (Public Digital Innovation Space)」や、各府省に配置された、国民の声を政策につなぐ役割を果たすパーティシペーション・オフィサー (PO) などにより vTaiwan は運営されている。PO は国民とのコミュニケーションがミッションで、PDIS は PO の育成も担っている。PO は広報とは役割が異なり、イベントに参加するなど、積極的に国民とのコミュニケーションを図っている。また、PO は各府省の窓口や、府省内の担当部署につなぐ役割も果たしている。またその他に、台湾政府が運営する Join というプラットフォームがある。Join は国民の誰でも提案でき、5000 票以上の賛同が得られると、担当府省が対応するルールになっている。
- このような官民双方のエコシステム作りがすごく重要で、デジタル庁もエコシステムをどう作るかをもっと考える必要があるのではないか。
- vTaiwan は、政策のブラックボックス化をなくしたいという思いから始まった。発足から 2017 年までで合計 26 件の規制について話し合わせ、このうち約 8 割が、何らかの形で政府の検討にまで結びついた。国民側からの提案よりも、政府側からの提案で始まるアジェンダの方が多い。ハッカソンなどのリアルコミュニケーションも常時行われている。オードリー・タンさんのオフィスには、誰もが自由に訪れて話をするができる。ひとつの完成されたオンラインプラットフォームがあるのではなく、リアルコミュニケーションと、様々なオンラインツールをうまく組み合わせて利用している。グループワークなどに用いる miro¹⁸や、意見収集などに用いる Pol. is¹⁹なども利用している。扱うテーマは、デジタル規制に関するものが中心。ツールやプロダクトよりも、支える人が大切。
- vTaiwan には 7 つのルールがあり、これは日本でも参考になる。
- ①参加者は共創のマインドを持ち、喧嘩は控える
- ②文字に起こして記録し、途中から参加した人が経過を把握できるようにする
- ③事実の認識が一致していることを確認しながら進める
- ④より多くのステークホルダーを早い段階から探し出し、議論に参加してもらう
- ⑤オンラインとオフラインどちらでも参加できるように、ライブ中継を行う
- ⑥状況に応じてゴールが変わっていくことを許容し、互いが納得できる結論を導き出す
- ⑦課題に応じてプロセスやツールを変える
- 台湾では、2014 年のひまわり革命を契機として、開かれた政府にしないと国民の信頼を得られないという危機感が高まった。中国の脅威もあり、民主主義に対する意識が高い。今の与党は、ひまわり革命の時の野党で、必然的に国民の意見を聞くことに積極的。台湾では、様々な実践を積み重ねて、国民参加の手段ができつつある。そもそも論よりも実践が大事。日本もやれるところから、やっていた方がいい。

¹⁷ <https://g0v.asia/>

¹⁸ <https://miro.com/>

¹⁹ <https://pol.is/>

(3) Pnika について

- 市民参加といっても、市民のペルソナは様々で、誰にどのような参加を求めるのかによって、対象となる市民像は全く異なる。例えば、Pnika でアウトドアサウナを取り上げた時の「市民」とは、アウトドアサウナを楽しみたい人、付近の住民、推進したい事業者（事業者の中にも、これからマーケットに入る人と、すでにシェアを得ている人など様々）などである。状況に応じてより積極的に参加して欲しいステークホルダーが異なるので、参加して欲しいステークホルダーを能動的に探して、参加を呼び掛ける必要がある。参加者を探しやすくするためのエコシステム、特に人的ネットワークづくりが大切。参加を呼びかける際には、取り上げたいテーマや意見を集める側の意思、目的などを明確にした上で、参加者の輪を広げていく。ただ単に窓口を開き、誰でも参加していいよというだけでは、必ずしもうまくいかない。（注意：関心ある人が自由に参加できるように、窓を開いておくことはとても重要。）
- 当時、アウトドアサウナのルールづくりにトライしたが、その際は、アウトドアサウナを業で行う際に参照される公衆浴場施行条例が対象としているのは、温浴施設のサウナで、川や湖の屋外にテントを張ってその中でサウナを楽しむという形態に対応した内容ではなかったため、参照可能なガイドラインをゼロから作ろうとした。一度、多様なステークホルダーとともにルールの素案づくりにチャレンジする Open MTG を実施したが、その場でデザインしきることはできなかった。いきなりルールを作るのではなく、特定の地域で POC（Proof of Concept＝コンセプト実証）的に事業者の実践をベースにルール素案をつくり、その結果を踏まえ全国に横展開する方法を取る方法がいいのではないかと思い、それらの事業者を応援する方針に変更した。
- 日本企業は、法的にグレーな部分はやらない傾向にある。体力がある大手企業はグレー部分には手を出さないし、フットワークが軽い中小企業は、ルールを変える体力がない。アウトドアサウナの検討では、クラウドファンディングで資金集めを行うことも案として上がったが、便益がわかりやすいプロダクト購入型等のキャンペーンと異なり、ルールを変えるための取組みには共感が集まりにくいと考え見送った。ファーストペンギンばかりに負担を負わせるのではなく、誰でもチャレンジできる環境をどう作るかが課題。特区制度もあるが、中小企業が活用するのは結構大変。サンドボックス制度も、仮にうまくいっても、その後、全国展開するためには各自治体との交渉が必要となる。ここで OK なら全国でも OK というルールがないとうまくいかないのではないか。

1.4.2 アジャイル・ガバナンスプロジェクト

(1) アジャイル・ガバナンスを取り巻く動向

- 2018年1月、世界経済フォーラムがアジャイル・ガバナンスに関するホワイトペーパー²⁰を公表した。日本では、経済産業省が2020年7月に「ガバナンス・イノベーション報告書 Ver.1：Society5.0の実現に向けた法とアーキテクチャのリ・デザイン」²¹、2021年7月に「ガバナンス

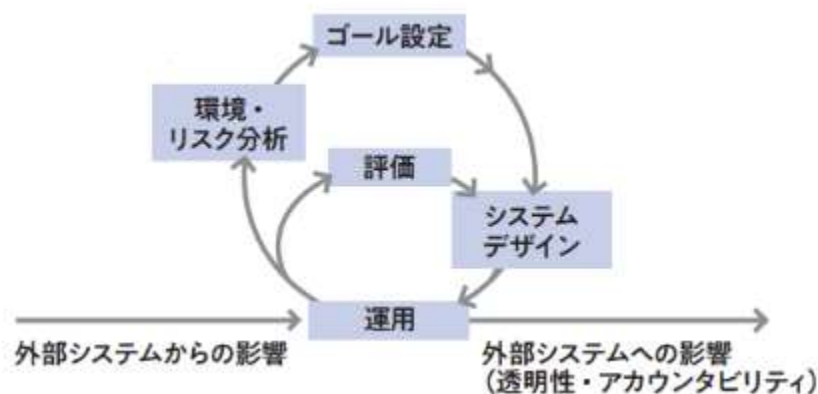
²⁰ https://www3.weforum.org/docs/WEF_Agile_Governance_Reimagining_Policy-making_4IR_report.pdf

²¹ <https://www.meti.go.jp/press/2020/07/20200713001/20200713001-1.pdf>

ス・イノベーション報告書 Ver. 2 : アジャイル・ガバナンスのデザインと実装に向けて」²²を公表した。また、2020年12月に世界経済フォーラム及びOECD主催で開催された「アジャイル・ガバナンスに関するハイレベルパネル会合²³」に経済産業大臣政務官が参加するなど、国際社会で存在感を示している。世界経済フォーラム第四次産業革命日本センターのアジャイル・ガバナンスチームでは、諸外国の取り組み事例やノウハウの共有、政府への提言など、日本でのアジャイル・ガバナンスの導入促進を支援するための活動を行っている。

(2) アジャイル・ガバナンスと市民参加

- これまでの様々な法規制やルールは、サイバー空間とフィジカル空間が分かれており、物事には必ず人が介在し、責任の所在が明確な社会の構造を想定し作成、運用されていたが、これからは、サイバー空間とフィジカル空間が密接につながり、リアルタイムデータの収集から活用までの間に人が介在しないような社会構造に対応していく必要がある。しかも、多くの主体が複雑に連携するため、リスクを誰がどうガバナンスするか、既存の方法では対処できない。技術革新の速度も速く、環境やリスクも常に変化することから、ルールベースのガバナンスではなく、ゴールベースのガバナンスへと切り替えていく必要がある。ゴールベースのガバナンスとは、ゴールを定めてステークホルダー間で共有し、ゴールの達成に向けて柔軟なガバナンスを行っていくことを意味する。
- ゴールベースのガバナンスでは、様々な社会システムにおいて、「環境・リスク分析」「ゴール設定」「システムデザイン」「運用」「評価」「改善」のサイクルを回していく必要があるが、これらの各ステップにおいて、関係者からのフィードバック、継続的なモニタリング、合意形成など、様々なステークホルダーや市民の参加が必要になる。



出所:「ガバナンス・イノベーション報告書 Ver.2: アジャイル・ガバナンスのデザインと実装に向けて」
<https://www.meti.go.jp/press/2021/07/20210730005/20210730005-1.pdf>

図 アジャイル・ガバナンスの基本的な考え方

²² <https://www.meti.go.jp/press/2021/07/20210730005/20210730005-1.pdf>

²³ 宗清経済産業大臣政務官がアジャイル・ガバナンスに関するハイレベルパネル会合(テレビ会議)に参加しました
<https://www.meti.go.jp/press/2020/12/20201209001/20201209001.html>

- 日本国内でも、デジタル臨調の 5 原則²⁴のひとつにアジャイル・ガバナンス（機動的で柔軟なガバナンス）が盛り込まれたり、アジャイル・ガバナンスのフレームワークをもとに、AI 原則実践のためのガバナンス・ガイドラインが経産省にて作成されたりしている。その中で、私が担当する世界経済フォーラム第四次産業革命日本センターのアジャイル・ガバナンスのプロジェクトでは、アジャイル・ガバナンス実践の土台となる行政 DX を加速させるデジタルマーケットプレイスという新しい調達方式の導入検討や市民が参加してプロダクトやサービスの使い方を考えるリビングラボで、AI カメラについて使い方だけでなくルール作りも市民と一緒に考えるものや、アジャイル・ガバナンスに寄与する実践者を世界中からノミネートし 50 人選出する「Agile50(アジャイル 50)」²⁵の活動を行なっている。日本からは、2020 年度は 4 名、2021 年度は 2 名が選出されたりするなど、アジャイル・ガバナンスにおいて日本は一定の存在感をみせている。
- これからは、事業者が規制の在り方や方法などを提案するケースが増える可能性がある。Airbnb²⁶などは、自分たちで事業を実践しながら、ルールの提案も行っている。政府がルール整備を行うのを待つだけでなく、様々なレイヤーにおいて、民間のプレイヤーがルールメイキング機能を持つことも必要だと思う。
- 政府が制度の創設や見直しを行う場合、通常は審議会を設けて、限られた人で議論することが多いが、デジタル庁におけるデジタルマーケットプレイスの検討では、どうすれば、より多くの人の意見を聞くことができるかを考えている。オープンタスクフォースのような形で、経済団体にも声をかけて、関心がある企業に参加してもらい、miro などを使って議論することも検討中。合意形成の一アプローチとして、省庁や他団体にも参考にしてもらえよう試行錯誤していきたい。
- 課題を集める方法としては、例えば、twitter などをクロールして、現状のルールに対する不満を集めることが考えられる。比較的早期に問題を把握できる。また、自治体の窓口などに寄せられた意見をまとめて分析して、担当府省に届けることも考えられる。vTaiwan でも、ステージごとに情報収集や参加の方法を変えている。
- 今の法制度の体系は、法律の下に、政省令やガイドライン、通知通達があり、また平行して自治体の条例があるが、上位の目的に対してルール間の相互の整合性や連携が取れていない場合もある。誰がどのルールを担っていて、それぞれどんな状態か、全体像を把握することも難しい。「法制執務業務支援システム (e-LAWS ; イーローズ)」では、各法律に ID が振られているので、これをベースに関連する政省令や通達・通知、ガイドラインなどを紐づけて公開することを義務化すれば、全体像は把握しやすくなる。また、エディター機能を設け、なぜこの法律が作られたかをコメントとして書いたり、なぜこの条文になったかなどのアノテーション情報を記載できるようにしたりすることで、正しい解釈が進むことが期待できる。GitHub を使って、この法律はおかしいと書き込める（提案できる）ようにしたり、AI が分析して各事業者や市民が関係する関連する法律や規制などを教えてくれたりするようなサービスができてもいい。

²⁴

https://cio.go.jp/sites/default/files/uploads/documents/digital/20211222_meeting_extraordinary_administrative_research_committee_01.pdf

²⁵ <https://note.com/c4irj/n/n95db6fd2813c>

²⁶ <https://www.airbnb.jp/>

- デジタル庁アイデアボックスは、直接、国民から意見を聞くことを想定しているが、それと同時に、翻訳者として市民と政策決定者をつなぐ中間団体の存在も非常に重要である。ロビイストのように、ものを言える人たちや、経済団体などだけでなく、個別企業や当事者が意見を言える場があり、それを国民も見ることができるような場の重要性も増していくだろう。
- サンドボックスで作られたデータを公開して他の人もデータを活用・公開できるようにしたり、デジタル臨調の取組についてももっと外部との連携を進めていけばいい。
- これからは、規制のアップデートのためのオープンイノベーションが必要。政府が社会や行政のイシューステートメント（課題の提示）を行い、その解決方法について TechSprint 等を行い、民間とコラボレーションを進めるという他国事例もある。このような取り組みを、政府やデジタル庁が主導するといいいのではないか。その際には、コミュニティをしっかりと作ることが大切。レグテック（Regulation+Technology）コミュニティの裾野を拡大し、政府が解決したい具体的なイシューを、このコミュニティに投げ込んで、解決方法を議論することで、コミュニティの拡大と活性化を図ることができるのではないか。

1.5 廣田 達宣

日時	2022年6月29日(水) 15:30-16:30	
場所	オンライン(Teams)	
出席者 (敬称 略)	有識者	廣田達宣さん
	デジタル庁	吉村、坂本
	三菱総研	村上、今村、宮本、石黒(記録)

1.5.1 issues (イシューズ) について

(1) issues の取組み

- 多くの一般国民は、行政が扱う範囲や行政特有の制約条件がわからないので、広く意見や要望を募集すると、行政では対応できないものも含め、多種多様な意見や要望が届いてしまう。
- issues では、取り上げて欲しい要望(トピックリクエスト)を住民・議員ユーザーなどから受け、issues 側で優先順位をつけてトピックを設定し、賛同を集める方法を取っている。トピックの例としては「学校の欠席届をオンライン化して欲しい」「妊婦健診を無料化して欲しい」など、日々の生活に近いテーマを扱うようにしている。トピックの設定にあたっては、政治的中立性を保つよう留意している。トピックリクエストは1日2~3件届き、その中からヒアリング時点では、月間20件程度をトピックとして設定している。
- issues では、住民ユーザー獲得のため、WEB 広告を出しているが、issues で扱っているトピックを表示して広告を出し、どのトピックの広告がどれくらいクリックされたかを分析することで、住民ニーズがある程度把握できる。
- issues は、現在は議員のマーケティング支援を主な収益源としている。全国の市区町村議会議員が利用可能だが、今は東京23区に力を入れている。議員間の口コミや、全国の地方議員に案内を郵送するなどして利用者を増やしている。今後は都道府県議会議員や国会議員、政党や行政にも広げていきたいと考えている。

(2) 今後の展開

- 2021年11月から、企業や団体のロビー活動を支援するサービス(パブリックヒアリングサービス)を始めた²⁷。顧客企業や団体の事業領域に関わる政策課題について、住民の声を集め(予算にもよるが数千件程度が多い)、政策提言レポートを作成したり、地元議員に届けたりしている。こちらも現在は東京23区が中心だが、今後、エリアを広げる予定。

²⁷ <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000008.000044637.html>

- 自治体の政策推進支援にも取り組む予定。本格的には来年度以降だが、既に先行的に取り組んでいる自治体がある。こちらも東京 23 区から始め、拡大していく予定。

1.5.2 政策起業家の新たな動き

(1) FiscalNote (フィiscalノート)をどう見るか

- Politech 分野の成功モデルで、グローバルに展開しているのが FiscalNote²⁸。現在、20-30 カ国に進出している。国や地域ごとに制度や慣習などが異なるため、FiscalNote がそのまま進出するのではなく、現地企業との提携や買収などで各国に展開している。

(2) Politech 分野の政策起業家の動向

- PoliPoli などは、issues と同じ問題意識を持って取り組んでいると思う。

1.5.3 国民の声にもとづいた政策やサービスを実現するために必要なこと

(1) 課題の把握・認識

- issues は、サイレントマジョリティの声を大事にしたいと考えている。そのため、ノイジーマイノリティが入ってこないよう、彼らが関心を持ちやすいトピック（例えば憲法改正、原発問題、その他イデオロギーに関わるものなど）は扱わず、人々の生活に密接したトピック（前述の学校の連絡帳のオンライン化など）を扱うようにしている。
- issues では、トピックを示して賛成か反対かを答えてもらう。コメントも受け付けるが、意見ではなく体験談を書いてもらうようにしている。意見は政策に結びつけるのが難しいことが多いが、体験談は非常に役に立つ。
- 定量的なデータが必要であればウェブアンケート調査、定性的な情報であれば当事者などへのヒアリングが有効。

(2) 政策立案やサービス改善

- 政策立案やサービス改善に関する意見を必要とする場合は、単に意見や要望を聞くのではなく、具体的な政策パッケージを示して、賛成/反対や、関係する体験談を寄せてもらうのが有効。issues でもその形式をとっている。

²⁸ <https://fiscalnote.com/>

- 当事者による意見交換会²⁹や勉強会³⁰を行うこともある。できるだけ、当事者の意見を可視化するよう、様々な取り組みを行っている。

(3) デジタル庁の国民の声を届けるプロジェクトに関するアドバイス

- 今のデジタル庁アイデアボックスに意見を投稿するのは、意識の高い人か、強い課題認識を持っている人に限られるのではないか。サイレントマジョリティの声を集めるためには、誰もが行う行為の延長線上に課題を集める仕組みを作る必要がある。例えば、子どもを保育園に入りたい人は、自治体の保育園の案内ページを見る。そこに、保育園に関する施策を選択肢の形で示して賛成/反対をワンクリックで選択してもらえば、サイレントマジョリティの意向を把握することができる。
- 回答理由として、意見ではなく体験談を書いてもらえば、賛成/反対の理由も把握できるが、それを役人がそのまま受け止めるのは生産的ではない。データの集計・分析などは、外部委託するのが適切だと思う。

²⁹ 住民×議員、Zoomで直接ディスカッション！「小学校の欠席届オンライン化」をめぐるオンライン意見交換会レポート
https://note.com/the_issues/n/nb1b9bb6fd72a

³⁰ 当事者を交えた新しい政策作り！issuesで教育ICT政策の勉強会を開催
<https://note.com/tatsunorihirota/n/n5afebcf8ff93#bQTCQ>

1.6 藤沢 烈

日時	2022年6月23日(木) 14:00-14:45	
場所	オンライン(Teams)	
出席者 (敬称 略)	有識者	藤沢烈さん
	デジタル庁	関、瀬下、吉村
	三菱総研	村上、今村、宮本、石黒(記録)
	自動処理	高木

1.6.1 課題の発見と解決

(1) 現場をとにかくまわる

- 課題を把握するためには、現場をとにかくまわることが大切。SNSなどのネットの情報は二次情報が多く、傾向を見ることはできるが、問題の発見や解決につながることは少ない。情報が出ていないところに問題があることが多い。また、ネットの情報にはタイムラグがあり、既に解決している場合もある。一方、寄付を集めたり、広く世の中に周知したりする際には、ネットやメディアは有効。
- RCFでは、とにかく現場に行く。現場に行き課題を発見し、まずは自分たちで解決できるかどうかを考える。自分たちだけで解決できない場合は、行政や企業のキーマンを探す。例えば、ある川が氾濫した場合、まずは問題の深刻さを見た上で、どういうタイプの支援が必要かを考える。その上で、行政や企業とどんな連携が必要かを考え、キーマンにあたる。キーマンの見つけ方は、行政の場合は、首長や議員など、信頼できる人からつないでもらうことが多い。特に災害の場合はスピードが大切なので、トップとのつながりを生かした方がいい。その後の復興計画づくりの際も、トップの判断が必要になる。支援を継続するためにも、トップを巻き込むことは重要。
- 復興支援の際に、民間企業やNPO、国の官僚などを被災自治体などに派遣する場合がある。地方創生でも人材派遣制度を設けている。国に比べて自治体は意思決定の仕組みがわかりやすいので、外部人材も活躍しやすい。国は、政党や各府省などステークホルダーが多く、外部人材にとっては意思決定の仕組みがわかりにくい。
- 復興支援では企業による支援も多い。被災地の産業再興を支援するECサイトの開設など、支援の内容によって協力を求める企業が異なる。例えば、低所得の家庭に食事を届ける場合、食材宅配会社の協力を得て参加企業から食材を集め、運送会社の協力を得て倉庫や物流を確保した。

(2) 支援の後の制度化

- 支援がある程度軌道に乗った後、他地域に展開したり、全国で実施可能にしたりするためには制度

化が必要。方法はテーマや支援の内容によって異なる。例えば東日本大震災の際、県が県内各地に整備した被災者住宅には、様々な地域の被災者が入居しており、孤独化を防ぐためのコミュニティづくりが必要だった。そこで、被災者住宅の管理人によるコミュニティづくりを考え、入居者や民間企業などから希望者を募り、管理人が入居者に積極的に声をかけるなどして、孤独化を防ぐ役割を果たしてもらった。ある地域で実践して実績を積んだうえで、これを提案書にして県や国に働きかけ、制度化・予算化した。

- 復興当初は民間企業の支援を受けて活動することも多い。東日本大震災の際も、最初は企業からの支援金で活動し、その後、県の事業予算や国の支援制度、復興庁の予算などを活用した。ゼロをイチにするのは企業の支援で行い、それを広げる際は県や国の制度、予算を活用するというケースが多い。

1.6.2 国民の声を政策やサービスに活かす方法

(1) 課題の把握

- ネットには二次情報が多いので、まずは当事者による一次情報と二次情報を分ける必要がある。twitter の情報などは三次情報、四次情報も多く、フェイクニュース化しているものもある。99%以上が二次情報で、当事者の声は埋もれやすい。情報を拡散するにはネットを利用してもいいが、当事者の声を集める際には、ネットを使うよりも現場に行った方がいい。意外に現場に行かない人が多いが、現場の方が 100 倍情報を得られる。ネットを使う場合は、当事者や現場を知っている人が参加するオンラインコミュニティなどを利用して情報を集めるといい。一次情報を持っている人が参加していることが重要。

(2) 情報発信と政策やサービスへの反映

- ネットの意見を直接、政策に反映させることは難しい。むしろ、個々の声が意思決定者にきちんと伝わるとともに、フェイクニュースのような間違った情報が意思決定者に伝わらないようにすることが大切。
- 政策起業家などが参加するコミュニティを作り、国にやって欲しいこと、国がやるべきことを整理できるような場を複数作ることも有効。
- 課題の把握から政策の立案・実行・評価の各過程で、適切なタイミングで必要な情報を発信し、政策の透明性を高め、途中でも声を上げることができるようにすることが大切。これにより国民の安心感が高まる。情報が公開されていて、批評できることに意味がある。政策実施後に妥当性や効果などを検証するためにも、政策立案過程の情報の公開・蓄積は重要。このような情報発信は、日本はあまり得意ではないように思う。
- 現状は、行政の意図が国民に必ずしも正しく伝わっていないし、国民も正しく理解・批評できていない。双方向性を確保することが大切。例えば、YouTube で担当者が直接、政策を説明し、国民か

らの質問に答えるような場があってもいい。通常のウェブサイトよりも何倍も見てもらえるのではないか。

- メディアを介した情報発信は、必ずしも正しく伝わらない場合がある。メディアの知識不足の場合もあるし、専門家のコメントも的を射ていない場合がある。twitter の情報をメディアがそのまま流す場合もある。国が直接、一次情報をネットで発信し、国民からの質問に直接答え、それをメディアが見て記事にする方がいいのではないか。

(3) その他

- 一次情報をいかに得るかが重要だが、一次情報が得られない場合は、一次情報を語れる人と付き合うといい。

1.7 田中 美乃里

日時	2022年6月23日(木) 16:00-17:30	
場所	オンライン(Teams)	
出席者 (敬称略)	有識者	田中美乃里さん
	デジタル庁	関、瀬下、吉村
	三菱総研	村上、宮本、石黒(記録)
	自動処理	高木

1.7.1 藤沢市市民電子会議室について

(1) 藤沢市市民電子会議室の運営

- 藤沢市市民電子会議室は、10～15人の市民で構成される運営委員会が運営をサポートしていた。運営委員は公募で、面接やレポートで審査して選ばれる。年齢、性別、職業など様々で、都内や横浜に通勤している人や主婦、学生もいた。田中さんは当時学生で研究テーマにもしていたので、会議室のことを他で紹介する機会も多かった。後に運営委員長も務めた。
- 運営委員の主な役割は、市民電子会議室の運営全般に関わることと、市役所エリア(後述)の会議室の進行役。政策提案を検討する会議室では意見の集約をしたり、新しい会議室を作る際に会議室の主催者にアドバイスしたり、市役所が市民に意見を聞きたいときは聞き方のアドバイスをしたりしていた。他の参加者が困るような発言をする参加者への対応や、会議室で話題が盛り上がるようなサポートも行った。
- 運営委員同士は電子掲示板とメーリングリストで意見交換や情報交換を行い、1-2か月に1度、集まって会議も行った。
- 市民電子会議室は1997年に開始され、田中氏は2001年から2012年まで運営に関わった。2011年、運営委員会方式からNPO法人による運営に変わった。

(2) 市民電子会議室の仕組み

- 市民電子会議室は、市役所エリアと市民エリアに分かれている。市役所エリアは、市が政策に関するテーマを設定し、市民から意見を聞いたり、議論したりするなど、パブリックコメントの拡大版のように利用していた。運営委員会主催で、市政への提案を集める会議室を設けることもあった。市役所エリアの会議室に投稿があると、その会議室のテーマに関わる市の担当者にメールが届き、担当者は業務の一環として業務時間内に回答を行っていた。市役所エリアの投稿は実名が原則(自己申告)だった。市役所職員は組織や役職で発言するほか、個人名を出して対応しているケースもあった。市の職員も参加していることから、比較的真摯なやりとりが多かった。通年で開催してい

る井戸端会議のような会議室もあり、この中から新たな検討テーマが見つかることもあった。

- 市民エリアでは、誰でも自由に会議室を開くことができる。自分の趣味や関心があるテーマで会議室を作り、市民同士で情報交換していた。市民エリアの投稿はニックネームでも可だが、会議室開設者には本名（登録情報）を確認することができた。運営委員会は市民エリアにはあまり関与せず、どちらかというで見守っていた。市民エリアの会議室は日ごろから盛り上がり、この中に市役所エリアで検討したいテーマを投げ込むことで、市役所エリアへの誘導を図ることができた。
- 市民電子会議室の運営・活用に対しては、必ずしもすべての市職員が積極的ではなかったが、市としてインターネットでの意見募集に力を入れていく方針であったことや、市民自治推進課が各課に働きかけをしていたこと、市民の参画により作られた施策や計画であることをアピールしたいという思惑もあり、多くの課で市民電子会議室が利用された。

(3) 政策に反映する仕組み

- 市民電子会議室全体の運営は、市民自治推進課（以前の部署名は市民提案課）が担当していた。当時の市長が共生社会の推進（共生的自治システム）に力を入れており、市民自治推進課も市民電子会議室も、その一環としてできた。他にも市政に関する積極的な情報提供や、市内13地区に「くらし・まちづくり会議」を設けて、日ごろの生活やまちづくりに関する議論をしていた。

【当時、藤沢市が進めていた共生的自治システム】(田中美乃里さん提供情報より)

1. 市政情報提供システム
 - (1) 情報提供手段の拡充（窓口対応など主に家庭向け）
 - (2) 情報内容の充実（市政基礎情報や業務案内情報など）
2. 市民提案システム
 - (1) 政策提案制度（くらし・まちづくり会議、市民電子会議室）
 - (2) 他の広聴制度
3. 市政反映システム（市民自治調整会議、他）
4. 市民活動支援システム
 - (1) 市民活動推進方策
 - (2) 地域対策関係費等による地区ごとの公益活動支援

- 市民電子会議室では、市民からの提案を政策に反映するプロセスがルール化されていた。政策提案がある程度詰まってきたら、運営委員会が提案書に取りまとめ、市民自治推進課から市民自治調整会議に諮り、予算化や各種調整などを行う。ただし、このようなプロセスを経て実現した事例は、それほど多くない。
- 市民提案で実現した事例としては、鶴沼プールガーデン跡地利用がある。当時、市内にはスケートボードができる場所がなく、街なかのいたるところでスケートボードをされるより、できる場所を作ったほうがいとなり、閉鎖が決まっていた鶴沼プールガーデンが鶴沼海浜公園スケートパークとして生まれ変わった。

- 他にも市民活動推進センターの開設場所を検討する際、候補施設がバリアフリーでなかったため、市民からの意見を取り入れて他の場所に変更した例などがある。

(4) 市民参加を促す仕組み

- 市役所エリアの会議室では、一般市民が広く意見を出せるように様々な工夫を行った。例えば環境がテーマの場合、普段から環境に関する活動をしている人の投稿が中心になったり、いきなりレベルの高い議論から始まったりして、一般の人が意見を出しにくくなることもある。そこで、運営委員が市民に代わって質問し、市の担当課職員が回答することで、多くの人が参加しやすくなった。会議室の議論を一般の人にもわかりやすく解きほぐすのも運営委員の大切な役割だった。
- テーマによっては専門家の意見だけを聞きたいことがあるかもしれないが、藤沢市の場合は、できるだけ一般の人からも意見を聞きたい、普段、なかなか意見を出す機会がない人にも参加して欲しいという思いで運営していた。
- 市の審議会や委員会で検討し、ある程度まとまった段階で、市民電子会議室で意見を聞く場合もあるが、そこに至るまでの検討過程の情報を公開していないと、どうしてもずれた意見や検討済みの意見などが出る。検討過程の情報も提示した上で、意見をもらうことが大事。
- 行政が作成する資料は、色々なことに配慮して作られるので、かえってわかりにくい。運営委員がわかりやすく解説したり、大事な部分をより詳細に説明したり、市民からわかりにくいと言われる前に、運営委員が市側に質問し、市の担当者から回答を引き出すといった工夫をしていた。運営委員は市民と市役所との間の緩衝材の役割も果たしていた。
- 市民も最初は市に物申すという姿勢だったが、徐々に学んできて、対立から協働へ、カウンター越しのやりとりから円卓での議論へと変化してきた。市民電子会議室が、事実を共有し、掘り下げ、一緒に考える場になっていった。
- 市民電子会議室への市民の参加者を増やすために、市と運営委員会が共同でオフ会や交流イベントを開いたり、市民祭りなどのイベントで市民電子会議室のPRブースや体験コーナーを出展したり、広報紙で宣伝したりした。当時はまだスマホがなく、パソコンからの参加だったので、市内のパソコン教室参加者に、市民電子会議室への参加を呼び掛けたりもした。今はスマホが普及して参加のハードルが下がったが、わざわざ投稿に時間を割いてもらうにはどうすればいいかを考える必要がある。
- 市民電子会議室の登録者数は、最大時で4,500人程度。女性より男性の方が多く、登録者は30-40代が多かった。このうち日常的に投稿するのは1割程度で、積極的に発言するのは40-50代。当初はインターネットを使うと若者の発言が多いと予想していたが、街づくりに関心があるのは40代以上が多かった。

(5) 運営上のポイント

- 市の担当者は一人に対応せず、必ず複数の担当者と運営委員、会議室の開設者で対応するようにした。回答方法は担当者個人の場合もあれば、課としての回答の場合もあり、担当課によって異なった。電話と違って回答が残ることに懸念を示した担当者もいた。

- 意見を書いたのに政策に反映されないという市民からのクレームは常にある。回答を求めるような提案の場合は、担当者からの何らかの回答が必要。反映されるかどうかよりも、担当者にちゃんと届いていると知らせることが大切。明確な提案でない場合でも、そこから気づきが得られる場合もある。声を上げたら何らかの幸せがその人に届く、そのための参加のツールがあることが大切。無関心であることが最も課題。課題を抱えている人は意見を言わないことも多い。オフ会や市民集会で出た意見を、運営委員などが代わりに会議室に書き込むこともあった。
- SNS の場合は、自分の庭という意識で、普段は何気ない投稿が多い。そこに時々、困りごとが書き込まれる。膨大な書き込みの中から、困りごとをどう見つけるかが難しい。

1.7.2 NPO 法人地域魅力について

(1) 地域魅力の主な活動

- 地域魅力は2006年の設立で、今年で16年目。最初の10年は、地域ポータルサイトの運営や、市民記者の育成、食育事業などを、藤沢市との公民連携事業として行ってきた。市と委託契約できるように法人化した。
- 最近では、コロナ禍で営業が困難になっている逗子市及び葉山町の飲食店を支援するため、地元の不動産会社の支援を得て、宅配サービスの「ズーバーイツ」を行っている。また、逗子市に提案して、Facebook上に市民参加のコミュニティを作った。現在の登録者数は約5,200人。最初は、市役所職員も管理者として参加していたが、今はほとんど関与していない。市への政策提案というよりも、市民が一緒になって逗子の魅力を考えたり、市民同士で困りごとを解決したりする場として利用している。運営は地域魅力が担当しているが、最近では参加者も経験を積んできて、参加者同士で運営をサポートしてくれている。

1.7.3 国民の声を国の政策やサービスに反映できるか

(1) 議論を深めるための工夫

- 一度、意見を言ったきりではなく、やりとりして議論を深めたり、複数の意見を示して多様な視点から議論を進行したりする役割を担う人がいるといい。投稿者同士で議論を深められるのがベスト。それまでのやり取りを踏まえて、次の発言ができるような参加者が増えるといい。
- 行政側の真剣度で、参加者のモチベーションが上がったり下がったりする。行政側が組織名で回答するか、個人名で回答するかによっても異なる。個人名でやり取りする方が、議論は深まる。個人名のほうが個人の熱意を感じられる。顔の見えない組織名より、顔が見える個人名のほうが話しやすい。
- 政策のプロセスに組み込まれなくても、話を聞いてもらえることが大切。実際に現場を見に行くなど、行政職員の具体的な動きにつながればなおよい。藤沢市市民電子会議室の場合でも、会議室での意見→運営委員会で取りまとめ→市民自治行政会議→理事者→予算化といったプロセスを踏ん

だが、予算化まで行く意見は多くはなかった。意見が担当者に伝わっただけでもいいという人も多い。

- 藤沢市市民電子会議室の場合、運営委員が半分市民、半分市役所の役割を果たしていたのが特徴。運営委員の任期は2年。何期も継続する人もいれば、1期でやめる人もいる。全員が一度に交代することはないので、長くやっている人が新しく入ってきた人にレクチャーする。
- 国の場合、自治体と違って、現場から遠いのが課題。自治体以上に、わかりやすく、かみ砕いて説明する役割が必要。資料を示して意見をくださいだと意見は出にくい。藤沢市市民電子会議室の場合、意見を聞きたいテーマを、まず原課が運営委員に説明し、2週間くらいかけて運営委員がテーマを理解する。その上で、最初の聞き方、深堀のしかたなどのプロセスを、原課と運営委員で検討する。対面とオンラインを組み合わせて1か月くらいかける。その上で、ひとつのテーマについて、2-3か月間、会議室を開設する。複数のテーマが並行して開設されることもある。

