

令和5年度 京都市事務事業評価委員会 要旨

■ 日 時 令和5年12月14日（木）午後1時から午後3時まで

■ 場 所 京都市役所 分庁舎4階 第6会議室

■ 対象事業

No.	施設名	所管局
1	2050年CO2ゼロをめざす再エネ最大化アクション	環境政策局
2	海外からの寄付の受入れの推進	総合企画局
3	HPVワクチンの予防接種勧奨再開	保健福祉局

■ 評 価 者

□ 事務事業評価委員会委員（6名）（敬称略）

氏 名	役 職
（委員長）玉井 亮子	京都府立大学公共政策学部教授
（副委員長）柳 至	立命館大学法学部准教授
（委員）小松野 悟	あずさ監査法人公認会計士
（委員）塚本 由貴	ツカキグループ本部監査室長
（委員）仲田 匡志	U35-KYOTOプロジェクトマネージャー／株式会社SOU代表取締役
（委員）寶榮 真里	市民公募委員

【総評：全体を通じて】

- ・ 誰に対するサービスなのか、誰の行動変容を促していくかなどを考えて、民間的な視点も取り入れて事業を進めてほしい。
- ・ 実施している事業は、何のために開始して、何を達成して終了するのかを踏まえることが大切。適切なターゲット層を決めて、適切な手段で事業実施する必要があると思う。
- ・ 民間では経費がいかに関に有効に成果につながるかという視点で活動をしている。そういった視点も必要。
- ・ 予算と決算との差異が何故このように出ているか疑問に思う点もあった。予算はしっかり承認されたもの。決算との差異を分析し、今後、事業をどうしていくのか検討すべき。
- ・ 政策目標を達成するために実施している政策手段が適切ではない事業もあると思う。政策手段が適切なのか、目標達成に向けてどうすべきか、検証していただきたい。

1 2050 年 CO2 ゼロをめざす再エネ最大化アクション（環境政策局）

委員 2030 年度までに温室効果ガスを 2013 年度比 46%削減するという目標に対し、KPI の目標設定を太陽光発電パネルの設置件数としている理由は何か。

再生可能エネルギーを増やしていくという点では、設置面積を目標とする方が良いのではないか。

所管課 CO2 削減量ということであれば、設置容量で見た方が直接削減量の把握につながる。しかし、太陽光発電設備については、一般的に容量が小さいほうが工事費の単価が高くなり、経済的なメリットが減ることから、容量が小さい方への支援を手厚くすることで、設置に向けたインセンティブになると考えている。

そうしたことから、設置の支援については容量に関わらず定額の 20 万ポイントとしており、予算算定や進捗管理についても件数で行っている。

一方で、地球温暖化対策計画に掲げる 46%削減目標に向けて、計画の中で市内の太陽光発電設備を 250 メガワットまで増やす必要があると記載している。本事業については件数で把握しているが、他の事業も含めた全体としては、容量で把握している。

委員 当事業の目標設置件数によってどの程度 CO2 削減を目指すのかが分かるのか。

所管課 CO2 削減の目標については、地球温暖化対策計画の中で、再エネ導入や省エネなど様々な手法により温室効果ガス排出量を 46%削減していくこととしている。その中で太陽光発電設備の導入については、各事業単体ではなく、全体として、設備容量で市内に 250 メガワットまで増やすことを 1 つの目標として掲げている。

委員 太陽光発電設備設置による景観面の課題もあると思う。例えば、東山地区の観光エリアで太陽光発電設備が立ち並ぶことを目指していないと思う。美観を含めたエリアとしての施策があるのか。どのように太陽光パネルの設置を促進していくのか。

所管課 京都市では太陽光発電設備の普及拡大を図る一方で、平成 19 年 9 月から新景観政策を実施している。屋根の景観を重要な要素と位置付け、太陽光パネルについても設置基準を設けている。景観規制区域によって異なる設置基準を設けており、景観政策にも考慮して太陽光発電設備の普及促進を図っている。

