

平成 18 年度

県民参加型外部評価システム構築事業に係る外部評価モデル事業

～ 将来のいわてを担う未来遺産の構築のために～

「いわてらしさ」の明確化と、「いわてらしさ」の実現に向けた政策

報 告 書

平成 18 年 9 月

特定非営利活動法人 いわて芸術文化技術共育研究所

はじめに

私たち岩手県民にとって、この岩手の地において歴史的に形成・蓄積され、世代をこえて受け継がれてきた精神的・文化的遺産や慣習といったものは、次の世代へと受け継いでいくべき、まさに何ものにもかえがたい財産です。それは、この地に生を受け、営まれてきた深遠なる時の中で、あえて語らずとも私たち一人一人がしっかりと心の奥に刻んできたものです。この「次の世代へと受け継いでいくべき大切なもの」を、あらためて取り戻し、誇りある県政を、県と県民がともに創り上げていく必要性を、感じずにはいられません。

子供たちの未来のために、そして、将来のいわてを担う未来遺産の構築のために、ここであらためて「いわてらしさ」と、「いわてらしさ」の実現に向けた政策のためには、どうしたらいいかを生活者の視点で検証し、提言することを目的とし、本事業を実施いたしました。

本事業を進めるにあたり、多くの生活者の方々お一人お一人の貴重なご意見を、できる限り忠実にとりまとめ、県に届けるよう務めました。また岩手県総合政策室経営評価課並びに、各部局の皆様のご配慮、そしてさまざまなご助言とご協力を頂きました各団体の皆様に、心より感謝申し上げます、ここに報告書として提出させていただきます。

平成 18 年 9 月

特定非営利活動法人 いわて芸術文化技術共育研究所

理事長 南 幅 直 実

目 次

はじめに

第1章 目的	1
1. 現状と問題意識	1
2. 評価、提言の目的	1
第2章 評価概要	2
1. 評価のしくみ	2
2. 評価の流れ	3
3. 経過概要	4
4. 評価結果	23
第3章 提言	24
おわりに	31

第1章 目的

1．現状と問題意識

「いわてらしさ」は、これまで、各部局の施策の考え方や推進方針の中で様々に謳われてきましたが、残念なことに、その内容が明確でないという感が否めませんでした。

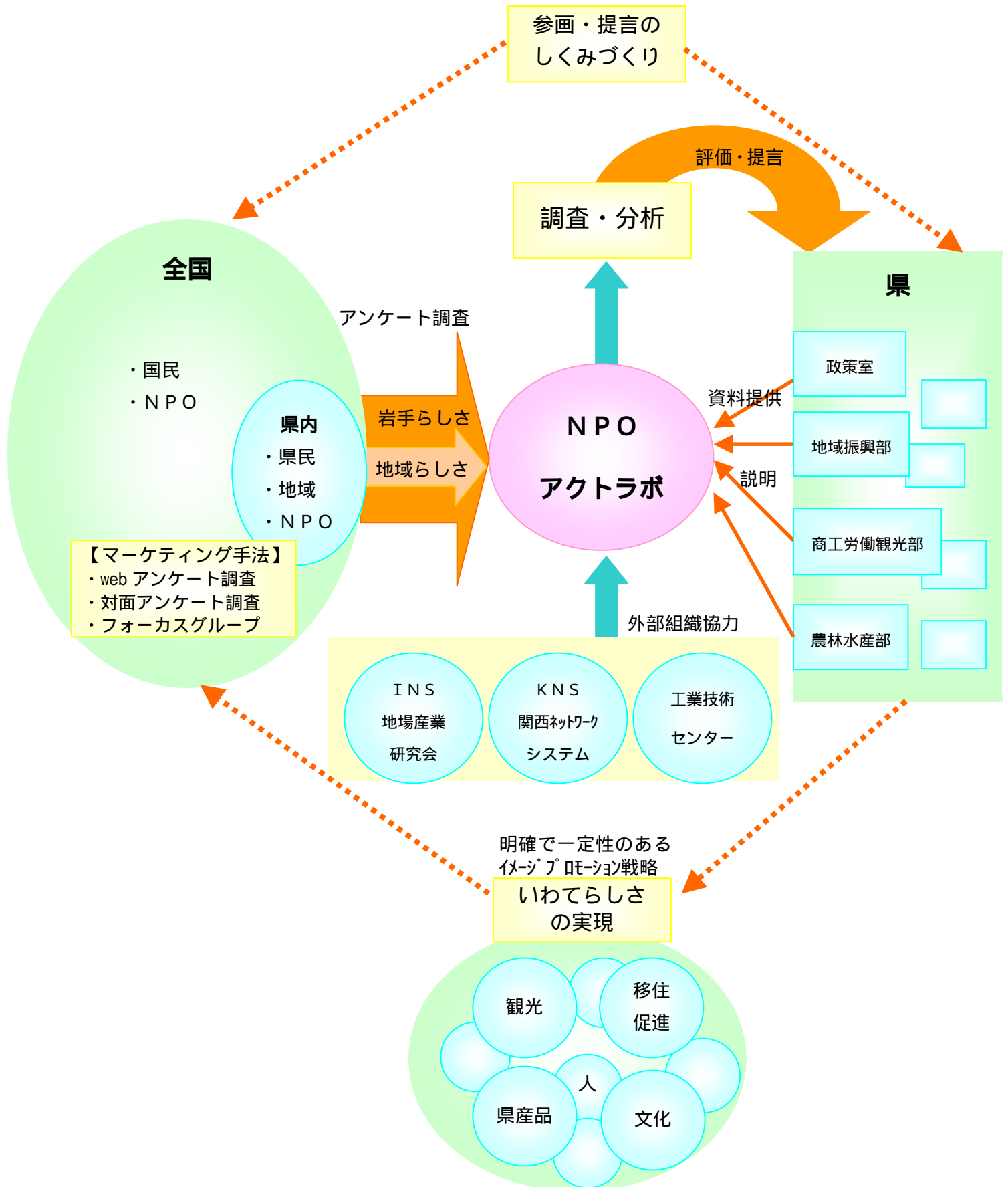
内部で行われる現在の政策評価は、各事業項目ごとに数値を明確にした目標を設定し、その「型」にあてはめる、合理性・効率性の高い評価システムではありますが、一方で最も大切な、**私たち一人ひとりが心に持ち、次世代へと受け継いでいくべき財産「真のいわての誇りあるスピリット」**を、別の角度で認識・浸透させていくべき政策と、その評価の必要性を感じます。

2．評価、提言の目的

そこで私たちは、岩手県民として今一度原点に立ち返り、私たちのあるべき姿、進むべき道である「いわてらしさ」をより明確にし、新たな視点で県と県民がともに県政に取り組んでいく、**本県独自の「いわてらしい」政策**と、その評価システムの実現によって、岩手全体のイメージの底上げや県民の郷土に対する誇りの高揚を図るとともに、地域経済に反映させる仕組みづくりまで繋げていきたいと考え、政策評価、提言するものです。

第2章 評価概要

1. 評価のしくみ



2 . 評価の流れ

この事業を進めるにあたって、「いわてらしさ」を見出すため、様々な経過をたどりまし
た。その大きな流れは以下の通りです。

資料収集と、確認作業

「いわてらしさ」を見出すことを目的として、様々な県の資料を元に県の担当者
から話を聞き、現状を把握し、そこから感じ取った疑問点や問題点を挙げ、関連部局
やそれ以外の県職員さんに広くヒアリングを行い、或いは、内部スタッフに意見を求
め、偏った意見ではないと判断できたものを「主観」としてとりまとめました。

