

市政について皆様の声をぜひお聞かせください!

目黒哲也 通信

●発行人 目黒哲也

所属委員会・社会厚生委員会 委員長・議会運営委員会・議会広報編集特別委員会
 ・都市計画審議会・新潟県農林畜産部広域広域自治体議員
 ・魚沼地域特別養護老人ホーム組合議会議員

●連絡先 目黒哲也後援会事務所

〒949-6612 新潟県南魚沼市東原田1076-1 TEL 025-773-6253
 携帯 090-4011-7563 E-mail kinsekan.tetsuya430623@gmail.com

議会報告 Vol.23
 令和5年10月発行

目黒哲也
 公式ホームページ
 こちらから➡



目黒哲也通信のバックナンバーを希望される方は、メールあるいは電話にてお気軽にご連絡ください

こあいさつ

皆様には、日頃より市政へのご理解とご協力を賜り、厚く御礼申し上げます。

9月議会は、通称決算議会と言われております。令和4年度の決算額(表1)は、一般会計では25億1,182万円の黒字となりました。水道事業会計は経営成績となる収益的収支で、前年度比2,796万円増の6,956万円、下水道事業会計でも4,946万円の純利益を確保しました。病院事業会計では一般会計繰入金総額は8億574万円と、昨年度より約2億円の削減を達成することができ、経営改善が図られていることが分かります。

健全化判断比率ですが、一般的に財政力を図る財政力指数とは一般財源に対する税収入の割合を示し、数値が「1」に近いほど財政力が強いとみることができ、「1」を超えるほど財源に余裕があるとされております。当年度の財政力指数(図1)は前年度比0.003ポイント上昇した0.410ポイントであり、県内20市中で15番目、20市の平均指数0.468ポイントに比べると、やや低めです。

次に経常収支比率(図2)は前年度比32ポイント上昇し、89.6%でありました。この比率が高いほど経常余剰財源が少なく、財政の硬直化が進んでいるとされます。

続いて財政健全化4指標の1つである実質公債費比率(図3)ですが、早期健全化基準は25%、財政再生基準は35%とされており、実質公債費比率が18%以上25%未満の団体は地方財政上の起債許可団体となります。ちなみに新潟県は令和4年度一般会計決算で実質公債費率18%以上となり、地方債の発行に国との協議ではなく国の許可が必要となりました。

当市は11.6%と基準を下回っております。県内20市中で12番目、20市平均の10.5%と比べるとやや高めですが、図3に示されているように年々減少傾向であります。

将来負担比率(図3)は、一般会計等が将来にわたって負担しなければならない実質的な負債額の標準財政規模に対する比率であります。前年度比27.5ポイント低下し、41%と早期健全化基準である350.0%を下回っております。

以上の通り、財政健全化の指標比率は改善されており、健全な財政運営に取り組んでいることが分かります。引き続き、持続可能な財政運営に取り組んでいくよう審査して参ります。

表1 令和4年度 決算表

一般会計	決算総額		前年度差額
	歳入	394億9,535万円	△9億1,877万円
	歳出	396億8,353万円	△17億8,417万円
	差引	25億1,182万円	

会計	収入	支出	差額	
水道事業	収益的収支	17億6,492万円	16億9,536万円	6,956万円
	資本的収支	4億7,635万円	15億5,934万円	△10億8,299万円
下水道事業	収益的収支	32億6,115万円	32億1,169万円	4,946万円
	資本的収支	18億4,640万円	28億2,881万円	△9億8,241万円
病院事業	収益的収支	56億5,994万円	57億8,297万円	△1億2,303万円
	資本的収支	3億4,179万円	6億1,708万円	△2億7,529万円

