

令和5年9月定例会 経済委員会（事前）

令和5年9月11日（月）

〔委員会の概要 商工労働観光部関係〕

寺井委員長

休憩前に引き続き、委員会を開会いたします。（10時34分）

これより商工労働観光部関係の調査を行います。

この際、商工労働観光部関係の9月定例会提出予定議案について理事者側から説明を願うとともに、報告事項があればこれを受けることといたします。

【提出予定議案】（説明資料（その2））

- 議案第2号 令和5年度徳島県一般会計補正予算（第4号）
- 議案第3号 令和5年度徳島県中小企業・雇用対策事業特別会計補正予算（第2号）

【報告事項】

- 令和5年8月県内企業の経営状況に関する緊急調査結果について（資料1）
- 「とくしまマラソン2023」収支決算について（資料2）
- 「とくしまマラソン2024」について（資料3）

黄田商工労働観光部長

商工労働観光部から今定例会に提出を予定しております案件につきまして、説明資料（その2）に基づき御説明いたします。

3ページを御覧ください。

令和5年度一般会計につきまして、補正額欄の最下段に記載のとおり21億1,840万円の増額をお願いしており、補正後の予算額は合計で747億7,778万7,000円となっております。

続きまして4ページを御覧ください。

特別会計でございます。

補正額欄の最下段に記載のとおり880万円の増額をお願いしており、補正後の予算額は合計で1,268億7,623万3,000円となっております。

次に5ページを御覧ください。

課別主要事項説明の商工政策課について、御説明いたします。

中小企業指導費の摘要欄①のア、企業変革力強化投資促進事業につきましては、去る6月定例会におきまして、事業者における経費削減に向けた省エネ設備への更新や生産性向上に必要な機械設備の導入への補助制度としてお認めいただいたところ、事業開始後早々に県内の製造、飲食など幅広い業種の皆様から予算額を大幅に上回る御要望を頂いていることから、前向きな業務改善に取り組む事業者の皆様をしっかりと支援するため8億3,000万円の増額をお願いするものでございます。

7ページを御覧ください。

企業支援課でございます。

計画調査費の摘要欄①のア、企業誘致促進発信強化事業につきましては、本県への企業立地につなげるため、立地候補企業へのファーストコンタクトからアプローチまで一貫した効果的施策を展開する費用として500万円を計上しております。

9ページを御覧ください。

労働雇用戦略課でございます。

労政総務費の摘要欄①のア、徳島県賃上げ応援金プラスにつきましては、設備投資等の生産性の向上に取り組み、最低賃金の引上げを行う中小・小規模事業者を支援し労働者の所得向上を促進するため、国の業務改善助成金に県独自の上乘せ助成を行うとともに、国の業務改善助成金の対象外となる事業所につきましても、本県独自の助成を行う費用として1億円を計上しております。

雇用促進費の摘要欄①のア、徳島ものづくり産業雇用創造プロジェクト及び次ページの中小企業・雇用対策事業特別会計の摘要欄①のア、とくしまワーク体感事業につきましては、徳島で働くことや県内企業の魅力を就職開始前から体感することにより、若者のUIターン就職を促進するため、個別交流会やインターンシップツアーを実施する経費として合わせて1,000万円を計上しております。

12ページを御覧ください。

観光政策課でございます。

観光費の摘要欄①のア、徳島“新”観光ブランディング事業につきましては、徳島の新たな観光ブランド構築に向け旅行トレンドを踏まえた本県観光コンテンツの実態調査を行うとともに、効果的なブラッシュアップや情報発信の方策等について分析を行う費用として3,990万円を計上しております。

摘要欄①のイ、徳島“新”観光キャンペーン「徳島旅行クーポン」事業につきましては、本年秋以降の旅行需要の喚起及び観光消費額の拡大に向け、県内で宿泊する旅行者に対し一人泊当たり5,000円の電子クーポンを付与するキャンペーンを実施するとともに、今後の観光施策につなげるための効果検証費用として10億円を計上しております。

摘要欄②のア、歓迎徳島！外国人誘客促進事業につきましては、新規チャーター便の就航や路線の定着に向け、新たなチャーター便利用の旅行商品の造成・販売を支援するための費用として3,350万円を計上しております。

摘要欄②のイ、徳島海外発信戦略事業につきましては、東アジアや東南アジアをターゲットに国際線の就航を見据えた戦略的なPR活動や現地旅行会社等へのセールスを実施する費用として4,500万円を計上しております。

摘要欄②のウ、宿泊施設誘致調査事業につきましては、本県の宿泊キャパシティの拡大や宿泊者数、観光消費額の増加に向け、調査、分析の上誘致戦略を策定する経費として1,500万円を計上しております。

