

令和7年度 行政改革審議会（外部評価） 議事録要旨

日 時	令和7年10月14日（火）午後3時～5時15分	
場 所	市役所 第10会議室	
出席者	委 員	（グループリーダー）杉戸厚吉、小鹿登美、小山敦、鈴木寛、寺田 覚
	担当課	【広告掲載等実施事業】 企画政策課長、企画政策課課長補佐、公民連携係係長 【自転車活用推進事業】 都市計画課長、総合交通係係長、総合交通係主事
	事務局	経営管理課長、経営管理課課長補佐、経営管理課（行革・経営係長、橋本専門主査、中川専門主査）
次 第	1 経営管理課長あいさつ 2 外部評価の進め方について 3 外部評価 （1）広告掲載等実施事業 （2）自転車活用推進事業 4 振り返り	

- 1 経営管理課長あいさつ
- 2 外部評価の進め方について
（事務局説明）
- 3 外部評価
（1）広告掲載等実施事業

（企画政策課説明）

○委員

バナー広告も掲載紙も、基本的には公募して、応募があった中から選ぶということですが、応募数が少ないことから、市役所側から売り込みに行ったことはありますか。

○企画政策課

企業に対して、こちらから売り込みをしたことはありません。

○委員

応募した企業全てを掲載しているわけではないと思うのですが、バナー広告、掲載紙で、どれぐらいの企業から応募があって、その中からどれだけ採用したかわかる実績はありますか。ホームページ上のバナー広告の場所も限られていると思いますが、応募数でちょうど収まっているのでしょうか。

○企画政策課

バナー広告は10枠募集しています。ご覧のとおり、現在2枠空いています。バナー広告に関しては、広告代理店が仲介していますので、代理店を介しての応募になりますが、11枠目以降を掲載したり、期間を按分する等の仕様でも掲載は可能です。

○委員

わかりました。全く別の観点からの質問ですが、バナー広告に載せている企業が掲載して良かった、とどのように判断しているのでしょうか。評価をしたことはありますか。

○企画政策課

掲載事業者からの評価やコメントはお聞きしていませんが、不評であれば、掲載期間を短縮して、次回は掲載しないということになりますので、それが事業者の評価だと思います。

○委員

説明を聞いていますと、全体的にかなり受動的な対応だと思います。応募した企業を載せているだけで、全10枠に対して8枠しか埋まっていないのであれば、残りの2枠について何らかの営業活動をする必要があると思いますが、なぜ営業活動をしていないのでしょうか。先程の説明には、この事業が市にとって大事な収益事業だという説明がありましたが、ほとんどコストがかからないのであれば、収益の最大化、売上の最大化を目指せばいいと思いますし、そこを目指すのであれば、顧客が誰で、どうやってアプローチをしていけばいいのか、ということを考えないといけないと思います。こうした事業は、景気が悪くなると一気に萎みますので、そこも想定した上で、企業に掲載を続けてもらうためにはどうすればいいか、バナー広告の意義は何か、というのを考えた方が良くと思います。それは、掲載している企業が判断するのではなく、市役所が把握して、売り込む材料にする。これは民間企業の発想ですが、売り物を持っているのは市役所であって、その売り物の価値が何かということを考え、手を変え、品を変え、市は売り込みをする必要があると思います。そういうことをやって顧客を開拓できると思うのですが、お話を伺っていると、その姿勢が欠けていると思います。

○委員

私も同様の考えです。広告代理店を介しているという説明がありましたが、これは、市が直接事業をやることはできないのでしょうか。

○企画政策課

バナー広告は広告代理店に仲介を依頼していますが、あんくるバスの時刻表等は市が直接公募して対応しています。

○委員

広告の契約において広告代理店に渡るお金があると思うのですが、その部分は、この事業費の中でどこに仕分けられていますか。先ほど、市の姿勢が受動的だという話がありましたが、市の職員が、広告媒体のアイデアを出し合うのもいいかと思います。庁内でアイデアを出し合うことはやっていますか。

また、事業評価シートには、庁内向けの啓発イメージが活動指標として記載されています。この活動指標の数値が何を表しているかよくわからないのですが、もし件数を指すのだとすると、啓発とは、何を指すのでしょうか。その目標が1件というのは、大変消極的に感じるのですが、いかがでしょうか。