問題点の絞り込み

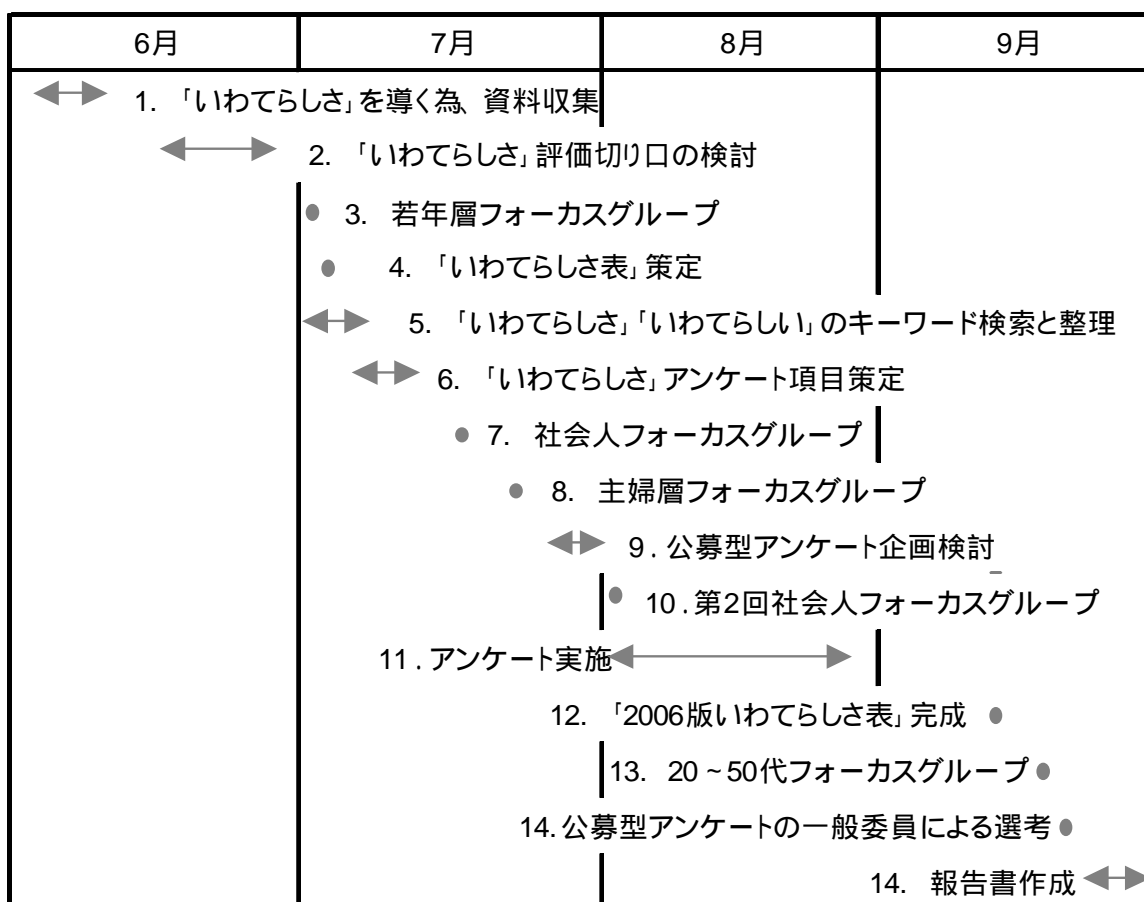
それらの疑問点や問題点の中には、「いわてらしさ」を見出す素材、或いは「いわて
らしさ」に繋がる可能性のある素材としての大切な要素があり、それらの改善を考え
ることも「いわてらしさ」に繋がるのではないかと仮説を立て、「主観」を元に内部ス
タッフと話し合いを設け、そこから見えてきたものをさらに深めるため、様々なライ
フステージにおける生活者に直接意見を求め、疑問点や問題点を絞り込んでいきまし
た。

主役である生活者の意識の引き出し

平行して、「いわてらしさ」を、生活者の意識から見出すための最善の方法を検討し、
より深い意識を引き出す手法として、フォーカスグループと公募型アンケート及び選
考会を実施。経過の中で改善を重ねながら、その手法の確立を模索しました。

経 過

- (1) 「いわてらしさ」を導く為、資料収集
- (2) 「いわてらしさ」評価切り口の検討
- (3) 若年層フォーカスグループ [7月3日]
- (4) 「いわてらしさ表」策定
- (5) 「いわてらしさ」「いわてらしい」のキーワード検索と整理
- (6) 「いわてらしさ」アンケート項目策定
- (7) 社会人フォーカスグループ [7月15日]
- (8) 主婦層フォーカスグループ [7月21日]
- (9) 公募型アンケート企画検討
- (10) 第2回社会人フォーカスグループ [8月1日]
- (11) 公募型アンケート実施
 - ・Web アンケート [8月1日~8月25日]
 - ・対面アンケート/盛岡手づくり村 [8月13日~8月15日]
- (12) アンケートデータによる「2006版いわてらしさ表」完成
- (13) 20~50代フォーカスグループ [9月23日]
- (14) 公募型アンケートの一般委員による選考
- (15) 「いわてらしさ」確定と、これまでの資料整理・政策提言策定



3. 経過概要

(1) 「いわてらしさ」を導く為、資料収集

総合政策室・地域振興部・商工労働観光部・農林水産部より、以下の資料を収集しました。

- ア．総合計画（基本構想 基本計画 実施計画）
- イ．各部の事業資料
- ウ．内部評価資料
- エ．県民意識調査資料

【経過】

ア．まずはじめに、「いわてらしい」取組みを実施していると思われる各部局より、該当するであろう事業に関する資料と、追ってそれらの事業に関する内部評価資料をいただきました。

イ．資料の中に、「総合計画（社会）（施策）（分野）」を示す項目があり、その体系を一度全て把握する必要があると考え、「総合計画」「基本構想」「基本計画」「実施計画」をいただきました。

一旦、ホームページの記載で把握しようとしたのですが、見易い構成とは言い難く、省略されている箇所もあるので、より正確に把握するため、冊子をお預かりすることとしました。

ウ．県民の声の反映の仕組みを確認したところ、県民へのアンケートを実施しているということがわかり、また、この事業の中で、生活者へのアンケート調査の実施も計画していたことから、現状県で実施している「県民意識調査」についても、資料をいただきました。

【感じたこと】（担当者の主観）

ア．総合計画

（ア）「基本構想・基本計画」全 470 ページ、「実施計画」全 220 ページと、膨大なページ数ですが全体に非常にわかりやすい構成で、生活者にも理解し得るものだと感じました。

（イ）理念で気になったのが、「地域の人々」「地域社会」「地域づくり」という「地域」という言葉の多さです。「基本構想第 1 章 / 新しいいわての理念」（P24～26）の本文（P24・25）において、全 753 文字中、15 回使用されており、理念における重要な言葉ということがわかりますが、「地域」の捉え方（県全体・振興局・市町村・町内会・・・）は、おのおののおかれている環境や立場から、その主観によりかなり解釈が違ってくるものと思われます。

「基本構想第 5 章 / 広域的な視点で地域をデザインする」に、地域のとらえ方

がありますが、それも生活者の意識からは、理解するにはやや困難であり、もっとシンプルに考える、或いはシンプルに表現することも必要ではないかと感じました。

(ウ)「基本構想第2章/岩手の新たな可能性の扉を開く」でも、地域という言葉に関しては、理念と同じことが言えます。また、「環境」「ひと」「情報」の3つの視点のうち、「情報」を岩手の特性である人と人とのふれあいと高度情報通信社会を重ね合わせる(P62)ことは、無理があるのではないかと感じました。

(エ)基本計画では、5つの社会と施策が、「いわて」という言葉を変えれば、どこの県にも当てはまるものであり、まずここで改めて「いわてらしさ」をどうあるべきと捉えるかを、今一度考える必要性を強く感じました。

イ．各部局の事業資料

各部の業務方針、事業概要などの資料の中で、生活者が身近に接したことのない分野に関しては、内容が難しく感じられるものもありましたが、概ね理解しやすい、ものでした。

ウ．内部評価資料

評価調書の作成に膨大な時間とエネルギーを要していることが見て取れました。(評価に、そこまでの必要性があるのか・・・評価は、「次の一手」を考えるためのものではないのか・・・?)特に活性化調整費事業には、更に緻密な評価がなされており、単年度事業にこれほどまでの労力を割いていることに、疑問を感じました。