(2) 運営の際の留意点

- 参加者を増やすためには、日常的な地道な広報活動が必要。
- ある時、藤沢市内の河川がダイオキシン汚染されたことがニュースになった。藤沢市市民電子会議室の井戸端会議室で話題になり、その後、独立した会議室を立ち上げた。市外在住の環境に関心がある人や活動家の意見が増えた。藤沢市に住んでいない人が、市民電子会議室に多く参加していいのかとの批判もあったが、この時は、腕利きのファシリテーターがきめ細かく対応し、出所（根拠データ）の明記や建設的な議論の場であることなど投稿ルールを何度も説明し、大きな混乱には至らなかった。市役所の中でも、議論を止めるという意見はなかった。批判の矛先が行政ではなく、原因となった企業だったことも一因。
- 発言する際、当事者かそうでないかの区分は大切。自分の話なのか、人から聞いた話なのか、出所を明らかにしてもらう必要がある。進行役が見ていると、だいたい区別はつく。井戸端会議室（雑談エリア）の炎上防止策としては、兆候が見えたときは別の会議室を立ち上げて、そちらで議論を続けるように誘導した。同じような話（例えば駐輪場問題など）が定期的に出てくるような場合は、過去ログやまとめサイトを紹介して、そちらを読んでから発言してもらうようお願いした。
- システム上、市役所は発言を削除できないようになっている。言論統制と言われないように。その代わりに、運営委員と世話人（各会議室の開設者など）が、ルール違反があった場合、投稿者にその旨を伝え、書き直してもらう。ルール違反をしていなくても対応が難しい人がいた場合は、慣れた運営委員が相手をしたり、オフ会に呼んで仲良くなり、仲間になってもらったりした。
- 炎上対策や議論のコントロールを考えるより、データのマイニングから議論の傾向を分析し、政策担当者が様々な声を拾う際の参考にするほうがいい。騒音も世の中の音のひとつという考え方。

1.8 松島 隆一

日時	2022年6月23日(木) 18:00-19:30	
場所	オンライン(Teams)	
出席者 (敬称 略)	有識者	松島隆一さん(千葉市総務局参与)、大森信人さん(千葉市広報広聴課長)
	デジタル庁	関、吉村
	三菱総研	村上、石黒(記録)
	自動処理	高木

1.8.1 ちばレポについて

(1) ちばレポを始めたきっかけ

- 2013年の国際オープンデータデー(IODD)のイベントで、地域の問題点を地図上に投稿できる「FixMyStreet」を使ってみたのがきっかけ。当時の市長も、オープンガバメントやオープンデータに関心があった。イベントでは、参加者が公園のベンチの壊れた箇所を発見し投稿した。参加していた市職員から、所管する市の公園管理担当に伝えたところ、イベント当日には直っていた。これが話題となり、参加者からは「市は伝えれば直してくれる」「住民が参画することで、よりよい生活環境に代えていくことができる」などの意見が出た。これらの様子が様々なメディアで取り上げられ、その後、様々な検討や経験を経て、今のちばレポにつながっている。現在は、一般社団法人社会基盤情報流通推進協議会(AIGID)がクラウドサービスとして提供しているMyCityReportを利用している。このサービスは、ちばレポの運営ノウハウなどを基に東京大学等と開発したもので、全国約30の自治体が利用している。
- この仕組みを検討した当時、千葉市では、2000年から2016年までの16年間で人口が9.73%増えたのに対し、職員数は5.7%減少した。今後人口減少が加速していく中で、さらに職員数が減ることが予想され、現在の行政システムのままで行政サービスを維持できるかといった懸念もあり、これからの行政運営について「行政がなんでもできる時代は終わり、これからは市民によって支えられる街」へ転換する必要性を感じていた。
- 理想は住民が参加してよりよい生活環境を作っていくこと。地域社会を支えるのは市民自身だという意識を持つことが大切。そこに向けた第一歩として、まずは行政と市民の役割分担の在り方を考えた。市民が地域の課題を発見すると、ちばレポに投稿する。地図上の位置や現場の写真も簡単に投稿できる。投稿は市の担当者に届き、対応方法を検討した上で、現地に出向いて処理する。ちばレポでは、市民投稿機能だけでなく、システム内で業務処理が効率的に行える仕組みも一緒に作った点が大きな特徴。FixMyStreetの時は、この仕組みはまだなかった。対応作業の進捗状況もちばレポ上に表示され、住民が確認することができる。緊急度がそれほど高くない場合は、市民と協力して解決することもある。当時の市長は、この仕組みを「市民が参加できる街のメンテナンスシス

テム」と言っていた。

- 市民から電話等の従来の手段で地域の課題の連絡を受ける場合は、市民は市役所の開庁時間に合わせて連絡する必要があり、担当課でも地図を広げて場所を特定し、現場に行って状況を確認、対応方法を検討した上で、再度現場に出向いて対応することになる。ちばレポの場合は、市民は自分の都合の良い時間に投稿し、投稿の時点で場所が特定されており、現場の状況も投稿写真からある程度の判断ができる。確認から対処までの時間や手間が格段に短い。作業日報の作成も、自動でできる。原課（土木事務所、公園緑地事務所、環境事業所など）の評判もよく、電話等による相談・問合せが、もっとちばレポに移行できればと考えている。地域の課題全体のうち、ちばレポで解決できている割合は、現状では1割程度。
- ちばレポの登録者数は、2022年3月末時点で7,926人。30～50代が72%を占める。今まで行政に接する機会が少なかった層に、新しいチャンネルを提供できていると考えている。ちばレポ登録者を対象に行ったアンケート調査では、3/4のユーザーが「まちを見る意識に変化があった」と答えている。ただし、登録者のうち、1回でも投稿したことがある人は1/3程度で、アクティブユーザをどう増やしていくかが課題。

(2) ちばレポの今後

- 現在は、市内で見つけた動植物を、位置と写真付きでレポートしてもらい、動植物分布調査に利用するなど、地域資源をテーマとした活用にも取り組んでいる。今後は、子育て世代など地域の課題に関心が高い層の利用促進や、地域団体の活動の一環としての利用を増やすなどにより活性化していきたい。また災害時や防災の観点からの利用や、クラウドソーシング的な活用なども考えている。
- ちばレポで蓄積したデータは、オープンデータとして公開している。これを、Code for Chibaのメンバー等が分析して提言をもらったこともあり、更なる活用につなげたい。
- 国が管理している国道や、東京電力やNTTなど民間企業が管理している電柱・電線に関するレポートが届く場合もあり、関係機関には電子メールにより伝えているが、ちばレポへの参画など、より密な連携を取っていきたい。
- 地域の防災を担っている消防団があるが、その情報版として「情報団」を作れないか、以前総務省で検討していた。災害等の危機管理時のみならず、平時から信頼性の高い意見を行政に対し発する人。ちばレポの参加者像に近いイメージなので、この面での活用も研究したい。

1.8.2 国民の声にもとづいた政策やサービスの実現

(1) 市民と情報を共有することの大切さ

- ちばレポは、これまで行政内に閉じていた地域の課題や対応状況などの情報をオープンにし、市民と共有することで、街を意識し、街を良くしたいという市民意識の変化が生まれている。市民と行政がフラットな関係になることが大切。
- 行政に寄せられる個々の意見等は、基本的に正しい。その中で、すべての市民を満足させることはできないが、納得してもらうことはできる。これからは、市民が納得できる行政サービスを提供す

る必要がある。そのためには、事実をデータで正しく伝えることが必要。

- 千葉市が公開している「市税の使いみちポータルサイト³¹」では、ごみ処理費や保育費などの行政サービスについて、市民が負担している額と市が税金で負担している額をシミュレーションでき、負担に対する納得感や行政施策への理解を得ている。また以前、子ども医療費無償化施策の拡充要望が出た場合は、同じ予算でできる施策の選択肢を示してネットアンケート等で市民の意見を聞き、その結果を基に施策を決定して市民の納得を得た。
- 今後は、市民ができることは市民で行い（自助）、個人では対応できない場合は地域コミュニティで対応し（共助）、地域コミュニティでも難しければ市や県、国で対応する（公助）というように、行政職員や市民の意識を変えていく必要がある。市政への無関心層の取り込みへの留意が必要。行政に興味を持ってもらうきっかけとして、インセンティブ付与や流行りものとのコラボも時には有効。

（2） 意見を集める際の留意点

- 市民と行政のスタートラインを揃えることが重要。市民に対して、行政側の考えの論拠を示して説明することと、基礎データを共有することの2点。パブリックコメントは、参加者から意見を集め、最後に行政が絞切型に結果を示して終わり、参加者同士で意見交換するような中間部分が抜けてしまっている。その点では、参加者同士が議論を交わし、集合知を導き出すことができるデジタル庁アイデアボックスは有用な仕組みだと思う。
- デジタル庁アイデアボックスのようにネットで意見を受け付けると、たくさん要望が来てしまうことが多い。人的リソース（人の数と能力）があれば、個別に対応することもできるが、リソースは有限なので、マンパワーをどこまで充てられるかを考えた上で、対応することが大切。（行政はファシリテーターに徹するなど一つの方法）
- 基礎データの共有については、オープンデータの取組を進めていくことが望ましいが、同時に、市民や事業者等に対してデータ活用のサポートを行う必要がある。
- 市民と行政、市民と市民が対話する際、一対一の議論にしないことが大切。行政の職員が個別に対応することにはリスクがあるため、組織で対応し、組織としての意見を伝えるほうがいい。オープンに議論を行い、色々な意見を取り入れ、行政はファシリテーション役を担う。何のために意見募集をしているのか、そもそもの趣旨を常に意識し、枝葉末節の議論に陥らないようにすることが大切。

³¹ 市税の使いみちポータルサイト(<http://use4publicfee.city.chiba.jp/>)

1.9 奥村 裕一

日時	2022年6月30日(木) 13:00-14:30	
場所	オンライン(Teams)	
出席者 (敬称 略)	有識者	奥村裕一さん
	デジタル庁	坂本、吉村
	三菱総研	村上、宮本、石黒(記録)
	自動処理	高木

1.9.1 チャレンジ!! オープンガバナンス(COG)について

(1) COG³²を始めたきっかけ

- 2005年、ハーバード大学に客員研究員として赴任した際、アメリカ政府イノベーションアワードという表彰制度があることを知った。これは、自治体(途中から連邦政府も対象)のイノベーション事例を審査・表彰するもので、フォード財団の支援により、当時で既に20年続いていた。日本でも行政のイノベーションを後押しするための大学での仕組みのCOGを考える最初のきっかけとなった。
- さらに、自分の研究分野だった行政マネジメント改革の一環として動向を見ていた米国の電子政府の流れで、2009年、ブッシュ政権からオバマ政権に代わり、デジタル社会を前提にオープンガバメント政策が打ち出された。政府のデータをオープンにして、国民と一緒に仕事をしていくという考え方。同じ年にワシントンで開催されたオープンガバメント&イノベーションに関するシンポジウムに出てみたが、そこではWeb2.0の提唱者のティム・オライリー氏らも基調講演し、多くの民間人や政府職員が参加して熱気にあふれたものだった。
- こうした中、日本でも2012年に電子行政オープンデータ戦略がデジタル庁の前身の高度情報通信ネットワーク社会推進戦略本部で決定されるなどの取り組みを始めた。その後の国際的なエポックとしては2013年のG8で、オープンデータ憲章が合意され、政府のデータをオープンにして国民と共にガバナンスの改善とイノベーションを進める「オープンデータバイデフォルト」の考え方が提唱された。そして、試行を経て2014年秋に日本版データカタログサイトが本格始動した。
- 私は2014年に「オープンガバメント」から「オープンガバナンス」へと考え方を進めた。前者は政府の考え方や姿勢を指すもの、いいかえればこれを進める主役は政府だが、後者はガバナンスをオープンにするという意味で、役割は違うが市民も行政も両方とも主役という考え方になる。具体的にいえば、オープンデータなどをもとに、市民も社会課題を自分ごととして、課題解決の一端を担う活動を視野に入れるものだ。この理念を日本でどう普及させるかを考えた結果、アメリカのイ

³² <http://park.itc.u-tokyo.ac.jp/padit/cog2022/>

ノベーションアワードのようなコンテストを市民や行政から中立な立場で進める枠組みとして、2016年にCOGを始めた。

- 具体的には、自分達でも地域の課題解決に取り組んでみたいという市民や学生とオープンデータや知識の共有でその基盤を提供したりする自治体が、それぞれの持ち味を出し合って地域の課題をガバナンスする機会の提供の場としてCOGを設計した。そのプロセスは①まず自治体はその地域の課題を広義のオープンデータ付きでエントリー、②この課題をめぐって地域の市民や学生チームが課題解決のアイデアを応募、③そして最終的には公開審査でよいアイデアの表彰というという仕組みである。自治体が課題をまず示すプロセスとなっているが、市民や学生とともに課題を見つけることが大事で実際はこのような進め方を期待している。
- オープンガバナンスでアイデアを出すには、3つの「D」の活用を推奨。一つ目はオープンデータなどのデータ分析。データで課題やその背景を俯瞰する。二つ目はデザイン思考。データ分析を補うため、人間の行動の意味や本当のニーズを探る。三つ目はデジタル技術。一つ目と二つ目を支え、アイデアにも有効な技術でDXにつながる。

(2) アメリカ連邦政府のマネジメント改革の取組み

- マネジメント改革には、大きく分けて「efficiency」と「effectiveness」がある。前者は能率や効率化、後者は効果的、市民との関係構築といった意味を含んでいる。ブッシュ二世時代は federal enterprise architecture の導入などで政府全体の効率性を追求した。この日本政府版が各省に策定を求めた業務システム最適化計画だった。これに対してオバマが進めたオープンガバメントは、後者の効果的行政の追求や国民との関係構築の意味合いが強い。
- 2007年、カール・マラマッド氏（米国証券取引所の公開電子データ収集・分析・検索システムを90年代に外部から推進：紙をやめ電子化を進めた先進事例）と先述のティム・オライリー氏が主導して、カリフォルニアにローレンス・レッシング氏（法学者でクリエイティブ・コモンズの提唱者）ら30人を集めて Open Government Working Group Meeting を開催。³³これからはオープンガバメントの時代だと宣言した。アメリカ国民には、自分自身で何かやろう、何かを変えようという原動力がある。アメリカでも具体的な行動を起こすのは一部の国民だが、将来はこうありたいと行動を起こす人がいて、このような動きを政党と政府が拾い上げて政策にする。
- オバマ政権時代の Code for America の活動も意義が大きい。民間のシビックテックが行政機関の中に入り、権限も持って活動した人もいた。英国でも同様の動きがあった。日本でも最近行政機関への民間人の登用が進められているが、職務をラインとスタッフに分けると権限のあるラインのポストは既存の公務員が占めているケースが多い。これからは、官民が専門性に応じて、権限のあるラインのポストを含めてオープンに出入りできる流動性を持った人事の仕組みが必要だ。

(3) COG を続けてきてわかったこと

- 基本的な仕組みは開始当初から変わっていないが、COG に対する理解度は徐々に上がってきている。

³³ https://public.resource.org/open_government_meeting.html

応募作の水準も高まっているように思う。若い人の応募も増えており、昨年は加古川の高校生チームが靴下製造という地場産業振興の高校生らしいアイデアで優勝した³⁴。また実際 COG を手がけてみた自治体に、市民と一緒に取り組んでいこう、その方がよりかゆいところに手の届く政策がつけられるという意識も高まってきている。

- 応募アイデアのテーマは高齢化、子育て、まちづくり、防災、産業、スマートシティと幅広く、一部はその後にも地道に活動を続けている。応募自治体の地域分布は全国に広がっているとはいえ、ざっくりいうと西高東低の感がある。COG を知らない地域や知っていても既存の業務との関係で控えることもある。COG は本来業務にもプラスになる、いやそもそも COG 的な進め方で地域の市民と共に業務を進めるのが当たり前、という実感をどうもってもらうか、きめ細かい PR と事例の積み上げに努めないといけな。個別にみると地域で活動する行政職員と市民、学生が上手にかみ合っているところが概してよいアイデアが出てきて頑張っている。
- これまでの応募作は約 330 件で参加自治体数は 69 であった。個別にみると例えば、2016 年の中野区の里親に関する応募作³⁵は、里親をもっと増やしたい、里親のレベルアップを図りたいといった提案だったが、応募者は里親を実体験している人の集まりで、その実感からくるプレゼンが審査委員に大きな感動を与えた。同じく 2016 年の応募作で川崎市宮前区の子育て中のファミリーを市民・行政・企業で応援する地道な活動も優れていて今でも活動を継続中と聞いている。2018 年の草津市の応募作³⁶は、保育士不足に対応するため、潜在的保育士（保育士資格を持っているが保育士として働いていない人）に保育園に戻ってもらうためのマッチングサービス。まだ道半ばだが、地元の課題に密着した提案だった。2020 年の沖縄の応募作³⁷も高校生がリーダーのチームで、フードドネーションがテーマで印象に残っている。留学先のアメリカでフードドネーションを知った生徒が、帰国後、新型コロナで疲弊する那覇でも同様のことができないか考えたもの。スーパーマーケットなどの協力を得るのが大変だったとのこと。同年の優勝の目黒区の応募作³⁸は防災がテーマ。河川の氾濫などに対応するため、区民と区役所が一緒になって、実際の予想避難行動を分析し、考えた。市民から提案し、行政を巻き込んだ活動になっている。同じく同年の熊本県玉名市の応募作³⁹は、市民と共に進める「玉名未来づくり研究所」での議論から始まったサードプレイスづくりで、市職員も参加して検討が進められ、玉名駅の協力で最近高校生が勉強できる場＝サードプレイスができた。2021 年では、横浜の車いす兄弟の高校生とサポーターたちが進めているバリアフリー設備（多目的トイレ、階段昇降機、エレベータ、音声案内版など）のデータベースの標準化プロジェクトも強く印象に残っている。このチームは今回だけでなく数年前からのバリアフリーへの取組でいつも COG に感銘を与えてくれた。ほかにも応募作で今も続いているものとして大阪の公衆浴場再生プロジェクトなどがある。応募作ではないが当初から参加の室蘭市は域内の大学等の連携が定着していて、そこから出てきたアイデアを市政に活かしている。応募作の詳細は毎年の COG のサイトをどう

³⁴ https://park.itc.u-tokyo.ac.jp/padit/cog2021/final/presentation/31_presentation.pdf

³⁵ https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fpark.itc.u-tokyo.ac.jp%2Fpadit%2Fkog2016%2Ffinal%2Fidea_11_cog2016_presentation.pptx&wdOrigin=BROWSELINK

³⁶ https://park.itc.u-tokyo.ac.jp/padit/cog2018/idea/39_Idea_COG2018_Shiga_Kusatsushi.pdf

³⁷ https://park.itc.u-tokyo.ac.jp/padit/cog2020/final/idea/45_Idea_COG2020_Okinawa_Nahashi.pdf

³⁸ https://park.itc.u-tokyo.ac.jp/padit/cog2020/final/idea/12_Idea_COG2020_Tokyo_Meguroku.pdf

³⁹ https://park.itc.u-tokyo.ac.jp/padit/cog2020/final/idea/44_Idea_COG2020_Kumamoto_Tamanashi.pdf

ぞ。

- なお、COG の経験からいうと、社会は情報の流通があって初めて成り立つものだから、デジタル庁としては、デジタル技術を前提に、デジタル時代の情報の形であるデータの収集・分析・共有・活用の基盤、例えばデータフォーマットの標準化、はどうあったらいいのかを国民と共に追い求めいくことが大変重要だと思う。なぜ「国民と共に」かという、データの収集・分析・共有・活用の全ての段階で国民が何らかの形でかかわっていて、実際は協働作業が欠かせないからだ。それにここでは自治体の職員も欠かせない関係者となる。後述のオンライン参加型ディスカッション方式を海外の政府のように専門家も交えてオープンに議論し合意形成を図ってはと思う。その際、デジタル庁の職員もかみしもを脱いでディスカッションに参加し、国民も行政と一緒に協働して責任をもって作業を進めるのだという姿勢で臨んでほしい。双方ともオンライン参加型ディスカッションの中で社会関係資本をどうやってつくるか、中でも「信頼」という要素を育むかがキモとなる。試行でよいので仕組みをよく練って取り組んでほしい。
- それから、これも COG で自治体の働き方を見ていて気づくことは、業務の簡素化について、AI の活用で組織の効率性を追求し実行する余地が相当ありそうだ。政府が進めるガバメントクラウドがこれにどういう形でどの程度寄与するのか事前のアセスメントを見てみたい。また、（実は無駄な仕事ではないかという）ブルシットジョブを増やさない・潰すという理念のもと、水平的な人間関係によるソーシャルキャピタル（信頼と互惠のネットワーク）を醸成しつつ、ブルシットジョブから職員を開放する。と同時に、その分人員を再配置して、市民との対話の機会を増やしたり、AI でできないきめ細かなコンサルテーションのサービスを手厚くしたりする業務改革・人事政策とパッケージで進めるべきだと常々思う。

1.9.2 「国民と共に」という政策やサービスを実現するために必要なこと

(1) 市民参加の必要性

- 市民が参加する議論は、最初から抽象論で行ってもうまくいかない。具体的なテーマや内容で行うべき。市民の考え方も様々だが、それが多様性を生む原動力。ワークショップ方式で、比較的取組みやすい関心から出発して目の前の課題解決などを手がけ、この経験を積み重ねて、関心の深堀りをして、課題の根底にある問題への解決にはどうしたらよいかを皆で話し合っ合点の行く解決策を見つけるような方法、昔の寄り合いでの意見集約の方法のデジタルを使った現代版を考えていきたい。
- 代表制民主主義は、議会（ルールの制定や予算の承認）、行政（ルールや予算の執行）、司法（法による事後裁定）で成り立つ。議会は法律や条例の制定で社会のルールを決め、予算を通し決算をチェックするものの、執行は行政が独占している。行政は現場で市民に接しているが、そこから得られる情報を政策づくりに活かさきれていない。中央省庁と自治体の役割分担についても、企画は中央省庁が行うが、実行するのは一部を除き自治体の役割。中央省庁の官僚も、もっと現場に出て社会の実相を肌感覚として身につけ政策立案をして欲しい。この現場に出て肌感覚を身につけるた

めの若手の人事配置や業務時間配分の見直しなどマネジメントの改革を手がけて欲しい。このために、デジタル技術がどう生かせるかも大事なDXだと思う。

- 行政サービスの受け手は市民。その市民がどう感じ、どう考えるかが大切な政策立案のポイント。市民が現場を一番よく知っている。民間企業ならユーザーの声を聴くのは当たり前。市民参加ではなく、市民中心で考えるべき。日本の公衆衛生の基礎をつくった後藤新平は現場主義者だった。庶民が現場で何に苦しんでいるのか、常に耳を傾けていた。「理屈より現場に聞く」、こういう感覚を取り戻したい。「理屈より現場に聞く」ことはあとで述べるポリシーラボの進め方とも密接にかかわる問題だ。
- 一方、市民も行政に甘えすぎないようにしないといけない。市民自身も課題や解決策をあれこれ議論する過程で、行政や政策に対する理解を深めていくことが重要と思う。自分が住む街のことを自分ごととして考え、自分でできることは自分でやってみる。ちばレポなどはいいい例だと思う。目的はこの街をよくしたいという共通の願いに向けて、市民と行政はオープンガバナンスで徐々に一体感を持って取り組めると思う。
- 行政と市民で情報を共有することは、物事を一緒に考える上での原点。人と会話して頭の中にあることをしゃべることですでに情報を共有している訳だし、文章にして記録すれば、より多くの人と共有できる。最近では情報共有手段がさらに多様化している。行政のオープンデータも情報を共有する仕組みのひとつ。文字に限らず、画像、動画、音声なども対象にする。そして最終的には、受け取った情報を人の脳が理解・判断して、行動する・しないを決定する。そもそも情報を共有しないと協働はできない。
- 行政（特に基礎自治体）職員は、現場に行き、現場で起きていることを体系的に吸い上げている（はず）。現在は、中央省庁→都道府県→基礎自治体と上意下達だが、これに下意上達の情報ルートも常設したい。現場の職員が思っていることを吸い上げる。市民もそれに参加する。現場の声を、どのようにして自然に吸い上げるかが課題。ある化粧品会社は、化粧品売り場の販売員が、客と会話してニーズを聴き出し、商品開発につなげている。行政サービスの現場も、職員が市民としっかり会話して、ニーズや困りごとを把握しないといけない。デジタル化で、逆に現場の声がわかりにくくなっている面もある。困っている人に対しては、より丁寧に意見を聴くなど、現場の声をどう吸い上げるかを工夫する必要がある。

(2) ワークライフソーシャルバランス

- 市民は、まずは一人一人が問題意識を持つことが大事。自分の関心事でいい。そして自分でやれることはやってみる。しかしそのためには、お金と時間が必要。最近、ワークライフバランスという言葉がよく使われるが、ソーシャルな活動にも割く時間が必要。全体の時間の1割くらいでいい。一部の企業では副業など本業以外の仕事に時間を割くことを認めているが、その中にソーシャル活動の時間も入れたい。ソーシャル活動を通して得られる経験は、本業にとっても役に立つはず。ワークライフソーシャルバランス運動を、ぜひデジタル庁が音頭をとってやって欲しい。ソーシャル活動の場としては、都市部より地方の方が、自然発生的なコミュニティとしての「寄りあい」のような地域活動がまだ残っている。ただ高齢化や若者よそ者が入りにくいという敷居があると思う。この既存のコミュニティの開放感の確保に向けた努力、例えば長老はアドバイス役になり運営は若者

に任せるなどの工夫も必要。一方、都市部の市民は参加できる場が少ない。必ずしも自分が住んでいる地域に限定しなくてもいい。そのほうが都市部と地方の人的交流にもつながる。開放感と若者取組でもデジタルが上手く使えないかと思う。自然発生的なコミュニティが長続きするには、①メンバー間の互酬（助け合いもその一つ）の自然な仕組み、②出入り自由、③信頼されるリーダーの持ち回りだろうと思う。近年は地域という地理空間の共有より、機能や趣味の共有によるコミュニティが隆盛だが、地理空間の共有によるコミュニティは災害発生時や子供や高齢者の支援などには重要でこの再構築を「憩いの場としての地域」のありかたを一つの軸に考えていきたい。

(3) ポリシーラボ

- デンマークからフィンランド、シンガポール、英国、米国など世界各地に広がった、市民参加の政策デザイン手法をもとにした政策づくりのイノベーションのためにみんなが知恵を出し合う場がポリシーラボだ。使うアプローチはデザイン思考が下敷きだが、それぞれのラボで国の事情を反映して特色がある。市民、行政、企業、専門家それぞれが、まずは肩書を一旦わきにおいて、行政サービスを受ける対象の市民が困っていることは何か、将来の姿は何かを考える。自分は何を提供できるかも、とりあえずわきにおく。これが頭にあると考え方が狭くなってしまう。相手に共感することを第一に考えるのが理想。そうして、根底のニーズを明らかにした上で、皆で政策づくりを行う。これはエスノグラフィックリサーチ（フィールドワークによる行動観察）の応用で、デザイン思考の進め方でもある。普通の市民が、どんな生活をしていて、何に困っているかを考える。行政は、これできていない。このマインドを変えることで行政イノベーションにつなげるというコンセプト。デンマークの例を取ると、2002年にマインドラボが政府部内に設立された。2018年まで続いたが、デジタルイノベーションを進める機関ができて、そこに吸収された。日本のデジタル庁は発足当初から、デジタル技術と共に、デザイン思考、それにデータも、を念頭においているので心強い。これは英国政府の進め方に近い。
- ポリシーラボは、国レベルのものと自治体レベルのものとの併存がどの国でも多い。国レベルのラボは、市民参加の政策デザイン手法をもとにした政策イノベーションの理念の構築、3Dの活用のありかたの提示を手掛け、同時に、霞ヶ関内で他省庁からの求めに応じて市民参加の政策デザイン手法のサポート役として機能する。自治体が設ける各地のポリシーラボの経験の横ぐしとして、緩やかな交流と研鑽の場としても活動。自治体がつくるラボには国の行政官も経験を積むために気軽に参加する仕組みにし、行政官にとってエスノグラフィックリサーチの経験となる。このことが自治体職員はもちろんのこと、国の行政官としても政策が現場でどうなっているかを実感し「国民と共に」が当たり前になっていく素地になる。

(4) 情報の出し方

- 行政の出す情報は、正確さやエクスキューズ（言い訳）が多すぎて長くなる。行政職員は、公開する情報について、簡略化して数行の文章にまとめる能力を身に着けないといけない。「詳しくはこちらを見て」でいい。KJ法でいう、ラベルや表札、つまり一行広告のように、言いたいことを1行に集約したりするような訓練が必要。1行なら本当に言いたいことだけが残る。ワークショップ形

式で研修を行ってもいい。

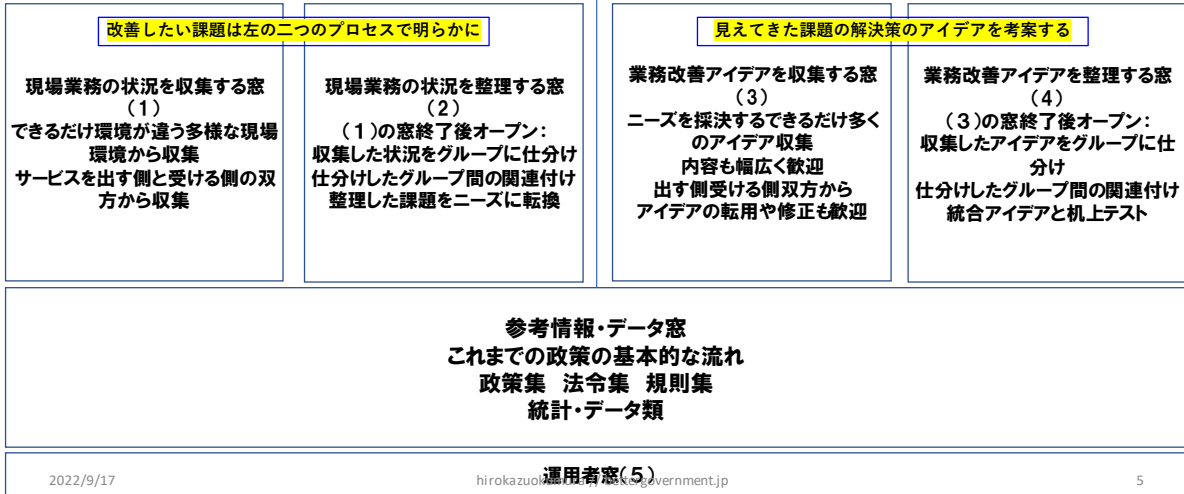
- その上で、「1行」を結び付けて、全体としてストーリーになるような図式化やその文章化がしてあるとわかりやすい。
- 公開した情報は、データと結び付けられるようにしておくことが大事。該当箇所をクリックすると、関係するデータを見ることができるようにする。
- 例えば「〇〇政策」が知りたいことしたいことは、この5つであると5行で表し、各行をクリックするとより詳しい情報が出てくるようにすればいい。

(5) オンライン参加型ディスカッションによる政策形成について

- オンラインで国民の声を拾う仕組みの利用は、政策立案や行政サービス改善には、第一歩の取組としては結構なこと。ただし、声を拾うことから先に進めて、行政も入ってオープンにディスカッションをし、政策形成をしていく、そんなオンラインプロセスによる政策形成をサポートするアプリ開発、つまりオンライン参加型ポータル、も念頭におきたい。そこにはオンライン特有の難しさもあるが、参考までに、デジタル時代のコミュニケーションを活用した「オンライン参加型ポータル」のモデルを示す。デジタル庁がプラットフォームの触媒となって、オープンに幅広く議論していきながら、オープンソースとGitHubを活用し、何度も試行錯誤を重ねて世界にも通用するダイアログポータルをつくりあげていくことを期待する。どれがよいかを選ぶのは利用者となる。
- デジタル庁、あるいはデジタル担当者にとって、現場とは何か。ウェブサイトやアプリが現場だろうか。あるいは自治体のデジタル担当者だろうか。一連の業務の流れと共に、実際にデジタルを通じて行政サービスを受ける国民のことを思い浮かべないといけない。最終的には、ユーザーやユーザーをサポートしている人たち、例えば高齢者向けなら介護サービス事業者、ケアマネなどが、デジタル技術をどう使っているかも知る必要がある。業務によっては自治体の実際の担当者がオンラインで地道な作業に取り組んでいる。オンライン参加型ポータルはまずこうした現場の人の実際のデジタルツールの使い方の実態を知るためにも使ったらどうかと思う。そしてその結果を実際の業務改善につなげてほしい。

オンライン参加型ポータル(モデル)
現場業務改善への適用例

重要なファシリテータ機能



出所:奥村裕一氏作成

図 現場業務改善への適用例

- 最後に一言。デジタル技術は人に歓迎されてよかった！の世界である。それが DX の本質。とはいえ、DX の実現には、ICT システムの開発（クラウド利用を含めて）が不可欠で、これにはシステム開発部隊の血のにじむような努力と時間とコストを要することを訴えたい。同時にデジタル時代の人間の仕事の仕方の変化の第一歩として紙文化からデジタル文化への変化、「国民と共に」への仕事の仕方の意識改革も不可欠。これらの ICT システムと人間側の意識改革が上手くマッチするよう皆で考えていきたい。

1.10 庄司 昌彦

日時	2022年7月1日(金) 11:00-12:30	
場所	オンライン(Teams)	
出席者 (敬称 略)	有識者	庄司昌彦さん
	デジタル庁	関、坂本、瀬下、吉村
	三菱総研	村上、今村、宮本、石黒(記録)

1.10.1 地域 SNS について

(1) オンライン市民参加ツールの歴史

- デジタル技術をうまく使えば、民主主義が良くなるという話は昔からあった。パソコン通信や、藤沢市市民電子会議室のような掲示板型のコミュニティツールなど。2000年当初にブームになったが、その後、閉鎖するサービスが相次いだ。閉鎖の主な要因は、荒らしなどのコミュニケーション上のトラブル。特に掲示板型のコミュニティでは、政治の話をするのはタブー視されているようなところもあった。
- 2000年代半ばからは、アメリカのOrkut(2014年に閉鎖)や、日本のmixi、GREEなどのソーシャルネットワーキングサービス(SNS)が相次いで登場した。熊本県八代市の職員が開発した地域版SNS「ごろっとやっちょろ」は、総務省の地域SNS事業にも採用され、さまざまなスタイルの地域SNSが全国に広がった。牧歌的な時代の流れをくんだ双方向コミュニケーションツールで、ニックネームでの投稿でも相手が誰だかわかった上でのコミュニケーションであり、自治体職員も個人で参加した。個人対個人の双方向コミュニケーションが主体で、季節行事や「オフ会」も頻繁に開催されるなど、人間関係を作る場でもあった。
- 地域SNSのピークは2008-2010年ごろ。当時は複数のSNSを使ったり、複数のアカウントを使い分けたりするのは一般的ではなかった。スマホも普及しておらず、基本的にはPCから参加していた。地図や動画サイトとのマッシュアップ(組み合わせ利用)が始まったのもこの頃。
- 2009年の民主党への政権交代以降や、アメリカのブッシュ政権以降は、twitterを使った「空中戦」が行われるようになった。
- 2011年の東日本大震災では、Twitter活用が注目された。経済産業省がオープンガバメントに取組み、自治体でも公式アカウントでのTwitter利用が増えた。主な利用目的は個人間の双方向コミュニケーションではなく、広報担当などによる情報の拡散。行政と市民が双方向でやり取りするのは、地域SNSで終わった感じがある。
- 地域SNSは、リアルとネットが密接に関係しており、オフ会が主だったりするなど、オンラインとオフラインをうまく組み合わせていた。
- その後、一旦は人々はTwitterやFacebookに流れたが、ひと段落して地域アプリも使われるよう

