

平成29年 3月17日総務財政委員会—03月17日-01号

◆西 委員 ソレイユ堺の西でございます。

通告に基づいて質問をさせていただきたいと思いますが、まず、タッチポイントとプロモーションについてと。いきなり雑感から申し上げるのも何ですけど、タッチポイントという言葉をご書いても、何のことですかと問い合わせをされなくなっただけでも非常にありがたいことだと思ってますけど、最初言い出したときは、それ何ですかというところから始まったわけですけども。

タッチポイントという議論を、この場でも、そして平場でも、何度もいろんな局面でさせていただいてまして、その一環でいろいろと話をさせていただいてるからなのか何なのかわかりませんが、成人式、私は成人式の西区の副実行委員長ということ、自治会の関係で立場をいただいておりますけれども、そういうのもありまして、成人式で配るものの中に、こういった成人、新成人の皆様おめでとうございますという、この親善大使のKANA-BOON載って、裏に、やっぱり決めた、堺で家族になろうよというチラシが配られてて、非常にこの間議論してきたタッチポイントということを理解をしてくださってるのかなと、勝手に思ったりはしてたわけですけども、改めて、この子育て施策をPRするリーフレットを配布したのはどういう理由からか、お示しをいただけますでしょうか。

◎浦部 シティプロモーション担当課長 ただいまお示しいただきましたリーフレットは、若者向けに本市の魅力をPRするためということで作成したものでございます。表面には、成人式実行委員会から、ちょうど今年度、堺親善アーティストとしてKANA-BOONが就任された、これをきっかけとしたビデオメッセージをお願いしたいという依頼があった機会を捉えまして、KANA-BOONを初め、臨海部でやっております大規模の音楽フェス、ことしから取り組むようになりまして大規模の音楽フェスであったり、フィルムコミッションがやっております映画セトウツミ、堺が初めてロケ地として選ばれた、こういったことであったりとか、あと成人式のときに、あと1週間というタイミングを捉えた3Dプロジェクションマッピングの取り組みを御紹介させていただきました。

裏面は、前回の大綱質疑や総務財政委員会での御議論、御意見を踏まえまして、新成人の方にいろんな価値観の方はいらっしゃるかと思うんですけども、恐らく、ライフデザインを考える際に、また家庭を持つという方がおられるやろうということで、新たにタッチポイントという視点を取り入れて、3人目からの保育料が無料になることなどの、本市の妊娠・育児に関するすぐれた施策であったり、新たにつくられた子育て応援アプリの紹介など、子育てのまち堺をPRする内容を掲載したものでございます。

成人を迎えた皆さん方が、本市が子育てしやすい環境にあるということを知ってもらって、今後家庭を築く際には定住する場所として本市を選んでいただこうということでPRしたものでございます。以上でございます。

◆西 委員 後ほどもUターンというテーマで取り上げさせていただきますけれども、

本当にこのタッチポイントとして重要だと思ってるんですが、実は自分自身も振り返ってなんですが、大学までは関西におりまして、大学院で東京に行って、そして東京でサラリーマンをしてると、実は堺に帰ってきて堺の情報に接するというのは、実家にお盆やお正月という時期に帰ってくるのはありますけれども、それ以外で堺に帰ってきてやと言われるタイミングというのはどこかなと考えていたら、実は東京へ行ってしまったらもうほとんどないですよ。

堺の行政から帰ってきてやと言われてたり、帰っておいでよって、帰っておいでよって言われてるわけでもないかもしれませんが、堺に戻ってきたらどうやという意味のことを言われるタイミングというの成人式しかないなというふうに改めて思ってたんですけど、そういう意味でも、堺へ帰っておいでよと、堺で家族になろうよということをやったってそういうことを想定しながら、その接点を研究してこういうことをやっていただいたというのは非常に前向きにというか、かなり前向きに評価をさせていただきたいなと思ってる所です。

改めて、先ほど申し上げたように、タッチポイントってもう何やろうなということはないかなと思うんですけど、このタッチポイントって何かと申し上げますと、マーケティング用語の一環でございますので、またいろいろと皆さんにも調べていただけたらと思いますけれども、接点ごとに顧客とその企業側、マーケティング用語ですんで、主にこれまでやったら企業なんですけども、企業と顧客との間でどこが接点かと。接点ごとに情報の出し方や提供の仕方、また顧客側の受け取り方というのは気持ち違うやろうと。先ほどの成人式の例でわかっていただけたと思いますけど、気持ち違うよねということ。どういふふうに効率的に情報発信していくかということをしていろいろと工夫してる、今でも工夫をし続けられてるわけでありまして、そういうことでタッチポイントというマーケティング用語はあるわけでありまして、人口誘導という観点で、特に堺においては、少なくとも堺においては、子育て世代を誘導していく、こっちに、堺に来てくださいよと。当然、堺の人たちは堺で子育てし続けてくださいよということは、堺にとっては、少なくとも政策的な、戦略的な大きな課題なんだと思います。

そういった意味で、先ほども申し上げたように、タッチポイントを間違えて全然違うところで発信をしていた、もしくは全然違うことを伝えていた、そのときにタイミングが合っていないことを伝えていたということでは、ちょっと困るな、非効率だなというふうに思います。

成人式以外でどのようにPRを、子育て施策が主にお聞きをしたいところでありまして、それ以外の観点も含めて、成人式以外でどのようにPRされてるか、お示しください。

◎浦部 シティプロモーション担当課長 子育て施策に限ったPRではございませんが、堺の居住魅力を発信するために作成している冊子S a k a i s tに、主に首都圏の鉄道駅において重点駅に配布するやということで行っておりまして、今年度から、本市

に転入された方に対しても各区役所の窓口で配布しております。また、S a k a i s tに掲載した記事を、今、若い女性層ということターゲットに、今、S a k a i s t取り組んでいる関係で、主に20代から40代の女性をターゲットとした市販の雑誌にも記事広告として掲載しているところでございます。

来年度のS a k a i s tにつきましては、今、マーケットインみたいな、対象者を意識した取り組みはしておりますけれども、タッチポイントということも明確にするという意味で、子育てなどの施策や教育環境、居住環境の取り組みなども掲載して、これまでの交流人口の増加に加えて、人口の誘導も目的とした内容をしっかりと盛り込むというようなことで、タッチポイントを明確にして雑誌への記事広告も行っていきたいと考えております。以上でございます。

