

令和 7 年 8 月 5 日

産業建設常任委員会会議録

塩竈市議会事務局

塩竈市議会産業建設常任委員会会議録

令和7年8月5日（火曜日）午前10時00分開会

出席委員（6名）

土 見 大 介 委 員 長

志 賀 勝 副委員長

小 野 幸 男 委 員

伊 勢 由 典 委 員

志子田 吉 晃 委 員

伊 藤 博 章 委 員

出席議長団（2名）

鎌 田 礼 二 議 長

西 村 勝 男 副 議 長

欠席委員（なし）

説明のために出席した職員

産 業 建 設 部 長	草 野 弘 一	産 業 建 設 部	
		商 工 観 光 課 長	横 田 陽 子
産 業 建 設 部			
水 産 振 興 課			
水 産 総 務 係 長	三 浦 賢		

事務局出席職員氏名

事 務 局 長	鈴 木 忠 一	事 務 局 次 長	
		兼議事調査係長	石 垣 聡
議事調査係主査	工 藤 聡 美	議事調査係主査	星 井 絵 名

会議に付した事件

調査事件「「観光の振興について」のうち塩釜港旅客ターミナルについて」

午前10時00分 開会

○土見委員長 ただいまから、産業建設常任委員会を開会いたします。

本日の委員会におきましては、感染症予防の観点から、発言の際にマスクを外していただくなくても差し支えありません。

また、窓を開放するなどの感染症対策を行いますので、ご協力いただきますよう、重ねてお願いを申し上げます。

傍聴者の皆様に申し上げます。携帯電話等をお持ちの方は、電源を切るようお願いいたします。また、撮影及び録音については、許可いたしませんので、ご協力願います。

これより議事に入ります。

本日の議題は、『「観光の振興について」のうち塩釜港旅客ターミナルについて』であります。

まず、当委員会から議長を通じて要求し、ご提出いただきました資料を基に当局からご説明をいただき、その後、質疑を行いたいと思います。

それでは、当局からご説明をお願いいたします。草野産業建設部長。

○草野産業建設部長 皆さん、おはようございます。

本日、閉会中の審査ということで、今、委員長からございました資料、6点ほど取りまとめてまいりましたので、まず、担当からそちらの説明を申し上げたいと存じます。あと、あわせて、議会事務局経由で特段の説明項目が五、六点ほどございますので、そちらについても、併せて担当から説明申し上げたいと思いますので、お聞き取りのほど、よろしく願いしたいと思います。本日は、よろしくお願いします。

○土見委員長 横田商工観光課長。

○横田産業建設部商工観光課長 それでは、商工観光課よりご説明いたします。

資料の2ページ、3ページをお開きください。

1、塩釜港旅客ターミナル再活性化基本構想についてご説明いたします。

この基本構想は、旅客ターミナルを所有する市として、どのような施設として運営していくかというコンセプトを示し、施設運営の指針とするものです。

1の策定の背景と目的ですが、塩釜港旅客ターミナルは、遊覧船等利用者の利便性を図るとともに、交流や産業に資する施設という位置づけの下、運営されてきましたが、開館から29年が経過し、時代背景は大きく変化しており、観光の多様化や価値観の変化によるニーズの多様

化への対応の遅れから、入り込み数の減少、テナント撤退が相次ぐ実情となっています。これに対応するため、これまで明確でなかった施設の目指す姿を示そうとするものでございます。

2、現状と課題としましては、物販スペースの入居率の低下、観光ニーズの変化への対応の遅れ、通過観光客の滞留促進などがございます。

4ページをご覧ください。

○土見委員長 横田商工観光課長、着座で結構でございますので、暑いので、倒れられると困ります。

○横田産業建設部商工観光課長 では、4ページになります。

来館者アンケートや事業者ヒアリングを踏まえた現状把握状況についてまとめております。

5ページをご覧ください。

3、（1）施設の求められる役割の変化については、設立当時からの経過として、当該施設がウォーターフロント開発の一環として、ポートルネッサンス21計画の先導的施設として整備されましたが、他の施設の整備実現には至らず、観光遊覧船乗降客向けの施設として存続してきた経過が記載されています。また、団体バス旅行が隆盛の時代を想定した施設設計でしたが、その後、バブル崩壊や震災、コロナ禍を経て、人々の価値観が、モノ消費からコト・トキ消費へ変化し、旅行ニーズが変化していると考えています。

（2）今後の需要につきましては、旅行スタイルも、その土地にしかないものを楽しむ個人旅行へ変化していること、また、子育て世代や女性を意識した空間や快適性の追求、観光消費につながるため、滞在時間の延長が必要であると分析しています。

（3）そのようなニーズに対応した施設の在り方やサービスの転換を目指し、コンセプトを定めました。まず、施設の目指すべき3つの方向性を見いだしました。

1つ目は、海とつながる施設です。海の景色が楽しめる立地は、癒やしや安らぎの空間を提供できること、港町の食文化についても観光資源として経済に直結すること、また、マリレジャーや自然との触れ合いによるベイエリアのにぎわい創出拠点としての役割が必要であると考えています。

2つ目は、観光利便性の高い施設としての役割です。旅客ターミナルとして、飲食や特産品販売等の充実により滞在時間の延長と消費拡大を確保することが、観光利便性を高め、周辺観光地との連携、回遊性を高めるということが必要であると考えています。

3つ目は、ふだん使いに寄り添う施設です。人口減少社会において、観光目的のみでは、持

続可能性を確保することが困難と考え、市民や近隣住民も気軽に利用し、リピートできる施設となる必要があると考えています。

以上から、施設の基本コンセプトを、「何度も訪れたくなる、海に出会える楽しさと癒しの空間」としたいと考え、ターゲットについても記載のとおり考えております。

15ページをご覧ください。

2、塩釜港旅客ターミナル施設長寿命化計画について、ご説明いたします。

1、策定の背景と目的、計画期間について、ご説明いたします。

先ほども申し上げましたが、開館から29年を経過しているということで、経年劣化により、随時、不具合に対する修繕などを行ってまいりましたが、今後、施設を修繕していくためには、計画的な大規模な修繕も必要となってくると思います。本計画は、平成29年に策定した公共施設総合管理計画の個別計画として位置づけているもので、旅客ターミナルの建物及び施設の機能を適正に維持し、利用者の利便性・快適性向上に資するため、令和7年度から令和16年度までの10年間を計画期間として、修繕を行うことを目的としたものです。

まず、現状を把握するため、現状調査を行いました。

資料の19ページをお開きください。

施設の老朽化の現状を把握するため、構造軀体現況調査、排水管劣化状況調査、目視による調査を行いました。

20ページをご覧ください。

(1) 構造軀体現況調査として、コンクリート圧縮強度試験と中性化深さ測定を行いました。こちらにつきましては、以前もご説明を行ったところですので、簡単に申し上げますが、コンクリートの試験につきましては、6か所で測定しまして、基準値を下回っていた箇所が、東側の2か所ということになりますので、今後、優先的な修繕が必要と考えています。中性化深さ測定については、おおむね良好な結果となりました。

22ページをご覧ください。

(2) 排水管劣化状況調査につきましては、これまで修繕が行われていない箇所について、優先的に修繕を行う必要性を確認しました。こちらは、営業にも関する部分ということで、関係者と調整しながら計画的に行っていく必要があります。

23ページをご覧ください。

(3) 目視による確認では、屋根や屋上部分について、雨漏り等が発生していますので、そ

ちらの部分なども検討しまして、早期の対応が必要となっている箇所などを目視により確認したところでございますが、見えるところと見えないところもございますので、この辺は、状況を見ながら検討していきたいと思っております。

これらを受けまして、25ページに実施計画を記載しております。

修繕工事は、一応10年間の計画ということで記載しておりますが、状況によっては、優先順位を考えて柔軟に対応していくということも、可能な限り前倒しということも、可能性としては、あると考えております。

27ページをご覧ください。

塩釜港旅客ターミナルブランディング事業の公募型プロポーザル方式による事業者募集に関する資料についてですが、現在、公募に向け、事業の精査を行っております。仕様そのものは、お出しできないんですが、経過等をご説明させていただければと思います。

