

様式 3

会 議 録

会議名 (審議会等名)		令和元年度 第4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		令和元年8月27日(火) 13時15分~15時15分		
開催場所		相模原市役所 会議室棟2階 第9特別会議室		
出席者	委員	9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 1人
公開不可・一部不可の場合は、その理由				
会議次第	<p>1 開 会</p> <p>2 議 事</p> <p>(1) 審議スケジュールについて</p> <p>(2) さがみはら行財政改革推進指針について</p> <p>(3) 「第2次さがみはら都市経営指針実行計画」平成30年度の取組結果評価について</p> <p>3 その他</p>			

審 議 経 過

1 開会

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

2 議事

- ・ 第4回から第7回までの想定審議スケジュールを事務局より説明し、承認された。
- ・ これまでの委員会の審議を踏まえ、さがみはら行財政改革推進指針の修正案について、事務局より説明し、次回以降、答申に関する審議を行うこととされた。
- ・ 「第2次さがみはら都市経営指針実行計画」平成30年度の取組結果評価について、審議対象の19項目のうち、7項目の取り組みについて、事務局より取組結果を説明し、意見交換を行うとともに、委員会評価について審議し、残り12項目について、次回以降も継続審議を行うこととされた。

(以下、質疑応答・意見交換 は委員の発言、 は事務局の発言)

・ 議事(3)

【取組項目24-3】(委員会評価結果:「C」)

- ネーミングライツの導入にあたり、契約単価はどのように算定しているのかが重要ではないか。契約価格が弊害とならないような分析は必要ではある。
現状、ネーミングライツ導入にあたり、すべての事業で、市場性確保に向けた民間企業のサウンディング調査実施等を行っている状況にはないことから、契約価格の分析など、市場性の確保に向けた取り組み強化については課題であると認識している。
- 本市でいうと、サーティーフォー相模原球場などは、テレビ中継や新聞等への掲載などによる広告効果が高いが、当該事業に同様の広告効果があるとは考えにくく、広告効果が高い事業に力を注ぐことも事務効率の観点から重要ではないか。
契約価格面や導入検討施設の選択など、様々な部分の分析等を行っていくよう努める。
- デジタル広告を除き、広告効果を数値として分析することは非常に難しいと考える。サーティーフォー相模原球場やギオンスタジアムは、高校野球やJリーグの開催等、広告露出度が高いことが要因であると想定される。歩道橋やペDESTリアンデッキでの導入を進めていくのであれば、例えば、ネーミングライツ導入施設巡り等のイベントを行うなど、市側が露出度の向上に係る事業を行うなどの付加価値をつけることも重要と考える。
- 「遅れている理由」と「課題に対する対応」について、遅れている理由は歩道橋等のみの視点であるのに対し、課題に対する対応は、ネーミングライツ制度全体に対する対応に関し記載されており、論理的に飛躍があるように感じる。記載については、「課題に対する対応」は、ネーミングライツ導入が進まないことは、特に歩道橋等において顕著である等の導入部分を入れることが必要と考える。

【取組項目 25 - 3】(委員会評価結果：「C」)

- 他の取り組みでも言えるが、導入実績がないわけではないので、契約前の想定効果と契約後の実績効果との齟齬などについて、既存契約相手の意見を聞くことも重要である。
- 目標値の考え方について、目標設定の変更について柔軟に対応できるよう運用を変更した経過もあることから、現段階で明らかに最終目標の達成が困難なものについて、事業を推進するためにも目標値を変更することも重要であると考え。委員会の承認を受けて、目標値を変更することは可能であることから、目標値の変更も検討していきたい。
- ごみ収集車を持つイメージは、例えばタクシーなどとは異なると考える。そのことを踏まえ、契約者がどのような業種なのか、なぜごみ収集車への広告に興味を持っていたのかなどをしっかりと分析する必要があると考える。
- どのような広告形態か。
ごみ収集車の側面に、50cm×1.2mの範囲で広告シールを貼り、日中市内を運行するごみ収集車の広告効果を狙ったもので、月2.4万円の契約単価で実施している。
- 当該事業は、新規事業者と交渉していたが成約にいたらなかったのか、新規事業者を見つけることができなかったのか、どちらか。
新規事業者を見つけることができなかったというところである。広告募集や既存の契約事業者に対する契約拡大の働きかけにとどまっていた。
- そもそも広告効果があるかという前に、広告募集自体を知らないことも視野に入れなければならない。例えば、事業を始めようとする方が行政に様々な書類等の提出が必要な場で、当該事業のPRを行うことも考えられる。
イベント等におけるPR等が不十分であったこともあることから、今後、PRについても十分に検討していく。
- ごみ収集車の中でも、通行するルートによって広告効果が変わる可能性もあるのではないかと。また、他市がどのような工夫等を取り入れているのかなども情報を得ていく必要がある。
現状の募集についても旧津久井地域については募集を行っていない等の状況も鑑み、募集しているものについても分析が必要と考える。
- 募集車両に、広告募集を行っているというPR掲出はしていないのか。
実施していない。
- 他と同様に、目標値の変更を検討するとともに、目標変更と同時に、なにをすべきかをはっきりと決めていくことが重要である。
- PR、事業者開拓、契約等を仲介として民間に任せ、成約に至った場合に仲介業者にインセンティブを与えるという方法もあるのではないかと。民間の力を有効的に活用すべきである。