◆西 委員 そのS a k a i s tについて御説明いただいたわけですが、改めて、そのトヨタみたいに何百億という広告費を使えるのであればもちろんいいのかもしれませんが、どこでどのように、堺市はそんなお金が使えるわけでは当然ありませんから、効率的にどのポイントでどのような内容の発信をしていくかということは、これ、ずっと研究していかないと、堺市の財政規模、財政力から考えたら、研究していかないといけないと思うわけですが、改善をしていただいておりますので、具体的な、どの事例は申し上げます。この場でなじりたいわけではないので申し上げますが、それぞれの担当課さんには個別に申し上げて、広報とも連携をしながら改善をしていただいておりますけれども、正直、堺市の広報の中で、これだけタッチポイントの議論してきたのに、ちょっと何でこんな形になってしまうのと、一晩怒りがとまりませんでしたと笑いながら言いましたけれども、そういうことも多々、正直あります。

改善をしていただいたので、もう今となってはそういう事象はない、そのことに関しては改善をされています。また逆に、このタッチポイントという観点が、民間企業は非常に理解してる企業もありますので、そういう企業はすつとこの行政の中で、その自分の企業のプロモーションをやろうと思うときに、このタッチポイントを見つけて、ここでちょっと協力、行政にしてもらえませんかみたいな形で、企業はこのタッチポイントの価値を、おいしさといいますか、意味を感じてすつと入ってきて、堺市としてはまんまと利用されそうになったということもありました。それも改善をしていただいておりますから、この場で具体的に申し上げますけれども、これってすごいお金になる、お金をただで協力してあげてるようなことになってますよということを私はその場で申し上げました。

そういうことも含めて、タッチポイントということの理解をもっともつとしていただきたいなと思っています。そういった意味で、このPRを行う上で重要である、さらには、このタッチポイントということはいろんな意味で利用される場所ですと、それを使って公用車に広告を張っていただいているように、収益を上げることに、先ほど野村委員の出入りを制するだけじゃくて、入りも制さなきゃいけないということも含めて、入りを図るですね、入りを図らなくちゃいけないということも含めて、いいタッチポイントがあれば利用

していただくということもあっていいかもしれませんから、ぜひ全庁的にこういうことを研究をしていただいて、もっといろいろな方々に。

広報の皆さんも耳にたこができるぐらいこの言葉を聞いてらっしゃいますから、理解をしていただいていると思いますけれども、全庁的に広げていただくことが重要じゃないかと思えますけれども、いかがでしょうか。

◎浦部 シティプロモーション担当課長 都市間競争が激化する時代において、本市が選ばれるためには、展開する施策・事業を適切にかつ十分にさせていただくことが非常に重要であると考えております。職員一人一人が事業対象者となる方々に対しまして、どういう場所、タイミングで事業をPRするか、いわゆるタッチポイントの重要性を意識することというのが、今後ますます重要になると認識しております。

今後は、今、委員お示しのお考えとかそういったことを全庁的に共有することを目的に、効果的に事業をPRする手法などをテーマとした研修も行っていきたいと考えております。以上でございます。

◆西 委員 ぜひ、庁内にこのことを徹底をしていただくように、今お話をいただいたことも含めてお願いしたいと思えます。よろしく申し上げます。

さて、2項目目の雑誌への広報についてということでもあります。先ほどの、後からも出てきますけど、野村委員の今の質疑とも相通ずるものがたくさんありますけれども、前回のときも取り上げさせていただきましたが、雑誌社といいますか、雑誌にこだわらないんですけど、特に雑誌にいろんな堺の評価なりランキングなりということが載ること、単純に堺の観光地が載ることも含めてですけれども、雑誌社にいろいろ、雑誌やいろんな媒体に堺の情報が取り上げられるということは、堺にとってよくも悪くもいろんな影響が及んでくることだと思います。

そういった意味で、主に雑誌は東京の本社が多いですから、東京で、東京事務所も含めて活用しながら、東京でのプロモーションが必要じゃないですかということをおし上げましたけれども、その点について、今、どのような議論が進んでいるか、お示しをいただけますでしょうか。

◎浦部 シティプロモーション担当課長 委員お示しの首都圏においてということで、そちらのほうで堺市の魅力を訴えることは非常に重要だと認識しております。そうしたことから、堺の魅力を雑誌社に知ってもらえるようにということで、1つには、先ほど答弁させていただきました、本市の魅力発信冊子であるS a k a i s tの記事広告とのタイアップの機会を捉えて、雑誌社に今後さらに営業活動を行っていくということ、もちろん東京事務所との連携とかも含めて営業活動を行っていくことを進めております。以上でございます。

◆西 委員 前回からそんなにたってるわけではありませぬので、なかなかそのぽつと答える部分、難しいと思えます。それをあえて聞いている部分はありますけれども、ぜひ、どうやっていくか、早く研究を進めていただきたいと思っております。

後ほども出てきますけども、私を知る限りでもいろんな雑誌社とか媒体社の中に、東京の媒体社の中に、堺出身の、これに近い担当をやってる人もいっぱいいます。複数、私、知ってる中でもいます。そういった意味で、こういう仕組みができてくれば、いろんなところでそことシンクロしながら、堺の宣伝、堺の広報、よろしく願いますねということも、各議員さんも協力してくださると思いますし、いろんなところで協力を仰ぎながらやっていけたらなと思っておりますので、ぜひ議論を早く、大急ぎで進めていただけたらと思っています。

先ほど野村委員の質問の中でいい表があったので、今お願いして借りました。このランキングですよ。日経DUALの調査というのが、もう堺市において非常に大きな、いろんな意味を持つてる今現状でありますけど、ほかにもいろんなランキングということがあります。

先ほど、野村委員の質問の中に、受験勉強のテクニックにこだわって、学ぶことの本質がわからなくなっちゃいけないということ、というような趣旨のお話があったかと思えますけれども、逆に言いかえれば、雑誌がその指標を、正確に使うべき指標、子育て世代にとってはこういうことが本当は重要なのに、全然違うことで評価してるんじゃないかというふうに堺市の担当者から見たら思っちゃう、思ってしまうことも多々あると思うんですよ。本来の住民、我々や堺市が把握してる住民さんの刺さるポイントとか、子育てしたいなと思うところというのはこういうところやと、堺市としては行政のプロとして理解してるけど、その雑誌社さん全然違うところを理解して大事やと思ってるかということも、堺市としては問いかけていけないと思えます。それは受験の例えでよくわかる部分だと思います。テクニックと学ぶことの本質がずれてたら、学ぶことの本質に受験問題もそろえてもらわなきゃいけないわけですから。