現在、事業者を対象としましたヒアリングを行っているというところで、この意見を踏まえて仕様を確定させるところとなっております。現在準備しております仕様ですが、事業の目的として、先ほどご説明いたしました再活性化基本構想の基本コンセプトを実現するための具体的な提案を求めるものとします。

仕様の内容につきましては、大きく分けて4つございまして、1つ目がブランディング提案、2つ目がリノベーション提案、3つ目がリノベーション提案の一部実施、4つ目が、施設の適正な賃料条件の提案を予定しております。

予算につきましては、ブランディング提案に約300万円、リノベーションの一部実施に約200万円を予定しております。

今後のスケジュールとしては、現在、内部の途中でありますが、選定委員会等の手続を経て、9月中に公募を行い、10月にプロポーザル及び審査を経て、契約を行う予定となっております。

過去10年間の来場者数、また、過去10年の市営汽船、丸文松島汽船の利用者数につきましては、27ページに記載のとおりでございます。

6、開業から現在までの出店者、業種、契約期間につきましては、28、29ページに記載のとおりとなっております。

終了という欄に記載がない事業者が、現在も入居している事業者となります。

30ページから34ページには、過去10年間のイベント、催事の内容と来場者数を記載しております。

8、指定管理者制度導入による効果を説明する資料につきましては、35ページのとおりですが、簡単に書かれていますので、補足させていただきます。

まず、指定管理者制度について、改めてご説明いたしますと、公の施設の管理運営を包括的に民間事業者へ委託する制度で、受託者の自由な発想により、より効率的に、また、民間のノウハウやスピードを効果的に取り入れられる手法として、塩釜港旅客ターミナルにおいても平成18年度から採用されました。指定管理者には、条例の範囲内で利用料金を柔軟に設定できる裁量も与えられており、民間事業者の立場から、業務委託よりもビジネスとしての魅力が大きいと言われています。

施設が市に譲渡された後、震災前までは黒字経営となっていました。テナント数の減少によりじり貧体質となり、赤字化してしまったというのが現状となっております。現在、市が直営で管理運営を行うよりも、利用者にとって事務手続の簡素化や創意工夫など、民間事業者による運営のほうが、柔軟な対応とサービス向上が期待できることが指定管理者制度の効果でありますので、旅客ターミナル施設においても、一定程度、その効果が発揮されていると考えております。経過欄にもございますけれども、施設運営に係るソフト事業費、いわゆる指定管理料が発生していないということが、市としては、市が直営で行うよりも効率的であると考えております。

資料の説明につきましては、以上でございます。

次に、あらかじめいただいておりますご質問について、ご説明いたします。

まず、1つ目としまして、次年度の公募に向けて、どのような取組を行ってきたかというご質問です。

現在の指定管理者委託期間は、令和6年度から8年度の3年間ですが、その直前の期間は、5年間でした。同じ状況の繰り返しとならないよう、あえて指定管理期間を3年間に戻すことで、次期指定管理者の公募に向けて施設のあるべき姿を示すとともに、課題を整理する期間として目標を定めました。

課題としては、先ほども少し申し上げましたが、施設のコンセプトも定まっていないこと、施設の老朽化、専門性の不足、テナント減少などが挙げられましたが、これに対応して、市としては、施設コンセプトと老朽化対策として、昨年度、先ほどご説明しました、塩釜港旅客ターミナル再活性化基本計画と長寿命化計画を策定し、施設のコンセプトを定めるとともに、施設の存続を前提とした修繕計画を策定しました。今年度は、ブランディング事業により、具体

的な施設像やテナント賃料の調査などを検討しており、課題の解決を目指して取り組みます。

2つ目のご質問ですが、マリンゲート塩釜に求める機能とこれまでの成果ということで、先ほど再活性化計画の中でご説明しましたとおり、施設のあるべき姿として定めた、海とつながる施設、観光利便性の高い施設、ふだん使いに寄り添う施設、これらの方向性から、求められる具体的な機能を、ブランディング事業により事業者の提案を得ながら、今後、精査していきたいと考えております。

また、これまでの成果としましては、資料の5ページにありますとおり、設立当時からの構想として、海洋文化拠点、観光拠点、市民コミュニティ拠点といったものがありましたけれども、団体旅行の時代であったということや、プロダクトアウトの時代という中で、きめ細かいニーズや変化への対応をできてこなかった結果、テナント撤退という姿につながったということで、これまでの成果としては、芳しいとは言えないため、施設の存続を目指すには、再活性化基本計画が必要であるということで策定したものです。近年、これらの動きの中から、変化の兆しが見えていると考えております。

3つ目のご質問ですが、収益性・公共性それぞれに対して、損益分岐点や効果目標が設定されていると思うが、その達成状況はというご質問です。

指定管理者の会社経営に係る内容ですので、詳しいことは差し控えますが、現在、市から支払う指定管理料は、ゼロですので、公共性を含んだ状態で直近の31期決算は、約250万円の赤字となりました。しかし、新たなテナントの入居やイベント収入により、32期は、黒字化する予算を立てて目指しています。テナントが入居するほど収益性が向上しますので、今後、基本構想を基に施設をブランディングしていくこと、課題を解決していくこと、さらなる経営努力により安定的な黒字経営を行うことが、当面の目標です。

4つ目のご質問ですが、集客に対するアプローチはということで、立地、施設規模、テナント、非観光地・観光地などを考慮してというご質問ですが、現在行っています集客活動は、市としましては、観光情報誌や各種観光サイトへの情報掲載や、また、県やもっと広域で行っている観光キャンペーンのチェックポイント、スタンプラリー等もありますので、そういったところにマリンゲート塩釜を組み込むなどの取組も行っておりまして、全国の観光客や県内に向けて情報発信を行っています。

指定管理者においては、ホームページにおける利用案内のほか、個別のイベントのInstagramでの情報発信やチラシの配布などを行っています。しかし、こちらは、近隣とか市内向

けにとどまっている感がありますので、今後、より具体的な情報発信に課題があると考えております。

5つ目です。コンサルタントの活用についてということですが、市ができることと指定管理者が行うことを分けて考える必要があるかと考えております。基本的に、市の財政出動により指定管理者の利益に直結するということは、本来、避けたいと考えておりますので、市の観光ですとか港湾振興に影響する喫緊の課題、施設改善や制度改善に専門的知見を入れながら、施設や指定管理条件を改善し、利益が出た暁には、必要に応じ、指定管理者側が経営のコンサルティングを入れるべきではないかと考えております。

6点目です。今後の維持の必要性を、費用負担、コストパフォーマンスを考慮して説明してほしいというご質問です。

旅客ターミナル施設は、今回策定した計画では、建物の修繕費として、3億円以上の経費が見込まれております。今後10年間に3億円以上ということです。施設の維持という点では、多額の費用になりますが、現在、指定管理料が発生していないという点では、ソフト事業に関しては、維持費は、ゼロということになります。

ベイエリアは、古くから港湾として栄えた塩竈の顔であります。今後の港湾計画においても、観光やにぎわいの拠点としての位置づけがなされておりますので、方向性として、付近の緑地の活用も併せ、旅客ターミナル施設の観光交流機能の拡大・拡充が、検討の視点として示されているところです。

また、当該施設は、旅客ターミナルですので、イベント等も行える交流の場として、また、災害時の一時避難場所であり、避難デッキと直結する施設として、防災性の観点からも公共性があると考えておりますので、市が維持する必要性は、高いものと認識しております。その機能を確保しながら指定管理者による管理運営を行っていくことが、現在は、妥当と考えております。

長くなりましたが、ご説明は以上となります。ご審査のほど、よろしくお願いします。

○土見委員長　ご説明ありがとうございます。

それでは、質疑を行います。各委員からご発言をお願いいたします。志賀委員。

○志賀委員　おはようございます。

私から質疑が結構あるので、一つずつ、一人ずつ回るようにやっていけたらと思いますので、私から大枠なんです。まず、ブランディングという話がよく出てくるところです。要は、公

共スペースと商業スペースと、いろんなそのバランスがあるかとは思いますが、結局、塩釜港開発株式会社にテナントの募集を全てお願いしている状況ですよね。そこに対して、例えば、ブランディングとかという話になってくると、役所では、今回のコンサルタントの方に外観とか、施設側の要件とかを満たすブランディングをお願いするのか、それとも、テナントとか全部含めた建物のイメージのブランディングをお願いするのか、どちらを今お考えなのかというところがまず1つ。

