

総務委員会 県外調査活動状況

1 日時 平成27年9月1日(火)～3日(木)

2 出席委員(9名)

委員長 塩澤 浩

副委員長 遠藤 浩

委員 高野 剛 石井 脩徳 前島 茂松 渡辺 英機

奥山 弘昌 山田 七穂 土橋 亨

3 欠席 久保田松幸

4 調査先及び調査内容

(1)【させぼパール・シー(株)(指定管理施設の管理業務、出資法人の事業内容と経営状況について、地域資源を活用した地方創生と活性化について)】

主な質疑

問)たくさんお聞きしたいことがあります。3つくらいに集約させていただく。まず、基本的に公益財団ではない、一般的な株式会社ということだが、それは設立のときからずっとそうなのか。平成9年くらいに、市が経営に乗り出したということがあったが、最初から株式会社だったのか。

答)当社が設立されたのは、平成2年であり、そのときから、第三セクターとして、株式会社としてずっと歩んでいる。

問)市との関係、かわり合いというのは、基本的財産の10%ということだが、人材の派遣など市のかわり合いというのは、どういう感じなのか。

答)実は市が持ち株半分ということになっていて、第三セクターになっているが、市からの派遣は一切ない。実は昭和51年4月1日から持っているが、市から3名の派遣があった。獣医師が半年、残りの2人のスタッフは1年ということで、限定的に我が社の方で引き受けて、社員ということで、退職派遣を受けてやっている。ただ、期間は来年の3月末で終わりである。よって、こちらの水族館にはいないということである。

問)収支の方を事前の資料で入手してあるのだが、1つは利益剰余金が残っているということで、先ほど利益の部分は市に返すということで、市に返してもさらに剰余金が残っているということなのか。この剰余金をどういうふうに、会社の目的が保全活動ということであったが、施設整備の部分にお金がかかると思うので、多分施設整備ではないかなと私は思っていたが、保全活動の方にもこういったものが使われていくのかどうか、どういう目的、考え方で、利益剰余金を考えているのか教えてほしい。

答) まず、我が社の方は協定納付金といって、これについては契約に基づいて数千万円の部分を市へ納付している。それは、利益に相応する部分を出している。ただ、私どもとしては、内部留保という形で、今までの黒字の部分を留保資金を得て蓄えていったということになる。これは冒頭に配当を留めていたという説明をしました。というのは、我々の会社そのものの力をつけるという意味で内部留保金をその間ずっと蓄えていった経緯がある。そういった状況の中で現在3億5千万の内部留保金があるのだが、先ほど申し上げた4月1日に就航した九十九島海賊遊覧船「みらい」についてであるが、「パールクイーン」と「みらい」が違うのは、「パールクイーン」はリース物件で、「みらい」は我が社の方で購入をしたということである。購入財産なので実をいうと平成27年度から減価償却が始まり、今回の収益金に関しては当初7千万円くらいの減価償却費が見込まれ、いわゆる経常収支から差し引かれるということで、非常に厳しい平成27年度決算になるかと思うが、冒頭申し上げたように、非常にうちは好調な関係もあって、もう少しだなという。それと保全活動の話であるが、保全活動にはそういった資金の余剰金を利用して、先ほど言ったボランティアの皆様の活動費とかビジターセンター関係での活動に関しては、うちの社員を積極的に同行させながら調査活動には従事させ、それから島での保全活動にも従事させている。よって、直接資金を出す部分と、人的な支援という両面をやっている状況である。

答) 少し補足をすると、我が社の利益剰余金、というか経常利益であるが、遊覧船の利益金と水族館の指定管理事業の経費と収入と差し引いて、市の方に戻しているが、売上、収入の3%が会社の利益というか収益になっているので、指定管理事業と独自事業の利益の意味合いが違ってくる。それを合算したところが当社の経常利益ということであるので、それに市の方に戻す分は含まれていない。そこが少し複雑な部分でもある。

問) 大変立派な成績を収めていて山梨県でも指定管理制度で幾つかやっており非常に苦戦をしているが、153人の社員の方々の内訳が正社員99名、準社員54名、合計153名の社員で形成しているが、例えば正社員の方々の給与水準、これについて人事交換制度などを導入しているのか、それから準社員の方々の給与水準が、どんな方を準社員として対応しているのかその辺をまとめて教えてほしい。

