

会 議 録

会議名 (審議会等名)		平成30年度 第2回相模原市経営評価委員会				
事務局 (担当課)		経営監理課 電話042-769-9240(直通)				
開催日時		平成30年8月23日(木)16時00分~18時00分				
開催場所		相模原市役所 本館2階 第1特別会議室				
出席者	委員	10人(別紙のとおり)				
	市					
	事務局	3人(経営監理課長 他2人)				
公開の可否		可	不可	一部不可	傍聴者数	0人
公開不可・一部不可の場合は、その理由						
会議次第		<p>議 事</p> <p>(1)「第2次さがみはら都市経営指針実行計画」の平成29年度取組結果評価について</p>				

審 議 経 過

・開 会

定足数及び傍聴者の確認を行い、第2回経営評価委員会を開会した。
主な内容は次のとおり。

・議 事

(1)「第2次さがみはら都市経営指針実行計画」の平成29年度取組結果評価について事務局より、「第2次さがみはら都市経営指針実行計画の平成29年度取組結果と局評価の概要について説明した。

(以下、質疑応答・意見交換 は委員の発言、 は事務局の発言)

【1 市民協働推進大学事業(さがみはら地域づくり大学)の充実】

地域づくり大学は平成28年度から指定管理者業務となっているが、指定管理者だけの努力だけでは継続的に取り組むことが難しいので、市が直接事業に関与して、受講者が目的意識を共有できるような仕組みに改善していくべきであり、地域づくり大学の運営形態を指定管理者制度にこだわらずに見直すべきではないか。

受講者数が伸び悩んでいることが、目標値が達成できなかった要因の一つであるならば、地域づくり大学自体のニーズがあまりないということも考えられる。市内や周辺の大学では、市民向けの様々な公開講座等を実施しているので、地域づくり大学の必要性や在り方について、運営委員会等において、よく検討する必要があるのではないか。

地域づくり大学の受講修了者は、その後どのように学んだことを地域活動に生かしているのかよくわからないので、修了後も継続的なサポートが必要ではないか。

地域づくり大学が必要であるならば、今後は効果的な情報発信を行って受講者数の増加に取り組むとともに、より内容を充実させて大学の活性化を図り、受講後も継続的に地域で活動できる人材の育成につなげていただきたい。

地域をけん引するリーダーを養成することも必要であるが、例えば、定年退職した市職員や若者も地域づくり大学に積極的に巻き込むことにより、引き続き地域と関わられるような仕組みとしてはどうか。

取組が遅れている理由の一つとして、活動の場の情報提供等、コーディネーターズサークルに登録することによるメリットを感じられるような方策を検討する必要があると市は考えているようだが、現時点で具体的な方策はあるのか。

地域づくり大学やサークルそのものの在り方を見直す必要があると考えているが、いただいたご意見も踏まえ、今後、具体的な対応策については検討させていただきたい。

委員会評価はC評価とする。

【7 市民防災力向上に向けた防災知識の普及・啓発】

防災マイスターが継続的に地域で活動していくため、マイスターに対するフォローや活用できる制度の周知を強化するべきではないか。

防災に対する意識や具体的な活動量は、市内でも地域差があると感じており、特に地域の団体から選出されて防災マイスターとなった人は総じて意識が高い。

団体と個人、それぞれに対する制度周知に課題があるのではないか。

各地域では地区防災計画を策定し、防災訓練を実施しているが、市もハザードマップの作成・配布といった周知啓発だけでなく、あらゆる機会を捉えて防災意識を高める取組を地域の団体や企業と連携して行うことにより、家庭での備えを行う市民の割合はさらに向上するのではないか。

市民は、防災に対する意識はあるものの、研修講座を受講して防災マイスターになるほど意識が高い人は少ないのではないか。まずは市の職員が率先して受講するべきであり、防災マイスターの取得を義務付けるような仕組みとしてはどうか。

特に、市の避難所担当職員は防災マイスターとなり、主体的に防災活動の指導に当たるべきではないか。

個人申請で防災マイスターとなった方の多くは、どのような方なのか情報がないので、結果として地域で活躍できる場が少ないのではないか。防災マイスターがもっと地域で活躍できるような仕組みを検討するべきである。

いただいたご意見も踏まえ、今後、具体的な対応策については検討させていただきたい。

委員会評価はB評価とする。

【10応急手当ができる市民の拡大】

平成29年度の応急手当に係る講習の受講者数26,633人は、各地域の防災訓練の参加者数も含まれているのか。

市民や地域団体、民間企業などに対して行っている、消防局による自動体外式除細動器（AED）や心肺蘇生法などの応急手当講習の参加者数の合計である。

各小中学校の中に配備されていたAEDについては、休日など職員がいなくても利用できるよう屋外に設置場所が変更になり、更なる活用が見込まれることから、今後、講習の受講者数は増える可能性もあるのではないか。

応急手当講習の申請条件や実施主体について伺う。

応急手当普及講習はいくつかのコースがあり、市内に在住・在勤・在学の方を対象に、相模原市防災協会が申し込みを受け付けて計画的に実施しているものと、概ね10名以上の団体等からの申請により実施している出張の講習がある。