委員 他都市の事例では、太陽光発電設備の導入のみ、太陽光発電設備と蓄電池のセット、蓄電池を追加で設置した場合の 3 つの補助メニューのバリエーションがある。この事業において太陽光発電設備と蓄電池を同時に設置した場合のみを対象に補助しているのはどういった理由があるのか。

所管課 令和 3 年度まで実施していた補助事業では、太陽光発電設備のみと蓄電池を同時設置した場合の 2 パターンに補助を実施していた。この間、太陽光発電設備は一定価格が下がり、耐用年数内で採算が取れるようになってきた。一方、蓄電池は、価格が高いことから導入により得られる経済的なメリットが少ないものの、再生可能エネルギーを最大限に活用するという点ではメリットがあるため、限られた予算の中で効果的な手法を検討した結果、同時設置のみを対象に集中的に支援していくこととしている。

なお、太陽光発電設備のみを設置された方についても、環境価値を還元する仕組みを作ることで、経済的なインセンティブを付与する制度としている。

委員 2030 年度までに平成 30 年度と比べて太陽光発電設備を約 15,000 件増加させる目標を掲げているが、当該事業により年間 800～900 件程度の伸びとなっている。制度利用者や事業担当者の意見として、本事業があることで太陽光発電設備を導入したといった、有効性を与えた事例はどの程度あるのか。太陽光発電設備等を設置するだけで 200 万円程度かかるため、さんさんポイントの 20 万ポイント程度でインセンティブとなるのか。他の補助金を併用できるのか。

所管課 他の補助制度や市で実施している共同購入事業で導入した場合も併用が可能となっている。当該事業のみで導入を決めたかは各家庭の経済的な事情によるところが大きいと思うが、導入のインセンティブには一定つながっていると考えている。

委員 京都再エネクラブのように導入済の方に対してアフターフォローをするマネジメントの仕組みがある一方、導入のインセンティブとして 20 万円を付与する仕組みもある。限りある予算を効果的に活用するためには、太陽光発電設備を設置するための取組に注力すべきと思う。そのうえで、さんさんポイントの将来像として使える店舗をどの程度にしたいと考えているのか。

所管課 市内商店街の皆様にも働きかけも実施している。事業開始初年度のため、ポイント利用者数が分からないこともあり、店舗側としてはレジの混乱などを懸念して、様子を見られている状況となっている。利用できる店舗を増やすことは重要であることから、実績を踏まえ商工会議所、業界団体等に働きかけを行う等、加盟していただくように取り組みたい。

委員 市民や事業者への制度の理解促進のために周知啓発が重要と思う。周知する際に、どういう方をターゲットにして、コストをかけていくかが重要であると思うが、これまで太陽光発電設備を設置された方の特性（例えば、個人・法人、性別、家族構成、年齢等）はどのようなのか。利用者の特性を踏まえた設置促進のコストのかけ方があれば教えてほしい。

所管課 新築の時に設置される方がどちらかというと多いと思われる。周知の際は、新築の方向けにはハウスメーカーや住宅展示場、工務店に、既存の方向けには電気量販店などに事業の案内をお願いしている。また、家を建てる方が多い年齢層である 30 代から 40 代向けに、そういった方をターゲットとする雑誌への広告掲載や保育園でのチラシ配架、京都サングアの試合会場でのチラシ配布など、周知を行っている。

委員 補助事業の対象として蓄電池設置を要件にしているが、事業の究極的な目的は温室効果ガスを 2030 年度までに 46%削減することなので蓄電池設置はあくまで手段に過ぎないと思う。CO2 を削減するうえで、太陽光発電設備を設置すると 1 件当たりどの程度 CO2 の削減効果があり、蓄電池を設置することで更に、どの程度効果があるのかを比較しないといけないと思うがどうか。

蓄電池をセットにすることで大きな効果があるのであれば別であるが、太陽光発電設置の方が重要であれば、その部分を広く浅く普及したほうが政策目標達成に適しているのでは

はないか。蓄電池は補助なしでは採算が合わないが、太陽光発電設備であれば補助はなくても採算が合うのであれば、太陽光発電設備を設置して補助をもらえるほうが更に設置促進につながるのではないかと。

