

議 長	副 議 長	局 長	次 長	課 長	課長補佐	主 任

委員会行政視察調査報告書

平成30年5月30日

三田市議会議長 様

経営政策常任委員会委員長 北本 節代 印

長尾 明憲 印

平野 菅子 印

美藤 和広 印

多宮 健二 印

幸田 安司 印

小杉 崇浩 印

随行者 地域戦略室交通まちづくり課長 長澤 忠宏 印

随行者 議会事務局議事総務課係長 井筒 良和 印

本委員会が実施いたしました行政視察の結果を下記のとおり報告します。

- 1 実施日 平成30年5月9日（水）～10日（木）
- 2 視察先 5/9 千葉県柏市（オンデマンド交通の取り組みについて）
5/10 神奈川県藤沢市（シティプロモーションの推進について）
- 3 視察先対応者 柏市：土木部交通政策課、議会事務局
藤沢市：経済部観光シティプロモーション課、議会事務局
- 4 添付資料 (別紙のとおり)
- 5 調査結果の概要及び所見 (別紙のとおり)

経営政策常任委員会 視察報告書（柏市、藤沢市）

1. 千葉県柏市

■ 視察参加議員

◎北本 節代、○長尾 明憲、平野 菅子、美藤 和広、多宮 健二、幸田 安司、小杉 崇浩

■ 随行

地域戦略室 交通まちづくり課長 長澤 忠宏
議会事務局 議事総務課 井筒 良和

■ 視察日時：平成30年5月9日（水） 14：00～15：30

■ 視察事項：オンデマンド交通について

■ 視察対応者：柏市 土木部 交通政策課 副参事 片山 郁夫
柏市 土木部 交通政策課 岡田智史
柏市議会事務局 議事課長 渡邊 浩司
柏市議会事務局 議事課 副主幹 中村 志穂

■ 視察概要および質疑

【概要】

1 千葉県柏市概要

人口 422,385人（平成30年4月1日現在）

面積 114.74 km²

市制施行 昭和29年11月15日

柏市は東京都心から30km圏に位置し、柏駅周辺を中心とした商業施設による賑わいだけでなく、手賀沼等の豊かな自然環境を有している。北部の柏の葉地区では、スマートシティ等、次世代型のまちづくりが行われている。市政施行は昭和29年。また、平成17年には、予約型相乗りタクシーの運行区域である沼南町と合併している。

2 視察概要

■ オンデマンド交通について

● 導入の経緯

平成18年に、柏市バス交通網整備計画を策定。バス停留所までの距離や人の動きに対するバス交通の状況等から課題を検討し、市の辺縁部を重点整備地区とし、コミュニティバスや乗り合いタクシーを含む、多様な主体による移動手段の確保を図ることとした。重点整備地区の沼南地区においては、平成19年よりコミュニティバスが運行されるようになったが、平成22年度に行われた事業仕分けにおいて、『要改善』とされた。維持継続のため、コミュニティバスに乗ってもらおうと努力したものの、実際は1台あたり1～2人の乗車しかなく、平成24年の収支率は8%程度であったため、平成26年に廃止されることになった。

地域の交通手段を確保するため、オンデマンド交通の可能性を探り、東京大学による実証実験や内閣府の社会還元加速プロジェクトにおける ITS 実証実験モデル都市とし

ての次世代公共交通システムの研究・開発を行った。その結果、既存の公共交通にはほとんど悪影響を与えずにオンデマンド交通の導入が可能であることが分かったため、タクシー事業者と共同で勉強会を実施して運営計画等の検討を行い、平成24年に予約型相乗りタクシー「カシワニクル」の運行が始まった。

● 運営方法

カシワニクルの運営は、地元のタクシー会社に委託し、1日の上限を20名、利用者1人あたり1010円（平成30年度からは1日上限30名、利用者1人あたり800円）を支払うインセンティブ制を採用した。その他経費としては、オペレーターの人件費として115万円/年、通信費として13万円をタクシー事業所に、システムサーバー費として90万円をシステム会社に支払っている。また、タクシー事業所には、市からの委託料とは別に、運賃収入（区域内300円、区域外500円）が入る仕組みとなっている。乗降場所は、ゴミ収集所を基準に440箇所とし、コミュニティバスの時の42箇所から大幅に増加させ、限りなくドアツードアに近いサービスを提供するとともに、区域内すべてを網羅する面的運行によって地域内の全ての住民が利用可能とした。

● 利用状況

2台のセダン型タクシーで実施しており、1日平均30名近い利用がある。登録者数は平成30年3月時点で1034人であり、その内訳は男性31%、女性69%である。実際の利用は、女性が88%に上る。利用状況の年齢内訳としては、70代以上が男性で74%、女性で58%となっている。利用目的としては、公共施設や福祉施設が最も多く、次に交通結節点である駅やバス停、その次に商業施設となっており、医療施設は少ない現状である。

