

平成21年9月3日総務財政委員会 西てつし発言分

◆西 委員 おはようございます。民主党・市民連合の西哲史でございます。通告に基づきまして質問をさせていただきたいと思っております。

まず、エコ通勤の促進についてお尋ねをさせていただきます。堺市は、環境モデル都市に認定されるとともに、今春、クールシティ・堺の宣言を行いました。また、環境モデル都市の提案書の主なものの一つとして、モビリティ・イノベーションを掲げており、自転車活用のまちづくりを推進しています。そのような堺市では、率先垂範として自転車通勤やエコ通勤を積極的に推進していただきたいと思っておりますが、エコ通勤促進のためには何らかの誘因施策が必要であるとの議論を昨年の総務財政委員会でもさせていただきました。

例えば、昨年6月にお示しいただいた事例である、名古屋市の自転車通勤手当の増額や駐輪施設の確保などの検討を行っていただく必要があると思っております。また、兵庫県の篠山市では、市の施設を管理運営する社団法人が8月から市役所近くに仮設駐輪場を設置し、電動自転車を配置して、朝夕は市職員らが通勤に使い、日中は観光客に貸し出すといった仕組みも導入をしているとお聞きをしておりますが、自転車利用の促進について昨年も重要であるとお示しをいただいておりますが、今後こういった対応が堺市において考えられるか、まずお示しいただきたいと思っております。

◎久保 労務課長 委員仰せのとおり、本市は本年1月に環境モデル都市の認定を受けまして、低炭素都市クールシティ・堺実現に向けまして、モビリティ・イノベーションを提案しました。また、平成21年4月には自転車まちづくり推進室を設置し、自転車を生かしたまちづくりへの取り組みを推進しているところであり、自転車利用の促進は、公共交通の利用促進とともに重要な施策として位置づけております。以上です。

◆西 委員 今後どのような対応が考えられるか、ぜひお示しください。

◎久保 労務課長 現在、市民を初めとしまして関係各位のご理解、ご協力を得ながら各種施策を推進しているところであります。

エコ通勤につきましては、職員みずからがエコへの取り組みの重要性を自覚し、率先してエコ通勤を実践する意義は大きいと考えております。そのため、こういった環境整備や仕組みが必要となるのか、研究を現在行っているところでありまして、今後、関係部局とさらに調整を行いながら具体の検討を進めてまいりたいと思っております。以上です。

◆西 委員 ぜひとも環境モデル都市や自転車のまちづくりを進める本市において率先的な事例となるように、取り組みをお願いをしておきたいと思っております。

次に、総合評価入札制度の現状と方向性についてお尋ねをいたします。

平成19年度決算審査特別委員会で私も導入を提案し、今春より試行的に導入された制度として、委託業務における総合評価入札制度があります。この総合評価入札の取り組みについて現状どのようになっているか、お示してください。

◎田中 理財部副理事兼調達課長 委託業務における総合評価入札の現状の取り組みについてお答えをいたします。

委託業務において、本年4月契約の本庁舎建物清掃業務において、関係部局との連携の上で総合評価一般競争入札を試行実施いたしました。今回の試行実施は、地方自治法施行令にも規定のあるとおり、価格評価以外にも研修体制や履行体制などの技術的評価に加え、就業困難者の雇用に関する取り組み、それから障害者の雇用に関する取り組み、男女共同参画への配慮、環境問題への取り組みといった施策の推進に関する評価を加え、それら評価項目を客観的に数値化し、これらの施策の促進を図ることを目的としております。以上です。

◆西 委員 契約事務においてなぜこの制度が有益だと考えたのか、採用した理由をご説明ください。

◎田中 理財部副理事兼調達課長 本制度を採用した理由は、委託業務の技術的な評価と価格を総合的に評価することで、委託業務の品質の確保及び向上、企業間における技術的競争力の促進、談合の抑制などの効果を期待できるものと考えております。これに加えて、通常、各施策担当部局が施策推進のための事業を行っておるところでございますが、今回は施策の推進に関する評価を組み合わせ、各局の単独事業以外の施策推進メニューの一つとして本制度を採用したものでございます。以上です。

