

## (8月臨時会)

### 【プレミアム付き商品券事業について】

### 【キャッシュレス決済ポイント還元事業について】

#### (一問目)

キャッシュレス決済ポイント還元事業について伺います。昨年8月臨時会での討論において、キャッシュレス決済事業者に対して、予算額に達したらキャンペーンを終えられるよう提案することを市に求めましたが、事業者に対してこのことを求められましたのでしょうか、教えて下さい。この事業はポイント還元の総額の上限設定ができないことから、不安が残ることを指摘していました。この事業の仕組みでは理論上、予算の上限設定に意味がないことを危惧していたからです。もし仮に、この補正予算が不成立だった場合どうなるのでしょうか。常識的な議員の判断としては必要なものは予算をつけるしかないという判断になるでしょう。しかし、予めそれを想定しているとすれば、予算成立の上で事業執行するという議会制民主主義の根本を危うくしかねない事業であると言わざるを得ません。このことについて市の見解をお聞かせください。

プレミアム付き商品券事業について伺います。昨年のプレミアム付き商品券はどのような業種で利用されたのか、上位いくつかの業種と利用率を教えてください。一方で、新型コロナウイルス感染症拡大により、影響を受けたり、受けている市内事業者の業種と、ほとんど影響を受けなかったり、むしろ売り上げが増えている業種を分かる範囲で教えてください。

紙媒体のプレミアム付き商品券のメリットの一つとして、キャッシュレス決済ポイント還元事業はスマホ利用者しか利用できないが、誰でも利用可能であることを市は強調してきました。しかし、プレミアム付き商品券をデジタルで実施するのであれば、そのメリットはなくなり、そのデジタル発行分はキャッシュレス決済ポイント還元事業で実施しても良いのではないかと考えます。キャッシュレス決済ポイント還元事業では、市外消費者の需要も期待できますし、還元ポイントの使用による波及効果も見込めると思います。デジタルのプレミアム付き商品券事業とキャッシュレス決済ポイント還元事業の違い、それぞれのメリット、デメリットを踏まえ、市の見解をお聞かせ下さい。

#### <答弁>

本市としては、予算額に達したら円滑にキャンペーンを終了できる方策を検討するよう求めておりますが、自動的にキャンペーンを終わらせることはシステムの運用上技術的に困難であること、また、キャンペーン期間中の一方的な打ち切りは、利用者の大きな混乱を招く恐れがあることから、現状では難しいと考えております。確かに、現在の仕組みではキャンペーン期間途中で一方的に打ち切ることは、難しいのが現状ですが、PayPayのポイント還元事業については、これまでも全国各地で同様の事業が多数積み重ねられており、それらを参考に、利用者の伸び率や加入店舗数の推移、さらには具体的な一人当たりのポイント還元額やその上限設定などから、おおむねの必要額の幅を推計することは可能です。ただそれでも、経済は生き物であり、予想を超える反応は避けられず、結果として実績が推計を上回り、あるいは下回る可能性があることを否定することはできませんが、そうした可能性があり、またそうなったからといって、事業のメリット・デメリット等を説明したうえで、当初の推計額をお示しし、当初予算の議決を受けることが意味の

ないものとは思いません。また、その後、事業実施の結果、やむを得ず実績がその推計から上振れしてしまう可能性のある場合に（そうしたことがないに越したことはないのですが）、改めて事業実施過程において生じた見通しのずれとともに、そのリカバリー策や負担額の可否等について、その都度議会に審議を諮ることになった事業が、すべて議会制民主主義の根本を危うくする事業であるとは考えておりません。コロナ禍が長引く非常時の、まさに今この時においては、緊急の事業者支援策が求められているときであり、キャッシュレス決済事業者と組んだポイント還元事業は市内事業者の切実なニーズに応えるものとして、素早く効率よく効果的に幅広い業種の市内事業者に大きな消費喚起効果をもたらすことができます。現状では代替の仕組みも見当たらず、コロナ禍の現況においては、ご質問のような懸念があったとしても、それをできるだけ最小限に防ぎながら、実施する必要がある事業であると判断しております。

商品券がよく利用された業種についてですが、上位から、スーパーを含む食料品店が52.16%と半数以上を占めており、その他は、食料品以外の小売店が10.93%、飲食店が6.72%、ドラッグストアが6.49%、電化製品が6.4%と続いています。

昨年12月に実施した新型コロナウイルス感染症の影響に関する事業者アンケート結果では、市内事業者の約7割が令和2年度の売上で5%以上の減少を見込んでいると回答しています。特に、「宿泊・飲食サービス業」では約3割の事業者が、また、「運輸・郵便業」「生活関連サービス・娯楽業」「製造業」「医療・福祉」でも約2割の事業者が、約50%以上の売上減少を見込む状況となっており、特定業種への深刻な影響とともに、新型コロナの影響が広範な業種にまで及んでいることが推察されます。