● アンケートから見えてきた課題とその対応

区域内の6割以上の人がかしワニクルの運行を知らなかったと答えており、認知度向上が課題であるが、口コミや医療機関からの紹介で利用する人が多いことから、引き続きパンフレットを配布するなどの広報活動を実施している。

また、予約時間が4時間前からとなっていて利用しづらいとの声があったため、1時間前までの予約に変更した。区域内に総合病院がないため、運行区域を拡大してほしいとの声があるが、公共交通の適正な役割分担の観点から慎重に検討している。

● 質疑

Q：2台で足りているのか？

A：今のところ、2台で対応できている。

Q：路線バスからの反対の声は？

Q：もともと利用者が少ない状況で、本数を減らしたい意向もあったため、特に反対はなかった。減便する理由ができたという側面もある。

Q：バス路線はどのくらいの便数か？

A：1日3本くらい。

- Q：学生の利用は？
A：この区域は高齢化が進んでいるエリアで、学生の利用は少ない。
- Q：区域内を通常のタクシーで端から端まで利用するといくらくらいかかるか？
A：3,000円くらい。
- Q：バス会社は何社あるか？
A：市内には4社あるが、このエリアは2社。
- Q：バス会社への赤字補填はされたことがあるか？
A：以前より、バス会社への補助をしたことはない。
- Q：利用距離の最長はどのくらいか？
A：15kmくらい。
- Q：公共交通会議のようなものでの反対の意見や要望が出たことはあったか？
A：バスに関しては撤退しかけていたため、特に反対はなかった。エリア内のタクシー事業者は、ほぼ1社独占状態であったため、反対はなかった。
- Q：タクシー会社にとって経営が厳しいと思われるが？
A：短距離の場合は、相乗りタクシーの方が高くなる場合がある。広告的効果もあるのではないかと。
- Q：相乗りという方法に対して、利用者から声は？
A：特にお子様が利用される場合に気になるという声は聞いたことがある。しかし、実際は友達同士で一緒に利用するケースが多い。
- Q：目標の60人を達成するには、2台では難しいのでは？
A：今後台数を増やす必要もあると考えている。
- Q：福祉バスが走っていたとあるが、どのようなものか？
Q：ドライバーはどのような方がされているか？
A：希望によりデマンド専門で勤務したいという方が専属で1名いる。他は通常のタクシーと兼務の方。
- Q：利用依頼が来た後、利用者への返答はどうしているか？
A：オペレーターが電話を受けながらシステムに入力すると、ルートと時間がすぐわかるため、その場で返答できている。
- Q：システムの維持経費はどのくらいか？
A：年間90万円ほど。
- Q：利用者の状況がドライバーに伝わるのか？
A：足が不自由である等、利用者情報は備考欄に入力するとドライバーの端末に伝わるようになっている。
- Q：システムの導入費用はどのくらいかかった？
A：70万円ほど。
- Q：市民向けの説明会のようなものは行ったか？
A：導入時には実施した。
- Q：利用者の9割が女性とのことだが、その要因は？

A：女性のほうが運転できない人が多い。また、女性のほうが外出の機会が多いのではないかと分析している。

Q：使用車両について、ワンボックス車のようなもう少し大型の車両は考えているか？

A：狭い道が多い、維持経費が高い等の理由で、今のところ小型車で考えている。

Q：他市で10人乗りの車を市が提供している事例もあるが、今後自主運営できるようにと考えるとそれも必要だと思うがいかがか？

A：これまでまったく発想がなかったのが、今後の検討の参考にさせていただきたい。

Q：地域住民から期待の声があったと思うが、実際は利用が伸びていないようだが？

A：コミュニティバス導入の時にも住民の方は利用するということがあったが、実際は少なかった。

Q：利用を促進するためのイベントは開催しているか？

A：特に利用促進のためのイベントの開催は考えていない。花火大会のような既存のイベントや福祉施設のレクリエーションのようなものへの利用はある。

Q：合併前からあった公共交通を引き継いだのか？

A：合併後に開始されているので、そういうものではない。

Q：他の地域からも要望があるか？

A：北部の市街化区域から外れたところからはそういう声はある。

Q：個人向けのタクシーやバス利用助成券の配布のようなものはしていないのか？

A：していない。まずは交通体制の整備が必要だと考えている。

Q：今後、利用が増えるとその分経費も増加すると思われ、市の負担も増加すると思われるが？

A：いずれ自主運営化も視野には入れているが、追加車両の購入などを考えるとなかなか難しいとも思う。ワンボックス車の導入などのご意見もいただいたので、今後検討していきたい。