あと、もう一つは、あそこの売場のスペースって、私的には、近代の商業スペースとしては、あまりにも小さい、観光地の売店としても小さいという認識なんです。その中で、あの限られたスペースの中で、どのくらいの店舗規模で何件ぐらい入れるとかという話というのは、塩釜港開発株式会社でも、既に前回の指定管理を引き受けられるときの企画書みたいところで出てきているのか。

あと、もう一点、最後、3つまとめます。今回の再活性化基本構想、これは、何人か有識者の方を入れてまとめられた構想だと記憶しています。そのときに、今回、市が500万円の予算をつけて、何かしら手を打ちますよという話があったのか、なかったのか。

以上、3点、お答えできる範囲で構わないので、よろしくお願いします。

○土見委員長 横田商工観光課長。

○横田産業建設部商工観光課長 お答えいたします。

まず、最初のご質疑で、ブランディングの方向性というか中身かと思いますが、こちらは、あくまで運営の内容というよりは、あえてここは、役割分担の線を引きたいと思っていまして、市の役目はどこまでかということ、まずは考えたいと思っています。建物の老朽化だけではなくて、古い意匠だったりする部分もございいますので、そのイメージ改善という部分を中心とした委託の内容と、あと、今後、具体的にブランディングを図っていくためにどういうことをやっていったらいいのか、また、ある意味、指定管理者が誰になってもこういうことをやっていくということを示せるような、具体的な取組についても提案していただこうとは思っておりますが、経営そのものというよりは、この施設の役目を示しながらイメージアップを図っていくような中身を考えております。

2つ目につきましては、商業スペースとしては、小さいのではないかとありますが、今のところ、もっとテナントさえ埋まれば収支状況は、改善していくということになりますけれども、指定管理者が引き受けてもらうときに、企画書にどう書かれているかという部分になり

ますが、正直なところ、数値目標的なものは、記載はありませんでして、収支改善なりテナント入居に努力していくというような記載でございまして、いつまでにどのぐらいというのが、なかなか設定しづらかったのかと思っております。

3つ目としまして、500万円の予算で、こちらは、市としての役目を果たそうとした場合に、やはりこのままでは駄目だという状況が、前の指定管理期間を5年で終了して、次、3年間でやるとした場合の今後の方向性として、先ほど言いましたけれども、コンセプトをつくる、また、長寿命化をつくる、計画をつくって次の手を打つといったときに、そこまでは市の役目ですって、そこで終わるわけにもいなくて、市としては、さらに指定管理者の運営を支援というか、一緒に前向きなほうに向かっていけるような手だてを打ちたいということで、その当時、補助金の活用なども考えながらこのようなメニューを立てて、ブランディングという方向で、新しいマリゲート塩釜のイメージをつくるための予算ということで、市で考えたものとなっております。

○土見委員長 草野産業建設部長。

○草野産業建設部長 私から、重ねて補足させていただきたいと思います。

志賀委員からご質疑があったとおり、まず、今回お話ししている内容の概要をお話し申し上げますと、マリゲート塩釜は、いわゆる民営施設として建てられた後、いろんな変遷があって今日を迎えているという形です。議員さん方も多分同感だと思うんですけども、今、施設そのものがにぎわいに欠けているという、これは同感だと思うんですけども、そういった現状を認識しておきながら、市として今後の道筋をつけてこなかったというのが、まず、一つ反省すべき点で、それを何とか前に進めるために、我々としては、まず、指定管理をこれまで5年、ずっと続けていたんですけども、これを、一定、区切りをつけるために、今回は、3年という短期間にして、この3年間に施設のコンセプト固めをしようというのがまず一つ、基本的な大きな考え方です。中身についても、まずは、基本構想というコンセプトを、ソフト的なこの施設をどうしていくかという方向性、あと、それに、ハードもかなり傷んできていますので、これをどう長寿命化していくのかという物理的修繕の考え方です。あと、もう一つは、ブランディングに代表されるような、具体的にあの施設のリニューアルをどうしていくかという、この三本立ての戦略で考えてきたところでございます。

まず、これをご承知おきいただきまして、質疑にありましたブランディングの考え方です。こちらについては、先ほど申し上げました基本構想、これは、文章だけのものがございますの

で、漠とした考え方です。これを現場に具体的に落としていくに当たって、例えば、フロアデザインをどうしていったらいいか、あるいは、区割りをどうしていったらいいか、あと、お店、施設の雰囲気なりそういったものを、このブランディングで提案をいただくという内容なんです。

あと、さらには、今の賃料も条例上は、見直しをかけていません。ですので、例えば、売上げに応じた歩合の料金を導入するとか、類似施設のパターンとかそういったものを、データを集めたいということで、このブランディング事業を発注したいと考えているということです。

あと、質疑にあった物理的に狭いと、観光施設としてちょっと手狭じゃないかという意見も、これは、当然だと思います。ただ、現状、物理的にスペースを広げていくというのは、例えば、大胆なフロア転換というんですか、2階の事務スペースまでを物販にするというような、ドラスティックな変更点もあるんですけれども、それについてもブランディングの中で出てくるかどうか。ただ、それよりも我々としては、あの建物は、今、観光客が大型バスで降りて、中をそぞり歩くようなレイアウトになっています。ですので、それも思い切って、例えば、区割りを変えていくとか、そういった見直しの提案についてもこのブランディングで提案していただいて、物理的に広げるのは難しいですけれども、効率的に店舗展開をできないかというのも、このブランディングの中で提案していただければと思います。

なお、あと、基本構想をつくる时候にも、我々としては、まさに絵に描いた餅になってしまうので、実際に現場にどう生かすかというのは、従前から考えてございまして、できれば補助なんかも活用できないかということで、構想の策定についても、実際、現場に帰着することを前提として、順を追って取り組んできたという内容になりますので、ご了承いただければと存じます。

以上です。

○土見委員長 志賀委員。

○志賀委員 ありがとうございます。

もう一つ、数字から見た疑問点というところなんですけど、資料の27ページ、過去10年の来場者数ということと、あと、市営汽船、丸文松島汽船の観光客として船に乗った方の人数というのが、資料でお願いしたんですけれども、これを見て分かることというのは、マリンゲート塩釜を利用する人の数と遊覧船に乗る方の数というのは、必ずしも比例していないということです。例えば、例をいきますと、平成30年ぐらいでいきますか、来場者数が78万1,500人という

ところで、船を利用されている方が22万6,000人ということです。令和6年を見ますと60万4,000人、数的には、18万人減ってはいるものの、逆に、観光汽船の利用者の方々は、増えているというところで行くと、恐らく当初の目的どおり、旅客ターミナルとしての機能というのは、十分果たしているという見方ができるのかと。

マリンゲート塩釜の入館者数の取り方というところにも、恐らく何かしら問題があるのかとは思いますが、こういったデータを見ながら、想像だけでまたプランをつくっていくというところの危うさを非常に私は感じていまして、前もお話したんですが、平日一日、半日ですか、マリンゲート塩釜に私がぼーっと立っていて見ていたときに、60万人の数字というのが果たして本当なのかという疑問点だったり、その部分が、例えば、集客というところの目標値をこれから設定していくわけですね。これよりも増やすという話になったときに、ハードルが高過ぎるような気がしますし、だから、さっき役所側でできることというところで行けば、指定管理者に関係ないところで、ところがリサーチの数字、議論するときの前提条件を、もう一回、整えるところにも費用を割いていただきたいと思いますし、あと、さっき商工観光課長がおっしゃったように、指定管理者と、あと、行政の役割のところには、きちんとラインを引いて、要するに、指定管理者の利益に直接つながってしまうようなコンサルティングのやり方というのは、控えるべきなんじゃないか。でないと塩釜港開発株式会社の仕事を奪うことにもなるし、逆に言うと、後押しの仕方としては、適切じゃない後押しの仕方になってしまう可能性もあるので、そこは、ご留意いただきたいというところです。来場者数のところの数字の見方について、もし今の私の数字の見方に何かご意見があれば、教えていただきたいんですけども。

○土見委員長 横田商工観光課長。

○横田産業建設部商工観光課長 おっしゃるとおり、丸文松島汽船につきましては、インバウンドの利用客が劇的に、近年、コロナ禍明けに増えているということで、マリンゲート塩釜の消費に直結する来客かというようなことは、また違うと私たちも見ておりまして、この数字をうのみにはできないと考えております。

