

令和4年10月～12月末（予定）

消費喚起対策について

「LOVE SAIJOポイント還元キャンペーン事業」

令和4年7月臨時会

議案第55号 令和4年度西条市一般会計補正予算（第3回）

令和4年8月2日

西条市議会議員 真鍋顕伸

概要

- 長期化するコロナの中、原油高騰と物価高騰により、国は緊急対策を閣議決定した。
- 愛媛県6月定例県議会にて「えひめ消費活性化支援事業」を可決
目的：県と市町が連携して地域の実情に応じた消費喚起策を展開し、社会経済活動の活性化を図る。
- 西条市7月臨時会にて「地域消費喚起対策事業」を提案
目的：消費喚起の事業者支援と家計支援のため、県と市町連携による経済対策として「LOVE SAIJOポイント還元キャンペーン事業」で地域経済の活性化を図る。



内容

項目	内容	
キャンペーン名称	LOVE SAIJOポイント還元キャンペーン事業（県・市町連携経済対策）【仮称】	
ポイント還元額	支払金額に応じて30%のプレミアムポイントを還元 (例) 支払額1万円→3,000ポイント還元	
	※ 一人当たりのポイント上限額は、5万円支払分(15,000ポイント)を想定	
ポイント還元期間	10月1日～12月末【予定】	
	※ 期間中予算額に到達次第、キャンペーンは終了	
ポイント還元総額	約2億3,100万円	
ポイントカード入手先	LOVE SAIJOポイント取扱店舗	
利用方法	LOVE SAIJOのアプリに加え、LOVE SAIJOポイントカード（QRコード付き）を新たに導入し、スマートフォンを保有していない方でも参加が可能となるハイブリッドな仕組みで運用する。	  <p>LOVESAIJOポイントカード（イメージ）</p> <p>LOVESAIJO × SDGs プラットフォームアプリ</p>
事業費（財源）	2億9120万円	愛媛県：1億4560万円（コロナ臨時交付金）
		西条市：1億4560万円（一般財源 前年度繰越金）

質問①

Q. 市内の小規模な事業者からもコロナ禍の中、支援や救済の声が過去からある中で、プレミアムポイントを一律30%の理由は？

答弁①

- A. 過去の消費喚起事業やLOVE SAIOポイントの各事業で、大企業や中小企業などにおける事業者の規模、属性などで差を設けていない。
- A. コロナの長期化と原油価格、物価高騰等の影響により事業者の操業環境が悪化から消費を喚起するとともに、消費者目線でも同じく影響を受けている家計への影響を緩和することから、ポイント還元率を一律30パーセントとした。

答弁①（続き）

- A. 事業で狙う効果を得るためには、消費者がいかに本事業を活用してくれるかがポイントであるため、取扱店舗の増加が重要である。そのため、LOVE SAIJOポイントを付与するオペレーションに同一の手間がかかるのに対して、大企業と中小企業又は市内資本事業者、市外資本事業者で差を設けることは、結果的に取扱店舗にならないことを危惧している。
- A. 市内中小企業の重要性は十分認識している。
令和4年度において、中小企業等経営安定化支援事業費補助金や、事業承継、再生支援、サイクルによる経営支援など、それぞれの中小企業の経営課題に対して寄り添った支援に取り組んでいる。
- 今後も、市内中小企業の動向等の把握に努め、求められる支援策を講じて、市内中小企業の経営の安定化と成長の下支えをして行く。

質問②

Q. 一律30%のプレミアムを、改めて市内資本事業者を優遇する、プレミアムへ見直す考えないか？

その理由

①過去の消費喚起策の市民の消費行動は、約半分は市外資本事業者にて消費されている。これは、市内事業者の中でも、市内の小規模な事業者への恩恵が薄くなっている。

同じ商品であれば、どうしても市外事業者の大手事業者に競争力があり、価格は安価である。この価格差を是正することが、このプレミアムポイントの趣旨ではないか？

他の自治体においては、このような市内事業者を優遇している、宇和島市や松山市などの実例がある。

質問②（続き）

Q. 一律30%のプレミアムを、改めて市内資本事業者を優遇する、プレミアムへ見直す考えないか？

その理由

- ② 市外在住の方も利用する事ができる。消費により登録店の支援は理解できるが、市の財源が市外の方のポイントとなり、恩恵を受けることを抑制するべき。その観点からも、市外の方が消費先として選定され易い、大手の市外資本事業者のプレミアムポイントを抑え、市外の方の消費抑制に繋げる。