13ページを御覧ください。

にぎわいづくり課でございます。

本ページに記載の事業はとくしまマラソン2024大会関連の経費であり、開催内容の詳細は後ほど資料に基づき御説明させていただきますが、まず、事業ごとの概要について御説明いたします。

計画調査費の摘要欄①のア、次代につなぐ！「とくしまマラソン」魅力アップ事業につきましては、大会当日のファンランの開催やランナーをもてなす当日イベントの実施など大会の魅力アップにつながる取組に要する経費として1,880万円を計上しております。

次に、観光費の摘要欄①のア、とくしまマラソン支援事業につきましては、海外ランナーエントリー枠を復活し、定員を8,000人とするとくしまマラソン2024大会を開催する経費として3,000万円を計上しております。

14ページを御覧ください。

繰越明許費でございます。

にぎわいづくり課の当初予算に計上しておりました渦の道の橋梁修繕工事及び塗装工事きょうりょうにつきまして、本州四国連絡高速道路株式会社が行う工事との調整の結果、完了予定が次年度となり7,570万円、また、アスティとくしまの中央監視装置改修工事につきまして、新型コロナウイルスの影響による部品の納期の長期化により完了予定が次年度となるため4,850万円、合計1億2,420万円の繰越しをお願いしております。

これらの工事につきましては、できる限り早期の完了に向け取り組んでまいりますので、御理解を賜りますようお願い申し上げます。

15ページを御覧ください。

債務負担行為でございます。

企業立地補助金について製造業を行う事業者の投資が活性化しており、当初の債務負担行為の25億円を上回るペースで奨励指定を行っていることから5億円の増額をお願いするものでございます。

商工労働観光部において、今定例会に提出を予定しております案件につきましては、以上でございます。

続きまして、この際3点御報告させていただきます。

資料1を御覧ください。

第1点目は、令和5年8月県内企業の経営状況に関する緊急調査結果についてでございます。

今回の調査は、令和5年8月16日から8月30日までを実施期間として、原材料やエネルギー価格等の高騰、円安などによる県内企業への影響を緊急的に調査するため、現在の景況感や経営を圧迫している要因、人材確保の状況、設備投資の予定といった項目をお聞きし、御回答を頂いた135者の状況を取りまとめております。

まず、1の現在の景況感、前年同期比につきましては、1行目の全体では青色の大幅改善と緑色の改善との合計が48.5パーセントとオレンジ色の悪化とピンク色の大幅悪化との合計の14.2パーセントを上回るものとなっております。

また、2行目の製造業及び5行目の宿泊、観光、旅行、飲食、イベントなどの観光関連事業者におきましても、改善又は大幅改善が悪化又は大幅悪化を上回っており、アフターコロナに向けた経済活動の活性化や観光需要の回復を受けて、多くの事業者が景況の改善を実感していることがうかがえます。

2の今後の業況の見通しでは、好転又はやや好転が45.6パーセント、悪化又はやや悪化が17.9パーセントとなっております。原材料や燃料等の価格高騰や円安の進行などにより一部の事業者は業況の悪化を予測している一方で、需要の回復などによる業況の好転を見通す

事業者が多いことがうかがえます。

また、3の経営を圧迫している要因につきましては、aの原材料・仕入れ価格の上昇、bの燃料・エネルギー価格の上昇といったコスト面の上昇についての回答が多く寄せられております。

また、cの最低賃金上昇対応、dのベースアップ等対応といった人件費の上昇やeの新型コロナ関連融資の返済についても経営圧迫の要因として挙げられております。

次に、2ページを御覧ください。

4の価格転嫁の状況につきましては、物価高騰などの影響によるコストの増加について、ほぼ又は一部価格転嫁できていると答えた事業者は75.2パーセントとなった一方で、ほとんどできていないと答えた事業者は24.8パーセントとなっております。

業種別で比較しますと観光関連事業者のほうが価格転嫁が難しい状況がうかがえる結果となっております。

5の人材確保の状況につきまして、61.8パーセントの事業者が十分又はある程度確保できていると回答した一方、38.1パーセントの事業者が余り又は全く確保できていないと回答しており、経済活動の活発化に伴い、特に観光関連事業者において人材の確保に苦慮している状況がうかがえます。

6の今後の設備投資の予定につきまして、58.3パーセントの事業者が投資の予定がある又は投資を検討中であると回答しており、県内事業者の設備投資への意欲は非常に高くなっております。

