

## 経済建設委員会記録

1 日 時 令和7年8月7日（木）  
午前10時00分 開会  
午前10時49分 閉会

2 場 所 第3委員会室

3 出席委員

副委員長	伊藤謙司	委員	片平恵美
委員	山本健十郎	委員	藤原雅彦
委員	篠原茂	委員	伊藤優子

4 欠席委員

委員長 黒田真徳

5 説明のため出席した者

・経済部

部長	藤田清純	総括次長（営業推進監）	鈴木今日子
次長（農林水産課長）	菅裕二	産業振興課長	佐藤秀樹
観光物産課長	阿部広昭	農林水産課技幹	川又洋一

6 委員外議員

伊藤義男

7 議会事務局職員出席者

議事課主任 田辺和之

8 本日の会議に付した事件

所管事務調査

農林水産業、商工業、運輸、観光について

にいはま営業本部について

9 会議の概要

○ 開会 午前10時00分

●副委員長：開会挨拶

○経済部長：挨拶

< 説明 >

○経済部総括次長（営業推進監）：にいはま営業部分について説明する。本日の説明項目については、

1、にいはま営業本部の概要、2、成果目標額、3、主な取組内容として、経済部所管の取組となるが、（1）市内企業と連携した展示会等への参加、（2）市内企業の本社や取引先訪問、（3）ふるさ

と納税寄附額増加に向けた取組、（4）新居浜固有資源のブランド化、（5）えひめ営業本部との連携、（6）にいはま営業本部会議開催、最後に4、今後の課題という順番で説明する。

資料の3ページ。1、にいはま営業本部の概要について。設置日は令和7年4月1日、設置根拠としては、にいはま営業本部設置要綱を設けている。目的としては、本市における市産品の流通・販売、企業立地、誘客等の推進で、組織は市長を本部長とする13人で構成しており、営業戦略アドバイザーとして、本市出身で株式会社ユーグレナの共同創業者であり、現在は同じくユーグレナのヘルスケアカンパニー会長である福本拓元氏に就任いただいている。

4ページ。成果目標額については、新居浜市関与の目標額としており、令和7年度の成果目標額を12億円としている。内訳としては、ふるさと納税寄附額が7億円、新居浜市ものづくりブランド事業における受注額が4億5,300万円、企画部の所管となるが、企業版ふるさと納税寄附額が3,000万円、物産展の売上額が1,100万円、認定新規就農者補助事業における売上額が600万円となっている。全体としては、昨年度と比較して30%以上の増加を目指したいと考えている。これらの項目や成果目標については、県の営業本部を参考にして設定しているが、今年度は初年度で助走期間もあることから、今後、取組状況などを見ながら、来年度以降の目標について考えていく予定としている。

5ページ。3、主な取組内容について。（1）市内企業と連携した展示会等への参加については、①機械要素技術展、東京会場において、市長が初日にトップセールスを行った。日程は7月9日から11日までで、会場は幕張メッセ、内容としては、国内外の企業が機械部品や加工技術などを出展し、開発や購買部門などの担当者が来場して商談を行うものである。本市からは、株式会社大石工作社と株式会社西岡鉄工所の2社が愛媛県ブースに出展した。愛媛県ブースには、本市の2社を含めて計7社が出展している。この出店については、愛媛県と新居浜市が共同で行っており、東予産業創造センターが実施主体となっている。

6ページ。機械要素技術展でのトップセールスを行うに当たり、あらかじめ出展する2社を訪問し、情報交換を行った。これは7月3日に実施した。そこで出店のねらいを確認するとともに、工場見学を行った。出店のねらいとしては、1社は千葉県に工場を新たに建設することに伴う関東圏域での販路拡大、もう1社は新居浜市の工場内の設備更新により量産が図られるため、新たな顧客獲得に向けての出店ということであった。資料の写真は、市政だより8月号に掲載した企業訪問の記事を抜粋したものである。また、機械要素技術展終了後は、フォローアップということで東予産業創造センターの職員と一緒に2社を訪問し、商談の状況や、その後連絡を取り合っている企業や問合せがあった企業の状況などを伺っている。2社合わせて、出店後計7社とやりとりがあったようである。また、出展ブースには新居浜市出身であることから訪問をいただいた企業の方もおり、その会話から具体的な事業の話に進展したケースもあったようである。今後、東予産業創造センターの職員がこの2社に問合せのあった企業などを8月中に訪問する予定となっている。

