

新風

発行 神石高原町議会議員

木野山孝志 後援会

平成27年06月15日 NO.36

発行責任者：橋迫芳隆

神石高原町父木野2953-1

ホームページ <http://www7a.biglobe.ne.jp/~t-kinoyama/>

平成27年度 6月定例会

6月補正予算

ふるさと納税・神石牛 などに予算措置

一般会計では、
○本庁・油木支所の太陽光発
電設備に1,550万円、
○豊松小学校グラウンド陥
没の調査に1,603万円、
市場競争力強化のための取
得

6月補正予算は表（総括表
は次ページ）のとおりです。
合計で1億405万円の増
額補正となりました。

7日まで開かれ、平成27年
度各会計補正予算、条例の一
部改正、工事請負契約締結な
ど17議案を審議し、原案の
とおり可決・承認しました。
また繰越明許費繰越計算書、
平成26年度各第3セクター
経営状況の報告がありまし
た。

切田三和野球場
(次ページへ続く)
切田野球場への新設バッ
クネット補強修繕に460
万円が追加補正されました。

○自治宝くじ助成500万
円（草木・小畠下阿下）
○協働のまちづくりハード
分390万円、ソフト分33
2万円などが増額補正のお
もなものです。

円、
○消費税増税に伴う緩和措
置としての国の臨時給付
金・子育て給付金2219万
円・子育て給付金2219万
円（草木・小畠下阿下）
○協働のまちづくりハード
分390万円、ソフト分33
2万円などが増額補正のお
もなものです。

○自治宝くじ助成500万
円（草木・小畠下阿下）
○協働のまちづくりハード
分390万円、ソフト分33
2万円などが増額補正のお
もなものです。

○消費税増税に伴う緩和措
置としての国の臨時給付
金・子育て給付金2219万
円・子育て給付金2219万
円（草木・小畠下阿下）
○協働のまちづくりハード
分390万円、ソフト分33
2万円などが増額補正のお
もなものです。

平成27年6月補正(一般会計)

(単位:万円)四捨五入

費目	補正予算	補正後予算	主な内容	(単位:万円)
議会費	▲519	10,155	議員・職員人件費	
総務費	1,567	14億6,259	特別職・職員人件費▲755、太陽光システム(油木)・蓄電池(本町・油木)1,550、 ふるさと納税奨励・システム導入424、自治宝くじ助成(草木・阿下)500、協働の まちづくり722	
民生費	1,583	17億8,080	職員人件費▲572、臨時福祉・子育て特例給付金給付事業2,219	
衛生費	▲2,006	11億2,320	職員人件費▲2,061、不燃物集積庫設置助成55	
農林水産費	1,158	9億0,951	職員人件費▲859、新規就農者支援226、ライセンター(豊松)更新403、まるごと 市場(冷凍庫・POSシステム等)352、陽光の里(選果システム)619、182ST(冷凍 庫・電気設備等)279、堆肥センター(来見・切田)268、広島血統和牛増産チャレ ンジ1,600、土地改良区補助▲245、地籍調査▲1,906	
商工費	73	1億7,708	職員人件費▲173、自然公園管理運営150	
土木費	1,350	7億1,019	職員人件費▲409、町道維持補修修繕費(井関団地内・光信古道)1,470、町道 整備(高蓋日別)290	
消防費	—	4億9,299	—	
教育費	1,968	7億3,941	教育長・職員人件費▲1,330、スクールバス購入748、豊松小グラウンド調査等 1,603、三和総合センター(空調)48、三和公民館(空調・エレベーター)101、保健体育 施設管理運営経費(三和野球場・高蓋グラウンド)571	
災害復旧費	—	3	—	
公債費	—	14億5,927	—	
諸支出金	764	4億5,326	保健医療福祉基金積立42、協働のまちづくり事業基金積立722	
予備費		4,000		
合計	5,938	93億9,938		

なにがどうなる

条例改正など

おもなもの

＜条例改正＞

○マイナンバー制度に伴う町税条例条文の一部改正。

○地方税法の一部改正に伴う軽自動車税などの町税条例の一部改正。(税率の引き上げ)

○国民健康保険税条例の一部改正(賦課限度額の変更)

	平成26年度	平成27年度(改正後)
医療給付分(75歳未満)	510,000 円	520,000 円
後期高齢者支援分(75歳未満)	160,000 円	170,000 円
介護給付分(40~64歳)	140,000 円	160,000 円

＜財産の取得＞

財産の表示	(種別)町消防団デジタル無線移動局無線装置購入 (細目)デジタル無線移動局無線装置一式
取得価格	37, 238, 400円
相手方	三保電気(株式会社) 広島支店

＜工事請負契約の締結＞

工事名	公営住宅建設事業 小畠住宅建替事業第1, 2期新築工事	小学校校舎等施設整備事業 来見小校舎非構造部材耐震化工事
請負金額	189, 432, 000円	75, 276, 000円
請負者	宮脇建設株式会社	株式会社武田組 三和支店
工期	議決日～H29・1・31	議決日～H27・9・30