○企画政策課

活動指標は、庁内に向けた事業の周知啓発回数を指してしまして、事業を活用して収益を得ている課の紹介を上半期と下半期で各1回ずつ行うことを考えています。この指標としたのは、広告募集等によって収益を得たことがない部署は、自分たちの事業が収益に繋がるという認識がありませんので、実例を周知することで、こうした課にイメージを持ってもらうことを目的としています。

また、頻回に周知しても情報が擦れてしまい、あまり効果的ではないという印象がありますので、事業を見直すタイミングに合わせるため、上半期と下半期に1回ずつぐらいの情報発信がいいのではないかと考えています。

○委員

質問の意図としては、啓発することにより、職員から媒体に対するアイデアが上がってきたかをお尋ねしたかったのですが、元々KPIの数値を高く設定していないということから考えると、財源確保に対する機運が庁内で不足しているのではないかと思います。民間事業者のニーズを把握できないと課題に記載されていましたが、逆に、民間事業者からすると、どういったものが媒体になり得るのかがわからないのではないかと思います。職員のアイデアから新たな媒体が出ればと考えています。

○委員

事業評価シートの課題に、民間事業者のニーズを把握できないために提示できないと記載されていますが、市から様々な提案をしていただきたいと思います。どのよう

に広告を利用したいのかや、媒体のアイデア、他市の事例をアンケートで調べることもできると思います。よく広告事業では、“Win-Winの関係”だとか、“新たなマーケティング”と言われますが、世代によって広告となり得る媒体は異なると思いますし、相手にとっても、どれだけメリットがあるかが大事だと思いますので、媒体の有効性について市がイメージを持って進めて欲しいと思います。例えば、歩道橋の広告だと、車で走っている人が対象になると思いますし、マンホール広告は、子どもから幅広い世代が対象、また、封筒は様々な対象が考えられますが、子ども世代に対しては将来的な効果もあると思います。中でも、ネーミングの施設拡大は、アリーナだと330万円、ギャラクシーホールだと250万円、市にとって大きな財源確保になると思いますので、もっと有効性を打ち出すことが必要だと思います。

令和8年度は、ネーミングライツは歩道橋の一つということで活動指標がプラス1となっており、今後についてはまだ具体的な予定がないと回答がありましたが、経費減として活用できる市の印刷物の予定はないでしょうか。

○企画政策課

印刷物ですと、現時点でアイデアはないのですが、庁内に向けたアンケートは実施したいと思っています。例えば、今、庁内のエレベーターにアジア大会の装飾をしているのですが、これは私達としても新しい取組で、アジア大会が終わりましたら、民間広告の媒体となる可能性があるかもしれません。庁舎管理している行政課でと協議を進めていく可能性はあると思います。

○委員

ネーミングライツは現在4件ですが、安城市には、公民館や歴史博物館等の公共施設がたくさんあります。そうした施設のネーミングライツを今後一つずつ増やすということで、活動指標を毎年プラス1としているのでしょうか。現在の進捗状況を示すものはありますか。

○企画政策課

ネーミングライツを今後増やしていきたいのは歩道橋です。広報10月号でも募集を掛けています。

○委員

市が作った歩道橋ではなく、県や国が作った歩道橋についてもネーミングライツは可能でしょうか。

○企画政策課

県道の歩道橋でも市管理のものがありますので、可能性はあると思います。ただ、県や国が管理している歩道橋は、例えば、県が事業としてネーミングライツを募集した場合には、それは県の収入になります。

○委員

歩道橋のネーミングライツは5年毎ぐらいで更新して、また募集すればいいと思いますし、その歩道橋を作った建設会社、設計したコンサル等を広告主とすれば、会社の宣伝として一番わかりやすいのではないかと思いますので、その辺にアプローチするのもいいかと思います。

話は戻りますが、体育館とソフトボール場、文化センターがネーミングライツをしています、市民会館や公民館はどうでしょうか。

○企画政策課

令和2年に、その当時の市内施設を、例えば、「年間の利用者数が何万人以上」といった基準や、「既に市民交流センター内にわくわくセンターという名前があって、さらにネーミングライツをすると市民が混乱する可能性がある」といった、様々な条件で絞り、その結果、効果があると見込まれる4施設についてネーミングライツをしました。令和2年度に判断したものですので、見直しをするタイミングを見計らって改めて判断していきたいと思いますし、これから新たにできる施設については積極的に導入していきたいと思います。

○委員

ネーミングライツが一番収入に繋がるのではないかと思います。経費も掛かりませんし、増えていけば収入に繋がります。庁舎は今アジア大会の装飾がされていますが、陸上競技場やソフトボール場は、もう少し看板があってもいいと思います。1年でも2年でも、たくさん募集して広げていくと良いと思います。

