

会 議 録

会議名 (審議会等名)		平成30年度 第3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9月19日(水)18時30分~20時20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	8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		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				

審 議 経 過

・開 会

定足数及び傍聴者の確認を行い、第3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」(以下「実行計画」という。)の平成29年度取組結果と局評価、建議書案について説明した。

(以下、質疑応答・意見交換 は委員の発言、 は事務局の発言)

【10応急手当ができる市民の拡大】

前回の補足説明として、上溝小学校における応急手当モデル授業や救急普及啓発広報車、応急手当普及員・指導員の再講習の実施状況について、事務局から説明した。

【21区の魅力づくりの推進(緑区)】

前回のご意見を踏まえ、当初の目標指標である「ホームページアクセス数」から、「Twitter(ツイッター)の月平均インプレッション獲得数(ツイートを見た回数)」へ変更することについて事務局から説明し、変更が同意された。

【25-1有料広告の推進 市営斎場(駐車場)】

広告を設置できないやむを得ない事情があり、目標を変更して取り組んでいることは理解するが、平成29年度は結果として飲料自動販売機の設置には至らず、B評価の基準である目標の8割以上が達成されているとは評価できないことから、C評価が妥当ではないか。

自動販売機設置の仕様検討に当たっては、利用者のニーズを踏まえ市場性の有無を民間事業者との対話により把握し、その結果、ニーズや市場性が低い場合は、自動販売機設置の目標に固執せず、必要に応じて新たな目標を設定して取り組んでいくことを検討していただきたい。

いただいたご意見も踏まえ、今年度も自動販売機設置の応募がない場合など、必要に応じて今後の具体的な対応策について検討させていただきたい。

目標を変更することについては同意することとし、委員会評価はC評価とする。

【25-4有料広告の推進 緑区合同庁舎駐車場】

有料広告の仕様検討に当たっては、市場性の有無や民間事業者の参入意向、設置条

件などについて早期に調査する必要がある。導入が進まない理由として、市の設定価格が高いのか、又はニーズそのものがないのか分析し、その結果を踏まえ、導入が適さない場合は当初の目標に固執せず、方針を変更するなど柔軟に対応していくべきである。

各年度で段階的に取り組むべきではないか。平成31年度までの3か年の年度別取組計画がすべて検討・調整となっており、具体的な進捗が見られず、現時点では目標とする1箇所の導入には至っていないことから、B評価ではなく、C評価とすべきである。

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C評価とする。

【25-5有料広告の推進 ホームページ】

多くの市民は、市のホームページに特定の目的を持って必要な時にアクセスしていると考えられ、目的と関連なく掲載されているバナー広告は目に留まりにくい。ニーズに合わない広告を表示しても、その広告価値は低く、目に留まることもほとんどないと思われるので、民間のウェブサイトで見られるようなターゲットに合わせたページと連動した広告の表示は可能か。アクセスした人のニーズに合わせた広告を表示することができれば、広告価値が高まり、収入増につながると考える。

「暮らしのガイド」は、掲載内容に合わせた広告が掲載されており、大変見やすい。

自治体のホームページは、様々な情報が目次形式で表示されており、知りたい情報のページにたどりつくまで時間がかかることが多く、広告価値が高まらない原因の一つと考える。今後は、多様化する市民のニーズを踏まえたホームページの在り方や仕組みの検討も行うことで、広告価値を高めていただきたい。

いただいたご質問については、次回までに所管課に確認する。具体的な対応策については、今後検討させていただきたい。

委員会評価はB評価とする。

【25-6有料広告の推進 緑区特設サイト(区ビジョン推進事業)】

平成31年度までの取組計画がすべて検討・調整となっており、現時点では新規導入実績がないことから、B評価ではなく、C評価とすべきである。

【25-5有料広告の推進 ホームページ】と同様、多くの市民は、緑区特設サイトのページに特定の目的を持って必要な時にアクセスしていると考えられ、目的と関連がないバナー広告を掲載すると目に留まりにくい。今後は、市民ニーズや効果を踏まえたサイトの在り方の検討を行うことで、広告価値を高めていただきたい。

委員会評価はC評価とする。

【26総合写真祭「フォトシティさがみはら」の協賛企業等の確保】

「フォトシティさがみはら」はどこで行われているのか。

プロの部・アマチュアの部の受賞作品展や子ども写真教室などの作品展は、市民ギャラリーで開催している。また、プロの部の受賞作品展は、協賛企業に市外の会場を提供していただいております、アマチュアの部は市内巡回展として、ユニコムプラザさがみはらや図書館などの公共施設や金融機関などで開催している。