そういうことも含めて、やっぱり堺市からそういう雑誌社や媒体社に対して、このランキング、お金と健康のため、このことをちゃんと物差しに入れてくださいね、サステナブルのためには、物差しはこれを入れてくださいねということ、いろんな、特に堺市にとって重要な戦略課題にかかわる部分に関しては、そういう発信もしていかなくちゃいけないんじゃないかなと思っています。

そういった意味で、その各雑誌社にアプローチをしていくということが重要だと考えますけども、今どのように考えておられるか、お示してください。

◎浦部 シティプロモーション担当課長 雑誌におけるランキングというのは、単なる順位づけということだけではなく、今、一般的に何が求められてるかとか、効果的な施策はどういうものかといったことを知る機会にもつながって、施策・事業形成の観点からも大変重要であると考えております。

また、ランキングの指標については、毎年このランキングの指標自体が毎年変化していくといったことも我々認識しております。そうした観点も踏まえて、東京事務所を初めとした関係部局との連携、情報共有を図って、雑誌社への積極的なアプローチ、そのさっき

の指標の変更に対してのアピール、もしくは我々がどういうことに取り組んでいるかといったようなことも含めて、アプローチに努めてまいりたいと考えております。以上でございます。

◆西 委員 ぜひ、先ほどの野村委員の質問と本当に重なりますけども、戦略課題においてこのランキングというのは非常に大きな意味を持ちますから、ぜひよろしくお願ひしたいと思ひます。

次の項目に移らせていただきます。地方創生とUターンについて。

いろいろと大体つながってる部分は、このきょうの質問は全部大体、根っこに通ずるところは同じものがあるわけでありませうけれども、地方創生と、先日の日経新聞の報道では、国のほうでは地方創生に関連して、地方へUターンする、もしくは地方へ移住する学生の奨学金を国のほうで、どういうやり方か、細かくはまだ示されてませうでしたが、国のほうで面倒を見るといひませうか、賄うみたいな方向を検討してるみたいな記事も先日ありました。

そういった意味で、まさにこの地方創生というのは、今、人材を地域にどうやって戻していくか、もしくは地域に移転をさせていくかということが地方創生の一番の大きな目的の1つなんじゃないかなと私としては理解をしているところであります。

そういった意味で、9月の総務財政委員会においても議論させていただいたわけでありませうけど、その中で市長からも御答弁をいただきましたけれども、どうやったらUターンしたい気持ちになってくれるのか、どのときUターンしたいと思うのか、それを具体的に、取り組みも調査も、調査もお願ひをしたいというふうにお願ひしたところであります。

そういった意味で、Uターンに関する取り組み、具体的な議論をぜひ、今回のみならずずっとさせていただきたいと思ひませうけれども、Uターンのきっかけとなるものはどのようなものが多いと認識をされているのか、お示しください。

◎山本 政策企画担当課長 平成28年に独立行政法人労働政策研究・研修機構が行った若年期の地域移動に関する調査結果によりますと、Uターンのきっかけといたしましては、就職が30.4%と最も多く、次に仕事をやめたが19%、そして転職が16%となっており、就職や転職などがきっかけとなり、Uターンにつながる傾向が強いものと認識してござひます。以上です。

◆西 委員 いろいろと今お示しをいただきました。これもまさにさっきのタッチポイントの議論なんですけど、どのタイミングでこれを発信していくかということが重要になっていくかと思ひませうけれども、生まれ育った地元堺に、堺出身の人は堺に帰ってきてほしいなと思ひませうけれども、先ほどの調査の中で、全国的な調査なので、堺の人だけの調査ではないのは理解をしてるところですけども、生まれ育った地元へUターンしたくなる意向というのはどのように分析をされてるか、お示しをください。

◎山本 政策企画担当課長 同調査によりますと、出身の市町村に強い愛着がある人は約77%の人がUターンで地元の地域に戻りたいとの意向を持っております。一方、出身

の市町村に全く愛着のない人は約96%の人が地元に戻りたくないとの意向を持っており、地元地域への誇りや愛着の醸成がUターンにも大きく関係するものと認識しております。以上です。

◆西 委員 今のお答え、感覚的にはそらそうやろうなと思ってたわけでありましてけれども、改めて地元の市町村に全く愛着のない人は約96%の人が地元に戻りたくない、定量的に示していただいているということは非常に、驚きとまではいきませんが、96%もかというのは少し何かいろいろと考えるところがあります。

そういった意味で、今、市長がこの間から堺愛、堺愛と言われておりますけど、私は市長とは堺ナショナリストみたいな会話もしてましたけれども、そういう堺愛を醸成をしていく堺の取り組みというのは改めて重要なんじゃないかなと思っておりますけども、誇りや愛着の重要性を堺の人たちに持ってもらうこと、そして感じてもらうことということの重要性について、どのように認識をされてるか、お示しをいただけますでしょうか。

◎山本 政策企画担当課長 誇りや愛着を持てる魅力あるまちづくりを進めることは、Uターンの促進だけでなく、定住魅力の向上などにもつながることから、非常に重要であると認識しております。

本市では、子どもからお年寄りまで、誰もが堺に誇りや愛着を持って、堺愛が実感できる魅力あるまちづくりを推進することで、堺に住み続けたいと実感していただける市民の方々をふやし、また、堺に住んでみたい、子育てしてみたい、働いてみたいと思っただけの人たちが全国各地から堺にお越しいただきたいと考えております。以上です。

◆西 委員 ぜひ、29年度予算案が今回審議中でありましてけれども、この人づくりを進めるために、子育て教育環境の充実とかを非常に掲げておられますし、また、まちづくりでは中心市街地活性化や泉北ニュータウン、こういういろいろ重点項目を我々も説明をいただいておりますけれども、そこを着実に推進をしていただいて、若い人たちや幅広い世代が愛着や誇りを感じていただきたいと思っておりますし、感じるように進めていただきたいと思っておりますし、またいろいろと教本、教育委員会でも配られてます。さらには、いつも堺っ子体操のことばかりやと言われてますけど、そのこと、堺っ子体操とか、堺の、非常に皆さんが堺を好きになってもらう、堺に住んでることを発信できる、そういう取り組みをさらに進めていただきたいと思っております。