また、マリンゲート塩釜の目標設定につきましても、当面は、新型コロナ前の令和元年あたりを目標としたいとしつつも、人口減少社会とかそういった中で、必要以上に高い目標を設定するのではなくて、より滞在してもらえ施設になることで、消費にもつながるような施設の利用のされ方によって、通過だけではなくそういった中身のある利用といいますか、そういっ

た入り込み数を獲得できるような検討を行っていただければと考えております。

以上です。

○土見委員長 志賀委員。

○志賀委員 ありがとうございます。

最後に、例えば、塩釜港開発株式会社の意向、あと、今現在のテナントの意向、あと、入居者の方の意向と、今回、行政が、市の当局がお願いするコンサルタントとの意見の相違があった場合は、どちらを優先するのか。それとも、ミックスして何かしらいいものを導き出すのか。例えば、建物の外観をブランディングしていきますよといったときに、外観が変われば、当然、何かしら新しくなりましたよというイメージは、出来上がるわけですね。だけれども、テナントは、旧態依然としたまま外観だけが新しくなる。これは、チャンスロスのような気がするんですけども、そういったところの取組みたいなところは、何かあれば教えてください。

○土見委員長 横田商工観光課長。

○横田産業建設部商工観光課長 おっしゃるとおり、見た目だけがもし変わるようになったとしても、本当にソフトの部分というか、人が変わらないといい施設の維持ができないと、そのように考えております。どなたの立場が優先かというのは、非常に難しいんですが、何でそれを目指すのかというところの説明をよくして、理解していただきながら、同じものを目指していけるように、そこは、できるだけ努力をして、理解してもらえるように努めたいと、コンサルタントが言っているからこうだとかということではなく、よく理解してもらおうようにしたいと考えております。

以上です。

○土見委員長 ほかにご質疑はございませんか。伊勢委員。

○伊勢委員 私も時間の合間を見て伺ったんですけども、マリングート塩釜に。直営店ができたということで、これは、塩釜港開発株式会社の直接の経営体なんでしょうね。以前行ったときは、本当にがらんとしていて、2店舗ぐらいしかなくて寂しいなという感じは、見受けましたけれども、昨日行ってみて、直営店とはいえ、お客さんの関係でいうと、多少、雰囲気は変わったという感じがする。品物もちちゃんと2品買ってきましたので、その点でも貢献をしてきたのかと思うんですが。

それで、先ほど説明の中でも、利用料金の柔軟性ということがあって、先ほどの話だと、例えば、歩合制にするだとか、そういう発想、構想を今回の中にも含まれているのかと思うんで

す。そうすると、テナントをめぐっているいろんなレイアウトもあるんでしょうけれども、一番大事なのは、実際に入居して、テナントとしてどういう店づくりをしていくのか、それが一つの鍵かと思うのと、あとは、もう一つは、観光と同時に市民の皆さんが気軽に利用できる施設の在り方を、もう少し深掘りしたほうがいいんじゃないかと思うんです。

例えば、以前、マリンゲート塩釜が出来上がる前段ぐらいに、隣の土地に水族館をつくろうという話が、当時、持ち上がって、これは駄目になりましたけれども、民間の方々のそういった考え、構想で、結局、何もしないということがあって、いろいろ考えてみると、施設そのものの関係、あるいは、塩釜港開発株式会社の関係でいうと、テナント使用料は、あるいは、歩合制でもいいから、そういうものの関係で、入居してくる方々が気軽に来られるような取扱いといたしますか、それが一つ鍵かと思うのと、もう一つは、市民の皆さんの利用をどうするかというのは、知恵を絞ったほうがいいと思うんです。水族館もなくなったし、そうすると、今ある施設の中で、例えば、若い方々が来やすいような、あるいは、お子様連れで、親子との関係で来やすいようなものも一つありなのかと。行ってみると、例えば、テナントのほうには、一応、乳児室みたいなフロアは設けていますが、もったいない話で、もう少し、それはそれでいいんですけれども、若い方々が来やすい、市民の皆さんも親子連れで来やすい、そういうものの施設も、一つ考えてもいいんじゃないかと。物を売るだけであれではないので、これは、いいか悪いかは別ですけれども、例えば、親子連れだとゲームコーナー的なものとか、あるいは、少し遊びの空間をつくるだとか、そういうものもありかと思うんです。広さからいうと、以前入っていた魚料理店ですか、あそこだと結構広いスペースがあって、そういうものも活用して、何らかの対応なんかを構想の中に入れて、市民の皆さんが来やすい、あそこ楽しかったねと、もう一回来ようかというようなものを、もう一つ魅力として発信していいんじゃないかと思うんですが、その辺は、いかがなもんですか。

○土見委員長 横田商工観光課長。

○横田産業建設部商工観光課長 おっしゃるとおり、塩釜港旅客ターミナル再活性化基本構想の中の基本的な姿勢の一つにもございまして、ふだん使いに寄り添う施設ということをおっしゃっているのかと思います。私たちもこれまで知恵を絞りながら、キッズコーナーをつくったりとか、指定管理者もイベントをやったりとかやってきたんですけれども、限界があると言ったら失礼なんですけれども、素人の中の工夫ということになってしまうかと思うので、そこは、もうちょっと専門的な知見を入れながら、かつ、でも、市民の方々とか、現在のニーズってど

ういうものなのかとか、消費行動とか、そういった中で必要とされて、「今日は、何もないからマリンゲート塩釜に行ってみようか」みたいな、そういう位置づけになることが、ある意味、一つの目標になるのかと思います。何かなくとも行って時間を潰したりできるということが、市民の日常的な利用と思っております。市民だけではなく、二市三町はもちろんですが、仙台市とか近隣の大都市もございますので、そういった中でも存在感を出していけるような施設です。若い人なんかも、例えば、写真スポットがあるとか、もう大分、各地で定着してしまっていますけれども、そういった若い人たちが喜ぶようなものも取り入れられたらと考えております。

以上です。

○土見委員長 伊勢委員。

○伊勢委員 分かりました。

その辺は、ぜひ構想の中でいろいろと柔軟な対応をしていただいて、それから、もう一つは、指定管理ということでの柔軟性を生かすとなると、利用料金ないしは施設の料金か、あるいは、歩合制という話も出ましたが、その辺なんかは、今後、実際に誘致をする方々の関係で、構想が出来上がって、どんな形で進めようとしているのか。条例規定というものがあるので、議会にもかけなきゃない案件になるかと思うんですが、そこら辺の今後の考え方、対応について、前段ぐらいは、お聞きしておきたいと思います。

○土見委員長 横田商工観光課長。

○横田産業建設部商工観光課長 料金改定に関しましては、非常にデリケートな問題だと思いますので、多少時間かかるかもしれませんが、まずは、近隣の施設とか類似施設の調査による妥当性というんでしょうか、皆さん高いというような評価になっておりますので、本当にそうなのかというのも、妥当性を検証しつつ案をつくって、テナントの方々にも、いつからやりますということも含めて早めの説明を行いながらやっていきたいと思いますが、できれば年度内の定例会にと思っておりますけれども、今申し上げましたような、いろんなデリケートな部分もございますので、その辺は気をつけながら、適切なタイミングで条例改正なども目指してまいりたいと思います。

以上です。

○土見委員長 伊勢委員。

○伊勢委員 確かに微妙な、非常に重要な問題だと思うんです。マリンゲート塩釜が、一頃、赤

字になっての関係で、特別委員会を議会で設けて、2日間かけたか、特別委員会をつくったんです。一常任委員会だけでは、なかなか限界があるということで、当時、特別委員会を設置して、赤字の要因・原因、あるいは、今後ということで、いろいろな議論があったと思います。その折、それを経てからの条例制定だったと思うんです。だから、少しその辺の塩釜港開発株式会社そのものの関係と、それから、議会との関係なんかをよくすり合わせて、そして、ちゃんと経営が軌道に乗るような、あるいは、新たな施設のあるべき姿が合理的に進んでいくようなものを生かしていただければよろしいんじゃないかと思うんですが、いかがなものでしょうか。