【取組項目 25 - 4】(委員会評価結果：「C」)

- 自動販売機設置を検討するのであれば、自動販売機に広告掲出等の展開も検討できるのではないかと。

- 駐車場に自動販売機を設置することは、いい考えである。車両を駐車した後の休息の場として自動販売機を活用することは有効と考える。

自動販売機の設置にあたっては、緑区合同庁舎内や他の公共施設での設置は行っており、土地使用料とほかに、売り上げ利益の一部を市に充当することを前提に、競争入札の実施等を行っているところである。当該事項も前提としながら、委員の皆様からいただいた意見については所管課に伝え、よりよい方法による設置となるよう努める。

- 駐車場側面への広告設置については、景観に配慮することも重要であり、状況により街の景観を損ねることとなる。公共施設についてはシンボリックな面があることから、市場性と別に、十分に検討して、導入すべきかを考える必要がある。
- 現状、他の方策による方向性を定めたということであるが、評価方法に照らすと、「C」評価が妥当と考える。一方で、新たな方向性を検討したのであれば、当該事項にあわせ目標変更を検討していただきたい。

- 当初設定していた目標を安易に取り下げることが、当該の進行管理計画自体の妥当性について疑問が出てしまう可能性もあるのではないかと考える。

市場性の確認や安全性の確保が困難であるのか等、検討状況がはっきりと説明できて、委員の皆様が納得をいただいた上で変更すべきであり、市として当初設定した目標を安易に変更すべきでないと考えている。

- 当該項目の本来の目的は、積極的な歳入確保であり、有料広告の設置はその手法のひとつであり、当該目標設定については、委員会としては本来目的に当該手法が沿っているとの判断から承認していると認識している。取り組みを進める中で、当該手法による実施が困難であれば、本来目的の積極的な歳入確保に沿った新たな方向の検討は必要である。市が変更するにあたり、目標変更が安易であるかどうかは、委員会でしっかりと議論をすべきであるが、当初目標に固執することなく、委員会の承認を前提とした柔軟な対応を可能と考えるべきである。

当該事業に係る目標変更については、委員会に審議いただくための材料が整っていない部分もあることから、次回以降の継続審議とさせていただきたい。

【取組項目 25 - 5】(委員会評価結果:「C」)

- バナー広告は、アクセスした方に沿った広告が出るようになっているのか。HP内のページごとに広告が可能であるが、ユーザーの検索頻度等の状況にあわせ、適切な広告が出る仕組み等を行っていない。
- バナー広告による収入がないわけではなく、一定の収入は確保していることを踏まえながらも、時代の変化にあわせたニーズに対応していくことが重要である。例えば、税に関するページにおいて、個人税理士事務所等に声をかけることや、商工会議所を通して、適切な事業者にアプローチするなど、事業推進に向けた工夫は行っていくべきである。
- 法人会、青年会議所等においては、毎月、会報を出している。当該会報にPR広告を出すことも有効であると考えられる。同時に、バナー広告を出すことによるようなメリットがあるかを伝えていくことも重要である。また、バナー広告を知らない事業主も多いのではないかと考える。