○委員

実際には企画政策課は事務局であって、実行部隊となるのは各課です。だから、企画政策課が、実行部隊となる各課の職員にこの事業の目的を理解してもらい、こうやればいいというアドバイスも含めて啓発や啓蒙するのは難しいことだと思います。そうした啓発や啓蒙は地道にやる必要がありますので、事務局と、実行部隊となる各課がそれぞれの役割を果たしながら、常時連携しながら進めることが必要だと思います。最終的には、事務局がどれだけ手綱を引き締めるかが重要ですが、実際に行うのは大変だと思いますので、担当課にどれだけ動いてもらうかということを常に考えて事業を進めていただければと思います。

○委員

先程までの質問の中にもありましたが、広告代理店を介しているのは、バナー広告とデジタルサイネージだけでしょうか。他にもありますか。

それから、広告代理店の手数料についての質問もありましたが、基本的には、広告やデジタルサイネージについては広告代理店に任せていて、バナー広告については、市は広告代理店が仲介したものを掲載するのみ、デジタルサイネージについては、市が行う作業はほとんどないという理解でよろしいでしょうか。その2点確認をお願いします。

合わせて、成果報酬型の取組で実施しているものは何かありますか。例えば、他の自治体では、企業版ふるさと納税で、企業が集めた分の何%かを成果報酬として集めた企業に返すという、成果報酬型をやっているところがあります。安城市は、そうした成果報酬型のものはあるのでしょうか。

○企画政策課

企業版ふるさと納税は、安城市でも成果報酬型の契約を結び、寄付を募っていた企業に20%とか報酬を払うという仕組みはあります。しかし、広告事業では、まだそうした取組はありませんので、事例を研究していきたいと思います。

○委員

広告代理店を介しているのは二つですか。

○企画政策課

事業評価シートの記載しているものを上から見ますと、バナー広告、デジタルサイネージ、窓口封筒が広告代理店を介する形になっています。他に、お悔やみガイドブック、番号札の発券機モニター。子育てガイドブック、マタニティバッグのストラップ、出産応援ハンドブック、20歳を祝う会の記念冊子についても、広告代理店の協力を得ながら広告事業者を集めています。広告事業者が集まった際には、そのまま広告を掲載するのではなく、各課が事業者の内容を確認し、市の媒体に掲載するに耐える事業者かどうかという審査をしています。

○委員

そうすると、いくつかの広告媒体については広告代理店を介していますが、広告代理店では、企業ニーズを把握していないのでしょうか。あるいは、広告代理店が企業ニーズを把握しているということで、リサーチを依頼したことはありますか。

○企画政策課

各課が企業ニーズを把握したい意向があるのか、事務局も把握していないのですが、おそらくそこまで手が回っていないというのが現状だと思います。

○委員

今、ウェブサイトのバナー広告についてご意見やご質問が出ましたが、私は音楽関係のイベントを主催していきまして、実際にチラシを作成したり、ホームページ作成の際に協賛いただいた方のバナー広告を全部作成します。ウェブサイトの方は1年契約ということですが、価格はいくらで募集していますか。

○企画政策課

1年契約で、令和6年度は73万8,500円でした。

○委員

相当高いですね。10枠募集しても8枠しか埋まらないのがわかります。

○企画政策課

契約期間は1年間で、令和7年度は70万円を最低価格にして公募をかけたところ、どこからも応募がありませんでした。このため、令和7年度は50万円を最低価格として募集しました。正確な金額を出せませんが、55万円程度だったかと思います。

○委員

応募がたくさん来るように安い価格に設定して、金額が上がるような仕組みはどうでしょうか。安い価格に設定すれば、100者ぐらい応募があるかもしれません。そういう需要と供給を考えた価格設定を試していただきたいと思います。

○委員

そろそろ時間ですので、評価シートの記入をお願いします。

評価シートの「拡充」と「要改善」の違いを確認したいのですが、「拡充」というのは、事業費や予算、つまり、金と人を増やして、もっと積極的にプロモーションすべきだとするのは「拡充」。「要改善」というのは、現状の体制の中でやり方等を改善して、事業者を増やしていくという理解でよろしいでしょうか。

