

住民のための京都市財政情報発信のあり方

京都府立大学玉井ゼミ

足立 陽菜 (Hina ADACHI)・大田 真菜 (Mana OHTA)・○鬼頭 美帆 (Miho KITO)・阪本 明穂 (Akiho SAKAMOTO)・佐藤 春奈 (Haruna SATO)・高丸 勇樹 (Yuki TAKAMARU)・林 結菜 (Yuina HAYASHI)・古江 蓮果 (Renka FURUE)・寶榮 真里 (Mari HOUE)・水田 謙作 (Kensaku MIZUTA)

(京都府立大学公共政策学部公共政策学科)

キーワード：財政民主主義、情報発信、住民参加

1. 研究の目的と背景

1.1 研究目的

本研究は、政策提言先である京都市行財政局財政室（以下、京都市財政室）に対して、財政民主主義に根差した財政情報発信の手法を提案することを目的とする。調査方法は、文献調査、対面によるアンケート調査、対面・電話・文書を通じた政令指定都市へのヒアリング調査、である。

京都市財政の状況に国内外から、注目が集まっている。財政難克服に取り組む京都市は、令和5年度予算で、「22年ぶりに収支均衡を達成」（市民しんぶん a）とあるが、依然として予断を許さない状況である。財政民主主義の観点から、京都市が財政情報を正しく発信することは「財政健全化を促す」と捉え、その財政情報発信のあり方を探る。

1.2 活動内容

本研究の活動内容は（表1）に示す。

表1：活動記録（2023～2024年（予定含む））

月	調査概要
4-5	文献精読（地方財政論）
4-5	オンデマンド講義「地方財政論」受講
4-6	先行事例調査分析
4-6	京都市財政の調査
6-	京都市財政情報発信の企画策定
6-	各政令市の財政情報掲載状況を調査
7月20日	「京都市の財政問題を市民に伝えるのはいかに難しいか—メディアの立場から見て—」（京都女子大学 戸田香先生ご講演）
7月24日	京都市財政室担当者の前での発言
8月9日	①京都市財政室へのヒアリング
9月5日・10日	市民へのアンケート調査
2	京都市財政室担当者の前で改めて提言予定

2. 財政民主主義

財政民主主義の原理とは、租税法律主義や予算・決算制度を通じた市民による財政のコントロールである（重森：4）。特に予算公開の原則は予算に関する情報が住民に公開されることを重視しており、住民による財政のコントロールが可能になるという、財政民主主義の基本となる原則である。本研究はこの原則を重視し、財政民主主義の充実のためにわかりやすく正確な情報発信とそこから発展した住民参加が必要であると考ええる。（磯崎他：98）

3. 現状分析

3.1 京都市財政情報発信の現状

現在、京都市はホームページ（以下、HP）、市民しんぶんで財政情報の発信を行っている。HPでは

予算の情報はPDFに掲載されているが、そのタイトルだけから内容を読み取ることは難しい。一方、市民しんぶんはカラー印刷、図やグラフ、イラストを活用しており、視覚的に理解できる。他に、『令和元年度市政総合アンケート調査』結果から住民参加やわかりやすい情報発信を求めている市民が多数いることが分かる。

3.2 先行研究の更新：予算編成過程調査

京都市の財政情報発信の特徴とそれへの住民参加の状況を把握するため、全国市民オンブズマン連絡会議による「予算編成過程の透明度調査（2022年度当初予算）」を基に、本研究では2023年度当初予算について政令指定都市20団体の調査を改めて行った。他都市と比較した結果、京都市の予算編成過程の情報公開度は10位、住民参加制度はない、という結果を改めて確認した。

3.3 事例調査：行政機関に関する情報発信例

SNS等を利用した自治体等の取り組みを10個、調べた。結果、発信者側の行政としては、市政、行政の活動に親しみやすく、より多くの人に知ってもらおうことへの期待があることが分かった。

3.4 市民へのアンケート調査

本研究では、現状分析を踏まえて、京都市財政情報の浸透度と理解度を知るために京都府立京都学・歴史館でアンケート調査を行った。そこで様々な年代の142人（内、京都市民は106人）から回答を得た。割り切れない数値は小数第2位を四捨五入した。京都市民へのアンケート結果から、京都市の財政情報発信が「十分ではない」、「どちらかといえば十分でない」という人は55.5%、「そもそも知らない」という人は23.2%だった。また、市民しんぶんの財政ページについて、「どちらか」として理解していない、「理解していない」、「見たことがない」という人は61.5%であった。特に20代28人のうち、「理解している」、「どちらか」として理解している」という人は1人に留まった。また全回答者142人に、どのソーシャルメディアを頻繁に利用するかを質問したところ（複数回答可）、「LINE」が66.9%、「Instagram」が30.2%、「X（旧Twitter）」が26.8%であった。

4. 京都市財政情報発信の課題と考察

分析の結果より、財政情報の HP が分かりづらいこと、財政民主主義の観点や市民の意見から、予算の編成段階の住民参加が不十分であること、そもそも財政情報が届いていない人が多いこと、が課題であることが分かった。これらの課題から、