エ．県民意識調査資料

(ア)調査票は、非常に答えにくい設問・解答項目であると感じました。

(イ)意識調査は、第1回の「日々の生活の中で大切に思っていることは」「貴方にとって豊かさとは」「岩手県のよいところとしてずっと大切にしたいと思うものは」といった、日々の営みの中で、誰もが個人の価値観で感じ取ることができる(意識できる)項目を設問とするのは、県民にとってもわかりやすいものですが、「県の施策に対する県民の意識調査」では、わずかな紙面の中で、生活者に総合計画の理念を理解してもらうことさえ困難ですし、「5つの社会」をわずか一行ずつで簡略化しても、回答者は十分な把握はできかねると感じました。

(ウ)そうした条件の中で、「満足・不満足」や、「行政が取り組む・県民が取り組む」という5段階の数値で度合いを解答しなければならず、日常意識しない独特の設問と、解答のしにくさから、十分な県民の意識は汲み取れないのではないかと感じました。

【検証の必要性と、仮説】(担当者の主観)

ア．県民意識調査票について

「自立」「参画」「創造」による持続可能な地域づくりを目指す為に、まず、県民へしっかりとこの理念を伝え、浸透させることが必要ではないだろうか。その上で、「5つの社会」の実現に向けて、私たち県民一人ひとりが進むべき方向性を示し、理解頂けるよう務めた上で、調査を実施する必要性があるのではないかと。

イ．現在の評価について

(ア)何の為の、誰の為の評価か、これらは有効に機能しているのか、建前ではなく、今一度検証する必要はないだろうか。

(イ)評価は、次の一手を考える元となるもの。私たち岩手県民のためにあるはず。技術を駆使した評価手法で終わってはならないと認識しているが、今一度、**その在り方と、今後進むべき方向**を考える必要があるのではないかと。

(2)「いわてらしさ」評価切り口の検討

6月14日～6月31日「いわてらしさ」の評価の切り口と今後の進め方について、繰り返し内部検討会を開催した結果、以下の2点を柱とし、この事業を進めることとしました。

ア．県民の声の反映方法

イ．今ある事業評価に「いわてらしさ」の指標を入れる～岩手オリジナル

ア．県民の声の反映方法

【問題点と仮説】(内部スタッフによる検討)

今の県民意識調査は、現在の施策に対してどうかを問うもの。現在の状況を捉えるのは必要であり、現在の調査はその役割は果たしている。しかし、「県政に対して弱いのはどこだ」を確認するものであり、それ以上のものは出てこない。県民が「どうしたらいいか」「どういう社会を目指しているか」の意向が取れない。

【仮説 - 取組み手順】(内部スタッフによる検討)

これからの新しい施策に結びつけるためには、「**県民が将来に向かってこうしたい**」を汲み取る工夫が必要ではないだろうか。

地域に入って行って聞くしかない。ワークショップ～農・林などのくくりで

意向・傾向を反映

[キーワード] 岩手の在り方 新しい・次に 未来・将来に向かって

【これまでの取りまとめ】(内部スタッフ合意)

(ア) 県民の意識調査の設問に、「**県民が将来に向かってこうしたい**」の意向を取れる項目を加え、その結果を強化すべき施策として反映させてはどうか。

(イ) 県民の意向を汲み取る為に、フォーカスグループを開催し、様々な声を聞く。その結果(傾向)を分析し、**どういう設問項目を設けたら反映することができるか**、検討してはどうか。

(ウ) 県が目指す方向をまず説明した上で、設問を設けることも大切。

「5つの社会」の目指すべき方向の説明を十分に盛り込む必要がある。

イ. 今ある事業評価に「いわてらしさの指標を入れる」～岩手オリジナル

【仮説 - 方向性】(内部スタッフによる検討)

(ア) 指標～各分野ごとにいわてらしさ(いわてらしい)事業をピックアップし、アンケートに反映させてはどうか。

選択のしかた

1・2・3次産業それぞれに、どういういいものがある、どう生かしていくか。

例) 1次産業～県北であれば、「雑穀」をピックアップ。

保健であれば、「地域社会をつくっていくために、大事にすることはなんですか？」という設問。(生活分野・安心)

(イ) サンプルを取って出てきた結果を、施策に反映させる仕組みを作ってはどうか。

【仮説 - 取組み手順】(内部スタッフによる検討)

新しい試みとして

(ア) 指標は、トータルなイメージを当てこんでいく。

まじめな人・安心なものがある、安心さ・製造～いわて産というだけで安心できる、外からみて人情・安心・信頼度が高いなど 県全体として積み上げる。

(イ) 県内だけでなく、県外にもアンケートを取ってみる。

(ウ) 「提言型」評価とする。各分野ごとに、それに繋がるような新しい指標が必要。

評価のしかた

・評価方法は、良いこと、良さを見つけて、そこを伸ばしていく 弱いというよりこれから伸ばしたいところに力を入れる。

・岩手をトータルでPR～結びつける。

・良い素材があるが、評価が取れていない。

例) 自然健康院～施策に繋がるような仕組みができていない。仕組みができていれば、岩手らしさが出てくるのではないか。観光宣伝・1次産業にも結びついていない。2・3次産業にも結びつければ、PR効果が高まる。

(3) 若年層フォーカスグループ

7月3日 14時～17時30分 若年者を対象としたフォーカスグループ開催

開催目的

- ・「いわてらしさ」とは何か？（なんだと思うか）を意見交換
- ・県民の意識調査と、内部評価についての意見収集

参加者

30代女性・パート・子供1人・滝沢村

20代男性・アルバイト・独身・盛岡市

30代女性・失業中・独身・矢巾町

【意見】(参加者の意見)

ア．県民意識調査について

(ア) 調査の目的について

- ・ なんとなくこれを目指しているのだろうなということはわかった。
- ・ 漠然とはわかった。
- ・ 1999年からの10年間の総合計画が全部詰まっているということはわからないのでそこからちゃんと説明してほしい。

(イ) 全体的な意見

- ・ 広いことを聞いていたり足元のことを聞いていたりで、わかりにくい。

(ウ) 問1生活全般についての意見 問2「5つの社会」の関連項目に対する満足度・重要度について

〔設問が難しいとする意見〕

- ・ 難しい内容が多くて、慣れていないのもあったが、長いとか多いという印象（わかる範囲で書いたが時間がかかりかかった）
- ・ 考えすぎて放棄しそうになる。
- ・ 5つの社会と言うのが立派過ぎて、県レベルなのか国レベルなのか世界レベルではないのかとか考えたら をつけるのが難しくなる。
- ・ 項目が難しく県全体のことがわかってなければ書けない。
- ・ 項目でいっていることが、大きすぎて、いいとも悪いともいえない。

〔解答にあたっての傾向〕

- ・ 実際に見ていないので「どちらともいえない」が多くなる。
- ・ 自分の気になるところは願いをこめて書いて、そのほかのところは「私が答えていいのかなあ」という感じで書いた。

- ・ 家族を基点に考えるので満足度よりは重要度のほうが書きやすい(考えやすい)。
- ・ 親と住んでいるので年金とか高齢化の問題が気になった。
- ・ 気になるところ以外は適当になった(6~7割は真剣に書いた)。
- ・ 他人事のように適当だったら書けるが、真剣だったらどう考えていいのかわからなくなる。
- ・ 中途半端な知識でこれを付けていいのかという思いになる。
- ・ 地域によってわからないもの多くて、岩手に住んでいても改めて気付かされることが多かった(逆に勉強になった)。

〔解答に当たって工夫した点〕

- ・ 「わからない」にはなるべく を付けないように努力した。
- ・ 県にどういう風にたのべば良くなっていくかを考えた。
- ・ 「不満な状態にある」は、今後変わってほしい項目と捉えた。

〔改善の方向を示す意見〕

- ・ 環境保全とか普段の暮らしとか医療福祉とか住環境とか入り混じっているので、カテゴリー分類をわかりやすくしてほしい。
- ・ 県の細かい方針が見れば良かった。