○経営管理課

事務局から補足させていただきます。「拡充」と「要改善」の違いについてよくご質問を受けるのですが、「拡充」というのは、例えば、事務局の人員や予算の事業規

模全体を大きくするものが「拡充」です。「要改善」は、人員や予算規模は現状のままで、やり方や方法を変えるものと説明しています。今回の企画政策課につきましては、事前のすり合わせの中で、例えば、対象資産の選定といったものを含め、民間の力を借りるのも「拡充」の一つの方法なのではないか、ということで今回例示を作成しました。一方、「要改善」については、既存の規模のままで、やり方や方法を見直していくということで、例示を作成しています。

○委員

そういった視点で見ると、現状では、0.1人分の60万円で事業をやっていますので、ほとんどお金をかけずにやっているという視点で評価をお願いします。

追加で質問ですが、よく市がいろんなイベントを主催すると思うのですが、そのイベントに対する協賛金は広告費の中には入っていないのでしょうか。

○企画政策課

広告掲載等実施事業の要綱で規定しているものではありませんので、広告費に参入されていません。

○委員

実際は、協賛金という形で企業からお金を集めていたり、イベントに物品提供をしてもらうことがあると思いますが、それについては広告費に入っていないということですね。他にも様々なものが市に入っているのだと思いますが、その実態をどこまで捕捉出来ているか、どこの部署が把握しているのかわかりませんが、その部分については企画政策課では把握していないということですね。

それでは評価の集計を公表したいと思います。「拡充」が2人、「要改善」が3人ということで、評価結果としては、「要改善」となりました。委員の皆様のコメント中には「拡充」も「要改善」も、いろんなご意見もあろうかと思いますが、そのコメントを見て、市で検討していただきたいと思います。

(2) 自転車活用推進事業

(都市計画課説明)

○委員

2点質問します。利用方法がオープンストリートのアプリによる予約で、支払いはキャッシュレス、カード決済ということで、利用者の対象がかなり絞られると思うの

ですが、郊外での利用拡大を目指す場合、高齢者や、あんくるバスが利用できない地域でのサポートはどのような可能性があると考えていますか。

2つ目の質問です。事業収入についてですが、利用料の3割が収入で、令和6年度は110万円となっています。令和8年度からは国庫補助金がなくなってしまうのですが、シェアサイクル機器の導入や管理料を抑えた場合、一般財源の収入額が増えることはあるのでしょうか。それを見込んで1ポート3台のサイクルとしているのか、説明をお願いします。また、この国庫補助金は、令和6年度12月から「新しい地方経済・生活環境創生交付金」に名称を変更していると思いますが、要件や利用方法が変わることがありますか。

○都市計画課

シェアサイクルはスマートフォンによる利用が前提のシステムですので、スマートフォンがない場合には、簡単に普及が進まないと思っています。高齢者やあんくるバスのエリア外の郊外の方については、あくまで一例ですが、シェアサイクルの利用方法の紹介というより、福祉部局と連携して、スマートフォンの使い方講座等の中でシェアサイクルを紹介して、使ってみたらどうでしょうかという提案も考えられるのかなと思います。

次の質問ですが、成果報酬の7割についてと今後の事業展開についてのご質問だと思います。イニシャルコストは令和5年が一番大きく、昨年度は少し減少しましたが、今年は“ららぽーと”の開店という大きなインパクトのある出来事がありましたので、少し増えました。国庫補助の名称は変わりましたが、「デジタル田園都市国家構想交付金」の期間は3年間と言われています。従前の内容を引き継いで改称されておりますので、期間は基本的に延長しないと認識しています。こうした状況の中で、過大に事業費が増加しないように、市内全域に展開できるように今検討しています。

○委員

レンタサイクルからシェアサイクルへの転換がうまくいったという視点で説明を伺いました。それから、このシェアサイクルを公共交通として位置付けているのは正しいと思っています。

質問が4つあります。まず、先ほどの説明にもありましたが、今年は“ららぽーと特需”がありました。もし、“ららぽーと”というバイアスを除いたら実力値はどうだったのか、評価したことはありますか。それが1つ目の質問です。

それから2つ目は、広く「市民」を対象にしているということですが、「市民」とは一体誰を指すのでしょうか。様々な場所にポート設置するなら、どういう人が利用しているかを把握しなければ効率的な運用はできないだろうと思いますし、対象がわからないのになぜこの事業ができるのかと思います。難しいかもしれませんが、利用

している人が誰か、を把握する努力は必要だと思います。「市民」とは誰か、利用者は誰か、ということは何らかの形で把握する努力をしているのか、をお聞きしたいと思います。