所管課 蓄電池導入の有無に関わらず、太陽光発電設備における発電量は同じ。

今回蓄電池をセットにした理由として、太陽光発電設備の普及が進んでいる他地域では、日中の電力が余り出力抑制がされ、本来発電できる電気が無駄になる事態になっている。今後太陽光発電設備の普及促進を加速させるためには、本市においても、日中発電した電力が余らないようにすることが必要である。日中の電力を有効に活用していただくためには、蓄電池を導入していただき、日中の電力を蓄え、夜に使える状況にする必要がある。社会全体で再エネの促進や電力の有効活用を考えると蓄電池を増やすことが重要と考えている。

委員 市民の方にどのような理解が深まれば、太陽光発電設備の普及につながると考えているのか。

所管課 経済的なメリットがあるかどうか大きいと考えている。太陽光発電設備や蓄電池を入れることでこういったメリットがあるのか、環境価値制度を含めしっかり周知していく。

昨今、エネルギー価格が上昇しており、太陽光発電設備を導入することによる電気代の観点でのメリットが大きくなっている。また、蓄電池を導入すると災害時にも電気が使え、安心して暮らせるので、そういった点も周知をしていきたい。

委員 本事業の出口戦略が読み取れないが、こういった状況になれば当該事業を終了していくと考えているのか。

所管課 2030年度温室効果ガス46%削減のために、太陽光発電設備を250メガワットまで増やすことが必要であり、本事業は、様々な取組の一環として進めるものであることから、削減目標を達成する目途が立った段階が一つの見直すタイミングと考えている。

一方、環境分野は、世界的な情勢の変化が速く、技術開発も盛んな分野であるため、情勢の変化を見据えながらその時々で有効な施策を実施していきたい。

2 海外からの寄付の受入れの推進（総合企画局）

委員 海外の方が「私たちのまち京都」と共感してもらうことが大事。こういった状態、気持ちになると支援したいと思うようになるのか。

所管課 御指摘のとおり、いかに自分事として捉えていただけるのが重要。

寄付には、応援したいという想いや、ありがとうという感謝の想いといった2つがあると捉えている。

例えば、前者であれば町家や文化財を守りたいといった部分をどのように具体的に伝えるかが課題。また後者であれば、京都に来てよかったので寄付をいただける方もいることから、良さを伝えていくことも重要。海外の方が無料で使える施設であるこどもみらい館を使用して良かったので寄付につながった事例もあり、このような事例をどう広げていくかを考えている。

委員 ターゲットごとに寄付をする理由付けが重要と感じる。寄付のタイミングは、旅行前・旅行中・旅行後の区分があると思う。ターゲットやスポットごとに理由付けや、寄付した金額がどう使われているか示すことが大事だと思う。

また、姉妹都市、歴史、観光で京都とつながっている点などもいかしながら取組を進めていただきたい。

委員 日本語版のページを見たときに、寄付を求める理由として、少子高齢化で人手や財源が足りないなど記載されていた。分野ごとに説明されていたが、自分事につなげるために、例えば町家を守るために現状や必要な金額、今後どうなる予定なのかなど、具体的に発信すべきではないか。

所管課 今発信している内容は、人口減少や担い手不足など本市の大きな課題となっている。寄付につなげるためには、例えば町家であれば、改修に必要な経費やこのまま何もしなければ50年後には町家が無くなってしまうといった今後の見通しのメッセージを出すなど、具体的な内容を伝えるように検討していきたい。

委員 ふるさとチョイスの海外向け寄付受入フォームを使用しているが、このフォームを使っている理由は。また、寄付1件当たりサイト運営事業者にいくら支払っているのか。

所管課 ふるさとチョイスを活用した理由は初期コストが無料のため。寄付1件当たり寄付額の5%の事務手数料はかかるが、インシャルコストがかからないので導入した。

一方、機能が限定的で寄付の使途も選べない課題もあるため、今後フォームを変える予定にしている。

委員 寄付の使途項目はどのような根拠で設定するのか。

所管課 国内版のふるさと納税の項目を参考にしたい。ただ、海外の方には具体的に寄付メニューを絞り込んだ方が良いと思っている。例えば、町家、伝統産業など、施策の受け皿となる分野を設定したい。さらにそれぞれの分野で具体的な情報やメッセージを出していきたいと思っている。