答) 評価制度を実施しているが、ただ評価制度だけで決めるのではなく、取締役以上の会議等があるが、そこで人事関係、昇格等を含めて決定をしているような状況である。準社員については、社員への昇格の制度を年に1回実施しており、選考の上、当社の正社員にするということを計画的に進めている。給与水準の話ですが、正社員の給与については、参考にするのは市内企業の平均水準、ただ平均水準もサンプルの部分があるので参考程度ですが、その中で制度上定めた決まりの中で決定している。準社員・嘱託等の非正規については、そこは時給でしており、勤務体系は、本人の希望でそのままであればそのままだが、やる気がある人であれば登用制度を活用していくという形を取っている。人件費の割合は大体30%から35%の間になっている。

問) すごく会社として立派な成績を上げていて、素晴らしい活動をされていると思う。きょう、船に乗ってみて感じたのが、日本語で説明の後、中国語になったり韓国語になったり、ここの国別入場者、例えば日本人なんかも、どこから来ているかの統計を取っているのか。

答) 遊覧船の乗船者の方でいうと、全体で3万6千8百人乗船したが、そのうち4万1千人が海外のお客さんになる。そして、約11%が海外の方になる。一番多いのは台湾のお客さんになり4万1千人のうち、ほとんどが台湾のお客さんとなっている。

問) ハングルでも説明しているが、韓国からはそんなに来ていないのか。

答) 実は船内のアナウンスは乗客の国を見ながら流している。そのとき、欧米系がいる場合は英語を流し台湾系は中国語を流す。韓国は乗船の割合からすると非常に少ない。韓国は平成26年の実績からすると、50名を切っている状況。

問) 80%が日本人ということであればリピーターもいると思うし、この魅力を思いっきり出していると思う。山梨県は外国からの観光客が本当にふえているが、その魅力が海外まで伝われば、まだまだ来客が伸びるのかなと思う。

答) 九十九島は佐世保にあるが、全国知名度が43%でかなり低い。佐世保バーガーは70数%、ハウステンボスは83%あって、九十九島は半分しか認知度が低い。認知度を上げなくてはいけないといわれているが、自然が昔のまま残っている。人が手を入れていなかった場所で保全に力を入れているので、ぜひ山梨の皆さんに宣伝していただけたらと思う。

問) 平成24年から25年にかけて入場者がふえているが、日本人がふえたのか外国人がふえたのか、外国人がふえたのであればどのようなPRをしたのか、日本人がふえたのであればどのような特別な取り組みをしたのか伺いたい。

答) 平成24年から25年にかけて急に数字が伸びたが、営業努力が功を奏していると思う。特に台湾の方たちに盛んに営業をした。そのおかげで台湾からかなり来ていただいている。平成24年の他の要因ですが景気の動向があって、お客様の観光志向が上向きになったというのがある。ハウステンボスがそれに伴って非常にイベントを行った。お客さんが非常にハウステンボスに来てその波及効果も受けている状況である。

問) 地域のボランティアガイドが20名ほどいると伺ったが、海外のお客様が来るときの、語学の勉強等を行わせるのか伺いたい。

答) 現在、ボランティアガイドは70名いる。そのうち遊覧船に乗っているのは3名である。1人は乗船5千回を超えている。実はボランティアの方は中国語、英語ができる方が乗っているため、会話が成立している。解説者にならずに一緒に楽しむようにしてもらっている。特に語学の勉強は自主的にやってほしいと言っているが、できる人を選んでいるので特に勉強していない。

答) 佐世保市の国際交流課で、外国人ウェルカムサポーター養成講座というのがあり、そこには中国語、英語が堪能な方がいてガイドを勉強している。その方々を私たちが組織している九十九島ボランティアガイドということで活動しませんかという形で入っていただいている。語学が堪能な方がそこにたくさんいらっしゃるから、そこで募集している。

問) 資料にある来場者満足度は98%という形で書かれているが、今でもいろいろな取り組みをしていると思う。今後、何か特別なプログラム・イベントがあるようでしたら教えてください。