7ページ。今後、トップセールスを検討するものとしては、②イズミヤ千里丘店における物産販売・観光PRで、日程は9月21日から27日、会場は大阪府吹田市のイズミヤ千里丘店で開催予定となっている。なお、この企画はイズミヤからの提案によるものであり、イズミヤの手配で岸之下太鼓台の展示が行われる予定となっている。イズミヤは阪急阪神東宝グループに属するショッピングセンターである。次に、③大府市産業文化まつりにおける物産販売・観光PR。日程は10月25日から26日まで、会場は愛知県大府市にあるメディアス体育館おおぶで開催される予定となっている。

8ページ。④ものづくり技術シーズ展示会における市内企業出展は、日程が10月29日、会場は住友重機械工業株式会社愛媛製造所において開催される予定の展示会で、これは新居浜市と西条市が主

催し、東予産業創造センターが実施主体となり、全部で18社程度のものづくり関係企業が出展する予定となっている。これは、おおむね瀬戸内海沿岸地域の中核企業と、新居浜市・西条市内に事業所などのある中小企業との繋がりの強化と、取引拡大を目的としたものである。次に、⑤よい仕事おこしフェアにおける市内企業出展・観光PRは、日程が11月26日から27日まで、東京ビッグサイトにおいて行われ、市内企業としては愛媛果汁食品株式会社が出店予定となっているほか、併せて観光PRも行う。これは全国の信用金庫が協賛、実行委員会を設置して取り組む展示会・商談会で、信用金庫による地域創生がテーマになった展示会である。トップセールスを検討する主なものを挙げているが、このほかにも、サステナブル・マテリアル展やネプコンジャパンにも出展予定としている。

9ページ。（2）市内企業の本社や取引先訪問について。これもトップセールス関係とはなるが、①住友関係企業との連携深化ということで、愛媛県知事や地元産業界と、住友諸企業の本社を訪問するトップミーティングや経済懇談会などにおいて、信頼関係の構築に努め、住友諸企業のさらなる設備投資につながるよう取り組む。また、②新居浜機械産業協同組合と連携した企業訪問として、7月9日にJFEプラントテクノロジー株式会社とJFEエンジニアリング株式会社を市長と機械産業協同組合の理事長、理事が訪問し、新居浜市内企業との今後の継続した取引についてお願いをした。今後においても隨時とはなるが、市長がトップセールスを行うことで、継続した関係性の維持や設備投資につながるような取組を進めたいと考えている。

10ページ。（3）ふるさと納税寄附額増加に向けた取組について。資料の表は、本市におけるふるさと納税額の推移を表している。今年の4月に報道でも取り上げられたとおり、令和6年度の実績は令和5年度と比較すると減額となっている。新聞報道では速報値が掲載されていたが、先日、確定した数値が示されたため、この表の令和6年度実績は、確報値を記載しているが、令和5年度と比較して約7,100万円の減となっている。

11ページ。ふるさと納税は本市の貴重な財源にもなることから、返礼品を選んでもらえるような工夫、新たな返礼品の掘り起こし・開発といった改善策を講じることが急務となっており、8月からコンサルティング活用による返礼品のブラッシュアップに取りかかっている。具体的には、ふるさと納税の返礼品関係業務を担っている新居浜市観光物産協会において、実績を有する企業にコンサルに入ってもらい、既に掲載している返礼品の写真や説明文の見直しなどを行っていくこととなっている。ブラッシュアップするものとしては、上位数品目のうち、伸びる可能性があるものについて対応していく計画となっている。

12ページ。（4）新居浜固有支援のブランド化について。平成16年の白いも特区認定により、七福芋の生産に企業やNPO法人の参入が可能となって以降、七福芋焼酎あんぶんの開発、七福芋ブランド推進協議会の設立などが行われてきたが、収穫量の増加や品質の向上に取り組む必要が生じている。そこで、今年の春から新たな取組を始めており、七福芋以外の白いもを作れないかということで、いろいろな品種の白いもの苗を農家に育成してもらい、新居浜に合ったおいしい白いもを作ろうとしている。その上で、七福芋をそれらの新居浜のおいしい白いもの最上級ブランドに位置付けられればという取組を行っている。それが進み始めれば、販路開拓に向けた取組を進めていく予定となっている。