- バナー広告掲載を行っていた事業主から、バナー広告を介したアクセス数が一定程度確保できたという意見も伺ったことがある。そのようなメリットはしっかりと伝えていくべきである。
- 広告掲載による財源確保のあり方の検討が必要と記載があるが、広告形態には様々なものがあり、バナー広告はその手法のひとつにすぎないとする。バナー広告の需要低下だけをもって、広告掲載による財源確保が難しいと考えるべきではないのではないか。
- 季節性や地域に特化したイベントや祭りの開催にあわせ、当該イベント等を検索したいユーザーをターゲットにしたスポット的な広告を募集するなどの方法も検討してはどうか。このようなことは、歳入確保とほかに地域の活性化に資することもあると考える。
- 当該事業については、検討すべき事項や分析がしきれていない印象を持つ。現段階で、広告掲載による財源確保のあり方自体を検討するのは時期尚早であるとする。
- 市のHPにおいて、利用者にとっては広告がないほうが見やすい。広告効果等を考えれば、広告の位置等の検討をしていくこととなると思うが、広告に関する考えに特化しすぎて、利用者の利便性を損なわないよう注意して検討していただきたい。

【取組項目 25 - 6】(委員会評価結果：「C」)

- アクセス数調査結果について、目標を超えているのか。
アクセス数自体に目標を設定していないが、上昇傾向とはいえない。
- バナー広告のクリック率は高くても0.5%、通常0.1%とも言われている。現状のアクセス数ではほとんど広告効果はないといえるのではないかと。また、インターネットで「緑区 移住」や「緑区 家賃」と検索しても当該サイトは出ず、「すもうよ緑区」とダイレクトに検索しないと出てこない状態では、誰も見ないと思われる。
- 当該サイトを誰に見てもらいたいのか伝わらない。市内他区の居住者に見てもらいたいのか、他市居住者に見てもらいたいのか等が定まらなさと、PRすべき対象もつかめないのではないかと。
- 対象としたいターゲットをしっかりと明確にし、対象に向け、より有効的な努力を行うことは、プロフェッショナルな部分もあり、行政が自ら行うことには限界がある。委託しているのであれば、委託先においてしっかりと考えて行っていただく必要がある。
緑区だけではなく、市としてのシティプロモーション全体のターゲットが、近年になって分かってきている部分があり、当該サイト創設時にはっきりとしていなかった事実もある。現在は、20代・30代をターゲットにシティプロモーションを行っていきこうとの動きもあることから、ご指摘も踏まえながら、当該事業も向かうべき方向性に沿って行っていく必要があると考えている。
- 有料広告推進のためには、緑区の魅力である観光をサイトのメインの一つとして掲げていることも重要である。

ユーザーが緑区の事業に関し、検索する項目に連動した形でサイトが閲覧しやすいようにするなどの戦略的な工夫を行うことは、今後の課題である。

- 当該事業は、他の有料広告とは趣旨が異なると考える。当該事業の本来目的は、緑区に人を呼び込むことで、広告の一つの手段である中で目標値が広告導入になってしまっていることは課題である。広告導入の前の当該サイトの周知をしっかりと行っていくことが先決で、そのような方向で目標を変更し、一定の周知を行った後に、広告について検討していく必要がある。

【取組項目 26】(委員会評価結果：「B」)

- 協賛・協力をいただいた事業者の意欲等の分析は行っているのか。
現状は、分析ではなく、新たな契約者の創出に向けた取り組みとして、広報活動や個別企業等への営業活動を行っている。
- 当該事業は、いつ頃から行われているのか。
2001年(平成13年)である。
- 写真コンテストはどのような人が出ているのか。
プロの部とアマの部がある。
- 相違があるかもしれないが、当該事業は市内の著名な写真家に開催のルーツがあるのではないかと。そうであるなら、ブランディングをしっかりとすることが重要ではないか。
プロの写真家に対しては一定の浸透力がある一方で、一般ユーザーに浸透していないといった課題はある。
- 事業のプロデュースを著名人や広告力のある企業に任せることもひとつの手法である。
光学機器メーカーや写真関連企業による協賛はいただいているところである。
- インスタグラムで、「ハッシュタグ相模原」で検索しても25万人いる。このようなユーザーをライトに巻き込むような仕掛けを行っていくことも大事である。また、当該ユーザーが巻き込まれていくことが事業の価値を生んでいくと思う。
- 他の事業もそうであるが、同様の目的を違う所管課でやっていること自体に無駄が多い印象がある。広告に特化した所管や担当者を置くことが効果的な事業の展開に繋がると考える。

【取組項目 28】(委員会評価結果：「A」)