になった。シェアリングエコノミーのように、近い範囲でモノの交換をしたり、地域に近いコミュニティでのコミュニケーションツールとして SNS を使ったりするようなケースも出てきた。拡散ではなく、顔が見える関係でリアルに助け合うことまで志向。各地の自治体で活用されているピアッザ⁴⁰やマチマチ（情報拡散型。昨年サービス終了）などが代表例。情報を流すだけでなく、助け合いが基本。

- かつての地域 SNS をけん引していた人は、PC 通信世代も多く、コミュニケーション自体が楽しかった。最近のスマホアプリ世代は、サービスとの組み合わせが基本。コミュニケーションもするが、実利を求める傾向にある。

(2) 行政側の体制

- Twitter は情報を拡散したり、情報を入手したりするメディア。これとの対比で、行政への市民参加とデジタルツールをどう結び付けるか。最近注目されているのは、Decidim（デシジム）⁴¹。他にも同様のオープンソースのツールはあり、技術的な新しさは特にないが、運用面の新しさがある。プロセスごとに管理して、政策に取り入れる仕組みを持っている点の特徴。
- 藤沢市のような電子掲示板の時代は、いい案が生まれても、行政の人が引き取ってくれないケースもあった。電子掲示板の中で合意しても、参加人数が少なく、どれだけ正統性があるかを説明できなかった。熱意ある担当者が異動でいなくなったり、予算を削減されたりもした。自治体側の体制が整っていなかった。地域 SNS でも同様のことはあった。出てきた課題やアイデアを、イシューとして管理し、解決していく仕組みがあるかどうかのポイント。
- 市民にとって全く関心がない行政のレポートを一方向的に示して意見を求めても、意見は出てこない。デシジムに取り組んでいる人たちは、特にこの点を考えている。継続性や行政の政策立案・実行プロセスへの組み込み。
- 掲示板時代にうまくいっていた三重県や札幌市の例は、いずれも期間を区切ったの時限運営だった。常設にすべきかどうかは要検討。地域 SNS は常設で、日ごろは雑談ばかりだったが、この中から思いもしないアイデアが出ることもあった。
- 運営体制も検討課題のひとつ。真ん中にある運営者が強すぎると、参加者がその仲間ばかりになってしまい、あまり広がらない。横浜市は多極分散型で取組み、様々なスターが生まれ、相互につながることで、いろんな活動が生まれた。

1.10.2 これからの市民参加

(1) 行政の情報の伝え方

- 北欧の民主主義の一例としてデンマークの地域社会運営を見てみると、彼らは必ずしもデジタルだけにこだわっていない。必要なら直接会いに行く。オンラインとオフラインをうまく組み合わせて

⁴⁰ <https://www.about.piazza-life.com/>

⁴¹ <https://decidim.org/>

使っており、必要なものは適切に使えばいいという考え方。一方、日本ではデジタルは難しいものと思われてしまっている。しかし実際には、難しいのはデジタルではなく行政。そもそも行政の言葉や、行政の仕組みがわかりにくい。手続きの際の書類の様式もわかりにくいし、コミュニケーションの際も、行政都合が強すぎる。総合計画の案ができたから意見を出してと言われても出せない。タイミングや見せ方が重要。

- デジタル庁は、民間からの登用人材も多く個人による Twitter や note⁴²で情報発信するなど、新しい試みをしている。デジタル庁アイデアボックスもある。これらの中には、私たちが皆さんの声を拾ってあげますよという姿勢が少し見えてしまうときがある。Code for Japanなどは、一緒に考えましょうという同じ目線の取組みだが、これとは少し違っている。
- より現場に近いのは自治体。自治体職員は自分たちのほうが現場に近いので問題を理解しているという意識がある。しかし現場では見えないこともある。国は全体を俯瞰しつつ、ミクロとマクロの整合性を取ることが重要。俯瞰だけでなく現場で困っている人のことも、きちんと考える必要もある。
- （庄司さんが座長を務めている）自治体の基幹システム標準化でも国と自治体の関係は難しい。自治体の現場の人たちは、国で検討している人たちは現場のことをわかっていないと思っているし、実際、わかっていないことも多い。また、デジタル庁は共通部分やデータ標準を担当し、各システムは各府省が担当しており、いろいろ相互調整が大変。今も継続しており、おそらく今後もずっと続くと思う。

(2) これからの市民参加・市民協働

- これまで行政が担ってきた自治業務を、市民や事業者などにも広げるのがデジタルの役割。自分たちでできることは、まず自分たちでやってみる。地域の課題に対して、例えば各地のシビックテックメンバーが、まず自分たちで考え、そこに自治体や地元企業も参加するといった形があってもいい。国は、必要なツールやデータの提供、標準化などで下支えする。
- 国＝デジタル庁の役割は、エストニアやデンマークの政府ではなく、EU なのではないか。例えば、スーパーシティやデータ交換基盤などについても、国が直接、サービスを提供するのではなく、各地で普及させるためのルール、ツール、標準化などを担うべき
- 私は「協同組合 2.0」という考え方の可能性を考えている。地域 SNS+シェアリングエコノミーで、生活共同組合の現代版・デジタル版を作るという発想。身の丈にあったスマートシティともいえる。参加したい人をうまく受け止めることができ、シビックテックとの相性もいい。市民参加も進むのではないか。
- 以前から「地方豪族企業」について研究している。昔は地元企業が、鉄道や学校を整備したが、これからはデジタルインフラに投資することが大事。自分たちのビジネスのために地域に再投資するとともに、市民参加を促進し、産業おこしにもつなげる。行政が自分で作って参加を促すと行政都合になってしまうが、地元企業がサービスとセットで提供すれば、市民も参加しやすいのではないか。前橋市では、眼鏡販売の JINS の社長が地元企業に呼び掛けて寄付を集め、民間主導の地方創生

⁴² <https://note.com/>

の取組みを行った⁴³。このような取り組みが増えれば、参加しようという市民も増えるのではないかと。地域=行政ではない。地域には様々なプレイヤーがいる。

(3) プラットフォーム・コーポラティビズム⁴⁴

- プラットフォーム・コーポラティビズム（共同組合主義）という考え方がある。GAF A や Uber などのプラットフォームビジネスが成長する中で、プラットフォームを使うユーザーやワーカー（配達員など）も便益を得てきたが、様々な課題も顕在化している。これに対し、ユーザーやワーカーが発言権を持つようにしようというのが、プラットフォーム・コーポラティビズム。ユーザーやワーカーが、自分たちでプラットフォームを共同運営するという考え方。世界規模や全国規模だと難しいかもしれないが、地域や小さな地方都市くらいの規模ならできるのではないかと。

(4) 市民参加の様々な形

- デジタル庁アイデアボックスやパブコメなど、既存のツールや手法には、抜け落ちている視点を補うという意味はある。これらのツールは多数決ではないが、この点を勘違いしている人がいる。消費者庁の DX を考える場合、消費生活センターに連絡してくるのは昼間に電話という手段を選ぶ一握りの人たちであり、ここの意見を見るだけでは不十分だろう。他にも、Twitter などの SNS や、アマゾン、価格コムでのレビューなど、口コミ情報から問題を拾うことで、抜け落ちている視点を補う可能性は広がる。
- コロナ関連では、政府は LINE を使ったアンケートが行った。それなりのコストはかかったようだが、3000 万人、4000 万人規模の人たちが回答したアンケートはなかなかできないもので、ひとつのブレイクスルーだともいえる。母集団が LINE ユーザーに偏るものの、それなりの規模のデータが取れる。ネット投票はまだまだ難しいが、LINE アンケートを年数回行えば、大規模なデータが取れるし、回答する側も参加している感じが出る。マイナポータルの利用や、マイナカードの普及にも、うまく結びつけられるのではないかと。
- プロトタイプを示して意見をもらう方法は、視点を増やすという意味で有効だし、ネットをうまく活用できる。しかし熟議による合意形成は発散しやすく難しい。ネットに限らず、立場を越えて合意形成するのは難しい。
- 権限を分散して渡すことも考えると良いと思う。ある自治体では、予算の一部を町内会に渡し、使い方を決めてもらっている。同様のことは、コペンハーゲンなどでも行われている。地方議会との関係もあるが、予算の一部分を切り出して、市民が使い方を考えることで、行政や地域への参加意識を高めることができるのではないかと。こういった領域を徐々に増やしていけばいい。デンマークは民主主義という言葉が好きで学校民主主義、高齢者の民主主義などさまざまなところで民主主義が意識されている。日本でもマンション管理組合や、学校、町内会のように、身近な範囲で、意思決定に参加する感覚を持てるように改めて手を打っていくことも大切ではないかと。コペンハーゲンの

⁴³ https://www.sustainablebrands.jp/news/jp/detail/1188110_1501.html

⁴⁴ <https://platform.coop/>

住民の話し合いでは安易に多数決に依存するのではなく、合意するまで議論する。時間はかかるが、合意した後は反対する人がいないので実行が早いという。日本は多数決や、長老が決めることが多い。

- 日本人は議論が下手なのだろう。会議に参加していても、より良い結論に到達しようとするのではなく、こういった方がうけるとか、威勢がいいことを言った方がいいとか、スケジュールを考慮して妥協するなど、同調意識が働きやすい点は課題だ。

(5) 今後の関心事項

- 自治体基幹システム標準化に関しては、2030年まではコミットしたいと思っている。研究者としても自分の個性にしたい。地方豪族企業や広い意味での自治に関する議論もやっていきたい。Jリーグなど地域スポーツのスポンサーになるような地方豪族企業が、地域のデジタル社会化に向けたインフラ形成にコミットしていけるような形を作りたい。政治学や行政学ではなく、経済活動も含む地域社会全体の運営に興味がある。

(6) 意見交換（発言者は省略）

- 国が用意する意見募集のプラットフォームだと、課題が身近でなくなる。地域だと数百人規模でも十分に聞くべき声の数だが、国だと少なく感じてしまう。補完的な役割と考えたり、有識者がロビイング活動の場として使ったり、地域企業や地元新聞社なども使ったりできるような場を考えてもいい。デジテック for YAMAGUCHI⁴⁵という取組みでは、地元のJ2のレノファ山口と組んで、駐車場の混雑緩和にデジタルを使う試み⁴⁶などを行っている。山口県は知事がデジタル化に力を入れている。後発の強みを生かしている。
- 無理に合意形成を図るのではなく、国民が納得感を得られるような取り組みとすることが大切。東浩紀氏は、著書「一般意思 2.0」⁴⁷の中で、事業仕分けとtwitterのことを書いている。twitterの意見も参考にした上で、最終的に人が判断すれば、twitterを通して参加している感じや納得感が得られるのではないかといった趣旨。
- PC通信の時代から、掲示板などは管理人が忙殺されて閉鎖に追い込まれるケースを見てきた。特に粘着系の人があると難しい。個人であれば閉鎖できるが、国だとなかなか閉鎖できない。
- 昨年度のデジタル庁アイデアボックスは、ユーザー同士のやり取りから荒れた。運営の難しさを感じた。国民の声を政策に反映させるのなら、政策を検討している各チームが自ら聞きたいテーマをデジタル庁アイデアボックスに投げて、彼らが主体的に取り組む意識を持たないとうまくいかない。本当に声を聴きたいのか、上から言われたからやっているのか、後者だと誰も幸せにならない。合意形成よりも、多様な視点を獲得場と考えたほうがいい。これ（多様な視点）を大切にしている組織（＝デジタル庁）だと打ち出した方が、理解が得られるように思う。
- 地域 SNS の衰退期（2012-2013 年ごろ）には、いかに地域 SNS を維持するか、手段が目的化したこ

⁴⁵ <https://digitech-ymg.org/>

⁴⁶ <https://digitech-ymg.org/project/81>

⁴⁷ <https://bookclub.kodansha.co.jp/product?item=0000212243>

とがあった。ツールにしがみついてはいけないと思う。やるべきことは、オープンガバメント。次のツールに移行する時期が来たら、リセットの機会だと考えればよい。

1.11 森田 朗

日時	2022年6月24日（金）13:00-14:30	
場所	オンライン(Teams)	
出席者 (敬称 略)	有識者	森田朗さん
	デジタル庁	関、坂本、瀬下、吉村
	三菱総研	村上、今村、宮本、石黒（記録）
	自動処理	高木

1.11.1 政策や行政サービスに国民の声を反映させる方法

(1) 行政情報の出し方

- 一般的に見て行政は、税金を上げるなど国民の負担を増やしたり行動制限につながるような情報の発信については躊躇しがちで、ぼんやり伝えることが多い。気持ちはわかるが、本来は事実や根拠をしっかりと示すことが大切。一例として日本の人口減少問題について、昨年は鳥取県1県以上の人口が減り、近い将来政令市ひとつ分が減るようになる。全国でこれだけ減るといえるが、具体的にいつどの地域が消滅するかまでは言いにくい。
- 自治体の将来のありかたについて検討した総務省自治行政局の自治体戦略 2040 構想研究会が、報告書に今後急激に人口が減少する自治体の名前を示したら、反発があったと聞く。頑張っている地域に水を差すことになるとか、それよりもっと補助金を、といった話に向かいがちだが、根本的な解決にはつながらない。自治体の首長は4年ごとに選挙があるので、人口減少問題のような長期的に取り組むべき課題には、なかなか対応しにくいのかもかもしれない。地方創生で努力しているところに補助金を出すことは悪くはないが、すべての地域で人口が増えることはありえない。短期的な安心にはつながるかもしれないが、中長期的な成果が出る可能性は少ない。問題は問題として、正直に伝えたほうがいい。
- 以前、国立社会保障・人口問題研究所の所長をしていた。厚生労働省は人口減少に関する情報を毎年、発表していたが、ほとんどの人が興味を示さなかった。人口減少問題は、年金など政治的な問題になりかねないので、淡々と情報を出すようにしていた。最近、なぜ人口減少問題についてだまっていたのかとの指摘があるが、こちらとしてはなぜ人口動態のような重要な情報に、社会が関心を示してこなかったのかとを感じる。
- 情報は同じ出し方でも、受け手によって受け止め方は左右される。SNSは短い言葉で発信するので、感情的に受けとめられ刺激してしまうこともあり、こじれることも多い。
- 北欧諸国などでは、情報の出し方が論理的で説得力があるように思う。例えば、創薬や感染症対策に活用するため、国民の健康・医療データなどを活用するシステムを構築するとき、初期投資に多くの税金が投入されている。一方、5年度、10年後、20年後に、初期投資額をはるかに上回る国民

が受けるメリットをシミュレーションした結果も公表しており、これらの情報で国民の納得や信頼を得ている。日本では、十分な効果を示さずに、海外の潮流なので日本でも取り組むといった説明が多いように思う。

- ドイツでは、選挙における政党の公約でも、このままだと財源不足になり、社会保障を維持できないので、今のうちから消費税を引き上げておくべきだという主張がみられる。その主張に説得力があれば、国民も納得する。北欧やドイツなどでは、これまでの長い歴史の中で、国民が政府を信頼し、受け入れてきた経緯がある。
- 日本や途上国では、施策を先に考え、政府の財源は後から考える、あるいは何とかなるといって、国民に筋の通った説明をあまりしてこなかったのではないかと。選挙時の公約も、お金の裏付けがない。国民が理解できないと思っているとしたら失礼な話だと思う。
- 民間企業のマーケティングは、消費者にどうアピールするかを考えるが、行政が出す情報は、関係者がどう解釈するかを慎重に考える。審議会の答申でも、各府省や政党などとの調整の結果、「○○するよう努める」「○○の方向で検討する」といった表現になり、国民が読んでも、結局、何が実現するかがわからない。
- 原則はこうだが、例外としてこれとこれがあるといったことを細かく書く場合もあり、これもわかりにくくしている要因のひとつ。メディアや専門家が、原則と例外、どちらを見出しにするかで、印象が全く変わってしまう。ニュートラルな解説はなかなか難しいが、別の解釈も併記するなどして、できるだけ中立的に伝えることが大切。解釈はひとつではないので、NPOなどの関連団体が、わかりやすく解説するのもいい。SNS、YouTubeなど、様々な手法もある。長々と説明しても見てもらえないので、簡潔にわかりやすく解説することが大切。
- 感染症に対する専門家の意見も、必ずしもひとつの正解があるわけではない。海外では、首相や大統領のそばに科学技術顧問を置き、多数の意見をもとに解釈を示すことが増えている。トランプ大統領の発言に対し、顧問である CDC（アメリカ疾病対策予防センター）のトップが反対の意見を言うケースもあった。
- 今後はサイエンス・コミュニケーションが重要になる。専門家の意見は、非専門家にはなかなか理解できないし、国民の素朴な疑問に答えることも必要。サイエンス・コミュニケーションには、その分野の専門知識だけでなく、コミュニケーション技術も必要になる。
- コロナの場合も、この前提条件で、このシミュレーション手法を使うと、最悪こうなるといった専門家の説明があったが、予言のように捉えられてしまい、正しく受け止められなかった。メディアの責任も大きい。記者にも正しい知識がないため、専門家の話がそのまま、あるいは切り取られてメディアに流れてしまう。
- 欧米では、コミュニケーションのトレーニングを受けた報道官が情報発信を担っている。報道官は大統領が出席する会議にはすべて同席し、大統領の考えを大統領より上手く伝えることができる人物といわれている。また、仮に問題がある発言があった場合、大統領ではなく報道官が辞任すれば、大統領は守られる。リーダーとしての資質がある人が大統領になり、コミュニケーションが得意な人が報道官になり、うまく役割分担する。それに比べて、日本の官邸の記者会見はやりとりが慎重。日本政府や各府省、自治体にも、報道官を置くといい。

(2) 国民の声を聴く

- 国民の声を聴くのはすごく難しい。SNS は多様で大量の意見が入ってくるので、全部斟酌して最大公約数を探すのはほぼ不可能。
- 昔、行政は選挙で選ばれた議員の話聞いていればよかった。後はたまに来る苦情への対応など。しかし今は多様性の時代。議員もすべてを把握できていない。行政も住民のほうを向かざるを得ない。
- 社会的弱者のための行政サービスは難しい。行政に対して、一部のアクティブな人は声をあげるが、本当に支援を必要としている人の多くは、声をあげてこない。公聴会などもあるが、参加する人の多くはアクティブな人。何か問題が起きてから、状況を把握し対応するような場合が多い。
- SNS などの普及により、世論調査はやりやすくなった。選挙の際も、ほぼリアルタイムで支持率がわかるようになり、勝敗が見えた選挙区は力を抜いて、微妙な選挙区に力を入れるといったように、状況を見て対応策を考えることが普通になった。
- 通常、国や自治体の施策に対して、国民はあまり関心を示さない。何か事件が起きると、みんなが関心を持ち、多くの人が発言するようになる。声を集めるためには、何かきっかけが必要。
- 事件が起きると、誰が悪いといった話になりがち。今の法制度や行政サービス体制などは必ずしも完璧ではないのに、行政の責任が問われやすい。例えば子どもの虐待事件が起きると、自治体などの責任が問われるが、今の児童相談所の体制や人的リソースでは、すべてのケースに対応することは不可能で、リスクが高いケースに絞り込んで対応せざるを得ない。リスクが低いと判断したケースで問題が起きると、行政の対応が問題視されてしまう。
- 国民からのクレームに対しても、日本はまじめにすべてのケースについて行政側が対応するが、財源や人手の問題からすべてに対応できないので、優先的にこれとこれをやるといった説明をしてもよいのではないか。今よりも対応を充実させたいのなら税金を上げるという話になる。こういった議論の積み重ねが、民主主義を育ててきたともいえる。日本では、福祉はもっとやれ、ただし税金は上げるなという話になりがち。その結果、反対意見が出てきそうな行政情報は出さないといった傾向になってしまう。
- メディアの世論調査方法は、あまり信用できない。福祉の充実には賛成、国民の負担増には反対といったように、個別の質問で解答を求めるのでは、国民の意識を聞いたことにならない。負担を増やして充実させるのと、負担も福祉も今のままか、という選択肢を示してどちらを望むか意見を聞くべき。
- 行政の無駄をなくせば財源は確保できるという話も出がちだが、既に削れる無駄はなくなりつつある。昔の感染症が減って全国の保健所の施設や職員が大幅に減らされた。その結果、コロナ対応で人員不足が問題になった。今回のような場合があるので、無駄でも残しておくべきだったという意見も出たが、コロナ前にはそんな意見はほとんど出なかった。ただし保健所のデジタル化が遅れていたのは事実で、もっと早くデジタル化に対応していたら、もう少し負担を減らすことができたのではないかと思う。

(3) 国民の声を政策に反映する方法

- 政策を検討する際には、EBPM が大切。専門家が集まって知見を出しあって何がベストかを考えることは有効だと思う。ただし、例えばコロナの場合、公衆衛生の専門家だけ集めたら、出てくる結論はそれほど異ならないだろう。他の分野の専門家も入れないといけない。
- 例えば診療報酬を検討する際、医師会は診療報酬を増やせと言うし、支払う保険者側は増やすなという。互いにデータを出し合って、議論して結論や妥協点を見出すことが必要。声の大きい人の意見が通ったり、自分に都合のいいデータだけ出したりするのはよくない。客観的な根拠を示して議論することが大切。医療関係でも、様々なデータを集めれば、妥当な相場が見えてくる。それに AI を活用したり、経験値を入れたりしていけば、議論は収れんしていく。最近ではデータを短い間隔やリアルタイムで集めることもできるようになってきている。判断が早くなり、意思決定のコストやリスクも下げられる。
- 最近、行政からの情報提供は増えてきていると思う。気象関係もそうだし、人口などの各種推計データも充実してきている。ただし、各々のデータの意味を正しく理解していないと活用できない。
- 人間の心理は不確実な面があり、特に心理学や社会学で言う刷り込み効果の影響は大きい。マイナンバー制度にしても、以前の国民番号制度の検討の際、メディアの伝え方が、良くないもの、危ないものといった危機感をあおる傾向にあったため、今でも危ないものと捉えられてしまうことがある。一度低下した信頼性を高めるのは難しい。
- 北欧諸国で政府に対する信頼が高いのは、過酷な自然条件の中、政府に頼らないと生きていけないという考え方があったから。また、政府という銀行に税金を預けておけば、老後も安心して生活できるといった考え方もある。
- 日本のメディアの影響は大きい。戦後のドラマは、行政、政治、エリートへの反発を招く内容のものが多くあり、その結果、政治不信や行政不信を招いた。政治や行政も、自分たちで決め、自分たちで日本をリードするから、情報は出さなくてもいいという傾向にあった。しかしこれからは、アジャイル型の政策形成にも取り組む必要がある。無謬性にこだわるあまり、一度作った政策は変えないのではなく、前提条件が変われば政策も柔軟に変えていくのが当たり前。このようにして信頼を少しずつ高めていくことが大切。

1.11.2 これからのデジタル庁の取組みについて

(1) 国民にメリットをきちんと伝える

- デジタル庁も、マイナンバーや COCOA、ワクチン接種アプリなど、様々な取り組みを行っているが、もっと国民のメリットを考え、訴えていくべきではないか。最近、街なかに増えつつある防犯カメラも、防犯につながるなどメリットが示されることで、国民に受け入れられつつある。メディアも反対するばかりではなく、ニュースバリューは低いかもしれないが、国民のメリットもきちんと説明すべき。マイナンバー（個人番号）やマイナンバーカードの公的個人認証サービスについても、これらを利用することで、国民はこんな便利なサービスを安心して利用できますよと、具体的なサービスを示して理解してもらおうといい。

(2) デジタル庁アイデアボックスについて

- 徳川吉宗の目安箱のようなものか。パブコメで意見を募集すると、テーマによっては何百もの意見が集まる。専門家がきちんと出すものもあれば、業界団体が同じ内容で大量に出したり、不満を持つ人が本質とはあまり関係ないことを書いてきたりすることもある。これらを全部受け止めて、政策に反映するためにはすごく手間がかかるし、その割には効果があまり無いように感じる。信頼できる AI などでも処理して、質問にきちんと答えているかどうかの判断や、同じような意見はまとめるといったことを自動化すると、少しは効率化するのではないか。ただし、意見を出すのは、国民のごく一部であることも認識しておく必要がある。デジタル庁アイデアボックスも、パブリックコメントと同じものにならないように工夫が必要。
- サイエンス・コミュニケーションのように、意見と意見の間に入って媒介する中間的な役割が必要ではないか。もう一段の工夫が欲しいところ。

(3) (デジタル庁担当者を交えた意見交換)

- 思考には早い思考と遅い思考（ファスト&スロー）があり、早い思考は直感的に理解・判断できるが、遅い思考は論理的に理解する必要がある。直感的、感覚的なコミュニケーションが多い中、論理的にコミュニケーションすることは、なかなか難しい。
- 日本政府は、真摯に対応しすぎるのではないか。無謬性から脱却し、世の中が変化したら政策も変化するべき。ただしその際、情報提供とセットであることが大切。昔のベストは今のベストではない。前例主義を排除し、前提条件がこう変わったから、政策もこう変えると説明するべき。そのために、広報の役割を果たす専門部署を作ってもいい。
- 行政内部の横の情報連携も、もっと密にすべき。
- 政策評価も形式的なものではなく、実効性があるものが求められる。アジャイル型の政策評価も考える必要がある。ロジックモデルを作成し、前提条件が変わったり、期待した効果が出なかったりしたら、政策を見直す仕組みやルールを設けてもいい。これを使って、国民に説明すればいい。
- ベースになるのは基礎的なデータ。標準化されたデータフォームと、ベースレジストリ。これを結合してうまく活用することで、様々なことが可能になる。
- 個人情報についても、今は連携しない、つながないという考え方が多いが、連携して活用することで、様々な便利なサービスが可能になる。そのためにも信頼の確保が大切。

1.12 安岡 美佳

日時	2022年6月16日(木) 17:00-18:30	
場所	オンライン(Teams)	
出席者 (敬称 略)	有識者	安岡美佳さん
	デジタル庁	関、吉村
	三菱総研	村上、今村、石黒(記録)
	自動処理	高木

1.12.1 デンマークにおける市民参加(参加型デザイン)の取組事例と日本への示唆

(1) 市民参加と一口に言っても様々な方法がある

- 市民参加にも様々な方法やレベルがある。例えばヒアリングという手法は、一方的に聞き取りを行う形になることが多い。一方、ワークショップは各々の参加者にペンを持ってもらい、みんなで考えることが鍵になる。国や地方自治体がこのような「参加」を求める場合、参加者に求めるレベル(基礎知識や参加方法など)が異なる。いずれにせよ、できるだけ市民に主体的に動いてもらう、コ・クリエイション型が望ましい。
- 参加者に当事者意識を持ってもらうことは、特に国の課題の場合、難しい。市民が自分の生活に紐付きにくいマクロな視点から課題を考えることは困難なことが多く、意見に偏りが生じる場合がある。最初は、市民の身近なテーマで始めると、当事者意識を持って参加できる可能性が高いため、効果が出やすく、満足度も高くなる。住んでいる地域や学校をテーマに意見を集め、その結果が反映される成功体験を積むことで、参加意欲が高まる。デンマークの首都コペンハーゲンには人口63万人の街だが、街の一区画で再開発事業を行う際、地区の住民に主体的に検討をしてもらうことで、その後のプロセスが円滑に進んだ。ニーズや課題のヒアリングを市民自身に任せたり、議論に一市民として参加してもらったり、高齢者施設でITを活用するプロジェクトに協力してもらうなど、様々な参加方法がある。
- 市民同士で議論する素地は、日本よりデンマークの方が進んでいるように思う。デンマークの幼稚園や小学校では、「あなたはどう思う?」「今日一日、あなたは何をしたい?」と先生から聞かれることが多く、主体的に自分の意見を述べる訓練が小さいころからできている。ただし、日常的に全ての市民が積極的に意見を述べたり、議論に参加したりしている訳ではない。地域住民を対象としたヒアリングを行っても、自分の意見を主張したい人が集まるなど、メンバーが固定化される傾向は見られる。どうすれば普段参加しない人に来てもらえるか、地方自治体などでも苦勞し、様々な工夫を凝らしている。
- コペンハーゲンでは、2017-2018年ごろ、ゲリラ豪雨による床上浸水、床下浸水が頻発して問題に

なった。対策を検討する際、あるアパートの住民主体でプロジェクトが実施され、市が支援した。問題に対して真剣に考えている人、時間に余裕のある人、育児休暇中の人など、様々な人が参加した。日本に比べて若い人の参加も多い。デンマークの労働時間は09:00-17:00で時間に余裕があり、参加しやすいのも理由のひとつ。日本のように、仕事でカリカリして、家に帰っても子育てで大変な状況だと、なかなか参加しにくいのではないか。

- デンマークは電子政府ランキングで常に上位にあり、オンラインツールやデジタルツールを、ほとんどの国民が普通に使いこなしている。オンラインのディベートやワークショップも活発に行われており、新聞社などのメディア各社や、政治・公共系のNPO団体などが議論の場を提供することが多い。行政主催のものはあまり聞かない。ファシリテーターもきちんと置いている。自分の仕事に絡めて発言したり、自分の専門性のアピールや、ロビイング活動の一環として参加したりしている人が多いのではないか。Facebook上でディベートが行われることもある。
- デンマークでもネットで炎上することもある。例えばあるパン屋が、人の形をした誕生日のケーキに、男性（型）、女性（型）に加えて、性別を限定しないパーソン（型）を追加したところ、炎上したケースがある（下記参照）。

参考：「炎上で見落とされたこと ー性的少数者の生きづらさにこそ光を当てて」 （さわぐり）

https://note.com/sawaguri_cph/n/nb3ba26ede5d3

(2) 参加型デザイン

- デンマークでは、企業だけでなく行政機関でも参加型デザインを積極的に取り入れている。産官学が協働で取り組むことが多い。例えば、政府がポータルサイトを作る際には、市民や企業なども参加する有識者会議を設けて検討する。ここに政府やデザインコンサルタントも参加する。デザインコンサルタントとは、エスノグラフィー（行動観察）、デザイン、プロトタイピングなどを行う専門家である。日本では、アメリカのIDEO（アイディオ）などが有名だが、デンマーク企業は独自の参加型手法を取り入れている（ReD Associate、Designitなど）。リビングラボなどを活用して、市民の意見を吸い上げてサービスに反映する。
- デンマーク政府内にも、以前はマインドラボという政府の各機関を連携・横串を刺すための組織があった。現在はビジネス省のディスラプションタスクフォースに引き継がれている。政府職員自らもフィールド調査やワークショップを行う。職員もこれらの取組の重要性を認識している。
- エスノグラフィーでは、自らが現場に入り、ニーズや課題を見つけ出す。インタビュー調査は、聞く相手の頭の中にあること（形式知）しか出てこないが、エスノグラフィーは、人々が他人に言葉で伝えられないこと（暗黙知）を見つけ出すことができる。例えば、馬に乗っている人に何が欲しいか尋ねると、速い馬が欲しいと答える。しかし本当に必要としていることは、目的地まで早く移動できる手段。健康な生活を送りたいかと聞くと、ほとんどの人が送りたいと答えるが、健康な生活を送ることを妨げている本質的な課題は何かを考える必要がある。仕事で帰りが遅くなって新鮮な野菜を買って食べるのが難しい場合、課題として、店舗の立地や営業時間に落とし込まれやすいが、実際は労働時間が問題となることもある。日本では、このエスノグラ

フィーという職種はまだ市民権を得ていないようだ。ビジネスとして売りにくいのかもかもしれない。デンマークには、エスノグラフィを行うユニークな会社がいくつもある。

- 以前、神戸市がサービスデザインの専門家を採用したことがある。また、新しくデジタル監に就任した浅沼尚（あさぬま・たかし）氏は、デジタル庁の Chief Design Officer を務めたデザインの専門家。サービスデザインの重要性はデジタル庁でも認識している。（デジタル庁・関さん）

(3) わかりやすく伝える工夫

- デンマークの政治家や行政機関は、伝え方がすごく上手だと思う。例えば、政府のレポートにもいくつかのレイヤー（読み手に応じた届け方）があり、一般の人が読みやすく、わかりやすく、楽しいものや、詳細なデータを掲載した詳しいものまで、読み手の知識やニーズに応じて数種類出している。白書などは、美術館の冊子かと思間違えるほど美しい。美しいから人々は手に取って読みたくなる。
- デンマークでは、情報を届けたい人にいかにリーチするかを戦略的に考えている。例えば地域の住民に届けたい場合は地域団体、高齢者に届けたい場合は高齢者団体の協力を得たりしている。若者に届けたい場合は、インスタグラムやTikTokなど若者がよく使う SNS を用いたり、短編映画を作ったり、音楽イベントを開いたりするなど、様々な工夫をしている。
- 情報が実際に届いたかどうかの検証も行っている。KPI の設定方法が日本とは大きく異なる。例えば、デンマークでは 15 歳以上の全ての国民にデジタルポスト（行政機関からの通知等をオンラインで受け取るシステム）を利用することが義務付けられており、デジタルポストの開封率 100%が KPI になっている。どの層に届いているか、届いていないかを常に分析しており、例えば 15-17 歳の若い層に届いていないという結果が出た場合には、学校の協力を得たり、親を巻き込んだりするなどの対策を講じる。単発の取組みではなく、例えば前述のようなイベントを企画したり、教師が生徒に見せるためのビデオを作ったりするなど、パッケージで施策を用意することが多い。効果を短いサイクルで検証することも施策に明記されており、投下した費用に対して効果が出ているかどうかを常にチェックしている。期待した効果が出ていない場合は施策を打ち切る。これらの検証データはすべて公開されており、市民や専門家などがチェックして、声を上げることもできる。
- デンマークの政治家は、話す内容がすごくわかりやすい。よく訓練されているし、賢い。政治の仕組みがすごくシンプルであることも大きい。日本では回りくどい言い方が多いのではないかと。政治家や行政機関が出す情報（もともと、わかりやすくできている）に、様々な団体や専門家が解説を加えたりして、よりわかりやすくしている。高齢者団体が高齢者にわかりやすいようにかみ砕いて説明したり、労働組合がレクチャーシリーズを企画したり、戦略コンサルタントがビジネスセミナーを開催するなど、対象者に応じた付加価値を付けて提供している。
- 日本の政治家の話が回りくどいのは、メディアに言質をとられないようにしているのではないかと。デンマークのメディアでも、政治家の発言の上げ足をとったり、問題を起こした政治家を糾弾したりすることはある。デンマークでは、メディアの質が低いという意見もみられるが、日本のメディアと比べて、本質的なことを聞いて発信していると感じる。電子化庁もメディアから人材を引き抜いて広報担当に置いたり、SNS を積極的に活用したりするなど、情報戦略にすごく力を入れている。
- デンマーク政府は伝え方が非常に上手だと感じる。例えば、電子署名による個人認証の仕組みの更

新が、当初の予定より約2年遅れているが、担当官からは、セキュリティホールが見つかったので、その対応に半年必要であるなど、国民が納得する理由をわかりやすく説明するとともに、理解の助けになるようなスライドを作成したり、ディスカッションの場を設けたりするなど、国民が納得するための努力を行っている。日本の場合は、寝ずにでも頑張る予定に間に合わせろとなるのではないか。