平成27年度当初予算会計別総括表

会計名	単位:万円(四捨五入)		
	H27年度	6月補正額	H27年度
当初予算額	修正後予算額		
一般会計	93億4000	5938	93億9938
国民健康保険	12億5380	755	12億6135
後期高齢者医療	4億0400	198	4億0598
介護保険	18億9450	3392	19億2842
簡易水道事業	2億5100	62	2億5162
飲料水供設事業	3940		3940
農業集落排水事業	2億5150	53	2億5203
分収育林事業		5	5
総合開発事	2840	7	2847
特別会計計	41億2265	4467	41億6732
病院事業会計	2億9711		2億9711
合計	137億5976	1億0405	138億6381
特別会計+病院事業会計	44億1976	4467	44億6443

また、今年度中の完成を目標に、設計変更などで町道・高蓋日別線に290万円が追加補正されました。

町道
高蓋日別線
(前ページより)



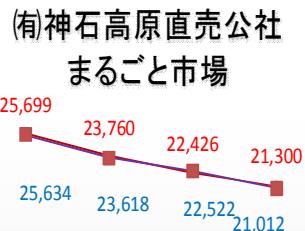
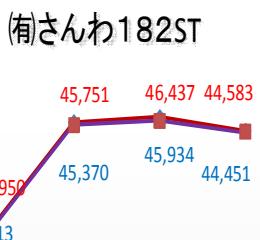
第二セクター奮戦中

平成26年度決算

平成26年度第3セクターの決算報告がありました。農業公社、スコラを除いた。農業公社、スコラを除くと、前年度と比べ売上高は減少しています。

さんわ182ステーション
売上明細表

		売上
市 場 売 上 高		2億6,564
売 店 売 上 高		2,505
軽 食 売 上 高		986
自 販 機 売 上 高		925
そ の 他 売 上 高		162
ロ 一 ソ ン 売 上 高		1億2,850
合 計		4億3,992



さんわ182ステーシヨン、福山にある直販公社

百彩館は、果物など新商品の品ぞろえやイベントを積極的に行い売上アップ対策を講じましたが消費税増税、ガソリン価格の高騰、天候不順の影響か客足が思うように伸びず売上減、赤字となつた。補助金収入は118万円。店舗の独自性を持たすことが必要と思つ。

まるいと市場は、店舗販売は横ばい、店外販売は不

円を加えると全体での赤字体制は変わらない。しかし、2億円を超える神石産農産物の販売、最前线基地としての情報発信の役割などを考えると重要な店舗である。補助金収入は450万円。

しかし、消費増税、物価の上昇による経費の増(一般管理費255万円の増)、緊急雇用等の特別補助金の減等が要因で307万円の赤字となつた。

新規集客のため、観光協会などとの連携強化による観光ルートの拡充や、来客を売上に結び付けるための受け皿づくりの工夫も必要と思う。

また、施設はかなり老朽化しており指定管理の存

ソーン」や「高原の風レストラン」の開業により相乗効果で売上がローソンの売上を含み4億円を突破して以来、昨年まで順調に増加傾向にあつたが、本年度軽食・ローソン部門（約1%増）を除き4～9%減少し。
税引き前利益132万円を計上した。町や県からの委託・補助金は約350万円。
ローソンについては、一

3年を経過しましたが、経営収支は、開店初年度の状況とあまり変わりがありません。赤字部分は他部門からの補填となりますので、地域に密着し、町内外の皆さんに大変喜んで頂いているとの事ですが、今後検討の余地ありではないでしょうか。

採算の本通り店舗の閉鎖等により減少した。

スコラは冬季の来客数

さんつ132ステリシ

課題との一貫です

年を通しての経営収支は
厳しく、人件費の削減、商
品の発注・品揃えが今後の
課題とのことです。

り様も再検討すべきだ

神石高原ティアガルテン・オープン

「仙養ヶ原森林公園」が新たに生まれ変わる



用による公共施設整備促進法」に基づきPF一事業として実施するもので、民間業者として(株)仙養ヶ原ティアガルテン(代表河相道夫)に委託するものです。整備事業は1～3期に実施され、事業費は1期目(H26)1億2600万円で、まきばの夢工房・駐車場・牧場・遊具・全体の修景整備など、2期目(H27)1億2000万円、ショッピング・アーチ・ガーデン・天文台・高原ハウスなどな整備改修が行われます。

事業者の収入は、指定管理料(1213万6千円／年・10年間)と施設使用料徴収、施設内利用料収入となります。

本年3月29日、「神石牛」のブランド認定が行われ、同日、道の駅182STにて盛大に発表式が開催されたのは周知のとおりです。

神石牛は全国和牛能力共進会で優等賞主席(第4回)金賞主席(第6回)を獲得し、種牛・肉質両面で日本一となり神石牛といえば広島県産牛の代名詞でしたが、昭和50年代広島県としては、種牛生産が主体で他県に比べ肥育牛の生産が遅れており、肥育牛生産拡大のため昭和60年前後「比婆牛」「神石牛」を交配し育種圏の統一を行い「広島牛」ブランドを推進してきました。