答) ことしの4月の新しい遊覧船の運行もあったり、水族館も再度のリニューアルを考えている。また、クラゲの生態展示関係も増設の計画がある。計画してから建設までに5,6年かかるので、常に事業について考えている。施設に訪れる方は、有識者層ではなく、楽しもうというお客様がほとんどなので、まずは楽しんでいただき、そこでなにかを感じていただこうと思っている。



させばパール・シー(株)での説明、質疑の様子

(2) 【小値賀町役場（離島における地域振興に向けた取り組みについて）】

問) 担い手公社は一般財団法人ですが、出資は県なのか。

答) 町と農協になる。

問) 研修生ということで受け入れをして、就農した方が14名いるが、就農するときの設備投資等の資金はどのようにしているのか。

答) 最初から設備投資するのはかなりリスクがあるので、担い手公社の方でもピースハウスというところが、長崎県から支援を受け新規就農者への補助事業を実施している。補助事業でビニールハウス等を担い手公社が建て、それを貸し出す。生産者はリース料を担い手公社に払い、担い手公社は県に通常ですと7、8年で償還するところを倍ぐらいかけて償還をする。農地の問題も特に1ターン者も土地の手配ができませんので、担い手公社が間に入ってサポートしている。これにより、大分就農しやすくなっている。近年ではかなり定着している。

問) 事業概要があったら、後でいただきたい。

答) わかりました。用意させていただく。

問) 先ほどミニトマトの話も出たが、主な生産品目についてお聞きしたい。

答) 当町の農業の品目ですが、一番は畜産業、肉用牛いわゆる繁殖経営でありまして、母牛がいて人工授精で種をつけて子牛が生まれて雄で7カ月、雌でだいたい10カ月育成しまして、昔は小値賀町で牛市があったが、今は佐世保市の競り市で出荷している。これが農業の5割です。園芸でいくとグリーンピース、メロン、ブロッコリー、カボチャとか、夏場はゴウヤとか、近年は新規就農者がミニトマトを中心に経営をしている。1つの特徴が赤土です。特に根もので、土の中で育つサツマイモ、ジャガイモの味が良い。

問) 自給自足はできるのか。

答) しょうと思えばできると思うが、それが実現したらもっと魅力的な島になると思う。100%は無理かもしれないが、70%から80%を町の目標とするのも1つの戦略かなと思う。まさしく、まち・ひと・しごと総合戦略を立ち上げたばかりだが、1つの戦略になると思う。

問) 山梨県も自給率60%と非常に苦労しているところである。ミニトマトでブランドという話があったが、どこでどのようにしてブランド化していったか教えていただきたい。

答) ミニトマトのブランド化については、ミニトマト生産組合というのがありまして、その部会の中で基準がある。1つの例でいうと糖度が10度以上、かつ、組合の中で取り決めがあるが、ある程度自分たちの中でハードルを上げて選定をしている。指導員が非常に優れていて、長崎県内でも技術が優れた方で、その方の指導のもと、そこで、ある

程度ブランド力というもの高め、市場からの情報等先取りをして戦略を練るようになっている。

問) 公務員の数が人口に対して多いようだが、どんな理由で多いのか。

答) 職員の件ですが確かに他地域から見ると多いと思うが、近年、町民の方のニーズが多様化していて難しくなっている。よって、それに対応するために職員が必要になっている。

もっと端的に言うと一般職は60人である。よって93人と書いてあるのは、実は特別会計によるものである。こういう島なので、診療所を持たなければいけないし、幼稚園も持たなければいけないというようなことで、それに対応する職員たちがどうしても必要となってくる。つまり単独で独立した島であるがゆえに、職員が必要になってきていると御理解していただきたい。



