

令和2年12月定例会 一般質問通告要旨

順番 1 1

質問議員名	小柳 はじめ	
質問項目	質問要旨	要求答弁者
<p>1 飲食・観光産業に於ける一連の経済対策の検証とGoTo後の展望について</p>	<p>2月から世界を襲ったコロナ禍は3月からの一斉休校、4月の緊急事態宣言を経て、5月まで飲食・観光関連産業に於ける経済活動は3ヶ月間事実上ストップした。</p> <p>宿泊産業関連は、5月下旬から始まった市独自の誘客キャンペーン「今得キャンペーン」や、県が6月から実施した「新潟県民宿泊プラン」によって、県内客を中心によく客足が戻りはじめ、東京都は除外されたものの、7月下旬からの国のGoToトラベルキャンペーン開始を経て、10月からは対象エリアが全国に拡大したことから、現在、月岡温泉では「GoTo バブル」ともいべき宿泊者で溢れている。</p> <p>新発田市は「マイクロツーリズム」の流れに呼応したキャンペーンをいち早く展開したことから、他市町村の温泉地などからは「新発田は羨ましい」などの声が聞かれ、羨望の眼差しで見られる事も多かったが、より有利な割引である県の施策「つなぐ、にいがた。」がスタートしてからは、やや迷走が始まったように感じる。</p> <p>観光産業としては最大の書き入れ時であるGWを休業状態で完全に失い、5月中旬の移動制限の一部緩和のタイミングで、新発田独自の対策が効果を上げたことは喜ばしいが、現在、客足が戻りつつある宿泊業に対して、未だに先が見えない飲食業の状況についても、政策効果の検証と今後の効果的な誘客策について伺う。</p> <p>(1) 7月末までであった「今得キャンペーン」は、先の一般質問でも指摘した通り、月岡温泉では大きな効果が出たが、観光目的の薄い施設では殆ど恩恵が無かった。8月末までの追加設定分については、県の「つなぐ新潟」や国の「GoTo トラベル」に完全に食われる形となり、9月からはプランのリニューアルをしたが、その内容と費用対効果について見解を伺う。</p> <p>(2) 国の「GoTo トラベル」開始後は、より有利な割引へと消費者が移動したが、対抗して市が実施した「お土産券支給」は、「たまり駅」の集客には圧倒的なパワーを発揮したが、完全に観光客を餌で釣った形となった。経済的なインセンティブで誘客するのは政策として間違っていないが、「持続的な広域観光の浸透」と言う目的が果たされたかと言えば大いに疑問が残る。もちろん菓子製造業や食肉生産者への配慮もあったであろうが、一工夫があっても良かったのではないかと。</p>	<p>市長</p>

- (3) 貸切バス事業者に対する、経済支援策である、「新発田市無料シャトルバス」は当初、月岡温泉利用者向けに県内宿泊者を対象に長岡駅から運行を行ったが、その後、新潟駅起点に変更し更に全日大型バスを小型バスに変更した。経済支援の性格上、乗車人数に関しては期待はしてはいないだろうが、慢性的な乗務員不足の中で事業者側とすれば「生産性低下」となった。内容の変遷についてその趣旨を伺う。
- (4) 飲食業への市の経済支援策である「今・得プレミアム飲食券」は、第1弾は早々と完売し、上々のスタートを切った。しかし、宿泊同様、国施策であるGoToイート開始と共に、消費者にとって、やはり複雑化した感拭えない。ポイント付与型のオンライン予約に対して、紙の商品券しか使えなかった事や、県発行の食事券が25%の上乗せで新発田市の30%より低かったことが逆に幸いしたとも見られるが、追加でスタートした第2弾の状況について伺う。
- (5) 宴会需要喚起のための「今・得キャンペーン（飲食プラン）」も割引率の高さから早々に完売となった。10名以上のそれなりの規模でなく、4名以上とハードルを低くしたことが再流行の中で、時流にマッチしたと考えられるが、目下のところ宿泊業以上に、今回のコロナ禍で最も深刻な影響を受けているのが、飲食業であり、とりわけ宴会中心の事業者である。年末年始～年度末の最需要期に向けて追加の支援策について伺う。
- (6) 宿泊業や飲食業などに関しては、雇用の受け皿として特に女性や若年層、高齢者などのいわゆる社会弱者の就業が多い。特に、飲食業に関しては他産業に比較して起業率も極めて高く、新陳代謝も盛んであることから地域経済を考える上で戦略上重要な産業である。しかし、今回のコロナ禍の中「人が集まる」「賑やか」「飲食」のようなフレーズに触る業態は様々な対策を打っていく必要がある。この流れはワクチン供給が始まった後も簡単に変わるものとは思えず、業態転換などの積極的な支援が必要と考える。国も来年度から、事業継承や業態転換、異業種進出などのメニューを拡充してくることが予測されるが、市としてどのように施策を展開していくつもりか伺う。
- (7) 現在、月岡温泉は10時頃などは平日でも通りには多くの人溢れ、毎日がGW並みの人出であると感じる。宿泊単価も実質50%のGoTo割引を加味しての値上げや、団体向けの低料金から個人向けの一般料金となり、前半のマイナスはカバーできないにしろ、政策効果は大いに出ている。

	<p>しかし、今後危惧すべきは第3波や4波などの感染者増より、GoTo終了後ではないか？奇しくもGoToバブルによって飲食業同様に、団体主体から個人主体への構造転換が先送りになっている懸念がある。大型バスの団体から、家族やカップル単位で「歩いて回れる温泉街」を目指した方向性は時代にマッチしているが、設備やオペレーションはまだまだ団体仕様であり、GoTo終了後に、団体も戻らず、事実上の値上げで個人客も離れ・・・となっては最悪の結末であろう。市として転換を促し、設備更新を誘引させる施策や通りの歩行者天国化などによる「個人重視」の、強いメッセージを打ち出しブランド力をアップする考えは無いか伺う。</p>	
--	--	--