(ウ) 問3「5つの社会」の関連項目で、優先すべき施策について

- ・ ここはむずかしかった。
- ・ 質問の内容がわかりにくい。
例えば、平成18年度の県民意識調査P14
37 新しい工場や事務所ができ、地域経済が活性化していること。
誘致企業のことなのか。
関東自動車とか北上とか力が入ってたりしますが、知らなければ書けない項目。
- ・ 範囲が広すぎてイメージできない。
例えば、平成18年度の県民意識調査P6
1 地球温暖化防止のための二酸化炭素排出量削減のため取組がの各地で活発に行われていること。
- ・ 「わからない」が多い。
- ・ 質問があって下に例があるとイメージしやすい。
- ・ イメージがつけられないのは「わからない」にしてしまう。
- ・ 漠然としているものは事例がないとわからない。
- ・ 自分が身近に感じているものは答えやすい。
- ・ 年代や環境によって目線がちがうので一括で集計されると危険だと思う。
- ・ 税金をこんなふうに使ってたんだと言う感想をもった。

(エ)問4 県が、今後どのような分野の「施策」に取り組んでいくべきか。

- ・ 自分の中で優先して取り組んでほしいと思うことですよね。
- ・ わりと選びやすかった。

イ. 県民の意識を県政に反映させるために

- ・ アンケートを書けば岩手について考えさせられる部分が多くなると思うので、自由回答は最後に付ければでてくるのではないか。
- ・ アンケートを土台にしていいか悪いか考えられるようになる。
- ・ 自由解答欄が増えると回答率が下がる気がする(人によるが)
- ・ 自由回答が出てきた場合、それに関連する各事業に振り分けでき、声を伝えられる。
- ・ 人の言葉で出てきたことはある程度統計は取れる。
- ・ 数値で取ったものはわりと定量は同じ。
- ・ 数値で取ったのもは言葉では吸い上げられない。

ウ. いわてらしさについて

「いわてらしさ」って、どう思う？

景色を残したい。

岩手らしさを考えた時、なんで岩手に住んでいるのかは、友達がいる家族がいるから岩手のよさが逆についてくるようなものだと思った。

未来に残したいものは、友達とか近くの幸せが景色とか未来に残っていってくればなあというのを考えた。

いわてらしさは個人的なもの。

周りの人にアンケートをとっただけでも、答えはばらばらになるのではないか。

変わっていくところと、変わらないところのバランスが難しいと思う。

都会に行った友達は、「そのままであってほしい」と言う。

町にもビルができて、近代化した時に、便利にはなるけど景観は悪くなる。

でもなってみてからでないとならぬと前の方がよかったかどうか分からない。

今の若年層について

物質に不自由しないで育ってきた。

生まれたときから、当たり前にものがあった。

今の時代、恵まれすぎて悲しく感じたり、かわいそうな気さえる。

昔は洗濯機が家に来たり、TVが来たときの喜びや感動があった。

自分たちには、TV画面を大きくしたり、綺麗に見えるようになったりに対しての感動しかない。

感動の種類が違う。

ここ半年携帯を持っていない。

持たなくなったら皆待ち合わせに遅れてこなくなった。

なくなる良さもあることを知った。

行政への声の反映

県民意識調査で、自分の声が反映されるとは思っていない。

自分ひとり言ったところで・・・と思ってしまうので、まじめには答えなくなる。

特に若い人だとそうじゃないかな。

岩手の好きなところと嫌いなところ

岩手は好き。嫌いと思っけていても、聞かれればやっぱり好きだと自覚する。

他見に行くと、岩手は好きってわかる。

盛岡って言うだけで嬉しくなる。～それがいわてらしさかな。

若い人は、遊ぶところや華やかなところに憧れを持つ。

「こうなればいい」という話はお酒を飲みながらでも出る(カラオケ屋をもっと増やしたいとか)。

好きだから住んでいるんだと思う。

いわてらしさって何だと思う？ 2

岩手山。強く見えるし。

県外から来た人も「岩手山っていいね」って言う。

みんなで守ろうって思っている人達の意識もいい。

聞かれると答えを求めたくなり、結局何に繋げて考えていいのか分からなくなる。

頭では分かるけど・・・。

自分の中にストーンと落ちるように変換が必要。

まだ自分にストーンと落ちない。

いわてらしさ = 私+ 。

“何か”を探するための意識づけ。

ここまでで、「いわてらしさ」を考えた場合の共通項は、「景観」と「人」と仮説。

いわてらしさを、どのように聞かれればイメージできる？

「失くしたくないもの」と言われるとわかる。

自分は県外に出たいと思ったことはない。

ぬるま湯が好き。

わざわざ知らない人の中に出ようとは思わない。

居心地がいいところが好き。

都会人は怖そう。

普段住んでいる日常からは、エリアは「岩手」とは考えない。

外から見るとわかるけど。

中で住んでいると当たり前でわからない。

岩手山が見え、畑があり・・・それが当たり前で余計わかりづらい。

いわてらしさは昔に戻ることはない。

昔のよさを目指せばよい。(昔を確認しながら。)

例えば、昭和30年代、隣の家に醤油を借りに行ったり、みんなが助け合っていた時代。

雨の日、子供が家にいると飽きる。

傘を差して長靴を履いて、じいちゃんが耕している裏の畑に行った。

子供が遊ぶのを見ていて、「これはなくしたくない」と思った。

汚れるからやめなさいと言わない自分も好き。

子供が遊べる環境があるのもいい。

これはなくしたくないし、遣りたいと思った。

じいちゃんと息子が畑の前を手を繋いで歩いていたり、ばあちゃんときゅうりを取っているのを見るのが好き。

いわてらしさを考えてから、家の近くにある岩手山を意識するようになった。

「いわてらしさ」は何？という話し合いをすると、考えるようになるし、気づきになるのでいいと思う。

(4)「いわてらしさ表」策定

「いわてらしさ」を歴史・時間軸・カテゴリーから見ることのできる、**カテゴリー別年表**。視覚的にいわての歴史を伺い知ること、**「いわてらしさ」**について考えを深めるためのツールとして作成。

資料1 いわてらしさ表

(5)「いわてらしさ」「いわてらしい」のキーワード検索

インターネットにより、「いわてらしさ」「いわてらしい」のキーワード検索を行い、どんなモノ・コトが「いわてらしい」と称されているかを整理し、「いわてらしさ」を導く為のアンケート項目策定の材料としました。検索件数613件。

資料2 「いわてらしさ」検索結果

(6)いわてらしさアンケート項目策定

よりの確に必要なデータを回収するため、回答者の立場にたち、各設問項目の配置、設問の文言、フォントの種類・大きさなどに最善の配意をし、改良を重ねました。

(7) 社会人フォーカスグループ

7月15日10時~12時 社会人を対象としたフォーカスグループ開催

開催目的

- ・これまでの経過の確認と意見交換
- ・県民の意識調査と、内部評価についての意見徴収

参加者

梶原 昌五（岩手大学教育学部 / 環境パートナーシップいわて副代表理事）

神田 由紀（岩手日報社報道部 / とことん住民力担当）

佐々木 淳（県南広域振興局経営企画部 / 地域振興に関する見地から参加要請）

【意見】（参加者の意見）

- ・ アンケートでいわてらしさについての問には、「いわての好きなこと・もの」を問うと解答する側がイメージしやすいのではないかと。
- ・ いわてらしさ表のような視点は良い。
- ・ 「皮膚感覚のある評価」に期待したい。

(8) 主婦層フォーカスグループ

7月21日 14時～16時 主婦層を対象としたフォーカスグループ開催

開催目的

- ・ いわてらしさアンケート改良版に対する意見徴収
- ・ 県民の意識調査などについての意見徴収

参加者

50代女性・専業主婦・子供3人・盛岡市
40代女性・専業主婦・子供2人・紫波町
40代女性・専業主婦・子供2人・紫波町
40代女性・自営業・子供2人・滝沢村
30代女性・アルバイト・子供1人・滝沢村

【意見】(参加者の意見) は、進行者より補足

ア．県民意識調査について

(ア) 解答の「お願い」について

- ・ 重要な言葉に下線がついているとわかりやすい。
- ・ (どの項目でも結構です)という気遣いの一言で、気が楽になる。
(基本的には、アンケートへの解答というものは気が重い)

