

○1番（石川剛議員） おはようございます。1番石川剛でございます。ただいま議長の発言のお許しをいただきましたので、通告順に従いまして一般質問をさせていただきます。

まず初めに、大項目1、効果的な公会計の活用についてであります。

2015年に総務省から統一的な基準が公表されて、平成28年度の決算から統一的な基準に基づく財務書類の作成が開始されているかと思われま。制度開始より一定期間が経過し、直近の総務省統一的な基準による財務書類の作成状況等に関する調査においては、令和4年3月31日時点において、令和2年度決算に関わる一般会計等財務書類を作成済みであった団体は91.6%と回答されており、財務書類を作ることが定着し、今後は使うことへの関心が広がっていると言われております。

しかし、その一方で、公会計情報を各種指標の分析に活用した団体が55.3%あったものの、財務書類の要約版などを住民への説明資料として作成した団体は25.1%、決算審査の不足資料とするなど議会に対する説明資料として活用した団体は13.4%、公共施設等総合管理計画または個別施設計画の策定や改定に活用した団体は22.8%、施設別、事業別の行政コスト計算書等の財務書類を作成した団体は4.2%にとどまっております。

公会計情報はあくまでも参考資料であり、歳入歳出決算書とは異なり、法令等によって位置づけが明確にされているわけではありません。しかしながら、総務省によると、地方公共団体の予算、決算に関わる会計制度は、現金収支を議会の民主的統制下に置くことで、予算の適正、確実な執行を図るという観点から、客観的で確実に確認できる現金主義、単式簿記を採用しておりますが、公会計は、発生主義に基づくストック情報やフロー情報を相対的、一覽的に把握することにより、現金主義会計を補完する役割を果たしており、より具体的には、発生主義、複式簿記を採用することで、現金主義、単式簿記では見えにくい減価償却費、退職手当引当金といったコスト情報、資産、負債といったストック情報の把握が可能になると言われております。

そもそも、公会計を整備する意義、目的は、厳しい財務状況の中で住民や議会に対する財務情報を分かりやすく開示し、説明責任を果たすこと、財務書類から得られる情報を資産、債務管理や予算編成等に有効活用することにより、財政の効率化、適正化を進めることにあるとのことのようにあります。資産管理における有力な活用策としては、固定資産台帳の情報を分析し、公共施設マネジメント、長寿命化や集約化、複合化などの判断材料として用いることが考えられるようであります。

このような公会計の意義でありますことから、公会計に効果的に活用を図るべきと考えますが、そのような中で、（1）公会計の活用についてでございます。

①本市における公会計の活用状況についてお伺いいたします。

また、総務省が公表する地方公会計のマニュアルでは、公会計情報については、マクロ的な視点からは適切な資産管理に、ミクロ的な視点からは事業別、施設別のセグメント分析を実施することによって、予算編成や施設の統廃合、受益者負担の適正化、行政評価、人件費コストの適切な案分などに活用することが提示されております。さらに、具体的に言いますと、事業別、施設別のセグメント分析については、財務書類を事業別あるいは施設別に作成し、人件費や物件費と

いった予算に計上されている支出だけでなく、先ほどもお伝えいたしました、減価償却費や退職手当引当金、繰入額といった発生主義会計によるコストも、事業別、施設別の財務書類に配付、計算することによって、セグメント別のフルコスト情報を把握することができるのとこのようになります。このとき把握されたフルコスト情報は、財務指標だけでなく非財務的な成果指標とも組み合わせることによって事業あるいは施設の評価に活用することが可能になり、さらにこれらのフルコスト情報を詳細に分析することにより、事業委託や指定管理などのアウトソーシング、つまり業務の一部を外部委託することを検討する際の判断材料にしたり、施設使用料の算定根拠として受益者負担の適正化を図ったりすることに用いられることも考えられると、総務省の地方公共団体の経営・財務マネジメント強化学業アドバイザーの公認会計士、税理士であります横田氏はおっしゃっております。