ちなみに、堺愛と言われると、どうしても何か市長の頭に直江兼続のかぶとが載っているようなイメージが、ちょっと私はしてならないんですけども、それは余談であります。

他都市でこういう取り組みを、やはりUターンの促進にさまざまな観点から工夫をされて進められていることがあると思っております。堺もぜひこういうことを学んでいただきたいと思っておりますけれども、Uターンも含め幅広い世代が、Uターンだけじゃないと市長も先日もおっしゃられてましたけれども、さまざまな世代が移住してくる、帰ってくる取り組みとして、京都では、丹波移住・定住促進協議会という取り組みがあると聞いてますけれども、主な取り組みや組織構成について理解をされてるところをお示しいただけますで

しょうか。

◎山本 政策企画担当課長 京都丹波移住・定住促進協議会は、亀岡市、南丹市、京丹波町の2市1町を初め、商工会議所などの業界団体、金融機関、大学、NPOなどの25団体で構成されている協議会でございます。

主な取り組みといたしましては、就職、子育て、教育、住まいなどの移住に関する情報を一元的に取りまとめ、効果的な移住支援の取り組みを進めておられます。以上です。

◆西 委員 ありがとうございます。Uターンの取り組みというのは、ぜひ、行政だけじゃなくて、大学や地元企業などのさまざまな、いろんなステークホルダーと連携をすることが重要だと思います。最初に申し上げたみたいなタッチポイントをどのときに、どのような気持ちになってる人に対してどのような情報提供をしていくかということも重要になってくると思います。

Uターンというと、何か私、大学時代もUターンというキーワードをいっぱい見た記憶があるんですけど、その余り具体的な地名を言ったらあれですけど、もっと過疎地、堺じゃないでしょうと、過疎地であったり、日本海側のどこかのまちかなとか、の話かなと思ったりしてたわけでありましてけれども、実は堺にとってもこのUターンというのはいよいよ早く考えないといけない時期になってきてるんだなと思っています。

そういった中で、そのマーケティングのターゲットを決めていくということも非常に重要だと思います。マーケティングの世界では、ターゲットをしっかりと決めるんですよね。行政では、最近大分変わってきましたけど、私、議会に初めて来させていただいたとき、ターゲットはどこですか。いや、ターゲットは市民ですという答えがよく返ってきたのを、10年前は、えっと思った記憶があります。マーケティングの世界では、具体的にターゲットを絞り込んで、そこから横へ広がるのはいいから、まずターゲットをピンポイントでしっかり定めていこうということをよくやります。

例えばですけども、30代男性、子ども何人、今こういう気持ちの人、こんな人ということ具体的に規定して、そこを逆にイメージして、そこに向けて戦略を打っていくということをやります。これ、人口誘導で堺市がどういう人たちに堺市に来てほしいかと思ってるかという議論からまず始めなきゃいけないんだと思いますけれども、そういうことも含めていろいろと議論していただく機会がさまざまな部局を横連携しながら議論していただくことが必要なんじゃないかなと思っています。

庁内でさまざまな担当部署がありますから、1回集まっただいて、他都市の取り組み、先ほどの京丹波の事例もありましたけれども、取り組みとか、あとニーズの把握の仕方とか、こういうのは平易な言葉のほうがいいと思うんですが、人材取り返し作戦本部とか、そういういろいろと議論する場をつくっていただけたらなと思っているんですけども、いかがでしょうか。

◎山本 政策企画担当課長 政策企画担当では、各局各区の課長級で構成されます企画主任会議を所管しております。まずは、この会議体を活用し、Uターンに対する国の動向

やニーズなどの基本情報を共有し、Uターンを含めました人口誘導策についての検討も進めてまいりたいと考えております。以上です。

◆西 委員 ぜひ取り組みを進めていただきたいと思いますのですが、もともと市長に質問するつもりで通告をしてるわけではないので、きょうは市長もいらっしゃらないんですけど、かわりにぜひ公室長に。

横串の取り組みなので、公室長にお答えをいただけたらなと思いますが、いかがでしょうか。

◎柴 市長公室長 済みません、先ほどの委員の発言の中にもあったかなと思うんですけども、私自身、やはり地方創生の肝は人材育成といいますか、人づくりかなと思っております。市長のほうも、まちづくりは人づくりであり、その根幹は教育であると常々おっしゃられています。また、昨年9月の総務財政委員会で市長も話していましたが、堺で生まれ育ち、本市に誇りや愛着を持った人たちが、場所を含めましてさまざまな世界で活躍され、そして堺に戻ってきていただける、そういった環境づくりも大切であると考えております。そのためにも、子どもからお年寄りまで誰もが、市長が話します堺愛を実感できる魅力あるまちづくりを進めることが重要であると考えております。

Uターンの取り組みに関しましては、これまで課長が取り組みを話してまいりましたが、それに加えて、大学や民間企業との包括連携を結ぶなど、さまざまな主体と幅広く連携も進めております。

このようなネットワークも生かしながら、Uターンを含めました人口誘導などにつきまして、先ほど課長も答弁しましたが、庁内連携をしっかりとって、意識も共有しながら、今後ともこういったことにつきまして深く勉強もしながら進めてまいりたいと考えております。以上でございます。

◆西 委員 突然振りまして、失礼をいたしました。強い決意を示していただいてありがとうございます。地方創生は、私が言うのも変ですが、今の国の現政権の重要なスローガンの1つだと理解しておりますので、堺市の取り組みが進んだときは、政権与党の野村委員も積極的に協力していただけたらと思いますので、よろしくお願ひしたいと思ひます。

さて、ふるさと納税について、本会議でも上議員が質問したところの関連でお聞きをさせていただきたいと思ひますけれども、ちょっと私だけかもしれませんが、ふるさと納税の議論を聞いている限り、国からの交付税で措置されるということも含めたときに、堺市にとってプラスなんだろうか、マイナスなんだろうか。

この制度によって、今現状の堺市はプラスになっているのだろうか、マイナスになっているのだろうかというところを、大体頭の中で理解でき、お聞きをしていると解釈をしてるうちに理解はできたんですけども、少しそこは気になったところでもありますので、具体的な収支、プラスなのかマイナスなのか、お示しをいただけますでしょうか。

◎田村 資金課長 本市のふるさと納税の収支でございますが、ふるさと納税による住民税の控除は翌年度に行われますことから、平成27年度のふるさと納税の実績額と平成

28年度の市民税控除額との比較で申し上げさせていただきます。

まず、増収分といたしまして、ふるさと納税の実績額が約1,765万円、次に減収分といたしまして、市民税の控除額が約4億7,751万円でございます。なお、ふるさと納税、失礼いたしました。普通交付税の交付団体におきましては、市民税の控除額のうち75%が普通交付税を算定する際に含まれる仕組みとなっております。平成28年度の市民税控除額を前提に試算しました場合には、普通交付税の算定に当たり含まれる金額は約3億6,000万円となっております。この試算額に平成27年度の実績額を加えました金額は、平成28年度の市民税控除額より1億円程度下回るようになってございます。以上でございます。