(イ) 調査の目的について

- ・ 調査の目的が、これではよくわからない。
総合計画の「5つの社会」をざっと見ていただいたところ、「直のこともっと説明すべき」との意見。

(ウ) 問1生活全般についての意識 問2「5つの社会」の関連項目に対する満足度・重要度について

[理解しにくい・解答しにくいとする意見]

- ・ 質問の判断基準が理解しにくい。
- ・ 質問が漠然としている。
例えば、平成18年の県民意識調査P6
2 県民、企業、事業者、行政が環境問題について普段から意識し、様々な環境保全活動を行っていること。
これは開発なのか、保存なのか。
- ・ 具体的ではないので、何を指しているあるいは何の取組みかがわからない。
例えば、平成18年の県民意識調査P6

1 地球温暖化防止のための二酸化炭素排出量削減のための取組が各地域で活発に行われていること。

4 県民一人ひとりが自然や野生動植物を大切にしながら生活していること。

- ・ 設問作成者がわかって作っているのか、わかっていないのかわからない。
- ・ 求めている側が欲しい答えは、出せないような聞き方である。

〔改善の方向を示す意見〕

- ・ 「こういうことをやっているけど、それに対してどうか」という聞き方だと答えやすい。
- ・ 調査をやるからには、結果が聞こえ、見えてきて、そして活用して欲しい。
(結果をネットにあげていたとしても、なかなか見ないし見る人が限られてしまう)

(エ) 問3「5つの社会」の関連項目で、優先すべき施策について

〔理解しにくい・解答しにくいとする意見〕

- ・ 何を聞きたいか、何をさぐりたいかわからない内容だ。
- ・ 「納得している」という項目の聞き方はおかしい。

〔改善の方向を示す意見〕

- ・ 具体的な取組みの内容が例として上がっていれば答えやすい。
- ・ 分野、事業まであれば答えやすい。

総合計画の体系と、県民意識調査項目を説明した上での意見。

- ・ 豊かな人づくりは何を差すのか。
例えば、ゆとり教育として捉えてみるなど、説明が欲しい。

(オ) 調査票の仕様・設問設定について

- ・ アンケートを取る以前に各項目に対しての情報が欲しい。
- ・ 日本人は、相手の意図する方向に行きたがるので、どれかに をつけるアンケートだと、何とかどれかに をつけてしまうが、決して自分の思うところにしていないのではない。
- ・ 個々の知識の中で判断してしまっているので、自分の置かれている生活環境でははかりかねるもの、答えられないものが出てくる。

(カ) 県民意識調査の枠を越えた問題意識

- ・ この県民の意識調査は、「調査をやりました」という形をつくりたいためだけのアンケートだと感じる。
- ・ 声がきちんと届くシステムになっているのか疑問。

- ・ 本当に見て活用されるかわからないので解答する姿勢が変わってくる。
- ・ まずはアンケートを取る前に声が届く仕組みから作って欲しい。
- ・ 県は見直す勇気がないように思える。
- ・ 県は県民の方を向いていないような気がする。
- ・ 意見（県民の声）が反映されていない、また行政の建てた施設が有効に使われていないという、日々の不信感のなかで記入してしまう。

例えば、盛岡駅西口

アイーナ（人が活用していないのもったいない）

マリオス（赤字の話があったのに、進め切ってしまった事など）

「マリオスがああなのに、またアイーナをつくって・・・」というような発言。生活者視点では、市の施設・県の施設どちらも同じ「行政の施設」という見方が一般的。

ここで、選択式のアンケートでは、県民の声を反映できるものとするには限界があるのではないかとアンケート項目にはない深いところで県民の意識を探り、県政に反映させる必要があるのではないかと考え、参加者の意見をより引き出し、反映させる手法を見出すためのフォーカスグループに切りかえました。以下、そこから得られた意見です。

イ．県民の意識を県政に反映させるために

〔アンケートに自由回答形式を加えたらどうかという投げかけに対して〕

- ・ アンケートは項目についての や×での回答のイメージが強い。（それに慣れてしまっている。しかし、それで自分の意見が十分に届くとは思っていない）
- ・ 普段意識していないので、文章で書きにくい。

〔ワークショップ（フォーカスグループ）やヒアリング形式ではどうかという投げかけに対して〕

- ・ ワークショップ（フォーカスグループ）で自由回答した後のアンケートだと良い。
- ・ 意見を聞く場所を設け、行政と県民の話し合いをした後、結果を出席者に返すようにしてほしい（情報公開）。
- ・ 生の声と文章では受け取り方が違うと思う。生の声のほうを重要視してほしい。

書くより話すほうが答え易く、自分の思っていることを、表現しやすい。

日常生活では、自分の考えを書くことは少ないもの。話すことのほうが慣れている。

ワークショップで、みな意見を聞きながら、自分の考えをまとめ、それから、アンケートに答え、さらに自分の解答した意図を発言するという手法が最善との結果が出た。

アンケートにしる、ワークショップにしる、結果に対してはとても気になっているが、残念ながら、結果とそれをどう次につなげるかを知る機会はまだなかった。こういった繰り返しにより、不信感が徐々に蓄積されてきている。

〔行政の取組みに関して、ワークショップ（フォーカスグループ）を開催したら参加するかという投げかけに対して〕

- ・ 自分の生活に関わることであれば参加する。
- ・ 自分が必要としていることであれば参加する。
- ・ 知り合いと一緒にだったら参加する。
- ・ 状況を学ぶためであれば参加する。

「どうしたら参加するか」を前提に引き出してまとめたところ、以下ようになった。
意見（問題点）を吸い上げる

意見をまとめて、今後みんなでどうしていこうという具体策まで一緒に考える（共創）

県と県民との距離を縮める（考える場所を作るなど）

しかし、更に以下のような意見が出た。

- ・ 役所の中での横の繋がりががないために、ワークショップをしたとしても、画一的なものになってしまうと思う。
- ・ 県民から見ると今の縦割り行政は困る。
- ・ 行政と県民との合同プロジェクト（総合プロジェクト）を企画し、レベルアップする。
- ・ 県との距離があるので、「自分が言っても仕方がない」と思ってしまう。
- ・ 難しく面倒だと思ってしまうので、皆が気軽に行けるような場所や雰囲気づくりをしてほしい。
- ・ これまでの行政主催のワークショップは、メンバーが固まってしまう、いつも同じ意見になっていると思う。
- ・ 少人数が行っても変わらないと思い、行かなくてもいいと思ってしまう。
- ・ 聞く場を設けることからスタートして、少しずつステップアップしていく。
- ・ 「集める」のではなくて「集まる場所」で問いかけをしたらどうか。
- ・ 「集める」ではなくて「出向いて」来て欲しい。

NPO がコーディネーターなどの位置付けになればいいのでは。

ウ．その他、行政に対する意識・意見

- ・ 県に限らず、“役場”に対するイメージが悪い。
- ・ 内情や、業務内容を知らないために、行政に対して不満しか出てこないと思う。
- ・ 行政ができない事に対して、県民が理解するための方法を考えてほしい。
- ・ 生活者からみれば、国 県 市町村の流れがわからず、イメージは一緒になってしまう。しかし、行政はいい所は繋がっていて、悪いところは区切って考えている。（「それは県ではなく市でやるべきことで」・・・という言い方）
- ・ 役場の1階窓口しか行かないので、そこで、行政に対してのイメージがついてしまう。（他に何をやっているかは、ほとんど知る機会がない）

(9) 公募型アンケート企画検討

これまでの経過から、生活者の声を広く集める手法の改善を内部で検討した結果、県内の諸団体との連携により、公募（コンテスト）形式を登用し、その収集サンプルを「いわてらしさ」として反映させることとし、準備を進めました。