○土見委員長 草野産業建設部長。

○草野産業建設部長 では、お答えします。

委員がおっしゃるとおりで、マリゲート塩釜については、深い歴史といいますか経過がございます。そもそも基本構想にもありますように、ポートルネッサンスという、港湾を再開発するという壮大な計画がありまして、その先導施設ということでマリゲート塩釜ができて、それに、多分、プロジェクトに期待をしていた皆さんが出資して塩釜港開発株式会社という会社ができた。市も県も地元ということで出資したということです。その後、バブル等がはじけた経過もありまして、事実上、経営が破綻してしまったという形になります。その後、マリゲート塩釜については、公共的な分野も担うだろうということで、塩竈市が買い上げたということです。いわゆる公設民営施設に切り替わって、購入した当時は、塩釜港開発株式会社に施設の委託をしていたんです。ですから、大家だった人が管理人になってしまったという図式です。その後に包括委託契約という形で、公共スペースの委託料を払って管理運営しておったんですけれども、平成18年に地方自治法が変わりまして、指定管理者制度というのが導入されたんです。つまり、逆の言い方をしますと、包括委託契約ができなくなって、指定管理しなきゃいけなくなったということで、ほかの体育館とかも併せて塩竈市が指定管理者制度を導入した。導入時点では、たしか若干の委託料、指定管理料をお支払いしていたはずなんです。それをだんだん減少しまして、独自採算が取れるという判断の下に、今、指定管理料は、お支払いしていないという状況で、言わば地上すれすれの低空飛行を、ここ近年、続けてきているということです。

今後のトレンドを見た場合に、観光の動向であるとか世の中の経済情勢を見ると、一定程度、軌道を修正しつつ、要は、時代に合わせていく施設にしなきゃいけないということです。です

ので、長い視点では、見いだせないですけれども、ここ近未来については、一定程度、運営の方向性を定めて、それに基づいて施設のオペレーションをしていきたいと思いますというのが今回の構想であり、長寿命化計画やブランディングという形になります。

先ほど担当課長が申し上げたとおり、ブランディングの中であるべき施設運営、例えば、料金の設定なり、先ほど来あったフロアマネジメントというんですか、例えば、異質な事業者が入ってきたときに、それを入れる入れないという話、これについても、マネジメント手法等についても提案するという予定になってございますので、その辺をひっくるめて、市当局で一定の結論を見いだした場合については、また議会の皆様にも情報提供なり、あるいは、議案として提出するという局面になろうかと思っておりますので、今日のところは、そういった説明でご了承いただければと存じます。

以上です。

○土見委員長 ほかにご質疑はございますでしょうか。小野委員。

○小野委員 私からも若干、現実には私は、マリゲート塩釜を本当に活性化というかにぎわいを持たせるんだったら、リニューアルオープン的なそういったことをやらないと難しいのかと思うんです。今の状態になってもうずっと長いわけですから、それをやるには、テナントだったり中身、マリゲート塩釜は3階建てですけども、1階、2階、3階のきちっとしたバランスというか違ったもののコンセプト、そういったこととかもきちっとしなくちゃいけないんですけれども、だから、原点というかもう最初に戻って、マリゲート塩釜の在り方ではないですけども、将来でもいいし、これからどのようにマリゲート塩釜をやっていけばいいのかというのを、しっかりともう一回、議会も入れてかどうかですけども、やったほうがいいんじゃないかと思うんですけども、その辺は、どう考えますでしょうか。

○土見委員長 横田商工観光課長。

○横田産業建設部商工観光課長 そうですね。リニューアルオープンとか全く刷新するというようなご提案かと思えます。正直なところ、お金をかければかけるほど、全くだらっと変えることもできるかと思えますが、では、運営を誰がやるのかというところになった場合に、整備だけが先行しても、運営そのものの人、それを誰がやるかという部分も必要かと思えます。今回、十分なものではないかもしれませんが、まずは、当面の3年間ということを、現在の指定管理者の3年間までを目標としたこれまでの取組ということで、再活性化の基本構想を求めたというところですので、今後、今年度のブランディング事業につきましても、まずは、それ

を基に今できることをやらせていただければと思っております。よろしくお願いします。

○土見委員長 小野委員。

○小野委員 お金をかけなくてもリニューアルオープン的なそういったものは、できるのかと思っている部分がある。それは、やる気というか、本当にマリンゲート塩釜、地域を活性化というか、にぎわいを持たせるとか、様々な考えがあるのかないのか、その辺だと思うんですけども、それで、来場者を見ると、マリンゲート塩釜は令和6年で60万人、丸文松島汽船、船に乗る方が約29万人、これぐらいの人数で旅客ターミナルとしての役割というか、そういったものが成り立っているのか。この乗船数に関しては、このくらいあれば十分だというものなのか、どのくらいのものがあれば普通というか適性なのか、その辺って分かりますか。

○土見委員長 草野産業建設部長。

○草野産業建設部長 乗客数に応じた施設規模、体制については、実は、私どもは、答えは持ち合わせていないところです。ただ、議員のご指摘はもつともで、マリンゲート塩釜ができたときは、たしか遊覧船の会社って何社か入っていたはずですよ。4社ですよ。ベイクルーズとかが入っていて、なので、軒を連ねていたということを考えると、今は、相当減っているということです。

あとは、これも卵が先か鶏が先になりますけれども、団体のお客さんがあそこでお土産物屋さんに群がるというシーンもあんまり見かけないですし、観光業ってエージェントが入ってまして、ここで買わないであっちで買しましょうというような仕組みもかなり根深く残っているので、そういった運用も考えると、施設ができた当時は、確かに団体客というのは、ドル箱のお客さんだったと思うんです。ただ、現状、そうなっているのかというと、怪しいという部分もありますけれども、ただ、条例上は、旅客ターミナルという名前になっていますので、事業者が撤退するまでは、守り抜いていくというのは、市としての一つの役割になるんじゃないかと考えています。

以上です。

○土見委員長 小野委員。

○小野委員 分かりました。

船の部分ですけれども、松島でも組合をつくって船の運営をやっていたわけですが、そういった松島と塩竈との連携というか、しっかりとやって塩竈もよくなる、松島もよくなる。松島は乗船数というか、結構いると思うんですけれども、そういったことで、松島と同じ観光

汽船的な、そういったところで連携をして相乗効果というか、両方ににぎわいを持たせるようなそういったことは、できないのかとも思うんだけど、そういったことは、考えにはないですか。

○土見委員長 横田商工観光課長。

○横田産業建設部商工観光課長 そうですね。松島町とは、割と日頃、やり取りはありまして、相互に連携というか、相乗効果を図りたいねということは、話はしているものの、なかなか塩竈側の情報発信ももっと必要であると私は考えていますが、観光動線として使える遊覧船が、塩竈から入って松島に行く、松島から入って塩竈に来るでもいいんですけども、最近、松島発着便のほうが多いという実情もありますので、外国人なんかも、実は、そういうパターンが多いと聞いておりまして、それはそれでニーズだと思うんですが、交通として利用できるという利便性は、もっと知られるべきだと思っていますので、塩竈－松島の回遊の最も便利だし効率性も高いという部分で、もっとPRしながらお互いの情報発信ができればと思います。

○土見委員長 小野委員。

○小野委員 分かりました。

マリンゲート塩釜を、様々、県内、全国に情報発信をしているとさっきも説明があったんですけども、情報発信って何を情報発信するのかと思っているんですけども、マリンゲート塩釜に来てもらえるというか、船に乗ってこうだという、そういったことをPRするのか。実際、観光地といっても、塩竈って観光地という特別なものはないですね。だから、そういったものをつくんなきゃないという部分もあると思うんですけども、だから、幾ら情報発信をしても来てがっかりというか、そういったことでは、もう二度とこっちに来ないみたいなそういう感じも与えるだろうし、だから、そういったところをどう考えてんのかと思うのね。マリンゲート塩釜は、何をアピールというかPR、情報発信、何をメインにしたそういったものをしているのかと思うんですけども、そういったことをどう考えているのか。旅客ターミナルというのは分かるが。

○土見委員長 横田商工観光課長。

○横田産業建設部商工観光課長 情報発信、SNSによる発信が、ちまたに相当な数の情報がありまして、発信し続けないと埋没してしまうのかというところで、その不足は、正直、私も感じています。市としても、できるだけいろんな媒体にマリンゲート塩釜を出すようにしているものの、指定管理者側で、先ほど言いましたけれども、イベントの情報にしても、イベント

