

委員会行政視察実施報告書

委員会名	総務常任委員会
参加委員 ◎委員長、○副委員長	◎遠藤 吉正 ○小島 雄一 矢吹 哲哉 上野 利一郎 渡部 一樹 伊藤 弘明 佐原 正秀

1 本市の課題と視察の目的

本市では、ふるさと納税額の増加のため、ポータルサイトでの宣伝効果を高める取組、返礼品の掘り起こし、若手職員からの意見聴取など、ふるさと納税の充実強化に向けた取組を行っている。ふるさと納税の実績額としては、平成29年度は約2,715万円、平成30年度は約2,608万円、令和元年度は約4,676万円、令和2年度は約6,717万円、令和3年度は約1億269万円、令和4年度は約7,900万円となっており、増加傾向ではあるが、全国でのふるさと納税受入額が、平成29年度は約3,653億円、平成30年度は約5,127億円、令和元年度は約4,875億円、令和2年度は約6,724億円、令和3年度は約8,302億円と年々増加している背景を考えると、その影響も一因と考えられる。

一方、一関市は、平成30年から本格的にふるさと納税に取り組み始め、令和元年は3,872万円、令和2年度は2億8,173万円、令和3年度は7億4,837万円、令和4年度は15億5,800万円となり、ここ数年で大きな伸びとなっている。比較的、小規模な自治体が飛躍することとなった取組や要因等を学ばせてもらうことで、本市の参考としたい。

2 実施概要

実施日時	視察先	岩手県一関市
令和5年10月25日(水) 午前9時 ～午前10時20分	担当部局	一関市
視察項目	ふるさと納税の取組について	
報告内容	<u>1 寄附実績の推移</u> 一関市は、平成20年からふるさと納税に取り組んでいたが、本格的に取り組み始めたのは平成30年9月からで、寄附額の実績としては、令和元年は3,872万円、令和2年度は2億8,173万円、令和3年度は7億4,837万	

円、令和4年度は15億5,800万円となり、ここ数年で大きな伸びとなっている。平成29年頃から議会からの追及が強くなったことも、本格的に取り組むきっかけとなったそうである。

令和2年からの大きな伸びの一番の要因は、コロナ禍による巣籠り需要により、上山製紙製のトイレットペーパーやティッシュペーパーの人気が出たことによるもので、さらに、そのことによって自治体としてポータルサイトで上位に表示され、他の返礼品にも波及効果があったとのことである。

2 取組の沿革

- ・平成30年9月：ポータルサイト「ふるさとチョイス」へ参加クレジット決済による納付を導入
- ・平成30年12月：返礼品協力事業者及び返礼品を募集
- ・平成31年1月：126品でポータルサイトをリニューアルオープン
- ・令和元年6月：世界遺産平泉・一関DMOに中間業務を委託
- ・令和2年10月：楽天ふるさと納税に参加
- ・令和2年10月：株式会社フロムゼロと支援業務契約
- ・令和2年12月：1億円達成
- ・令和3年4月：積極的な事業者訪問を開始
- ・令和3年10月：ワンストップ受付業務を委託
- ・令和4年5月：SDGs×ふるさと納税の取組を開始
- ・令和4年10月：運送業務・送料請求の一括化
- ・令和5年10月：経費5割の厳格化への対応として寄附額単価引き上げ

※令和2年に上山製紙返礼品の追加。また、ページの編集、情報発信等のプロモーションにも力を入れ始める。

※令和5年に返礼品開発補助金（上限200万円、補助率は3分の2）を創設。

3 特徴的な取組について

- ・ふるさと納税型クラウドファンディングの実施。
- ・災害支援金の募集。
- ・ふるさと納税で、全国のこども食堂を支援する取組（SDGsの推進）。
- ・FURUSATO JAPANへの参加（在日外国人をターゲットとした取組）。

- ・近隣自治体との共通返礼品（定期便）の取組。

4 毎年度実施の取組について

- ・市及び中間業務受託者、並びに支援業務受託者が参加する定例会議を毎月開催（職員のスキルアップにもつながっている）。
- ・返礼品協力事業者研修会を年1回～2回程度開催。事務説明会は随時開催。
- ・市または業務受託者が直接訪問するといった形による新規返礼品事業者の開拓。

5 今後の課題と展望

- ・ポータルサイトの使用料は、どうしても首都圏に流れてしまうし、経費に占めるウェイトも大きいので、この部分を少しでも抑えてもらえるよう全国的に声を上げることが必要。
- ・寄附額を増やすという目的だけではなく、社会によい影響を与える素晴らしい制度だと感じてもらえるような取組も行っていきたい。
- ・寄附の実績の大部分を三、四事業者が占めており、受注が少ない事業者にも受注が行くようにしたい。
- ・事業者の限界値を見定め、過度な負担にならないように調整していく。
- ・寄附の使途の見せ方について、市の60程度の事業に充当しており、そのことをどう効果的に発信していく方法を検討していきたい。

6 その他

- ・国のルールが厳罰化されたことで、コンサルティング業者の入る余地が少なくなってきた。
- ・各ポータルサイトの上位に表示されるためには、更新頻度を増やすことが必要。ただし、他よりも目立つためには、基本的には広告料をどれだけかけられるかということに左右される。
- ・寄附者目線というところを見つつ、事業者も守ると同時に、市の魅力も下げないという努力をしてもマイナスな評価が必ず出てくるので、いかにそこを減らして、プラスの口コミを増やしてもらおう努力をしていくかという地道な作業の継続が重要。