アンケート項目は、参加者がより興味を持って解答しやすいものとして、5部門を設けることとしました。

また、各項目における「いわてらしい」と思うものを引き出しやすい設問設定とし、今後の施策に結びつける為のアイデアの記述を求める自由解答形式としました。

設定部門

第1部門 岩手の食（特産品・食文化など含む）

第2部門 岩手の自然環境

第3部門 岩手の人（歴史上の人物やその思想・県民性など）

第4部門 岩手の歴史・文化・風土

第5部門 岩手の産業（食以外）

(10) 第2回社会人フォーカスグループ

8月1日 社会人を対象としたフォーカスグループ開催

開催目的

- ・公募型アンケートの応募要項の細部への意見徴収
- ・回収データの、評価への移行方法の検討

参加者

50代男性・広告デザイン会社役員・盛岡市

30代男性・広告関連自営業・盛岡市

40代女性・福祉関連自営業・滝沢村

【意見】(参加者の意見)

審査員の選出について

参加者からは、行政職員にも審査員に入って欲しいという意見があり、行政に、直接生活者の声を聞いて欲しいとの要望の強さを感じました。更に内部スタッフにも確認しましたが、同意見でした。しかし、今回は、「外部評価」に反映させる目的から、県民が審査し、意見を集約することとしました。

(11) アンケート実施

ア．Web アンケート実施（公募型アンケート募集展開）

8月1日～8月25日 インターネットホームページ上で実施

イ．対面アンケート実施（公募型アンケート募集キャンペーン）

8月13日～8月15日 盛岡手づくり村にて実施

ウ．アンケート結果

収集サンプル数 2796

Web での回答数は 375 と通常より少なめ（通常 Web 調査では、500～1000 件の収集が可能です）。これは、告知期間が短かったことと、限定した設問（岩手に関して）だったためと考えられます。

手作り村での対面アンケートは 1000 人に解答を求めました。

その結果、延べ 2796 件の回答が得られ（複数回答有り）、回答内容は、これからの岩手の様々な振興のあり方を考える上で、生活者の直接の意見を伺い知ることのできる充分な資料となったのではないかと思います。

資料3 応募要綱

資料4 アンケートフォーム

資料5 アンケート 部門別解答一覧

5-A アンケート アイディア分類

(12) アンケートデータを入れ込み、2006版「いわてらしさ表」完成

資料6 2006版「いわてらしさ」表

(13) 20～50代フォーカスグループ

9月23日 20～50代を対象としてフォーカスグループ開催

開催目的

- ・アンケート回収のデータのうち、主だったアイディアと2006版「いわてらしさ」表を元に、意見交換
- ・資料のまとめ方、結果の分析について意見交換

参加者

50代男性・広告デザイン会社役員・盛岡市

- 50代女性 ボランティア団体会員・盛岡市
- 40代男性 INS 地場産業研究会幹事・盛岡市
- 40代女性 福祉団体代表・盛岡市
- 30代女性 NPO アクトラボ会員・矢巾町
- 20代女性 NPO アクトラボ会員・盛岡市

【アンケートにおける、主だったアイデアへの意見要約】(参加者の意見)

ア．各部門の解答に対する意見要約

第1部門 食

- ・消費者のニーズに応え、マスコミを上手に活用したPRが必要。
- ・各地域での食文化の推進。学校教育へも積極的に取り入れ「いわての誇り」を認識する。

第2部門 自然環境

- ・特徴、場所、価値を結びつけ、ニーズに応える。 利便性の悪さも、充分価値となる。
- ・PR不足であり、強化すると共に工夫が必要。
- ・長期スパンで考え、取り組む。

第3部門 人

- ・宮沢賢治の思想・ゆかりのものを教育・観光にいかす。
- ・県民性をいかす。

第4部門 歴史・風土・文化

- ・宮沢賢治をコンセプトにした店舗・施設の運営。
- ・郷土の伝統・食・生活文化をPR。

第5部門 産業

- ・南部鉄器～コンテストの開催や、ユーザーのニーズに応えた商品開発と販売戦略。
- ・観光～森の体験プログラム 住民による地域プロデュースなど、地域の資源をいかす。

イ．資料のまとめ方・結果の分析について

- ・キャッチがいい、アイデアが良いというようになぜそれを選んだかという説明をつけたほうが良い。
- ・エリアやテーマを分けると振興局もどうすればよいかわかり、動きやすい。
- ・資料は選んだものだけでなく、すべてを見せたほうが良い。
全体を見るのが大切。

ウ．全体を通しての意見

- ・企画書を作って、TVに売り込んではどうか？
番組にすることによって、一般の人にも浸透する。
- ・もっとうまくいわてをPRする必要がある。
- ・対象をどこにするのか 若者、団塊の世代・・・
常に需要がどこにあるのか考える必要がある。
- ・商売として売上を上げる視点、自然を残す、人の生き方としての視点等を考える。
- ・小さな博物館（盛岡市）などを伸ばしていく。
- ・秋田は美人美酒美食など三大美化要素があるがそのような売込みをしたらいいのではないか。
- ・混乱した時代に総理がでるなど調整能力がある県民性を重視する。
- ・いわてらしさを改めて考えさせられ、見直すいい機会になった。
- ・これを次につなげることが大切。

(14) 選定委員による選考

フォーカスグループでの意見結果を元に、更に選定委員より優れたアイデアを選考、意見徴収。

選考基準

センス 着眼点 話題性 追求度などを踏まえ、以下のような効果などが期待できるもの
地域の活性化や発展に繋がるもの
地域の連携、協力関係がひろがるもの
持続性・継続性のあるもの
岩手県民の誇りを改めて再認識できるもの
岩手が将来に向かって大切にしなければならないことをみつめるもの

選定委員

平山 健一 岩手大学 学長
斎藤 紘一 岩手県工業技術センター 理事長
福島 正伸 株式会社アントレプレナーセンター 代表取締役
及川 愛子 NPO法人環境パートナーシップいわて 理事
荒川 裕子 盛岡タウン情報誌 acute 編集長
安藤 直美 雑穀茶屋つぶっこまんま 代表

資料7 アンケートの代表的な解答

(15)「いわてらしさ」確定と、これまでの資料整理 政策提言策定

4 . 評価結果

この事業を通して実施してきた、フォーカスグループやアンケートなどの経過の中で、「いわてらしさ」とは何かを探る目的と平行して、評価における「理想とする在り方」を模索する作業を繰り返してきました。それが真の「いわてらしい」在り方や取組みに繋がるものであると考えたからです。

その結果、以下のことが考えられます。

(1)「いわてらしさ」の定義

総合計画の理念と、フォーカスグループ・アンケートなどによる事業経過から、「いわてらしさ」は、将来にわたって、いわてを「守り 共に育み 未来へ受け継ぐ」ための営みであり、そのための取組みであると定義することができます。この「将来」は、百年、五百年、そして数千年後という、深遠な時間軸においての見方をすることが大切です。

(2)「いわてらしさ」の検証

「いわてらしさ」の定義において、現状の施策・評価活動では「**いわてらしさ=守り 共に育み 未来へ受け継ぐ**」ための視点が入り入れられていないことがわかり、改めて「いわてらしさ」を視点に加えること、そしてその評価のしくみをつくること、県内外の生活者の願いに応えられるものであり、そして今、いわてに期待されていることであると考えられます。

(3) 今後取り組むべきこと

評価の基本的な視点に「いわてらしさ」を加え、「いわてらしさ」を実現するための、県と県民とが共に考える仕組みづくりを確立すること。

その仕組みづくりにおいて、具体的な実施方法を以下の通り提案いたします。

総合計画の目指す5つの社会全てに、いわてらしさを加える。

指標の設定に当たって、いわてらしさを視点に加える。

県民意識調査に、いわてらしさを抽出する視点を加える。

以上を、提言型評価(次に繋げるための評価)といたします。

第3章 提 言

「いわてらしさ」

将来にわたって、いわてを「守り 共に育み 未来へ受け継ぐ」ための取組み

1. 「いわてらしさ」の実現に向けた、県と県民が確認しあえるしくみの確立

県と県民とが共に考え、結果を確認しあい、そして次に繋げる“約束”が、確かにできる仕組みをつくることです。そしてそれは県と県民との「共通認識」であるために、誰もがわかりやすいシンプルなものとする必要があります。

これは、総合計画の基本構想において、「新しいいわてづくりの理念」として掲げられている「自立」「参画」「創造」による持続的な地域づくりにも深く結びつくもので、この理念の実現を目指す取組みでもあります。