- 日本のメディアは、国民の関心が高い話題は積極的に取り上げるが、国民の関心下がると取り上げなくなる。デンマークでも同様の傾向はあるが、過去の話題もきちんと継続してフォローしていることが多い。ドキュメンタリー番組も、よく制作されている。
- 日本と比べて、デンマークの若者が政治に関心を持ち、参加する理由としては、子供の頃からの教育や、関心がある人が政治に参加できる仕組みがあることなどが挙げられる。また政党ごとにユース（若者）の政治活動グループがあり、そこから若い政治家が誕生することもある。デンマークでも、政治に関心のある若者はそれほど多いわけではなく、日本にも関心がある若者はいると思うが、活動できる場がないので、メインストリームになっていないのではないか。
- 政治に関心が無くても、学校など身近な活動には関心がある人が多い。身近な活動を支援するため、NPO 法人の設立が簡単だったり、設立後に地方自治体から資金援助が受けられたりするなどの仕組みが整っている。政党ごとの政治集會も開かれるが、お祭りイベントのようにして、わざわざ仕事や学校が終わってからでも参加してみたいと思わせる工夫をしている。参加のハードルを下げて間口を広げることで、政治に関心を持つ若者を増やす工夫が上手い。

1.12.2 国民の声にもとづいた政策やサービスを実現するために必要なこと

(1) 国民が声を上げ、政策に繋げる仕組み

- 国民の声を拾う仕組みとしては、デジジムなど地方自治体が運営するものや、民間企業やNPO 法人が運営するものが多く、政府が運営しているものを私は把握していない。民間等が運営するサービスでは、電子署名で賛同を何件以上集めたら政府に提案するといった仕組みも導入されている。デンマークより規模の小さいアイスランドでは、国が国民の声を拾う仕組みを運用しているようだ。
- デンマークには「質問紙調査」の仕組みが適切に設計されている。質問紙調査は、デジタルポストを使って、例えばランダムに4000人選んでオンラインで調査票を送って、即座に回答・集計・分析することができる。調査・分析は、政府と大学などの研究機関が連携・協力して行うことが多い。研究者は成果を論文執筆に活用し、政府機関は政策に活かす。両者の協力により、高い精度で調査・分析ができています。デジタルポストは、とても高齢であったり、精神障害などにより利用が難しかったりするケース（全体の1割程度）を除き、15歳以上の全ての国民に利用が義務付けられている。国民は政府からの通知をデジタルポストで受け取り、開封しなくてはならない。政府が大学に依頼して調査を行う場合、デジタルポストには政府からの依頼を受けた大学からの質問紙が届き、回答するまで何度も催促が届く。デジタルポストを活用して調査を行うことで、年収別や地域別など、様々な切り口でデータを得ることができ、頻繁に調査を行うことも可能。全国民の中から、どういう人にどのようなニーズがあるかを高い精度で把握することができる、素晴らしい仕組みだと思う。

- デンマークでも、ヒアリング、陳情、窓口相談、定量調査や定性調査などの従来からあるニーズ把握の仕組みはこれからも継続すると思うが、今後は、より一層、データをいかに有効活用するという方向に行くのではないかな。

(2) 政策やサービスを評価する仕組み

- 統計局と電子化庁で定期的に行っている電子社会調査の中には、政策やサービスに関する質問項目があり、これをもとに定期的に評価を行っている。
- 政府が新しいサービスを導入する際には、プロトタイプを作って、リビングラボなどで国民にモニターになってもらって評価する、参加型デザインの仕組みが用いられることが多い。
- 国民と政府の間に信頼関係がないと、対話は難しい。デンマークの場合、国民性や小さいころからの教育もあるが、信頼は積み重ねていくもの。政府も間違ったり、失敗したりすることがあるが、失敗した時の説明の仕方や透明性（隠し事をしない）が大事。ここを間違えると、さらに信頼を失う。またその後、信頼を取り戻すための努力も、すごく大変だが大切。
- 新型コロナの追跡アプリは、日本もデンマークも同じ仕組みを用いていると思うが、デンマークでも当初、反対意見が出た。それに対し、政府からの丁寧な説明や、オンラインでのディスカッションなどにより、現在では国民の6割くらいが利用している。政府も、国民の皆さんが使ってくれたのでコロナ禍から早く抜け出すことができたと感謝の意を伝えたりしている。日本は皆さんよろしくお願ひしますというお願ひベースの情報発信が多いが、デンマークでは、みんなで一緒に頑張ろう、敵は外にいるといった姿勢の情報発信が多い。

(3) その他

- 将来的には、日本でもマイナポータルを活用してアンケートを実施したいと考えているが、マイナポータルの利用が任意である日本と、デジタルポストの利用が義務付けられているデンマークでは状況が異なる。質問紙調査については、もう少し詳しく調べたい。（デジタル庁・吉村さん）
- 民主主義は多数決ではない。マイノリティの意見もきちんと聞くかどうかが重要。最終的には政策に反映されなくても、意見を出す場、聞いてもらえる場、議論する場があることが大切。個人が政府に直接、声を上げるのではなく、マイノリティの支援団体が間に入って政府に声を届ける場合が多い。デンマークにはそのような支援団体がたくさんある。何か解決したい問題が発生したら、支援団体を探す。
- デンマークの投票率が高いのは、期待値が高いからではないか。日本は期待値が低い。全員の意見を政策に反映させることはできないが、意見を聞いてもらえて、政府のレポートに反映されるだけでもいい。政治家や行政職員の教育も大切で、わかりやすく丁寧な情報発信やレポートの出し方を学ぶ機会があるといいと思う。

参考資料 2 海外事例調査

1.1 フィンランド：e デモクラシー推進の取組 “Demokratia.fi”

(1) 概要

国民の幸福度指標、政府への信頼度が高い国として知られるフィンランドは、政府が 1990 年代後半から現在まで国民参加型の政策決定プロセス構築に取り組んでいる。政府の民主主義促進の取組の中で、「国民が直接法案を提出できる権利」が憲法に明記された。国民の声を聞くためのプラットフォームは複数存在しており、各省庁が特定のテーマに関する意見を募集するためのものや、国民主体で政策を発案できるものなどがある。

(2) 背景・目的

1998 年 4 月、フィンランド政府はガバナンス政策に関する決議「質の高いサービス、グッドガバナンス、責任ある市民社会」を可決し、あらゆるレベルにおいて国民参加の場を増やすことを表明した。その翌年、ICT を活用して国民が政府の意思決定に影響を与えられる可能性を向上させることを目的として、各省庁が取り組む政策課題に対して国民がコメントや提案ができるプラットフォームを開発するプロジェクトが始まった（otakantaa.fi）。

また、2008 年に開始された憲法改正プロジェクトの中で、直接民主制を促進するための様々な取り組みが検討された。その結果 2011 年にはフィンランド憲法が改正され、直接法案を国民の提出する権利が憲法上に明記され、2012 年から kansalaisaloite.fi の運用が始まった。

(3) 制度・仕組み

各プラットフォームに関する制度、仕組みについては、次項の表に記載した。

各プラットフォームの運営は法務省が行い、意見募集は各省庁が主体となり行なっている。

(4) ツール・プラットフォーム

目的・対象となる層に応じて、複数のオンラインプラットフォームが存在する。それらの情報は、法務省運営のポータルサイト「Demokratia.fi」にまとめられている。

表 フィンランド政府の国民共創オンラインプラットフォーム

サービス名	概要
otakantaa.fi	法務省が運営する、公的機関が法案作成過程でのアンケートや議論に利用できるツール。コメント、投票、ディスカッション等の機能がある。各トピックにつき、2～4週間程度の間意見募集が行われる。募集期間終

サービス名	概要
	了後には、要約した結果が公開される。ディスカッションには政府閣僚が参加することもある。otakantaa は share your views with us の意。
kansalaisaloite.fi	国民が法律を発案し、署名を収集できるプラットフォーム。署名は最低 5 万人集まれば、国会に法案を提出することが可能である。署名の募集開始から 6 か月以内に最低人数を達成しなければ、その提案は不成立となる。デジタル・人口データサービス庁が署名の正確性、有効性を確認する。kansalaisaloite は citizens' initiative の意。
kuntalaisaloite.fi	kansalaisaloite.fi の地方自治体版。
Digiraati.fi	2022 年 4 月に運用が開始された、若者向けの討議プラットフォーム。29 歳未満が利用可能となっている。教育・文化省と法務省が協働で管理を行っていた、前身の nuortenideat.fi（青少年エンパワーメントサービス）から移行が予定されている。若者に社会的な問題に関する意見を自由に述べる機会を平等に与えることを目的とする。省庁、自治体、その他公的機関、NGO 等がテーマを立てることができ、その中であらかじめ決められたテーマに関して 2～3 週間にわたりクローズドのチャット上でディスカッションを行う。最終的に意見をまとめ提案を作成し、議論の結果を公開、意思決定者に提出される。議論は、訓練を受けた司会者が指導、監督を行ない、安全で円滑な進行を保証している。
Lausuntopalvelu.fi	いわゆるパブコメ募集のプラットフォーム。法案等を議会に提出する前に行うことが義務付けられている意見募集をオンラインで行うことができる。

(5) これまでの成果等

2012 年に開始した「kansalaisaloite.fi」では、2022 年 4 月までに約 1300 件の発案があり、うち 63 件が 5 万人以上の署名を集めることに成功している。しかし、実際に国会で可決し法令として施行されたのは 4 件のみである。

- 改正婚姻法（同性婚を合法化）
- 改正母体保護法（女性カップルの権利を向上させる法改正）
- 女性器切除を禁じる法律
- 水道事業民営化を禁じる法律

このうち、同性婚を認める婚姻法の改正は、“Tahdon2013” 運動（Tahdon = I want）として社会現象化した。法改正以前のフィンランドでは、登録パートナーシップ制度が存在し、同性カップルの権利を一定程度認めていた。同性婚の合法化については 2012 年頃にも国会で議論され、議員立法として既に法案が議会に提出されていた。しかし、主に保守派の政党が反対したことにより、成立が見送られた。

法案は否決されたが、2013年、当時19歳の学生が婚姻法の改正を訴え、弁護士や法学部の学生等とともに法案を作成した。Kansalaisaloite.fiでの6か月間の署名活動により、最低達成基準である5万人を大きく上回る16万6,851人の署名が収集された。著名人や権利団体も支持を表明し、EUのユース・イン・アクション・プログラムも支援する意向を明らかにした。

デジタル・人口データサービス庁が署名の有効性を検証し、問題がないことが確認されたことにより、署名活動完了の約3か月後に法案が議会に提出された。はじめに、立法委員会が公聴会にTahdon2013運動を立ち上げた学生を招聘し、ヒアリングを行なった。その後、専門家協議を経て議会での読会に進み、最終的な議員投票の結果、賛成101票、反対90票で可決された。

改正婚姻法が施行されるまでには、婚姻制度が関連する多数の法令を改正する必要があり、関連法の改正手続きが行われたのち、2017年に同性婚が合法化された。

(6) 課題・その他

- otakantaa の運用に関しては批判も多い。
 - ・ 投稿された意見が政策決定に反映されるという保証がなく、実際には影響を与えることができているのではないかということ
 - ・ 参加者は国民を（かたよりなく）代表しているとはいえないこと
 - ・ 取り組みそのものが十分に広報されておらず、国民に周知されていないこと
 - ・ 議論が不穏当なものになりうること
- フィンランド政府のHPでは、現在審議が行われている法案や、関連する部会（公聴会、検討会等を含む）の情報を集約し、国民が政策決定過程の現状を知ることができるようになっている。
- OECDが2021年5月に公開した政府の信頼性に関する調査の最終報告書によると、フィンランドにおける国民の公的機関への信頼度や民主主義への満足度は高いものの、他の信頼度が高い国々と比べると、国民自身が政策プロセスに影響を与えられると考えている人の割合は低くなっていた。これを受け、OECDはフィンランド政府に対し、より広範な社会的対話を促進することにより、特定の人口集団の周縁化の解決に取り組むべきであると提言している。

1.2 エストニア：熟議民主主義

(1) 概要

エストニアにおける人口減少の問題に対して、国民会議システム（Rahvakogu）を用いて、課題認識の共有・ディスカッション・解決策の検討が行われた。一連のプロセスはオンラインとオフラインの両方で実施され、成果（課題認識やキーワード、解決策のアイデア等）は Web サイトで公開されている。また、議論の成果は関係各省やまちづくり関係者への提案という形で引き継がれている。

(2) 背景・目的

2012 年、政党助成金の不当取得に関する政治スキャンダルが発覚したことをきっかけに、エストニアの政治体制に対する国民の潜在的な不信感が抗議行動などの危機に発展した。その中で、クラウドソーシングによる政策決定のプロセスを構築すること等が国民から要求され、それを受けて大統領自身が市民団体にエストニアの法的環境の改善に協力するよう要請した。その結果、政党とその資金調達、選挙制度、市民参加等に関する法律を改正するためのアイデアを募集するオンラインプラットフォームとして国民会議システム（Rahvakogu）が開設された。

(3) 制度・仕組み

募集テーマによってアイデア募集から政策への反映までのプロセスは異なっている。

大きくは、①国民会議システム（Rahvakogu）上でアイデアを募集し、②有識者会合においてそれらのアイデアの実現可能性や影響評価を行ない、③アイデア投稿者やステークホルダー、有識者との対面でのディスカッションの場を設け、④アイデアをブラッシュアップしたものを国民イニシアチブプラットフォーム（Rahvaalgatus）に掲載して、1,000 人以上の署名を得たものは国会等に提出する、という流れになっている。

2018 年～2019 年の人口減少問題に関する討議プロジェクトは、オープンエストニア財団、エストニア雇用者連盟、エストニア商工会議所といった団体や、内務省や文化省といった行政府などが協働で運営を担った。また、EU が一部を出資した。

(4) ツール・プラットフォーム

国民のアイデアを募集するオンラインプラットフォームには、2008 年にアイスランドの NPO である Citizens Foundation によって開発されアイスランド国内の自治体や英国スコットランドの議会などで導入された“Your Priorities”というオープンソースのシステムが使用されている。このシステムに意見を投稿する際には利用者登録が必要であり、国民 ID による認証登録も必須である。

(5) これまでの成果等

公開されている情報によると、2013 年以降、少なくとも四度にわたり国民参加型の会議プロセスが実施されている。なお、これらは行政主導で意見募集がなされた事例であり、国民が自由なテーマで意見を投稿し議会等に届ける仕組みは別途存在する（1.1.6 参照）。

1) 2013 年政治への市民参加に関する国民会議

Rahvakogu が開発される発端となったテーマに関する討議である。

2013 年 1 月に Rahvakogu が開設され、3 週間で約 6 万人がサイトを訪問し約 2,000 人が利用者登録を行なった。そこでは 2,000 件のアイデアとそれらに附随する 4,000 件のコメントが投稿された。ここに投稿されたアイデアやコメントは、市民団体の代表者等で構成された専門家グループによって手作業で分類と整理が行われた。

その後、経済学、政治学、法学など様々な分野の有識者が出席する会合がオフラインで開かれ、集まったアイデアに対する影響評価が行われた。さらに、2013 年 3 月には政治家と有識者、アイデアを投稿した国民の一部が会し、投稿されたアイデアに関し 1 週間の議論が行われた。

これらのアイデアは有識者たちにより 18 個に選別され、最後の検討の場（オフライン）にかけられた。この検討の会はエストニア国民全員から無作為に選出された 550 人に参加を呼びかけ、314 人が実際に出席した。会では参加した国民が 18 の案について審議し、投票を経て 15 の案に修正してまとめた。

15 の修正案は正式に国会に提出され、そのうちの 3 つは若干の修正の上法改正や新法として施行された。また、4 つの提案が部分的に実施されるか、政府の公約として実施が約束された。法制化された 3 つの提案は以下の通り。

- 国民イニシアチブの合法化：法的規定の改正と市民社会のよりよい組織化のための提案を、少なくとも 1,000 人のデジタル署名を含む覚書によって国会に提出することができるようになった。
- 政党設立人数の引き下げ：政党法の改正により、500 人の党員で政党を設立できるようになった（提案では 200 人）。
- 選挙保証金の引き下げ：選挙保証金を支持者の署名に代替可能とすることで、補償金の額を半分に引き下げ、国民の選挙への参加をより身近にした。

2) 2017 年高齢化に関する国民議会

2014 年以降、エストニアでは深刻化する高齢化のため、社会保障制度の財政的持続可能性の確保について有識者たちが検討する「年金 2050 ビジョン会議」が行われていた。2017 年にはその一環として、Rahvakogu を用いた「高齢化に関する国民会議」が実施されることになった。

2017年3月から4月にかけて、Rahvakogu上で「人々が将来どのように働き、学び、できるだけ長く幸せに暮らすことができるか」について、下記4テーマでアイデアが募集された。あくまで、国家レベルで対応が必要とされるテーマに焦点を当ててテーマが策定された。

- 保険：将来にわたって高齢者に適切な収入を提供する方法
- 自己実現：高齢になっても学び、働く機会を確保する方法
- 健康：健康上の問題で労働市場から離脱しなくてもよいようにする方法
- 適応：年金制度の変更をシンプルで誰にでも理解可能なものにするために必要なこと

3週間の募集期間で、合計80件のアイデアが投稿された。これを踏まえ、3回のテーマ別のオフラインでの会合が開催され、20人前後の有識者とアイデアの投稿者が対話し、それぞれのアイデアの適用性の評価がなされた。その結果、26件のアイデアが国として実施可能であり、好影響をもたらす可能性があるものとして選定された。

選ばれたアイデアは、2013年に成立した国民イニシアチブプラットフォーム（Rahvaalgatus）で署名が募られ、1,000人以上の署名が集まったアイデアから国会に提出されることとされた。アイデアのほとんどは署名が集まりきらなかったが、下記の2案が署名を得ることを達成した。

- 介護保険の創設に関する提案
- より柔軟な積立式年金の支給に関する提案

介護保険の創設に関しては、社会問題委員会や国会にて議論され、高齢化社会における介護負担の増大が重大な問題であることが認識されるようになった。ただし、介護保険だけが介護負担を軽減する解決策ではないと結論付けられ、代わりに社会保障大臣及び厚生労働大臣により実行可能な解決策を策定することが約束された。

年金制度の改善に関しては、国会審議の末、「国民の年金保険法およびその他関連法の改正に関する法律案」が作成され、2018年末に可決された。

3) 2018年～2019年 #HowDoWeLast? 人口減少問題をめぐる討議

人口減少がエストニアの言語、文化、生活環境の存続においていかに深刻な問題であるかを国民に理解してもらうことを目的とし、政府は人口減少の課題に対処するための解決策を国民から募集する取組を行なった。

第一段階として、Rahvakogu上で国民に対し広く意見を募集したり、国民が人口減少問題に関してどのような不安を抱いているのか、優先事項として何を想定しているかについての投票を受け付けたりした。

次に、地域ごとにグループを分けて、のべ34回の小規模なディスカッションの場が設けられた。358人が全国から参加し、最終的に約90件のアイデアが提案された。

地域別のディスカッションから提出されたアイデアを基に、有識者たちがそれらの分類と影響評価を行なった。その結果は、地域別ディスカッションの代表者（提案者）にフィードバックされた。分類は、（１）出生率、（２）国内外の移動、（３）雇用の３テーマに分けられた。

続いて、提案されたアイデアのテーマ別にワークショップが開催され、アイデアをブラッシュアップする作業が行われた。提案者や、そのアイデアに関連するステークホルダー、有識者等が参加し、具体的な提案内容、実装によるインパクト、実現可能性について話し合った。また、具体的な提案先を、省庁や議会などの候補から選定した。

最後に、国民イニシアチブプラットフォームの Rahvaalgatus で署名の収集が行われ、1,000人以上の署名を得たアイデアは地方自治体や各省庁や議会宛てに提案・提言されることとなった。

国家レベルの対応を求めるアイデアは、書面での“提言”として各省庁に提出された。提案先とアイデアの概要は下記の通り。

表 2019 年各省庁に提案されたアイデアの概要

提案先	アイデアの概要	採択結果
教育研究省	(1) 多文化共生に関する教育をすべての児童・生徒に平等に提供できるように、一般教育学校のカリキュラム、シラバス、教育研修を改訂すること (2) 自治体に給付される余暇教育補助金の利用条件を見直すこと。すべての子どもたちがサークル活動に参加できるようにすること	<ul style="list-style-type: none"> 教育研究省の次期戦略計画 2021-2035 に反映することが検討された。
文化省	エストニアに移住する外国人にとっての社会参加、雇用、教育、文化の面での不平等を改善するため、自治体や NGO、企業により積極的に取り組むよう働きかけること	
経済問題・通信省	(1) 大家族のための住宅支援制度の利用条件を拡大すること (2) 子育てへの安心感を高めるため、公共サービスに関する情報を入手しやすい保護者向けのプラットフォームサービスを構築すること (3) 柔軟な勤務形態やテレワーク環境のサポートを行うこと	
財務省	(1) 税制度に関する議論を行ない、地域の需要を明らかにし、投資助成金や税制優遇措置の影響を検討すること (2) 自治体に住宅や企業誘致のための土地開発の権利、資源を割り当てること。起業を促進する利用しやすく柔軟な支援策を設けること。	

提案先	アイデアの概要	採択結果
	(3) 子どもや家族に優しい環境整備を考慮している都市開発計画に対し認証を出すこと	
首相府	<ul style="list-style-type: none"> (1) モビリティ・交通管理政策に優先的に取り組むこと (2) 地域のニーズや家族政策の目的に合致した、より体系的な住宅支援策を打ち出すこと (3) エストニアに貢献するすべての人々が、出身地に関係なく支援され、安全で、歓迎され、自身を役に立つと感じるような積極的な姿勢をとること (4) 労働政策は、起業家教育やキャリア教育の促進、より柔軟な労働形態の奨励、継続的なトレーニングの組織化などに重点を置くこと 	
社会問題省	<ul style="list-style-type: none"> (1) 保育料免除の根拠より明確にすること。保育施設設置の要件を見直し、簡素化すること (2) 保護者向けサービスの使いやすい統合プラットフォームを開発すること (3) 失業者資格の条件見直しや、事業主による社会保険料免除の規定を行なうこと。管理職や人事担当者への若者の採用の特殊性を教育すること 	
地方・地域振興機関	<ul style="list-style-type: none"> (1) 大都市や海外に移住せざるを得ないような地域格差を是正すること。テレワークを含む価値創造型雇用の創出や、起業機会創出、医療や教育等生活インフラの整備に取り組むこと (2) 地域内で、柔軟な労働機会を提供する雇用者、テレワークを実施するスタートアップ等のマネジメントトレーニングを支援すること。再学習の支援として、労働者と教育機関の連携等を提供すること (3) 国内の外国人労働者の子どもや家族に、専門的な教育サービスを提供すること (4) 若者の自立を支援する機関、制度を創設すること。働く親に保育所を割り当てる等キャリアと家庭生活を両立できる条件を改善すること。親に対する子育てトレーニングや要望に応じたフィナンシャルプランニングのトレーニングを提供すること 	



出所: エストニア共和国内務省 #kuidasmekestame プロジェクトウェブサイト
(<https://kestame.rahvaalgatus.ee/algatusest/>) (閲覧日: 2023 年 3 月 20 日)

図 #kuidasmekestame プロジェクトの流れ

4) 2019 年開発計画策定の一環としての森林評議会

エストニアでは林業が主要な産業の一つであり、政府の林業開発計画策定案に盛り込まれた各課題の解決策を模索するため、民間人で構成される森林評議会が開催された。

参加者は抽選で約 40 名が選ばれ、林業に関する 6 つの問題に関してオフラインの会合で議論された。そこで出された提案は環境省に提出され、環境省から国会に正式に提出されることになった。

(6) 課題・その他

- 2013 年の事例では、事後のアンケート調査により、Rahvakogu に参加した国民の多くはすでに政治家との接触や政治団体等での活動、署名や特定の商品のボイコットといったあらゆる形態の政治参加の経験がある者であったことが判明している。
- Rahvaalgatus では、行政による主体的な意見募集に基づかない、国民による自由なアイデア投稿及び署名収集が現在も行なわれている。1,000 人以上の署名を得たアイデアは国会や自治体等に提出され、通常の政策と同様の審議過程を経て、採択が検討されている。

1.3 ポルトガル：参加型予算制度

(1) 概要

ポルトガル政府は 2017 年 1 月、提案と投票の 2 段階で実施する参加型予算を国レベルでは最初に導入した。2017 年は 300 万ユーロ（約 4 億円）、2018 年は 500 万ユーロ（約 6.8 億円）の予算を対象とした。

ポータルサイト（Orçamento Participativo Portugal）を通じて又は全国で開催される参加型会議の場で政策の提案ができ、実現可能性の審査を通過すれば投票の対象となる。国民のネットワーク作りや地域間統合の促進を狙いとしており、文化的な連帯感を育むプロジェクトの選定が特徴的である。

(2) 背景・目的

国民と民主主義国家との間に大きな信頼の欠如があることを問題視し、①議論等を行うイベントを通じて政府と国民との関係強化を図ること、②自分の都市や地域だけでなく、他の都市や地域に関する持続可能な提案をするよう促すことで、国に対する包括的な見方を育むこと、③提案を行い投票することで、国民が政治的なプロセスや市民社会についてより深く理解するとともに、提案・投票の過程で政治的プロセス・市民の責任・公的資源の配分の背景をよりよく認識できるようになること等を狙って本取り組みを実施することにした。

なお、これまでの取り組みによって、選挙に投票へ行かない市民も具体的な提案には投票行動をすること、提案者は投票の呼びかけのためにさまざまなこと（ビラ、YouTube、個別訪問等）を行うことが分かっていた。

(3) 制度・仕組み

国民はポータルサイト又は全国で開催される参加型会議（テーマ別にプレゼン・議論・ワークショップなどを複数回にわたって開催）の場で提案を行い、実現可能性の審査を通過すれば投票の対象となる（提案できるのは、国内に居住する 18 歳以上の国民及び外国人）。

提案は、全国プロジェクトまたは地域（7 地域）プロジェクトに分類して行われる。投票の結果選ばれたプロジェクトは、提案者の協力のもと、政府及び行政の各部門によって実施される。提案は、当初は科学、文化、農業、生涯学習などの分野で可能とされていたが、徐々に他分野へ広がられている。

投票はメールまたは SMS で行い、身分証明書の番号が DB と照合されて投票できるようになる。

予算額、スケジュール、運用ルール等は閣僚会議決議（Resolução do Conselho de Ministros）により毎年決定されている。受賞プロジェクトの選出等のとりまとめは行政近代化省（Ministério da Modernização Administrativa）が行うが、予算の支出とプロジェクトの管理は関係分野の省庁が行う。

受賞したプロジェクトには、提案者に加えて、関連分野の専門家及び省庁・自治体がチームを組んで遂行し、完了までに複数年にわたるものもある。

表 2018 年の実施スケジュール

a) 2018 年 1 月 24 日～4 月 24 日：7 つの地域における参加型会合における議論及び提案の準備のフェーズ I.
b) 2018 年 4 月 9 日～5 月 21 日：提出された提案の各分野における実現可能性等の分析及びプロジェクト化
c) 2018 年 5 月 23 日～6 月 7 日：投票対象のプロジェクトの暫定リストの公表、およびコメントの提出期間 <ul style="list-style-type: none">i) 5 月 23 日 - 暫定リストの公表ii) 5 月 23 日～30 日 - コメント提出期間iii) 5 月 23 日～6 月 7 日 - 入札の評価と修正検討
(d) 2018 年 6 月 11 日～9 月 30 日：電子プラットフォーム上でプロジェクトに対する市民投票の実施 <ul style="list-style-type: none">i) 6 月 11 日 - プロジェクトの最終リストの公表と投票開始ii) 9 月 30 日 - 投票終了
e) 2018 年 10 月 3 日～12 日：第 2 回 OPP の予備評価、および第 3 回の準備を開始。受賞プロジェクトの公開プレゼンテーション及び各予算へのプロジェクトの登録

(4) ツール・プラットフォーム

提案については、参加型会議やポータルサイトだけでなく、市民向けデジタルサービスカウンター及び一部の公立図書館からも参加可能である。ハイブリッド型にすることにより、デジタルスキルの低い人でも参加できるように配慮している。また、より多くの国民が参加できるように、ATM で投票できる仕組みも検討中である（しかし、実施されたという情報は見当たらない）。

(5) これまでの成果等

2017年は、50回の参加型会議で1015のアイデアが提出され、選ばれた599のプロジェクトから38の受賞プロジェクトを決定した（投票は約8万票）。過去の物語と伝説の書籍への編纂、テージョ川沿いの遺跡ルートの建設、高齢者のためのコンタクトシステムなどが受賞した。

2018年は、37回の参加型会議で1418のアイデアが提出され、選ばれた692のプロジェクトから22の受賞プロジェクトを決定した（投票は約12万票）。闘牛文化の啓発など3つの全国プロジェクト、天文学公園の設置、無料の子ども演劇学校の設置、小鳥用の巣箱の設置など19の地域プロジェクトが受賞した。

採択したプロジェクトのその後の動向等については、Facebookの専用のアカウントから発信されている（<https://www.facebook.com/OrcamentoParticipativoPortugal>）。

(6) 課題・その他

- 特に貧しい地域や過疎地域などの市民が提案や投票をすることが難しく、これらの地域に手を差し伸べるような予算の使い方ができないことが課題と言われている。（ATM活用はこの課題の解決策として検討されている）
- 投票により採択されたプロジェクトでも実現しなかった（できなかった）プロジェクトがある等の課題を踏まえ、少しずつ制度を変更している。2019年以降は、これまでの受賞プロジェクトの遂行に専念するため、参加型予算は実施されていない。
- 市町村レベルでは、ポルト・アレグレ（ブラジル）、パリ（フランス）など多くの都市で同様の取り組みを実施している。

1.4 パリ市：参加型予算制度

(1) 概要

パリ市では 2014 年以降、建物や道路、公園等の公共施設・設備の整備・改修等の「投資予算」の 5%（2020 年までの 7 年間で約 5 億ユーロ=約 650 億円（1 ユーロ=130 円換算））の用途を市民による提案と投票で決定してきた。

全パリ市民がデジタルプラットフォーム（Paris Budget Participatif）を通してプロジェクトの提案に参加できるほか、市民によるプロジェクトの検討を支援するワークショップも開催される。市による提案プロジェクトの審査で選定される投票対象に対し、市民が投票箱及びオンラインで投票し、採用事業が決定される。市民によるモニタリングとして、過去の提案事業の進捗状況をオンラインで一覧できる。

(2) 背景・目的

2014 年に Anne Hidalgo（アンヌ・イダルゴ）氏がパリ市長に就任してすぐに参加型予算制度を発案した。市民、機関、その代表者のつながりを強化し、透明性を確保するとともに、投資に関する共同決定及び公共活動の教育を強化し、パリ市民の専門知識と創造性によって、より強靱で、より団結した都市を共に創造することが目的とされている。

(3) 制度・仕組み

市民から予算の用途についてのアイデアを募り、その中から、実際に予算を使うプロジェクトを住民投票で選ぶ。市民から登録されたアイデアは、広く公共の利益をもたらすものであること、技術的に実現可能であること、予算の範囲内であること等の審査基準でふるいにかけてられ、さらに政党、行政、市民社会、市民の代表から構成される委員会によって絞り込まれる。

プロジェクトは①パリ市全域への投資（パリ市のみが出資）、②パリ市内の区への投資（市と区が 50%ずつ出資、各区は参加型予算の上限額を毎年決めることができる）の 2 種類がある。なお、2016 年からは、予算の一部は市内の最も貧しい地域（労働者階級）のプロジェクト、若者や教育プロジェクトに使用することとなった。

提案の募集にあたっては、自治回答が参加型予算に係る説明会を開催することとなっている。

表 概略のスケジュール

1月～2月：提案書作成期間

プロジェクトをインターネットで登録（パリ市民であれば、年齢・国籍を問わずすべての市民が自分のアイデアを登録可能）。ワークショップ、ラウンドテーブル等を開催し、市民、市職員、専門家等も一緒になってプロジェクトを構築。

3～7月：投票にかけるプロジェクトリストの作成

技術的・予算的に吟味して、住民投票にかけるプロジェクトのリストを作成。

9～10月：投票

住民投票（年齢・国籍を問わずすべての市民が投票可能）によって実施されるプロジェクトを決定。投票期間は11日間で、インターネットおよび紙の投票用紙で実施。

12月：予算の決定

参加型予算で示された市民の優先順位に基づき、パリ市議会で予算を議決。翌年から実施される。

(4) ツール・プラットフォーム

2015年からは、参加型予算制度専用のWebサイト（<https://budgetparticipatif.paris.fr/bp/>）が立ち上げられた。本サイトを通じて、プロジェクトの提案、提案されたプロジェクトの閲覧、オンライン投票、採択されたプロジェクトの進捗等を確認することができる（オープンデータでも提供されている）。

(5) これまでの成果等

2014年は、最終候補となった15プロジェクトに対して4万人以上が投票し、「道路を午後の3時間、歩行者天国のような形で遊び場として子どもたちに開放するプロジェクト」（予算は約150万ユーロ（約2億円））、「幼稚園と小学校に畑をつくるプロジェクト」、「窓のない建物の外壁などを緑化するプロジェクト」、「学生とビジネスマンと一緒に働く共有スペースをつくるプロジェクト」等の9プロジェクトが選出された。

2015年は、Webサイト経由で寄せられた5000件以上のアイデアから基本的な審査基準をクリアした3000件に対して6.7万人以上の投票があった（パリ市の人口は約219万人（2016年））。

2022年6月現在、これまでに採択された1000件以上のプロジェクトの進捗状況をWebサイトで確認することができる。

(6) 課題・その他

- 市民からの提案は、十分に精査されたプロジェクトが少なく、市の関係部局がフィージビリティスタディを行うことが困難であった。
- プロジェクトは年単位で提案する必要があり、複数年のプロジェクトは毎年投票にかけなければいけない。
- プロジェクトの提案は、コンピュータ上で一人で行える。本来は、複数人で議論した集合知を活用すべきではないか。
- このことから、プロジェクトの品質を改善するための教育の強化、テーマの多様性の確保等の改善方策、市と市民による共同構築のための時間を含めたスケジュールの改善などが課題とされている。

1.5 台湾 : v Taiwan

(1) 概要

vTaiwan⁴⁸は、g0v が構築・運営する合意形成プラットフォームである。台湾の市民と政府をオンライン及びオフラインで結びつけ、オープンな協議プロセスを通じて、国家的な問題を審議し、合意形成を行う。

vTaiwan は、政府から資金援助を受けているが、g0v のボランティアによって運営・維持されており、中立的な立場で協議プロセスをサポートしている。

(2) 背景・目的

台湾と中国におけるサービス貿易協定の不透明性に抗議し、2014 年 3 月、学生と市民らが立法院（台湾における最高立法機関）を占拠する「ひまわり学生運動」が起こった。本運動の活動家が市民と共に大規模な公開討論と協議を行ったことを契機として、政策形成過程へ市民参加を促す取組が開始された。2014 年 12 月、当時の無任所大臣がアジア最大のシビックテックコミュニティである g0v のハッカソン（特定の問題に対し、参加者が協力して解決策を打ち出すイベント）に参加し、台湾の社会全体が合理的な議論を行うためのプラットフォームを構築するよう要請したことで、vTaiwan が開設された。

