

平成26年度第4回平塚市行政改革推進委員会議事録
(観光事業)

開催日時 平成26年8月4日(月) 14:40～15:40
場 所 平塚市勤労会館 中会議室(2階)
出席委員 青木委員長、後藤副委員長、芦川委員、出雲委員、露木委員、常盤委員、
中嶋委員、臨時委員
臨時委員 (市職員) 諸星主査
出席者 企画政策部長、企画政策課長、財政課長、
企画政策課(課長、課長代理、主管、主任)
商業観光課(課長、課長代理、主査)
傍聴者 30名
議 題 事業評価
観光事業

【委員長】

「観光事業」について事業所管課、事務局から説明をお願いします。

【商業観光課(事業所管課)】

事業評価シートに基づき、事業について説明する。

【事務局(財政課長)】

長い間本市の観光は、七夕まつりと花火大会であった。しかし、観光を取り巻く環境は、産業、地域づくりの点からも従来とは異なるポジションになっていると考えている。日本中の様々な観光に対する取組がマスコミにも取り上げられてきている。このような時代の大きな変わり目の中で平塚市の観光が産業、地域づくりの点から今の取組で良いのか、費用対効果も含め議論していただきたい。

【C委員】

単純に金額をみると平成25年度、平成26年度ともに大幅な増額となっているが、市民プラザに移転したことも含まれているのか。また、ここ2～3年どのような事業の動きがあったのか。今後、資源活用や情報発信は継続的に行われていくのか。

【商業観光課】

平成24年度予算のうち、1,220万円が観光協会の補助金であり、この状態が

ベースになっている。平成25年度は他に婚活や観光協会ホームページのリニューアルなどの事業を行った。平成26年度は婚活が1,530万円、観光協会が2,160万円となっている。市民プラザの関係は別の補助事業になっているため、観光事業の予算には入っていない。緊急雇用の関係の予算の半分以上は、人件費に使うことになっている。

今後は、緊急雇用の関係の人が抜けていく為、今の状態を維持することは難しいと考えている。

【C委員】

平塚は、観光資源が乏しい中で、婚活にかなりの額を費やしており、負担が大きいと感じられる。

【A委員】

平塚は、海を売りにできない市である。唯一の売りである七夕まつりも寂れていく一方である。観光資源としての七夕まつりの位置付けを伺いたい。

平塚市のブランドイメージをどのように発信していくのか。基本方針を伺いたい。

MNビルにプロジェクションマッピングをするなどということも考えられる。

ホームページは受け身の情報媒体である。観光事業はマスコミを含めた積極的な情報発信も必要であり、その両輪がなければいけないが、どう考えているか。

【商業観光課】

七夕まつりについては、東日本大震災後に実行委員会形式にして、民間の意見を聞きながら進めている。七夕飾りが少なくなっていることも対策を進めており、10本程度増えた。また、協賛など民間に協力していただいた取組も行っている。七夕は、年間を通して売っていききたい。

ブランディングについては、市費を使わずに、観光協会のホームページを作る取組を行っている。スマートフォンやタブレットでも見られるような改修もしている。ホームページの中に情報発信ができる仕組みも入れている。この事業は今年度もやっており、最終的には、ホームページの中で物産品を販売できる仕組みにしたい。ブランディングということではコンセプトやターゲットを絞り込んで行いたい。

【D委員】

七夕まつり、花火大会、婚活などの事業すべてに言えることだが、例えば婚活であれば、結婚の時に地元の結婚式場を使わなければ、市のお金を使って実施する意味がない。一過性のイベントで終わっても意味がない。観光資源となり得るものを拾って行って育てていく必要があるが、そのような姿勢が見られないがどうか。

【商業観光課】

婚活が目的で実施している訳ではなく、観光資源の開発などを行う中で、経済効果に結び付かなければならない。婚活をやって、地元の式場で結婚してもらって、例えば地元の建設業者で家を建てるなどの流れになっていかなければならない。事業についても地元業者とタイアップしながら行っている。また、市費は使っておらず、県からの補助金で行っている。

【D委員】

県からの補助金が終わったらどうするのか。

【商業観光課】

NPO法人は存続するので、参加者による負担金で運営できるように支援していきたい。

【D委員】

平塚は、大きな観光資源があまりないので、今ある観光資源や育ちそうなものを大切にしながら、地域の産業が育つようなイベントにしながら、観光協会を自立させなければいけない。お金を延々と垂れ流すのでは意味がない。派手なことをする必要はないが、目に見えない努力をしているところを拾っていくようなことを観光協会に指導しなければならない。

【委員長】

この事業の成果はなぜ出していないのか。それと入込客は説明があったが、単に入込客が増えればよいということではない訳で何を根拠にこの事業は重要だと説明するのか。

【商業観光課】

入込客のほかには、経済効果が考えられる。平成25年度で21億円だった。最終的には、経済効果があったのかということになると考えている。しかし、この事業単体で出る効果としては図りづらい。一つの考え方としては、観光に係る予算のうち、10分の1を観光協会補助金として支出していることを考えると、21億円の経済効果のうち、10分の1がこの事業による効果と考えられる。

他に目に見えない効果としては、産業間連携として、産業振興計画の中で、観光業として位置付け、商業や農業を含んだ中で、活性化していくようなことを考えている。また、平塚の魅力を発信することはシティーセールスにつながることもある。

