

次に行きます。

にはま営業本部についてです。

本年4月に新設し、古川市長自らが本部長に就任し、13名の人員で構成するにはま営業本部は、本年度の成果目標額を12億円と置いて現在活動中であります。

新居浜市のものづくり技術の売り込みと市産品の流通、販売の促進、企業立地と誘客促進を目指し、市長のトップセールスをベースに、部局を横断した職員構成により、効果的な策を打ち出し、推進中であります。

これまでにない新居浜市のアピール手法としてマスコミにも取り上げられ、活動の多くが市民にも伝わり、良好な結果を上げつつあると言えます。このような状況下において、各取組内容の進捗状況、実施内容及び課題についてお伺いします。

まず、成果目標額の大半を占めるふるさと納税寄附額の取組であります。昨年実績の約4億7,000万円に対し、令和7年度は7億円の目標額となっております。この達成に向けて営業本部では、成果を上げている自治体の事例を参考に、返礼品の写真や説明文を工夫するほか、新たな返礼品の掘り起こしに取り組むとしております。

まず、この取組の具体的な実施内容はどのようなか、また、これまでの成果はどのようなか、お伺いします。

さらに、これ以外の対策があるのかについてお伺いします。

ふるさと納税の取組として、例えば感謝の手紙や、動画や情報誌の配布なども効果があると報じられており、またこのほか、寄附者の返礼品に対するアンケートの分析なども実施された例があり、返礼品の評価が高いのか、地元への愛着があり寄附を行っているのかで対応の仕方が異なるとの報告もあります。いずれにしても、各自治体が知恵を絞り増額に懸命になっていることから、安易な対応では継続的に目標を達成することは困難です。本年度だけでなく、これからの取組方法について、営業本部の方針と課題をお伺いします。

次に、ものづくりブランド事業における受注についてお伺いします。

昨年度の売上げ実績約3億9,000万円に対し、令和7年度は4億5,000万円を超える受注額を目指していますが、他の取組項目に比べて、やや目標額が抑え込まれていますが、いかがですか。特に、本事業は市長のトップセールス成果が最も反映するものであり、実際に市長は技術展や展示会に積極的に参加し、市内企業のブースに入り商談にも参加しているとお聞きします。

自治体のトップセールスとは、国や地方自治体の代表が、国や地方の産物、産業を他の国や地方へ自ら宣伝マンとして売り込むことであり、トップの意向や情熱を伝えることで顧客からの信頼を得やすくなり、また社員のモチベーション向上につながるメリットがある一方で、顧客目線の対応が難しく、相手の課題解決につながらないというデメリットもあります。売り込む商品やサービスをどこまで理解し、開発プロセスや成功要因をどこまで営業に反映できるかという懸念もあります。

市長はこれまでのトップセールスを通じてどのような手応えを感じられているのか、お伺いします。

また、トップがいつまでもセールスマンとして働いていては、組織成

長にはつながりません。スタッフに任せられる仕組みづくりをし、人材育成にシフトし、戦略的な役割に集中すべきです。単に技術展や展示会に参加するだけでは、継続的に目標額の達成は難しいと思いますが、どのようにお考えですか。

一方、ものづくりブランドとして重要なことは売れる技術を持つことであり、このためには新技術や新製品の開発が重要であり、このための技術革新を起こさせる仕組みが重要です。

新居浜市の開発への支援はどのように進められているのか、また、今後支援の仕組みを強化することがあるのか、お伺いします。

次に、企業版ふるさと納税についてですが、昨年度の実績600万円余りから3,000万円に、約5倍の目標額を設定していますが、達成の見通しと実施している対策はどのようなか、また、今後の見通しや課題をどのようにお考えか、お伺いします。

これまでの初年度における営業本部の活動を、さらに次年度に拡大し、展開していくために、令和7年度の終盤に向け、当初の目標額の達成を期待していますが、いかがですか。

また、これまでの実績から、来年度に向けてのもくろみなどあれば、お聞かせください。

○議長（田窪秀道） 答弁を求めます。加地企画部長。

○企画部長（加地和弘）（登壇）にはま営業本部についてお答えいたします。

企業版ふるさと納税についてでございます。

目標額達成の見通しにつきましては、令和7年11月末現在の寄附額が1,740万円となっており、加えて複数の申出もいただいていることから、達成に向けておおむね順調に進捗していると考えております。

目標額達成のための対策といたしましては、制度に関心を持つ企業への適切なアプローチや、寄附の動機づけにつながるメリット等の効果的な発信が必要との考えの下、にはま営業本部の人的ネットワークを通じた企業への効果的なアプローチに取り組んでいるほか、民間企業との連携により、新たな情報発信素材の作成や営業展開に取り組んでおります。