その仕組みづくりの具体的な実施方法として、**評価の基本的な視点に、「いわてらしさ」を加えます。**

- (1) 総合計画の目指す5つの社会全てに、いわてらしさを加える。
- (2) 指標の設定に当たって、いわてらしさを視点に加える。
- (3) 県民意識調査に、いわてらしさを抽出する視点を加える。

(1) 5つの社会における「いわてらしさ」

自然と共生し、循環を基調とする社会 における「いわてらしさ」

アンケート結果により、いわての雄大な自然環境を守り続けて欲しいという願いが県内外問わず強いことがわかりました。このことから、「自然と共生し、循環を基調とする社会」では、「自然環境を守り、次世代へ確かに受け渡す仕組み」を最上位の「いわてらしさ」と捉え、そのために県と県民が共に考え、永続的に取り組むしくみづくりが最優先であると考えます。

快適に安心して暮らせる社会 における「いわてらしさ」

「快適に安心して暮らせる社会」においては、3つの施策の中に、暮らし、健康、安全・安心といった要素が含まれており、これらは全て、根底に生活者一人ひとりの心の在りようが大きく関わってくるものです。アンケート結果では、いわての県民性において、「やさしい」「あたたかい」「人情がある」という、人として穏やかで深みがあり、大変調和の取れたイメージをもたれていることがわかりました。この特性を大切に、「こころの豊かさ」を高めていく視点で「快適に安心して暮らせる社会」の永続的な維持を目指し、県と県民が共に取り組む姿を「いわてらしさ」と考えます。

創造性あふれ、活力みなぎる産業が展開する社会 における「いわてらしさ」

アンケートでは、自然・食・そこに住む人々を同時に体感できる「グリーン・ツーリズム」への期待度が非常に高いことがわかりました。また、「食以外の産業」への問に対しては、「南部鉄器」に関する解答率が高く、古くからの伝統を守って欲しいという願いが寄せられました。このことから、各地域で人々の営みにより生まれ、受け継がれてきた伝統文化などの優れた特性をみつけ、生活者が将来に向かって期待する「いわてらしいもの・こと」を的確に捉え、その欲求に柔軟に応えるセンスが必要であり、「マーケティング」的な視点で県と県民が共に柔軟に取り組んでいくことを「いわてらしさ」と捉えます。

外部からの声は、この地に住む我々には身近すぎてもすると忘れがちな「大切なこと」に気づかせてくれることがあります。その「大切なこと」は、我々の願いに実に近い場合が多々あり、そういった観点から、「よその人・事」を柔軟に受け入れる特性のある岩手県民にとっては「マーケティング的な視点」は決して難しいものではないと思われま

ネットワークが広がり、交流・連携が活発に行われる社会における「いわてらしさ」

多様なネットワークの広がり一方で、年齢、貧富、地域差などによる情報格差は、ある部分では少しづつ解消されつつも、社会全体では、依然改善されにくい問題として、存在し続けるものと考えられます。この事業で実施したアンケートにおいても、インターネットやイベント会場での募集など、広い地域と広い生活者層へ告知するため、様々な工夫を試みました。そして、情報提供のための作業現場では、高齢者の方でも見やすいように大きい文字にする、平易な記述とするなど、相手の立場に立つことが求められている中で、それを理解し表現できる、或いは実行に移せるスタッフの能力も大切な要素でした。それらの“配意”は様々な近頃のネットワーク形成において既に重要な要素、或いは“条件”ととなりつつあります。このことから、県と県民が広くそして深く、多くの生活者への「配意」の視点をもって、交流や連携、様々なネットワークの充実を図る取組みを「いわてらしさ」と捉えます。

個性が生かされ、共に歩む社会における「いわてらしさ」

過去の歴史において、数多くの偉大な先人を排出した岩手の地。アンケートでは、先人たちの遺した思想から、岩手県民として誇りを持ち、その姿勢を人づくりにいかしていったらどうかといった意見が多く見られました。

県職員の皆さんお一人お一人と、私たち県民が、百年後の岩手に受け継ぐ礎となるべく志と誇りを持ち、慈愛の精神でじっくり取り組んでいく姿勢が何より大切ではないでしょうか。そこに真の「生きる力」が生まれ、その力が我々の子供たちへと受け継がれていきます。私たちは、自ら子供たちに、「その親の姿」をみせていくべきではないでしょうか。

「個性が生かされ、共に歩む社会」では、「自らの誇りと岩手の誇り」を再認識する視点で、全ての県と県民が共に取り組む姿を「いわてらしさ」と捉えます。

そして、一人ひとりの個を尊重する観点から、所属の垣根を越え、真摯に取り組む人々を、高く評価できる環境・風土もまた、大切な要素であると思われれます。

(2) 指標の設定にあたっての「いわてらしさ」の視点

総合計画の分類は、主観として、どうしてもイメージ先行で、自分のものにして評価がしにくいものであると感じましたが、「いわてらしさ」を視点においた指標の設定を、現状の分類にできるだけ沿って考え、例として示してみます。

ア．例：農林水産業関連

現状では、国内生産量(額)に占める本県シェアを指標としていますが、それらは、「岩手県として重点化する品目」を設定して指標とすることが大切と考えます。

重点化の決定にあたっては、アンケートによる消費者の声や、生産者へのヒアリングやフォーカスグループなどの手法で検討し、マーケティングの視点で、今後の取組みを検討することが大切です。

また、農業は、「専従農業希望者」の数を抑え、その方々の所得を上げるような取組みと指標が理想とされます。中山間部で農業を営む方々には、地域を維持していく活動など。そして、兼業農家も、現況の維持の為の取組みが望まれます。

イ．例：商・工・サービス業

現状では、製造品出荷額を指標としていますが、本県における、企業数約 48,005 社のうち、47,935 社(99.9%)は中小企業であり、うち 42,206 社(87.9%)が小規模事業者が占めます(1)。また、中小企業における常用雇用者数の平均は約 5.8 人です。

中小企業庁が発行した平成 18 年度版 中小企業新事業活動促進法申請資料において、経営革新計画及び資金計画に、「一人あたりの付加価値額」の算出を定めていることから、指標を中小企業の付加価値額に置き換え、県内に多く存在する小規模事業所の現状をより把握できる指標とすることも、大切と考えます。

1 出典：中小企業白書 2006 年度版

付加価値額 = 営業利益 + 人件費 + 減価償却費

「未来に向かって、守り、育て、遣す」のために、地域で営む生活者、生産者の現状はどうか、これからどうしたいかを汲み取り、それを実現させていくための取組みの元となるような指標の設定が大切です。

「じっくり取り組む」ことで、後の成果が大きく期待できる取組みに対しては、単年度ごとに右肩上がりに推移する目標値から、長期スパンでの目標設定に移行、或いは取り入れていく柔軟性も必要であると考えます。

指標の設定にあたり、生活者、生産者の声を反映させる取組みを行う場合、特に「主観」には個人差や雰囲気と言った曖昧な要素が多く、その形状、質量、大きさを定量化することは難しいことですが、この事業でのアンケートでも見て取れるように、個人の主観(肉声)を多く取り集めることによって、そこに確かな傾向が存在することがわかります。また、少数意見でも大変重要な要素が含まれている場合もあり、今後の手法として参考にして頂くことを願います。

(3) 県民意識調査における「いわてらしさ」の抽出の視点

私たちの岩手にとって、「大切な事は何か」を常に考え、未来に向かって県と県民が共にひとつひとつの礎を積み上げていく。そこには、**県と県民との“真の信頼関係”**を築くことが何より望まれます。そこで、県と県民との接点の柱となる県民意識調査は、「いわてらしさ」を抽出する視点により、県民の意向が充分反映されるような項目を加えることを提案します。

ア．例：自然環境の場合

アンケート結果から、雄大な自然環境を守り続けることが、県内外の生活者から期待されていることがわかりました。このことから、5つの社会のうち、環境に関する以下の施策と分野について、例をあげます。