(3) 制度・仕組み

vTaiwan は問題提起から立法化まで 4 つのステージ（提案、意見、振り返り、立法）に分かれており、オンライン及びオフラインの手段によりステークホルダーの合意を形成していく。ステージを移行するための明確な条件は決まっておらず、参加者の合意により次のステージへの移行を決定する。なお、vTaiwan において取り扱う議題は、デジタルエコノミーに関するものに限定されている。

また、2017 年以降、台湾政府内の各省庁は、少なくとも 1 名の「参加担当者」を配置し、「市民社会との関わりを持ち、マルチステークホルダーの協力体制を熟知し、各省庁に適した規制を形成する」ことが義務付けられている。

vTaiwan の全ての議題にはファシリテーターがつき、ORID（「Objective（客観的）」「Reflective（内省的）」「Interpretive（解釈）」「Decisional（決断的）」の頭文字をとっており、①議論の前提となる事実やデータを共有し、テーマに関する参加者の理解度を確認する②テーマに対する参加者の反応や思いを共有する③テーマについて掘り下げ、参加者が自分が

⁴⁸ <https://vtaiwan.tw/>

重要だと感じる部分をより深く理解する④これまでの議論を踏まえ、結論を出す、というプロセスを経て結論を導き出す) というファシリテーション手法を使って議論を主導している。

vTaiwan の各ステージの詳細は以下の通り。

1) 提案ステージ

vTaiwan では、毎週ミニハッカソン（ハッカソンの形をとったオンライン上のオープンなコミュニティ）を開催し、プログラマー、デザイナー、公務員、ジャーナリスト、学者、法学専門家等、様々な立場の人から意見を聞いている。

ミニハッカソンでは、投稿者が課題を提出し、政府当局は、その課題を受け入れ、説明責任を果たすか、または拒否するかを判断するが、政府当局及び課題の採択権を持つファシリテーターが当該課題を受け入れなければ、vTaiwan のプロセスに移行することができない。議論の内容については、HackPad（文章を共同で同時編集するツール）に記録され、調査した情報は SlideShare（ドキュメント共有及びメディアの保管ツール）で発表することで、議論中の課題について全てのステークホルダーが情報を得ることを可能とする。また、議論の過程で、今後のプロセスに参加すべきステークホルダーを特定する。

2) 意見ステージ

ミニハッカソンのファシリテーターは、ステークホルダー及び一般の参加者の理解を促すため、vTaiwan の Web サイト上で課題に関連する文書、研究、プレゼンテーション、用語集を公開する。ステークホルダーのコミュニティを対象にオンライン調査を実施し、テーマに関する経験や知識、アンケートに答えてもらう。次に、投稿者は、Discourse（オンライン上でディスカッションの場を設けるツール）を使って参加者が質問できるオンラインフォーラムを開設し、1 週間以内に政府当局の意見を受け取る。参加者は意見を投稿するとともに、投稿された意見に対し賛成・反対・パスの投票を行う。その過程で Pol.is の AI が多様な意見を持つ個人を複数の意見グループにクラスタリングし、各意見グループにおいて重視している事項や問題だと感じている点を可視化する。

(図 1)

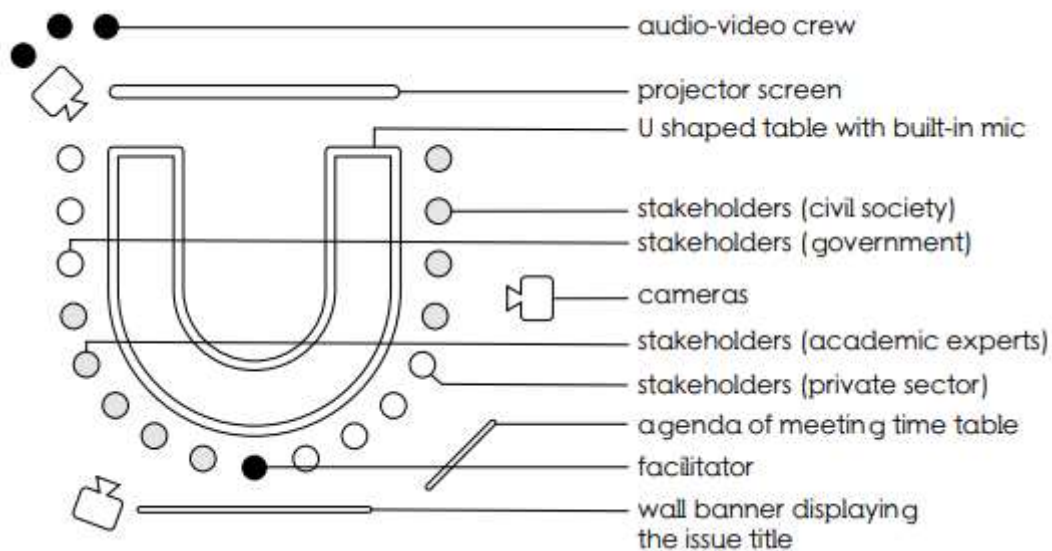


出所: 網路賣酒意見徵集 — vTaiwan.tw (<https://pol.is/6nbf3mwtttd>) (閲覧日: 2022年6月10日)

図 アルコールのオンライン販売のケースにおける Pol.is マッピング

3) 振り返りステージ

この段階では、主要なステークホルダーや専門家を招待し、対面で協議を行う（図 2）。協議が始まる前にファシリテーターがこれまでの経緯を説明し、その後各ステークホルダーからプレゼンテーションが行われる。ファシリテーターはデジタルでリアルタイムに情報をまとめ、全ての情報はプロジェクトスクリーンに表示される。協議の様子は LIVEhouse.in（ライブ配信ツール）及び YouTube（動画共有サイト）でライブストリーミング配信され、視聴者は LIVEhouse.in のチャットルームを使って質問することができる。配信された動画は、その後数週間にわたり vTaiwan の Facebook ページで公開され、一般市民が視聴したり、意見を出すことが可能である。



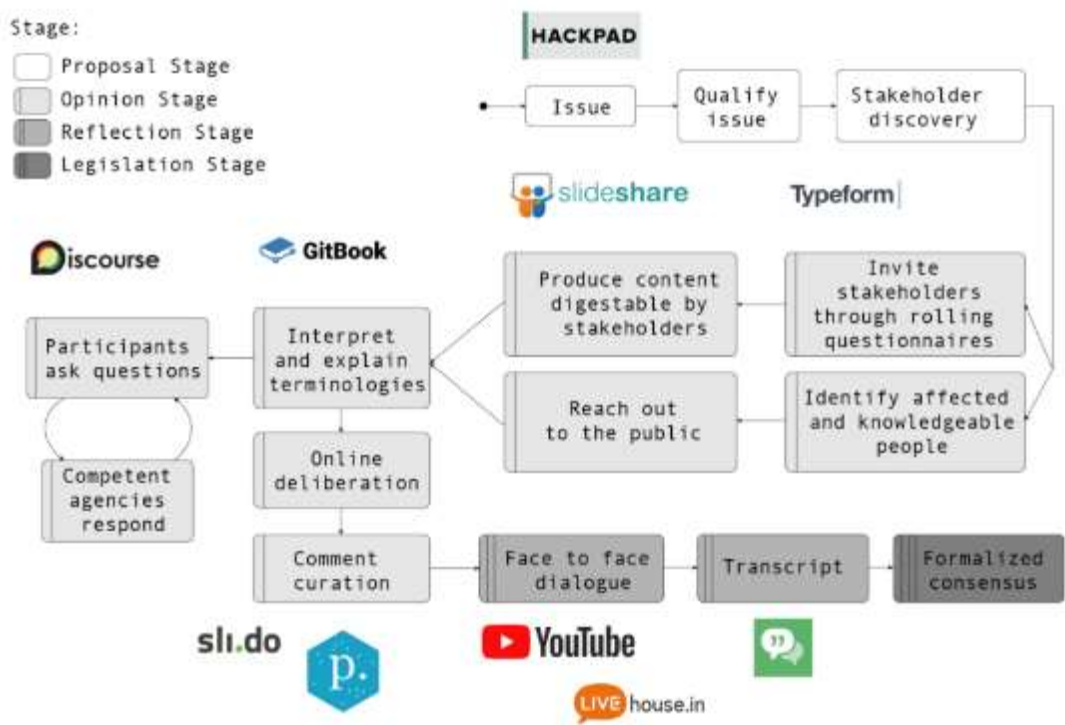
出所: vTaiwan: An Empirical Study of Open Consultation Process in Taiwan

(https://www.researchgate.net/publication/326194839_vTaiwan_An_Empirical_Study_of_Open_Consultation_Process_in_Taiwan) (閲覧日: 2022年6月8日)

図 振り返りステージの対面協議における会場レイアウト

4) 法制化ステージ

各ステージの結果を踏まえ、得られたコンセンサスを政府側に提示する。政策として取りまとめ、政府機関のガイドライン、政策、声明に反映させることもあれば、法案として取りまとめ、立法院に送られることもある。



出所：vTaiwan project page (<https://info.vtaiwan.tw/>) (閲覧日:2022年6月8日)

図 vTaiwan の協議プロセスにおける4つのステージ及び各ステージで利用されているオープンソースツール

(4) ツール・プラットフォーム

vTaiwan では、トピックの定義や紹介、閣僚声明や文書、オンラインフォーラムや調査等、協議過程で必要な情報とオープンソースツールを提供するとともに、オフライン会議の記録や動画へのリンクも掲載している。

表 vTaiwan で利用されているオープンソースツール

ステージ	ツール名	機能
提案 ステージ	Hackpad	文章を共同で同時編集する。
	SlideShare	ドキュメントの共有及びメディアの保管。
意見 ステージ	Discourse	オンライン上でディスカッションの場を設ける。
	Pol.is	ディスカッションのためのプラットフォームであり、提供された議題に対し、アカウントを作れば誰でもコメントを投稿したり、他の人のコメントに賛成・反対・パスの投票を行うことができる。特徴として、議論が荒れるのを防ぐために、他人のコメント

ステージ	ツール名	機能
		トに対して返信ができないことおよび意見が似ている人をグループにまとめ、マッピングする機能を備えている。
	Typeform	オンライン調査やウェブアンケートのフォーム作成。
	Sli.do	イベントや会議などで、インタラクティブに Q&A やライブ投票を行うためのツール。
振り返り ステージ	LIVEhouse.in	ライブ配信ツールで、配信中に双方向のチャットを行うことも可能。
	YouTube	動画共有サイト。

(5) これまでの成果等

2018年2月末までに、26件の案件がvTaiwanを利用して議論され、そのうちの80%に対し、政府が何らかの対応を行った。

1) UberX

Uber社の提供する配車サービスであるUberXは、2014年半ばに台湾で開始され、人気を博した。しかし、UberXはドライバーに運転免許証の取得を義務付けておらず、安全性への懸念があることと、既存のタクシー運転手の仕事を奪ってしまうことから、論争的となっていた。

政府の交通部はUberに対してタクシー法を遵守するよう命じたが、Uberがこれを拒否したため、無登録車による違法営業で100万ドル以上の罰金を課した。

2015年、交通部をはじめとする複数の政府当局からUberXを規制するよう要請があり、vTaiwanにおける議論が開始された。

意見ステージにおいて、Pol.isで意見を集めたところ、タクシー及びUberXの運転手やその乗客が参加し、大きく2つのグループに分かれた。1つ目のグループでは、「無免許の乗用車は積極的に取り締まるべき」という趣旨の意見に87%の参加者が賛成し、2つ目のグループでは、「配車サービスを提供するにはタクシーの業界団体に所属しなければならない、という既存の枠組みをUberXが覆したことはすごい」という趣旨の意見に93%が賛成した。また、全参加者の95%が「政府は、これを機にタクシー業界の経営及び品質管理のシステムを改善すべき」という意見に賛成した。最終的に925名145件のコメント及び31,115の票がPol.isに集まり、UberXを規制すること及び既存の交通機関を保護する必要性が認識された。

その後の振り返りステージでは、タクシー運転手協会、タクシー会社、Uber、関係省庁（交通運輸省、経済産業省、財務省）というステークホルダーの代表者や学識経験者等が参加し、Pol.isの結果を踏まえた協議を行った。また、協議の様子はライブ配信され、1,875人が参加し

た。結果として、Uber が保険や運転手の訓練等の法的要件を遵守することに同意し、既存のタクシー会社は、タクシー業界における配車サービスを拡大することに同意した。

2016 年 5 月 23 日、政府は Pol.is における合意事項をすべて批准し、自動車交通管理規則を改正すると公約し、2016 年 10 月 25 日に以下のように施行された。

- (1) タクシーは黄色である必要がなくなった。
- (2) 高級配車アプリは、既存のタクシー料金を下回らない限り、自由に営業できる。
- (3) 配車アプリは、車とドライバーの識別及び料金の見積り、顧客評価を表示する必要がある。
- (4) 乗車時の課税は財務省への報告が必要。

その結果、UberX は台湾において合法的な配車サービスとして認められた。

2) 本人の意思に反した身体の親密な画像の流出

ヌード写真が本人の同意なく流出してしまうなど、インターネットにおける性暴力事件は世界各地で問題となっているが、既存の法律では、新興のデジタル・ネット犯罪に対して十分に対応していなかった。そのため、vTaiwan では、2017 年 6 月から 7 月にかけて、Pol.is 調査を実施し、2017 年 9 月から 2018 年 10 月にかけて 3 回の審議を経て、2022 年 3 月に中華民国刑法、犯罪被害者権利保護法、性暴行犯罪防止管理法、児童及び青少年の性的搾取の防止に関する法律など重要な 4 法の関連規定を同時に改正する修正案を行政院に提出した。

3) アルコールのオンライン販売

2011 年から、財務省はアルコールのオンライン販売を合法化する方針を決定しており、新しいルールを策定するため、同省は酒類販売業者、電子商取引プラットフォーム、オンライン販売によって子供が簡単にアルコールを購入できるようになることを懸念する市民団体と話し合いを続けてきたが、話がまとまらなかった。そのため、vTaiwan において検討及び合意形成が行われ、2016 年 3 月初旬から、約 450 人の市民が参加した。数週間のうちに、一連の勧告が策定され、アルコール類のネット販売は一部のオンラインショッピングサイト及び販売業者に限定し、取引はクレジットカードのみ、購入したアルコールはコンビニエンスストアで受け取ることで、子供がアルコールを入手することを防止した。4 月下旬には、政府はこの提案を法案に盛り込み、国会に提出した。しかし、2016 年 5 月の政権交代により、アルコールのオンライン販売法案は、日の目を見ることはなかった。

(6) 課題・その他

- 提案された議題を政府が受け入れなかった場合、その議題を vTaiwan のプロセスにおいて審議することはできない。

- vTaiwan のコミュニティにおいて、そのプロセスを法律で制度化しようとする動きがあり、省庁横断的な問題を含む政府の対応について、その法的枠組みを「デジタル通信法（數位通訊傳播法）」の条文に規定しようとした。この法案自体は vTaiwan のプロセスを経て作られたものである（2022 年 1 月時点で立法化されていない模様）。
- vTaiwan のメーリングリストは公開されており、2020 年時点では約 20 万人が登録している。メーリングリストには自由に登録することが可能であり、vTaiwan の主催者は、有識者やステークホルダー、政府関係者に対してメーリングリストへの登録を促している。
- Pol.is プラットフォームでの議論において、2017 年時点では少ないもので 350 人、多いもので 2300 人が参加している。参加は任意であるため、意欲のある人が議論に参加していると考えられるが、学歴が低い、生活が困窮しているなど、社会的に疎外されたコミュニティに属する人々は、合意形成に参加することが難しい。
- vTaiwan のプロセスにおいては、合意形成に時間を要するため、すぐに対応する必要がある案件には適さない可能性がある。

1.6 台湾：Join（公共政策網路參與平臺）

（1）概要

2015 年から導入された、国民がオンラインで政策提案を行い、討論を行うためのプラットフォームである。vTaiwan をベースに構築されており、基本的には同様のプロセスで合意を形成するが、Join は政府主導型で運営され、政策課題として行政側が認識したテーマについては、市民やステークホルダーと深く議論するためのプラットフォームとして活用されている。

（2）背景・目的

2014 年 3 月の「ひまわり学生運動」を契機とし、政策形成過程への市民参加を促す取組の一環として導入された。立ち上げ当初、Join はアメリカ合衆国政府に対する請願を行うためのウェブサイト「WE the PEOPLE」のように、国民から行政に対する一方通行の仕組みとなっていた。しかし、2016 年 10 月にデジタル担当 大臣に就任したオードリー・タン主導により、幅広い年代の国民がアイデアの提案や議論ができる対話型プラットフォームとして進化した。現在では、国民が公共政策についての創造的なアイデアや政策提案を提供し、そのプロセスを通じて合意形成を行い、ガバナンスを強化することを目的として運用されている。

（3）制度・仕組み

Facebook、Google、YAHOO！、LINE のいずれかのアカウントを持っていれば誰でもログインできるが、台湾国籍または台湾の滞在許可証があれば投稿も可能となる。参加者は、政策に関するアイデアを提案するとともに、「賛成」「反対」の投票を行う。また、vTaiwan と同じように、Pol.is を使って合意が形成される。提案が 60 日以内に 5,000 人の賛同を得られた場合、行政の関連部署は、当該提案に対して 2 か月以内に書面により回答しなければならない。アイデアの提案、国民の賛同、行政の回答までの一連の流れは、Join 上に時系列に進捗状況がわかるように表示される。

Join の仕組みに参加するかは市や県の判断によるが、2022 年 6 月時点で 16 の市・県が参加している。

（4）ツール・プラットフォーム

Join の主な機能は下記の通り。

1) パブリック・スピーキング

政府各省庁が企画・推進している政策について情報を提供し、プラットフォーム機能を通じて国民の意見をオープンに募集する。

2) 政策のモニタリング

2018 年以降の政府の事業の実施概要や予算執行率等の情報を提供し、国民が政策を監視することを可能とする。

3) 参加型予算編成

新しく予算編成が必要となる政策について公表し、国民からの提案・投票を受け付けることで、予算の透明性を強化し、国民が政策を監視することを可能とする。

(5) これまでの成果等

vTaiwan の参加者が約 20 万人であるのに対し、Join には、2018 年 8 月時点で台湾の人口約 2,300 万人のうち約 500 万人が参加している。

2022 年 7 月 11 日現在、累計 14,027 件の提案があり、内 5,000 人以上の投票の得られた案件は 293 件（全体の約 2.1%）であった。

1) プラスチックごみ

2017 年 5 月に、魚がプラスチックごみを飲み込み、その魚を人間が食べることで悪影響があるのではないかと懸念した提案者が、使い捨てのプラスチック製品の使用を全面的に禁止する提案を行った。

この提案は 5,000 人以上の賛同を得たため、担当である環境保護庁は、2017 年 7 月 7 日に提案者とその兄弟を招待し、提案に対する説明会を行うとともに、その際の議事内容を Join で公開した。環境保護庁は、2017 年 8 月 28 日、段階的に対象を絞った方法でプラスチック規制を実施していくことを表明した。

2) 獣医療

2019 年 7 月には、動物が適切な治療を受けられるようにするために、獣医師が人間用の医薬品を動物の治療に合法的に使用できると及び動物の医療は獣医師の専門的管理の下に行うことを求める提案があった。

この提案は 5,708 人の賛同を得たため、農業委員会と厚生省が共同で審議し回答することとなったが、別途会議を開催する必要があるため、回答期間が 2 カ月から 4 カ月に延長された。

2019年8月、本提案に関するステークホルダー及びJoinで本提案の議論に参加した国民を招き、本件についての会議が開催された。なお、会議の様子はライブ配信され、会議に出席できない国民もSli.doを使ってオンラインで意見を表明することができる。

2019年10月、農業委員会は、動物の治療における人間用の医薬品の販売・流通・使用の管理について関係団体との連絡・調整を継続しているとしている。

最終的には、2020年7月に、農業委員会及び厚生省が連携して「犬猫及び非経済動物に対する人体用医薬品の使用に関する規則」案を審議・調整していること、獣医師がよく使用する人間用の医薬品の登録を行うとともに使用頻度の低い医薬品に対するニーズの調査・対応等について両方で協議していくことを表明している。

3) オンラインゲームのコンプリートガチャ

2021年8月、オンラインゲームのコンプリートガチャに関する法律を整備し、台湾の大手ゲームメーカーに遵守させるべきという提案があった。提案者は、キャラクターや装備アイテムのグレードアップのために過剰にプレイしたり、課金しなければ従来通りのゲームができないような設計は問題だと考えている。また、未成年者がギャンブル要素の強いコンプリートガチャを利用することにより、ギャンブル依存症になる可能性が高まるという指摘をしている。問題解決のため、提案者はオンラインゲームにおけるコンプリートガチャの当選確率を公表すること及び、政府または第三者による当選確率の検証を要望した。

担当である経済産業省は、2021年10月に本提案に関するセミナーを開催し、現状説明や心理状況の解析、現場の声等についての説明を行うとともに、参加者によるディスカッションを実施した。

経済産業省の産業振興局は、消費者の権利保護及び事業者による商品・活動に関して包括的に情報開示するため、契約書の項目を改正し、当選確率の開示も含めると表明した。

(6) 課題・その他

- 提案が一定数の賛同を得られた場合には行政が回答しなければならないこととなっているが、台湾のデジタル担当大臣であるオードリー・タン氏は、Joinの運用面の課題として、政府官僚がオンラインでコメントする人々を「抗議者や暴徒」と見なす傾向があり、「専門知識を持った人々」として見るができるように、政府官僚への指導が必要であると述べている⁴⁹。
- デジタルエコノミー以外のトピックにも幅広く対応しており、vTaiwanに比べ、様々な年代の国民が参加していることはメリットだと考えられている。

⁴⁹ [The simple but ingenious system Taiwan uses to crowdsource its laws | MIT Technology Review](#)

【事例①】

提案内容：通信教育の規範を評価し、症例が確認された学校には全校通信教育方針を採用することが許されることが望まれる。

<https://join.gov.tw/idea/detail/86bad90e-ae3f-4351-b4c2-5ff72a4d88ce>

台湾の教育部（日本の文部科学省に相当）は、高等教育機関における遠隔教育の基準として、大学全体で遠隔教育を実施できるよう、少なくとも 1/3 の学部・学科で物理的な授業を停止することを定めています。寮での感染リスクはさらに恐ろしく、足跡を追うのは難しくなるばかりである。学校によっては、学区を越えて授業を受ける教員や生徒の安全を考慮せず、午前中のみ授業停止を発表し、登校する生徒に混乱を与える可能性がある。学校側は、流行が始まった時点ですぐに授業停止を発表すべきであった。そうすれば、生徒が毎日恐怖に怯え、学習に影響を及ぼすようなことはなかったはずである。

メリットと意味：

1. 学生の足跡と確定症例をより正確に追跡・管理する。
2. 学内における確定症例の増殖を効果的に抑制することができる。
3. 学習成果に影響する、毎日の学習への不安から解放される。

スケジュール：

2022/4/15 提案

2022/4/16 審査に合格し投票開始

2022/4/18 通過（賛成 5000 件以上を獲得、最終的には 8511 件）

2022/4/25 回答

回答内容：

機関名 教育部

応答日：2022-04-25

分析

1. 行政院が 111 年 4 月 14 日に発表したプレスリリースによると、「正常な生活、積極的な防疫、着実な開放」という「新台湾モデル」の下、現地での確定症例数は増加しているものの、確定症例の 99.6%以上は軽症または無症状であり、政府は依然として防疫戦略を随時調整し、流行を確実に抑制していくとしている。重症・特殊感染性肺炎中央流行対策センター（SSPECC）は、診断が確定した場合の対応・運用方法について明確なガイドラインを定めている。

2. 111 年 4 月 13 日に公表した「重症特定感染症肺炎（COVID-19）流行に伴う学内物理的授業の停止に関する実施基準」（実施基準）の改訂は、学内で確定した感染者の密接接触やスクリーニング結果に関連して、物理的授業の停止対象や再開の時期を的確かつ適切に、実践的に決定するための司令部の提言に基づいて実施するものである。学校は、生徒に対して総合的なサービスを提供することができるようになる。

3. 確認された場合の授業及び関連連絡のための物理的な授業の停止

学内で感染者が確認された場合、各校は内部対応を開始し、確認者（教員）の授業・学習スケジュールや学校行事を確認する。発症が確認されたクラスや、部活動、交通機関、寮、飲食店などに参加した人は、1～3 日間授業を中断し、「自己健康診断」を実施する。

集団発生の調査の結果、「密接接触者」に分類された人は、自宅に隔離してスクリーニングを受ける必要がある。スクリーニングの結果が陽性であれば、「確定症例」プロセスを繰り返す。学校は、「密接接触者」のクラスや接触者に、自分の健康状態に注意を払い、発熱や急性呼吸器症状がある場合は直ちに医師の診察を受けるか、自宅で安静にするよう注意を促す必要がある。また、「密着型」スクリーニングの結果が陰性になるまで、1～3 日間、体育の授業を停止し、自己監視を行う必要がある。

流行終了後、物理コース停止後のコース継続については、密着の有無、密着回数、指導上の必要性等を考慮し、学校側が判断することができる。

4. 全学教育停止については、1 クラスに 1 名の患者または密接な接触が確認された場合、そのクラスが流行に罹患していると認められ、流行に罹患していると認められたクラスの数在学校の 3 分の 1 以上に達した場合、全学教育停止をすることができる。

5. 学区、規模、資源、施設の違いにより、学校が本基準以外のサスペンションの実施や対策を希望する場合、学校の健康と安全を確保し、生徒の権利と利益を守るために、「サスペンション実施対応チーム」を設置し、サスペンションに関する懸念事項への対応を支援する。

6.まとめ：実施基準は、司令部の専門的な提言と学内教職員・学生の勤務形態の特性を踏まえ、停学対象や物理的カリキュラムの再開時期を見直すこととする。

ディスカッション

同省の改定実施基準は、111年4月13日付の重症・特殊感染症肺炎中央防疫指令センター承認第1113700165号に基づいている。同省は、指令センターの防疫措置の関連規定に基づき、実施基準を順次調整していく。

参加方法

遠隔教育の規範を学校が評価し、感染者が確認された学校では学校全体で遠隔教育方針を採用することを認めるという提案について、総務省の停止基準改定では、教室での密接接触の有無、密接接触の数、教育課程の必要性などを考慮し、流行終了後の授業継続方法を学校が柔軟に決定することができるようになっている。

フォローアップ計画

同省は、指令センターの防疫対策やその他の関連法規に基づき、実施基準を順次調整していく予定である。

【事例②】

提案内容：

<https://join.gov.tw/idea/detail/6a1faacf-e793-4dd4-93c4-a07a26d94e90>

獣医師が人間の医学を使って合法的に動物を治療することを認め、動物の医療は獣医の専門家の管理下に置かれるべきである。

ご提案・ご提案

世界の先進国では、動物による人間の薬の使用は当たり前である。これは動物の幸せのためであり、動物と人間の健康のために薬を使う権利を守るという OWOH (One World One Health) の流れの中にあるものである。

薬事法 33 条、50 条を改正し、許可先として動物病院を加えることにより、動物の医療を受ける権利が利害関係の争いに影響されず、動物病院への合法医薬品の販売・納入が禁止されないようにすべきである。

獣医師は動物の専門家として重要視されるべきであり、人間の医学を利用して動物を治療する法的権利を有すべきである。

動物医療は獣医の専門分野であり、獣医師が動物医療の企画・運営を担当すべきものである。

メリットと意味

世界の先進国で獣医師が使用している薬剤を分析すると、70%がヒト用の薬剤で、純粋な動物用の薬剤は 30%に過ぎない。これは動物の福祉であり、否定されたり妥協されたりしてはならないことである。

もし人間の薬の取引や動物病院への納入が禁止されたら、台湾の経済動物（牛、羊、豚、犬、魚、鶏など）やペット（猫、犬、トカゲ、ミンク、鳥など・・・）は治療薬がなく、医療砂漠に突入してしまうだろう。

GPD は、そのために動物の医療権を犠牲にすることなく、医薬品販売業者が動物病院にヒト用医薬品を納入・販売することを禁止するのではなく、薬事法 33 条、50 条を改正し、納入対象として動物病院を含めるなどの法整備を行うべきである。

動物は種類や大きさ、年齢、体格によって必要な医療プランが異なり、医療プランと薬を切り離すことは難しく、体調の変化やアレルギーなどで薬の調整も随時必要になってくる。

動物の生理・病理に関する専門知識がない薬剤師が、どうして薬を処方することができるのか？ 薬剤師が餌の与え方等をアドバイスするのはどうなのか？ 人間の薬で代用できるものもあるが、動物種によって身体の病態が異なり、薬剤師にはそのあたりの知識がない。もし薬局で薬が足りなくなり、動物にとって毒性のある別の薬を薬剤師が与えて代用した場合、動物が死んだ場合の責任を誰が取るのか？

動物医療は獣医の専門職であり、台湾は日本統治時代に獣医の発展を始め、中華民国 32 年に獣医学科を設置した。

現在の動物のカルテは、クラウド型の人間とは異なり、より正確な治療指針を持つために、同じ動物病院で長い時間をかけて積み上げていくのが一般的である。

現在の制度では、獣医師が動物の治療に人間の薬を使うことを合法的に禁止することは、動物、飼い主、動物外科医にとって有益ではなく、薬剤師にとってのみ有益である。動物の健康と幸福を願うのであれば、

動物関連の法律を整備することから始めるべきで、獣医師が人間の薬を動物の治療に使うことを禁止してはならない。

回答内容：

機関名 行政院農業委員会

応答日：2020-07-22

後続の推進計画

第 53 回会合での各界からの指摘を受け、農業会議と厚生省は共同で「犬猫及び非経済動物に対する人体用医薬品の使用に関する規則」案を審議・調整し、獣医師、薬剤師、医薬品販売業者など関係者との意見交換会を継続して開催している。

2020 年 7 月 2 日、保健福祉部と農業委員会副主任が共同で協議し、3 ヶ月以内に獣医師がよく使うヒト用医薬品の目録を作成し、その後、手続きに従って、保健福祉部が農業委員会に協力してその登録と動物医薬品免許の取得を行うことにした。その後、インベントリーの結果を踏まえ、認証前の過渡期や使用頻度の低い品目に対するニーズの調査・対応方法、旧規制案のその後の展開の方向性などについて、両者で協議する予定である。

機関名 行政院農業委員会

回答日：2019-10-17

参加方法

一部参加。

本件は、関係者の意見を聞くための連携会議を開催し、先進的な国の管理規定、連携会議の参加者、関連ステークホルダー団体の代表者の意見を集約した上で、治療動物におけるヒト用医薬品の販売・流通・使用の管理について、関係団体との連絡・調整を継続し、最善の合意に至ることを期待するものである。

機関名 行政院農業委員会

応答日：2019-08-02

分析

第 53 回オープンガバメント協力会-「獣医師は人間の薬を動物の治療に合法的に使用でき、動物の医療は獣医師の専門的管理の下にあるべき」に参加する。

オープンガバメント第 53 回協力会～「獣医師は人間の薬を動物の治療に合法的に使用することを認め、獣医師は動物の医療のゲートキーパーとなるべき」をご覧の皆様へ。

2019 年 8 月 16 日（13 時 30 分）開催予定。本提案に関連するステークホルダーを招待するほか、参加人数の制限を考慮し、提案関係者 5 名に直接出席を依頼する予定である。

参加ご希望の方は、108 年 8 月 2 日から 8 月 8 日まで、以下のリンクと注意事項に従って、応募フォームに必要事項を記入すること。

I. 申込書

<https://forms.gle/Nm6drpNP4aJX6s8t7>

注) 1.