現状の課題といたしましては、今年度の寄附件数18件のうち、半数が大阪・関西万博PR推進事業への寄附となっていることから、企業にとって魅力を感じていただける新たな寄附対象となる事業が少ないことが課題であると捉えており、今後におきましても、本市独自の営業ツールの作成と併せ、戦略的な寄附対象事業の絞り込みや営業先企業の選定等を図り、企業版ふるさと納税のさらなる活用を推進し、安定した財源確保に取り組んでまいります。

○議長（田窪秀道） 藤田経済部長。

○経済部長（藤田清純）（登壇）ふるさと納税寄附額の目標達成への取組についてお答えいたします。

ふるさと納税寄附額の目標達成への具体的な取組内容といたしましては、全国的に成果を上げている自治体の取組事例等を参考に、ポータルサイトに掲載されている返礼品の画像や説明文の改善、サイト内の回遊動線の見直し等を進めているほか、これまで参画いただいている事業者や参画していなかった事業者への訪

問活動を実施し、魅力ある返礼品の発掘や開発に向け協議を行っております。目に見える成果はまだ現れておりませんが、これらの取組を通じて寄附額の増加につなげたいと考えております。

また、今後の取組方針と課題につきましては、次年度以降の運営体制について見直しを行い、年明けには、ふるさと納税に係る中間事業者を公募選定し、効果的な提案をいただいた事業者と共に、課題である寄附者に対する広報戦略の強化、魅力ある返礼品の開発に積極的に取り組んでまいりたいと考えております。

次に、ものづくりブランド事業における目標額についてでございます。

ものづくりブランド事業における受注の目標額を抑えている理由につきましては、認定されている製品の多くは、その特性上、実際に成約につながるまでに時間を要しますことから、短期間での目標額は抑えて設定を行ったものでございます。

次に、これまでのトップセールスにおける手応えについてでございます。

ものづくりブランド事業では、これまで以上に官民の協力体制の構築や、出展企業の製品、技術などの売り込みができ、また物産展では、大阪のショッピングセンターで行われた迫力と誇りの太鼓台&物産展において多くの方に御来場いただき、新居浜太鼓祭りへの誘客促進や、本市製品の周知につなげることができたと考えております。

次に、営業本部の体制及び人材育成についてでございます。

体制につきましては、現在も営業本部の職員が展示会や物産展等に参加しており、職員に任せられる体制が整っております。しかし、トップが参加するからこそ得られる成果もありますことから、効果的な場面では市長の参加も必要であると考えております。

また、人材育成につきましては、営業本部の職員は市内企業への訪問などで得た知見を基に様々な提案や活発な議論を行い、これらを取り入れて、営業成果につながるよう取り組んでいるところでございます。今後も引き続き、営業本部の活動が戦略的な取組となるよう努めてまいります。

次に、新居浜市の新技術や新製品の開発支援についてでございます。

本市の支援策といたしましては、公益財団法人えひめ東予産業創造センターに委託実施いたしております新製品・新技術開発支援事業におきまして、専門家や支援機関と連携しながら継続的な支援を行うほか、新たに産業財産権を取得した際の補助制度を設け、企業の製品開発を支援いたしております。

今後の支援の強化につきましては、新たな開発に取り組む企業を掘り起こし、国や県の補助制度の採択に向けた支援を強化するなど、支援機関と連携しながら、引き続き支援を行ってまいります。

次に、営業本部の目標額の達成の見通しと来年度に向けてのもくろみについてでございます。

目標額の主なものとして、ふるさと納税寄附額の7億円、ものづくりブランド受注額の4億5,300万円がございしますが、ふるさと納税寄附額は、令和7年11月末現在、2億3,711万円と34%の達成率であり、12月は一定増加すると考えられるも

の、厳しい状況でございます。

また、ものづくりブランド事業における受注額は、9月末で1億9,980万円、44%の達成率であり、さらなる取組の推進が必要であると考えております。

来年度に向けてのもくろみにつきましては、12月のふるさと納税寄附額や、ものづくりブランド事業の受注状況等をヒアリングしながら、改めて目標を定めてまいりたいと考えております。

○議長（田窪秀道） 越智克範議員。

○14番（越智克範）（登壇） 幾つかあるんですが、まず最初に、最後に言われた成果なんですが、各取組を合わせた実績が令和6年度に約8億8,000万円で、令和7年度目標額が12億円で、令和7年度で目標額が大体3億2,000万円増えているんですね。3億2,000万円を13名で営業していて、費用対効果が非常に低いと最初から思っているんですけども、今回、先ほどの報告では、その目標額にもまだ未達だと。大きく離れていると。

以前の答弁で、営業費用については費用対効果を意識して取り組むというふうに答弁されています。費用対効果も含めて、一体、営業費用というのは幾らぐらいかかっているのか、ちょっとお伺いしたいんですが、それがまず1点。