- 保育料について、無償化の開始等による取り扱いはどう考えているか。
来年度の進行管理の取り扱いについては、10月以降の無償化施行後に決定し、お示しする。今年度の進行管理については、平成30年度の取り扱いであることから、通常通りの進行管理としてご審議いただきたい。
- 生活保護費返還金を他の市税等と同様に扱うことには疑問がある。
- 課題に対する対応として、法改正に伴う強制徴収債権の適用を拡大させるとの記載があるが、当該記載方法は行政の恣意的なニュアンスが見えてしまう。関連法に沿った運用が前提であることから、「適正」や「適切」といった表現の方がよいのではないかと。
記載方法について検討する。

- 過去は市税の一括納付に前納報償制度があったが、活用は困難か。当該制度は有効的であると考え。

現在は、コンビニでの納付やインターネットバンキング等の納付方法の拡大を行っている。前納報償は納税者にとっては有効的な制度である一方で、市税の減収となることも踏まえると、今後も電子納付等、様々な納付方法の拡大に努めることが優先事項であると考え。
- それぞれの債権については、各所管課で対応しているのか。

当該事業はそれぞれの所管課で徴収業務を行っている。今回の審議対象にはなっていないが、過年度分の未収金については、債権対策課でとりまとめて徴収業務を行っている部分もある。
- 生活保護と住宅使用料など、滞納者について関連する項目もあると考えが情報共有についてどのように考えているか。

債権対策課により、各所管課への徴収事務に関するノウハウの共有や支援は行っているが、一括した管理等は行っていない。
- 生活保護費返還金と住宅使用料は、生活困窮者を対象とすることが課題となっているが、生活困窮者は支払い能力が低いことも考えると、当該対象者に、毎月や定期的な催告の送付等を行うことは、事務経費の無駄とも考えられることから、難しい面もあるが、時効対策に特化し、長いスパンでの催告等を行うことや、債務免除を行うという判断もある。
- 生活困窮者に対しては、金銭支給ではなく、現物支給という方法の方が、本来担うべき保障に繋がるのではないか。
- アイデアとしては面白いが、生存権の保証等を考えると行政が行うことは困難かもしれない。

生活保護費返還金については、生活保護受給者に関しては、生活保護費から債権を差し引いて支給するようなことも行っているが、対象者の中には、生活保護は廃止となって自立してしまっているものの、低所得であることは変わらずに、債権が納付できないといったことも伸び悩みにつながっている。
- 主に低所得者を対象とする債権を他債権と同様に評価していくことには課題もあると考え。
- 債権全体で考えると収納率は高いと想定され、「A」評価に近いと考えるが、達成困難となっている債権をどう改善するかも重要であるものの、特に生活保護費返還金については、難しい面もある。課題を浮き彫りにして委員会の中で議論する必要性はある。
- 生活保護費返還金については、目標の再検討も必要かもしれない。

住宅使用料については、目標に対する実績に大きな乖離はなく、今後の取り組みにより、最終目標に到達することは可能であると想定している。しかしながら、生活保護費返還金については、目標達成が困難であり、設定目標と現状に乖離があったことも否めない。
- 債権回収に偏らず、不正受給を除き、申告に対する差額の発生等については、返還金の発生を抑制する対策に注力することも大事である。
- 住宅使用料について、管理者は徴収業務に精通しているのか。

一部業務には、指定管理業務として行っていた部分もあり、募集時には業務として明記していることから、専門的な人材を管理者としているかについては不明だが、業務を行う前提で、指定管理者となっている。

- 生活保護費返還金については、目標値を、返還金発生を抑制することで、債権金額を減らすという設定の方法もあるのではないか。

市として収納未済額を捉えていることから、そのような目標を設定することも可能と考えられる。検討したい。

- 評価としては、目標に到達していない債権はあるものの、他債権の収納率は高いことも考慮すると、「A」としてもよいのではないか。

- 心情的には「A」とすることもよいが、一方で「A」となることで、課題が隠れてしまうという懸念もある。

委員会で議論していただくことを前提に、評価を「A」とし、但し書きとして、課題部分を明確に記載するといった方法もある。

- 但し書き対応がよいのではないか。

評価を「A」として、但し書きの案も含め、次回の委員会に置いて再度提示させていただき、ご審議いただきたい。

3 閉会

全ての審議が終了し、閉会した。

以 上

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・ 人間社会学部 教授	委員長	出席
2	川崎 一泰	中央大学総合政策学部 教授		出席
3	出雲 明子	東海大学 政治経済学部 准教授		欠席
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	染谷 耕平	相模原商工会議所 青年部副会長		出席
7	三好 上次	公募委員		出席
8	神田 広幸	公募委員		出席
9	青木 庸江	公募委員		出席
10	澤野 光晴	公募委員		出席