◆西 委員 行政的に御説明をしていただくと、こういう言い方になるようでありませけれども、非常に雑駁に、粗い言い方なのは承知の上で申し上げれば、約1億円ぐらい、この堺市としては損をしているというか、現状損しているということなのかなと理解をさせていただきたいと思っておりますけれども、そういうふう理解をすると、堺市にとっては、この制度はあって、ちょっと損してるなというふうにも言えるかと思っております。もちろん、ふやしていく取り組みも必要だと思います。これは後ほど取り上げさせていただきますけれども、この納税制度そのものを見直すべきという意見もありますけど、堺市はどのようにお考えでしょうか。

◎田村 資金課長 ふるさと納税は、自分の生まれ故郷やお世話になった、あるいは応援したい地域などに対して、その地域を支援することを目的として創設された制度でございます。この制度本来の趣旨に照らしますと、地方公共団体が高額な返礼品を用意して寄附を集めることは、返礼品の送付が社会通念上のお礼の範疇を超えて、寄附に対する対価の提供であるとの誤解を招いてしまうおそれがあることや、寄附者が返礼品を目当てに寄附先を決めるようになってしまい、返礼品が寄附の目的と化してしまうことなどの点から、適当ではないと考えてございます。

こうした返礼品に関する現状を十分に踏まえまして、国においては制度面や運用面などに関する見直しを進めていただきたいと思いますと考えております。以上でございます。

◆西 委員 つまり、過度の返礼品競争について国に改善をしてほしいということをお願いしていきたいということだと思いますけれども、国はこの過度な返礼品競争、大分報道でも話題になってきてますけれども、過度な返礼品競争に対して、国はどのような対応を行っているのか、行おうとしているのかについてお示してください。

◎田村 資金課長 国におきましては、昨年4月に地方公共団体向けに通知を発出し、次に述べる行為を行わないよう要請したところでございます。1つは、返礼品の価格や寄附額の何%相当など、返礼品の価格の割合を表示することによりまして、返礼品の送付が寄附に対する対価の提供であるとの誤解を招きかねないような寄附の募集を行うこと、また、もう一つは、商品券など金銭類似性の高いものや貴金属、電子機器など資産性の高いもの、高額の返礼品または寄附額に対して返礼割合の高い返礼品など、ふるさと納税の趣

旨に反するような返礼品の送付を行うこととさせていただきます。

また、本年2月17日の総務大臣記者会見におきまして、ふるさと納税の返礼品の競争に関する質問に対しまして、高市大臣から、有識者や地方公共団体から意見を聞き、ことしの春ぐらいをめどに改善策の検討を職員に指示しているとの発言があったところとさせていただきます。

今後、総務省より何らかの具体的な改善策が示されるものと考えているところとさせていただきます。以上とさせていただきます。

◆西 委員 今のお答え、そのとおりだと思いますけど、なかなか不満は多いわけですが、私としては、これは堺市に対する不満ではないですけどね。要請というのは何で要請なんだと、このルールをちゃんとつくってほしいと私は思っています。

これ、じゃあルールをつくってほしいというふうに国に言わないんですかというふうに担当の皆さんにお聞きをしたら、いや、このふるさと納税ということと返礼品を贈るというのは別の取り組み、行政的には別の取り組みなので、なかなか対で規制をするということは厳しいようですという趣旨の、ちょっとごめんなさい、理解を間違えてたら恐縮ですが、私は理解していると、そういうふうにとれるように御説明いただいたように理解をしておりますが、それもちょうと改善をしていただきたいなと思っております。

御存じやと思いますけど、キャンペーンとかね、民間の商品で飲料品、何個を買ったら何が当たりますとかということがあります。それに関しては景表法で規制をされてます。過度の商品をプレゼントしたらだめですよというふうに、何円以上とか具体的な数字は今ここで示せませんが、過度な景品を出してはいけませんというのは、飲料品とかその商品に関してはよくあります。

同様に、今の見ていただいたらわかりますけど、ふるさと納税のポータルサイトって、本当にまともにそういうことを書いてるんですよ。何々市に寄附をすれば、何万円の牛肉、どれぐらいの牛肉返ってきますというようなことを、まさにこれ、景表法的、景表法が適用されないのはわかっていますけど、景表法で見たときにこんなんあり得るのかというような書き方をまさにされています。別事業でだからと、行政的にはそういうことなんだと思いますけれども、そういう対にして改善していくように、具体的に要望してほしいなと思ってるわけでありまして。

これまで、堺市は発言しましたかっていろいろとお聞きをすると、公式な場での、いろいろと水面下でやっていたらと思うんですけども、公式な場での発言というのは余り見られないようなんですね。

もちろん、総務省がこれから具体的なすばらしい改善策を示してくださって、返礼品競争がなくなったら、それはそれでいいんですけども、状況が抜本的改善をされていない場合、堺市はぜひ積極的に声を上げていただきたいなと思っておりますけども、どのような対応を行おうと考えているのか、お示しをいただけますでしょうか。

◎田村 資金課長 まず、ことしの春ごろに示される予定の国の改善策の内容を精査

いたしました上で、状況に変化が見られないようでしたら、本市といたしまして、例えば指定都市市長会の会議におきまして本市の実情を披露し、ほかの政令市との間で意思疎通を図ることなどにより、指定都市市長会としての意見集約に寄与することなどを含めまして、とり得る対応策を積極的に検討してまいります。以上でございます。

◆西 委員 ぜひ積極的に発言をしていただきたいと思います。現場でお聞きをすると、平場でお聞きをすると、いや、問題ないと思ってるんですよと、堺市はという声があります。ただ、公式に発言をしていただかないと、堺市が問題意識を持ってるということは伝わらないと私は思っています。実際、何市かはいろんな場所で指定都市市長会などで発言をされてますけども、じゃあ、ほかの市はどう思ってるのかというふうに現場でお聞きをすると、いや、いろんな考えがまだまとまってないんじゃないでしょうか、関東方面のとある市は、この市はどう思ってるのか、この市はどう思ってるのかとお聞きをしたときに、堺市の皆さん、その市に対してそういうふうに認識をされてるわけですね。