小値賀町役場での説明、質疑の様子

(3)【福岡市民防災センター（防災知識・技術の普及向上への取り組みについて）】

主な説明

防災知識・技術の普及向上への取り組みについて

下記の概要説明を受けたあと、福岡市民防災センターの施設内を数名に分かれて視察すると共に、各種体験コーナーを巡りながら、担当職員の説明を受け質疑を行った。

この施設は、防災に関する知識と技術の普及向上ということと、防災意識を高めることを目的に平成4年に完成した。これらの防災センターというのは日本全国約20カ所以上設置されていて、無料の体験スポットということで案内されている。平成26年度の実績としては、年間303日開館していて、夏は子供たちが夏休みのため、無休状態で開館している。入館者は平成26年の実績では11万6千人ほど御来場になっていて、海外から6千3百人ほどいらして、特に韓国は距離が近いので、約2千人ほど来場していただき、そのほか中国、香港、アメリカからも来ていただいている。

特に博多港が近くにあり、クルーズ船からの中国・韓国のお客さんが多くて、平成27年度はクルーズ船が年間300回ほど寄港しているが、平成26年度は116回、その前が36回なので、年々増加している。多くて1つの船に4千人以上のお客さんが乗るので、大型バスで100台ほど連なって博多駅の周辺の、特にキャナルシティが大変混雑する状況である。

先ほど説明したように、平成4年1月19日に防災センターを開館したが、その前に財団法人の福岡市防災協会を設立して、平成25年4月1日に公益財団法人に移行をし、3月31日で当法人を解散して、我々は公益財団法人から消防局の職員となった。解散に至った理由は、福岡市では行財政改革ということで、福岡市の外郭団体の中で、防災協会については、抜本的に法人のあり方を検討しなさいということに位置付けられ、それで消防局内で1年間かけて検討した結果、解散に至ったということであるが、その理由としては、防災センターが開設した平成4年以降は、阪神淡路大地震とか、全国各地で大災害が発生し、福岡市においては、平成11年、15年に大水害が起き、平成17年には福岡県では余り起こらないといわれていた地震が発生した。特に東日本大震災を契機に被害を最小限に抑えるという減災というのがクローズアップされ、市民の方も自分自身の身は自ら守るという意識が向上しまして、出前講座とか避難訓練とか、防災の普及や防火管理講習などの充実強化が強く求められたところである。このような理由で防災センターを解散して直営にして、市民のニーズの高い防災部門や講習部門を強化するということにして、解散して直営でやっていこうということある。平成4年の開館以来、260万人、これは先ほどの全国の類似施設の中では、上から2番目が3番目と割と来館者としては多い方であるが、理由としては、外国からのお客が多いのだけれども、このあたりの地区は、シーサイドももち地区とあって、福岡タワーやヤフオクドームなどに来る方、九州管内の修学旅行に来る方などが、近くの無料の観光スポットということで、たくさん御来場いただいでいて、250万人を達成してセレモニーを行ったところである。来館者からも体験してよかったというお礼の言葉をいただいている。

防災センターとしては8つの事業を行っていて、平成18年から26年まで指定管理を受けましたが、解散により消防局の直営で今年度から行っている。

「防災教育事業」については、防災センターに来てどういうことを学ばれるのかということであるが、災害の怖さとか、強風や豪雨の怖さとか、万が一火事になった時の、火の

消し方、地震の震度1から震度7までの怖さ、防災の仕組みとか、避難の仕方、こういうことを学ぶことができる施設である。

地震コーナーは、震度1から震度7まで体験することができる。次に強風体験コーナーといって、風速32メートルまでをゴーグルをつけて体験するところ、次に消火器の使い方とか、映像を使用しての火事の消し方、炎を消しても消えませんが、天井まで上がったら逃げなさい。天井まで上がったら消火器では消すことはできないということを体験するところである。