県としましても、こうした事業者の需要にお応えするため、県内中小・小規模事業者の経営体質強化に向けた取組を更に促進してまいります。

最後に、3ページを御覧ください。

県内企業の皆様より国、県等に期待する施策について御回答を頂いております。

これらの御意見につきまして、業種別、従業員規模別に取りまとめておりますので、御参照くださいますようお願いいたします。

資料1につきましては以上でございます。

続きまして、資料2を御覧ください。

第2点目は、とくしまマラソン2023大会の収支決算についてでございます。

とくしまマラソンにつきましては、去る8月31日に開催されました実行委員会におきまして、2023大会の収支決算並びに2024大会の事業計画案及び収支予算案について御承認を頂いたところでございます。

まず、2023大会の収支決算収入の部でございますが、収入合計といたしまして2億2,465万864円、支出の部でございますが、支出合計といたしまして2億1,354万5,494円となっております。

6月定例会におきまして御報告いたしました、とくしまマラソン2023大会の収支決算見込額から変更はございません。

なお、繰越額につきましては、最下段に記載のとおり1,110万5,370円となっております。

資料2につきましては以上でございます。

続きまして、資料3を御覧ください。

第3点目は、とくしまマラソン2024についてでございます。

2024大会の事業計画でございますが、1、マラソンにつきましては（1）の期日は令和6年3月24日曜日、（2）の式典は開会式を午前8時45分から県庁西側スタート前で、表彰式をワークスタッフ陸上競技場で実施いたします。（3）のコースにつきましては、県庁前をスタートとする前回大会と同様のコースでございます。（4）の関門、（5）の表彰につきましても変更はございません。（6）の募集定員は前回大会から500人増となる定員8,000人とし、海外エントリー枠や家族や友人と一括で申込みが可能となるお仲間エントリーを復活いたしました。（7）の募集期間は令和5年11月7日午後8時から同年12月11日までインターネットで参加者を募集します。（8）の参加料は前回大会と同額の1万3,000円とし、また、チャレンジ&チャリティの寄付金を別途3,000円で募り、糖尿病対策や障がい者スポーツ振興等に貢献する団体へお贈りすることにしたいと考えております。（9）のゲストランナーは前回大会に引き続き、神野大地さんを予定しており、その他のゲストの方は調整中でございます。

2ページを御覧ください。

2、関連イベントといたしまして、マラソン当日、マラソンと同じスタート位置から出走する車いすロードレースとファンランを開催いたします。

また、大会の魅力アップや本県の魅力発信をテーマに藍場浜公園で徳島の食や文化のPRコーナーなどを設け、ランナーサービスの向上を図ります。

続きまして、3、収支予算案でございますが、収入の部では主催者である県、徳島市、徳島新聞社からの補助金・負担金6,880万円をはじめ、参加料や協賛金・広告料などを含めた2億847万7,000円を計上しており、支出の部につきましても収入の部と同額の2億847万7,000円としております。

昨年度比における収入の部の減につきましては、コロナ対策負担金や繰越金の減に伴うものでございます。

また、支出の部の減につきましては、主に感染症対策経費の減に伴うものでございます。

今後とも、安全・安心な魅力あるマラソン大会の開催に向け、しっかりと取り組んでまいります。

説明及び報告事項につきましては、以上でございます。

御審議のほど、よろしく願いいたします。

寺井委員長

以上で説明等は終わりました。

これより質疑に入ります。

それでは、質疑をどうぞ。

北島委員

私のほうからは2点、質問させていただきます。

まず、今回補正予算に上げられております徳島“新”観光キャンペーン「徳島旅行クーポン」事業でございますが10億円が計上されております。

説明によりますと5,000円が18万人分で9億円、あと残り1億円が経費かなと思いますけども、まずこの18万人という想定人数、どういうお考えで設定をされたのか教えていただけますでしょうか。

岸観光政策課長

北島委員より、徳島“新”観光キャンペーン「徳島旅行クーポン」事業の18万人の積算についてお尋ねでございます。

御回答申し上げます。

本キャンペーンにつきましては、夏も終わり秋冬につきましては観光閑散期になるころでございますので、秋以降の本県の旅行需要を喚起し観光を軸とした経済波及効果を図るため、11月1日以降の県内宿泊者を対象に県内の参加店舗で利用できる一人1泊当たり5,000円の電子クーポンを18万人分付与することを想定している事業でございます。

この18万人の積算根拠についてでございますが、令和元年度における同時期の宿泊実績ですとか、これまでの電子クーポン事業での実績を勘案したところ、年内分といたしまして約15万人から16万人の利用を、また残額につきましては、年末年始を除いた年明け以降1月中の利用を見込んで積算しているところでございます。

北島委員

1月中の利用を見込んで5,000円を18万人分利用ということで、分かりました。

今回、電子クーポンを付与する形になっておりますけども、今、大分普及はしてきていると思いますが、こういった電子クーポンの対応が足かせとなって参加できない、参入できないお店もあると思いますが、そういった問題はどのようなお考えでしょうか。