それから、先ほどの質問に少し関連しますが、この事業を自立事業にする気持ちはありますか。市では様々な事業に補助金を使っていると思います。現在、安城市は財政力指数が良いですが、今後悪くなる可能性もあります。悪くなった時にこの事業をやめられますかという疑問は出るとお思いますので、考え方としては、この事業は自立事業にすべきだろうと思います。自立事業にする気があるかというのが3つ目の質問です。

4つ目の質問は、先程、郊外はシェアサイクルの利用者が少ないという説明がありました。郊外への設置をやめる気はありますか。既に設置したポートは既得権益化して、今後廃止する可能性がないのであれば、そのポートの維持管理費用は伸びていくだけだと思います。そういった事業の進め方は、事業の在り方としてあり得ないことだと思いますので、当然改廃はあるべきだと思います。そうした既存ポートを改廃する覚悟はあるのかというのが4つ目の質問です。

○都市計画課

まず、1点目のご質問の“ららぽーと特需”を除いた場合の評価です。自転車の性質上、良い季節のときには利用が増え、寒い時期や暑い時期は利用が減るという傾向があり、全国的にも同様の傾向だと事業者から聞いています。ポートを今年度増やしましたが、昨年度末までは本市でもこの流れが続いておりましたので、“ららぽーと特需”がなかったと想定した場合、基本的にこの流れが続いていただろうと考えています。シェアサイクルを開始して以来、市民への周知を課題に感じていましたが、事業開始後2年が経過するタイミングで、“ららぽーと”という、非常に市民の目に付きやすい場所にポートを設置したことによって、市民にシェアサイクルの存在の周知が一気に図られたと思います。“ららぽーと”の開店がなかったとしたら、ここまでスピード感のある事業展開は難しかっただろうと考えています。

2点目の質問ですが、「市民」とは誰かというのは、そのとおりのご指摘だと思います。事業者であるオープンストリートに、年齢等の属性が確認可能かと問い合わせたことがあります。利用者データは取得しているが、いわゆる個人情報であるため、行政側に提供できないと回答を得ています。確認する方法として、本市でアンケート等を取れば確認ができると提案はありました。

また、今まで利用者の属性として社会人、現役世代が多いと考えていましたが、“ららぽーと”効果もあるのか、最近は高校生等の若者や高齢者の方にも広がっていると感じています。例えば、市職員が直接確認したところでは、高校生のグループが市内を移動している際に、多くが自分の自転車で移動しているところ、その中の1人がシ

シェアサイクルを利用している様子を実際に見たことがあります。この他にも、窓口にシェアサイクルは利用可能かと市民が相談に来ますが、高齢者が多くなっていますので、利用者の年齢層の幅が広がってきたという意味で、「市民」の方、本市在住の方だけではなく、来訪される方も含めて、様々な層に広がっているのではないかと考えています。

3点目の、自立事業とする気があるかというご質問ですが、本市としても収益や事業費等のコスト感を追求する必要があると認識しています。その一方で、本市のメインの公共交通であるあんくるバスも含め、事業として自立させる必要があるとすると、利用が少ない地域は削り、利用が多い街中だけ走らせることになろうかと思えます。ただ、当然郊外にも住民がいることを考えると、事業として自立させることを命題とするのは市の事業として難しいと考えています。そういう意味で、あんくるバスもシェアサイクルについても、事業費だけで事業を展開するとは考えてはいません。

4点目の、郊外でのポート設置をやめる気はあるかというご質問ですが、ご指摘のとおり、一度ポートを設置したら、そのポートが既得権益となるというのは認識しています。既存ポートが既得権益化しないようにする必要はありますが、シェアサイクルの存在を周知しないことには事業も進んでいきません。幸いにもシェアサイクルポートは、設置場所の移動が非常に簡便で、様々な場所で利用状況の確認が可能ですので、今後ポート設置を決める上で、社会実験ポートを活用して設置を進めたいと思います。市民の方には、新たに設置するポートは、利用数を確認しながら今後の設置を決める社会実験ポートであって、利用が少ない場合には恒久的なポートとして設置しないということを認識してもらおう。少なくとも、ポートを一度設置したからといって、同じ場所にずっと固定しなければいけないものではないと認識しています。