次に火災体験、避難の仕方、建物には非常誘導灯があり、非常口の場所の案内が出るが、それを目印に逃げなさい。逃げる時には煙は上の方に行きますから、屈んで逃げてくださいということを教えているところである。次に福岡でも大水害があって、博多駅地下街に大水で水が流れ込んだり、地価の店舗にいた方が、逃げるができなかった時の水圧の怖さを体験するコーナーがあり、水が10センチあったら、これぐらいの力、40センチあったら、もう脱出できないということを、映像と実際のドアで体験していただく。次に平成17年に地震がありました、地震の記録を展示したり、過去の消防服などを展示したりしている。各国の姉妹都市コーナーも1階の方に設置している。また、体験するに当たっているいろいろな講習を行っており、1つとしては出産予定の方や1歳未満の子を持つ方が対象で、心肺蘇生法など乳幼児の事故の対処の仕方などをやっている。結構人気があって、募集をすればすぐ受講者が埋まるような状態である。それと、団地や公民館に出向いて出前講座を実施したり、いろいろな要望に応じた講座を行っている。幼稚園や保育園については、マスコットを連れて行って、わかりやすく親しみやすく教えている。福岡県にも離島が幾つかありますが、留守を預かる奥さん方とか、中学生の子供たちが、日中はお父さんたちは漁に出たりしているので、留守を預かっている人たちに対して、離島の中学生や防火組織を対象に防火訓練などを実施している。後はイベントを実施したりしているが、大きな柱としては、講習事業でお金をもらって行う講習であるが、防火管理の資格取得講習を結構実施している。その他こちらは無料であるが、事業所とか新入社員を対象にした対応能力を身に付けていただく講習とか、いろいろなニーズに応じて講習をふやしている。後は別棟になりますが、自衛消防業務の対応訓練といって、大きなデパートというのは自衛消防組織というものがあり、班長とか総括管理者とか防災板を使ったシミュレーション研修という対応能力を高める研修を実施しているところである。



福岡市民防災センターでの説明の様子

(4)【福岡タワー(株)(出資法人の事業内容と経営状況、中核施設としての賑わい創出への取り組みについて)】

主な説明

事前におおまかな調査質問事項を送ってほしいという要望が有り、そのことについて下記のとおり説明を受けたあと、福岡タワーの施設内を数名に分かれて視察しながら、担当職員の説明を受け質疑を行った。

それでは事前にあいただいていた質問項目について、順番に説明させていただく。

まず、福岡タワーの施設と館内の概要についてはリーフレットで説明するので、リーフレットの裏面を見ていただきたい。福岡タワーは360度大パノラマの館内であるが、福岡市は空港が近いということから、建物の高さ制限があり超高層ビルがない。したがって市内を一望することができ、海岸部はいろいろな島の景観が楽しめる。完成は平成元年、工期は1年2カ月、総工費は60億円、敷地面積1万2千平米、建設面積3千110平米、震度7に耐えられる設計となっており、風速63メートルに耐えられる設計になっている。地上123メートルに展望室があり、エレベーターで70秒で到着する。全長は234メートルとなる。スカイツリー、東京タワーに次ぎ、日本で3番目の高さとなる。

レジュメに戻っていただき、建設経緯についてであるが、福岡タワーは平成元年に市制120周年を記念したアジア太平洋博覧会「よかとぴあ」のモニュメント、並びに福岡市の新たな観光資源、また、テレビ・ラジオ等の各種電波の集合塔として建設された。施設の運営、営業時間等については、リーフレットの表面に記載してあるので、見ておいてほしい。再びレジュメに戻って、出資法人の事業内容と経営状況について、運営会社とその概要については記載のとおりである。資本金は30億円で、福岡市の出資は資本金総額の3分の1、10億円で、社員数は全部で15名と少人数で運用している。チケット販売はアルバイト、エレベーターガール、テレビ塔の清掃業務は外部への委託としている。業務概要については記載の通りであるが、その中で特徴的なのは、当社は電波塔でもあるので、地元のテレビ局が7波あるが、放送施設の賃貸料が事業収入の約50%を占めている。次に展望料ですが、事業収入の約33%と3分の1になる。経営状況について、平成26年度の収支は記載のとおりであり、売り上げ、利益ともに増加傾向にある。資金繰りは安定している。また、福岡市からの支援の状況についてであるが、開業以来補助金等は一切受けていない。第三セクターだが、完全な独立採算の株式会社となる。