Q：市民の活動（有償運送）のようなものは考えているか？

A：困れば市がなんとかしてくれるのではないかと意識がある。自分たちが何とかしなくてはという声はまだ出ていない。

Q：ジャンボタクシーの方には補助があるのか？

A：1日64,600円×運行日数の補助を出している。

Q：運行区域内での交通弱者の人数把握はしているか？

A：していない。登録者数は、転出者等も入ったままになっているので、利用状況で実態把握する必要がある。

Q：乗り換えに対する抵抗はあるか？

A：乗降者が多いところから便数を増やすなどの工夫は必要だと思う。アンケートからも、乗り換えのスムーズさが得られれば、それほど抵抗はないという結果ができています。

● 所見

柏市は、バス事業者に赤字補填のための補助は出しておらず、利用者の少ない地域においても事業者の努力で運行してきた経緯がある。そして、いよいよバス事業者も撤退を余儀なくされるような状況になって、コミュニティバスの導入を図るも、それもあまりに利用者が少ないため、6年あまりで廃止となってしまう。そういった危機的な状況を打破するために考案されたのが予約型相乗りタクシー「カシワニクル」である。

「カシワニクル」は、これまでの路線バスやコミュニティバスの利用が伸びなかった理由である、バス停まで遠い、便数が少なく利用しにくいという2点を改善している。具体的には、ごみ収集所ごとに約440箇所の乗降場所を設置して、限りなくドアツードアに近づけている。また、利用の1時間前まで予約を受け付けるようにし、必要な時に気軽に利用できるように工夫をしている。

市の財政的にも、コミュニティバスに対する支出が約1,436万円（H24）にたいし、カシワニクルは約920万円（H28）であり、約510万円の削減ができています。また、運行料収入が直接タクシー事業者に入る仕組みとしており、事業者のインセンティブ制としているところも興味深い。タクシー事業者の企業努力もあるが、市の財政面での負担は比較的少ない仕組みである。

農村地域が広大である三田市に「カシワニクル」のやり方を直接導入することは難しいと思われるが、地域の支えあいや既存のバス事業者との協力を前提に、ひとつの公共交通の手段としては大いに期待できる方法であると思われる。

経営政策常任委員会 視察（柏市、藤沢市）

2. 神奈川県藤沢市

■ 視察参加議員

◎北本 節代、○長尾 明憲、平野 菅子、美藤 和広、多宮 健二、幸田 安司、小杉 崇浩

■ 随行

地域戦略室 交通まちづくり課長 長澤 忠宏
議会事務局 議事総務課 井筒 良和

■ 視察日時：平成30年5月10（木） 10：00～11：40

■ 視察事項：シティプロモーションの推進について

■ 視察対応者：藤沢市 経済部 シティプロモーション課

生涯学習部 東京オリンピック・パラリンピック開発準備室 主幹 細谷 幸一
藤沢市議会事務局 議事課長 田口 英太郎
藤沢市議会事務局 議事課 上級主査 榮 伸一

■ 視察概要

【概要】

1 神奈川県藤沢市概要

人口 429,317人（平成30年4月1日現在）

面積 69.57 km²

市制施行 昭和15年10月1日

議員定数 36人 現在は35人

藤沢市は、東京からほぼ50キロメートル、神奈川県の中央南部に位置し、周囲は6市1町（横浜市、鎌倉市、茅ヶ崎市、大和市、綾瀬市、海老名市、寒川町）に囲まれ、南は相模湾に面し、おおむね平坦な地形をしています。JR 東海道線で東京まで50分、横浜まで20分の位置にあります。

2 視察概要

■ シティプロモーションの推進について

まずシティプロモーション（city promotion）のプロモーションとは「助長、推進、奨励」を意味し、プロとは「forward」という語源をもち、「前方へ動かす、進める」となります。また、シティセールス（市外向け）とは意味が違い、市内（内向け）の推進となり、藤沢の考えるプロモーションとは、市民の参加型、市民の意見をよく聞くことにより色んなまちの情報を発信していく。

さらに市民に藤沢を理解してもらい興味をもってもらおうこと。

まちを知る→

まちにかかわる人が増える→

まちの魅力の拡張と発信をすること→

により市民の愛着がさらに強まり、市民が自ら「魅力の発信活動」を行うことにつながる。

また、他市の取り組み事例を見てみると、①宇都宮市は～目的～地域イメージの向上「住めば愉快だ宇都宮」②岡山市～目的～来てもらうこと（観光）③流山市～目的～住んでもらうこと（定住）など各自治体によっては様々な取り組みが行われている。