1.この応募フォームは、提案-「獣医師は合法的に人間の医学を使って動物を治療することができ、動物の医療は獣医師の専門家の管理の下にあるべき」に参加された方のみ利用可能である。キャンペーンへの参加を確認するため、公共政策ネットワーク参加プラットフォームのメールアドレスと携帯電話番号を正しく入力すること。

2.8 月 2 日から 8 月 8 日までに応募用紙を記入し、提出すること（遅れた応募は受け付けない）。

3.2019 年 8 月 12 日までに電話または E メールにて、本人確認後、優先的に合計 5 名を 2019 年 8 月 16 日の会議に招待する。

4.主催者は、需要に応じて、その裁量で招待人数を増減することができる。

会議に出席できない方は、当日、携帯電話（live.pdis.tw）でライブ放送を視聴し、Slido を使ってオンラインで意見を表明することができる。

機関名 厚生省食品医薬品安全局

回答日：2019-07-08

分析

提案者の Elsie さん、そしてこの問題に関心を寄せてくださったすべての方に感謝する。

本件の要望は、「獣医師が人間の薬を動物の治療に合法的に使用できること、動物の医療は獣医師の専門的管理の下に行くこと」で、今後、行政院農業委員会と厚生省が合同で審議する予定である。

公共政策ネットワーク参加に関する実施要領」の 8 項によると、当局が提案を処理し回答する期間は 2 ヶ月となっている。ただし、何らかの理由で延長が必要な場合、延長期間は 2 ヶ月以内とし、延長期間満了前に当局が案件の処理を完了すれば、いつでも対応できるものとする。この場合、別途共同会議を開催する必要があるため、回答期間は 4 ヶ月に延長され、具体的な回答は 2019 年 10 月 20 日までに行われる予定である。

1.問題の明確化：2019 年 7 月 19 日までに提案者である Elsie に連絡し、要望を明確にして確認する予定である。

2019 年 8 月 16 日に有識者・学識経験者、関係省庁、提案者・賛同者による連携会議を開催する予定である。

正式回答：正式回答は 2019 年 10 月 20 日までにプラットフォーム上で公開される予定である。

1.7 ボルチモア市 : CitiStat

(1) 概要

ニューヨーク市警察で導入されているコムスタット（GIS（地理情報システム）に、犯罪および警官の配置情報を表記したもの）の行政版として 2000 年から運用が開始された。CitiStat チームが市の施策に係るデータを GIS のマッピング等を利用して分析し、報告書にまとめる。報告書は市長等の主要幹部に施策の実施状況を報告する場である CitiStat 会議で利用され、データ分析に基づいた課題把握及び解決策の検討を行うことにより施策のパフォーマンス向上を図っている。また、報告書はホームページにおいて公開され、施策の透明性を確保するという役割も果たしている。

(2) 背景・目的

1990 年代のボルチモアでは、かつて経済の中心であった鉄鋼業の衰退や公害の深刻化、中間所得層の郊外への流出により、経済格差が大きく、犯罪率も高い状況であり、人口減少が続いていた。また、経済衰退により市が十分な税収を確保できず、代わりに高水準の固定資産税を課している状況もあり、市当局は、課税及び財政資源の利用に対する説明責任を果たすことが求められていた。

1999 年末に就任したマーチン・オマーリ市長は、この状況を改善するために、ニューヨーク市警において導入されている CompStat をベースとした市政改革を実施した。CompStat は、GIS（地理情報システム）に犯罪が起きた地点や警官の配置情報を表示し、データ収集と分析等を通じてニューヨークにおける犯罪発生件数を大幅に減らすことに成功した事例である。ボルチモアにおける取組は CitiStat と名付けられ、市民サービスを向上させるとともに、施策に対する説明責任を果たすことを目的として運用されている。

(3) 制度・仕組み

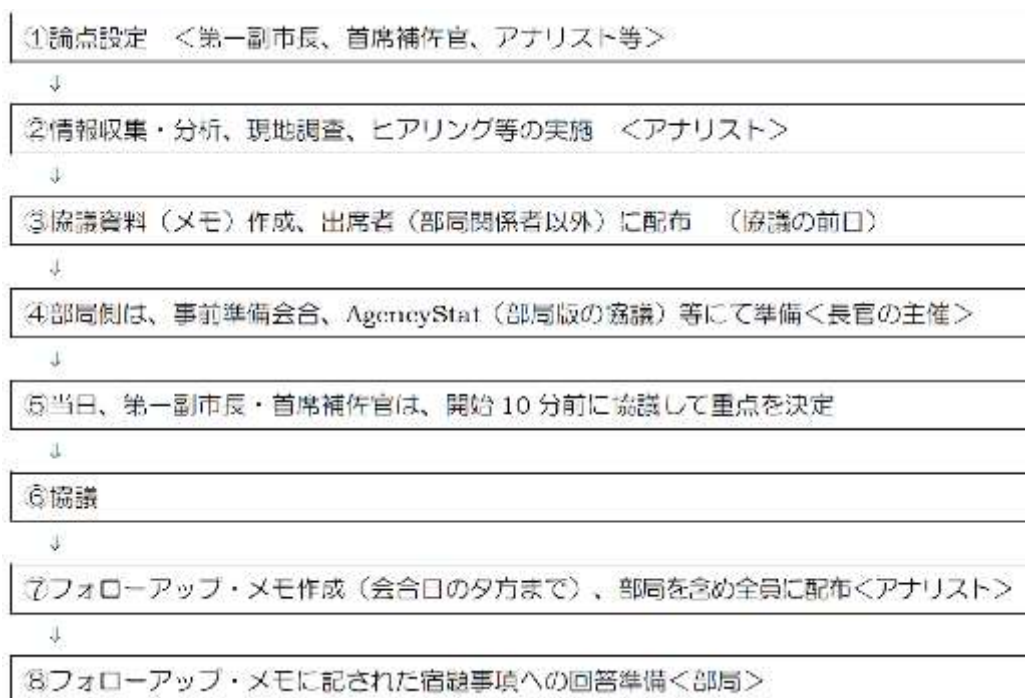
CitiStat は、市長直轄組織である The Mayor's Office of Performance & Innovation (OPI) が管轄しており、取り組む主要分野は、CleanStat（ごみ・清掃）、PoliceStat（警察）、YouthStat（若年層）である（2022 年 6 月現在）。CitiStat のプロセスは、a) 正確かつタイムリーな情報、b) 資金・人員の迅速な配置、c) 効果的な戦術と戦略、d) 厳格な行政効果測定とフォローアップ、を原則としている。

具体的には、市長、副市長、関係部署の主要幹部が参加する CitiStat 会議が定期的（分野により隔週～隔月。成果の状況により変動）に開催され、各機関の代表者が目標の達成状況や職員の稼働状況についての報告を行うとともに、参加者からの質問に答える。

市の各機関には、会議の議題について報告を行う義務があり、会議前には、報告内容の裏付けとなるデータを CitiStat チームに提出しなければならない。CitiStat チームは、提出されたデータに対して現地調査や無作為抽出を行い、データの信頼性を確認するとともに、データを分析し、前期の報告書と比較したり、GIS を用いてマッピングするなどして、問題点を浮き彫りにし、それを元に報告書を作成する。会議当日は、CitiStat チームによって作成された GIS の地図やデータの報告資料、予算等をスクリーンに投影し、市長をはじめとする参加者は、施策の進捗状況や期間中の成果についての評価を行う。

会議においては、良いパフォーマンスを維持すること及び問題がある場合は明確な期限を定めて改善することが求められ、リソースや各機関の連携不足に起因する問題である場合、関係する他機関の代表者も参加し、一緒に解決策を探る。さらに、CitiStat チームにおいて職員の稼働状況とパフォーマンスのデータを比較・分析することで、人件費等のコスト削減につなげ、費用対効果の高い施策実施を可能としている。また、高い成果を出した部局には表彰を行っている。

CitiStat チームが作成した報告書は、ホームページにおいて公開⁵⁰され、市民が施策の実施状況を確認することが可能である。



（出所：総務省「政策評価の実効性向上のための方策に関する調査研究報告書」）

図 CitiStat の定例会議の基本的なフロー

⁵⁰ <https://opi.baltimorecity.gov/citistat-reports>

(4) ツール・プラットフォーム

当初は関係部局が提出するデータをもとに分析を行っていたが、既存組織では正確な情報は出てこないという判断から、独立した情報管理センターを設立し、コールセンター（3-1-1 One Call Center）を設置した。市民からの情報（苦情・問い合わせ）をコールセンターで一元的に受け付け、データベースを作り、市当局の作業過程のすべてをリアルタイムのデータとして「CitiTrack」に残している。各部局は、市民からの作業要望を CitiTrack で確認して、作業のいち工程が終わるたびに作業情報を保存する。施策決定ツールである CitiStat は CitiTrack と連携（実績評価のデータを提供）しており、市長および市幹部は各部局の作業状況を随時確認しながら事業の評価を行うことができる。

なお、「CitiTrack」はシカゴ市で導入済みの「サントラック」を流用したものであり、各部局の管理職、担当者、そして現場の責任者を含む市職員、市議会議員も自由にアクセスできる。

Citistat チームが会議の報告書を作成する際、収集したデータを GIS（地理情報システム）にマッピングし、課題の把握に役立てている。

(5) これまでの成果等

- 成果に係る定量的な報告は見当たらないが、ボルチモア市における CitiStat の成功を受けて、メリーランド州でも「StateStat」を導入した。

(6) 課題・その他

- 定例会議においては非常にシビアに追及されるため、部局の幹部層の多くの時間が会議に向けた事前準備に費やされているが、自治体政府の重要事項及び関係部局の業績動向・改善方策の検討・実施に資することであり当然のこと、とも考えられている。

1.8 デンマーク : Digital Post におけるアンケート機能

(1) 概要

Digital Post は公共機関と市民・企業とのコミュニケーションを行うデンマーク政府の情報インフラである。Digital Post では、特定の属性の利用者を抽出してメッセージを送信することが可能であり、抽出した利用者に対してアンケート調査のリンクを送ることで、多くのオンライン・アンケート調査が実施されている。

(2) 仕組み

Digital Post は公共機関（地方自治体、図書館、歯医者、病院など）と市民・企業とのコミュニケーションを行うデンマーク政府の情報インフラで、2014 年以降、15 歳以上の全国民（永住権所有者も含む）が Digital Post を利用することが義務となっている。なお、申請により、Digital Post ではなく郵便物でメッセージを受けることも可能となっている。「公共機関」には、中央政府や地方自治体、病院、教育機関、警察などが含まれる。

(3) ツール・プラットフォーム

Digital Post は、国民向けの電子行政の仕組みとして運用している、CPR、NemID、e-Boks（現在は Digital Post）、NemKonto のひとつである。

Digital Post は、セキュリティを担保した「電子私書箱」であり、専用 Web サイト（e-boks.dk、mit.dk）や市民ポータル（borger.dk）等、あるいは専用アプリからアクセスできる。2022 年 3 月以降、e-Boks は、より多くの機関（主に私立病院などの医療関係者）と接続可能な Digital Post へ移行している（e-Boks も引き続き利用可能）。

Digital Post/e-boks では、特定の属性の利用者を抽出可能であり、抽出した利用者に対してアンケート調査のリンクを送ることで、アンケート調査を実施することが可能である。



出所: NEC ウェブサイト(https://jpn.nec.com/safercities/government/learning_from_denmark.html) (閲覧日: 2023年3月20日)

図 国民向け電子行政の情報システム

(4) これまでの成果等

- Digital Post/e-boks を利用したアンケート調査は多数実施されている。なお、Digital Post を通じてメッセージを送信できるのは公的機関のみのため、大学や医療関係機関による調査が多い。
 - コペンハーゲン大学では、2020年3月～2021年9月にかけて毎週5,000名を無作為抽出し、COVID-19の係る規制の対応状況等の調査を実施⁵¹
 - 南デンマーク大学では、2020年4～5月にかけて妊婦約3万人を抽出し、妊娠中におけるCOVID-19の感染に関する懸念等の調査を実施⁵²
 - デンマーク・Aarhus 大学では、年代グループ別に3600人を抽出し、アンケート調査における郵送調査とWeb調査の比較に係る調査を実施⁵³

⁵¹ <https://sodas.ku.dk/projects/completed-projects/cosmo/>

⁵² <https://bmcpregnancychildbirth.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12884-021-04108-6>

⁵³ <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5801515/>

参考資料 3 ユーザビリティテスト

ユーザビリティテストの詳細な結果は以下の通り。なお、青字は対象者の意見・感想を示す。

1.1 テストメモ：PC

(1) 自治体研修生（男性）

1) テーマの確認

- 意見募集中の категория が記載されている場所がすぐにわからなかった。トップページ下部のコメント欄までスクロールしてから、トップページ上部に戻り、メインビジュアル右側の【ご意見を募集しているテーマ】がリンクになっていると気づいた。

トップページにアイデア・コメントがずらっと並んでおり、見づらい。文字の多さに圧倒される。

トップページにアイデア募集中の категория が記載されていることがわかりづらい。トップページと意見募集ページを分けるべき。

【画面 1：トップページ】



- カテゴリーへのリンクをクリックし、意見募集ページに入った。
【画面 2：意見募集ページ】



2) 既存投稿の閲覧

- 意見募集ページに表示されているアイデアの一覧を閲覧しており、アイデアをクリックすると詳細が見られることには気が付かなかった。
【画面 3：意見募集ページ】



- アイデアの詳細を確認するよう促すと、アイデアをクリックできることに気づき、アイデア投稿詳細ページに入った。

【画面 4：アイデア投稿詳細ページ】



- アイデア投稿詳細ページの上にアイデア全文があり、下にアイデアに対するコメントが並んでいることはすぐ把握できた。
ヤフー知恵袋のような UI で見やすい。
- アイデアに対して投票できることに気付いた。ユーザーの投票とコメントの色が連動していることを把握。投票の種類でコメントをソートできるのか疑問を持った。
コメントに投票の色がついており、賛成・反対が一目で判断できるのがわかりやすい。

【画面 5：アイデア投稿詳細ページ】



- コメントせずに投票できるか疑問を持った。投票ボタンの「いいね」を押したところ、「ログインのお願い」が出てきたため、投票するためにはログインまたはユーザー登録が必要だと気づいた。

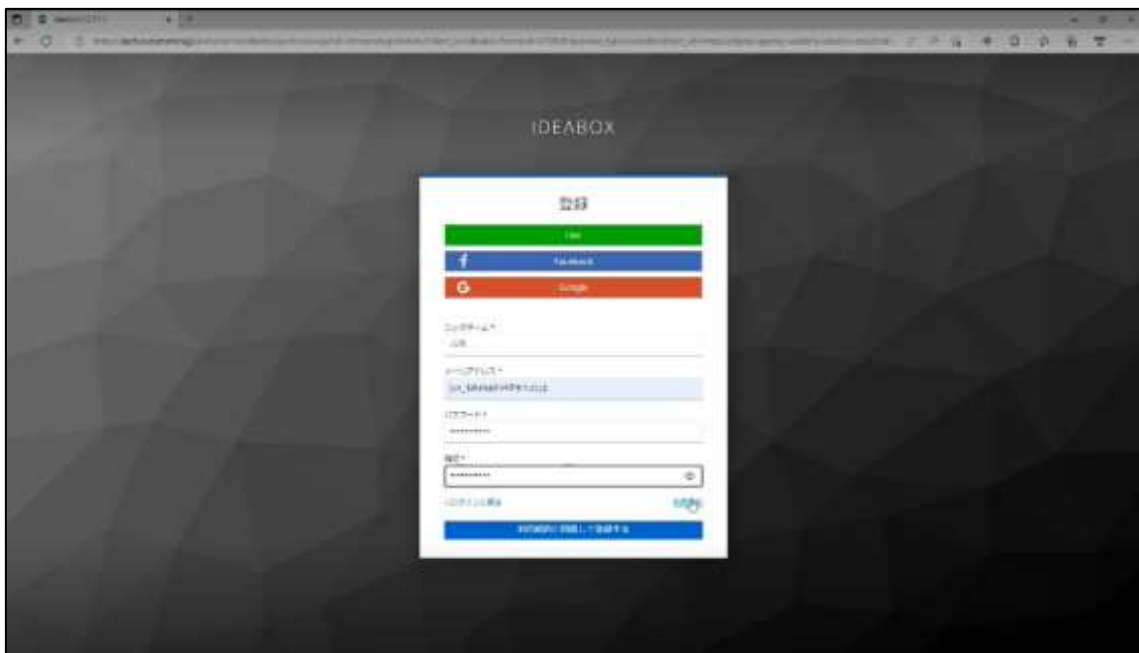
【画面 6：ログインのお願い】



3) コメント

- コメントを投稿するにはログインが必要か疑問を持った。「コメントする」ボタンを押したところ「ログインのお願い」が出たため、ログインが必要だとわかった。まだユーザー登録していないため、ユーザー登録に進んだ。

【画面 7：ユーザー登録ページ】



- パスワードまで入力してから利用規約を確認した。ユーザー登録画面に戻った際、パスワードが消えてしまっていた。パスワードを再度入力するのが手間だと感じた。
- メール認証後、プロフィール変更画面に進んだ。性別等の情報は登録しても公開されないが、公開されると勘違いした。ニックネーム以外は公開したくないため、未設定のまま更新。

【画面 8：プロフィール変更ページ】



- アイデア投稿詳細ページでコメントを入力。投稿する前に、アイデアに対する投票ができることを思い出し、投票ボタンの「いいね」を押した。投票したらコメントも投票されるのかと思ったが、投稿されていないため、投票とは別に「コメント投稿」ボタンを押すことが必要だとわかった。

【画面 9：アイデア投稿詳細ページ】



4) アイデア投稿

- トップページに戻る必要があるかと思い、トップページに戻った。どこからアイデアを投稿することができるか探し、ヘッダーの「アイデアを投稿する」ボタンに気付いた。

- アイデア投稿ページでカテゴリーを選択したところ、カテゴリーの説明が表示された。何が表示されているのかわからず、トップページに戻り、意見を募集しているカテゴリーを確認した。
- 上からアイデア本文、タイトルの順に入力し、アイデアを投稿。

アイデア本文、タイトルの順番では入力しづらい。タイトル、アイデア本文の順番の方が良い。

【画面 10：アイデア投稿ページ】



5) 投票

- アイデア投稿詳細ページに入り、投票ボタンの「いいね」を押した。「ふつう」ボタンを押したところ、投票の種類が変わり、自分の投票の種類を変えられることがわかった。いつ時点の投票情報がデータとして集計されるのか、疑問を持った。

6) その他

- 自分が投稿した内容を確認するにはどうすればよいか疑問を持った。ヘッダーのユーザー名をクリックし、プロフィールページで確認できると気づいた。

プロフィールページにて自分の投稿内容や投票履歴を確認することができ、わかりやすい。

【画面 11：プロフィールページ】



(2) 新入社員（男性）

1) テーマの確認

- メインビジュアル右下にアイデア募集中のカテゴリが掲載されていることにすぐに気づいた。
※テスト環境の誤作動により、過去に投稿されたアイデアが表示されていない。

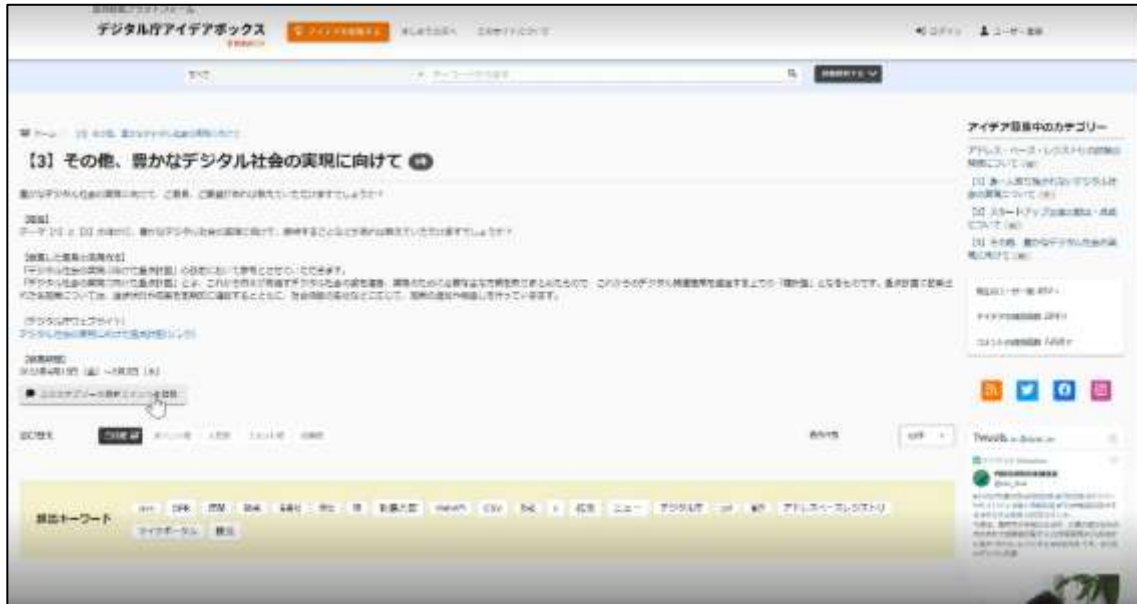
【画面 1：トップページ】



2) 既存投稿の閲覧

- カテゴリーの募集期間が過去の日付であったため、アイデアを投稿できないと判断。
- 過去に投稿されたアイデアが表示されていないため、「このカテゴリーの最新コメントを閲覧」ボタンを押した。

【画面 2：意見募集ページ】



- 最新のコメントを閲覧できた。本画面ではアイデアのタイトルとコメントのみが表示され、アイデア本文は表示されていない。

意見募集ページや最新コメントページの中でアイデアが投稿できるか、まだわからない。

【画面 3：最新コメントページ】



- 画面右側の「アイデア募集中のカテゴリー」から意見募集ページに戻り、過去に投稿されたアイデアやコメントを閲覧した。この時点では、アイデアをクリックすると詳細が見られることには気づいていない。

【画面 4：意見募集ページ】



- アイデアの一覧の下「もっと見る」ボタンを押すと、さらに多くのアイデアが出てくることを確認。

【画面 5：意見募集ページ】



- ヘッダーの「アイデアを投稿する」ボタンを押下したところ、「ログインのお願い」が出てきた。「アイデアを投稿する」ボタンから意見を投稿できるのかわからず、迷っている。意見の募集期間を経過しているため、投稿できなくなっているのか？

【画面 6：ログインのお願いページ】



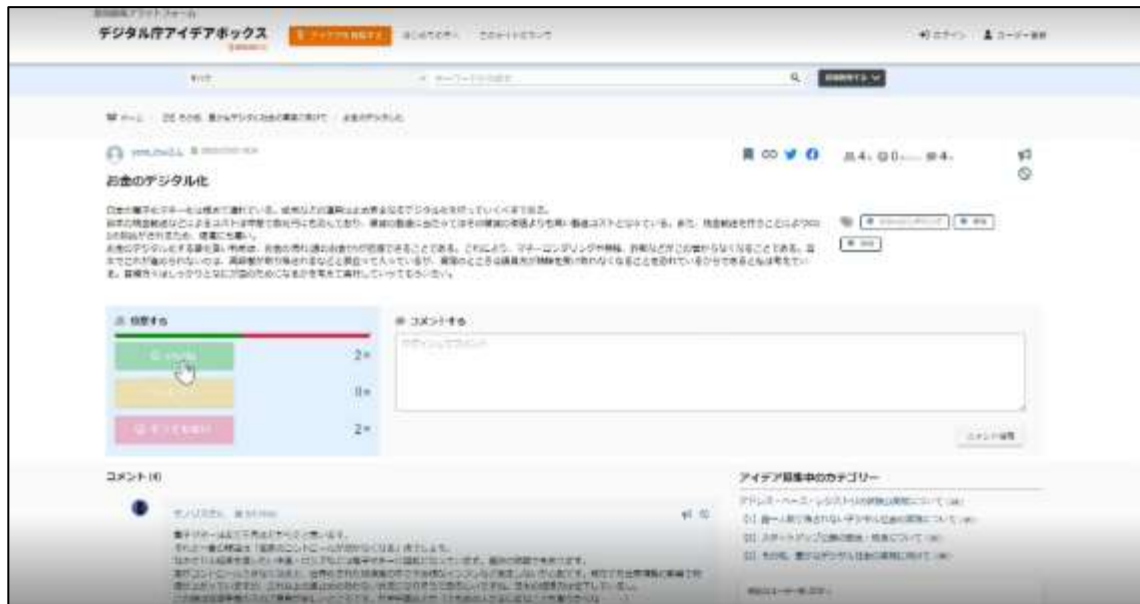
3) 投票

- 意見募集ページにおいて、投票ボタンの「いいね」をクリックした。アイデア投稿詳細ページに遷移したが、投票できていない。

【画面 7：意見募集ページ】



- アイデア投稿詳細ページに過去の投票数が表示されていたため、投票できたと一時的に誤認。再度投票ボタンの「いいね」を押したところ、「ログインのお願い」が表示され、投票できていないとわかった。意見募集期間を経過しているため、投票できないのだと考えた。
- 投票欄の右にコメント欄があり、アイデア詳細ページ上でコメント投稿ができると気づいた。
【画面 8：アイデア投稿詳細ページ】

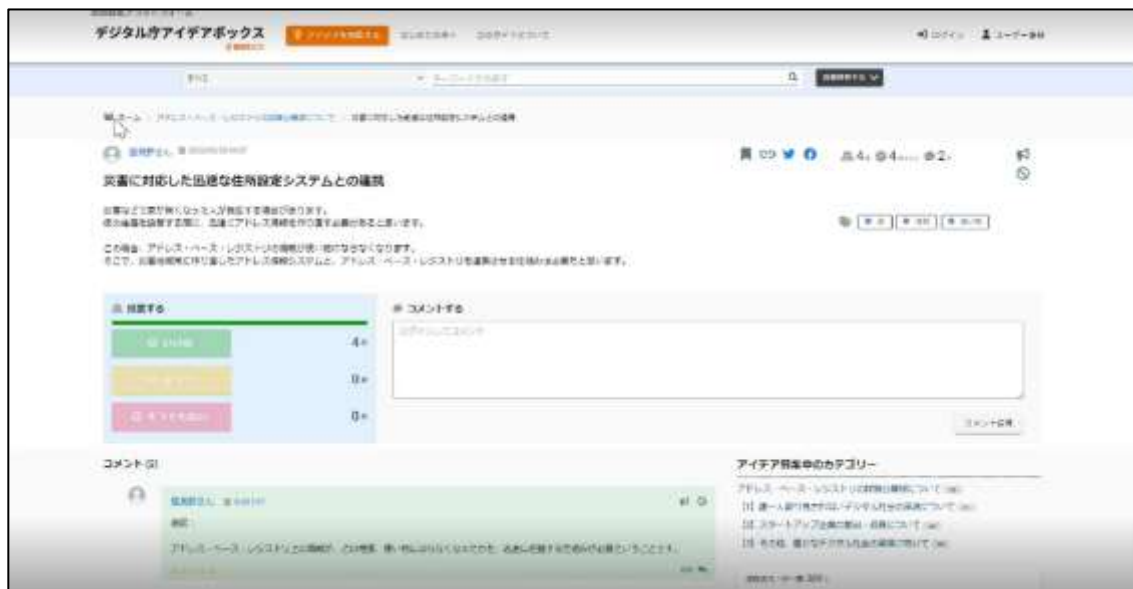


- トップページに戻ったところ、過去に投稿されたアイデアの一覧が表示された。どのテーマに関する投稿が表示されているのかわからない。
【画面 9：トップページ】



- アイデア投稿詳細ページに入ると、ページ上部にパンくずリストが表示されており、どのカテゴリーに関する投稿か確認できると気づいた。

【画面 10：アイデア投稿詳細ページ】



- アイデアやコメントの投稿、アイデアへの投票にはユーザー登録が必要だとわかった。「アイデアを投稿する」ボタンから「ログインのお願い」を表示させた。「ユーザー登録」ボタンではなく、「ログイン」を押した。ログインではなくユーザー登録が必要だと気づき、「新規ユーザーですか？登録」ボタンを押し、ユーザー登録画面に進んだ。

【画面 11：ログインページ】



- メール認証を行い、プロフィール変更ページに進んだ。ユーザー登録ページで既に登録していた「ニックネーム」以外は設定せず、更新を行った。

どれが必須項目か、表示があると良い。

【画面 12：プロフィール変更ページ】



- アイデア投稿詳細ページから、投票ボタンの「いいね」を押し、投票を行った。

【画面 13：アイデア投稿詳細ページ】



4) コメント

- アイデア投稿詳細ページからコメントを入力し、投稿。
- 自分が投稿したコメントが一番下に表示されたため、時系列順に表示されるのだと気づいた。

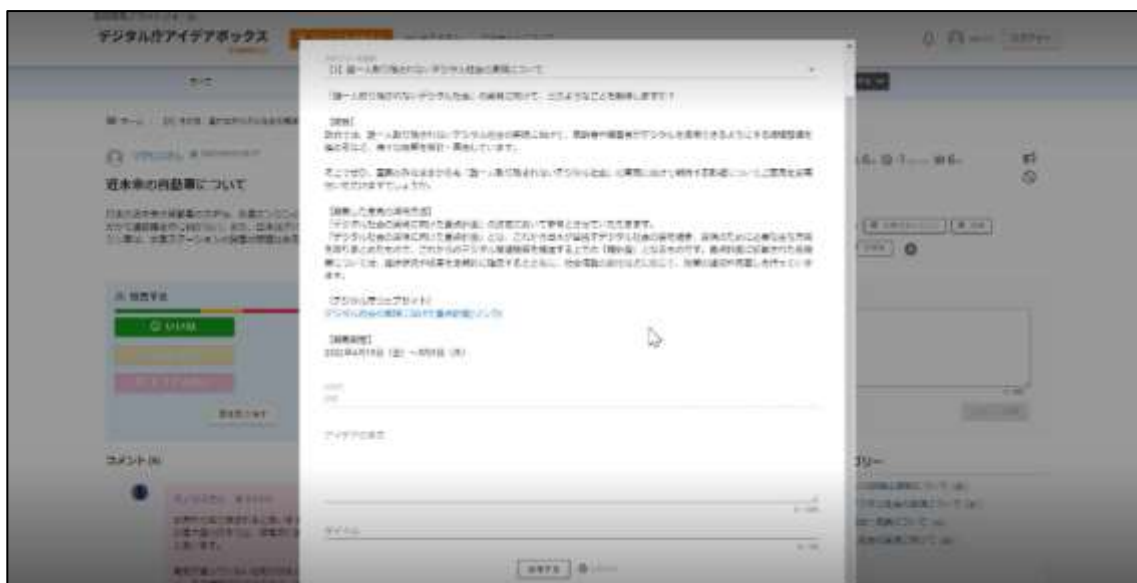
【画面 14：アイデア投稿詳細ページ】



5) アイデア投稿

- ヘッダーの「アイデアを投稿する」ボタンからアイデアの投稿を試みた。

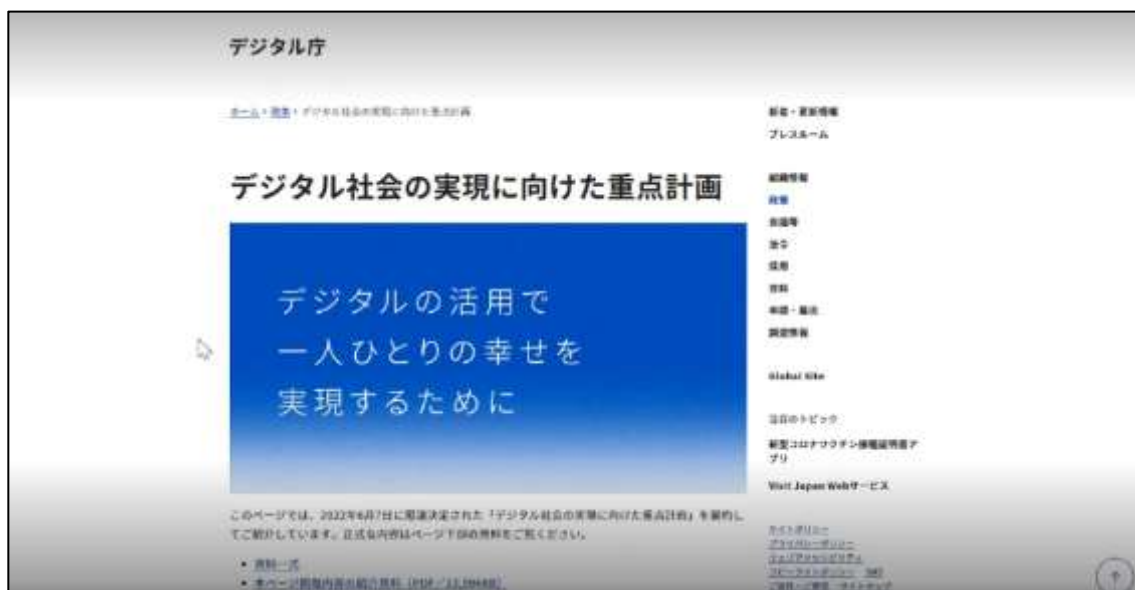
【画面 15：アイデア投稿ページ】



- カテゴリーを選択し、趣旨を確認。リンクからデジタル庁ウェブサイトへ飛び、重点計画の内容を閲覧した。

デジタル庁が考えていることや、募集したいと考えている意見の種類を把握したい。

【画面 16 : デジタル庁ウェブサイト】



- アイデア投稿ページに戻り、アイデアの本文を入力。
- タイトルなしでは投稿できなかったため、タイトルは必須項目だとわかった。

【画面 17 : アイデア投稿ページ】



6) その他

- 意見募集ページに戻り、アイデアの並び替えを行った。「コメント順」を押すと、コメントが多い順に並び替えられると気づいた。
- 色々なソートの方法があり、自分に近い意見や自分の好きなソートの方法を選ぶことができる。
- どのアイデアがマジョリティなのかがわかりづらい。良く言えば、他の人の意見に影響を受けづらい。
- 「投票順」は投票数が多い順番だと推測する。「ポイント順」「人気順」がどのような基準でソートされるかわからない。「人気順」は参照されている回数が多い順番や、コメント数と投票数を足した数ではないかと思うが、ユーザー側が定量的に判断できる基準なのかわからない。

【画面 18：意見募集ページ】



- 自分が投稿したアイデアに対し、投票ボタンの「ふつう」を押したところ、投票できることがわかった。

【画面 19：アイデア投稿詳細ページ】



- トップページメインビジュアル右側及びメインビジュアルの右下にアイデア募集中のカテゴリーが表示されているが、サイズが小さく、発見するまでに少し手間取った。アイデア募集中のカテゴリーはトップページから移動しても表示され続けるため、慣れれば問題なく操作できた。
- 意見募集ページの「このカテゴリーにアイデアを投稿する」「このカテゴリーの最新コメントを閲覧」ボタンが小さく、見つけづらいと感じた。もっと直感的に操作できるとよい。

【画面 20：意見募集ページ】



- 頻出キーワードを使うと、特定のキーワードが入ったアイデアが表示されるとわかった。他のユーザーがどのような領域に興味を持っていたり、課題を感じているかを知ることができ、便利。

【画面 21：意見募集ページ】



- アイデアによって、タイトルのフォントが異なっていることには気づいていた。アイデア投稿時にはフォントを設定できなかったため、特定のアイデアがレコメンドされている理由はわからない。頻出キーワードに関係しているのか？
- トップページの情報量が多く、最初に見たときは、どこをクリックすべきか迷った。アイデア募集中のカテゴリーがあり、カテゴリーに対してアイデアを出すという階層になっていることを理解してからは、スムーズに操作することができた。

(3) 派遣社員（女性）

1) テーマの確認

- メインビジュアル右側にリンクがあることに気付き、クリックしたが、それが意見を募集しているテーマだとは認識していなかった。

トップページを最初に見たとき、何を目的としたサイトなのかわからなかった。メインビジュアル左側の「あなたの声を届けよう」ばかりが目に入り、右側の「ご意見を募集しているテーマ」には意識が向かなかった。募集しているテーマの内容をもっと目立たせるべき。

【画面 1：トップページ】



- 意見募集ページに入り、カテゴリーの内容を確認。

【画面 2：意見募集ページ】



2) 既存投稿の閲覧

- 意見募集ページを下にスクロールした。アイデアやコメントが何か、ということがぱっと見ではわからなかった。

【画面 3：意見募集ページ】



- アイデアの全体を見るよう促したところ、アイデアのボックスをクリックすると全体が見られると理解した。
- アイデアに対するコメントが下に並んでいるとすぐに理解した。

【画面 4：アイデア投稿詳細ページ】



- アイデアに対してコメントする場合、アイデア投稿詳細ページの「コメントする」から投稿できるとわかった。

【画面 5 : アイデア投稿詳細ページ】



- コメント欄をクリックしたところ、「ログインのお願い」のメッセージが出てきたため、コメントするにはユーザー登録が必要だと気づいた。
- 投票欄をクリックしたところ、「ログインのお願い」のメッセージが出てきたため、投票するにはユーザー登録が必要だと気づいた。

【画面 6 : アイデア投稿詳細ページ】



- ログインしようとしたが、まだユーザー登録を行っていないため、ログインできなかった。
- ユーザー登録が必要だと気づき、ユーザー登録ページでアカウントの作成を行った。認証メールが届くまでに時間を要したため、不安に感じた様子。

アイデアやコメントを投稿するにはユーザー登録が必要なことや、ユーザー登録にメールアドレスが必要であることがわかっていなかったため、戸惑った。

【画面 7 : ユーザー登録ページ】



- ユーザー登録後、意見募集ページからアイデア投稿詳細ページに入ろうとした。アイデアの投稿者名をクリックしたため、プロフィールページに飛んだ。

【画面 8 : プロフィールページ】



- 投票ボタンの「いいね」を押して投票しようとしたが、アイデア投稿詳細ページに移っただけで投票できなかった。投票ボタンを押すことができ、画面が遷移したため、投票できたと思っただけだった。
- 意見を募集しているテーマが何かわかっておらず、詳細検索欄で「募集中」と検索してみたが、疑問は解消されなかった。

【画面 9：アイデア検索ページ】



- 次に何をすべきかわからず、場当たりに色々なところを触っていた様子。詳細検索欄でカテゴリを選択していたが、これが意見を募集しているテーマだとは認識していない。

【画面 10：意見募集ページ】



3) コメント

- アイデア投稿詳細ページから、コメントを投稿。

【画面 11：アイデア投稿詳細ページ】



4) アイデア投稿

- タスクを「意見を投稿する」と伝えていたため、「意見 = アイデア」だと結びつかなかった様子。どこから投稿すべきか迷っていたため、「意見 = アイデア」だと伝えると、「アイデア投稿」ボタンからアイデアを投稿することができた。
- アイデア本文だけ入力して投稿しようとしたが、投稿できなかったため、タイトルが必須項目だとわかった。

【画面 12 : アイデア投稿ページ】



5) 投票

- アイデア投稿詳細ページにおいて投票ボタンの「いいね」を押し、投票を行った。
【画面 13：アイデア投稿詳細ページ】



6) その他

- トップページへの戻り方がわかりにくいと感じた。

(4) 派遣社員（女性）

1) テーマの確認

- トップページに入ると、メインビジュアル右側の内容をしっかりと読みこんでいた。
- ※PCを使用しているが、画面を拡大表示していたため、スマートフォンのレイアウトが表示されている。
- 「ご意見を募集しているテーマ」が各カテゴリへのリンクになっていると気づき、意見募集ページに進んだ。