○委員

この事業は自立事業にした方がいいと思いますが、市の事業としてそうするのは難しいという側面もよく理解しています。自立事業にするのが難しいのであれば、いかに無駄なお金を使わないか、という視点を常に持っていたきたいと思います。事業として少しでも収益を上げることは考えるべきですので、その思考を忘れないようにしてほしいと思います。先程説明があった、社会実験ポートという枠組みをうまく活用すれば、削れるかも部分もあるかもしれません。そうした意識を常にもって、なるべく税金を使わないようにしてほしいと思います。

○委員

指標に「自転車回転数」とありますが、この数値は、1日当たりの利用回数という認識でいいでしょうか。

○都市計画課

「自転車回転数」とは、本市で1日あたり理想とされる台数です。本市は、隣接の岡崎市と同じシェアサイクルシステムを利用しています。市を跨いだ相互利用がありますので、本市が導入した自転車の台数以上に安城市が走っていることもあれば、その逆もあります。したがって、本市で想定される充電台数から割り出した一日当たりの利用回数を指します。

○委員

成果指標で目標に掲げている数字は既に上回っているということですが、シェアサイクルという名前からは、一台の自転車を複数の人が利用することを連想します。目標としている1.1だとか、現状の1.6という数値は、どういった視点で設定しているのでしょうか。

○都市計画課

本市としても、まだ事業を開始してから2年目ですので、どういう指標がよいかを事業者とヒアリングしているところで、先ほどご指摘があったように、事業者側からも、回転数ではなく、どれだけ収益を上げたのかという指標も大事ではないかと言われています。本市としては、収益ではなく、自転車がどれだけ多くの人に利用されているかという視点が、現在の状況を確認する上で大事だろうということで、自転車回転数を指標としました。その指標の数値設定で、1.1がいいのか、1.6がいいのかということですが、大都市を含めた全国平均を上回るのであれば、それなりに利用されているという評価が可能だろうということで1.1にプラスして1.6という数値を設定しました。

○委員

レンタサイクルのころは、時々JR安城駅から自転車を借りて、明治用水の水源の方までサイクリングする等利用していました。私が住んでいるのは古井町で、いわゆる郊外ですが、このシェアサイクルは、市街化区域内の交通手段と考えています。現在、郊外では移動支援という問題を抱えていて、あんくるバスのバス停まで行けない、行ったはいいけど、あんくるバスの乗り方がわからなくて、反対回りに乗ってしまったとか、いろいろ事例があります。例えば、あんくるバスのバス停に行くためのあんくるタクシーがありますが、かなり利用勝手が悪い状況ですので、もしこのシェアサイクルを公共交通の一つとして位置付けるのであれば、駅や公民館と集落を結ぶポートがあれば良いのかと思います。2年間、市街化区域内だけで順調に展開してきたということですが、郊外への展開は検討しているのでしょうか。

○都市計画課

郊外へのポート設置は、昨年度から、郊外の方からシェアサイクルのポート設置を進めて欲しいという意見も多く、今まさに検討が必要だと感じています。ただ、郊外にポートを設置することによって、シェアサイクルで市民がどこへ行き、どのような使い方をするのかを確認する必要があります。主要駅から郊外に向かう足として利用されることは想定されますが、公民館にポートを設置した場合に、個人所有の自転車との使い分け方を確認しながら、まずは社会実験ポートを設置して、どこに設置を進めるのかを考える必要があると考えています。まさに今後の課題として、郊外のエリアに置いた場合に、一度使い勝手が悪いと思われてしまうと、その後利用されなくなる可能性もありますので、思っていたより便利だ、と市民の方に実感していただくことが、既存の交通との連携が図る上で重要だと考えています。

○委員

市街化区域内は、今後も順調に進むと思いますが、郊外の住民に需要があるのは、集落から病院への移動支援です。業者によるものでは、移動支援、タクシー等がありますが、タクシーに乗るより、歩いてシェアサイクルポートまで行って、病院に自転車で行くのは健康にも良いと思います。例えば、碧海古井駅と“でんまるしえ”、“デンパーク”といった場所が自転車で移動できるようポートを設置すると、シェアサイクルを利用した高齢者は健康になります。通勤利用ではなく、観光での利用になるかもしれませんが、そういった視点を持つのはいいと思います。

もう一つ提案ですが、市外から安城市に訪れる方が、あんくるバスで観光地を回るのは大変ですので、市内の観光地にポートを設置して、ポート間を自転車で移動できるように、観光に利用するのもいいかなと思います。