◆西 委員 済みません。本制度を採用した理由で、委託業務の技術的評価と価格を総合的に評価するとおっしゃられたんですが、これは技術的評価と価格を比較するんじゃないですか。

◎田中 理財部副理事兼調達課長 そのとおりでございます。

◆西 委員 先ほどご答弁いただいた内容からは、各政策担当部局が施策推進のための事業を行っておりますが、就職困難者への配慮、障害者雇用への配慮、男女共同参画などへの配慮、環境問題への配慮なども組み合わせる本制度を採用したというご説明をいただきました。

私はこの制度の積極的導入論者ですが、ただ単にこの制度が社会的配慮を配慮なしのもの

のと同じ値段で組み込めるわけではなく、コストを伴って社会的配慮を組み込んでいることを認識していただきたいと思います。一定のコストが競争入札と比較して追加でかかったとしても、各政策担当部局が直接施策推進を行うよりも、入札や契約と絡めて雇用政策や障害者雇用、環境政策などを行うほうが、コストパフォーマンス的にも、さらにはほかの意味からも非常に有意義であれば、この総合評価入札制度をもっともっと導入していくべきだと考えます。

何となくいい感じだから追加する、そういった視点はよもやないとは思いますが、持たないよう注視をしていただきたいと思います。この総務財政委員会で何度となく議論をさせていただいていますので皆さんご存じになっていただいているとは思いますが、定量的指標をぜひとも持っていただいて、あれもこれもではなくて、あれかこれかで定量的に比較してよりよいものを政策オプションのメニューから選択していく、この視点が非常に重要であって、そのために総合評価入札制度が重要なんだということをしっかりと認識していただきたいと思っています。

次に、堺市のブランドイメージと都市景観についてお尋ねをしたいと思います。さまざまところで堺東駅周辺や堺市内の景観についてご意見を私たち議員もたくさんいただきます。堺東駅を出たらサラ金の看板ばかりだとか、町中に原色の看板が多いなどのお声が多々あり、よい景観をと景観規制の強化を求める声は多くいただきます。

しかしながら、よい景観、あるべき景観像というのは、どうも市民の皆さんにも職員の皆さんの間でもそれぞれで少しずつイメージが異なっているというのが現状のような気がしています。それは結局、この堺市がどんなまちであるべきなのか、そんな像がそれぞれ違うのだと思います。例えば、京都といえば歴史ある古都であり、文化のまちをイメージしますし、多くの市民の方がそのイメージに矜持を持っていらっしゃるように感じます。その市民合意に基づいて多くの景観規制がしかれていますし、ファーストフード店の看板も、ほかの都市では赤いところを白くするといったことも行われています。しかしながら、めざすべき方向性が、堺市ではまだまだ市民合意が得られていないため、景観規制やめざすべきイメージがまだまだ定まっておらず、しっかりと景観規制が行われることができないように感じます。

そこでお尋ねをいたしますが、都市景観は都市のブランドイメージと密接なかかわりを持っていると思いますが、堺市ではどのようにお考えかお示してください。

◎河野 人口誘導担当課長 都市景観と都市のブランドイメージのかかわりについてのご質問についてお答えを申し上げます。

本市が都市魅力を高めるためには、古代・中世・近世・現代に至る時代における輝かしい歴史と伝統を基礎として、個性・創造性・先進性あふれるオンリーワンのまちづくりに取り組むとともに、まちづくりの方向性に沿った良好な都市景観の形成が重要であると考えております。

本市における景観の形成に当たりましては、保存・育成・創造を基本としまして、これまでの歴史の営みの中で築かれてきた固有の景観資源を守り、はぐくみ、生かすとともに、魅力と風格あるまちづくりの中で新たな景観づくりを進めていくものとしており、例えば百舌鳥古墳群を初めとする歴史文化資源の保存や、堺東駅周辺の中心市街地等における新たな都市景観の創造などが考えられます。以上でございます。

◆西 委員 良好な都市景観の形成であったり、もしくは固有の景観資源を守りといったことですが、結局のところ、その固有の景観資源とは何なのか、良好な都市景観とは何なのか、また魅力と風格あるまちづくりとは何なのかといった議論がまだまだ必要なのだと思います。もっと細かく議論を進めていただきたいと思っています。