ということは、堺市もちゃんと公式に発言をしてないから、多分関東の市やほかの西日本の政令指定都市から見たら、堺市さんはどこまでどういうふうに問題意識を持ってるんかわからないということが起きてると思いますので、それはぜひ公式に手を挙げて発言をしていただきたいと思いますので、発言するというふうに、発言することを検討するということを言っていただいていますから、ぜひ発言をしていただきたいと思います。

ところで、そういう返礼品競争もありますけど、ふるさと納税を、堺市は入ってくるもんをふやしていくという取り組みも、淵上議員も申しあげましたけれども、重要になってくると思います。これも堺愛という言葉がキーワードになってくると思いますけれども、どのような取り組みを進めていこうとしているのか、お示してください。

◎田村 資金課長 本市のふるさと納税につきましては、制度本来の趣旨に立脚いたしました上で、寄附の使い道としての事業や取り組みの一層の拡充を図りながら、いただいた寄附金の活用事例などについて積極的にホームページなどで紹介するなど、本市を応援していただける方の拡大に向けた取り組みなどを進めてまいりたいと考えてございます。以上でございます。

◆西 委員 取り組みをぜひ進めていただきたいと思いますし、せっかく堺愛と言ってるわけですから、堺愛を前面に出して、堺好きな人、堺から出ていった人、出ていったというか、堺から、今、東京に行かれてる方、全国各地に行かれてる方に対しても、愛する堺に協力をしてくれということをお願いしたいと思いますけれども、淵上議員が御紹介をされておりましたけれども、兵庫県で県立高校ごとに特定の事業を設定し寄附を集めているというふうな話がありましたけれども、本市で、特に市立高校の御答弁ありましたけれども、市立中学校にぜひそういう取り組みを導入していただきたいと思います。と思っております。

中学校なり小学校というものは非常に近いですから、愛着がある単位としても非常にいい単位だなと思っております。そういう、その地域でいろいろと判断をして、使い道も含め

て判断をする、それが地域に対する求心力をさらに今以上に高めていくことにつながってくると思いますが、その地域ごとにふるさと納税を受けとめる単位をつくって、何々中学校区、中学校の活動、もしくは中学校の通学路でもいいかもしれません。通学路の安全管理でもいいかもしれません。そういう事例を導入できないかなと思っておりますけれども、今、当局でご検討をされてるかどうか、御検討していただけないか、お考えをお示しをいただけますでしょうか。

◎田村 資金課長 委員のほうから御紹介いただきました取り組みは、学校出身者を初めまして多くの方に共感して応援していただけるような具体的な使い道を設定した事例の1つであると認識してございます。

本市におきましても、本事例を研究いたしまして、同様の取り組みの実施に向けて、教育委員会など、所管部局と連携して検討を進めまして、使い道のさらなる拡充を図ってまいります。以上でございます。

◆西 委員 ぜひこれも急いでやっていただいて、そして議員の皆さんにも協力をしていただきながら、そしてその地域の出身の人にも協力を求めながら集めていく、増収を図っていく、そういうことを積極的に私やりたいと思っておりますので、ぜひ取り組みの検討を急いでいただきたいなと思っております。

御紹介しておく、ふるさと納税だけではありませんけれども、池田市では予算編成の1%を地域に渡していくという取り組みをされています。そういった意味では、いろいろと地域ごとに、堺市には当然まちづくり協議会というものも、事業もやっています、そういうことも含めて、地域でさまざまなハードも含めてどのようなものを使っていくかという検討する単位というのをつくっていくことは簡単、簡単とまでは言いませんけれども、あり得ることだと思います。

そういうことも含めて、ぜひ地域で取り組みをできるように検討をお願いをしまして、私の質問を終わらせていただきます。ありがとうございます。

平成29年度予算審査特別委員会（総務財政分科会）

◆西 委員 お疲れさまです。ソレイユ堺の西でございます。よろしく申し上げます。

まず、この予算審査特別委員会の分科会ということで、今回もまずお示しをいただいている予算書、予算説明書を見ているといろいろと感ずるところがありまして、いろいろとわかりやすくいろいろと読めるように、偉そうに言って恐縮ですが、読めるようにしていただいて、なってよかったなと思ってるんですけど、なぜこの議論をさせていただこうと思ったかという、改めて、私初めて議会に来させていただいたのは10年前なんですけど、予算説明書を見ていまして、ぱっとあけたところが69ページのことしの予算説明、予算案説明資料の69ページですけど、こういうふうに書いてあります。7項自治振興費とか総務費のところです、自治振興費の、こう書いてあります。

10年前、私が初めて議会に来させていただいたところの同じ項目のところを見てたら

こう書いてあります。全く表現が変わってるのは見ていただいたらわかっていただけると
思いますけれども、私、議会に来て10年たったから、10年前に初めて議会に来させて
いただいてから10年たったので、やっと予算説明書がいろいろとよくわかるようになった
のかなと思ったら、そうではなくて、過去の予算説明書やはり、予算説明書いうて何を
書いてるかほとんどわからない状態になってたんだと思います。

いろいろとありまして、項目だけ書いてあって、ほとんど具体的な内容は説明されてま
せんし、拡充かどうかというのも今回書いてありますけれども、そこも書いてありませんし、
また数字も事業名も結構まちまちしてたりすることも多々あるんですけれども、過去の予
算説明書ってやはり全然読みにくいなと思ってます。

そこで、以前からいろいろと議論させていただいてきたところでありまして、わか
りやすさという面で、これまで工夫してきた点についてお示しをいただけたらと思
います。

◎坂本 財政課長 これまで工夫してきた面ということでございますが、議会に提出を
しております予算・決算関連資料についてでございますが、これまで議会におかれまし
ては、例えば各資料で事業項目の掲載順序が違うということですか、事業の合計額が資料
間で合致しないこと、資料ごとに事業の名称が異なるなどといったことに対しまして、わ
かりやすくするよう御指摘をいただいていたところでございます。

当初予算案につきましては、堺市のさらなる発展に向け、これからの1年間の施策・事
業の方向性をお示しするものであり、市民生活に密接にかかわりがあることから、わか
りやすい説明が大切であると認識をしております。これまでの議会や市民の方からの御指摘
等を踏まえ、より予算内容を明らかにするための工夫を重ねてきたところでございます。

まず、地方自治法施行令で議会に提出すると定められている歳入歳出予算事項別明細書
におきましては、平成22年度以前は各費目ごとの内容を羅列していたため、どの経費が
どのように使われているか理解しづらいという点が課題となっておりました。これに対
しまして、計上される予算の内訳を施策・事業ごとに記載することにより、どの事業にど
のくらいの予算が使われているかをイメージしやすくするように変更いたしました。