委員 海外から寄付をもらうことを目的として周知されていると思うが、現在作成されているリーフレットは、写真も割と渋く落ち着いたものを選んでおり、字も多くて見にくいと感じる。もう少し分かりやすく人目を引くようなキャッチーなリーフレットを作った方が良いと思うが、今のリーフレットの方が海外の方には受けが良いのか。

所管課 国際交流会館多言語情報発信サポート事業で意見を聴いたところ、テキストよりもビジュアルの方が伝わりやすいと言われている。今回のリーフレットは行政の立場で伝えたいことを盛り込んだものになっているが、海外の方が見て、寄付につながるように改善の余地があると思っている。

まずは、ウェブサイトのビジュアルをシンプルで短いメッセージに変更したい。併せて、紙媒体についても情報を絞ってビジュアルも変更する余地はあると思っている。

委員 海外からの寄付の受入推進というアイデアは非常に面白いと思う。

ただ、現状インターネットを活用して寄付を集めているが、寄付を集めるための一番の武器である税制優遇措置が使えない現状にある。寄付を集めるには共感性を高めつつ、寄付者のコストを下げるのが重要。そのため、ウェブサイトを見るだけで寄付をしてもらうのは難しいと思う。その結果が今の寄付額の結果に表れている。

寄付を集めるためには、現地で京都市の状況を伝え、現地で寄付していただくような仕組みを構築するのが一番だが、コストが多額になる。それを踏まえると、打開策が見い出せない現状で今後も寄付が増えない状況になるのではないかな。

また、政策目標を達成するためには寄付の獲得が適切な手法なのか。例えば、財政を良くするためには独自課税の手法を検討する方が适当ではないか。京都ファンを集めるためであれば、寄付を通じた発信ではなく、既存の観光施策を充実したほうが適當ではないか。現状を考えるとこれ以上の取組は難しい面もあると思うがいかがかな。

所管課 コロナ禍でもあり、直接的なアプローチは難しかった。

インバウンドの方が来ていただいているので、オンラインでの発信よりも、直接京都市に来ていただいている方に訴えかけることが重要と思う。オーバーツーリズムの課題もあるため、寄付を通じて京都のまちづくりに参加いただくようにしていきたい。

旅行中での接点を増やすことが重要と考えており、飲食施設等と連携して寄付のQRコードを貼ってもらいサイトにアクセスしてもらう等、インバウンドの方へのアプローチもしていきたい。

方法論の部分で言えば、旅行者に御負担いただく形としては宿泊税がある。税ではなく一歩先の関係性として、任意の形での選択肢として寄付受入に取り組んでいる。またそれ以外にも、例えば町家の保全にしても、寄付が良いのか、移住していただくことが良いのかなど、色々な関係性が考えられる。

いずれにしても一方的な発信ではなく、海外の方の京都に対するニーズや魅力をしっかり考え、京都を支援していただく行動変容につなげていくように今後検証していきたい。

委員 どの時期に検証をするのか。現状、コロナも明けてインバウンド観光客も増えている。次年度に取組を継続しても事業費を上回る寄付を得られなかったら検証していくのか。

所管課 来年度の実績を踏まえ、今後、寄付といった形を続けていくのか、続けていく場合はど

の程度のコストをかけるのか等、来年度のどこかの段階で検証し、取組を継続するのか、他の手法に転換するのかの検討が必要だと思っている。

委員 外部人材の知見をいかして取り組まれていると思うが、こういったアドバイスをいただき、どのようなことをされているのか。

所管課 外部人材の方は、日本の古民家を海外に移築する事業を通じて国外への日本文化の発信を行っており、また寄付や行動経済学の知見もある。この間、情報発信の手法と中身についてアドバイスをいただいております。現在は、寄付につなげるためのメッセージの検討やリニューアルするサイトを構築していただいている。週1回会議をして課題を共有しながら進めることができ、有意義なものになっている。