応急手当ができる市民の数を増やしていく必要があること、応急手当の内容も数年

おきに見直されることから、市民の救命知識・技能を維持向上させるため、地域団体や民間企業等との連携を強化しながら、更なるカリキュラムの充実と2～3年毎の再受講についての積極的な周知に取り組むべきではないか。

気軽に受講できるような仕組みづくりとして、教材費500円で90分間となっている既存の救命入門コースの受講を特に推奨し、更に関心がある方には中・上級のコースを案内していくような工夫や身近で受講できよう公民館などの会場を増やす取組をしてはどうか。

委員会評価はB評価とする。

【13-5 業務委託化等による民間活力の導入～JR相模線駅周辺自転車駐車場の整備】

目標は、利用しやすい自転車駐車場施設への改善と併せた有料化を実施するとなっているが、有料化するに当たっての利用者のメリットは何か。

新たな自転車駐車場整備及び管理・運営は、公益財団法人自転車駐車場整備センターを想定しており、利便性やサービスの向上と放置自転車の解消を図るとともに、他の沿線の自転車駐車場と同様、有料化を実施したいと考えている。

自転車駐車場の整備は、市が単独で実施しなくてはならないのか。今後更なる利用者の増加が見込めるような地域については、JRと丁寧な協議を行い、様々な整備手法を検討するべきではないか。

新たな自転車駐車場の整備と有料化に当たっては、管理人を配置し、放置自転車禁止区域に指定するなどして、周辺環境を悪化させないための取組もあわせて行っていただきたい。

平成29年度の目標は番田駅の2箇所を整備となっており、JRとの敷地の借り増し部分の協議等に時間を要したことは理解するが、結果として整備に至らず、実績は中間目標値の8割未満であることから、平成29年度の取組に対する委員会評価はC評価とすべきではないか。

委員会評価はC評価とする。

【16 療育センター再整備事業の推進】

学齢期の新規療育相談受付数が微増にとどまっていることの課題は何か。

現在、学齢期の療育相談を受けられる窓口が、陽光園療育相談室・発達障害支援センターの1箇所のみとなっていることが主な課題となっている。

相談窓口を増やすよりも、相談に対応できる施設を新規に整備してはどうか。

すでに各区子育て支援センターの療育相談窓口において、就学前児童の療育相談には対応していることから、現在、それらの窓口と陽光園の機能や役割分担等について検討を行っているところである。

療育相談のニーズは増加していると思われるので、各子育て支援センターの支援対

象を学齢期までに拡大し、相談しやすい場所をできるだけ身近な地域に整備し、乳幼児から学齢期まで一貫したきめ細やかな支援を継続的に行うとともに、相談に対応する職員のスキルアップも図っていただきたい。

義務教育終了後から成人期までの段階においても、市と関係機関が連携し、ひきこもり対策や就労などの自立に向けた支援を実施していただきたい。

局評価をB評価とした理由は何か。

目標値である570人について、平成31年度には概ね8割以上の達成が見込まれるため、B評価とした。

委員会評価はB評価とする。

【21区の魅力づくりの推進（緑区）】

先日、テレビ東京の情報番組で相模湖が特集され、相模湖・藤野地域周辺のレジャーやアート、グルメスポット等が魅力的に紹介されていた。観光プロモーションにおいて、多くの人々が視聴するメディアに取り上げてもらうことは、非常に有効な手法の一つであると感じたので、市としてもこの機会を捉えて更なる緑区の魅力発信に取り組んではどうか。

従来型の市ホームページからの一方的な情報発信では効果が限定されると思われるので、今後は、様々な人々が参加するソーシャルメディアや民間活力を活用した新たな魅力発信の手法の検討が必要であると考えている。

特に藤野地域は、都心からのアクセスもよく自然が豊かで、独自の教育カリキュラムに取り組む学校法人シュタイナー学園やアート、温泉などの既存のコンテンツを生かし、女子美術大学などと連携しつつ、自然と調和した芸術のまちとして戦略的にPRしてはどうか。

目標指標であるホームページのアクセス数は、市のホームページを指すのか。

平成25年度に開設した緑区の魅力を発信しているイメージキャラクター「ミウル」のホームページである。

当初はミウルも様々なイベント等で活動し、情報の発信役を担っていたが、近年は活動が年々少なくなっている印象がある。

ホームページのアクセス数の増加を図り、ミウルそのものをアピールしたいのか、あるいは緑区の魅力を発信したいのか、誰に対してどのような情報を発信したいのか。取組の目的がやや不明確であると感じる。

地域振興を目的としてアクセス数の増加を図りたいのであれば、地域の活動や魅力などの掲載するコンテンツが重要であり、行政側から情報を発信したいのであれば、また違う内容になると思われる。