そこで、②本市におけるセグメント分析についての見解をお伺いいたします。

続きまして、大項目2、官民連携による地方創生の取組についてであります。

応援消費という言葉をご存じでしょうか。応援消費とは、苦境の人や企業を長期で支援する動きを意味する言葉であります。今ではその消費の方法も多様化し、現地での購入、ネット通販、クラウドファンディング、そしてふるさと納税があります。特にふるさと納税については、納税者が寄附先を選択する制度であり、その使われ方を考えるきっかけとなる制度でもあります。生まれ故郷はもちろん、お世話になった地域に、これから応援したい地域へも力になれる制度であり、本市の魅力を知っていただけることにより、常陸太田市を応援いただける制度となっております。

本市においては、令和4年度の決算書を見ますと、令和3年度に比べて約2,000万円の増加となっており、着実に取組が進んでいると認識しております。また、個人が行うふるさと納税のほかに、企業版のふるさと納税につきましても、本市におきましては、受入れに必要な地域再生計画が令和4年11月に認定され、昨年12月の市議会定例会においてふるさと常陸太田基金への積立てを可能とする条例改正を行い、企業版ふるさと納税の有効活用を図ることとしてきております。企業版ふるさと納税の正式名称は地方創生応援税制であり、その名のとおり、地方創生政策の一環であると考えます。現代社会において、人口減少、少子・高齢化など、地域の社会問題が複雑化するなど、行政だけでは解決できないことも非常に多く、解決の糸口としての企業の力を活用し、官民連携により地方創生を進めていくことが必要であると考えます。

そこで、(1)ふるさと納税についてであります。

①個人版と企業版のふるさと納税のそれぞれの実績についてお伺いいたします。

そして、②個人版のふるさと納税については、令和4年度に増加した要因や返礼品の状況についてお伺いいたします。

また、個人版については、本年7月からゴルフ場などにおける現地決算型のふるさと納税制度の導入など新たな取組も見られているところでございますが、③個人版と企業版のふるさと納税の今後の取組についてお伺いいたします。

以上、1回目の質問を終わります。ご答弁のほどよろしくお伺いいたします。

○藤田謙二議長 答弁を求めます。総務部長。

〔岡部光洋総務部長 登壇〕

○岡部光洋総務部長 公会計の活用についての2点のご質問にお答えいたします。

1点目の本市における公会計の活用状況についてでございますが、本市におきましては、総務省が地方公会計整備アドバイザーとして県内で唯一認定したエスティコンサルティング株式会社に業務を委託して、平成27年度決算から財務書類及び固定資産台帳を作成し、ホームページで公表しております。本年4月には、この固定資産台帳の内容も踏まえ、常陸太田市公共施設等再配置計画に基づき新たに条例を制定し、公共施設等の長期にわたる着実な維持管理及び適正な配置を推進することを目的とした常陸太田市公共施設等総合管理基金を設置したところでございます。

2点目の本市におけるセグメント分析についての見解についてでございますが、本年6月の総務省の調査におきまして、セグメント分析を実施している自治体は全国で167団体、9.7%にとどまっている状況でございます。こうした中、本市における施設別のセグメント分析につきましては、公共施設等再配置計画の中で建物系施設を類似系統別、地域別、施設別に分類した上で、目的や機能、老朽化の状況、利用状況、更新にかかる費用などを総合的に分析し、施設の将来的な方向性について定めております。また、事業別のセグメント分析につきましては、総合計画実施計画の事業評価の中で、施策体系別に事業費や財源、当該事業に係る人件費、市民1人当たりの事業コスト、進捗状況、成果、効率性などを総合的に分析し、次年度の当初予算に反映してございます。

このように、本市では総務省が示しているセグメント分析と同様の分析を実施している状況でございますから、現行の分析を継続することといたします。

○藤田謙二議長 政策推進室理事。

〔綿引誠二政策推進室理事 登壇〕

○綿引誠二政策推進室理事 ふるさと納税に関するご質問にお答えいたします。

まず、昨年度のふるさと納税の実績でございますが、件数は1,643件、寄附額は4,273万7,000円となっております。令和3年度と比較し、寄附額は、議員ご発言のとおり、2,002万5,000円増加してございます。