○委員

2点質問があります。まず1つ目の質問ですが、社会実験ポートからどのようなデータが得られますか。年齢が個人情報ということであれば、こういった情報がデータで得られるのか教えてください。2つ目の質問ですが、シェアサイクルの拡大をしようとすると、道路整備が必要になると思います。自転車活用推進計画とも関わると思いますが、道路整備が必要だとすると、1年単位では事業展開が難しいように思います。現在の事業展開を維持しながら、そうした点を踏まえた数年単位の計画はありますか。

○都市計画課

社会実験等で得られる情報としては、時間帯だとか、どのポートに、もしくはどのポートから来たか、といったデータがわかります。利用回数もわかりますので、そ

ういうデータを、社会実験ポートを設置したエリアの人口を考慮しながら評価する必要があると思います。

道路整備についてですが、自転車を安全に利用いただくためには、本市でも進めている自転車ネットワークや、自転車専用通行帯、路肩の整備が欠かせないと思っています。本市の自転車活用推進計画は、整備等の内容も全て網羅していますので、その計画に基づいて、どこを整備していくのかといったことを考える必要があると考えています。また、シェアサイクルでどこを走ったかという軌跡図のデータもGPSで取得できますので、その図と照らし合わせて、効果的な整備や設備の更新等を検討する必要があると考えています。

○委員

今後拡大していきたいエリアを示しているのが青と緑に色分けした部分でしょうか。2つ目の地域をエリア2、3つ目の地域をエリア3としますと、このエリア2、3は拡大の見込みがあるエリアとして設定したということでしょうか。

○都市計画課

このエリアから進めていく必要があると考えています。自転車回転数だけでなく、その場所に目的を持って設置する必要があると考えています。例えば、観光ですと、当然土日の方が利用が多いことが予想されますので、社会実験によって、施設への来訪者がどう変わるかということも確認し、予想を立てる必要があると考えています。

○委員

安城市が採用しているシェアサイクルの予約方法ですが、スマホで予約するのは、安城市専用アプリを利用するのでしょうか。それとも、オープンストリート共通のアプリがあって、そこをダウンロードすれば、安城市のシェアサイクルを予約できるのでしょうか。

○都市計画課

本市のシェアサイクルシステムは、安城市独自ではなく、全国的に展開されている「ハローサイクリング」というサービスですので、例えば、岡崎市の人も安城市のサービスを利用できますし、その逆も可能です。もっといえば、東京や名古屋の方が来られてもアプリが入っていれば、利用できます。

○委員

先程、個人情報の問題で、事業者から欲しいデータが得られないという話がありましたが、利用実績が本日の資料にありますので、もう少し細かい利用者のデータを分

析、把握しようと思ったら事業者の方で可能だと思います。事業者の方では出来ないのか、それとも分析したデータをもらうにはお金を払えばもらえるのでしょうか。

○都市計画課

本当にそういったデータ分析と提供が可能かどうか、実際に問い合わせたことがありませんので、わかりません。

○委員

シェアサイクリング事業者の立場ですと、このデータの分析を使って顧客に対するサービスを提供するといったことが可能になりますので、このデータは非常に重要な資産になると思います。おそらくそういったデータ分析のサービスがあるのではないかと推察します。費用は掛かるかもしれませんが、事業者に問い合わせしてみて、データを得て、より正確な利用実態を把握できるのであれば、利用者を把握する上で有用な方法ではないかなと思います。

○委員

利用者の把握の方法は先程の質疑のとおりですが、そうした方法を取るのが直ぐに難しいのであれば、少し厳しいこと言いますが、実際に職員がサイクルポートに立ってみて、自分たちの目で利用実態を確認するのも一つの方法だと思います。実は、民間企業も、例えば、自動車の利用者を調査するとき、昼間のコンビニの前で観察したりするのですが、そうすると商用車がどんどん来ますので、どんな人が使用しているのかというのがわかります。もしくは、イオンの駐車場で3時間ぐらい観察していると、どんな人が、どんな車で、何人ぐらいで、買い物に来るのかもすぐわかります。市も、そうした努力は出来ると思いますし、その際に少しインタビューをしてみても良いと思います。

ですので、データがないから難しい、という結論にするのではなく、自分たちはどのような努力ができるのかということを考えてもいいのではないかなと思います。

○委員

今後、一般財源の投入額は増やさない方向で事業展開をしていくのでしょうか。補助金がなくなると、その分厳しくなると思いますので、サイクル機器の導入費用や管理料を抑える必要があると思うのですが、その辺はいかがでしょうか。