更なる地域活性化の観点から、区内外へ向けて、商店街振興等を含めた魅力の発信を行う必要があることが課題となっており、今後は、ミウルのホームページを各地域

団体の情報発信ポータルサイトとして刷新させていくことを検討しているところである。

緑区は面積が広く、各地域に個性があるので、それらの地域特性も踏まえたホームページとしていただきたい。

市のホームページには、市外からの移住者や観光客の増加を図るため、新たに緑区特設サイト「すもうよ緑区」も開設されており、ミウルのホームページと目的や内容が類似している部分もあることから、両者を統合してわかりやすくしてもよいのではないか。

観光協会のホームページを含め、ホームページはたくさんあってもよいと思うが、ミウルのホームページは、何を目的とするのかよく整理することが必要である。

仮に、地域活性化に向けた情報発信ポータルサイトを目的とするならば、アクセス数を目標指標とすることは適切ではないのではないか。

ホームページにこだわる必要はなく、SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）の普及が取組の背景にあるならば、今後は情報発信手段をさらに多様化させるなど、新たな魅力発信の手法を検討すべきではないか。

ミウルのページは、すでに、フェイスブック、ツイッター、LINEのアカウントもあるので、それらを活用した情報発信にも取り組んでいるところである。

目的を達成するために指標があり、その指標が達成されなかった場合にどういった課題があるのか見えるようにする必要がある。この取組は、ミウルの活動自体が課題なのではなく、情報発信の手段が課題であるので、早期に目的を達成するための目標指標に変更した方がよい。

目標指標の変更については、今後緑区と調整させていただき、次回、改めて説明させていただきたい。

委員会評価はC評価とする。

【23区ビジョン推進事業（南区）】

市民アンケートにおける地域活動や行事に参加している南区の人の割合を31.7%とする目標値はやや高く、達成は難しいのではないか。

南区では、大学や若い世代と連携した協働のまちづくりに積極的に取り組んでいることから、ある程度は高い目標値であってもよいのではないか。しかし、結果として市民アンケートの結果が目標値を下回っているのであれば、B評価はやむを得ない。

局評価はB評価となっているが、概ね8割を達成しているのか。

平成29年度の目標値に対して、8割を達成している。

ユニコムプラザさがみはらは、市民と大学が連携して新たな地域活動や市民活動を促進する拠点として設置されていることから、協働によるまちづくりを推進するため、今後はユニコムプラザの活性化も図りながら、大学や若い世代との連携を強化してい

ただきたい。

委員会評価はB評価とする。

【24-3 ネーミングライツの推進～土木施設（歩道橋、ペDESTリアンデッキ等）】

歩道橋は従来、その名称で場所が特定できたが、ネーミングライツを導入することにより、場所がわかりづらくなり、地域にふさわしい名称ではなくなってしまう恐れがあるので、場所とネーミングライツを併記するなど、従来の利便性を損なわずに施設の親しみにつながるような工夫を検討していただきたい。

平成29年度の間目標値が3施設であるのに対して、実績は1施設のみだが、局評価をB評価としているのはなぜか。

中間年度の目標値が未達成で、実績は中間目標値の8割未満であり、局評価理由や課題も踏まえると、平成29年度の実績に対する委員会評価はC評価とすべきではないか。

ネーミングライツの導入は、維持管理費用の財源確保が目的となっているが、今後、募集に当たって広告代理店方式とした場合、1橋当たりの年額命名権料30万円で採算が取れるのか。事業費が命名権料を上回ることがないように注意して取り組んでいただきたい。

県道51号の歩道橋ネーミングライツは、年間30万円の5年契約となっている。今後の募集方法については、市が直接募集するよりも、広告代理店方式により民間事業者と対象施設の命名権を一括契約し、民間が個々の歩道橋について募集、施行、契約を行う方が、事業経費を差し引いても、市にとってより安定した多くの収入が見込めるものと試算している。

広告代理店方式を導入する場合、できるだけ市内の民間事業者を活用していただきたい。

広告代理店を活用して命名権者を募集する際、導入が進むように歩道橋をうまく組み合わせて複数で募集する仕組みも検討していただきたい。

有料広告やネーミングライツの導入に当たっては、所管課が個々に取り組むのではなく、土木施設と広報さがみはらの広告掲載をあわせた一括の契約方法を検討するなど、より多くの歳入の確保に向けて、庁内横断的に戦略的に取り組んでいただきたい。

委員会評価はC評価とする。

・閉会

全ての審議が終了し、閉会した。

・次回の開催日程（予定）

平成30年9月19日（水）とする。

相模原市経営評価委員会 委員出欠席名簿

	氏 名	所 属 等	備 考	出欠席
1	山口 由紀子	相模女子大学 副学長・教授	委員長	出席
2	川崎 一泰	東洋大学 経済学部 教授		出席
3	出雲 明子	東海大学 政治経済学部 准教授		出席
4	霧生 卓	公認会計士		出席
5	坂本 堯則	相模原市自治会連合会 会長	副委員長	出席
6	山口 恒	相模原商工会議所 青年部会長		出席
7	大輝 茂	公募委員		出席
8	佐藤 あつ子	公募委員		出席
9	石橋 啓子	公募委員		出席
10	澤塚 正史	公募委員		出席