ふるさと納税寄附金	50億8,391万円
前年度差額	5億8,370万円増

図1 財政力指数の推移

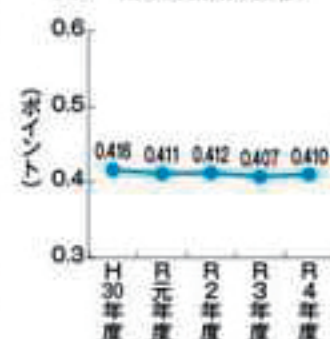


図2 経常収支比率の推移

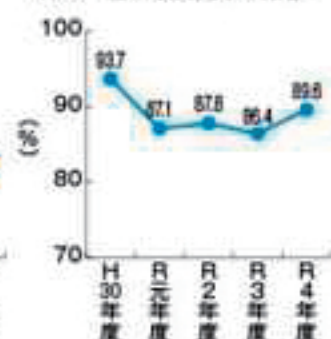
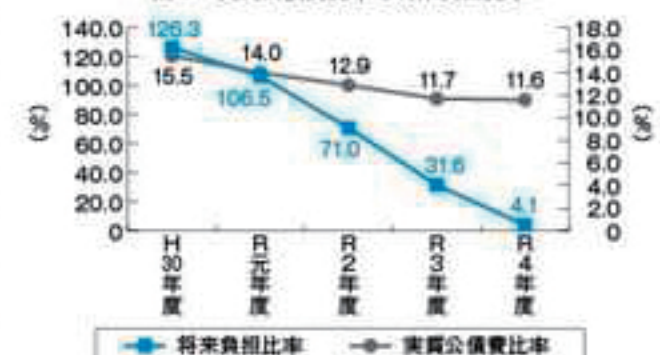


図3 実質公債費比率と将来負担比率



キーワード 観光地域づくりについて

新型コロナウイルスの流行により、観光スタイルは大きな変化を迎えている。2022年以降はコロナ禍も落ち着いたことで制限緩和が進み、徐々に世界中から日本を訪れる外国人観光客も増えてきた。また、円安が加速している日本にとって、観光は経済効果としても重要な役割を担っている。

この度、9月26日付で観光地域づくり法人(DMO)に南魚沼市観光協会が登録された。改めて観光が地域に与える効果や影響を、観光地域づくりを意識した取り組みの中で考えていく必要があると考える。南魚沼市は、自然・文化・気候・食という観光振興に必要な4つの条件を兼ね備えている。よって当市における観光は成長戦略の柱、地方創生の切り札としての潜在能力を有していると思う。観光は、地域に存在するさまざまな資源そのものが売りとになり、国内外からその魅力を体験するために人々が訪れ、その地に滞在し、消費活動を行うものであり、その結果として地域の経済・雇用が支えられると共に、地域の資源の維持・発展にも資する効果が期待される。地域に大きな貢献をし得る産業分野であると考えられる。

観光は大きな経済効果をもたらす。図1は日本人が国内旅行で消費した金額のグラフであるが、コロナ禍以前は宿泊客で15兆円、日帰り客で5兆円、国内旅行の消費額の合計は20兆円であった。コロナ禍を経て、2024年の予想ではマイナス5兆円の15兆円くらいで安定するとの見方である。

次に訪日外国人の来訪数の推移をみると、図2の通り国の目標はコロナ禍以前に立てた「2030年 訪日外国人6,000万人」は変えずに、インバウンドを誘客する戦略を国を挙げて展開している。ここで観光の効果や影響を考えてみる。図3は高齢者1名を支える生産者数を示している。人口減少や少子高齢化は、今後の地域経済や市民サービスに大きな影響を及ぼすとし、図4のようにこれまでさまざまな事業に取り組んできた。このような行政の戦略で稼いだ税収入で市民サービスを充実していくことができる(図5)。

これからは地方交付税も少なくなっていくと言われている中で、今求められているのは「稼ぐ力」、地域が自ら稼いで自立していくことだと思う。観光振興は地域活性化のみならず、雇用の増加や経済成長、観光に訪れた人が定住を検討するきっかけともなる。観光で稼いで、地域共生に還元できる可能性を南魚沼市は秘めていると私は信じている。

※資料：南魚沼市政策アドバイザー小高直弘氏講演会資料

兵庫県豊岡市 城崎温泉へ視察に行ってきました

情緒あふれる城崎温泉をフックに外国人観光客の誘致に力を入れ、その取り組みが功を奏し、訪れる外国人宿泊者数は過去6年間で45倍にまで急増した兵庫県豊岡市 城崎温泉へ10月6日に視察に行ってきました。越後湯沢駅から城崎温泉まで約7時間かかりました。