の情報しか出ていなかったりとか、もうちょっと、例えば、テナントの情報だったり、海の情報だったり、そういうことも出してくださいみたいな話もしているんですけども、そのノウハウというんでしょうか、その部分をもうちょっと鍛えていくことも必要であると思います。

ただ、別なお話になってしまいますが、本市では観光振興ビジョンの振り返りの中で観光アンケートを取っているんですけども、毎月1,000人近い回答をQRコードからいただいています。塩竈は、本当に食べ物もおいしいし、すごくいい場所だし、コンパクトで歩いて回れるということで、非常に外から見てプラスの要素がたくさんありますので、松島にないもので塩竈にあるものもあると思っていまして、塩竈なりのよさを発揮していきたいと思っております。そこは冷静にというか、塩竈の強みと併せて海の玄関口のマリゲート塩釜を、もっと存在感を出していけたらと思っております。

以上です。

○土見委員長 小野委員。

○小野委員 イベント的な、こちらである程度、常にイベントというそういった大きなものでなくても、マリゲート塩釜に向かわせるというか、そういうイメージを持っているものですか。だから、イベントのときは、それをPRすればお客さんも、来ると思うんですけども、そのほかのとき、船がメインになると思うんですけども、だから、そういったときのPRというか、何かインパクトがあるようなものもないわけですから、その辺がどうなのかとったりなんかしていたんです。

それで、大体、今、バス駐車場的なのになっている、遠くからマリゲート塩釜に向かう入り口がありますけれども、真っ暗になっていて、何をやっているのか、営業をやっているのか、そういったところも私が見たときは、見ていると何やっているのか、営業してんのかって、入り口が影のほう、奥のほうになっているので、結構そういう感じを受けるんですけども、そういったところを感じたときはないですか。

○土見委員長 横田商工観光課長。

○横田産業建設部商工観光課長 おっしゃるとおり、特に夕方になると、営業している店舗も少なくなってしまうということもありまして、実質、飲食店だけが営業している状態なんです。暗いというのは否定できないかと思って、改善が必要と考えております。

○土見委員長 小野委員。

○小野委員 そういった外から、大幅なリニューアルオープンといってもお金をかけて云々じゃなくて、そういったちょっとしたところから変えられていくだけでも全然違うと思うんです。

あとは、駐車場ですけれども、有料となると、それだけでも、多分、遠ざかってしまうというか、そういったところがあると思うんですけれども、だから、今、バスなんて来ないわけですから、その辺もどう考えるか。ただ、イベントとなると、あそこに皆テントとかを張ってかなりにぎわうと思うので、イベントがあるときは、あそこも利用できないし、そうすると全て有料駐車場、無料は30分ぐらいですか。だから、そういったことをきちっとした、多賀城市みたいに2時間無料ですって、自分で機械に入れて、あと無料で帰っていくようなのとか、そういったことも考えているし、あと、多賀城市なんて、駅前だけでもいろんなにぎわいを見せているわけですから、駅の裏側でも、ロータリーじゃないほうで、毎回、季節ごとのイベント的な、だから、塩竈市も、季節ごとのイベント的なものも、少しマリングート塩釜でにぎやかにできないのかと思っているんです。光のページェント的なやつ、今、本塩釜駅のところで、その時期になるとバス停のところでやっていますけれども、だから、ああいったものとか、結構、季節ごとの本当に派手にやって寄せるのも一つだし、もっと様々考える余地があるのかと思っていますけれども、だから、塩釜港開発株式会社も4人だけですから、今、3人か4人だと思っているんですけれども、だから、そこだけにこうですよと言っても、周りできちっとカバーしないとできないのかと思っています。その辺とかは、今後、どうなんですか。

○土見委員長 横田商工観光課長。

○横田産業建設部商工観光課長 塩釜港開発株式会社でも、新型コロナ以後、月に1回か2回ぐらいのペースでイベントをやり続けてきた時期がございまして、その都度、毎回ではないんですが、実は、商工観光課からお手伝いということで、イベントのときは、人手を要する部分を手伝ったりしながら一緒にやっています。ただ、最近、イベントにエネルギーをかけ過ぎたということで、実は、テナント誘致なり、今回は、新たな展開として、自主事業によるセレクトショップがオープンしたわけですが、力を入れる方向を、イベントをむしろ減らしてそっちに力を向けたいというような考えもありまして、これはこれで大きい変化というか、また違う展開なのかということで、イベントをやるときは、全力で私たちも手伝いながら効果を高めていければと考えております。（「駐車場」の声あり）

駐車場につきましても、実は、無料化できないかという話も、昨年、行いました。ここは、塩釜港開発株式会社の駐車場事業というのは、市の条例の範囲の外にありまして、自主事業と

というような位置づけになってしまうんですが、なので、会社側の意思決定で大体決まってしまう部分があります。ですので、私たちも意見は申し上げたものの、あそこを無料化してしまうと、関係ないというか、利用者ではない方も駐車とか、そういった部分が懸念されるということで、今は、そちらの方向には、行けなかったというのが経過でございます。

以上です。

○土見委員長 小野委員。

○小野委員 分かりました。

それは、十分分かっているんですけども、それを言っちゃったら、もう絶対何もできないですから。だから、そのところをどういうふうに、無料にしながらきちとした利用者のための駐車場としてやっていけるのかって考えないといけないと思っているんですけども、それを考えては、もう何も進まないというか、いきませんので、あんまり長くなるとあれですけども、とにかくマリゲート塩釜に遠くから歩いていって、利用者側となって見てほしいと思うんです。マリゲート塩釜に遠くから歩いていたり、車で通ったり、結構いろんなことを思いますから、ですので、こっち側も行政としての分からない点がいっぱいあると思うので、一般人というか利用者側となってしっかりマリゲート塩釜を見ていただきたいし、原点というか最初に戻ってしっかりマリゲート塩釜、いかに地域の人を巻き込んでにぎわいを持たせ、また、売上げというか、そういった部分もしっかり考えていってほしいと思います。

以上です。

○土見委員長 ほかにございますでしょうか。伊藤委員。

○伊藤委員 頂いた資料の最後のページなんですけれども、指定管理者導入による効果を説明する資料というところなんだけれども、ここでは、塩竈市としては、指定管理料の支払いをしていない、あるいは、指定管理者制度の中でインセンティブを働かせる形で、使用料を指定管理者が受け取るという形を取っているから指定管理料は払っていないということが、効果ということでもいいんですね。

○土見委員長 横田商工観光課長。

○横田産業建設部商工観光課長 そうですね。お答えしますが、端的に言ってしまうと、金銭的なバランスが取れているということになってしまいますけれども、ほかにも効果と思われる部分はございまして、例えば、これも金銭的なものに通じますけれども、市の事務作業の手順を踏みながらやっていると、時間とコスト、人件費的なものも含めもっとかかってしまう。そこ

は、民間のスキームといいますか、必ずしも市の手続にのっとらない方法で速やかにできていることで、効率化が図られているということも言えると思います。

また、本来は、もっと専門性の高いといったら失礼なんですけれども、民間事業者にもいろいろありますので、違うところがたまに入ってみるのも、また違った展開が見られることが期待されるんですが、たまたま現在、同じ事業者がずっと続けているということがございます。市としては、もっといろんな事業者が手を挙げられるような環境を整えていくのが、今やれることなのかと考えております。

以上です。

○土見委員長 伊藤委員。

○伊藤委員 確かに公の施設の指定管理者については、公募をしているわけだよね。ただ、公の施設に関わる指定管理者の指定手続に関する条例施行規則によれば、公募に向かない選定理由ということもあるわけだよね。あえてつくってんだね。そうすると、多分この（３）の現に管理の委託を行い、または、指定管理者による管理を行っている公の施設に当たっては、当該公の施設を管理している団体が引き続き管理を行うことにより、当該公の施設に係る安定した行政サービスの提供及び事業効果が、相当程度期待できると。