これに合わせて、事項別明細書の内容を明らかにするための書類である当初予算案
説明資料に事業の概要や内訳を記載するように改めております。

これに加えまして、審査プロセスの透明性の確保の観点から、平成22年度より本市ホ
ームページにおきまして、予算の要求段階から査定状況までの予算編成過程を公開する見
える化を実施しまして、その対象とすべき施策・事業も順次拡充するなど工夫を図ってま
いりました。以上でございます。

◆西 委員 見ていただきましたので、ここに、委員会室にいらっしゃる皆さんにはわ
かっていたかと思いますが、本当にわかりやすくなって非常によかったなと思ってお
ります。足し算、引き算しなきゃいけないこととか、事業名が全然違うとか、もうはつき
り言って私、10年前、来させていただいたときに、隣の局の予算書、説明書を見て、わ

かりますかと聞いて、いろんな方々が、いや、わかりませんとおっしゃってたのを、10年前の言葉覚えてますけれども、今、非常にわかりやすくいろいろと改善をしていただいてよかったなど、非常に評価をしたいと考えておりますけれども、29年度当初予算案ではどのような改善を行ったのかをお示しをいただけますでしょうか。

◎坂本 財政課長 平成29年度当初予算案での改善点でございますが、平成29年度当初予算案におきましては、市民の皆様これまで以上に予算を身近に感じていただけるように、報道提供資料の充実を図ってございます。

具体的には、新規・拡充の事業ごとに作成をします個別報道提供資料におきまして、事業の概要等を掲載していたことに加えまして、事業の図解や表などの説明資料を添付したり、他都市との比較やキャッチフレーズ、アピールポイントを明示したりするなどの改善を行っております。なお、ホームページ上では、施策体系ごとに目次をつけた上で資料を分割して掲載するなどの工夫もしたところでございます。

これからも市民の皆様によりわかりやすい予算資料をめざして、一層の改善を重ねてまいります。以上でございます。

◆西 委員 予算説明、個別事業報道提供資料ということについて今お話をいただいたんだと思いますが、この内容についても非常に、まだまだ改善しなくちゃいけない部分はあるとは思いますが、キャッチコピーが書いてあったり、どのような内容かということが書いてある。この方向性としては非常に積極的評価をしたいと考えております。

さらに、これはいつまでも続く改善だと思いますけども、不断の改善をしていただいて、こういう予算説明資料をわかりやすくしていただいて、市民、議員ももちろんでありますけれども、市民の皆さんにもたくさん共有していただく、そのことが行政理解というか、にもつながってくると思いますので、ぜひお願いしたいと思っておりますが、実は今の部分はまず前提として積極的に評価をさせていただきたいと思っておりますけれども、実は1個だけ、この過去の19年度資料を見ていたら載っているのに、ほとんどことしの予算説明資料には載っていないというのがあります。気になる点があります。

それは行動指標がほとんど載っていないんですね。アウトプットです。さらに、ずっとこの成果指標についていろいろと掲載をしていただきたいという議論をさせていただいてます。こういう、それをこういうふうによくなりますよと、このお金を使ってこれぐらいのことをすれば、こういうふうにより市民生活よくなりますよというアウトカムもぜひ示していただければ、さらに、先ほど申し上げた行政理解、進んでくると思うんですけども、私は全部見て、漏れがあるのかもしれませんが、成果指標は1件もないように見えます。

そういうことも含めて、今どのように、ちょっと改良していただきたいなと思っておりますけれども、どのようにお考えか、お示しをいただけますでしょうか。

◎坂本 財政課長 先日の大綱質疑でもお答えしておりますように、予算査定に当たりまして、例えばまちづくりの進捗状況を考慮する際の指標としましては、定住人口であり

ますとか交流人口などが挙げられます。成果指標につきましては、他の同規模の都市におきまして、予算編成上どのような成果指標が活用されているかなどを参考にしつつ、事業所管部局とも十分に意見交換をしながら、予算編成上の活用・定着に向けて検討を進めてまいります。以上でございます。

◆西 委員 ぜひ、繰り返しになりますのでもう避けますけれども、行動指標、さらに成果指標ですね、それをしっかりお示しをいただけるようによろしくお願ひしたいと思います。

次の項目に移らせていただきたいと思います。

本会議で質問があった件なんですけれども、森田議員の質疑の中で、聞いていてちょっとわからなくなる部分もあったのでお聞きをしたいわけでありましてけれども、マイナンバーを記載をした特別徴収税額通知書について、特定記録郵便で送付するとお聞きをしましたがけれども、郵便料金というのは幾らになりますでしょうか。

◎廣田 市民税管理課長 特別徴収税額通知書発送の郵便料金につきましては、平成29年度当初予算案において約2,500万円を計上しております。以上でございます。

◆西 委員 記録郵便で2,500万円計上してると。仮に普通郵便で送付をするとした場合は幾らになりますでしょうか。

◎廣田 市民税管理課長 特別徴収義務者に送付する特別徴収税額通知書について、年間約7万件を普通郵便で送付した場合には、郵便料金は約1,400万円程度になると考えております。以上でございます。

◆西 委員 増額は確かにしてるわけでありましてけれども、特定記録郵便となったのはどのような理由からか、改めてお示しをください。

◎廣田 市民税管理課長 特別徴収税額通知書の送付方法につきましては、各自治体の判断により適切な郵便方法で送付することとされておりますが、本市といたしましては、個人情報保護の観点から、郵便局の配達員の方がポストに投函する直前に配達先を確認、記録をし、市の税務職員のほうで郵便局の追跡サービスを利用して、配達状況を確認することができます特定記録郵便でもって送付することとしたものでございます。以上でございます。

◆西 委員 個人情報保護を大事にするからこそ、普通郵便ではなくて特定記録郵便で送付をする。普通郵便などで送るところもあるように聞いてますから、そういった意味では少し予算はかかりますけれども、個人情報をしっかり大事にして送ろうということだと思いますので、その姿勢はしっかり大事にしていきたいと思ひますけれども、個人番号の記載状況について、さまざまなケースがあるようにまではお話をされていたように記憶をしています。アスタリスク通知のようなことについてもお話をされていたと思ひます。

まず、個人番号の記載状況について、大阪府内や、もしくは他府県の状況、どのようになっているか、お示しをいただきたいと思ひます。

◎廣田 市民税管理課長 特別徴収義務者用の特別徴収税額通知書への個人番号の記載

につきましては、まず大阪府内の状況でございますが、平成29年2月28日時点の大阪府の調査では、大阪府内の市町村43団体のうち、個人番号12桁を表示するところが19団体、個人番号を全部不記載またはアスタリスク表示など一部不記載とするところが19団体、検討中が5団体となっている状況でございます。