13ページ。いろいろな品種の白いもの実証栽培の詳細について。実施主体としては、本市と東予地方局で、目的は七福芋の生産量増加と他の白いも品種の可能性調査である。方法としては、大島や大島以外での七福芋、他の白いも品種の栽培比較で、場所は大島、中西町、寿町の畑で、栽培者に内容を提供して、栽培に協力いただく形をとっている。品種は7品種で、品種の名称と株数については資

料の表の通りである。なお、この実証栽培とは別で、今年度から七福芋本舗が宇高、垣生、八幡、中村で七福芋の栽培を開始しており、作付面積は約 1.2 ヘクタールである。

14 ページ。（5）えひめ営業本部との連携について。にいはま営業本部の活動をどのように進めていったらよいか、参考とするため、4月 15 日に愛媛県庁を訪問し、愛のくにえひめ営業本部へのヒアリングを行った。伺った内容としては、えひめ営業部の設置は平成 24 年度で、当初 3 名の職員からスタートし、1 年目の目標額は 8 億円であったが、現在は専従職員が 12 名、兼務を含むと 67 名で動いており、令和 6 年度は 300 億円を超える成果があったとのことだった。また、県の営業本部のコンセプトは、現場の意見を吸い上げ、営業活動に生かすということで、中小企業の販路開拓を中心に営業活動を行っているそうである。そして、愛媛県の営業本部の強みとしては、長年培ってきたバイヤーなどとの信頼関係であり、それが他県と異なるところだと言っていた。また、県が企業と一緒に営業活動で商談に行く場合、選定する企業は公平という観点ではなく、やる気のある企業を選定して支援していること、企業が自ら費用を出して販路を拡大する意思がなければ、継続的なものにはならないため、他の企業から不満の声などは出でていないということであった。県においても、市との連携を進めていきたいということで、今後、情報共有を図るとともに、県の営業本部の活動への同行も構わないということであった。県の営業本部は物産がメインであったが、本市は B to B の工業製品が多いという特性はあるが、県の活動を参考にしたいと考えている。

15 ページ。（6）にいはま営業本部会議開催、これまでの会議と主な議題について。これまで 3 回会議を開催しており、主な協議事項としては、1 回目は成果目標についての協議、2 回目は、先ほども説明したが、新居浜固有資源のブランド化ということで、白いもの取組状況共有と、今後の営業活動として、市長のトップセールスの予定などについて協議した。3 回目は営業戦略アドバイザーの福本氏にお越しいただき、マスメディアの効果的な活用や、福本氏自身が持っているネットワーク活用のご提案など、アドバイスをいただいた。今後について、福本氏には本部会議にオンラインでご参加いただくなど、要所要所でアドバイスをいただくこととしている。

16 ページです。4、今後の課題について。営業本部を設置して、4か月経過したところであるが、今見えてきている課題としては、トップセールス後のフォローアップ、新居浜の魅力、強みの整理、新たな視点での掘り起こしが挙げられる。トップセールス後のフォローアップについては、特に市長が参画した展示会や商談会などにおいて、その後の取引状況を企業からヒアリングしたり、必要な場合にはさらに入りしたりするなど、その後フォローできる、きめ細やかな活動により、営業効果を高めていく必要があると考えている。また、魅力や強みの整理、新たな視点での掘り起こしというのは、現場を見たり、企業や市民の方から話を聞いたりするなどして、営業本部の職員自身が日頃から、いつでも本市の P R ができる知識を身につけておくことで、販路拡大や市の P R の機会が訪れたときに即対応でき、成果につながる可能性が高まると考えていることから、営業本部員には積極的かつ主体的に取り組む必要があると考えている。

以上でにいはま営業本部についての説明を終わる。

＜質疑＞

●委員：成果目標額 12 億円ということだが、昨年度と比較して 30% の増加を目指すとした根拠を教えてほしい。

○経済部総括次長（営業推進監）：大きな成果目標額のうち、大きな割合占めるふるさと納税寄附額 7 億円については、当初予算で 7 億円の歳入を見込んだ予算設定をしており、その予算設定どおり 7 億円を目指したいということで設定した。それ以外のものづくりブランド事業についても、一定割合増という