【α案】「①市の財政状況についてある程度関心を持った人がわかりやすく情報を手に入れられるような HP にする」軸と、「②予算の編成過程に住民参加できるようにする」軸の実現を狙う案、【β案】「③財政情報が届いていない、理解できていない層に向けた、より届きやすくわかりやすい、新たな情報発信の提案」の軸の実現を狙う案の2案を以下に提示する。この2つの案(以下α案、β案)は相互補完的な関係にある。α案は、財政情報に関心がなく財政情報のページを開かない人に届かない問題があるが、β案で興味関心を持つきっかけとなる可能性がある。β案の発信を見た人が財政情報に興味を持ち、HPでの財政情報の発信を見ることでβ案の問題点である詳細な発信の困難さが解消される。

5. 京都市財政情報発信案

5.1 【α案】京都市 HP の改善案

軸①の実現のために、先の予算編成過程調査で1位の名古屋市を参考にする。名古屋市の財政情報発信 HP では PDF のタイトルだけでなく、PDF 内部の目次を表示しており、PDF の内容がわかりやすい。そこで、PDF 内部の目次を合わせて表示させることを京都市財政室に提案したところ、『令和四年度決算状況概要』というページで採用された。

軸②の実現のために、京都市予算編成過程 HP へ寄せられた住民からの質問と、それへの市の回答を公表することを提言する。同 HP 上にはお問い合わせフォームが設けられているが、そこに寄せられた住民からの質問や、それへの京都市財政室としての回答の公開は、2023年10月時点ではされていない。名古屋市では住民から寄せられた質問とその回答を HP 上で公開している。主権者である住民に正しく財政情報を伝え、住民がその内容を理解するためには、京都市も住民と京都市財政室間での双方向のコミュニケーションを成立させるツールの設置が重要と考える。

5.2 【β案】Instagram を利用した情報発信案

ここでは、軸③の実現のために「Instagram を活用した財政情報の発信」を提言する。

Instagram を活用する理由は二点ある。1点目は、財政情報が届いていない層に情報を届けられることである。先のアンケート結果よりその層は、～20代、30代～50代と分かった。総務省報告書によると、10代、20代の Instagram 利用率は7割を超える。また、30代は6割、40代は4割を超える(総務省:69)。これらを踏まえると、特に財政情報を把握していない年代層にとって Instagram

は非常に身近な存在であると捉えられる。2点目は、Instagram は他の SNS とは異なり、画像重視の SNS であることから、「市民しんぶん」で分かりやすさを高めている視覚化の要素を、より発展できる点である。具体的な運用方法として、財政情報発信を重視した京都市の Instagram アカウントを新たに開設する。中野らの研究によれば、市民が自治体のページに求める投稿のジャンルは「地域イベントや行事」であり、「行政の全体的な方向に関する情報」への需要は全体の18.4%に留まる(中野、榊原:3)。本提言で使用される Instagram アカウントも財政情報のみを発信すると、住民のニーズが満たせず、アカウントに興味を持ってもらえない可能性が高い。先のアンケート調査でも市民はイベントや観光に興味を示しており、それらと財政情報を同じアカウントで発信し、住民の興味・関心を誘うことで、フォロワー数増加を図る。また、財政情報の発信は視覚的な要素を重視した投稿によって行う。β案の独自性は、財政情報と観光等の情報を1つのアカウントで発信していることである。

6. 提案の課題と展望

α案に関しては提言の一部が既に、京都市財政室によって実現されている。しかしその効果が十分であったかは定かではないので、今後ヒアリングを行い、2軸の充実に必要な点を検証する。β案に関しての懸念は、どの情報を取り上げるか、正確さと分かりやすさのバランスをとることの難しさが挙げられる。これは、一度、京都市部局内の選定過程を経て市民しんぶんに掲載された財政情報の発信を、よりかみ砕いた内容にし、数回の投稿にわたる連載を行うことで解決できる。

参考文献 (URL 最終参照日は全て2023年10月20日)

磯崎初仁、金井利之、伊藤正次(著)(2014)『ホーンブック 地方自治 [第3版]』北樹出版。

重森暁、植田和弘(編)(2013)『Basic 地方財政論』、有斐閣、1章。

中野邦彦、榊原理恵(2016)「自治体におけるソーシャルメディアを活用した情報発信に関する研究-ネットユーザーを対象とした民間企業との比較研究」『(公財)電気通信普及及財団研究調査助成報告書』31号、p.1-11。(https://www.taf.or.jp/files/items/576/File/024.pdf)

京都市(2020)『令和元年度第2回市政総合アンケート調査 市民参加(市政、まちづくり活動への参加)について』

(http://www.city.kyoto.lg.jp/digitalbook/book_cmsfiles/923/book.html)

全国市民オンブズマン連絡会議(2022)『予算編成過程・住民参加状況調査結果』(http://www.ombudsman.jp/taikai/2022yosan-1.pdf)

総務省(2023)『令和4年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書』。(https://www.soumu.go.jp/main_content/000887589.pdf)

きょうと市民しんぶん 2023/3/1, 971号(a), 2023/9/1, 977号。