このブランドイメージも、あれもこれもが重要なのではなく、しっかりとした絞り込みが必要だと思います。民間の例を挙げますが、アサヒ飲料のモーニングショットという商品をご存じだと思います。これは、マーケティングの実例としてよく挙げられるものがありますが、当初は朝専用と限定してしまうことが販売機会の損失につながるのではないかと懸念する声も社内にあったものの、朝専用と絞り込みをし販売した結果として、朝のコーヒーとして多く売りが上がり、またその結果、認知度が上がって、朝のみならず昼も夜も売れるようになった商品として、よくマーケティングの実例としてアサヒ飲料のモーニングショットが挙げられます。これは、実は民間の商品だけじゃなくて、都市ブランドにも言えることだと思っています。京都も歴史遺産ばかりがあるわけではありません。博物館なわけでは、もちろんありません。生活している人もたくさんいます。しかし、京都は絞り込んでブランドイメージを形成しているように見えます。ほかの他都市でもそういう事例はたくさんあります。

翻って、堺市のめざすべき都市イメージは、市の職員さんの中でも議員の中でも、さらにはもちろん市民の間でもばらばらだと思いますが、いかがでしょうか。ぜひともこの点で深く突っ込んだ議論が必要だと思います。将来の堺東駅周辺のまちづくりにおいても、政令指定都市堺市の玄関口として、市民の合意形成を経たブランドイメージに基づいたまちづくりのランドデザインが必要だと思いますが、いかがでしょうか。

◎河野 人口誘導担当課長 まちの活性化や地域振興を図るためには、内外に都市の価値や魅力を発信することが重要であり、まちの魅力を高め、市民が本市に住んでいることに誇りを持てるような都市ブランドを確立することが必要であるというふうにございます。そのためには、堺東駅周辺の中心市街地を初め、歴史文化資源の集積する旧市街地などのまちのランドデザインを描き、その方向に向けて各局が一体となって取り組むことが重要と考えております。

今後、都市プロモーション庁内検討会議を中心としまして、他都市での先進事例等についての調査やアピールポイントの整理を進めていくこととしておりまして、それらの成果

も活用しながら、堺市の玄関口にふさわしい駅前のブランドイメージ、都市のブランドイメージやまちのランドデザインについての検討を進めてまいりたいと考えてございます。以上でございます。

◆西 委員 アピールポイントの整理を行い、ブランドイメージやまちのランドデザインについての検討を進めていくのご答弁がありました。早急に検討をお願いをしたいと思えます。前回の委員会の繰り返しにはなりますけれども、この市民合意をつくっていくためには、選挙等々だけではままならないものもたくさんあると思えます。横浜のワークショップの事例等もぜひとも検討に入れていただくように申し添えて、この項目を終わりたいと思えます。

次に、市税以外の収入確保策についてお尋ねをいたします。

昨今、堺でも国でも、さらには他市でも税収減が言われます。実際、今議会に上がっている決算では0.1%の市税減だという報告がありました。歳入の根幹は市税収入だとは思いますが、この市税が減収をされていく中では、それ以外の収入も確保していくことは重要であると考えますが、いかがでしょうか。

◎太田 行革推進担当課長 市税以外の収入確保策につきましてお答え申し上げます。

今後も厳しい社会経済情勢が続くと思われる中で、税源を涵養することとともに市税以外の自主的財源をふやしていくことは重要であると考えております。そのため、新行財政改革計画におきましても、市の保有する資産の有効活用や広告収入の確保など、新たな財源の確保策について取り組みをしているところでございます。以上でございます。

◆西 委員 市の保有する資産の有効活用や広告収入が重要であるということでしたが、資産の有効活用について今までの取り組み状況をお知らせください。

◎右川 財産活用課参事 市有財産の有効活用ということでございますが、主な今までの方策といたしまして、まず市有財産の中でも特に未利用地、未利用財産に関してでございます。

