

7. 先月29日、市長は記者会見で「プレミアム付き商品券事業」を打ち出されました。制度設計については、今後詳細を詰めていくということですが、発表によると、1口3万円の商品券を2万円で販売し、全世帯の人が購入できるように24万口発行し購入に必要なチケットを郵送するということです。これはかつてない総額72億円の大型の商品券事業であり、券面500円単位で、店舗の規模は問わず市内の小売店や飲食店で利用できるようにしようとするものです。私は以下の理由から、市の独自の支援策として大いに賛成するものであります。

第一には、72億円が確実に市内で消費され、消費の困り込みとして商業振興施策としての意味を持つからです。この数か月、たいへんな状況にある小売店や飲食店の売

2006 第 2 回 定例会 個人質問

イ券」という名称で全市的な商品券事業としたものであり、それから数回全市規模で行われ近年では平成26年・27年・令和元年と実施されてまいりました。昨年度実施された商品券事業は、消費税アップに伴い購入に所得制限を設けて福祉的な要素を加味したものでしたが、それ以外は商店街振興策として行われてきました。事業主体も商業団体に委託し、プレミアム分については全額、国の補助金を使ってきました。しかし今回は、ウィルス感染症対策として行われるものであり、市の単独の予算であり、思い切った施策といえます。

いま制度設計の途上ですから、いくつかの点について市から答弁することは困難なことだと思いますので、以下のことを提言しますので、参考にしていただき、より良い商品券事業にさせていただくよう要望して

2006 第 2 回 定例会 個人質問

ません。今回ひろく飲食店での利用も促進するお考えであるならば、個別に登録店を募集するほか、商店街や料飲食など業界の組織の協力を得ることが必要になってくるのではないのでしょうか。平成28年経済センサス[※]によると、東大阪の小売店3406件・飲食店2369件（計）5775件と聞いています。3000店舗の登録を目標にしてほしいと思います。

③昨日の谷口議員の質問の中にあつた、自民党議員団の提案である高齢者への商品券の配布については、傾聴に値すると思います。配布は購入ではなく、給付にすべきでしょうし、額面については予算の許す範囲で検討できるのではないのでしょうか。また商品券事業を活用して、高齢者層に限らず子育て世代など政策的に支援が望まれる層に給付することも十分考えられるのではな

2006 第 2 回 定例会 個人質問

上向上に大きく貢献するものです。

第二には、プレミアム率を50%にすることで、1万円を給付することと同様の生活支援の意味を持つからです。上乗せ分を50%と聞いた時には、正直たいへん驚きました。本来、商品券事業は、景気浮揚の対症療法としてプレミアム率は20%が限度で、それ以上の率を上乗せすることは禁じ手ともいえるものですが、今回の商品券事業は生活支援としての意味合いが大きいものになります。また商業振興の意味合いからも、1万円の現金給付より、ずっといい！

第三には、商品券事業は東大阪市の経済施策として全国に先駆けて行われてきた歴史のある事業であり、その経験を生かせるからです。もともと商品券事業は、布施や瓢箪山などの商店街で、地域の中で行なわれていたものを平成15年に「とくとくトラ

2006 第 2 回 定例会 個人質問

おきます。

①事業委託先をどこにするのか

今回の商品券事業は商業振興施策でもあります。商店街振興施策だけではなくひろく市の商業者を支援するものでなければなりません。商店街の団体ではなく、公平・平等に・迅速に事務処理できる組織や企業に業務委託するべきであると考えます。

②商品券の販売をどこに委託するのか、換金手続きをどこがするのか

これは、昨年実施したように地域に必ずある金融機関である郵便局に委託することが最も適していると考えます。

③商品券が使える登録店が幅広い必要がありますが、どのように募集をするのか

今回の商品券事業が成功するかどうかは、どれだけ多くの店に登録してもらうかどうかにかかっていると言っても過言ではあり

2006 第 2 回 定例会 個人質問

いでしょうか。

④住民登録基本台帳にない人や、購入する現金がない人が購入を希望した時にどう対処するのか、昨日松平議員が提案されていた真に支援が必要な層に商品券がいきわたる制度設計も、あわせて検討していただくことを要望します。

今回の商品券事業は、市独自の支援策として商品券事業を核にして支援を広げるいい政策になる可能性を秘めています。金額としても大きいものであり、市長の思い切りと覚悟を感じましたが、商品券事業についての市長の思いをお聞かせください。

2006 第 2 回 定例会 個人質問