ところでまず大きな部分を固めた。そうすると、大体 30%近い額になってきたため、1割、2割よりもより高いところを目指したいということで30%は超えたいという設定をした。

●委員：成果目標額 12 億円に達した場合、市の税収はどの程度上がるのか。

○経済部総括次長（営業推進監）：ふるさと納税以外については、実際どれぐらい税収に関わってくるかを読みきれていない。今後、その数字を拾い出す方法があるのかどうかも含めて研究する必要がある。ふるさと納税については、大体半分が市の税収になるとを考えている。

●副委員長：返礼品の価格を除いた純利益の半分ということか。

○経済部総括次長（営業推進監）：目標としている 7 億円のうち、返礼品代と事務手数料などで半分程度になる。3割近くの返礼品代については、業者から物を買うことになるため、そこでも業者に売上が発生するが、そこから先、どれだけ業者が納める税につながっているかは簡単には分からぬが、納税額の 7 億円のうち 3 億 5,000 万円近くが新居浜市の税収ということがシンプルに見える部分である。

○経済部長：ふるさと納税は基本的に 50%以上経費をかけたらいいことになっているため、7 億円が入ってきたとすれば、半分の 3 億 5,000 万円が何らかの経費、返礼品の費用に加えて人件費や委託費、郵送代などが基本的に半分かかるということで、簡単に言えば、残りの半分が新居浜市として自由に使える。ふるさと納税が入れば入るほどを自由に使えるお金が増えるということで、ふるさと納税について本市は少し伸びが悪いこともあり、そこ入れしなければならぬため、今回は少し高めの設定とした。

●委員：4 ページの目標の中に、認定新規就農者補助事業による売上額とあるが、その内容について教えてほしい。

○経済部次長（農林水産課長）：認定新規就農者というのが、49 歳以下の独立自営就農者で、5 年後の生計が成り立つような計画をまず出し、それが認められる形で諸条件を満たした就農者に経営開始資金という 1 人年間 150 万円の資金を最長 3 年間交付する。それは国からの 10 分の 10 の補助であり、令和 7 年度は 4 名が対象となる。

●委員：その 4 名の令和 6 年度実績 456 万円だった売上額について、令和 7 年度は 600 万円を目標額としているということか。

○経済部次長（農林水産課長）：令和 6 年度の対象者が 3 名のうち 3 年資金交付した人が 1 名おり、新しく今年度 2 名の新規就農者対象者がおり、おそらく所得的にはかなり低いが、4 名合計では大体 600 万円程度の売上げは見込めるのではないかと考えている。

●委員：ふるさと納税寄附額が令和 6 年度に前年度比約 7,000 万円減額した要因は。

○観光物産課長：物価高の影響で日用品や消耗品、例えばティッシュペーパーやトイレットペーパーなどの人気が高まり、新居浜市ではそういう返礼品がないため、そういう影響を受けたのではないかと考えている。

●委員：目標額 7 億円に向けてどうしていくのか。

○観光物産課長：8 月からふるさと納税の中間事業者として全国で幅広い実績を持つ会社にコンサルティング業務を依頼しており、その業者の目で新居浜市のふるさと納税の返礼品のブラッシュアップや新しい返礼品の開発等のアドバイスをしていただき、それを生かしていきたいと思っている。

●委員：業者頼みではいけないと思う。ふるさと納税額が伸びている市もあるが、そういうところに研修に行ったことはあるのか。

○観光物産課長：研修に行ったことはない。

●委員：研修に行っていいところを取り入れるべきだと思う。

●委員：新居浜機械産業協同組合と連携した企業訪問で J F E に行ったとのことだが、どのような話をしてきたのか。

○経済部総括次長（営業推進監）：JFEプラントテクノロジー株式会社は旧住友ケミカルエンジニアリングで、もともと新居浜市内の企業何社かとは取引があった。今年の春、株式の取得割合によって社長にJFE出身の人が入ったことなどもあり、かねてより取引していた企業にとっては今後継続した取引ができるのかという不安な部分もあり、これまでどおりお付き合いいただければということで市長が訪問した。その親会社がJFEエンジニアリング株式会社となり、両方併せて訪問した。

JFEエンジニアリング株式会社は住友化学の中にあるLNGのタンク製造の際に関わったこともあるということで、そこで本市と接点があるとのことだった。また、仕事の不安もあるかもしれないが、JFEが持っているネットワークの中で新たなつながりができるかもしれないという話があった。