岸観光政策課長

北島委員より、電子クーポンの利用実態と申しますか、店舗側の障壁になっていないか、対応についての御質問でございました。

まず、全国でも共通で行ってございました、本県では7月まで実施していたところでございます、みんなで！徳島旅行割につきましては、観光庁の全国的な指針によりまして、令和5年1月以降は電子クーポンのみでの実施となっていたところでございます。

そうした中におきまして、県内での利用可能な店舗といたしまして、飲食店、観光施設、コンビニ、スーパーなど幅広い業種、約900店舗に御参加を頂いている実績があるところでございます。

この事業について、電子クーポンの対応についてでございますが、参加する店舗側におきましては、あらかじめ店舗に割り当てられたQRコードを印刷して、例えばレジ横ですとか決済する場所の横に掲示しておく、それを旅行者側が専用のスマホアプリで読み取って支払をするという方法を基本としているところでございます。

また、仮に旅行者が専用のアプリを利用できない場合につきましても、旅行者に対しましては、宿泊施設にチェックインするときに手続の中で紙のQRコードも手渡されているところでございますので、参加店舗側がその紙のQRコードを読み取って手続をすることが可能になっているところでございます。

電子クーポンを導入した当初につきましては、作業に不慣れな店舗も当然ございまして、問合せはあったものの、半年の間事業として実施していることと、また世の中一般的にQRコード決済などが普及していること等もございまして、今回の事業を実施するとなれば問題が生じることはないものと考えているところでございます。

北島委員

分かりました。問題はないという判断でございます。

それで、今回のこの事業の内容で一番大事なものは、書かれておりますけれども、効果の検証を実施するということです。

単なるばらまきで終われば何も意味がございませぬし、継続性もないと思いますので、こういうふうに効果を検証すると書かれているのであれば、きっちりどどういうところに使われたという検証が本当に必要と思いますが、どういうお考えでしょうか。教えてください。

岸観光政策課長

北島委員より、事業の効果検証についてのお尋ねでございました。

今回想定しております電子クーポンを活用したシステムにつきましては、システムによって電子クーポンがどの店舗で、いつ、そして幾ら利用されたか等の旅行客が実際に訪れる観光地に関するデータですとか、またクーポンを利用される方々の年代をアプリに登録しているところでございますので、年代や性別、そして居住地、出発地域等の旅行客の属性に関するデータも取れるところでございます。

加えまして、クーポンをアプリで利用するというところでございますので、旅行者がダウンロードしたアプリを通じてプッシュ型でアンケート調査を実施することによりまして、県内への経済波及効果の推計ですとか、得られた情報を関係団体に更に共有して、例えば人気の高い観光ルートがどこであるか把握して、またブラッシュアップ等につなげていく、こういう形で生かしていきたいと考えているところでございます。

また、今年7月までにつきましては、全国一律の事業でございましたが、今回11月からは本県の独自事業でございまして、しっかり認知していただくこと、広告についても重要であると考えているところでございます。広告を行う中で、効果的な広告手法なども分析して、今後の観光誘客に活用していくことを事業の効果検証ということで想定しているところでございます。

北島委員

いつ、どこで、どれぐらい使ったと電子クーポンで分かるということで良いと思いますが、アンケートについては任意であると思いますので、できるだけアンケートに答えていただけるような仕組みも要るのかなと思います。

広告も本県独自ですので、いかに目に留まるような広告が必要かというのも考えていかなければいけないでしょうし、広告を出すにもお金が掛かってくると思いますので、そこはバランス良くしていただきたい。そして終わった後にはきっちりどこういった効果が出た、こういう状況だったということは、また報告をお願いしたいなと思います。

もう1点ですが、徳島海外発信戦略事業について、この前11月13日から12月15日まで、徳島・台湾のチャーター便就航が発表されましたが、こういった国際線の定期便が定着するというのは今後非常に重要なものであると思いますし、そういった意味でもアピールが必要かなと思っております。

この中で、インフルエンサーを活用した情報発信の強化ということが書かれておりますが、一般的にインフルエンサーというのはSNSで多くのフォローをされている方、また発信に影響力を持っている方というようなイメージがありますが、この事業においてそのインフルエンサー、具体的にどんな方に、どのような情報発信を考えているのか、まず教えていただけますでしょうか。