3 HPV ワクチンの予防接種勧奨再開（保健福祉局）

委員 HPV ワクチンの副反応はインフルエンザなど他のワクチンと比べて高いのか。保護者が接種したことがあるワクチンを例に出してリスクを比べるような発信をすれば、分かりやすいと思うがどうか。

所管課 国が平成 27 年 9 月に示した副反応追跡調査結果では平成 21 年 12 月から平成 26 年 11 月までの間で接種した約 338 万人のうち副反応疑いがあったのは 2,584 人で 0.08%。発症者のうち回復した方は 89.1%の 1,550 人で大半が回復している。未回復の方が 10.7%の 186 人で 0.005%と低い。

インフルエンザワクチンの副反応はあまり聞かない。

委員 データや心情的な部分をどのように伝えるかは重要。誰に言ってもらうべきなのかなど、印象的な発信も重要と思う。

委員 ワクチン接種の接種率の目標はあるのか。

所管課 他の A 類疾病はほぼ 100%接種しているので、100%が望ましいと考えている。

委員 ワクチン接種を逸した 10 代後半から 20 代前半に対して、SNS を活用した周知を検討されているが、一般的に広報する際は、ターゲットを絞って、どのような内容やメディアが良いかを選ぶ。基本的には、全ての情報をスマホで確認している世代だと思うが、どういった内容にする予定なのか。

所管課 令和 6 年度に X と Instagram を活用した広報を考えている。

委員 広報はリーフレットの情報を発信するのか、体験談を発信するのか、現在の検討状況は。

所管課 接種するメリットがデメリットより大きいことを打ち出したい。メッセージを読んでほしいと思っているため、そのために必要な内容や文章等を今後検討したい。

委員 個別通知が本人に届くことが大事。保護者がマイナスイメージを持っていることが多く、本人に届く前に捨てることもある。発送する内容に、本人と話し合うことやきちんと本人に届くような内容を入れてほしい。

所管課 封書で送るが、中身を見ていただき、本人と相談してもらえそうな工夫を検討したい。

委員 ワクチンの委託単価が上がっているが、今後も単価は上がっていくと思う。ワクチン接種について、どれだけコストがかかっているか市民の皆様に理解を求めていくことも大切かと思うがどうか。ワクチン以外にも医療費など国全体で財政的に厳しいといった話もあり、そういったコスト意識を持っている市民の方も増えてきているのではないかと思う。

所管課 ワクチン単価等について発信はしていなかったが、確かに単価は上がっている。単価が上がった分、予防効果が大きくなっているのも事実。今後どうするかは検討したい。

委 員 頑張ってくださいとしか言いようがない。ワクチンの忌避意識の払しょくについては、一自治体だけで意識や行動を変えていくのは難しいところもあり、国を挙げて取り組むべきこと。国も取組を進めていると思うので、国が実施している啓発は費用対効果を考えると市でなくていいと思う。国が実施していない内容に自治体として重点的に予算を投じたほうが良いと思う。

所管課 国における令和6年度予算では、広告経費として3千万円を要求中と聞いている。国の動きを注視して、同じような取組は行わず、京都市として国の取組に上乗せできるようなものを実施していきたい。

委 員 他都市と比較して市として改善すべき点はあるか。京都市ならではの特性を踏まえた広報をしていくべきと思うが、どう考えているのか。

所管課 他都市についても同様に個別通知やポスター掲示を実施しており、接種率に大きな違いはないと考えている。京都市の特性としては、大学が多いので、大学等に協力を要請してポスターを掲示していただくなどの取組を実施している。

委 員 高校には依頼しているのか。

所管課 市内大学と専門学校にはポスター掲示を依頼している。高校には依頼していないので、学校を通じた啓発も検討が必要と考えている。