未利用財産に関しましては、平成9年度から公募入札による売却を実施しまして、現在までに総額132億円を超える財産収入を得ております。また、平成19年度からは、地下埋設物が敷設されていることなどで売却に適しない土地につきまして、駐車場等の平面利用に用途を限定しまして一般競争入札による貸し付けを実施しております。昨年度からは、新たな取り組みといたしまして、自動販売機の設置業者を公募型プロポーザル方式により選定することによりまして、従来の基準による使用料を大幅に上回る収入を得ることができたところでございます。以上です。

◆西 委員 132億を売却で得たということですが、売却はもちろん、ご案内のとおり一時的なものであり、継続的な収入をどのように得ていくかが課題だと思います。そういった意味では、駐車場の貸し付け等々は継続的な収益を上げていくためには非常に重要なものだと考えますが、現在持っている財産をどのように継続的に活用していくかが非常に今問われているんだと思いますけれども、現在どのように取り組まれているか、お示しください。

◎右川 財産活用課参事 今年度も、先ほど申し上げましたように、従来の方法による活用策を実施する予定であります。公募による未利用地の売却収入につきましては、平成16年度をピークといたしまして年々減少いたしております。現時点では、公募入札による売却に適した土地はほとんど残っていないというのが現状でございます。

そこで、今年度は新たな財源を積極的に確保していこうということで、現在、財産活用の指針となる基本方針の策定に向けて取り組んでいるところでございます。以上でございます。

◆西 委員 では、新たな取り組みとして今どのようなものが検討されていますでしょうか。

◎右川 財産活用課参事 新たな取り組みといたしましては、まず行政財産における余剰スペース等の有効活用策について調査研究を進めてまいります。また、広告料収入に対する取り組みといたしまして、先行的に広報さかいへの広告掲載ということを実施しているところでありますが、今後さらに市の出版物などへの広告媒体を拡大するとともに、公の施設におけますネーミングライツ等についても取り組んでまいりたいというふうに考えております。

広告料収入につきましては、土地の売却と違いまして、市の財政規模から見れば決して大きな期待をできるというものではありませんが、新たな財源として確保することができれば、少しでもコストの削減につながり、市民サービスの向上に貢献できるものと考えております。以上です。

◆西 委員 堺市においても取り組みが検討されているのはわかりますけれども、横浜市を初め他市では、もっと取り組みの活用策、既に具体的にたくさん出てきている事例があります。それをぜひとも研究をしていただいて早急に市税以外での収入確保策をお願いをしたいと思いますが、本市の広告料収入に対する取り組み及びどのように実施をしようとしているか、予定について説明をしていただきたいと思っております。

◎右川 財産活用課参事 広告料収入に対する取り組みということでございますが、今

年度はナショナルトレーニングセンターにおいて看板広告の募集を行う予定であります。そのため、まず市として掲載基準を提示する必要があることから、現在その策定に向けて作業を行っているところであります。

今後は、ネーミングライツや広告媒体化が可能な資産の洗い出しを行うとともに、広告代理店等への需要調査の実施、屋外広告物に関する関係法令との調整、また、得ることができました広告料収入をどのような目的で使っていくのかというような課題を整理した上で、来年度からの実施に向けて取り組んでまいりたいというふうに考えております。以上です。

◆西 委員 来年度からの実施ということですから、他市に比べて少しおくらせていると言わざるを得ない取り組みですので、ぜひとも急いで取り組んでいただきたいと思いますので、よろしくお願いを申し上げます。

ただ、この広告に関してですが、先ほど景観のことでも少し申し上げたこととつながってきますけれども、ただ単に広告を取り入れればいいと、そういうようなことではないと思っています。ぜひとも、レギュレーション、ルール等もしっかりと検討していただきたいと思っています。

そんな中で、まずは先行事例としてサッカー・ナショナルトレーニングセンターでネーミングライツを行うことを検討していると聞いています。まずは、来年4月にオープンを予定している堺ナショナルトレーニングセンターの設置目的をお示してください。

◎山本 NTC推進担当課長 サッカー・ナショナルトレーニングセンターの設置目的でございますが、サッカーを初めといたしますスポーツ、レクリエーション活動の振興を図り、市民の方々の健康づくりや青少年の健全育成等を推進することを設置目的としております。また、NTCの施設規模や交通アクセスのよさを生かし、サッカー日本代表チームの練習誘致や全国規模の大会の開催などによりまして国内外から年間約50万人の利用者を想定しており、スポーツを通じた交流促進や情報発信を通じまして、国内外に向けスポーツタウンを発信し、本市の魅力、活力づくりにも寄与してまいりたいと考えております。以上でございます。