岸観光政策課長

北島委員より、インフルエンサーの活用についての御質問でございました。

まず、日本政府観光局の調査によるところ、また、これまで本県の観光政策課の職員が海外出張で得られた情報によりますと、日本もそうですが、アジア圏を含めた多くの国におきましては、スマートフォンの普及が進んでいるところでございまして、訪日旅行前の主な旅行の情報源としまして、テレビや旅行雑誌等の利用者が徐々に減ってくる一方で、FacebookやInstagramなどのSNSですとか、YouTubeなどの動画サイト、また、個人のブログ等の口コミから旅行先を検討する方の割合が増えているところでございます。

このような状況に対しまして、効果的に本県の魅力を伝えるために、現地で影響力の強いメディアはもちろんのこと、例えばインフルエンサーですと、若年層などのフォロワー数が多く、現地で影響力を有している方ですとか、現地におきまして日本の文化を常に発信してくれている方々などを中心に本県の観光地の魅力、例えば溪谷などの風景ですとか、桜や花ですとか、写真映えするような内容、また体験的なコンテンツなどについて発信していただくことを予定しているところでございます。

北島委員

大枠のお話だったかなと思いますが、誰にとというのは難しいかなと思います。

その辺はまたこれから考えられるということで、次にいきますが、2番目の現地プロモーションです。

どこへ行って、どのようなことを予定されていますか。

岸観光政策課長

北島委員より、現地プロモーションの具体的な内容についてのお尋ねでございます。

現地プロモーションにつきまして、まずプロモーションに行く国でございまして、本県の宿泊者数の多い台湾等の東アジアといった、これまで継続的にプロモーションをしてきた地域をはじめとしまして、経済成長が著しく、また親日国、訪日ニーズの高いタイをはじめとする東南アジアにプロモーションを掛けていくところでございます。

プロモーションを行う中で、どのようなことをするのかでございまして、基本的には現地の旅行会社を中心に本県の観光コンテンツですとか、本県に旅行に来る際に活用できる

助成制度等の説明を行いまして、旅行商品造成のセールスを実施していくとともに、また今後の更なるインバウンド誘客につなげるため、現地の旅行情勢、旅行商品のこういったものが売れ行きがいいのかですとか、今後観光コンテンツとして求められるニーズなどについてヒアリングを行うところでございます。

今、旅行会社を中心に申し上げましたが、一方で一般の現地の国民に対してプロモーションする必要性が当然あると考えております。そちらにつきましては、台湾やタイなどでは、日本や海外に旅行に行きたいという方々が集まる、知名度と集客力のある旅行博がございますので、こちらに出展することで本県の観光地のPRを行う。例えば阿波おどりの演舞などをきっかけに本県に興味を持ってもらって、さらにパンフレットの配布などしながら、本県の観光地等々の魅力をPRしていく。そうした形で海外旅行に関心が高い顧客層や関連の旅行会社等の事業者の本県の魅力を伝えてまいりたいと考えているところでございます。

北島委員

分かりました。

実施内容については理解をいたしました。この事業そのもの、戦略事業と名前を付けられております。

戦略というのは計画がきちりあって、それに基づいて行っていくというのが戦略という言葉を使う意味だと思っております。

そういった意味で、計画にはちゃんと目標があると思いますが、今回のこの事業の4,500万円、ほぼ旅費が多いのかなと、旅行博の参加費もあるのかなと思っておりますけども、また、国ということで台湾とかタイとか名前も出てきましたが、国ごとによってセールスの違いとかいろんな点で違ってくると思っておりますが、それぞれどのような目標を持って進められるのか、教えていただけますでしょうか。

岸観光政策課長

北島委員より、それぞれの戦略的な事業の目標についてのお尋ねでございます。

先ほど申し上げましたとおり、東アジアや東南アジアに対してのプロモーションを主としているところで、幾つか具体的な形で御回答させていただければと思います。

目下、プロモーションを開始したところでありますタイについて御回答させていただきますと、繰り返しになりますが、今後の経済成長も期待され、また訪日ニーズも高いというところがございます。

一方で、これまで積極的、また、継続的なセールスについて行っていなかったことから、まずは第一歩としまして、徳島県に対するインバウンド需要の取り込みを行う必要があるものと考えているところがございます。

そのため、まずは潜在的な徳島に対する旅行需要の喚起から旅行商品の造成、そして販売促進までにつながる取組を行いたいと考えているところございまして、具体的には旅行博等のプロモーションにおいて、日本に関心のある方々に徳島の魅力をしっかりとPRし、そして徳島県に行ってみたいと感じていただくこと、そして現地の事業者に対する継続的なセールスを今後行っていくことにより、徳島県を目的地に含める旅行商品の造成を