多くの観光客誘致の計

画であり、産物市場や観

光消費増など地域が活性

化し、新規雇用確保、高

原町ファンの増加などに

つながります。是非とも

成功して頂きたいもので

す。

私も「神石牛」ブランド化で全国

の来客を目指します。

この、仙養ヶ原公園整

備事業は、「民間資金等活

用による公共施設整備促進法」に基づきPF一事業として実施するもので、民間業者として(株)仙養ヶ原ティアガルテン(代表河相道夫)に委託するものです。

整備事業は1～3期に

実施され、事業費は1期

目(H26)1億2600

万円で、まきばの夢工

房・駐車場・牧場・遊具・

全体の修景整備など、2

期目(H27)1億2000

万円、ショッピング・アーチ・

ガーデン・天文台・高原ハウスなどな整

備改修が行われます。

事業者の収入は、指定

管理料(1213万6千

円／年・10年間)と施設

使用料徴収、施設内利用

料収入となります。

「神石牛」をみんなで応援しよう



制覇をと一般質問(H23・12・H参考)しましたが、広島県も県産和牛肉の販売力強化のため「広島県和牛血統承認要綱」を策定しました。

平成27年7月4日、「仙養ヶ原ティアガルテン」が新たにグランドオープンしました。

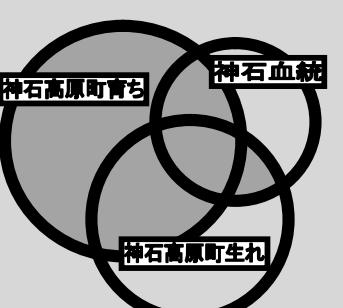
仙養ヶ原森林公園が「人と動物、自然との共生」をメインテーマに「命を慈しむ」場所を目指す観光コムニティパーク・自然体験型公園として再開発されました。くつろぎの場としてユニークな「仙養ヶ原森林公園」が、これまでの「仙養ヶ原森林公園」が「人

と動物、自然との共生」を特徴ある飲食メニュー・土産品の開発を通じて近隣都市圏からの集客をはかり、5年後には20万人の来客を目指します。

この、仙養ヶ原公園整備事業は、「民間資金等活

用による公共施設整備促進法」に基づきPF一事業として実施するもので、民間業者として(株)仙養ヶ原ティアガルテン(代表河相道夫)に委託するものです。

この、仙養ヶ原公園整備事業は、「民間資金等活



神石牛：神石高原町育ち
(神石血統ならば本町生れ・県内育ちも対象)
肉質3以上歩留まりB以上

県産和牛のブランドは、肉質ブランドとして「広島牛」、血統ブランドとして「元就(全農)」「比婆牛(庄原)」「神石牛」となりました。神石牛は全国和牛能力共進会で優等賞主席(第4回)金賞主席(第6回)を獲得し、種牛・肉質両面で日本一となり神石牛といえば広島県産牛の代名詞でしたが、昭和50年代広島県としては、種牛生産が主体で他県に比べ肥育牛の生産が遅れており、肥育牛生産拡大のため昭和60年前後「比婆牛」「神石牛」を交配し育種圏の統一を行い「広島牛」ブランドを推進してきました。

しかし、「広島牛」食肉市場での価格は全国ブランド(神戸牛など)に比べ各ランクとも安値のうえ、消費者の県内和牛消費量は量販店では県内産が1/4程度で、供給量の確保や他県産との差別化が課題でした。

県産和牛のブランドは、肉質ブランドとして「広島牛」、血統ブランドとして「元就(全農)」「比婆牛(庄原)」「神石牛」となりました。神石牛は全国和牛能力共進会で優等賞主席(第4回)金賞主席(第6回)を獲得し、種牛・肉質両面で日本一となり神石牛といえば広島県産牛の代名詞でしたが、昭和50年代広島県としては、種牛生産が主体で他県に比べ肥育牛の生産が遅れており、肥育牛生産拡大のため昭和60年前後「比婆牛」「神石牛」を交配し育種圏の統一を行い「広島牛」ブランドを推進してきました。

しかし、「広島牛」食肉市場での価格は全国ブランド(神戸牛など)に比べ各ランクとも安値のうえ、消費者の県内和牛消費量は量販店では県内産が1/4程度で、供給量の確保や他県産との差別化が課題でした。

県産和牛のブランドは、肉質ブランドとして「広島牛」、血統ブランドとして「元就(全農)」「比婆牛(庄原)」「神石牛」となりました。神石牛は全国和牛能力共進会で優等賞主席(第4回)金賞主席(第6回)を獲得し、種牛・肉質両面で日本一となり神石牛といえば広島県産牛の代名詞でしたが、昭和50年代広島県としては、種牛生産が主体で他県に比べ肥育牛の生産が遅れており、肥育牛生産拡大のため昭和60年前後「比婆牛」「神石牛」を交配し育種圏の統一を行い「広島牛」ブランドを推進してきました。

しかし、「広島牛」食肉市場での価格は全国ブランド(神戸牛など)に比べ各ランクとも安値のうえ、消費者の県内和牛消費量は量販店では県内産が1/4程度で、供給量の確保や他県産との差別化が課題でした。