

○議長（明和善一郎君） ただいまの出席議員数は8人です。定足数に達しておりますので、休憩前に引き続き会議を開きます。

7番 竹島貴行君。

○7番（竹島貴行君） 7番竹島貴行であります。

昨年、舟橋村では、地方創生絡みの総合戦略を打ち立てました。その中で、K P I という指標を明確にし事業成果を出していくという考え方を示しております。

このK P I とは、組織や事業、業務の目標の達成度合いをはかる定量的な業績評価指標であり、細かな説明は省きますが、私はこの考え方を議会にも当てはめ、議会の承認した施策が住民のためや村のためになっているかなどを検証し、その次への改善に活かされているのか監視する責任を議会が果たしていくべきだというふうに考えております。

その責任を議会が果たしているのか、そして議会の取り組みを住民の皆さんに理解していただくために、今後、議員の皆さんとともにK P I という考え方を議会に取り入れていってもよいのではないかと考えております。

K P I という目標成果を設定し、具体的手法を見出して成果を出していくという考えに沿って、行政施策が今後展開されていくことを願っているものでもあります。

さて、ここから私は、昨年3月並びに6月の定例議会で一般質問したプレミアム商品券の効果、検証結果について質問します。

昨年、舟橋村では、1,800セット限定の3割プレミアムとして、プレミアム商品券が発売されました。県をはじめ、ほかの自治体で発行されたプレミアム商品券のプレミアムは、大半が2割だった中で、舟橋村は3割ということであり、前評判も高く、薄暗い朝早くから購入希望者が販売所に殺到し長蛇の列ができました。そして、予想どおり商品券は即完売となり、購入できた幸運な少数の人たちとは対照的に、列に並んで購入できなかった多くの人たちからは、当然のごとく残念な声が聞かれたことはご承知のとおりであります。

なぜ3割のプレミアムなのかという質問に対して、答弁では、高いプレミアム率が多く、住民生活の支援に大きく貢献するといった意味合いや事業効果を強調されていましたが、私には少し理解できなかったことが残念でありました。

果たしてこの事業の成果をどのような指標で捉えているのか、住民にとっても興味のあるところだと思います。多分、今回その部分も答えていただければと期待してお

ります。

昨年質問答弁では、プレミアム商品券は、国が、地域における消費喚起策やこれに直接効果を有する生活支援に対して支援する目的の緊急的な個人消費喚起に対する取り組みであると説明されました。

この事業において、K P I（業績評価指標）を設定した上で取り組むとすれば、まずプレミアム商品券効果の最終目標を定め、その目標を実現するための具体的な手法を策定し、事業を遂行しながら、途中過程でその手法がしっかりと遂行されているかどうかを評価し、結果として事業効果目標に近づけていく。そして、最終的な効果を検証することになると考えます。

村長及び総務課長からは、プレミアム商品券効果の検証は大変重要なことであり、制度上、事業終了時点で消費喚起効果を計測し国へ報告することになっていると答弁をいただいております。

そのプレミアム商品券効果を検証する項目は2項目あり、1つ目は、直接的な消費喚起効果を取り扱い店が商品券を換金した額で捉える。2つ目は、消費金額のうち商品券制度があったがゆえに新規に商品が購入された消費誘発額で、測定方法は購入者の属性、年齢、家族構成などをアンケートし、そこからサンプル的に額を把握し、売れた商品のほか、新規に商品購入の有無を確認し、消費動向を分析した上で効果を推計するという手法を挙げられておりました。

プレミアム商品券の使用有効期限は昨年12月末で終了しており、IT技術の発達した現代、データは商品券が使われるに従い随時集計され分析も進み、国へ報告する結果も粗方出ているものと推測しています。

私は、村の施策は基本的に村の住民を対象として実施されるものだと考えていますが、世間から一時注目を集めた緊急的な個人消費の喚起策であったプレミアム商品券の検証結果について答弁を求めるものであります。