より多く、一つでも多く造成していくことを当面の目標として考えているところでございます。

タイにつきましては、現在は航空部局との連携によってタイからの国際線の誘致についても取り組んでいるところでございますので、あわせて、こうしたプロモーションを観光部局としても実施することにより、まずはタイ人に徳島県を知ってもらい、そしてタイ人の延べ宿泊者数の実績を一人でも多く積み上げていくことで、国際線の誘致にもしっかりとつなげて取り組んでいきたいと考えております。

タイについては以上でございます。

続きまして、先ほど申し上げた東アジアというところで、台湾、香港が主に代表されるところでございますが、台湾や香港等の東アジアにつきましては、まずこれまでの経緯としまして、継続的な現地プロモーションやセールスを実施してきているところでございまして、季節定期便やチャーター便の就航実績がある地域でございます。

新型コロナ流行前の2019年の本県の延べ宿泊者数につきましては、1位、2位が台湾、香港の東アジアでございまして、本県にとって非常に重要な、また堅調な市場でございます。

また、先ほど北島委員からもお話を頂いたとおり、この秋には今年2度目のスターラックス航空による台湾からのインバウンドチャーター便が就航されてきているところでございまして、コロナ禍前の実績に徐々に回復の兆しが見えてきているところでございますが、引き続き旅行博での最新の観光情報の発信や旅行事業者へのセールスは必要となると考えております。

目指していくところでございますが、今後も本県にダイレクトにお越しいただける旅行商品を造成し時期を捉えてPRしていくことで、観光客数の水準を早期に回復させて2019年の水準を追い越していくことを目指していきながら、かつ航空部局とも連携しながら、更なるチャーター便の就航や、その先には定期便化も見据えておりますが、そちらにしっかりとつなげていけるように、本県の知名度の向上と旅行需要の喚起について尽力してまいりたいと考えております。

北島委員

それぞれお考えが分かりました。

全体としまして、1問目の話と今の話なのですが、今どちらかという、知事のトップセールスというのがクローズアップをされております。悪いことではないのですよ。非常にいいと思うのですが、戦略的という言葉が入っているからには、トップが行くべきときとそうでないときっていうのをきちんと見極めていかないと、ただ単に行きました、やりました、言いましたで終わるといのは、税金を使って多額の旅費を払って行きますので、そこを十分に気を付けていただきたいなと思います。

先ほどの御答弁で、まずは旅行商品の一つという話がございましたが、いきなりは当然いろんな商品はできませんし、結果は出ないと思います。

これが一つの足掛かりなのかと、玉を持っていくかというところも必要なのかなと思います。農林水産部も行かれています。そういったところとの調整も要りますし、それと質問はしませんでした。今回の補正予算の中に入っています徳島“新”観光ブランディ

ング事業というのもあります。

徳島ってこういうところですよというブランディングをしてその強みを持って行く、明確にちゃんとした玉を持って、どこに、誰に、いつというちゃんとした計画を持って、今後やっていただきたいなと思います。

内輪の話で、今まで前の知事からずっとやられておりましたけども、今は新しく知事が替わったのでイメージは変わってきていますけども、そういったもの、きっちりしたものをもう一度確立をして、効果的なPRをしていただきますようお願いいたしまして、質問を終わります。

仁木委員

私からも同じような質問をさせてもらいますが、まず今の2点について、徳島海外発信戦略事業4,500万円という部分ですけれども、それぞれ三つの事業の予算内訳を幾らで算定したのか教えてください。

岸観光政策課長

ただいま仁木委員より、徳島海外発信戦略事業につきまして、事業項目の予算内訳、積算内訳ということで御質問を頂きました。

予算のポンチ絵の内容が三つの項目に分かれているところでございますが、まず一つ目はインフルエンサーを活用した情報発信の強化という事業でございます。

こちらにつきましては4,500万円の予算事業のうち2,000万円と想定しているところでございます。

続きまして、現地プロモーションでございますが、こちらにつきましては1,300万円を予定しているところでございます。

さらに、旅行会社等へのセールスについてでございますが、こちらについては300万円で、合計して、現在申し上げた三つで3,600万円、旅費、通訳等の代金を含めまして900万円を予定しておりまして、総額4,500万円という内訳となっているところでございます。

仁木委員

先ほど北島委員がおっしゃったように、それぞれ事業で金額がどれぐらいかというのが分かたら、税金を使ってやっている部分ですので、どれぐらいの効果があつたのか、その点を県民は求めるというところを念頭に置いて事業を執行していただきたいと思えます。

あわせて、その下の（2）の部分での歓迎徳島！外国人誘客促進事業でございますが、詳しく言わなくていいので、どれぐらいの事業なのか、例えばインバウンドの宿泊の費用に対する助成というのはどんなものか教えてもらえますか。