市の事業や施設は、2002年に湘南藤沢コミッション事業がスタートし観光客も増え続け、映画ロケや宿泊関連では170億円の間接的経済効果もあり、2003年には江ノ島サムエルコッキング苑のリニューアルオープンや新江ノ島水族館リニューアルオープン、観光キャラバン隊スタート等、観光事業が順調に推多してところである。

夏場では、湘南海岸や、江の島が避暑地として知られており、湘南海岸は全国からサーファーが集まるところとして有名で、藤沢市は市民アンケートを毎年行うことにより、市にどの程度愛着感じているかや、今後住み続けたいかなどで98%の人が藤沢を「好き」やこのまま住み続けたいと、しばらく住み続けたいを合わせると97%がこのまちに住み続けたいとのアンケート結果が出された。

また、全国の20代～40代の主婦4,793人を対象に、日常生活における幸せ度を聞き、「暮らし」「家族」「お金」「食事・健康」「モノ・趣味」の5つの指標を点数化した中のアンケート調査で全国1位に藤沢市が選ばれた。

さらに主婦が幸せに暮せる街の共通点は「自然が身近」「歴史がある」「文教地区」「交通至便」「充実ショッピング」であるように藤沢市に関しては充実しているようである。

藤沢市のブランド価値向上の取り組みとして、キャッチフレーズ「キュンとするまち。藤沢」①テーマソング&ダンス（歌やダンスを通じて市民の誇りや愛着、一体感を高めながら市内外にWEBサイトを通じて発信して行く等）②公式マスコットキャラクター、③ふじさわファンクラブ、（体験、学習、交流を通じて藤沢の魅力を自ら発掘するとともに、市民活動の先導役として啓蒙や参加者を促す）でロコミの主体として、また藤沢の案内人として人の繋がりによる魅力の発信を行うことや市がインスタグラムで「藤沢キュンあつめ」をすることによりSNSへの投稿が5000件となったことなど市民がまちを愛する気持ちが強くあった。

● Q&A

Q 色んな取り組みは藤沢プロモーション委員会の中で議論されたのか。

A 藤沢プロモーション委員会で承認頂くのと、大学や鉄道会社から助言を頂いたりしている。

広告代理店も入っているが、基本的には市のほうで進めている。

Q 庁内の情報共有を意思統一してモチベーションをあげてもらうことについて毎回苦労されていますか。

A 庁内は一番大変で、職員は元々自分の仕事があるのでシティプロモーションは何をやって行くの？という意見があり、あくまで方向性を定めるものなので、例えば福祉の事業などであれば、どんどんPRしていくことが大事で、また職員ひとりひとりが広

報マンとしてはなかなか出来ない部分がある。

Q フジキユンの著作権はどうなっているのか。

A 商標登録をしている、使い方に関しては個人で使う場合には基本的にはデザインフリー131種類をネットでとれるようにしているが販売に関しては許可が必要である。

Q フジキユンのデザインはどういう応募の仕方をしたか。

A 公募で決定した、謝礼を3万円支払いした。

Q 基本デザインはひとつであとの130種類は別の方が書かれているのか。

A イラスト集や、体の向きなど変えたりして沢山色んな人のアイデアで出来上がった。

Q 市で色々な企画をしてみんなが色々なアイデアを出しているが、成功ばかりでなく、企画倒れだったことはないのか。

A 成功するまでやる・・・失敗しないようにやる。

Q ラインスタンプなどはどうなっているのか。

A 40個に達しないとクリエイターとして登録できない。市の方では販売できないのでシティプロモーション委員会で検討し、将来的には運営会社に任せる方針です。

Q 藤沢ファンクラブの事務局はどこが担当しているのか。

A 市が担当しているが今年から市民団体に委託している。

キャラクターの販売権をあげて市民団体が収入をもらえるような仕組みを考えている。

● 所見

三田の人口と比較してみますとが約4倍の人口と、海に面した地形が三田とは違うが、地域の良さや観光スポットはこの市でも存在するのに、市内の色々な所のPRやまちを愛する気持ちや住み続けたい気持ちが市民ひとりひとりに浸透しているように感じました。

「いいことは」みんなで共有して薦めたいという気持ちを持続的にアピールすることによりブランド価値（都市としての優位性）を高め藤沢市を発展させていくこととなる。

藤沢市のアンケートによると100%に近い数値で市民が地域を愛し、住み続けたいと感じることは理想の都市であり住みよい環境や街並みが存在すること、さらに市民と行政の関係も切磋琢磨しながら良好な関係がうらやましいと感じた。

三田にも武庫川の桜や永沢寺の芝桜、神社やお寺、お肉やお米などといった沢山の素晴らしいブランドと観光スポットがあるのでSNSやFacebookなどを通じて発信して、写真コンテストなどを行うことにより、三田をもっと好きになって頂けるようなまちづくりを考えて行かなければならないと感じました。