

NO		事業名	質問事項	所管部署回答	仮指摘事項案
1	18	自転車マナー向上対策事業	具体的な実施方法は、現地での呼びかけだけか。それで十分な効果があるとの判断なのか。何か別の方法も合わせて考えているか。考えている場合、具体的にどのようなことか。	具体的な啓発方法は、啓発員が2人1組となり、押し歩きを呼び掛ける幟をもって、押し歩きを呼びかけた他、啓発ティッシュ及び啓発冊子を配布した。また、駅前通の地下街上屋部分に押し歩きを呼び掛ける壁面広告を掲載したほか、押し歩きを呼び掛ける街頭放送も実施した。キャンペーン初日には出発式を実施し、報道機関による報道がなされたほか、札幌市広報番組「ウオッチングさっぽろ」で紹介し、マスメディアを通じた発信も実施した。 今年度からは、啓発員がいない時間帯や曜日などにも市民の方に広く自転車の「押し歩き」を呼び掛けるため、歩道上に路面表示シールを貼付している。	
2	19	自転車マナー向上対策事業	自転車マナーの向上に関し、押し歩きキャンペーン以外に検討した事業はあるか。ある場合に、なぜ押し歩きキャンペーンの採用となったのか経緯や理由等を教えてほしい。	自転車押し歩きキャンペーン以外には、平成26年度に完成した「さっぽろバーチャル自転車教室」という、ゲーム感覚で市民がいつでも気軽に自転車のルール・マナーを学ぶことが出来るサイトを本市HPに開設している。 押し歩きキャンペーンの採用に至った経緯ですが、多くの歩行者と自転車利用者で混雑する駅前通で自転車の押し歩きを呼び掛けることで、多くの市民が押し歩きを「見る」「行う」ことで、キャンペーン周知効果が高いと考えられたこと、また、札幌市の象徴的な通りの駅前通で実施することで、市民へ押し歩きの大切さを訴え、市内全域に押し歩きの取組を広げたいと考えたためである。実際に平成24・25年度に南1条～南4条までの札幌駅前通において、自転車押し歩きを呼び掛ける社会実験を行った結果、歩行者の94.9%、自転車利用者の82.5%が押し歩きの取組に肯定的な意見を持っており、市民理解が高い取組となっている。	
3	20	自転車マナー向上対策事業	キャンペーン期間が終了した後の継続的な啓発・周知活動は何を行う予定か。また、評価はどのように行う予定か。	キャンペーンの終了時期は現時点では未定だが、市民の安全利用意識の変遷を見ながら、啓発員による呼びかけを終了し、街頭放送と路面表示シールにより啓発活動を実施するなど、啓発レベルを変化していく必要があると考えている。 評価については、アンケートによる市民の意識調査の実施と、駅前通における押し歩きの比率のビデオ調査などを実施し、継続的に調査・評価していきたいと考えている。	
4	追加質問 1	自転車マナー向上対策事業	【事業効果の向上】 啓発員により、歩道上での押し歩きを呼びかけられた際には自転車からおりると思うが、根本的な解決にはなっていないと思う。啓発効果は余りないのではないか。効果は出ているのか。	指摘のとおり、啓発員が呼びかけをしているときにはおりてくれるが、啓発をやっていないときには自転車に乗っている人もいるという実態がある。 ただ、全くやらないとなると野放しになってしまうので、やはり啓発を続けることが意味のあることだと認識している。	【事業効果の向上】 ①札幌市として、自転車の走行環境の整備を進めている状況を示しつつ自転車マナーの啓発を行うなど、啓発効果がより高まるような手法について検討すること。
5	意見 1	自転車マナー向上対策事業	【事業効果の向上】 歩道の上をどう走るかということではなくて、自転車が本来走るところをどう走るのかを考えないことには根本的な解決にはならないのではないか。		
6	追加質問 2	自転車マナー向上対策事業	【事業効果の向上】 走行環境の整備をどうするのかについてよく議論された上でこのキャンペーンをされているのかどうか、どういういきさつでこういうキャンペーンをやろうとなったのか教えてほしい。	基本的には、走行環境がしっかりと整備されて、自転車も車も人も分離して安全に走行できるのが理想。 ただ、走行空間に関しましては、実態として整備ができていないことは認識しているが、予算と時間がかかる、しかし、それを待っていては事故が発生するということで、整備が整うまでの間、対症療法という形でソフト対策として啓発という方法をとっている。	