岸観光政策課長

仁木委員より、二つめの歓迎徳島！外国人誘客促進事業についての、具体的内容についてのお尋ねでございます。

こちらにつきましては、具体的な金額については申し上げづらいところがございます。

て、なぜかと言いますと、他県におきましても同様の助成等をやっておりますので、例えば徳島空港と高松空港がございますが、明確にオープンにしてしまうとより良い助成をとというような形になってしまいます。議事録に残すという意味で申し上げるのは難しいところなんですけれども、例えば徳島空港を使って旅行に来ていただいて、徳島県内に泊まった場合には一定金額を旅行会社に補助するという事で、旅行会社が他県ではなく徳島県に旅行商品やツアーを作って客を呼び込もうとさせていただくような制度が具体的内容になっているところがございます。

この3,350万円の積算で、申し上げづらいところもあるんですけども、ある程度の規模のチャーター便が複数回来るとこれぐらいの費用になるというものが事業の内容の一つで、もう一つにつきましては、いわゆるおもてなし経費ということで、実際にチャーター便で来ていただいた方に、徳島県から非常に歓迎されていると、良い印象を持ってもらうことがリピーターの増加につながる所でございます。おもてなし経費として、例えば空港に来ていただいたときにエレベーターから降りてくる、エスカレーターを降りてくると思うのですけれども、そのときにちょっとした徳島県の特産品や観光パンフレットをお渡しする費用ということで、計上している所でございます。

仁木委員

委員会の中の答弁の中で申し上げにくいのはよく分かるのですが、それでは審議がしづらいので、予算の審議をする際は調査をしているわけなので、だから長々とでなく数字を聞きたいと、言えないのだったら違う説得力のある答弁を頂ければ一番有り難い。

だから言い換えますけど、インバウンドで来られる方の一人当たりの経済効果はどれぐらいで見られていますか。

岸観光政策課長

仁木委員より、インバウンドの経済効果ということで、具体的には客単価等の質問とお見受けいたします。

徳島県だけというデータではないのですけれども、日本政府観光局の取っているデータでございますと、一般的に海外旅行で、大体1週間の単位で日本国内に訪れるところがございますが、そこでの旅行消費額としましては平均約20万円を超えてくる、20万円から25万円程度というようなデータでございますので、それを割り返しますと1日当たり例えば3万円ですとか、徳島県下に1泊してもらえればそうした経済効果が、客単価が見込まれると考えております。

仁木委員

この事業で直接何人ということが言えないのだったら、今回のいわゆるインバウンドで、一人当たり20万円を使っただけ分ですけども、この3,350万円を使ってこの事業を利用して大体どれぐらいを目標にされているのかを教えてください。

この事業の予算というよりも、結局、インバウンドを起爆剤にするわけでしょう。それでなかったら3,300万円を掛けて幾らの効果を求めているかというのが少し分かりづらいので、予算の算定根拠が言えないのだったら、これぐらいまでという目標を立ててもらわ

なかったら分かりにくいので、教えてもらえますか。

岸観光政策課長

仁木委員より、当該事業の目標という形でお尋ねがございました。

本事業につきましては、起爆剤、チャーター便を呼び込む経費でございます。

具体的には、一般客に対する補助というわけではなく、チャーター便で団体で来ていただいて、飛行機が大体200席ぐらいあってというところに対する補助でございます。

3,350万円という補助でございますが、それに見合った金額を上回る経済効果というところでございますと、先ほど申し上げた客単価から割り返しますと1,000人程度、純粹に割り返すと1,100人が来れば少なくともペイはするという形が導かれるかと思っておりますので、この事業として費用を全て活用することについては、そもそもチャーター便に来てもらう、就航するということが前提でございますが、その暁には1,100人以上が来県するというような形が一つの効果があったかないかという指標になると考えております。

仁木委員

分かりました。

ほかの人が聞くかもしれませんが無理して聞くんですけど、ペイではいけないのです。ペイだったら何のためにインバウンドを呼ぶのか分からないし、だからそういったところを念頭にそれぞれの事業を計画的にさせていただきたい。

そうでなかったら、今、委員の皆さんもこうやってやられていることは本当に応援しているわけなんです。でもペイができるとどうだこうだという議論になってくるのだったら、逆にそれは意味があるのという話になってくるので、ここら辺をしっかりと説明できるようにしておいていただきたいと思いますので、その点はよろしくお願ひしたいと思ます。

なぜ聞いたかと言いましたら、こんな円安にもかかわらず、こんなにインバウンドや呼び込み戦略にお金を掛けているのに、何のためにこの宿泊費用に対する助成をしなければいけないのかというところが一つ気になるからなのです。