事業の目的は何なのか。市内で撮影された写真をテーマとしているのか。

市内で撮影された写真に限らず、国内・外のプロ写真家の顕彰やアマチュア写真家の作品発表の場の提供、写真展や親子写真教室等のイベントの開催を通じた幅広い世代に対する写真文化の振興を目的としている。

民間でも写真展やコンテストは開催されていることから、事業の在り方や効果を検証しつつ、展示やイベントの来訪者数をさらに増やしていく新しい仕掛けが必要と考える。その結果、新たな協賛企業の増加にもつながるのではないかと。

現在の実施手法にこだわらず、現在、協賛・協力していただいている民間事業者を含め、全て民間に任せる新しい手法なども検討してはどうか。

「フォトシティさがみはら」をさがみはら文化の情報発信の場として発展させるためには、さらに来訪者を増やし、認知度を高めていく必要がある。例えば、市内の魅力スポットをテーマとした市民参加型の写真展やコンテストを実施し、相模原市の魅力を国内・外にPRする機会としてはどうか。

市内にある身近な緑や水などの豊かな自然の魅力を、写真を通じて市内・外に発信することにより、新たに人を呼び込む効果が期待できるのではないかと。

文化的政策は、一般的に取り組んですぐに効果が発揮されるものではなく、継続的に取り組み認知度を高めていくことが必要であるが、一方で、市自らが事業を実施する意義は何なのか見直す必要もある。

写真をさがみはら文化の一つとして市民に根付かせていくためには、次代を担う子どもたちが写真に触れる・親しむ教育の機会をさらに増やすなど、将来につながる取組を進めることが必要ではないかと。こうした取組は、カメラメーカー等にとっても将来の需要につながることから、「フォトシティさがみはら」を含めた写真文化事業に対する民間企業からの協賛・協力を得られやすくなると考える。

委員会評価はB評価とする。

【34-2低未利用資産の利活用 普通財産（津久井地域）の利活用】

各所管課における平成31年度までの取組計画がすべて検討・実施で同一となっており、様々な事情がある中で、利活用に向けて実態確認や活用策の検討を行っていることは理解するが、現時点で具体的な進捗が見られないことから、B評価ではなく、

C評価とすべきである。

取組の目的は、低未利用の土地をいかに有効活用していくか検討し、新たな利活用に結びつけていくことであるが、平成29年度の実績からは、利活用に至った具体的な成果が読み取れないので、現時点では評価が困難である。具体的な事例について示してほしい。

いただいたご質問については、次回までに所管課に確認する。

委員会評価はC評価とする。

【39生活保護受給者の就労による自立支援】

生活保護受給者の高齢化や自立に向けた課題が複雑化する中で、指標としている就労支援による新たな就職者数と扶助費の削減額の目標達成は難しいのではないかと懸念されている。

受給者の率直な意見を聞く機会の充実など、自立支援の仕組みを見直してみてもどうか。

就労意欲の喚起や就労相談、職業紹介など、個々の受給者の実情に応じた就労につながるサポートや就労後のフォローを継続的に実施していただきたい。

取組の課題として挙げられている「自立に向けた課題が大きい者」とは、具体的にどのような課題を指すのか。

例えば、傷病・障害、若年無業者、ひきこもりなどが挙げられる。

就労意欲・能力がありながら、それらの課題により就労できない方たちに対しては、個々の状況に応じたきめ細かい継続的な支援を実施していくことと、生活保護に至る前段階での就労支援の取組を更に進める必要があると考える。

委員会評価はB評価とする。

【59観光施策の強化】

【21区の魅力づくりの推進(緑区)】の評価でも意見があったが、様々なメディアを活用しながら、更なる相模原市の魅力発信に取り組んでほしい。

相模原市ならではの特産品は少ないが、今後は「相模原お土産大賞」などとの連携を図りながら、民間と共同で新商品を開発し、相模原のシンボルに成長させていく取組も必要ではないかと懸念されている。

都心からの便が良く日帰りで楽しめる高尾山は外国人を含めた観光客が多いので、それらの地域とも連携を強化しながら、市内に登山客・観光客を呼び込むような取組を進めていただきたい。

市内の魅力スポットをテーマに、公共施設の空きスペースを活用した写真展の開催などにより認知度を高めるとともに、SNSの更なる活用などにより、国内・外へ情報発信を行ってほしい。

委員会評価はB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）

10月18日（木）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・ 人間社会学部 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		欠席
5	坂本 堯則	相模原市自治会連合会 会長	副委員長	欠席
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