以上、答弁をよろしく申し上げます。

○議長（明和善一郎君） 総務課長 松本良樹君。

○総務課長（松本良樹君） 7番竹島議員のご質問に対してお答えいたします。

プレミアム商品券発売日の状況においては、議員ご指摘のとおり、午前10時の販売開始から約35分という短時間で完売いたしました。

当日は、悪天候にもかかわらず朝早くから並んでいらっしゃる方々に購入予定額を聞

き取り調査したところ、既に発行額に達していることが判明したため、9時前には売り切れを宣言し、この後来た方のほとんどに帰っていただいたところでございます。

また、来場者に対する状況説明、誘導を十分に行う人員の不足、整理券の準備もなく、購入できなかった方々からは多くのご意見をいただいたところであります。

当村では、国の交付金を主な財源に、プレミアム商品券事業と子育て応援商品券支給事業を行いましたが、その発行額と使用実績についてまず報告いたします。

まずプレミアム商品券発行額は、1,000円券13枚つづりを1,800セットで2,340万円であります。6月28日の発売日に98名の方に即日完売しております。

また、子育て応援商品券支給事業においては、3,000円分のプレミアム商品券を334世帯に100万2,000円分を支給しております。

本村と同時に立山町でも、1,000円のプレミアム商品券12枚つづりを1万セットで1億2,000万円発行されました。

3つの発行額を合わせますと、立山舟橋商工会全体では1億4,440万2,000円あります。

次に、商品券の使用実績ですが、商工会の実績報告によりますと、発行額全体のうち使用されたのは1億4,387万1,000円で、率にして約99.6%であります。未使用額は53万1,000円で、これを両町村の発行額で按分し、それぞれの発行額から減じて使用額を算出しております。その結果、舟橋村のプレミアム商品券の使用額は2,331万4,000円、子育て応援商品券支給事業の使用実績額は99万8,000円、合計2,431万2,000円になります。

次に、どこで商品券が使用されたかであります。

立山舟橋商工会の実績報告を見ますと、72.5%が大型店で利用され、その大半がスーパーやホームセンターなどの日用品で占められています。村内で見ますと、利用額は275万2,000円で、全体の約2%にとどまっております。

さて、ご質問の消費喚起効果の検証について説明させていただきます。

国の交付金制度では、市町村が事業終了後に消費喚起について調査分析を行い、年度末に国へ報告することとなっております。この交付金事業は新規の消費誘発を目的としており、国は市町村から報告を受け、どのような手法がどのような消費喚起効果を得たか、もしくは地域特性による消費喚起効果の違い等、消費動向全般の分析とあわせ、喚起した消費の実態について調査を行うものであります。

その中で、市町村には3つの分析、報告が求められております。

まず1つ目は、直接的な消費喚起額の算定であります。これは、事業終了後に商品券の換金額などの利用状況を把握するものです。商品券の利用額がこれに該当しまして、立山舟橋商工会全体で言えば、利用額1億4,387万1,000円、舟橋村が発行した商品券の利用額で言いますと2,431万2,000円、うち村内で利用された額で言いますと275万2,000円、これが直接の消費喚起額であります。

次に、2つ目の調査分析事項は、新規に誘発した消費額の推定で、購入者へ実施したアンケート調査により把握します。

国の指針では、統計学的に有効な分析とするため、当村のように商品券の購入者が3,000人未満の場合は、100件以上の有効回答を確保するよう努めることとされています。しかし、当村における購入者は98人と少なく、さらに30件程度しかアンケートを回収できていません。したがって、有効なアンケート分析は困難な状況下にあります。

とはいえ、回収したアンケート全体像を眺めると、やはり舟橋立山商工会全体での使用実態と同様の傾向であり、スーパーやホームセンターなどの日用品がほとんどで、商品券があったから買うといった新規の消費誘発は、電気店やリフォームの事業所に少額が計上されている程度であります。

最後に、3つ目の調査分析は地域の消費動向の分析であり、さきに述べました2つの調査分析をもとにいたします。直接の消費喚起効果は商品券の利用額そのものであり、新規の消費誘発効果は、購入限度額が高かったことから、電気店などでの一定の利用がありましたが、全体の7割が大型店の日用品購入の利用だったため、新規の消費誘発はほとんど図られていないと分析しております。また、舟橋村の利用額は全体の2%、275万2,000円にとどまっている現状があります。

6月定例議会の質問で答弁しましたが、事業の計画におきましては、村内の商店の振興が図られにくい状況は当初から予想されていたところではありますが、他市町より高いプレミアム率で多くの住民の生活支援をすること、一方では、村外の方が購入できる機会を提供し、本村とのかかわりを持っていただく地域振興のきっかけにしようとしたところがありました。

多くの住民の生活支援を行う、たくさんの方に買っていただくという狙いにおいては、わずか98人で売り切れることは想定しておりませんでした。しかし、うち7割の方は

村内の方だったので、購入限度額を減らしておけば、より多くの住民が購入できたと考えております。

また、せっかく図書館利用者など村外の方を購入対象にし、村を知ってもらうきっかけができるのならば、村の商店の今後の振興という見方をすると、そういった方を商店へ呼び込み、さらにそれを逃がさない、リピーターを増やしていく、そのような取り組みも地域の商店と考え啓発していくことが必要であると感じております。

今般の事業実施に当たりましては、スピード感を持って行うことに重点を置いたため、十分な準備、検討を行うことができず、販売方法や購入希望者への情報提供などの面で住民の皆様にご迷惑をおかけしたと反省しております。

議員ご指摘のとおり、消費喚起においては厳しい結果と受けとめまして、今後はこれらの検証をもとに、今後の事務事業へとつなげていきたいと考えておりますので、ご理解を賜りますようお願い申し上げます、答弁いたします。