それと、新居浜ものづくりブランドなんですけども、新居浜市では、優れた製品とか技術に対して毎年ブランド認定をやっていきます。今年度は塩崎工業1社でした。平成25年度から実施しているんですけども、第1回は27社ということで毎年増えているんですが、令和6年度、令和7年度はもう1社になっています。減少傾向にあるんですけども、この傾向についてはどうお考えですか。これについて、さらに掘り起こさないと、本当に掘り起こさないと、ものづくりブランドの新居浜というのがなくなってしまうんじゃないかと思えます。

3つ目は、さっきも言いましたが、トップが戦略分析とか経営計画を明確にして組織の進むべき方向を定めるというのが必要です。初日の答弁で、市長が来期もセールスを貫くというふうにされていたんですけども、どういうふうにやられるのか、目標や成果をどう考えているのか、トップの考え方としてこれですと行くのかどうか、その辺についてお伺いします。

○議長（田窪秀道） 答弁を求めます。藤田経済部長。

○経済部長（藤田清純）（登壇） 越智議員さんの御質問にお答えいたします。

まず、目標に対する成果についてでございますが、現状、数字的にはまだ足りてないような状況でございます。この営業本部を立ち上げたのは今年度当初でございます。最初にこの目標を立てるときに、やっぱりある程度達成が見込めるような数字を出して、やるということもあるのではないかと、最初から失敗するというのもちょっとあれなんで、少し高めに設定をするということは、会議の中でみんなですべて統一して決めたことでございます。そんな関係で、ちょっと数字的に足りていないところはあるとは認識しております。

この1年間やってきた中でいろいろ課題点だったりとか、何が足りな

いとか、うまいことしているところはどういうことをやっているのかとか、そういった分析もさせていただきながら、来年度に向けて新しい体制を取るということで、その改善点には来年以降取り組んでいこうかなというふうに考えております。

次に、ものづくりブランドの件でございますが、現在43企業57の製品、技術が登録をされております。この制度が始まったときは一気に登録が進んでやってきましたが、今年度については1件しかないというような状況であります。

こういったこともありますので、今後につきましては、新居浜ものづくりブランドとしてふさわしい製品、技術というのは、まだほかにも眠っているというような気持ちもございまして、その辺りをもう少しアプローチをかけて、裾野も広げながら、ブランドに登録できるような取組もさせていただこうというふうに考えております。

そういったことでブランド価値を高めて、地域産業の魅力発信につなげていきたいというふうに考えております。

○議長（田窪秀道） 古川市長。

○市長（古川拓哉）（登壇） 越智議員さんの御質問にお答えします。

トップの考え方ということについてはではないかと思っております。

質問でもありましたように、トップがいつまでもセールスマンとして働いては組織成長にはつながりません。スタッフに任せる仕組みづくりをし、人材育成にシフトし、戦略的な役割に集中すべきですというような御指摘もありました。まさにそのとおりだろうと思っております。私がいつまでも現場で走り回ることも大事ですけれども、やはりそれを支えてくれる人材をいかに育成するかということに尽きるんだらうというふうに思っています。

今年度は助走期間ということで、私自身もなるべく職員と一緒に現場に赴いて、いろんなコミュニケーションを取りながら、そして営業をどういう形でするかということをして進めているのが現状であります。

専従が1名、そして、残り12名が兼務をしている関係で、それぞれが通常業務を担いながら、営業もしているということもあわせて、なかなか私とコミュニケーション、また現場に赴く機会というのは限られてくるんですけれども、その中で、今後、私がいなくても、相手とどのような対応をするのか、またどのような市内の産品であったり、技術であったり、製品というものを掘り起こしたり、PRするのかというのを伝えながらやっているような状況であります。

ですので、来年度以降、私がいなくても回るような組織にしていきたいということで、これからも人材づくり、仕組みづくりというものも進めていきたいというふうに思っています。

○経済部長（藤田清純）（登壇）

越智議員さんの御質問にお答えいたします。

営業本部の費用対効果ということだったと思っております。

現在、にはま営業本部の予算というのは、今年度については、特別に予算は取っておりません。それは先ほど市長のほうも言われましたが、それぞれの部局で横断的に自分たちの予算を使いながら、現状動いているような状況でございます。観

光だったら観光のほうで、農業だったら農業のほうでというようなやり方をやっておりますので、今現状、幾らお金をかけたかというところの資料がありませんので、1年を通じて事業をやった中で、営業本部にこれだけのお金をかけてこれだけの成果が上がったというようなものをまとめて、それをまた報告できるようにしたいと思います。

○議長（田窪秀道） 越智克範議員。

○14番（越智克範）（登壇） 営業は費用対効果が全てだというふうに感じています。それを念頭にやっぱり活動をすべきなんだと。この営業本部の今年度の成果と来年度の活躍について期待しますので、ひとつよろしくをお願いします。