○都市計画課

初期のインシャルコストにどこまで費用を掛けるかは、今後のシェアサイクルの利用状況次第だと考えています。補助金がなくなるとは大きな事情の一つですが、そ

れだけで設置を控える方向にはならないと思います。様々なバランスを見て、シェアサイクル事業の展開を図りたいと思います。

○委員

ただ、財源としての補助金がなくなれば、当然、一般財源からの支援がないと事業が成立しないのは明確です。ですので、来年度以降も事業を成立させようとする、収入をかなり増やすか、一般財源からの投入を続ける必要があるのではないのでしょうか。ポートを増やすことによって経費が増えれば、その分、一般財源を増やすという前提になるのではないのでしょうか。

○都市計画課

例えば、令和6年度ですと、一般財源が21万円で済んでおり、非常に安価に抑えることができましたので、もう少し一般財源からの投入が許されるのではないかと考えています。

○委員

高齢者は電動機付き自転車に乗っている方が多いのですが、シェアサイクルでは電動機付きのものはあるのでしょうか。

○都市計画課

シェアサイクルは全て電動アシスト付自転車になっています。

○委員

社会福祉協議会が福祉タクシーを導入しているのですが、福祉タクシーの乗り場に行くにもどうしたらいいかという問題があります。わざわざ自分の自家用車で福祉センターに行って、そこで福祉タクシーに乗って、タクシーの利用が終わったら、また自分の車で帰るという状況ですので、各名鉄の駅や公民館にシェアサイクルのポートがあるといいと思います。

○都市計画課

あんくるバスを含め、公共交通はフレイル予防、要介護、要支援にならないための乗り物でもあると考えています。自家用車が、一番体が動かなくなっても乗れる乗り物でして、あんくるバスもいいですが、自転車は自分の身体を使いますので、今後のために公共交通、自転車を使ってもらえるように展開したいと思います。

○委員

安城市に多数の方が遠足に來たり、10人で移動したいとか、そういう場合についても対応可能でしょうか。

○都市計画課

シェアですので、あるものを有効に使っていただければと思っています。市内で一番大きなポートは安城駅で、11ラックありますが、全部自転車が埋まっていない場合もありますので、10人単位でのご利用は難しいと思います。

○委員

保守点検は1年に1回ですか。それから、自転車の耐久年数どれぐらいですか。

○都市計画課

1年に1回は、事業者が点検することになっています。利用状況にもよりますが、事業者からは、今8年程度で更新を迎えるエリアが多いと聞いています。

○委員

シェアサイクルの問題点として、自転車が偏在した場合、移動させないといけないと思います。そのコストがそれなりにかかると思いますが、安城の場合、偏在が生じた場合はどうしていますか。また、顕著な偏在はありますか。

○都市計画課

偏在は0ではないのですが、偏在から適宜移動させるリバランスのコストは入っています。市内ポートの中で偏在しやすいのは、南部の桜井駅です。周りに連携するポートがありませんので、偏ることがあります。そういったリバランスをせず、バランスよく利用されるというもシェアサイクルの課題の1つだと考えております。そういう意味で、社会実験で、どういう使われ方をされているのかを確認したいと思います。

○委員

自転車の耐用年数の説明がありましたが、このシステムで利用できる自転車の車種は決まっているのか、それとも、多くの自転車に付けられるのか。例えば、ドコモのシステムの場合、特定の車種しか付けられないのですが、「ハローサイクリング」だとどうでしょうか。

○都市計画課

事業者からは、このシステムのメインは、GPSで開錠可能なところだと聞いていますので、そういう意味ではどの自転車でも可能だと思います。ただ、自転車の充電

をするには、充電ポートで、自転車の前かごに付いている充電ポケットに充電コードを接続する必要があるのですが、この充電ポケットは専用の自転車ではないと付けられません。

○委員

放置自転車をシェアサイクルに活用するのも方法としていいかと思いましたが、充電に問題があるのですね。

○委員

自動車の充電ポートは使えないのでしょうか。設置の追加費用がかからず、ポートを設置できるのではないのでしょうか。

○都市計画課

シェアサイクルの充電ポートでは100ボルトが必要です。自動車の充電ポートも改造すれば使えるのかもしれませんが、今度は自動車と動線が一緒になりますので、危険が伴うことも考えられます。

○委員

集計ができましたので、結果を発表します。「拡充」が1人、「要改善」が4人ですので、「要改善」となります。また各委員のコメントを今後の方策の中の参考ということとしていただければと思います。それでは自転車活用推進事業の外部評価を終わります。