観光の直接の目的は、交流人口を増やし経済活性化を図ることであるが、その先には定住人口を増やす効果もあると思う。

【委員長】

今の説明はもっともであるが、なぜ指標の設定がないのか疑問である。そういうことを把握しない中で、例えば、5市で冊子を作っているとすると平塚市民の税金で他市の宣伝をすることになってしまう。

【F委員】

湘南地区の中で、他市と比べ入込客数の伸び率はどのようになっているか。自主財源率が15%という説明があったが、収益事業を増やす取組みについて、どのように考えているか。

【商業観光課】

他市の数値は把握していない。観光協会の収入は、現在は、カレンダーの販売収入、会費、競輪場への大型バス駐車場の紹介手数料などである。今年6月から市民プラザに移り名産品の販売を始めたので、会員や収益を増やしていきたい。また、オンラインショップなども研究中である。

【副委員長】

観光振興の目的は経済活性化ということであるが、経済活性化の取組として観光事業の優先順位はどのくらいか。

【商業観光課】

所管課としては、一番だと思ってやっている。

【企画政策部長】

具体的な順位付けをしているわけではない。人口減少や買い物客数減少は課題と認識しており、観光という新たな側面で取組みができないかと考えている。

【副委員長】

経済効果の伸びや落ち込みを分析して、予算を使っていく必要がある。

【B委員】

婚活事業について、観光協会で行うことができるのか。

【商業観光課】

市では、様々な産業界を巻き込んで体験型の観光に取り組んでいきたいと考えている。NPO法人は、商売として婚活をやっていけるのかを考えている。観光協会では、体験型観光に取り組む力はあると思うが、男女を結び付けるノウハウはないと考えている。

【B委員】

89社も会員がいるので、こういう事業こそ観光協会が行うべきではないかと思った。また、観光協会のホームページを市が観光協会に委託して作成するというのが不思議な感じを受ける。これは、観光協会がホームページを作成する会社に再委託しているということが良いか。

【商業観光課】

ホームページは観光協会独自で作っている。CMSを使って、誰でも毎日情報発信できることを目的としている。

【B委員】

市が直接民間に委託するということはできないのか。

【商業観光課】

今回の補助金の目的がスタートアップ企業の補助であるため、観光協会を通して、市の観光や物産をPRしていくということを委託した。直接市がホームページの作成委託をすると毎日情報発信する運用について難しくなる。

【B委員】

SEが観光協会に雇用されて毎日更新していたということか。

【商業観光課】

SEは途中で退職したため、ウェブデザイナーを中心に観光客に見やすいように作成した。

【B委員】

ほとんど人件費ということで良いか。

【商業観光課】

この補助金の条件が委託料の半分以上を人件費に充てることになっていたため、4人雇用して390万円弱を人件費として支出した。

【E委員】

次年度以降の取組みとして、平成26年度末に圏央道ができるためアクションすると書いてあるが、開通したときにアクションするのが通常ではないか。

【商業観光課】

平成25年度にも取組は行っており、引き続き取組を行う上での検討を今年度行っている。

【E委員】

開通式の時に何かやるということで良いか。

【商業観光課】

今年圏央道の一部が開通したとき、湘南地区観光振興協議会で海老名サービスエリアでキャンペーンを実施した。開通した際に何か実施したいと考えている。

産業振興計画の見直しを今年度行っており、圏央道、大型商業施設の出店、東京オリンピックなどの対応も含め検討していきたい。

◎各委員の評価理由

【A委員】

見直し。観光資源の発掘については、七夕まつりの再定義も含め、長期的視野に立ったランドデザインを描いたうえで、事業を進めていただきたい。瞬発力も大切だが長期的視野も大切である。ホームページもできたので、マスコミを活用した能動的な情報発信を行ってほしい。

【C委員】

見直し。平塚市の観光資源は乏しく、市民意識調査の結果でも低い位置にある中では、事業費の削減と観光協会の自主的な活動の後押しを行ってほしい。

【E委員】

現行どおり。観光が沈んでいるため、積極的に取り組んでいただきたい。

【F委員】

見直し。PRはできていて今後も継続していただきたいが、事業や市の特徴分析を行い、各産業との連携を広げ、市に収益が落ちる仕組みにしてほしい。

【D 委員】

見直し。観光協会の自立性を高めるために何をしなければならないのか検討する必要がある。NPO法人を育てる為に県の予算を使うのであれば、育てる地元の団体もあるのではないか。地元で連携が取れなければ、観光協会も自立できない。イベントに何人集まったかという話ではなく、目先を変えて取り組んでほしい。

【B 委員】

見直し。市として県のお金を使って事業を行う際の受け皿が観光協会でなかったというのが事実であり、観光協会について疑問をもった。

【副委員長】

見直し。経済活性化という大きな目標に対して、しっかりとした作戦を描いてもらい、その中の観光事業ということで活動指標や成果指標を考えてもらいたい。それに対して、他の部署とも連携を取りながら進めていただきたい。

【委員長】

見直し。経済振興といった場合に何で測るのかを出してもらいたい。それを出す際に平塚市にとっての観光を具体的に考えていただきたい。観光の中身をもう一回議論して、それがどのように産業振興につながるのかを考えてほしい。

以 上