【画面1：トップページ】



- 意見募集ページの内容を上から順番に読みこんでいた。
- 趣旨の下にアイデアが並んでいることに気づき、1つをクリックした。

【画面2：意見募集ページ】



2) 既存投稿の閲覧

- アイデアに投票できることに気づき、投票ボタンの「いいね」を押すと、「ログインのお願い」のメッセージが出てきた。投票するにはログインが必要だとわかった。

【画面3：ログインのお願い】



- ログインページにおいて、Google アカウントからログインを行った。新たに情報を入力する必要がなく、ログインはスムーズであった。
- プロフィール変更ページにおいて、個人ウェブサイト及び自己紹介以外は全て入力し、更新を行った。

【画面 4 : ログインページ】



- 他の人のアイデアを見ようとした。画面の右側に「アイデア募集中のカテゴリー」があると気づき、他のカテゴリーの意見募集ページに移った。

【画面 5 : アイデア投稿詳細ページ】



3) 投票

- 意見募集ページにおいて、気になったアイデアの投票ボタンの「いいね」をクリックし、投票を行った。

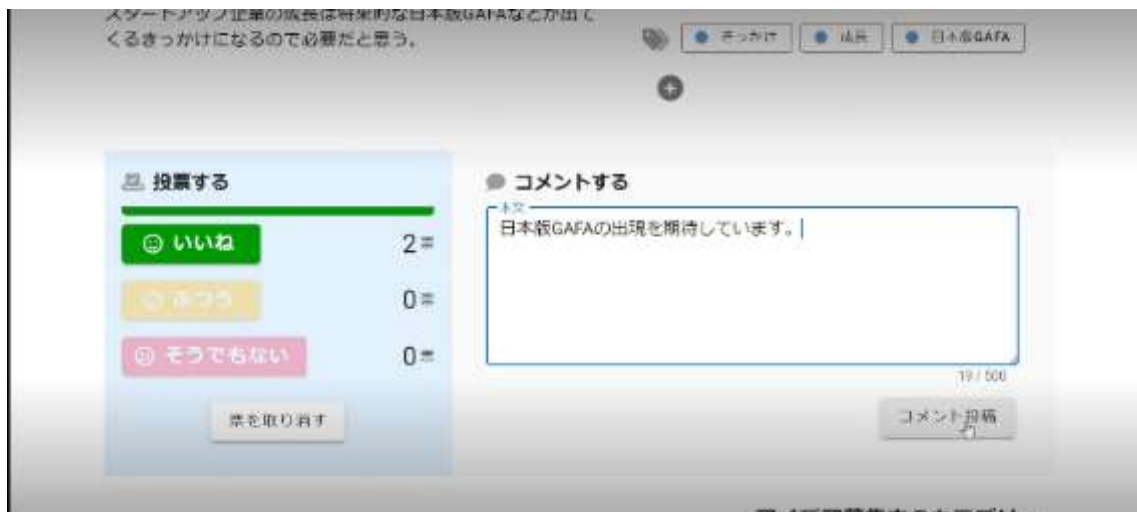
【画面 6：意見募集ページ】



4) コメント

- 投票したことで、アイデア投稿詳細ページに進んだ。コメント欄にコメントを記入し、投稿した。操作はスムーズであった。

【画面 7：アイデア投稿詳細ページ】



5) アイデア投稿

- アイデアをどこから投稿すればよいか、すぐにはわからず、トップページに戻るなどして探していた。
- フッターの「メニュー」ボタンに気づき、クリックしていたが、「投稿」ボタンからアイデアが投稿できるとは気が付かなかった。

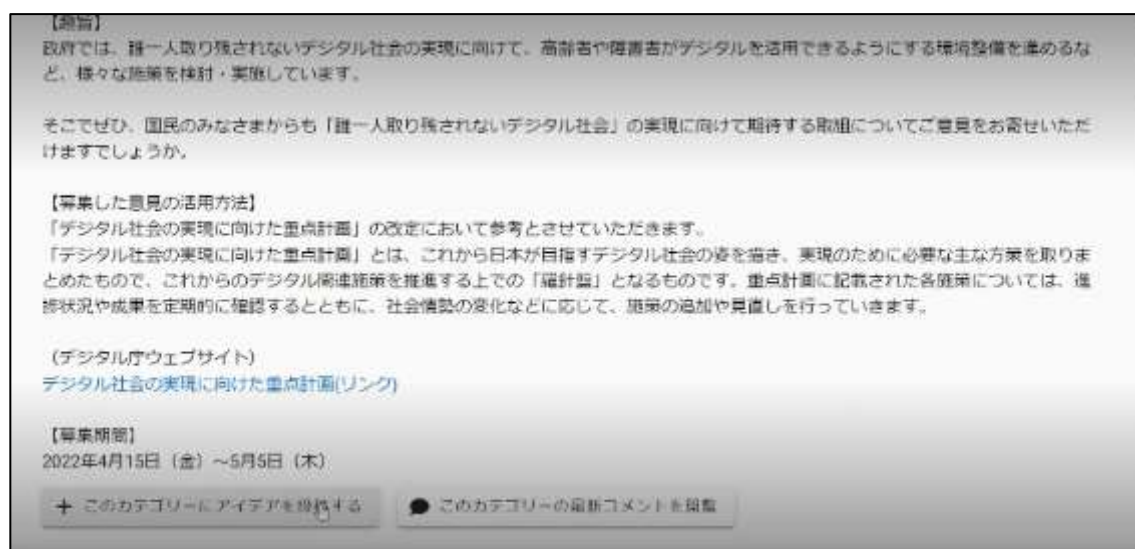
【画面 8 : メニューページ】



- 意見募集ページに「このカテゴリーにアイデアを投稿する」というボタンがあることに気づき、クリック。

「このカテゴリーにアイデアを投稿する」のボタンが目立たず、気づくまでに時間を要した。

【画面 9 : 意見募集ページ】



- アイデア投稿ページが出てきてからは、スムーズに投稿していた。

【画面 10：アイデア投稿ページ】



6) その他

- 「アイデア」という言葉がわかりづらい。「意見」など、日本語の方がわかりやすい。
- 「アイデア」と「コメント」の違いを理解するのに時間がかかった。
- スクロールしているとヘッダーが下がってくるため、見える範囲が狭まってしまい見づらい。

【画面 11：意見募集ページ】



- アイデアによって文字のフォントの大きさが異なるのが気になった。文字数の違いによるものか？

【画面 12：意見募集ページ】



- 並び替えの種類について、「ポイント順」は種類に関わらず投票が多い人を表し、「人気順」は「いいね」投票が多い人だと考えた。「コメント順」や「投票順」はどのような順番で並び替えられるか不明。「日付順」と「人気順」以外の並び替え機能は不要ではないか。
- 他のユーザーの意見が気になるので、注目されているアイデアをランキング形式で見ることができたり、カテゴリーに対して多く出ている意見がわかる機能があるとよい。しかし、他の人の意見に影響されてしまうというデメリットもある。
- アイデアのボックスの一番上にユーザー名が表示されているが、誰がアイデアを出したかは重要ではない。一番上にタイトルが表示された方がわかりやすい。

(5) 自治体研修生（女性）

1) テーマの確認

- トップページを下までスクロールし、ページ全体を確認。
トップページに並んでいるアイデアが、どのカテゴリを対象としたものかわかりづらい。
- メインビジュアル右側に「ご意見を募集しているテーマ」が記載されていることに気づき、リンクから意見募集ページに進んだ。

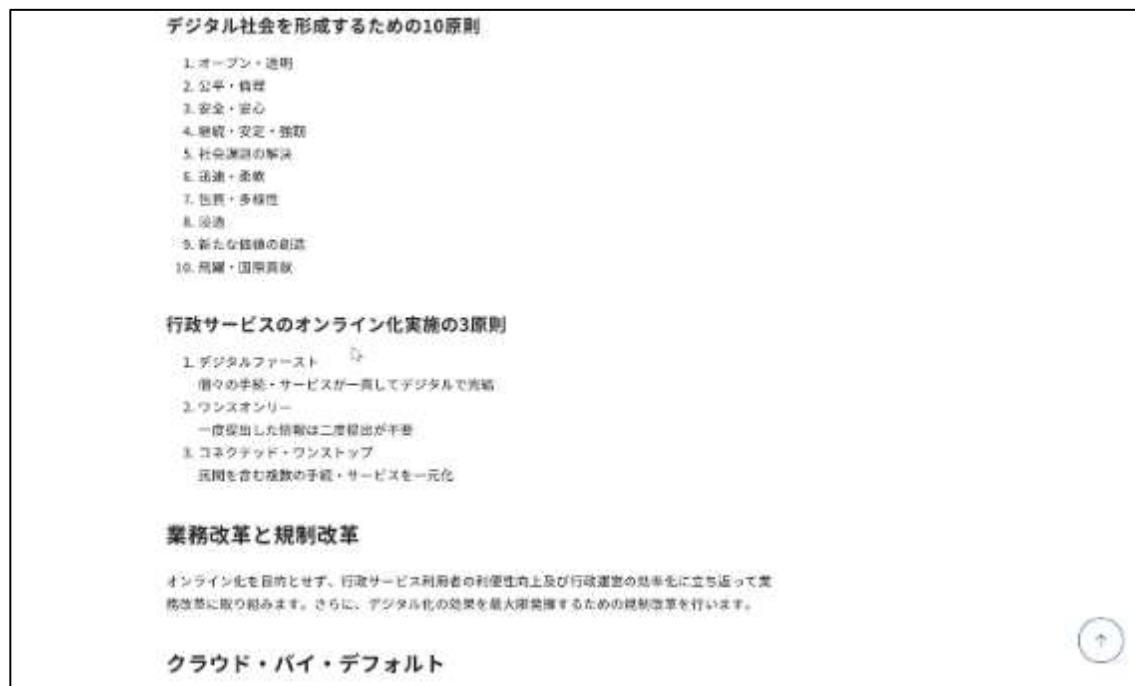
【画面 1：トップページ】



- 意見募集ページにおいて、カテゴリーの内容を確認。
- 「デジタル社会の実現に向けた重点計画」の内容を確認するため、リンクからデジタル庁ウェブサイトへ飛んだ。

デジタル庁ウェブサイトの重点計画は、予想していたより理解しやすい内容であったが、ボリュームが大きく、全て読みこむのは難しいと感じた。タイトルなど、文字が強調されているところを中心に読み、概要をつかもうとした。

【画面 2 : デジタル庁ウェブサイト】



- 重点計画の内容を確認後、トップページに戻り、メインビジュアル右側から他の意見募集ページに進んだ。
- 意見募集ページやトップページの右側に「アイデア募集中のカテゴリー」があり、そこから他のカテゴリーに遷移できることには気づいていない。

当初、画面右側の「アイデア募集中のカテゴリー」には気づいておらず、途中から気づいた。

2) 既存投稿の閲覧

- 他のユーザーの投稿を閲覧するために、意見募集ページのアイデア一覧を確認。
- 並び替え機能を利用し、アイデアを「人気順」に並び替えた。

通販サイトを利用する際、いつも人気ランキングを参照する。評価が高い意見を参照するため、今回も人気順で並べ替えた。

【画面3：意見募集ページ】



- 気になったアイデアをクリックし、アイデア投稿詳細ページにおいてアイデア及びコメントを確認。

【画面4：アイデア投稿詳細ページ】



- アイデアに投票しようとし、投票ボタンの「ふつう」を押したところ、「ログインのお願い」が出た。投票するにはユーザー登録が必要だとわかった。

投票するためにユーザー登録しなければならないことを面倒だと感じる。普段の自分であれば、ユーザー登録が必要だとわかった時点で諦める。

【画面5：ログインのお願い】



- 「ユーザー登録」ボタンからユーザー登録ページに進んだ。ニックネームの予測入力がメールアドレスが出てくるため、誤ってメールアドレスを入力した。

【画面6：ユーザー登録画面】



- システム不具合のため、ユーザー登録を行い、ログインしても、ページを遷移するとログアウトしてしまう。ログインしている状態かログインしていない状態か、画面を見ても判別しづらい様子であった。

※既存のアカウントからログインし、テストを続行した。

アイデア投稿詳細ページからユーザー登録に進んだが、ユーザー登録を終えると、意見募集ページに戻ってしまう。再度アイデアを探すのは手間であるため、アイデア投稿詳細ページに戻る仕様としてほしい。

【画面 7：意見募集ページ】



3) 投票

- アイデア投稿詳細ページに進み、投票ボタンの「ふつう」を押して投票を行った。

【画面 8 : アイデア投稿詳細ページ】

デジタル庁アイデアボックス

アイデアを投稿する

このアイデアへ投票しました

貴、人件費等々が高いせいである。つまり、日本の高コスト体質が原因である。低コストにするにはどうすればいいのか、それはデジタル化である。「誰一人取り残さずデジタル化する」のと、「デジタル化によって誰一人取り残されない社会にする」のとは少し違っている。デジタル化で全てが低コストとなれば、関係間でゆっくり対面で会話しながら注文ができるようになる。そんな社会から私は取り残されていないと感じる。すなわち、生産性が十分高くなっていけば人件費を減らす合理化をしないで、対面接遇が維持できるはずである。デジタル庁若手がまとまって連載した記事を読み、デジタル庁のブランドデザインが前例のないのではないかと感じた次第です。

投票する

- いいね 3票
- ふつう 1票
- そうでもない 1票

票を取り消す

コメントする

本文

コメントを投稿

コメント (10)

takeoyさん 9/11/24

そうですね、手段と目的をはき違えないように、デジタル化は手段であって目的ではない、目的は国民（デジタル庁のみなさんも含まれますよ）の幸福であるはずなので、

関連アイデア

任意記述システムへの導入について

アイデア募集中のカテゴリ

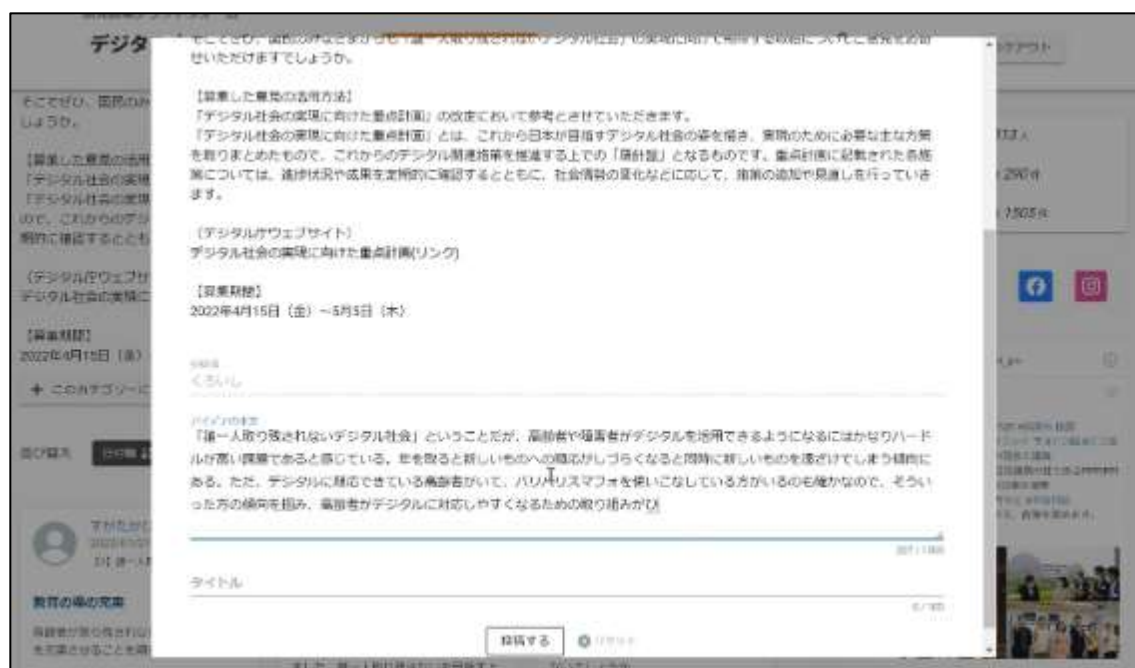
アドレス・ベース・レジストリの試験公開数について

4) コメント

- アイデア投稿詳細ページにコメントを入力し、投稿を行った。

5) アイデア投稿

- アイデア投稿詳細ページにおいて、「日付順」で他のユーザーのアイデアを再度確認した。他のユーザーのアイデアがどの程度の文章量であるか、改めて確認したかった。「人気順」で並び替えると、長文のアイデアが多く、ジャストアイデアの内容は投稿しにくいと感じた。「日付順」に並び替えると、色々な文章量のアイデアが出てきたため、安心して投稿することができた。
- 「このカテゴリにアイデアを投稿する」ボタンからアイデア投稿ページに進み、投稿を行った。【画面9：アイデア投稿ページ】



6) その他

- ユーザー登録時など、動作が重いと感じる場面があった。
- トップページや意見募集ページに他のユーザーのアイデアが並んでおり、それを見たうえで自分の意見を考えられるのは良い。
- 長文のアイデアについては、いちいちアイデア投稿詳細ページに入って内容を確認する必要があり、少し面倒に感じた。
- 並べ替えの種類について、「人気順」は「いいね」の投票数が多い順、「コメント順」は最新のコメントがあった順だと推測した。「ポイント順」は何の順番であるか不明。
- アイデアによってタイトルのフォントの大きさが異なることはあまり意識していなかったが、何となくフォントが大きいアイデアを閲覧していた。フォントの大きさは、アイデアを投稿したユーザーが設定しているのか？

(6) 自治体研修生（男性）

1) テーマの確認

- メインビジュアル右側に「ご意見を募集しているテーマ」が記載されていることにすぐに気付いたが、リンクになっていることには気が付かなかった。

最初に見たとき、メインビジュアルの「あなたの声を届けよう」が目に入ったが、右側の「ご意見を募集しているテーマ」とのつながりが理解できなかった。メインビジュアル左側が「あなたの意見を募集中」などの文言で、右側に「ご意見を募集しているテーマ」の記載があれば、自分の意見を投稿できるサイトだと理解しやすい。

【画面 1：トップページ】



- アイデアを投稿しようとヘッダーの「アイデアを投稿する」ボタンを押したが、「ログインのお願い」が出たため、アイデアを投稿するにはログインが必要だとわかった。
- トップページ右上の「ユーザー登録」ボタンからユーザー登録ページに進み、ユーザー登録及びメール認証を行った。しかし、システム不具合によりログインできなかった。
- ヘッダーの「はじめての方へ」ボタンを押し、ログイン方法について確認したが、ログインできない場合の対処方法は記載されていなかった。

【画面 2：初めての方へ】



2) 既存投稿の閲覧

- トップページに戻り、アイデア一覧を閲覧した。アイデアの並べ替えができることに気づき、「日付順」の他に「ポイント順」「人気順」に並び替えた。

アイデアが並んでいるが、何に対するアイデアなのかわからない。

並べ替えの種類は、「ポイント順」は「いいね」の投票が多い順、「人気順」は投票数が多い順、「コメント順」はコメント数が多い順だと予想する。「投票順」は投稿された順だと思うが、「日付順」との違いがわからない。

【画面3：トップページ】



- アイデアのボックスをクリックすると、アイデア投稿詳細ページを見られることに気付いた。
- メインビジュアル右側の「ご意見を募集しているテーマ」や画面右側の「アイデア募集中のカテゴリ」から意見募集ページに遷移することに気付いた。
- アイデアを投稿するためにログインを試みるも、システム不具合によりログインできないため、既存のアカウントでログインした。

3) アイデア投稿

- ヘッダーの「アイデアを投稿」ボタンをクリックし、アイデア投稿ページから投稿を行った。
カテゴリーを選択すると趣旨が出てくるが、意見募集ページを読んでいない人にとっては良いと思う。
アイデア本文、タイトルの順で記載するのは違和感がある。タイトル、アイデア本文という順番の方が自然ではないか。

【画面4：アイデア投稿ページ】



- 意見募集ページに戻り、自分が投稿したアイデアに対して、「いいね」の投票ボタンを押した。自分が投稿したアイデアには自動的に「いいね」の投票がついており、アイデア投稿詳細ページに遷移しただけであったが、投票できたと誤認した。

4) コメント

- アイデア投稿ページにおいて、自分が投稿したアイデアに対し、コメントを投稿した。
【画面 5：アイデア投稿詳細ページ】



5) 投票

- 別のアイデア投稿詳細ページに入り、「いいね」の投票ボタンを押して投票を行った。

6) その他

- メインビジュアル左側の「あなたの声を届けよう」から意見を投稿できるかと思い、クリックしたが、投稿できなかった。
- 意見募集ページにおいて、そのカテゴリーにアイデアを投票できるボタンがあるとよい。
※ログインすると、意見募集ページに「このカテゴリーにアイデアを投稿する」ボタンが現れるが、気が付かなかった様子。
- アイデアによって、タイトルのフォントの大きさが異なることはすぐに気づいた。ステルスマーケティングの一環で、特定の企業の利益になるようなアイデアを強調しているのではないかと思った。

1.2 テストメモ：スマートフォン

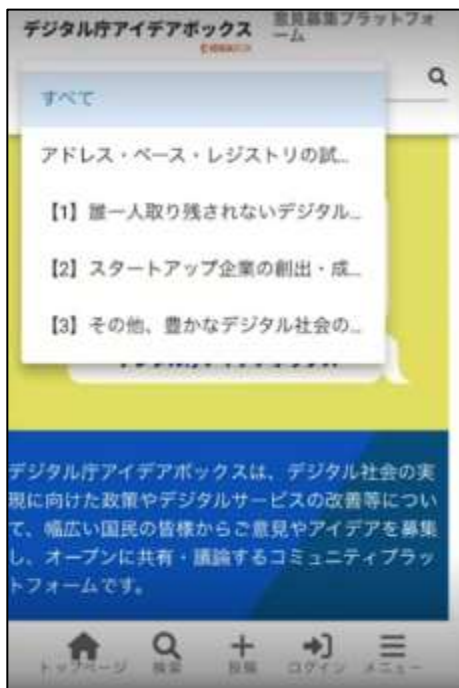
(1) 自治体研修生（男性）

1) テーマの確認

- 意見募集中の内容を見つけるまでに時間を要した。トップページ下部のコメント欄までスクロールしたり、フッターの「メニュー」ボタンを押すなど、試行錯誤していた。ヘッダーのカテゴリー選択ボタンを押し、各カテゴリーが表示されたが、それが意見を募集している内容だとは気が付かなかった。下部のコメント欄までスクロールしてから、再度ヘッダーのカテゴリー選択ボタンを押し、カテゴリーの1つを選択した。

トップページに意見募集中のカテゴリーが載っていることがわかりづらい。デジタル庁アイデアボックスのロゴと同系色であるため、ロゴの一部かと思った。別の枠を設けるべき。

【画面 1：トップページ】



- 意見募集ページに入り、それが意見を募集している内容だと認識した。

【画面 2 : 意見募集ページ】

【1】誰一人取り残されないデジタル社会の実現について 90%

「誰一人取り残されないデジタル社会」の実現に向けて、どのようなことを期待しますか？

【趣旨】
政府では、誰一人取り残されないデジタル社会の実現に向けて、高齢者や障害者がデジタルを活用できるようにする環境整備を進めるなど、様々な施策を検討・実施しています。

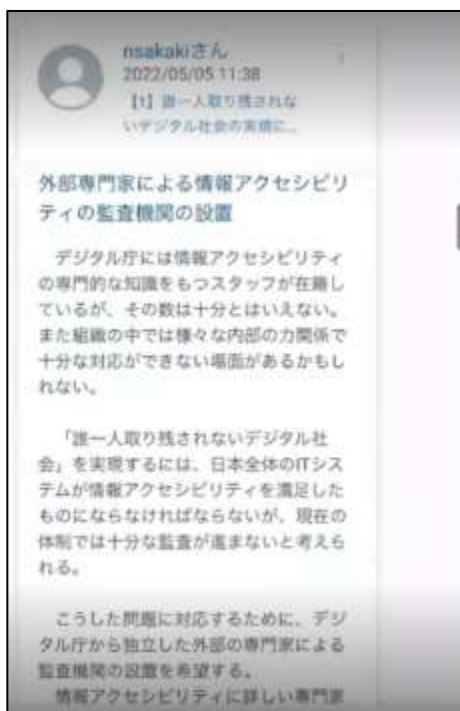
そこでぜひ、国民のみなさまからも「誰一人取り残されないデジタル社会」の実現に向けて期待する取組についてご意見をお寄せいただけますでしょうか。

【募集した意見の活用方法】

2) 既存投稿の閲覧

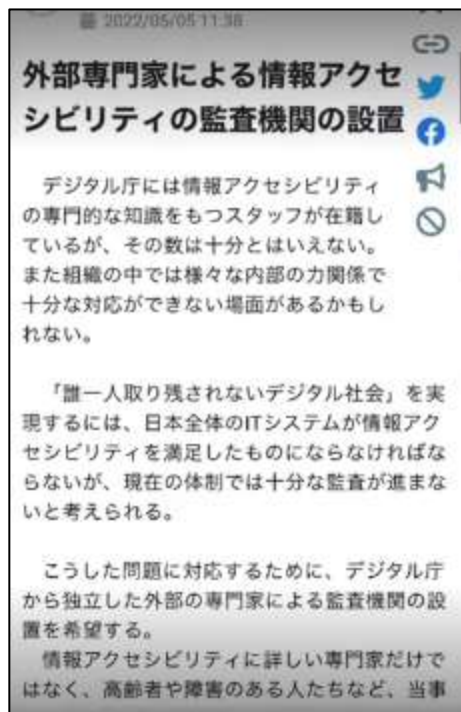
- 意見募集ページに表示されているアイデアの一覧を閲覧しており、アイデアをクリックすると詳細を見られることには気が付かなかった。

【画面 3：意見募集ページ】



- アイデアの全文を確認するよう促すと、アイデアをクリックし、アイデア投稿詳細ページに入った。

【画面 4 : アイデア投稿詳細ページ】



- アイデア投稿詳細ページの上にアイデア全文があり、下にアイデアに対するコメントが並んでいることはすぐに把握できた。コメントを見るために画面を何回もスクロールする必要があり、PCに比べて全体を把握するのが難しい様子。アイデア・コメントに文字数制限はあるのか疑問を持った。

3) コメント

- アイデア投稿詳細ページの各アイデアの下にある「コメントを書く」ボタンをすぐに見つけた。

【画面 5 : アイデア投稿詳細ページ】



- コメント投稿ページに入ったが、上部にアイデアの全文や投票欄があったため、どこにコメントを入力すればよいか少し迷っていた。コメントを入力しようとしたところ、「ログインのお願い」が出たため、コメントを投稿するためにはユーザー登録が必要だとわかった。

【画面 6 : ログインのお願い】



- パスワードまで入力してから利用規約を確認した。ユーザー登録画面に戻った際、パスワードが消えてしまっていたため、再度入力する必要があった。

【画面 7 : ユーザー登録ページ】

- 認証メールが届くまでに時間を要したため、再送信を依頼するボタンを何度も押した。認証メールが4通届いた。

【画面 8 : Eメール確認ページ】

- プロフィール変更画面に進んだ。個人ウェブサイトや自己紹介を入力すべきか迷った。個人ウェブサイトと自己紹介以外は全て入力し、更新した。

【画面9：プロフィール変更ページ】

- アイデア投稿詳細ページに戻り、コメント欄から投稿を行った。

4) アイデア投稿

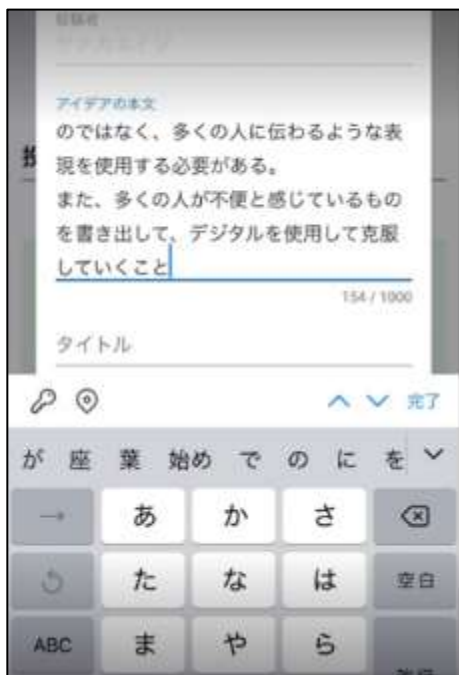
- アイデア投稿詳細ページにて、アイデアを投稿できるボタンを探した。フッターの「投稿」ボタンからアイデア投稿ページを開いた。

【画面 10：アイデア投稿詳細ページ】



- カテゴリーを選択したところ、カテゴリーの説明が出てきた。アイデアを入力する画面では、カテゴリーの説明が見えないため、途中で何度か上にスクロールして内容を確認していた。

【画面 11：アイデア投稿ページ】



5) 投票

- アイデア投稿詳細ページに入り、投票ボタンの「いいね」を押して投票した。
- 別のアイデアに投票しようとしたところ、フッターのプロフィールボタンを押し、プロフィール変更ページに遷移した。「更新」ボタンを押すと、自分のプロフィールページに進んだ。投稿したアイデアが表示されていたため、投票ボタンの「いいね」を押した。自分のアイデアにも投票できるとわかった。

【画面 12：プロフィールページ】



6) その他

- 投票欄の上に表示される「ポイント」とは何を意味するのか、疑問に感じた。複数のアイデア投稿詳細ページを確認し、投票ボタンの「いいね」をもらった数が「ポイント」になると気づいた。また、投票数が「票」に、コメントの数が「件」になるとわかった。

【画面 13：アイデア投稿詳細ページ】



- アイデア投稿詳細ページのタグは何を意味するのか疑問に思った。タグをクリックしたところ、キーワードで検索できる機能だと気づいた。

【画面 14：検索結果ページ】



- 投票ボタン（いいね、ふつう、そうでもない）は中央揃えでなく、左揃えの方がスッキリ見える。
- スマートフォンを使うと、スクロールの回数が多くなり、見づらい。PC からアクセスした方が使いやすいのではないかな。

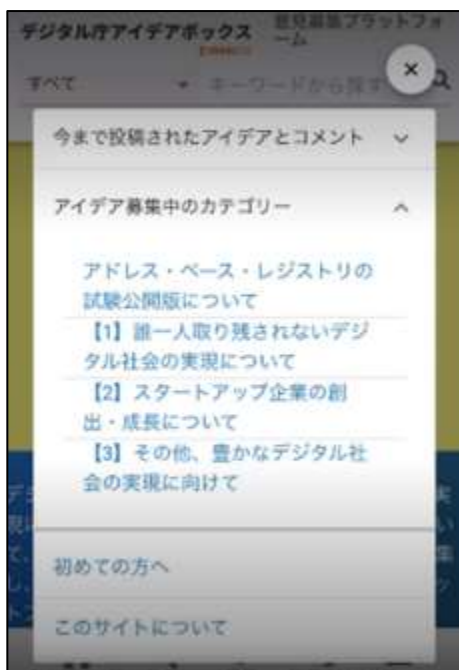
(2) 自治体研修生（男性）

1) テーマの確認

- 画面をスクロールしてトップページを全体的に確認していた。メインビジュアルやその下にアイデア募集中の категория が掲載されているが、目に留まらなかった。
- フッターの「メニュー」から「アイデア募集中の категория」を見つけ、並んでいる項目が現在募集している内容だとわかった。

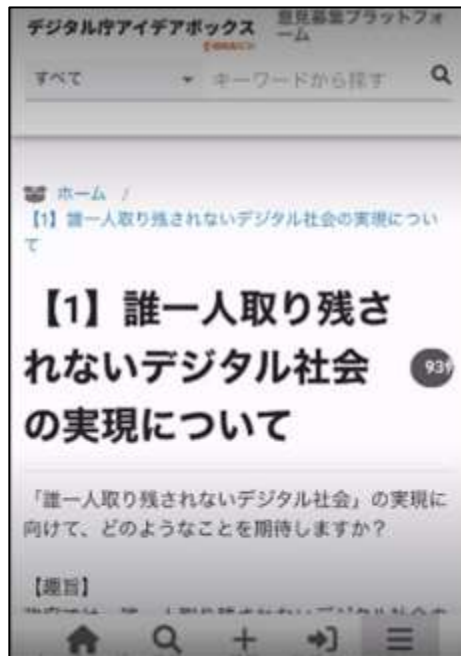
数字を振られている категория と振られていない categoria が混在しており、その関係性がわかりづらいつと感じた。

【画面 1：メニューページ】



- 意見募集ページの1つに入った。アイデア数の表示をコメント数だと誤認。アイデアやコメントの違いまではまだ把握していない様子。

【画面2：意見募集ページ】



2) 既存投稿の閲覧

- 意見募集ページを下にスクロールし、アイデアやコメントを閲覧。各アイデアのボックスをクリックすると、詳細な投稿内容が見られることは気づいていない。

スクロールが多いこともあり、全文が見えていないアイデアがあることには気が付かなかった。

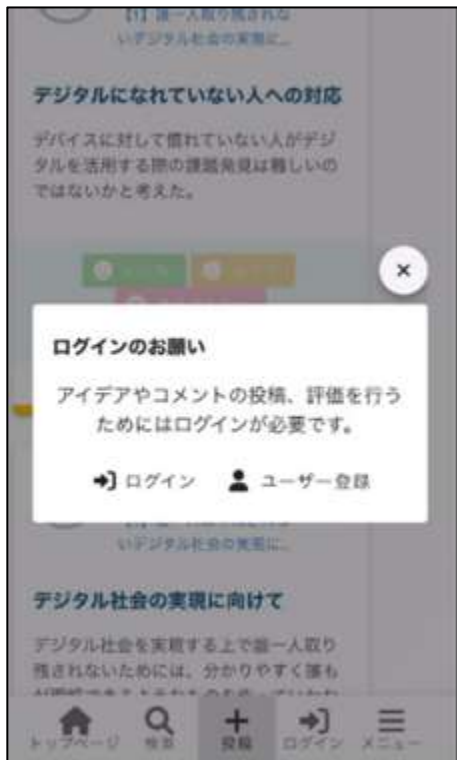
【画面3：意見募集ページ】



- アイデアを投稿するため、フッターの「投稿」ボタンを押した。「ログインのお願い」が表示され、アイデアを投稿するにはログインが必要だとわかった。
- コメントを投稿するため、アイデアの右下に位置する「コメントを書く」をクリック。アイデア投稿詳細ページに進んだ。
- コメント欄をクリックしたところ、「ログインのお願い」が表示され、コメントするにはログインが必要だとわかった。