ただし、総務省から、平成29年3月6日付で特別徴収税額通知書の個人番号記載に関するQ&Aが送付されていることを踏まえまして、今後、個人番号を全部不記載または一部不記載とする団体が個人番号12桁表示へ変更を行うことが想定されます。また、平成29年3月8日に関西地域の大阪府以外の1府4県にこちらのほうから確認を行ったところ、個人番号を全部不記載またはアスタリスク表示などで一部不記載として送付を予定している市町村はないと聞いてございます。

さらに、政令市20市の状況につきましては、本市を含めまして19市において個人番号12桁を表示して送付する予定であると聞いてございます。加えまして、平成29年3月8日に総務省に問い合わせしたところでは、全国的に見れば個人番号を全部不記載または一部不記載で送付予定としている市町村はほとんどないと伺ってございます。以上でございます。

◆西 委員 今、このスクリーンにお見せをしてるのが、この特別徴収税額の決定・変更通知書ということであります。これ、正直、私は初めて、最初あの質疑を聞いてるときはこの書類を見たことがなかったので、改めて、ああ、こういうことかという理解をしたわけでありまして、既定の書式のようにありますけれども、この備考の3のところに、個人番号欄には納税義務者の個人番号を記載すること、これ、アンダーラインを引いてるところですけど、私が引いたわけでありまして、そのところに記載することと書いてあります。その中で、いろいろできるとかできないとか、そういう議論があったような気がしまして、そこがちょっと不可解だったわけでありまして、今お示しをいただいた3月6日に総務省が特別徴収税額通知の個人番号記載に関するQ&Aというのを送付をされてきたというふうに聞いています。

その個人番号の記載について、その通知の中でどのように書かれているか、お示しをいただけますでしょうか。

◎廣田 市民税管理課長 Q&Aの中で、市区町村の判断で個人番号欄を設けない様式とすることは可能ですかと、そういった問いがございまして、その答えとしまして、地方税法第43条により、市区町村は総務省令で定める様式に準じて特別徴収税額通知を作成することとされており、同様式に定められた記載事項である個人番号欄を削除することはできませんと記載されてございます。以上でございます。

◆西 委員 ということは、まず、欄は決まってるから削除はできないということなんだと思いますね。あの議論を聞いてると、削除ができるのかなという気がしましたけれども、まず総務省の通知、送付されてきたものには削除できないと書いてあった。

じゃあその次は、不記載とか、もしくはアスタリスク表示で消してるということが、や

ってる自治体もあるということも森田議員の議論の中で、森田議員の御紹介ではありましたが、その表示ということは不記載とすることはできると書いてるのでしょうか、お示してください。

◎廣田 市民税管理課長 3月6日付で総務省から送付されてるQ Aの中で、委員御質問と同様の問いがございまして、その答えといたしまして、個人番号利用事務実施者である市区町村は、地方税及び地方税法施行規則に定める様式により、従業員の個人番号を記載した特別徴収税額通知を送付することとなります。したがって、個人番号の記載を不記載やアスタリスク表示を含む一部不記載とすることは認められていませんと記載してございます。以上でございます。

◆西 委員 今、スクリーンにもそのQ & Aをお示しをさせていただいてますけれども、総務省によると認められていませんということですよ。そうすると疑問が出てくるわけでありまして、アスタリスク表示をしようとしてる市区町村というのは、法令で、法令どおりの事務を行っていないというふうになってしまうんじゃないかなというふうに理解をするわけでありまして、それでよろしいでしょうか。

◎廣田 市民税管理課長 委員御指摘のとおりでないかと考えております。以上でございます。

◆西 委員 いろいろと行政独自の裁量でできることに関しては、いろいろと自治体の中で議論をさせていただきたいと思っておりますし、したいと思っておりますけれども、法の改善を求めていくかどうかというのはまたいろいろと議論しなくちゃいけないところでありますが、法令上、法令どおり事務は行っていないとダメなところ、そういう意味では、法令どおり事務を行っていない自治体があるということは、ちょっと驚き、率直に申し上げて驚きなんですけれども、それにもかかわらず、その不記載または一部不記載とする自治体が大阪府内で約半数もあると、これは非常に驚きであります。

改めて、本市はどのように対応されようとしてるのか、お示してください。

◎廣田 市民税管理課長 市区町村は、地方税法第43条及び同法施行規則第3号様式に基づき、特別徴収義務者に対して、従業員の個人番号を記載した特別徴収税額通知を送付することとなっております。このことから、本市においては、法令にのっとり従業員個人番号を12桁表示した特別徴収税額通知を事業所に送付することを予定しております。以上でございます。

◆西 委員 本市は法令にのっとりやるということでありまして。アスタリスク表示も不記載も法令上できないと総務省は言ってるわけでありまして、そのような個人番号の不記載や一部不記載を行おうとする市区町村は法令違反をしているということになるのではないかなというふうに思います。

他市のことでございますけれども、同じように受け取る側の、通知書を受け取る側は事業所さんですから、並行してほかの市区町村からもこの徴収税額通知書が送られてくることになると思います。そういった意味では、その受け取った事業者さんは、堺市から来るものには記

載をされていて、他市から来るものは不記載ということになると、もしかして堺市やらんでいいことをやってるんじゃないですか、もしくは堺市は法令違反、逆にしてるんじゃないですかと思われることもあるかもしれません。

そういった意味では、ほかの市と比較をされてしまうことですから、これは総務省や大阪府ですかね、各都道府県に対し、各都道府県というほどまでいかなくても、少なくとも総務省と大阪府に対してはしっかりと法令どおり事務を行えと、堺市のやってることと同じ状態でしっかり行えと指導していただかないと、堺市だけ違うことをしてるということになってしまうと思いますので、それは要望していただきたいなと思っております。

このことで多分堺市間違ってますかという電話がかかってくる問い合わせがかかってくることへの対応もあると思いますので、職員の皆さんの御負担も大変多いと思いますので、それもあわせて、それも考えていただいて、ぜひともそういうことがないように要望していただきたいと思っております。

いろいろと国へ要望してくださいという場でよく言って、たくさん言ってますけれども、このこともあわせて、全国の統一をしっかりとやっていただくように強く要望していただくことをお願いをして、この質問を終わらせていただきます。ありがとうございます。