NO		事業名	質問事項	所管部署回答	仮指摘事項案
7	意見 2	自転車マナー向上対策事業	【事業効果の向上】 「札幌市としてこういう努力もしていて、最終的にこういうところを目指しています」というものをきちんと提示した上で、「ただ、今は間に合わないので、こういう啓発をするからみんなも協力してください」というように、ビジョンが示された上での啓発活動なら、より市民の理解を得やすいのではないか。		
8	21	歩行者と自転車の共存する空間の創出事業	「放置」の定義を教えてください。「放置」と「駐輪」は区別されているか。 同様に「放置禁止」と「駐輪禁止」を区別しているか。放置自転車の撤去費用の負担はどのようになっているか。持ち主に請求しているのですか、それとも市側が負担しているのか。	「放置」とは、札幌市自転車等の放置の防止に関する条例 第2条(7)において、「自転車等が自転車等駐車場以外の公共の場所に置かれ、かつ、当該自転車等の利用者等が当該自転車等から離れているため、直ちに当該自転車等を移動する事が出来ない状態にあること」と定義されている。 一方、「駐輪」については、法令及び条例上の定義はないが、「自転車等をとめておくこと」と、一般的にも広く用いられている言葉と考えている。 自転車の放置が禁止されている公共の場所(道路等)においては、「長時間停めていなければ放置ではない」と捉えている自転車利用者のもいることから、「ここは自転車を置ける場所ではありません」とお知らせする意味で「駐輪禁止」と掲示している場合がある。この部分に関しては、利用者がわかりやすく理解して頂けるよう、状況に応じた対応を心がけているところ。 放置自転車の撤去費用については、自転車利用者の皆様に自転車を返還する際、撤去に要した費用として自転車1台につき2,000円、原動機付自転車1台につき4,000円を負担してもらっている。しかしながら、撤去した自転車の全てが返還されてはいないことから、引取りのなかった自転車にかかる撤去費用については札幌市が負担している。	
9	意見 3	歩行者と自転車の共存する空間の創出事業	歩道を駐輪場にしてしまっ、ここはとめていいですから、きちんととめてください」というほうがいいのではないか。 そこが駐輪場となっていて、整然と並んでいれば通行の邪魔にもならないと思うが、今は二重、三重にとまっていて、もう歩くところがなくなっている。そこをさらに自転車が両方向で通行するため、歩く人はよけるしかない。そういうものが自転車に対する敵がい心を引き起こしているのではないか。		
10	意見 4	歩行者と自転車の共存する空間の創出事業	【企業への働きかけ】 今、企業側は、社員の自転車を社内に入れ込むということを結構やっている。企業に対して協力をもっと呼びかけていくという手はあるのではないか。		【企業への働きかけ】 ②駐輪場混雑の緩和や放置自転車の減少につながる取組として、例えば、駐輪場が不足している地区の周辺の企業に対して、自転車で出勤している社員の自転車は社内に持ち込んでもらうよう協力を求めるなど、企業へ働きかけていくような手法を検討すること。

NO		事業名	質問事項	所管部署回答	仮指摘事項案
11	追加質問 3	歩行者と自転車の共存する空間の創出事業	どういう基準で駐輪場の場所を決めているのか。	駐輪場は駐輪需要が高い場所に設置している。例えば、郊外駅周辺は非常に駐輪需要が高い。そのようなところには、地下鉄駅、JR駅周辺に駐輪場を確保するよう努めているところ。ただ、駅周辺は土地利用が高度化されているので、なかなか適地が確保しづらい状況がある。 また、都心部においても、大幅に駐輪場が不足している状況であるので、現在、駐輪場の整備を進めているところである。	
12	22	歩行者と自転車の共存する空間の創出事業	駐輪場の地図などを配布しているのか。	駐輪場マップを作成し、区役所の広聴係や市役所の市政刊行物コーナーで配布している。また、札幌市のホームページ上で随時お知らせしている。	
13	意見 5	歩行者と自転車の共存する空間の創出事業	【周知方法の見直し】 駐輪場の地図などについては、出かけた先で検索することになると思うので、出先で自分のいる位置と一番近い駐輪場をどうやって知ることができるか、本当はあき状況までわかれば一番いいと思う。		【周知方法の見直し】 ③駐輪場の場所について、特に外出先でも容易に情報が得られるよう配慮したり、例えば、自転車販売店等に駐輪場マップや自転車の放置禁止について書かれた冊子等の配布協力を求めるなど、自転車利用者が情報に触れる機会を増やすような周知の仕方を工夫すること。
14	意見 6	歩行者と自転車の共存する空間の創出事業	【周知方法の見直し】 自転車屋との連携はしているのか。自転車を買うときに必ず札幌市のルールが書かれたお知らせがあるとか、冊子をつくっているのであればそこで配るなど、そのようなところとの連携はしているのか。		