●委員：白いもの実証栽培について、私が聞いた話では白いもの栽培は大島でしかできないと聞いていたが、そうではなかったのか、それとも試験的にやってみようとなったのか。また、実証するのであれば科学的なデータがあればいいと思うがその辺りはどうなっているのか。

○経済部次長（農林水産課長）：大島の白いものについては、以前市内でも実証的に栽培した際に、糖度が乗らないといったこともあったが、もう一度いろんな場所でやってみて数値的にもデータを取ってみようかということもあり、本来の大島の白いもの以外に、それに似た外側が白い芋があり、それが先ほど説明で表に示した7種類の芋で、新居浜市で栽培をしたときにどれくらいの量が取れるかなどを調査する。大島での生産量が少なくなっている、量がないと販売もできないため、販売ができるだけの量を確保した体制を作りたいと考えている。それを白いもののみでできれば一番いいが、それ以外に新居浜市としてはこの7種類の中のこの芋は量が取れて、病気もなかったとか、そういう部分を実証したいと考えている。そして、愛媛県にも入ってもらい、データについても研究できる試験場などにお願いしていきたいと考えている。

●委員：データが大事なため、どうして大島で栽培できるかといった追及をやってもらいたい。

●委員：にいはま営業本部の取組については、これまでも同様の取組を行っていたと思うが、営業本部として取り組む意義とは、何が変わるのであるのか。また、市長がトップセールスするとどういったいいことがあるのか教えてほしい。また、営業戦略アドバイザーからどのような提言があったのか。

○経済部総括次長（営業推進監）：営業本部の意義についてだが、今取り組んでいるものは、営業本部があってもなくても本来取り組むべき業務である。市町のトップセールス、また部局横断的という2点でさらに成果を高め、上乗せ部分のさらなる取組をしていくために営業本部を置いたという位置付けを考えている。次に、市長がトップセールスをすることによる効果については、まず一番大きいのは市長が出ていくと報道関係で取り上げてもらいやすいことと、展示会などに市長が行くことによって参画している事業者の励みにもなるかと考えている。そして、企業の方と一緒にどこかへ営業に行く場合、なかなか企業団体では行きにくいようなところでも、市長がいることによって訪問できたり、市長のネットワークでつないだりというような効果があるのではないかと考えている。

営業戦略アドバイザーの福本さんからの提言については、会議に初めて参加していただいた際に、現状の取組を説明するのに併せて、本部員たちから質疑に答えるというような形で会議を行ったが、福本さんはベンチャー企業を立ち上げており、立ち上げる際の苦労をお伺いした。その中で一番言っていたのが、やはり事業は注目してもらい、いろいろなところで取り上げてもらうことで、効果を上げていきたい中、ユーグレナという藻類、和名ではミドリムシを活用した事業に取り組み、認知度が低いため、例えば、それを入れたクッキーを作つてみると、そういう取組をして、報道機関に取り上げてもらい、知名度を上げていったという話をしていただいた。

●委員：東京などにトップセールスで行った成果はあったのか。

○経済部総括次長（営業推進監）：商談、企業同士のやり取りはこれからであるが、市長が一緒に説明したことによって、相手側の印象には残る。また、市長からのPRとして、市としても産業振興に力を入

れているため、企業同士のやり取りの部分以外の市としてできることがあれば支援していきたいといったことをPRしてもらっている。

●副委員長：資料によると事務局の中には東京に常駐している職員がいるのか。

○経済部総括次長（営業推進監）：東京事務所の派遣職員が1名常駐している。

●優子委員：大島の白いもは、今回実証栽培する7種類の芋とは別のものなのか。

○経済部次長（農林水産課長）：七福芋は大島で採れた芋で、七福芋は一番上のブランドとしてあり、その下でそれに類する白い芋があるということでPRしたい。

○経済部長：資料13ページにある全てが白いもで大島で採れるのが七福芋で、新居浜市としては貴重なものとして栽培を推進してきたが、採れ高がなく、商業ベースに乗りにくいことがあり、白いも全体として実証に取り組み、七福芋に近いものができれば、白いもを新居浜市の特産品として売り出し、その中の七福芋については糖度の高い一番上のものとできるかを実証している状況である。

○閉会 午前10時49分