本市では、令和4年4月からふるさと納税の取組の充実強化を図るため、全国の先進事例や県内他市町村の調査を行いまして、まずふるさと納税ポータルサイトへの登録を、これまでのふるさとチョイス及びさとふるの2つのサイトに加えまして、昨年10月より楽天ふるさと納税及びふるナビにも新たに登録したところでございます。このサイト追加後の令和4年度下半期の寄附額は3,728万4,000円となっております。ふるさと納税先を探している方に本市の返礼品が目にとまる機会を増加させたことが寄附額増加の大きな要因となったものと考えております。

なお、これら大手通販系列サイトへの登録によりまして、返礼品につきましても米などの特産品から生活用品にも目が向けられるようになりまして、市内工業団地内で製造されておりますポンジュースやピジョン製品も上位に位置する状況となっております。

また、今年度の新たな取組といたしまして、市内ゴルフ場等において当日のプレー代等に充当できる現地決済型ふるさと納税の取組を7月中旬より開始しましたところ、8月末現在における実績は18件、83万円となっております。

このように、ふるさと納税制度への取組の充実強化に努めてございまして、今年度の状況について申し上げますと、8月末現在で970件、2,067万6,000円となっております。昨年度同時期と比較いたしまして、741件、1,627万円増加しております。ふるさと納税の利用が増加する年末にかけて、さらに増加することを期待しているところでございます。

次に、企業版ふるさと納税の状況についてでございますが、本制度の導入に当たりましては、議員ご発言のとおり、昨年12月議会の改正条例（案）を議決いただいた後、直ちに施行しましたところ、実績は昨年度に1件、今年度もこれまでに1件の寄附がございまして、寄附額の合計は130万円となっております。

なお、この企業版ふるさと納税の状況につきましては、市のホームページにて公表しております。

最後に、今後の取組でございますが、まずふるさと納税制度のさらなる活性化を図るため、本年7月にふるさと納税に係る寄附の受付、寄附者情報の管理、返礼品の発注、配送管理及び新規開発、プロモーション等を行う中間事業者の見直しを行ったところでございます。新たな中間事業者におきましては、既存返礼品のブラッシュアップ等のコンサルティングを行うことや、当市の魅力を伝えることができる新たな返礼品の企画提案を行うこととしておりまして、既に市内返礼品提供事業者への説明会及び打合せ等を先月から実施しております。

なお、ふるさと納税ポータルサイトについても、今月11日からのリニューアルを予定しておりまして、現在、準備を進めているところでございます。

このような取組を進めることによりまして、ふるさと納税制度のより一層の充実強化に努めてまいります。

また、企業版ふるさと納税につきましても、地域再生計画に掲げる本市の様々な課題に活用することのできる貴重な財源になりますことから、より多くの企業に本市に対する企業版ふるさと納税に興味を持っていただけますよう、市ホームページやSNS等の活用による周知を図ってまいります。さらに、対象とする事業と関連の深い事業を行っている企業や本市出身の企業、各種協定を結んでいる企業等に対し、積極的な働きかけを行ってまいりたいと考えております。

○藤田謙二議長 石川議員。

〔1番 石川剛議員 質問者席へ〕

○1番（石川剛議員） ご答弁ありがとうございました。

それでは、2回目の質問に入ります。

大項目1、（1）の①公会計の活用についてであります。

本市においては、早い段階から財務書類及び固定資産台帳を作成しているのだと理解いたしました。

そこで、1点でございますが、統一的な基準に基づく財務書類でございますが、令和4年度決算に

関わる財務書類の完成はいつ頃になるのかお伺いたします。

○藤田謙二議長 答弁を求めます。総務部長。

○岡部光洋総務部長 ただいまのご質問にお答えいたします。

令和4年度決算に係る財務書類につきましては、例年どおり、出納閉鎖前に委託し、年内、12月の完成を予定してございます。

○藤田謙二議長 石川議員。

○1番（石川剛議員） ご答弁ありがとうございました。

私自身、今回の決算審査で本市が所有する全ての資産と負債の状況や、行政サービスに要したコストが把握できると言われる財務書類を活用して、各事業のフルコスト情報を見て費用対効果なども分析してみたい思いもあって今回質問しましたが、ただ年内、12月完成予定であるとのことで、やはりスケジュール感として、実務上は固定資産の更新が一つの要因でもあるのかなと感じております。