多分、塩竈市って、これを根拠にしてマリングート塩釜の指定管理については、塩釜港開発株式会社が望ましいという視点を持っていると思うのよ。これがあるおかげで、さっき話が出た、なるたけ市からの持ち出しを少なくするように見せることで問題が表面化しないような努力をする、できれば会社側の、第三セクター側の黒字ということが表に出てくるような形をあのときにつくったんだよね。それで若干黒字化していったわけだよね。だけれども、残念ながらそこには、何の発想もないよね、必死にコストを縮減して、ただただ出と入りのバランスを取って黒字していったというだけの話ということなんだよね。そのときに、さっき話に出たと思うんだけど、今度、テナントの歩合料金制ということが出てきたけれども、もともとは、あれは、マリングート塩釜をつくったときには、あそこは歩合料金制だったんだ。歩合料金制で、そのときの計算式が、30万人や300万人が、観光客が来館するので、旅客船に乗られるので、そのうちの10%から20%の人が1人1,000円ずつ買物してくれれば、10%から15%の歩合制にしても、会社としては、これだけの売上げが上がるので大丈夫だということのスタートから始まって、ほかの要因もあるけれども、それが破綻したということなんだ。いろいろあって家賃制、固定制に変わっていったんだよね。それで、今、また今度は、お金を取るところがど

んどん出ていって空き家になっちゃったから、要は、イベントをやるので、イベントをやる、その都度、スポットでやっていくと、その人たちからお金を取るためには、歩合制がいいんじゃないかという発想に変わっていつているんだね。そこのところは、そういう話だと思うんだけれども、なぜ公募しているかというところなんだよね。それは、今回、資料で示されている、マリゲート塩釜という市の施設があるべき姿、コンセプトということで、ここで6ページに書いてあるのか、新しいビジョンを市で出しているわけだよね。これを今の条件のまま、第三セクターが受けた場合に、そういうノウハウが蓄積されているかといったら、ないような気がするんだけど、その辺のところは、今度、指定管理者の公募に当たってはどうか考えているのか、その辺をお伺いします。

○土見委員長 草野産業建設部長。

○草野産業建設部長 では、端的にお答えします。

我々としては、施設コンセプトを市としてまず一義的に決めないと、指定管理者は、あくまでも委託しているという形ですよね。ですから、一義的にこの施設をどうしていくというのは、まず、市が仕様で固めるということになりますので、次回の募集からは、今回のブランディング事業で得た成果、あるいは、この基本構想の考え方、これをきっちり仕様に反映して、まずは、このルールを守ってくださいというのを、市として示すというような予定で今は考えてございます。

○土見委員長 伊藤委員。

○伊藤委員 そうすると、令和6年度の4月に総務省が指定管理者制度について資料を出しました。それを見ていくと、さっき言ったインセンティブというのは、考え方は、指定管理料があって、それプラス、多分インセンティブなんだね。今も教育委員会でやっている図書館とかあいうところだよね。それは何でかという、物価の高騰だったり人件費の高騰だったり、様々な物件費も含めた要因があって、市が望むようなことを実現してくれるような知見のある事業者が、積極的に手を挙げて参加してくれるようにするためには、そうせざるを得ないよということを、この資料を見ると書いてあるんだね。だから、今は、大体、全国の公の施設の指定管理ってどうしても1者が多いんだよね。もう管理だけ委託しているから。昔の発想のまま。だから安定して、取りあえず何事も起こらずに施設の維持管理だけやってねという発想のままだから、どうしても1者だけになっちゃうんだよね。そこを、今、皆さん方もお話ししているとおり、やっぱりどうしたって活性化を生み出さなきゃいけないような施設であって、こ

れから新しい発想を取り入れないと、なかなか人も集まらないようなまちだよねと。かといって、そこにだけ集客するようなことをしてしまったら、塩竈市は、点在しているわけだから、いろんな場をやっているわけだよね。だって本町再開発だの仲卸市場だのいろいろやっているわけだよね。だから、1か所だけとはいかないわけだよね。そうすると、コンセプトの違う、魅力がそれぞれ、そこが魅力に感じる人が集まるような場所に、その都度、つくっていかないと。そういう事業者を集めていくためには、今後、今やっている考えではなくて、指定管理料も含めて出すということを公募要件にしていかないと、うまくいかないと思うんだ。ごめん、マリゲート塩釜を、塩釜港開発株式会社を守ろうというのであれば、さっき示した施行令の中にあるような、公募をしなくてもいい要件があるわけだから、それに適用すればいいだけの話。でも、そうじゃなくて公募を選択するのであれば、塩釜港開発株式会社も、申し訳ないけれども、参加者の一人なんだね。そういうことを含めてきっちり考えていかないと、マリゲート塩釜は、うちの施設だし、塩釜港開発株式会社はうちが出資している会社だし、代表権のつく取締役はうちの偉い人だし、なんて、そういう職員たちが委縮して考えざるを得ない状況が出てくるわけだから、そこは、一回、せっかくこういうつくり立てをしていくときには、全庁的に市の公の施設というのと、旅客ターミナルと会社との関係というのは、もっときちっと整理した上でやるべきだというのが俺の考えなんだけれども、どうでしょうか。

○土見委員長 草野産業建設部長。

○草野産業建設部長 まず、ごもっともだと思います。実は、今回、選定の際の委員会の議論の中でもそういったお話が出まして、例えば、一般的な公共施設であって、指定管理の皆さんいらっしゃるというのであれば、アイデアを競ったり競争性というのが、当然、働くべきだという考え方だと思います。

ただ、マリゲート塩釜に目を移しますと、そもそも施設の発足の趣旨が、旅客ターミナルであり、市が出資した株式会社がそもそもオーナーだったわけですから、今、それが、実情、1者管理になっているので、市として腹を決めて、いわゆる随意契約、公募によらないと。ただし、会社の運営・育成については、市が責任を持って取り組むというのが、シンプルで分かりやすいんじゃないかという意見もありました。ただ、現状は、公募によるものとなっています。ですので、これは、まず一つ大きな課題です。

あと、先ほど私が申し上げましたけれども、施設のコンセプトを単に押しつけるだけではなくて、それでは、先ほど伊藤委員からあったように、全国の統計的にも、指定管理者というの

も結構経営が厳しいんです。例えば、私どもで今年導入しました公共駐車場、あそこについては、一定程度、経営の収支がいいので、あれは、逆に向こうから上納金を頂くという仕組みになっているんです。例えば、市できっちりこういったコンセプトにのっとってやってくれと、それでそろばんをはじいて、どうしても採算に乗らないという場合は、利用料金プラス委託料というんですか、そういったのもあると思うんです。結局、それをやっていないので、駐車場については、自主事業で有料化して、それが、結果、サービスの低下につながるという現象もあるわけです。ですので、次回の募集まで、そのときに公募になるか、あるいは、よらないものになるかは、まだこの場では断言できないんですけれども、それも含め検討させていただければと思います。よろしくお願いします。

○土見委員長 伊藤委員。

○伊藤委員 最後になります。資料を要求した8番目の指定管理者制度導入による効果を説明できることが必要なのだと思うので、今後は、それをちゃんと資料として具体的に説明できるような、小学生でも分かるような、説明がきっちりできるような在り方に一步踏み出すべきだと思う。格好ばかり、旅客ターミナルのマリンゲート塩釜の在り方はこうだああって、いろんな人を入れて考えてお金をかければいいけれども、そこだけで終わっちゃって、理想はそうなんだけれども、現実、それを実行する人がいないのに、役所だってこれは、実行できないだろうと思う。もう完全に民間のそういうノウハウのある事業者にやってもらうことを前提にして、この計画づくりというのはつくってんだと思うから。であれば、そういう方々をちゃんとパートナーとして呼び込めるような覚悟というのが必要なんではないのかな。その上で失敗したら失敗、成功したら成功、そういうことをしていかなければいけないよね。それしかないんだ。マリンゲート塩釜と第三セクターという今までの一蓮托生のところ、ここはどっかで区切らないと、施設は、残念ながらどんどんお金のかかる施設になっていくから、そこだけは、もう一回言います、効果を説明するというのが、市で補助金を出したりすると、必ず効果測定をさせて、効果を具体的に書けて民間には望むよね。市もそれは必要なんだと思うんだ。ひとつそういうことでよろしくお願ひしたいと思います。

以上です。

○土見委員長 ほかにございますでしょうか。ないですね。いいですか。志賀委員。

○志賀委員 最後に、ずっと私は、疑問に思っていることがあるんですけれども、塩釜港開発株式会社という会社の成り立ち、あと現在地、どこに行くのかというところをずっと課題に持っ