- アイデアに投票するため、投票ボタンの「いいね」を押した。「ログインのお願い」が表示され、投票するにはログインが必要だとわかった。

【画面 4：アイデア投稿詳細ページ】



- 「ログインのお願い」の「ユーザー登録」から入り、アカウントの作成を行った。
- 入力時に画面が左右に揺れてしまい、入力しづらい様子であった。

【画面 5：ユーザー登録ページ】



3) アイデア投稿

- フッターの「投稿」ボタンからアイデアを投稿しようとした。カテゴリーを選択しておらず、投稿できなかった。

【画面 6 : アイデア投稿ページ】

カテゴリーを選択

必須項目です

投稿名
ぐるいじ

アイデアの本文
テスト

3 / 1000

タイトル
テスト

3 / 100

投稿する

リセット

4) 投票

- アイデア投稿詳細ページにおいて、投票ボタンの「いいね」を押し、投票を行った。操作はスムーズであった。

【画面 7 : アイデア投稿詳細ページ】



5) コメント

- アイデア投稿詳細ページにおいて、コメント欄からコメントの投稿を行った。操作はスムーズであった。

【画面 8 : アイデア投稿詳細ページ】



6) その他

- 最初にサイトに入ったとき、「アイデア」が何を表しているのかわからなかった。カテゴリに対する意見を指しているのか、別の意味があるか迷った。どのようなレベル感の意見を想定しているのかわからない。
- 操作中に画面が左右に揺れるのは気にならなかった。
- フッター左側の「トップページ」の文字が一部切れてしまっているのが気になる。

【画面 9 : 意見募集ページ】



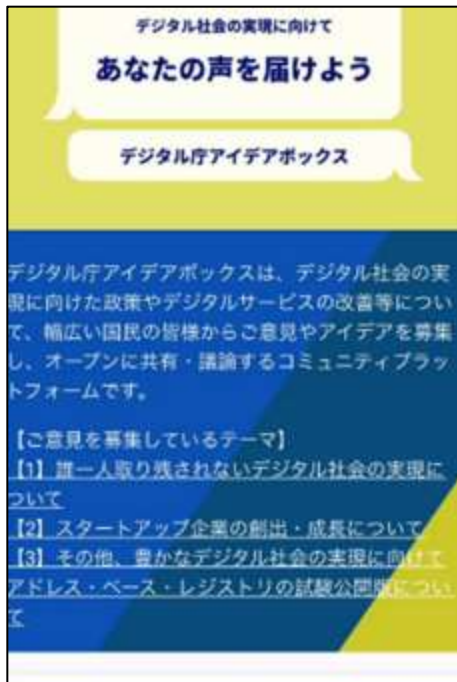
- アイデアによってタイトルの大きさやフォントにばらつきがあるのは気が付かなかった。他のユーザーからの反応が大きかったり、「いいね」の投票が多いという違いか？
- 並び替えの種類がわかりにくい。「人気順」は「いいね」の得票数、「ポイント順」はその他の投票も合わせた得票数の順番に並び替えられるのか？「日付順」は最新のアイデアから並び、「コメント順」は過去のアイデアから投稿された順に並んでいるのか？

(3) 新入社員（女性）

1) テーマの確認

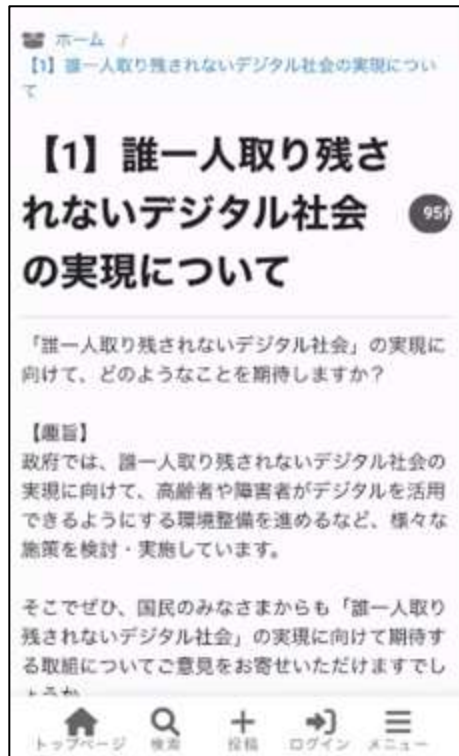
- トップページメインビジュアルに「ご意見を募集しているテーマ」があり、各カテゴリへのリンクとなっていることにすぐに気づいた。

【画面 1：トップページ】



- メインビジュアルのリンクからアクセスし、全てのカテゴリーの内容を確認。操作はスムーズであった。
- 時折、画面が左右に揺れてしまい、見づらい様子。

【画面 2：意見募集ページ】



2) 既存投稿の閲覧

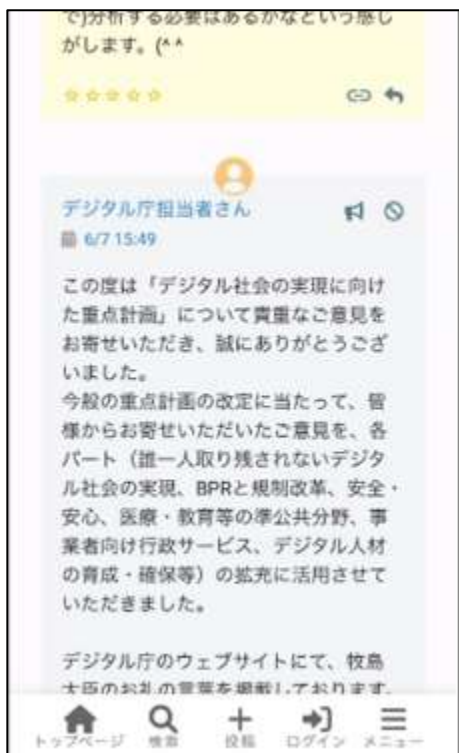
- 意見募集ページからアイデアを確認。当初、アイデアのボックスをクリックすると詳細ページに進むことに気が付かなかった。
- 気になったアイデアに投票しようとし、投票ボタンの「いいね」を押すと、アイデア投稿詳細ページに進んだ。投票ボタンを押したように見えるため、投票できたと勘違いした。

【画面 3：意見募集ページ】



- アイデア投稿詳細ページにおいて、アイデアに対するコメントが並んでいることに気が付いた。アイデア投稿から約1カ月経過しているが、デジタル庁の担当者からコメントが来ている。アイデアを投票する側としてはありがたい仕組みだと感じる。

【画面4：アイデア投稿詳細ページ】



- コメントしようとアイデア投稿詳細ページの「コメント投稿」ボタンを押したところ、「ログインのお願い」が出た。コメントするにはユーザー登録が必要だとわかった。

【画面 5：アイデア投稿詳細ページ】



- ユーザー登録ページから登録を行った。当初、Google アカウントからログインしようとしたが、中止してメールアドレスで登録していた。既存のアカウントを利用すべきか、新規登録するか迷っている様子であった。

【画面 6：ユーザー登録ページ】



- ユーザー登録とメール認証を行い、プロフィール変更ページに進んだ。既に登録してあったニックネーム以外の情報は登録せず、そのまま登録を行った。

3) コメント

- アイデア投稿詳細ページからコメントの投稿を行った。コメントを入力する際、アイデアが同じ画面上に表示されないため、スクロールしてアイデアの内容を確認するのが大変そうであった。

【画面 7：アイデア投稿詳細ページ】



4) アイデア投稿

- アイデア投稿にあたり、再度意見募集ページの内容を確認したところ、「デジタル社会の実現に向けた重点計画」へのリンクがあることに気づき、アクセスした。

重点計画など、募集テーマの前提となる情報は最初に確認したい。トップページなど、わかりやすい場所にリンクを設置してほしい。

- フッターの「投稿」ボタンからアイデアの投稿を行った。アイデア本文、タイトルの順で入力する仕様となっているが、タイトルから先に入力していた。

【画面 8 : アイデア投稿ページ】

【募集期間】
2022年4月15日（金）～5月5日（木）

投稿文
空り文

アイデアの本文
地方の高齢者の中には、teamsの起動やログインも難しいとのニュースを拝見しました。誰一人取り残さないを目指す上で、難しい現実があると感じています。

74 / 1000

タイトル
誰一人取り残さない難しさ

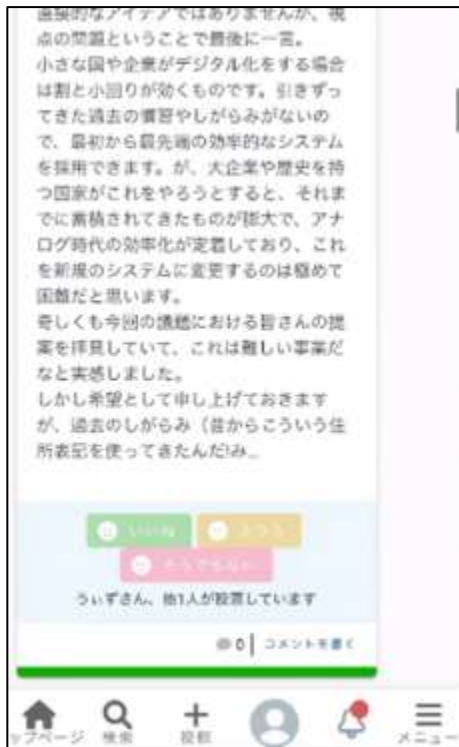
12 / 100

投稿する リセット

5) 投票

- 意見募集ページから投票ボタンの「いいね」を押し、投票を行った。

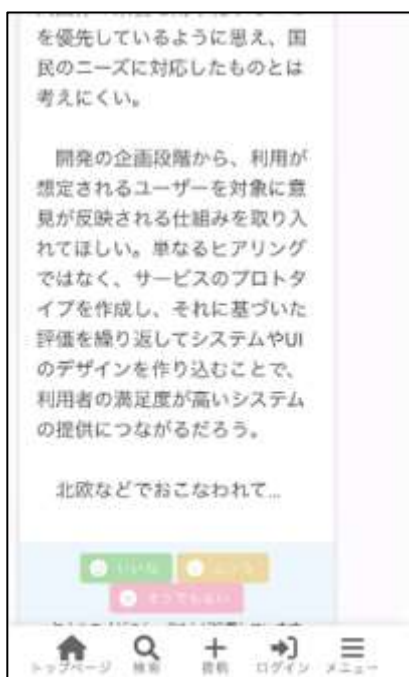
【画面 9：意見募集ページ】



6) その他

- 他のユーザーの多様なアイデアやコメントが見られる仕組みとなっており、面白いと感じた。
- アイデアによってタイトルのフォントが異なる点は、自分は気にならなかったが、気になる人もいると思う。
- スマートフォンの画面にぴったり収まるページもあれば、ズレが生じている（PC用に作られているであろう）ページもあり、画面表示の揺れが気になった。

【画面 10：意見募集ページ】



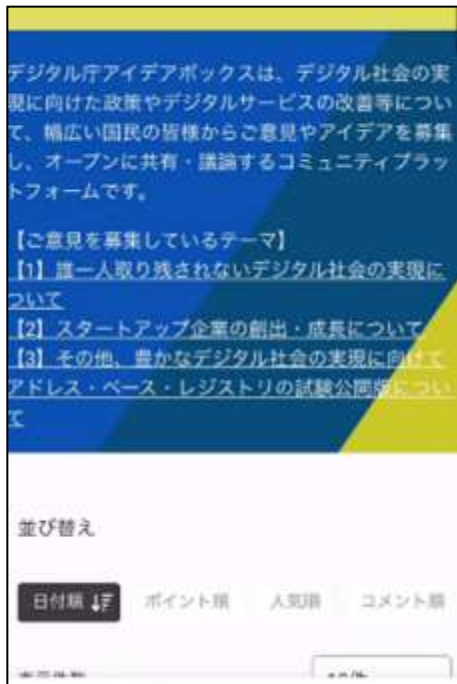
- 並べ替えができることには気づいていたが、日付順以外は使わなかった。「人気順」は「いいね」の数やコメント数で並び替えられると予想する。「ポイント順」や「コメント順」は何の順番かわからない。
- 長文のアイデアは、意見募集ページでは全文を読むことができず、いちいちアイデア投稿詳細ページに入る必要があったため、不便だと感じた。
- アイデアをキーワードで検索できる機能があると良い。

(4) 新入社員（男性）

1) テーマの確認

- トップページメインビジュアルに「ご意見を募集しているテーマ」があり、各カテゴリへのリンクとなっていることにすぐに気づいた。

【画面 1：トップページ】



- メインビジュアルのリンクからアクセスし、カテゴリの内容を確認。操作はスムーズであった。

【画面 2：意見募集ページ】



- アイデアを投稿しようとしてフッターの「投稿」ボタンを押したところ、「ログインのお願い」が出てきた。アイデアを投稿するにはログインが必要だとわかった。

【画面 3：ログインのお願い】



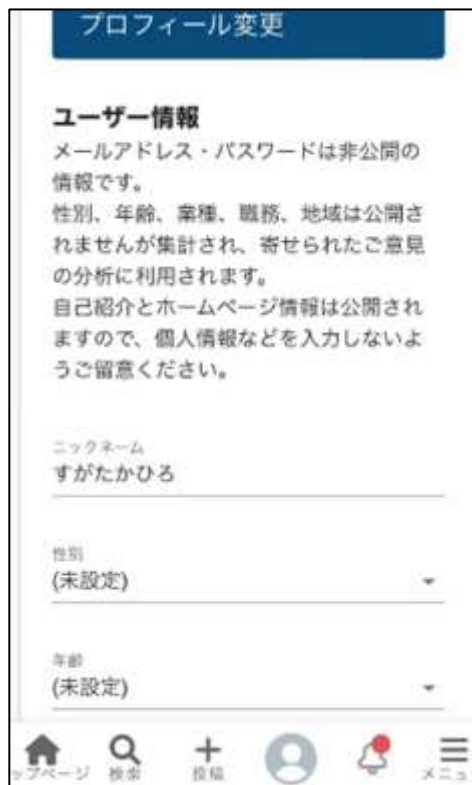
- 当初、ログインページに入ったが、ユーザー登録が必要だと気づき、ユーザー登録ページに進んだ。

【画面 4 : ログインページ】



- ユーザー登録とメール認証を行い、プロフィール変更ページに進んだ。既に登録してあったニックネーム以外の情報は登録せず、そのまま登録を行った。

【画面 5：プロフィール変更ページ】



プロフィール変更

ユーザー情報

メールアドレス・パスワードは非公開の情報です。
性別、年齢、業種、職務、地域は公開されませんが集計され、寄せられたご意見の分析に利用されます。
自己紹介とホームページ情報は公開されますので、個人情報などを入力しないようご注意ください。

ニックネーム
すがたかひろ

性別
(未設定)

年齢
(未設定)

ホームページ 検索 + プロフィール 通知 メニュー

2) アイデア投稿

- フッターの「投稿」ボタンからアイデア投稿ページを開いた。カテゴリーの選択とタイトルを入力していない状態で投稿しようとし、必須項目という案内が出た。

意見募集ページから投稿に進んだため、自動的にカテゴリーは選択されると思っていた。

投稿がエラーとなった際、タイトルを入力すべき部分に本文を入力したのかと誤認した。タイトル、アイデア本文という順番の方が自然ではないか。

【画面 6：アイデア投稿ページ】



The screenshot shows a mobile application interface for submitting an idea. At the top, there is a dropdown menu labeled 'カテゴリーを選択' (Select category) with a red underline and a downward arrow. Below it, the text '必須項目です' (Required field) is displayed. The '投稿者' (Author) field contains the name 'すがたかひろ' and has a red underline. The 'アイデアの本文' (Idea content) field contains the text '高齢者が取り残されないために教育の場を充実させることを期待します。' (We expect to improve the education field so that the elderly are not left behind.) and has a character count of '33 / 1000'. The 'タイトル' (Title) field is empty and has a red underline, with a character count of '0 / 100'. At the bottom, there are two buttons: '投稿する' (Submit) and 'リセット' (Reset).

3) 既存投稿の閲覧

- 意見募集ページから、気になったアイデアをクリックし、アイデア投稿詳細ページに進んだ。アイデア全文及びコメントを確認。

4) 投票

- アイデア投稿詳細ページにおいて、投票ボタンの「いいね」を押し、投票を行った。

【画面 7：アイデア投稿ページ】



5) コメント

- アイデア投稿詳細ページからコメントを入力し、投稿を行った。

6) その他

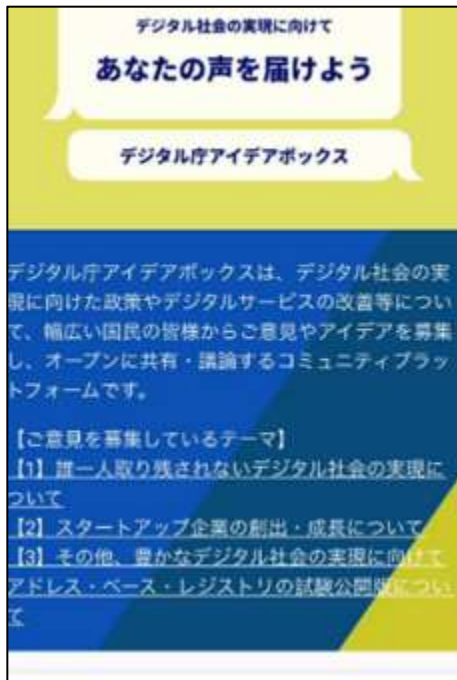
- アイデアによってタイトルのフォントが異なる点は、設定ミスによるものかと思った。
- 並び替えについては、「ポイント順」は投票が多い順、「人気順」は「いいね」の投票が多い順、「コメント順」はコメントが多い順ではないかと思った。

(5) 新入社員（男性）

1) テーマの確認

- トップページメインビジュアルに「ご意見を募集しているテーマ」があり、各カテゴリへのリンクとなっていることにすぐに気づいた。

【画面 1：トップページ】



- メインビジュアルのリンクから意見募集ページに進んだ。意見募集ページを全体的に閲覧し、募集テーマに対するアイデアやコメントが並んでいるのだと理解した。
- アイデアを投稿しようとした。ページの一番下に投稿ボタンがあると予測し、下にスクロールしたが、「もっと見る」ボタンがあるのみで、投稿ボタンは見つからなかった。
- ヘッダーに「投稿」ボタンがあることに気付いた。クリックすると、「ログインのお願い」が表示され、アイデアを投稿するにはログインが必要だとわかった。

【画面 2：意見募集ページ】



- アイデアのボックスの中に投票ボタンがあることに気付いた。投票ボタンの「いいね」を押すと、アイデア投稿詳細ページに進んだ。過去の投票数を見て、投票できたと誤認したが、「投票したユーザー」を見て自分の投票ではないと気づいた。

【画面 3：意見募集ページ】



- 意見募集ページにおいて投票ボタンを押したところ、「ログインのお願い」が表示され、投票するにはログインが必要だとわかった。
- コメント欄に「ログインしてコメント」という記載があるため、コメントするにはログインが必要だとわかった。
- ヘッダーの「ログイン」ボタンからログインページに進んだ。

【画面 4：意見募集ページ】



- ユーザー登録ページにおいて情報を入力後、「利用規約」があることに気づき、内容を確認。
LINE、Facebook、Google など既存のアカウントからログインすることができ、楽で良いと思った。

【画面 5 : ユーザー登録ページ】

line

f Facebook

G Google

ニックネーム*

オザキ

メールアドレス*

ryunosuke_ozaki@mri.co.jp

パスワード*

確認*

[ログインに戻る](#) [利用規約](#)

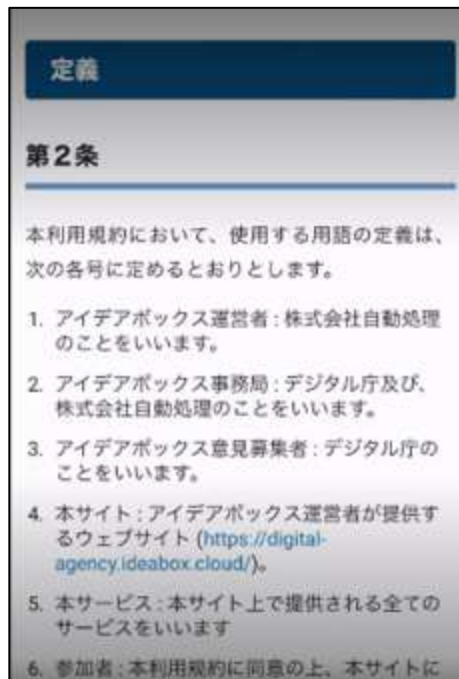
利用規約に同意して登録する

- 利用規約の内容を確認し、デジタル庁アイデアボックスの運営者が株式会社自動処理であると認識。

一定期間ログインしていないと、登録が抹消される可能性があるとわかった。珍しい運用だと思う。

「代理権や代表権がないにもかかわらず、団体や組織を証することを禁止する」という趣旨の記載がある。会社のメールアドレスで登録しても問題ないか？

【画面 6 : 利用規約】



- ユーザー登録を行い、メールで認証を行った。認証メールが届くまでに時間を要したため、メールアドレスを間違えたのではないかと不安に感じた様子。

メールの件名が「株式会社自動処理 認証サービス」となっている。自分は利用規約を読んでいたため、株式会社自動処理からメールが届いても違和感ないが、読んでいない人は驚くかもしれない。

【画面 7：認証メール】

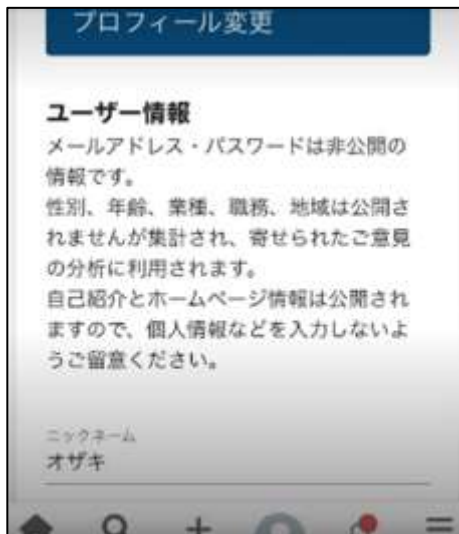


- プロフィール変更ページにおいて、ユーザー情報を入力した。「個人ウェブサイト」以外の項目は全て登録していた。

ユーザー情報のうち、必須項目には※がついているイメージがあるが、記載がないため、どれが必須項目かわからない。

住んでいる地域についての情報は分析に利用されるとあるが、市区町村の情報については記載がなく、どのように利用されるのか不明。

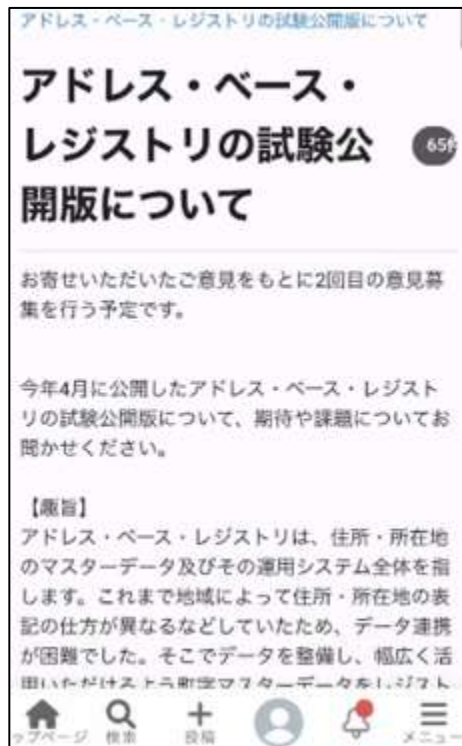
【画面 8 : プロフィール変更ページ】



2) アイデア投稿

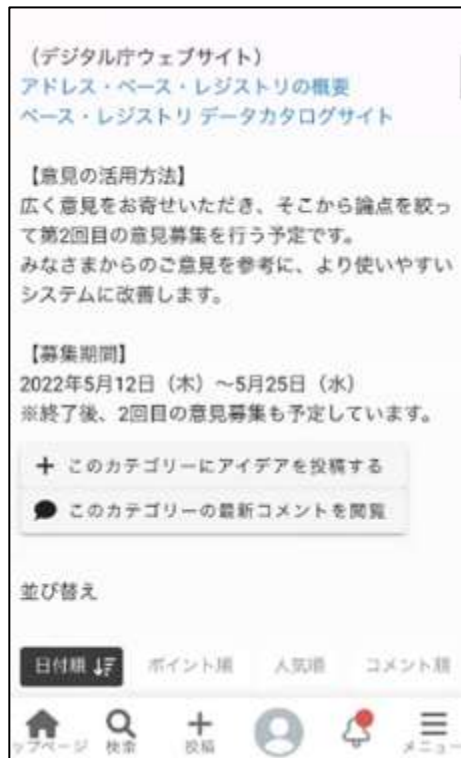
- ユーザー登録を終えると、トップページに戻ったため、意見募集ページに進んだ。
アイデアの投稿数の表示が右にずれているのが気になる。

【画面 9：意見募集ページ】



- 「このカテゴリーにアイデアを投稿する」というボタンを見つけ、「アイデアを投稿する=自分の意見を投稿する」ことであると認識した。

【画面 10：意見募集ページ】



- 「このカテゴリにアイデアを投稿する」ボタンからアイデア投稿ページに進んだ。
- アイデア入力中に募集テーマの趣旨が見えないため、スクロールして確認していた。
- アイデアの本文でなく、タイトルから先に入力していた。

アイデアの本文から先に入力させる仕様は珍しい。

【画面 11：アイデア投稿ページ】

【募集期間】
2022年4月15日（金）～5月5日（木）

投稿者
ズゼキ

アイデアの本文
んでどのような取り組みをしているかと言った簡単なものから、社員の交換などへの支援をしていただきたい。スタートアップのみならず、他の企業も成長できると考える。

114 / 1000

タイトル
交流の場を設ける

8 / 100

投稿する リセット

3) 既存投稿の閲覧

- 意見募集ページにおいて、既存のアイデアやコメントを閲覧した。デジタル庁の担当者のコメントを見て感心していた。

4) 投票

- 投票するためにアイデア投稿詳細ページに入った。投票欄の上にポイントの記載があるのに気づいたが、何を意味するのかわからなかった。キーワードをタグ付けできることに気付いた。
- 投票ボタンの「いいね」を押して投票した。

【画面 12：アイデア投稿詳細ページ】



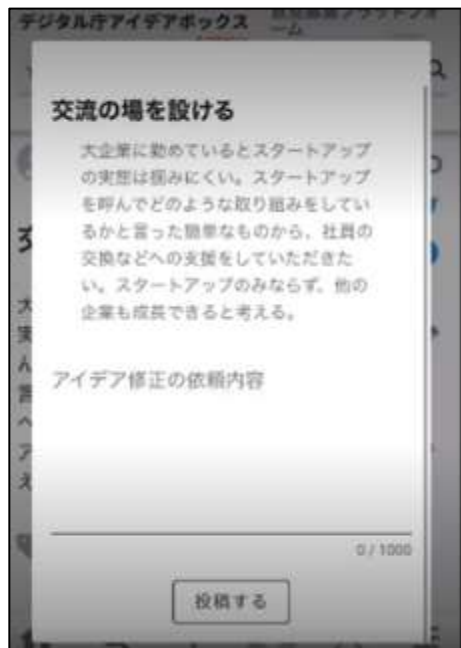
- 自分が投稿したアイデアに「いいね」の投票がされていることに気付いた。他のユーザーが投票したのかと思ったが、アイデア投稿詳細ページで確認したところ、自分が投票しているとわかり、不思議に思った。自分の投票を取り消した。
- 自分のアイデアにタグを追加した。

【画面 13：アイデア投稿詳細ページ】



- 自分のアイデアの右側にペンマークがあり、そこから内容を編集できると気づいた。

【画面 14：アイデア投稿詳細ページ】



5) コメント

- アイデア投稿詳細ページのコメント欄に入力し、投稿した。

6) その他

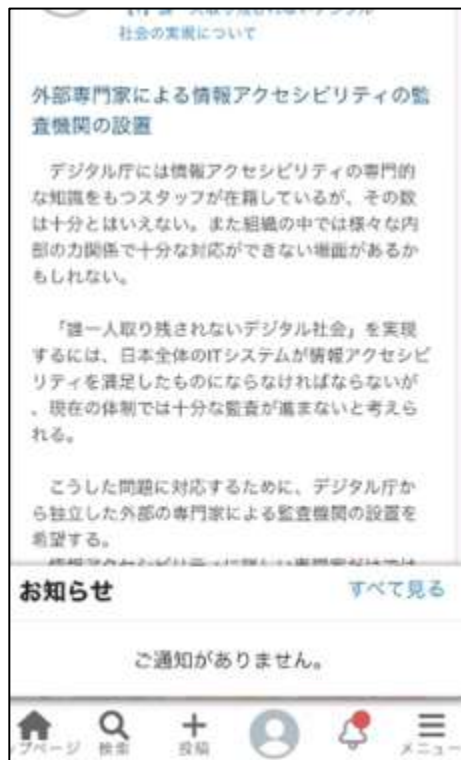
- ヘッダーにおいて、カテゴリを選択したり、キーワードを入れて検索ができると気づいた。

【画面 15：検索結果ページ】



- フッターのベルマークに印がついており、通知が来たかと思ったが、来ていなかった。

【画面 16：検索結果ページ】



- フッターの「メニュー」から「アイデア一覧」に進み、「ポイント順」に並び替えを行ったが、ポイント順の意味はわからないままであった。

「ポイント順」の意味は、「いいね」だと+1、「ふつう」だと変化なし、「そうでもない」だと-1と投票にポイントを付与しており、その合計だと予想する。「人気順」は閲覧数が多い順、「コメント順」はコメントの多い順ではないか。

【画面 17：最新アイデアページ】



- 全体的に操作しやすかったが、PCであればもっと見やすいのではないかと考えた。
- ヘッダーの検索ウィンドウが操作によって広がることもあり、画面の見える範囲が狭いと感じた。
- アイデアによって、タイトルのフォントの大きさが異なることは気が付かなかった。アイデアを投稿する際に設定できる仕様ではないかと予想する。

(6) 採用 2 年目社員

1) テーマの確認

- トップページを全体的にスクロールし、概観を確認した。
- 個別のテーマを見るため、アイデアのボックスの中のカテゴリ名をクリックし、意見募集ページに遷移した。

【画面 1：トップページ】



- 意見募集ページにおいて、「このカテゴリーの最新コメントを閲覧」ボタンを使って意見を並び替えた。
- 気になったアイデアに投稿しようと、アイデアのボックスの中の「いいね」の投票ボタンを押したが、アイデア投稿詳細ページに遷移するだけで投票できなかった。
- ヘッダーの検索機能を使おうと試みた。カテゴリーを選択するだけで検索できると思ったが、実際には虫眼鏡の検索マークを押さないと検索できないことがわからず、戸惑った。また、検索結果がヘッダーの下に表示されることがわかりづらかったようで、気づくまでに時間を要した。

【画面 2：検索結果】



2) 既存投稿の閲覧

- アイデアのボックスの中のユーザー名をクリックしたところ、プロフィールページに遷移した。プロフィールページから特定のユーザーが投稿したアイデアを閲覧できることがわかった。

【画面 3 : プロフィールページ】



- アイデアのボックスの中の「コメントを書く」ボタンを押したところ、アイデア投稿詳細ページに遷移した。
- コメントを書こうとすると「ログインのお願い」が出てきたため、コメントを投稿するにはログインが必要だとわかった。
- ログインページに進んだが、ユーザー登録が必要だと気づき、ユーザー登録画面で登録を行った。
- メール認証後、プロフィール変更ページに進んだが、何も設定せずトップページに戻った。
認証メールの件名が「株式会社自動処理 認証サービス」となっているが、メールが届くタイミングや「認証サービス」と記載されていることから、違和感はない。

3) アイデア投稿

- 意見募集ページにおいて、「このカテゴリにアイデアを投稿する」ボタンを押し、アイデア投稿ページに進んだ。アイデア本文とタイトルを入力し、投稿を行った。
- 自分が投稿したアイデアのボックス右上に「…」ボタンがあり、押してみると「修正依頼」と表示された。自分が投稿したアイデアの内容を修正できるとわかった。

【画面 4：意見募集ページ】



4) コメント投稿

- コメントを投稿しようとし、アイデアのボックス右下の「コメントを書く」ボタンをクリックしたところ、アイデア投稿詳細ページに遷移した。

「コメントを書く」ボタンを押すと、アイデア投稿詳細ページに進み、さらにスクロールしてコメント欄を探さなければならなかったため、直接コメント欄に飛ぶようにしてほしい。

【画面 5：検索結果】



- アイデア本文の下の「+」ボタンを押したところ、他のユーザーのアイデアに対してタグを追加できるとわかった。

【画面 6：アイデア投稿詳細ページ】



- 意見募集ページのコメント欄に入力し、コメントを投稿した。

- 自分が投稿したコメントのリンクボタンを押したところ、コメントの URL がクリップボードにコピーされた。

【画面 7：アイデア投稿詳細ページ】



- トップページに戻り、「ポイント順」でアイデアを並び替えた。
「人気順」と「ポイント順」は似たような語感なので、何が違うのかと疑問に思った。「ポイント順」は「いいね」「ふつう」「そうでもない」の投票の平均点で決まり、「人気順」は「いいね」の投票数や閲覧数によって決まると推測する。

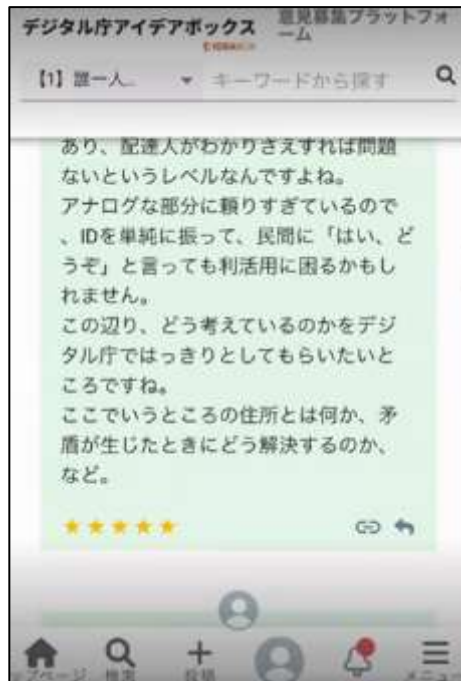
【画面 8 : トップページ】



- コメント数の多いアイデアを選び、アイデア投稿詳細ページに進んだ。
- 既存のコメントを閲覧すると、リプライできるコメントとできないコメントがあったが、理由はわからなかった。

議論が盛り上がっているスレッドにはコメントしづらいと感じる。

【画面 9：アイデア投稿詳細ページ】



- 既存のコメント数が多いため、コメント欄を見つけづらかった様子。上にスクロールしてコメント欄を見つけ、コメントの投稿を行った。

5) 投票

- アイデア投稿詳細ページにおいて、投票ボタンの「ふつう」を押し、投票を行った。
- 続けて、投票ボタンの「いいね」を押したところ、投票の種類を変更できることがわかった。

6) その他

- ヘッダーのアイコンマークから自分のプロフィールページに進んだ。自分が投稿したアイデアやコメントを確認することができた。

【画面 10 : プロフィールページ】



- トップページにおいて、アイデアのボックスをクリックすると、アイデア投稿詳細ページに進めると気づけなかった。意見募集ページに行ったうえでコメントしたいアイデアを選択しなければならぬと勘違いしていた。
- アイデアとコメントの違いが分かりづらい。トップページでコメント一覧を見たとき、まだコメントがついていないアイデアもあったため、他のユーザーに対する意見も掲載されているかと勘違いした。コメントがついていないアイデアには、「コメントをお待ちしています」のようなメッセージがあれば、アイデアに対してコメントをするのだと理解しやすい。
- トップページメインビジュアルが各カテゴリへのリンクになっていることは気づけなかった。テキスト形式だと読み流してしまうが、ボタンのように文字が囲まれているとわかりやすい。
- アイデアによってフォントサイズが異なることには気づけなかった。アイデアを投稿する際に設定できるのだと予測する。