◆西 委員 スポーツタウン・堺を発信し、本市の魅力、活力づくりに寄与してまいりたいとの、最後にお話があったと思います。

これは、ほかのJヴィレッジ等を見ていただいてもおわかりになるとおり、報道にもたくさん載る可能性があります。そういった意味では、堺のイメージをある意味で規定していく一つになると思っています。そういう意味で、このナショナルトレーニングセンター、ネーミングライツ、非常に重要だと考えておりますが、堺のNTCではネーミングライツをどのように導入していこうとしているのか、現在の検討状況をお示してください。

◎山本 N T C 推進担当課長 ネーミングライツは2003年に国内で初めて公共施設への本格的な導入が行われ、メディア価値の高いJリーグチームやプロ野球のホームスタジアムを中心に普及し、今日では公共施設へのネーミングライツ導入件数が増加している状況でございます。

現在、堺N T Cのネーミングライツにつきましては、その導入手法、導入時期、条件等について検討をしている段階でございますが、指定管理者が行います施設内の広告業務を含めた施設全体としての調整を図る必要があることから、指定管理者との協議をあわせて行っている状況でございます。以上でございます。

◆西 委員 施設内の広告業務を含めた施設全体の調整を図る必要があるとご答弁いただきましたけれども、ぜひとも、先ほど申し上げたように、このナショナルトレーニングセンターは堺のイメージをある意味で全国に発信するものですから、総合的にトータルで堺市がしっかりと関与をしてプロデュースをしていくことをお願いをしたいと思っておりますけれども、現在、条件等を含めて検討段階ということですが、堺を全国発信していくためには、まずはそのネーミングライツをするのかどうかについても考える必要性がありますが、ネーミングライツをするのであれば、堺の名前は少なくともその中に組み込んでいくと。例えば、報道されるときに企業名が間に入って、その後、堺トレーニングセンターとか堺センターとか、堺の名称をしっかりと組み込んでいくことは、少なくともレギュレーションに、条件に組み込んでいくことが必要だと考えますが、その点についての考え方をお示しいただきたいと思っております。

◎山本 N T C 推進担当課長 ネーミングライツの多くは、施設名に企業の社名やブランド名を付与しておりますが、一部には地域名を付与しているケースもございます。堺N T Cにつきましては、その施設規模や機能から全国に広く堺を発信することが可能な施設であることから、この点を十分に踏まえ、ネーミングライツの条件設定等について今後早急に検討をしてみたいと考えております。以上でございます。

◆西 委員 どのようなネーミングライツのレギュレーションをしたらどのように報道されるかというのは広報の方にもノウハウはあると思っておりますし、ぜひともその条件については、そういう報道という観点も含めて検討をしていただきたいと思います。

どのように堺の名前を、やはりそれを使って発信をしていくかを考えていただきたいと思います。そしてそれを使って、ネーミングライツにおいて堺の名前を組み込んだ、そういうことを使って、さらにはその機会をとらえて堺を、このナショナルトレーニングセンターを使って全国に向けて発信していく取り組みが必要であると考えておりますけれども、このような取り組みをどのように行っていくか、お示してください。

◎山本 N T C 推進担当課長 堺N T Cを効果的に活用する観点からも、委員ご指摘の観点を十分に踏まえまして、今後、関係部局や指定管理者等とも連携を図りながら調整を図ってまいりたいと考えております。以上でございます。

◆西 委員 ナショナルトレーニングセンターは、大阪府や日本サッカー協会からの負担も含めてではありますけれども、約57億円の事業規模であると聞いています。その中の多くが堺市の市民の皆さんの税金です。そういう意味では、堺のN T Cをぜひとも効果的に活用して全国に発信をしていただきたいと思います。そういう意味では、ネーミングライツの中に堺の名前を組み込んでいくことは当然ですし、それを使って全国に発信していく方法を考えていくこともぜひとも考えていただきたいと思いますをお願いを申し上げまして、私の質問を終わります。ありがとうございました。