しかしながら、タイトなスケジュールであるのは承知の上であります。先ほどもお伝えしましたように、決算審査の補足資料とするなど議会に対する説明資料として活用した団体は、全国で13.4%であります。例として、決算に先立って前年度から外部委託を開始して、1.5年契約として決算審査の資料に活用した事例もあるようであります。そのような中でも、東京都の町田市や福生市のように、議会に対する説明資料として活用した先進事例として、特に町田市においては、主要な施策の成果を説明する書類に加えて事業別財務情報を決算審査に活用されているとのことであります。

このように、「地方自治法」の第233条に定められている主要な施策の成果を説明する書類に、公会計情報に基づく事業別のフルコスト情報やストック情報を記載することにより、議会での審議に活用する団体も現れているようでもありますので、今後さらに前進した方策としてもご検討いただければと思います。よろしくお願いたします。

また、②についてであります。理解いたしました。

先ほどもお伝えいたしました。公会計情報はあくまでも参考資料であり、歳入歳出決算書とは異なり、法令等によって位置づけが明確にされているわけではありません。したがって、地方自治体では官公庁に基づく予算、決算制度を基礎としながら、先ほどありましたが、本市のセグメント分析を実施しているように、それに付随した総合計画や公共施設等総合管理計画といった公共経営を支えるものが存在しているかと思いますが、その中にどう公会計のシステムをどのように組み込んで、いかに公会計情報を活用していくことで財政の透明性を高めるとともに意思決定に有用な情報となることでもありますので、ぜひ公会計をもっと身近に、そして多くの市民に関心を持ってもらえるような財政状況の説明資料の工夫も引き続きご検討のほどよろしくお願いたします。

続きまして、大項目2、（1）①、②について理解いたしました。

そこで、1点ですが、先ほど答弁にございましたふるさと納税を探している方に対して本市の返礼品が目にとまる機会が増加したとありましたが、ターゲティング、つまり誰に何をどのく

らの対価でどのように売るといふマーケティング戦略の中に、誰にの部分を検討し、マーケティングの対象となる顧客や市場を限定する戦略があります。

今まで本市へ寄附をしてくださった方の性別、年齢、居住地といった属性が分かるのであれば、その傾向についてお伺いいたします。

○藤田謙二議長 答弁を求めます。政策推進室理事。

○綿引誠二政策推進室理事 ふるさと納税をされた方の属性についてのご質問でございますが、居住地につきましては申込み内容等から把握できてございますが、年齢、性別などにつきましては任意のアンケートへの回答を通して把握している状況でございます。このため、昨年度は約半数の方については把握できている状況でございます。

これらのデータから昨年度の傾向について申し上げますと、居住地につきましては、東京都にお住まいの方が29.8%、神奈川県にお住まいの方が11.2%、茨城県内他市町村にお住まいの方が11.4%などとなっております。関東地方にお住まいの方で約7割を占める状況となっております。

また、年齢につきましては、子育て世代と考えられます30代が18%、40代が13%を占めておりますことから、ピジョン製品の人気が高まった要因ではないかと分析しているところでございます。

○藤田謙二議長 石川議員。

○1番（石川剛議員） ご答弁ありがとうございました。

神奈川県鎌倉市では、国内で多く利用者がいるLINEに広告を配信して、認知拡大とそれに伴う申込み件数の増加に成功しているようです。なるべく多くのユーザーにリーチできるように、年齢、性別、興味、関心事など、ターゲティングを広めに設定し、さらにユーザーの目を引きやすくするために、複数の写真をスワイプできるカルーセル広告を選定しており、そして先ほどもご答弁にありましたふるさと納税の繁忙時期にある10月から12月限定で出稿した結果、LINE広告のクリック率はほかの媒体の約5倍を記録して、寄附金額は前年比の1.5倍に伸長し、LINE広告のプロモーションを行っているところであるようです。