城崎温泉は、「駅は玄関、道は廊下、宿は客室、外湯は大浴場」と、温泉街をひとつの旅館に見立て、訪れる人々を温かくもてなすまちづくり戦略に驚くと共に、まち全体で共生共栄の精神が書いていることに感動を覚えました。また、城崎だけではなく、隣接する出石を含む但馬地域をひとつとして8つの魅力(旅館・温泉・浴衣・食・酒・芸術・観光・自然)をイベント体験させることで、販路拡大と但馬への誘客が実現したものと感じました。



日本人の国内旅行消費額の推移

- 日帰り / 5兆円
- 宿泊 / 15兆円

国内旅行の消費額
合計約20兆円

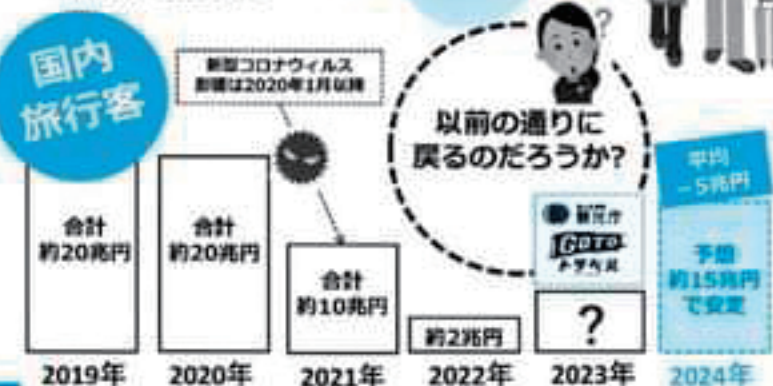


図1

行政サービスの低下は逃げられません！



図3

加えて個人客にターゲットを絞り、また国もターゲットを決めて、そのターゲットに合わせたインフルエンサーによる浴衣体験と、ハリウッド様歩きなどSNSを有効に活用したイメージ戦略の大切さを学びました。

訪日外国人の来訪数の推移

2030年 訪日外国人数

目標 6000万人



図2

今までも事業支援をいろいろ考えてきました。

企業誘致

移住促進

地方創生

ふるさと納税

農地改革

道の駅

観光誘客

図4

行政の戦略で稼いだ税収入で街のマイナスを補う。地方創生事業で稼いで地方共生に還元する。



図5

観光V字回復の 戦略について

※質問と答弁は一部抜粋

南魚沼市議会 第28期定例会 1 委員会

このQRコードをスマートフォンなどで読み取ると、
一般質問の録音内容がご覧いただけます。

目黒 新型コロナウイルス感染症の危機は社会の在り方を変え、経済構造を変化させ、観光客の意識も変え、観光産業を取り巻く環境そのものが大きく変化した。この先、持続可能な観光地域づくりの戦略は、

市長 持続可能な観光地域づくりを実現するためには、市と観光地域づくり法人（DMO）が連携して中心となって、中・長期的な視点で、地域の歴史文化・自然環境や食文化などを生かした観光商品プランを開発し、多様な観光需要に対応できる魅力的な観光地域づくりを推進していく。また、老朽化した観光施設の見直しも必要である。

目黒 市長の所信表明の中に、市観光協会は観光地づくりの司令塔として、観光地経営のマネジメントとマーケティングに取り組むと述べられ、市観光協会にDMOの役割を期待している。そこで課題となるのが、市観光協会は会員を集め、会員から会費を集め、その資金の使途については会員から互選された理事が決定するという形態にある。そのため行動原理が会員事業者視点となり、不利益を生じる会員事業者がいる取り組みを進めることができづらい。つまり、「誰も反対しない」取り組みに偏りがちになる。

例えば、地域の宿泊施設や飲食店を紹介する際、会員事業者視点では会員全てを紹介することになるし、その紹介コメントも当たり障りのないものとなりがちだ。それに対してDMOは顧客視点であり、ターゲットとする顧客に「刺さる」かどうかが判断基準となる。ターゲットに適合する事業者を優先的に取り上げ、その紹介コメントも、ターゲットに響くようなものを選択する。その結果、一部事業者から反対意見が出されることがあっても、地域としての競争力を高めることが優先される。