次に今後の見通しや課題についてであるが、タワー本体が建築後26年経過しているので、今後、老朽化への対応が必要となり、その対応が課題となる。

中核施設としてのにぎわい創出について説明する。まず、集客の状況についてであるが、平成26年度の展望者数は40万8千人、平成26年度末までの累計では、194万2千人となっている。今年の8月末までに1千200万人を超えるお客様にお越しいただいているところである。また、展望者の内訳は、一般客と団体客の比較で見ると、一般客が32万人で78.1%、団体客が8万8千人で21.6%、約8割が一般個人客、後の2割が団体客という構成になっている。また、国内客と国外客の比較では、国内客が32万9千人で80.6%、国外客が7万9千人で19.4%と国内客が8割、2割が外国人のお客様という構成になっている。なお、今年度においては、8月末までに約19万人お客様にお越しいただき、昨年同時期と比較して約2万人の増加となっている。今のところ外国人を中心に順調に推移している状況である。

続いて、集客への取り組みについてであるが、当社では季節ごとの各種イベントとイル

ミネーションを組み合わせた展開を軸に取り組んでいる。年間の主なイベントについては、資料7ページにも記載があるが、後で参照していただきたい。

まず、5月と10月に実施している「階段上り大会」については、普段利用できないタワーの非常階段を使って、展望室まで歩いて登る企画である。1日に千名以上参加いただくタワー独特の人気イベントになっている。また、七夕には、天の川イルミネーションを点灯し、夏休みには子供向けイベントと同時に、金魚が泳ぐタワーアクアリウムのイルミネーションを点灯している。先ほど紹介しましたが、最後の方に写真もつけてありますので参照しておいてほしい。次に敬老の日のイベントでは、毎年65歳以上のお客様を無料で招待していて、9月の中秋の名月に合わせ、お月見のイルミネーションの点灯を行っている。さらにクリスマスには周辺の樹木をブルーでライトアップして、タワーにはクリスマスツリーのイルミネーションを点灯、ブルーライトクリスマスと銘打って、周辺の企業、団体等とライトアップを行っているところである。また、新年にはニューイヤーライトアップを行い、初日の出が楽しめるように元旦早朝からの営業を行っている。そしてバレンタインデーにはカップル向けのイベントと同時に、特大のハートのイルミネーションを点灯している。そのほかミニイベントとして10月にハロウィンのカボチャのイルミネーション、3月の桜のイルミネーションなどを行っているところである。なお、イルミネーションについては、平成25年にタワーが開業25周年を迎えるに当たり、タワー全体にLEDを配置し、コンピューターによる制御ができるよう全面リニューアルしたところである。プログラム次第でいろいろなパターンが表現できるシステムとなり、バリエーションも大きくふやすことができるようになった。これにより、夜間帯の入場者数は平成26年度で19%の増加となっている。その他の集客の取り組みとしては、広告宣伝としてパブリシティを中心としたメディア対策のほか、旅行雑誌等の広告媒体への広告掲出を行い、注目度・知名度の確保を図っている。また、恋人の聖地トリックアートを設置することにより、観光施設としての魅力度の向上を図り、顧客満足度の高い施設づくりに取り組んでいるところである。続きまして、地域との連携、町づくり活性化への取り組みについてであるが、タワー周辺のシーサイドももち地区に立地します企業、団体32社により構成している「シーサイドももち地区関係施設協議会」を通じ、地区の進行や発展に寄与し、会員相互の連絡調整を図るとともに、調和ある街づくり活動を行っているところである。また、福岡市早良市役所を中心とした、周辺自治会、学校、企業で構成しているサザエさん通りを生かした街づくり推進協議会にも参加して、さらに博物館等周辺施設と連携し、相互協力による集客活動を行うことによって、地域の活性化にも取り組んでいる。その他、福岡市観光振興課や福岡県観光連盟等行政との連携を密にして、観光キャンペーンのほか、プロモーション活動を共同で行うことによって、観光分野での活性化に努め、集客によるにぎわいづくりの創出ができるよう努力しているところである。最後に今後の計画課題等についてであるが、新聞等でも報道されており訪日外国人が大幅にふえている状況については、福岡も同じ状況にあり、外国人観光客を中心に増加している傾向である。この外国人観光客をいかに取り込むかが当面の課題となっている。また、一方で外国人観光客については、国際情勢により不確定な要素があることから、安定的な収入を確保するためにも、同時にベースとなる国内客も確保に努めていくと考えている。



福岡タワー（株）での説明の様子