また、福島県伊達市は2019年当時、桃の生産量がトップクラスの地域であるにもかかわらず、うまく発信できていなかったようです。自治体からの希望もあり、桃のまちとしてブランディングするために特設サイトを製作し、生産者のインタビュー、現地のお店情報、桃をアレンジしたレシピなどふるさと納税以外の情報を多く掲載したことによって、寄附額が大幅に増加させることに成功した事例もございます。

このように、ポータルサイト内広告だけでなくLINE、Yahoo、グーグル、フェイスブック、インスタグラムなどのウェブ広告を活用してふるさと納税のプロモーションをし、寄附額の増加や地域の活性化に成功した事例もありますので、引き続き調査研究をよろしく願いいたします。

そして、③今後の取組としてであります。個人版もそうですが、企業版のふるさと納税についてであります。今後、地域再生計画に掲げる本市の課題に活用することのできる貴重な財源

確保のために、引き続きより多くの賛同企業を募集していく必要もあるかと考えますが、先ほども答弁にありました、企業版ふるさと納税に興味を持っていただけるように周知を図るとありましたが、そもそも企業版ふるさと納税、現在の2件の企業はどのような経緯で寄附をしてくださったのかお伺いいたします。

○藤田謙二議長 答弁を求めます。政策推進室理事。

○綿引誠二政策推進室理事 本市に企業版ふるさと納税いただきました企業についてのご質問でございますが、1件目の企業につきましては、茨城県内への出店の30年を記念されまして、本市を含めます県内で出店しました各市町村へご寄附されておりました、2件目の企業につきましては、経営者が本市出身の方で、本市の発展のためにということでご寄附を頂いている状況でございます。

○藤田謙二議長 石川議員。

○1番（石川剛議員） ご答弁ありがとうございました。

内閣府では、地方公共団体と企業のマッチングを推進し、企業版ふるさと納税の一層の活用を促進する目的として、内閣府企業版ふるさと納税マッチングアドバイザー制度を創設しているようです。自治体として企業にどうやってアプローチをすればよいか、どのように多額の企業版ふるさと納税を企業からもらっているのかなど、何かしらヒント、参考となり、マッチングの確度向上が期待できるかと考えられますので、ぜひアドバイザー派遣の活用も検討してみてもよろしいのではないのでしょうか。

今後、ふるさと納税の拡充により、返礼品の提供事業者の所得向上と市の財源の確保に向けて積極的に取り組まれることを期待しております。

また、本市においては、体験型のふるさと納税としてバンジージャンプも返礼品となっておりますが、他市においても様々な体験型の返礼品も用意されているようであります。例えば、1日市長体験、寄附金額100万円といったユニークな返礼品もあるようです。産経フォーラムによると、ふるさと納税返礼品にも物から事への波、つまり体験型が拡充中であり、本市でも活用しているふるさとチョイスによると、同サイトに登録されている体験型の返礼品数は、今年6月時点で約1万5,000、直近3年で約1.8倍、また同期間、寄附数実績も約1.6倍で、増加を続けているとのことであります。体験型でありますと、本市に来てもらうきっかけとなり、さらに交流人口の増加につながり、同時に本市のすばらしい観光資源の魅力を多くの方々に発信できるのではないかと考えますので、返礼品のブラッシュアップに伴い、体験型など様々なメニューの開発を期待いたします。

また、特に企業版ふるさと納税につきましては、内閣府地方創生推進事務局によると、企業版ふるさと納税を活用する意義として、2016年の創設以来、活用実績が着実に増加し、単なる資金面での支援にとどまらず、企業のノウハウ、アイデアや人材を活用した新たな地方創生の取組が全国各地で生まれているとされております。寄附を契機に、企業と連携協定を締結する例や、寄附活用事業の企画立案段階から企業が参画する例もあり、企業版ふるさと納税の活用を通じ、様々な形で自治体と企業のパートナーシップが構築されているとのことです。企業版ふるさと納

税は、寄附額を通じて官民連携を推進する効果的な施策となると考えます。

個人版のふるさと納税の充実に加え、企業版のふるさと納税にもさらに積極的に取り組んでいただけるよう、要望といたしまして、私の一般質問を終了いたします。ありがとうございました。