自然と共生し、循環を基調とする社会の実現

1 参加と協働による環境にやさしい地域社会の実現

地球環境問題への地域からの取組み

環境を守り育てる参加と協働の仕組みづくり

環境について自ら考え、行動するひとづくり

設問例

【設問】県では環境について自ら考え、行動するひとづくりを進めています。地球温暖化も身近な問題として取り上げられるようになってきた今、あなたが、環境について普段考えることはどんなことですか。また、これから先、県の取組みや、生活者の行動は、どうあればよい(どのようにしたい)と思いますか。(自由解答)

問の設定で大切なこと

- ・ 予め、県の施策・分野の枠の中での解答を求めるのではなく、要所や視点を押さえて投げかけ、返ってきた答えを県の分野別に分類し、事業に反映させる方法を取ります。
- ・ 県の施策そのものに対する意見を聞くのではなく、当事者である県民が主体性をもって行動を取ることに、自ら“納得”できるような設問方法を取ります。
生活者が多様にやっていること・考えていること・やるべきこと + 外的欲求・期待を十分に吸い上げる。

イ．フォーカスグループの開催

更に県民の声を深く聞き、具体的に反映させるため、フォーカスグループを開催することが望まれます。フォーカスグループの特徴は、複数のユーザーに同時に意見を求めることで、グループメンバー同士で刺激しあい、より深い意見を得ることが可能になることです。

この事業を通して、生活者の皆さんと幾度もフォーカスグループを重ね、改良を重ねた結果、以下のような手法が最良と考えられます。

主催者側が目的（テーマ）を述べた上で、皆でディスカッションを行い、（共通認識をもつと安心する・緊張がとける。）司会者が各意見を尊重しながら大きな傾向を取りまとめ（自分の意見を尊重してもらったことで自信に繋がり、もっと考えてみたくなる）その後、各自アンケートに解答（自由解答が良い。一旦書くことで自分の考えが整理できる。全員が自分の意見を書くので、取りこぼしが無い。最後に、各自の意見を個別に発言しディスカッション（上手く書けないことを、言葉にはっきり出したい＝「主張」が出る）という手順です。

フォーカスグループで大切なこと

面倒でも、一人ひとりの意見を引き出す作業が大切なため、各グループで、ポストイットなどに言葉を書き込み、それを模造紙に貼り、とりまとめるいわゆる従来のワークショップの手法は使わないようにします。なぜなら、ファシリテーターの質により、嗜好が強く反映されたり、相対的に見たときに大事な意見がグループ単位のとりまとめの時点で消されるため、“行政馴れ”していない一般市民の意向を引き出すには不向きだからです。

ウ．評価への反映

県民の意識調査・フォーカスグループによる県民の声は、提言型評価として、反映させる仕組みをつくりまします。生活者の誰もがわかりやすい言葉で完結にまとめることが大切です。

エ．積極的な公開

評価結果や反映状況は、参加者本人への通知と、いわてグラフや、県庁ホームページへの掲載など、積極的に県民の目に触れる仕組みをつくり、生活者への責任ある姿勢を繰り返すことにより、「信頼関係を築くこと」が大切です。

これからは、盛り込む評価から、県民へ見せる評価へ移行することが期待されています。例えば行政のホームページの場合、資料は、特に階層が深く、ページ数の多いPFDデータなど重いデータがアップされている場合が多々あります。今後インターネットでの一般公開資料は、生活者の意見を取り入れる仕組みを作りながら、公開方法の規程を設ける必要があると思われます。こうして、細部にまで県民からの意見を取り入れ、反映させる仕組みが何より大切であり、県民の視点により近い立場の専門家・技術者の必要性和期待が高まってくるものと考えられます。

2 「いわてらしさ」の“もうひとつ”の視点

～ホリスティックという概念による心の活動～

ホリスティック【holistic】 =全体にかかわるさま

「総合的、包括的、全体的」という意味。私たちが生きる社会、今の時代は、「バラバラ」なことが多くみられます。例えば心と体、地域と職場、家族の関係など。

今日の社会では、本来はつながりあっているものを、バラバラにして、さらに専門分野化してとらえがちですが、ホリスティックな考え方は、ひとつひとつの部分的なことを大切にしながらも、「つながり」や「かわり」「バランス」「完成性」などの相互作用の中で総合的に見てゆくことを目指すものです。

例えば、事業と、それを遂行する県職員の皆さんお一人お一人の心の在り方（モチベーション）。これは、本来バラバラにしてはならないものです。どちらも大切に作るバランス・・・「あたりまえの感覚」を取り戻す必要性が感じられます。

民間企業においては、「業績」という成果をシビアに求められます。その中では、機械的な仕事で「良い仕事」ができるわけがない。心の病気の多い職場環境で、高い成果が得られるわけがない。ということはよく認識されています。

「いわてらしさ」の実現には、県職員の皆さんお一人お一人が、日々生き生きと取り組める職場環境もまた、必要不可欠な要素であると考えられます。

これは、これまで協働事業として県職員の皆さんと関わらせていただいた中で、私たち（NPOスタッフ）が感じたことから加えさせていただきました。表には見えない、心のあり方は、評価提言にはなりにくいものですが、「いわてらしさ」を形づくっていく大切な構成要素として、あえて、1頁述べさせていただきました。

【参考】ホリスティック教育

あるものはすべてに繋がっています。どんな小さな個にもそこに全体性が息づいています。まわりの人や、生き物や、大地との「つながり」。様々な教科の間の総合的な「つながり」。見えるものと見えないものとの「つながり」。

「ホリスティック教育」は、バラバラになりがちな「つながり」を大切にして、それに気づき、それを広げ、深めていくことをめざすものです。 日本ホリスティック教育協会 <http://www.holistic-edu.org/>

おわりに

今回の外部評価は、評価の大切な「視点について提案すもの」でありました。県全体で、県民との共通の認識として持ってほしいのは、「いわてらしさ」という視点です。調査を通じ、多くの岩手ファンがいることを実感し、その意をさらに強くしたところです。

現在の5つの社会や施策の体系では、一般にはわかりにくいのが実態です。「盛り込む評価から、共通認識としての評価」への移行を考えるとともに、今後ますます、県がどのように取り組んでいるのか、今後どのようにしていこうとしているのかを、県民に正しく理解してもらうことが求められます。今後の県の取組みに期待したいところです。

また、県職員の皆さんにとっても、総合計画の分類は、どうしてもイメージ先行で、自分のものにして評価がしにくいのではないのでしょうか。この事業が、具体的な身近な基準で職員の皆さんそれぞれが、実感を持って評価できる契機となることを願っています。

我々もいわてのNPOとして、今後もこうした取組みに積極的に関わっていきたいと考えます。そして、百年、五百年、数千年後のこの地が、「いわてらしく」ありつづけることを願い、微力ではありますが、県と生活者との橋渡しの一役を担う志で、この地の礎となり得るよう尽力する所存です。

いちばんお伝えしたかったこと

『岩手県民は、礼儀正しいというイメージが強いことから、知事のマニフェストに「挨拶運動」を掲げ、“いわての農水産物は、つくり手のおじさん、おばさんが毎日「おはよう」と声をかけ、大切に育て上げたもの”としてプロモーション展開！』

『全県民が宮沢賢治の雨二モマケズを暗唱できるというのはどうだろう？』

こういった素敵なアイデアが、皆さんから、たくさん飛び交う事業でした。

フォーカスグループに参加した方々からは、「いわてらしさの話し合いをした内容が、断片としてずっと頭に残っている」「あれからいわてらしさについて、意識して考えるようになった」そんな声が届いています。皆それぞれに、“何か”を、将来に向かって守りたい・育てたい・遺したい・・・そうした考えが、あるときストンと胸に落ち、それぞれに「私のいわてらしさ」として納得するようです。そして、一旦自分自身の心中に芽生えた「いわてらしさ」は、ずっとずっと忘れないだろうと、皆さんおっしゃいます。

私達はそれを「いわてらしさ」の魔法と呼ぶことにしました。

とても素敵な、魅力ある事業でした。ずっと心温かく見守り、支えて頂きました。

ここに深く感謝申し上げます。