そこで、DMOの組織体制を整える必要があると考えるが、
市長 DMOは全く違う形態に変わっていく。センスの差もあるし、思いの差もあったり、また大きい事業をやっている人と小さい事業をやっている人の差がある。それぞれのところで選ばれた人が平等な感覚で物を申すのではなく、そういうことを脱皮していくことがDMOである。様ざ出さなきゃ駄目。ずっと公的なお金だけを頼っている観光づくりを持続可能な観光地とは言わない。

そのひとつが道の駅だと考えている。現在、市の関係課の職員による内部検討会と、民間の有識者や関係機関によって構成される外部検討会を開催し、改修やリニューアルに向けた検討を行っている。出資をして責任を持つ人たちが運営をし、究極は地域商社につくり上げていきたい。

目黒 観光地づくりと湯沢町観光まちづくり協議、そして南魚沼市が、現在はそれぞれが個別にプロモーションやキャンペーンを打ち出している。中には重複した取り組みもあり、非効率である。点でのPR活動ではなく、今後はより連携を強化し、面としてのPR活動が必要と考えるが、

市長 市や町の境界線を感じている。早くとっばらうべきだ。そのためには早い段階に自分たちで様ざ出してやっていけるシステム、例えば宿泊税導入などを目指して準備をする必要がある。まさにこれから真価が問われる。

目黒 持続可能な観光地域づくりには、新規顧客の確保が課題である。そこで友好都市である、山形県米沢市・埼玉県深谷市・埼玉県さいたま市・埼玉県板戸市・千葉県いすみ市・富山県魚津市・東京都江戸川区のつながりの深い7自治体や、おにぎりサミットの連携自治体など、つながりのある地域と積極的に連携を進めていくことが効果的ではないか。

市長 常にそういう視点を持ってやっていくつもりだ。来ていただく、また、こちらからも出かけていく。そういう相互関係を持ちながら取り組んでいければと考えている。

目黒 現在、VFR（Visiting friends and relatives：友人や親族への訪問を目的とした旅行）は、国内旅行者全体の約2割近くを占めている。今や都市への人口集中により、ふるさとを持たない若者が増えている。

そこで「何度も地域に通う旅・帰る旅」第2のふるさとづくりを推進していくことも効果的ではないか。

市長 市は、何かを恒常化する力、リセットする力、人間性を回復する力といった、ルネッサンスといったような力を持っている地域であるから、何か仕掛けていければと思っている。

目黒 越後湯沢駅における訪日外国人客数の1位は台湾で13.5%、2位は香港で7%である。

2022年度観光庁の訪日外国人消費動向調査では、香港来訪者の95%、また台湾来訪者の94.5%がリピーターであり、そのうちの8割以上が訪日4回以上のヘビーリピーターとの結果が出ている。加えて、2023年1月に台湾のLCCタイガーエア台湾（新潟⇄台北線）が週2便運航を開始しており、台湾はターゲットとして高いポテンシャルを秘めている。

現在、湯沢町のウィンターシーズンには夕食難民が出るくらい押し寄せて来ている状況である。南魚沼市へのきっかけづくりとして、その外国人宿泊者を南魚沼市に誘導し、食事をしてもらうために二次交通を強化したらどうか。

市長 二次交通の充実が課題となっている。バスを使うのか、鉄道を使うのかなど、今は湯沢町と意見交換している。ニーズは必ずあるので検討する。

目黒 南魚沼市は海外の認知度が低いことが課題だ。今や、全ての素材が観光に変身する。例えば、あの映画で出てきた湖の場所に行ってみよう、インスタで見た同じ場所で自分たちも写真や動画を撮りたい、などである。南魚沼市のインスタ映えする場所を拾い出してSNSにアップすることで、湯沢町の深谷トンネルのように当たることがある。

そこで、当市には優れたクリエイターが多くいるので、このクリエイターを中心にチームを作り、魅力的な写真や映像づくりを仕掛けたらどうか。

市長 仕掛けたから映像が世界的にヒットすることもあるし、でも、なかなかそうでもなかったりすることがある。また意外なところが…ということもある。映像というのはある種、題材のすり込みということもあるから、何十年も同じ写真を使っていたりすることがある。だから一概に新しいものが良いとも言えない。