僕らも東京に出張に行ったら、いろんな皆さんが3万円以上してしまうようなビジネスホテルに泊まられているわけです。だから、その助成がなぜ必要なのかなというところを聞きましたけど、チャーター便に対する部分だという話なので、それは一定の理解をしました。

それと、このクーポンの部分ですが、一人当たり5,000円で9億円の予算ですけども、先ほど北島委員がおっしゃられたように、実際にアプリでクーポンをやって、東京だったら何とかクーポンとか電子クーポンをやってる、それも利用したことがありますけど、そのお店はちゃんとやりたいことは対応できるようになっているのですか。

お店がこのクーポンで決済がしたいとか参加したいというような形になったら、ちゃんとできるようになっているのですか。

岸観光政策課長

徳島“新”観光キャンペーン「徳島旅行クーポン」事業につきましては、希望する店舗

が手を挙げた場合がございますが、まずその店舗が参加するところは、基本的に手を挙げていただいて事前登録するという形で、希望があれば参加いただけるというような形にしております。

仁木委員も東京で実際に体験されたところでございますが、もう一方の技術的にできるかどうかは、電子的な扱いに慣れているかどうかでございます。先ほども申し上げましたが、令和5年1月から7月までの半年間の実績でございますと、決済の回数の約70パーセントについてはアプリを使ってそのお店に置いてあるQRコードを読み込んでスムーズに、実際、技術的にできていると。

残りの30パーセントにつきましては、スマホを使っていないようなお客、旅行者につきましても、自分専用の紙に書いてあるQRコードを持っていて、それを店舗側が読み込むということでございますが、例えば、店員が持っているスマホですとか、そこに読み込む側専用のアプリがございます。店員なり、店舗専用の管理端末などがございましたら、それをもってお客さんに対応していくというところで、技術的に可能になっているところがございます。

そちらが30パーセント程度、これまでは実績としてあったというところでございますが、その中で事業の開始当初につきましては、どうしたらいいのかという問合せがございましたが、そうしたものも事業を継続していく中で減ってきているところがございますので、そうした技術的な意味におきましても、お店の側につきましても希望をしたらしっかりと対応できる形になっているものと考えております。

仁木委員

これは、経済効果を見込んで9億円をばらまくというか、そういった施策になると思います。何が言いたいのかというと、これも税金ですから、全ての皆さんに平等に、ちゃんと地元の商店の皆さん、小さいところにも情報はしっかりと提供してください。

これは前のクーポンのときにも言いましたし、それ以外のコロナの給付金の関係でも言いました。

税金を投入する場合は小さな商店であろうが、そういったことの情報はしっかりと提供していただき、チャンスはしっかりと与えていただきたいということを強く申し上げておきたいと思います。

最後にお聞きをするのですが、この事業10億円で9億円ですよね。

ですから、事務経費と見込んで1億円なのか、残りの1億円の部分の算定は一体どういうものなのか、教えてください。

岸観光政策課長

仁木委員より、クーポン総額9億円以外の1億円についての経費についてのお尋ねでございました。

こちらにつきましては、委託という形で行おうと考えているところがございます。委託費1億円ということで、アプリの運営経費、管理経費ですとか、データの収集経費、一部の広告費用等も含めまして1億円等を見込んでいるところがございます。

これ以上の詳細な積算は現時点では申し上げづらいのですが、1億円につきまし

では、アプリの運用管理、そしてデータの収集、分析と広告の経費でございます。

仁木委員

最後に確認だけさせていただきます。

こういったアプリとかをする際って、いろんな自治体によって、二つを考えるのですね。

独自でアプリシステムを開発するというのと、今ある部分に乗っかっていくやり方とどちらを想定されているのですか。

岸観光政策課長

アプリについてのお尋ねでございます。

アプリについては、今あるところへ乗っかっていくところと、はたまた新しいのを作っていくところと、両方、良い面、悪い面があるかと思っておりますが、今どちらになる可能性があるかは、結局プロポーザルをして決めていくので、想定できないところではございます。

課の考えとしましては、これまで全国旅行支援で活用してきたアプリがございますので、そちらを仮に急に変わるとなると、説明、店舗の新規登録ですとか、またやり方等々についてかなり大きな変化が起きるところでございますので、そういう点におきましては、これまでのシステムを使い、かつ、これまでの半年間のデータの収集、集積等もございますので、これまで使っているデータ、そして苦情とかお困り事がないという前提があれば、そちらを使っていくというのが、データの収集や、今後の県に役立つという意味でも、優れている点が多いのではないのかと考えているところでございます。

寺井委員長

ほかにございませんか。

（「なし」と言う者あり）

ないようでございますので、これをもって質疑を終わります。

以上で、商工労働観光部関係の調査を終わります。

議事の都合により、休憩いたします。（11時27分）