デジタル商品券事業とキャッシュレス決済ポイント還元事業の違いについてですが、デジタル商品券は購入が市民に限定され、先に商品券を購入する必要があるため、あらかじめ事業予算が明確になる一方で、キャッシュレス決済ポイント還元事業は市民以外も参加でき、消費拡大が期待されますが、必要額の推計に上振れや下振れのリスクがあることが課題となります。また、キャッシュレス決済ポイント還元事業は、利用者の選択や特定ができませんが、デジタル商品券は市独自のシステムを開発することから、カスタマイズにより、市民にポイントを付与することができ、地域通貨など新たな施策の展開にも対応が可能となり、拡張性を創出することができます。

## （二問目）

昨年度のプレミアム付き商品券の業種別の利用率と、実際に新型コロナウイルス感染症拡大により影響を受けている業種には、少しかい離が見られるかと思いますが、その点について、何らかの改善策や、別途の施策などは検討されているのか、教えて下さい。

また、今年に入って、2回目、3回目の緊急事態宣言が出されるなど、昨年度に比べて、事業者の売上への影響や、市内経済の落ち込みも大きくなっていると思いますが、昨年度の事業予算額やプレミアム付与費よりも、今回の事業予算額やプレミアム付与費が少ないのは何故なのでしょう、理由を教えてください。

日銀は、感染症の拡大で外出や府県をまたぐ移動が減少し、サービス消費などの機会が減り、半ば強制的に貯蓄に回ったお金を「強制貯蓄」と命名し、昨年（2020年）の1年間で

約20兆円に膨れ上がっていると試算されています。可能な限りの消費喚起策を講じることで、この強制貯蓄を市内経済の活性化に回すため、本事業に対して、昨年度よりも多く予算を取ることは考えられなかったのでしょうか、市の見解をお聞かせ下さい。

<答弁>

コロナ禍の影響で売上減少に苦しむ市内事業者への直接的な支援については、今年6月から小規模事業者事業継続応援金制度を立ち上げています。確かに、商品券事業の昨年度実績からは、利用先としてスーパーを含む食料品店での使用が5割以上を占め、先の事業者アンケートで挙げた業種と若干ずれがあるのは事実です。しかしながら、最初の消費の起点がスーパーであったとしても、一つひとつの消費がもたらすそれぞれの仕入先・取引先への波及効果、さらには2次・3次の波及効果などにより多様な業種への効果の広がりを期待しています。

商品券の事業予算については13億8千万円で、昨年度の事業決算額13億2千209万円と同水準でありながら、商品券による市内消費額は、昨年度の36億円を上回る50億4千万円を見込んでいます。これは、昨年度よりもプレミアム率を低く設定することにより、本市としては、様々な分野においてコロナ対策事業への費用負担を行う中、消費喚起策として活用できる範囲において、可能な限り発行冊数を多くし、より多くの方々に購入いただけるよう工夫したものです。キャッシュレス決済ポイント還元事業と商品券事業を合わせた消費喚起策全体では、予算ベースで、昨年度は19億8千229万円、今年度は今回のキャッシュレス決済ポイント還元事業の補正額も含めて19億8千700万円とほぼ同額ですが、今年度はデジタル商品券を含めて昨年度より24万冊増刷し、14億円以上の市内消費額の増加を見込んでいます。

(三問目)

今回のデジタル商品券の試みは、これまでの消費喚起策の課題を解決するものとして期待しています。紙の商品券では事務費がかかりすぎますし、キャッシュレス決済では個人情報保護の課題や市外の方が対象となること、予算上限額を超える可能性などの懸念があります。デジタル商品券を導入し、大きく育てるための取り組みとして、3点確認します。

一点目は事業者の登録について、複数年登録や自動更新を導入することを平成27年に要望しています。今回における取組について市の見解を求めます。

二点目はデジタル商品券事業の仕組みを利用して、豊中市独自のポイント事業を実施できないでしょうか。平成29年に提案していますが、昨今ではマイナポイントやアスマイルなど国や府の取り組みも顕著です。このことについて、市の見解を求めます。

三点目はデジタル商品券事業や波及するポイント事業を市内事業者とも連携することで、国からの補助金や民間資金をデジタル地域通貨として地域経済に役立てることができると考えますが、市の見解を求めます。

<答弁>

事業者登録についてですが、今回の商品券事業への参加事業者については、次回以降の

事業への参加意向も確認しながらデータベース化を図り、今後の様々な産業振興施策への活用を検討してまいります。

デジタル商品券事業において使用するシステムは、今回のような消費喚起策のほか、将来的には、地域通貨「とよか」など、市が独自に発行しているポイント付与事業にも利用できるプラットフォームとして活用することも想定しています。

民間事業者との連携については、情報管理のあり方や費用負担、リスク分担など解決すべき課題もありますが、今後、システムを活用して様々な取組みを展開する中で、その可能性を探ってまいります。