たまま、あそこの施設をリニューアルしていくのって難しいんじゃないかと思っているんです。さっきの最初の質疑です。公的な役割で成り立たせていく施設だということか、それとも、商業スペースでやっていく施設なのかというところをあえて定めなくて、全部取りに行きたいんですというプランを今つくろうとしていると思っているんです。だから、商業施設としても中途半端、公共施設としても中途半端、防災拠点というお話をされていましたがけれども、それは、防災センターを新しくつくったので、一義的には、防災センターの半分みたいな話になるんですけれども、当然、防災センターと駅をつないでいる、防災デッキをつないでいる連絡通路ということですね。だから役所が、例えば、さっきの話を聞いていると、塩釜港開発株式会社に任せておいたらじり貧なんですっておっしゃいましたよね。塩釜港開発株式会社に任せてきたからじり貧だったんですという話なのか、今もじり貧なのか、これからは塩釜港開発株式会社に任せていくとじり貧なのか。これは、すごい大事な問題だと思います。だから、市が建物を新しくして、区割りも全部決めて、こういうふうにやってくれ、こうすればうまくいくんだという、責任というのを誰が持つんだという話に、今度いくわけじゃないですか。ブランディングしていったときに。そのときに塩釜港開発株式会社が指定管理者として、いや、俺たちは反対したんだけど、市がやるって言ってんだよねという話の新たな火種をつくるだけで、前に進むというところから離れていっちゃうのかなという。伊藤委員もおっしゃっていましたが、まず、マリンゲート塩釜という施設をこれからどうしていくんだというところの基本的な部分ですね。じゃあ幾らかかったら壊すのか、幾ら赤字だったら壊すのか、このまま続けていくのかというところも、市の持ち物である以上、評価ってしていかなきゃいけないと思っているんです。これ以上お金がかかるからやめましょうという議論を、今、我々は、学校の再編から何から全部しているわけですね。マリンゲート塩釜だけ塩釜港開発株式会社が指定管理をやっているから特例措置で、最初から任せること前提で動くべきものなのかということも、多分に絡んでくるんじゃないかと思っていて、これから10年でかかるのが3億円ですか。そのほかにランニングコストが年間5,000万円ぐらいですか、定期的にかかってくるようなイメージですね。それだけの施設を、もし商いベースに乗っからないよって話になったら、公共施設として維持していく、そして、それを市民が負担していくことを、理解を得るということになってくると思うので、そこは、塩釜港開発株式会社は株式会社ですから、我々が議論すべきところじゃないと教わっていますので、あえて最初の質疑からは外していただきますけれども、ただ、この会社のことをしっかりと精査していかないことには、恐らくマリンゲート塩

釜の話って前に進められないんじゃないかという。そのところを、副市長が、今、副社長をやっていらっしゃるわけですね。だから、そのところも含めて、本当にこの3年間、ブランディングして何してというところの中で、ある程度、決め打ちしていかないと、この3年間でつくったものが、恐らく5年先、10年先にマリングート塩釜があるのかなのかというところに関わってくるんじゃないかと思っているので、今回、わざわざ閉会中の審査までさせてもらっているの、次回になるんですか、まだ継続して審査していきたいと思っていますので、まず今日のところは、聞き取りをしっかりとできたので、ありがとうございますということで、何か今のことに関して、産業建設部長、よろしくお願いします。

○土見委員長 草野産業建設部長。

○草野産業建設部長 先ほど申し上げたように、いろいろ時代的に経過のある施設とはいえ、今後どうしていくかというビジョンが欠けていたということです。今日、委員の皆様からいろんな意見をいただきまして、例えば、商売に軸足を置くのか、あるいは、パブリックな公共の面に軸足を置くのかというのは、そもそもできたときは、多分、商業施設だったわけですね。集団の団体客を狙うという、言い方は悪いですけども、それが振るわなくなったので、後づけの理由と言ったら変ですけども、ふだん使いの施設にも目を向けていこうというのは、今回、あるいは、近年の取組ということになりますので、遠い未来については、当然、我々は、分からないんですけども、現状から3年、5年くらいの間については、今申し上げたようなコンセプトで進むしかないのかというのが、まず施設の所有者としての考えになります。

その運営を委ねる指定管理については、難しいところではあるんです。つまり出資している子会社が、今、運営しているので、それを、いやいや、たまたま公募に応じて受けているだけですって言い方になるのか、あるいは、主導をもって指定管理を受託しているのかと、難しいと思います。ただ、根底には、市民の利益ですね。現状のまま、不安定なまま塩釜港開発株式会社を受託業者として選び続けることが果たしていいのか。あるいは、それよりも、例えば、直営に移すなりという形で、会社は会社で、今後、資本を毀損するような状態にもなりかねないので、見切りをつけるというのも、多分、会社の判断であります。それに、公募に必ず選ばれるという確証は、全くないわけですね。次の募集のときに数者が来て、塩釜港開発株式会社が落選するという可能性も十分にあるわけですから、そういった場合には、別なところに委託するか。あと、あるいは、募集しても基準に満たない場合は、落選という形にもなりますので、その場合については、直営で受けざるを得ないという危機的な状況も十分考えられま

す。

なので、我々としては、施設も守ると。あとは、塩釜港開発株式会社についても、会社経営ですのできちんと運営にコミットして、体力をつけていただくというようなことが、多分、必要になってくると思うので、まずは、それは、やらざるを得ないのではないかと考えています。ということで、今回については、このブランディングというんですか、今後、プロポーザルで事業者を選んで、年度内ですか、年度末までには一定の成果を得たいと思いますので、まずは、そこを温かい目でご覧いただければ。

以上でございます。

○土見委員長 よろしいでしょうか。伊勢委員。

○伊勢委員 私も確認したいんですけれども、塩釜港旅客ターミナル再活性化基本構想、この構想については、塩竈市が立てたのか、あるいは、塩釜港開発株式会社が立てたのか、その辺の捉え方だけはっきりさせておきたいので、そこだけ答えてください。

○土見委員長 草野産業建設部長。

○草野産業建設部長 これは、あくまでも施設所有者たる市としてのコンセプトという形になりますので、意見なりヒアリングはしていますけれども、市がつくったという認識でよろしいかと思います。

○土見委員長 よろしいですね。

それでは、暫時休憩いたします。当局職員の皆様は、ご退席いただいて結構です。

ありがとうございました。

午前 11 時 32 分 休憩

午前 11 時 33 分 再開

○土見委員長 休憩前に引き続き会議を開きます。

この後の進め方といたしましては、本日の質疑で得られたことを基に、委員の皆様から所管や当局に意見すべきこと、今後、議会として注視していくべき事項などを A4 判 1 枚程度にまとめ、事務局を通じてご提出いただきたいと考えております。いただきましたご意見等を事務局で取りまとめ、各委員の皆様に配付いたします。それを基に次回の委員会で協議した上で、9 月定例会の冒頭で議会に報告を行いたいと思います。報告については、マリンゲート塩釜の問題は、今後もさらに委員会として推移を見ていくべきことと考えますことから、中間報告と

いう形で行い、改選後の委員会に引き継ぎたいと思っております。このように進めていきたい
と思いますけれども、ご意見はありませんでしょうか。（「異議なし」の声あり）

では、異議なしと認め、そのように進めてまいります。つきましては、委員の皆様から所管
や当局に意見すべきこと、今後、議会として注視していくべき点などを、A4、1枚程度にま
とめていただき、8月18日月曜日までに事務局にご提出いただきたいと思いますので、よろし
くお願いいたします。

暫時休憩いたします。

午前11時35分 休憩

午前11時38分 再開

○土見委員長 休憩前に引き続き会議を開きます。

今後、先ほどご案内申し上げましたように、18日までに皆様からA4、1枚程度でレポート
を提出していただきます。その内容を事務局で取りまとめた後、正副委員長で9月定例会にお
ける委員長報告の案文を作成し、皆様にWowTalkでご通知申し上げたいと思いますので、
よろしいでしょうか。（「異議なし」の声あり）

では、異議なしと認め、さよう決することといたします。

以上で本日の会議は終了といたします。

お疲れさまでした。

午前11時39分 閉会

塩竈市議会委員会条例第29条第1項の規定によりここに署名する。

産業建設常任委員会委員長 土 見 大 介