- ③ 市の自主財源 （市独自の財源） を消費喚起として 市民に還元 したのであれば、少しでも 多くの法人市民税を徴収 できるように、市内資本事業者の消費につなげるべき。

質問②（続き）

Q. 一律30%のプレミアムを、改めて市内資本事業者を優遇する、プレミアムへ見直す考えないか？

その理由

④ 市内資本事業者に寄り添った事業の展開により、今後のSDGs推進に必要不可欠なLOVE SAIJUポイント事業に、市内事業者が数多く登録店となり、オール西条の取組になるのでは？

以上、一律30%のプレミアムから、市内資本事業者を優遇するようなプレミアムの設定をすることが、西条市の実情に合っている。

答弁②

- A. 消費喚起することが主な目的であるため、消費者にとって分かり易く、メリットをしっかりと感じる制度が重要である。消費者にとって煩雑なイメージを与え、利用が進まないことを懸念している。
- A. 家計支援において、利用店舗により還元率に差を設けると、市外資本事業者の店舗を普段利用する消費者にとっては、不公平感が生じると考えている。
- A. 西条市民だけでなく、市外からの消費行動も促進し、市内経済の活性化に寄与する期待から、市民限定にする必要はないとした。
- A. 市外資本事業者は、地域雇用や固定資産税、法人の場合、法人市民税を納付している。よって市外事業者の店舗においても消費は、重要と認識している。

賛成討論（西条みらいクラブ 御荘議員）

内容

- ①県の消費喚起策を有効活用し、スピード感をもって本臨時会まで実施できている。
- ②市外資本事業者のプレミアムポイントを低く設定しても、市民の購買変動はないと推測し、販売低下はないものと推測している。
- ③市内資本事業へのプレミアムを有利にすることで、市内事業への利用が進む。また、魅力の再発見により購買の継続が期待できる。
- ④市内事業を市が支援している姿勢は、市内事業者の励みになる。
- ⑤プレミアムポイントに差を設けることに不公平感は低く、魅力ある運用と思われる。

以上、LOVE SAIJOポイント還元キャンペーンは大いに賛同するが、より市民と事業者に効果的な事業となるよう更なる創意工夫を期待する。

採決

令和4年西条市議会第4回7月臨時会 議員別議案賛否一覧表

議員名 議案等 (賛成:反対)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
	越智由美子	市川みどり	高橋淑子	森川亜紀	今井廣一	塩崎雄大	三好和彦	高橋保	佐々木充	真鍋顯伸	城戸力	井上浩二	臼坂均	西坂壽	藤井武彦	川又由美恵	佐伯利彦	坪井剛	高橋章哲	伊藤新平	御荘秀樹	越智俊幸	藤田節雄	行元博	一色輝雄	楠學	武田功	伊藤孝司
議案第55号 26:0	○	○	○	○	○	○	○	○	○	退	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

※ ○: 議案などに対して賛成 ×: 議案などに対して反対 退: 退席

※ 武田 功議員は、議長職のため表決に加わっていません。

真鍋退席し、議長を除く26人により採決を実施した。
 挙手全員、原案の通り、可決された。

所属会派の西条みらいクラブは、運用方法に改善の余地があると認識するも基本的に賛成であった。真鍋はこの改善すべき内容が特に重要と考え、採決を退席した。

所見

今後のコロナ感染状況や物価高騰などにより、特に市内の小規模事業者への影響が懸念される。状況に応じた提案や対応が実施できるように引き続き注視していく。