

令和4年度 野洲市議会総務常任委員会行政視察研修報告書

1. 視察日程

令和5年2月17日（金） 10:00～12:00

2. 視察先及びテーマ

【京都府綴喜郡宇治田原町】

「宇治田原町における『ふるさと納税』の取り組みについて」

3. 視察目的

総務常任委員会において所管する先進的な施策に取り組んでいる自治体を訪問し、その事例を調査研究することで、議員の政策立案・政策提案能力の向上につなげるとともに、議会活動の活性化、行政の適切な運営をめざす。

今回の視察研修では、宇治田原町における『ふるさと納税』の取り組みを調査することで、広報、プロモーション活動や地域ブランド戦略、そして寄付金の活用策とその効果などから、野洲市におけるふるさと納税の活用による地域活性化への方策を研究する。

4. 参加委員

委員長 稲垣 誠亮 副委員長 橋 俊明

委員 奥山 文市郎 木下 伸一 益川 教智 鈴木 市朗（欠席）

5. 視察概要

（1）宇治田原町の町勢

宇治田原町は、宇治市、城陽市、井手町、和束町に隣接し、滋賀県との県境にあたる京都府の東南部に位置している。

地勢は、北西部の大峰山（506.4m）を中心とする山地と、南端の鷲峰山（681.2m）から北東及び南西に連なる山地が大部分を占め、南部山地から広がる標高200m～250mの丘陵部と、河川沿いの平地部からなり、そこに多くの谷が組み合わさって、陰影に富んだ地形を作り出している。山地部と丘陵部の大部分が、傾斜22.5度以上の急傾斜であり、周辺からの交通の障壁となっており、同時に、そこを訪れる者に、日本の原風景ともいえる印象を与えている。

（宇治田原町ホームページより）

① 人口 8,893人（男性：4,485人 女性：4,408人）

② 世帯数 3,821世帯

③ 面積 58.16km²

④ 予算額 一般会計 5, 165, 000千円

⑤ 議員数 定数12人(欠員1人)

※人口・世帯数は令和5年1月1日現在 ※予算額は令和4年度

(2) 視察内容

宇治田原町の「ふるさと納税」は「子どもたちの夢応援に活用しています」として、全額「未来を担う子どもたちのため」に活用されており、子どもたちの夢を応援する特色ある取り組み「未来挑戦隊チャレンジャー育成プロジェクト」を令和2(2020)年から展開し、例えば保育園児の逆上がり成功率が100%(通常は小学1年生で2割)になるなど大きな変化が生まれている。

地域の特産品「宇治茶」を主力に、さまざまな返礼品を準備して、地域ブランドの向上に努めている。

【当日訪問先から説明を受けた内容】

①シビックプライドとシティプロモーション(まちづくり活性化の2つの要素)

地域に対する愛着、誇りや地域を良くしていこうとする当事者意識や自負心(シビックプライド)を醸成することと、地域イメージを高め、経営資源の獲得を目指す活動(シティプロモーション)のため、事業や広報活動などを通じてまちづくりを活性化させる。

「ないものはない」から「ここにしかない人・活動」の発想の転換から新住民が担い手に加わることで生まれる活動の活発化と好循環から新たな価値創造の取り組みにつながる。

②「ふるさと納税」でまちの未来をデザイン

「ふるさと納税」をまちづくりの視点から考え、財源確保、産業振興(地域活性化)、使い道(課題解決)、ファン獲得のメリットがあり、まちに好循環を生む制度として、魅力の見える化・発信(プロモーション)とまちを誇りにするシビックプライドの掛け合わせと表現されている。

③「遊び心と本質」大切にイノベーション

同町の「ふるさと納税」は前述の通り、「子どもたちの夢応援に活用しています」として、全額「未来を担う子どもたちのため」に活用されている。子どもたちの夢を応援する特色ある取り組み「未来挑戦隊チャレンジャー育成プロジェクト」の事業を通して、将来、子どもたちが大人になったときにまちの大人たちのおかげで成長した自分があると思ってもらえるような取り組みにより、シビックプライドの醸成を図っている。

(3) 主な質疑応答

① ふるさと納税の広報、プロモーション活動について

Q:ふるさと納税の制度導入の経緯、寄付金を集めるためのプロモーション活動と広報活動において力を入れていることは何か。

A :

- ・平成20年ふるさと納税寄附受付開始、平成28年から返礼品（公募）の送付開始した（町制60周年記念事業）。
- ・各サイト内での投稿（返礼品、使い道）、企画（サイト・カタログ掲載、メルマガ）へのエントリーによる発信を行う。各サイト内広告、ネット・SNS広告など
- ・ふるさと納税をフックにまちを劇的変化へ向けた広報を意識する（ふるさと納税で好循環を生む発信）。
- ・内外へここにしかない地域資源のヒト・モノ・コト・ストーリーの発信と内外へ使い道事業（子どもたちの夢を応援する特色ある取り組み「未来挑戦隊チャレンジャープロジェクト」）等による変化が起こっていることを発信した。

②ふるさと納税の事業実績等について

Q : 平成29年から毎年増加しているが、増加の原因となる工夫されたことは何か。

A :

- ・広報、プロモーション活動とほぼ同じことの積み重ねだと考える。ここにしかない地域資源の掘り起こし（域内への発信を回収するイメージ）である。品・人・事業者のストーリーを発信し、返礼品拡充とサイト掲載内容のブラッシュアップ（再検討）と使い道事業の実施内容や成果等を発信する。
- ・レビュー数と成約率、寄附単価から、戦略を立てたりもしている。

③返礼品・ブランド戦略について

Q : 多数の返礼品を集めるための活動や生産者と連携して魅力的な商品開発はされているのか。またブランドの知名度アップや寄付の増額につながる商品事例はあるのか。

A :

- ・提供事業者とコミュニケーション・呼びかけ、地域活動団体会場への参加し情報収集、事業者サイトへのリサーチ、スタートアップ事業者等のマスコミへ紹介した。
- ・定期便化、小分け化、バリエーション化などを図る。
- ・地元企業全面協力で中学生の商品開発授業で開発した（未来挑戦隊プロジェクト）。

④地域交流・地域活性化について

Q : ふるさと納税の寄付に対し、返礼品を送ることで関係性が終わるような中、町が購入の継続性を含め、努力されていることは何か。またそれは観光促進や町民同士の地域交流の創出、地域活性化につながる側面はあるのか。

A :

- ・寄附者への使い道報告（チャレンジャーのキセキ）、メルマガ配信、電子商品券を検討する。
- ・移住者、スタートアップ事業者、住民も知らないクリエイターを見える化し、メディアに紹介。

⑤寄付金の活用策とその効果について

Q:「ふるさと納税」の全額を「未来を担う子どもたちのため」と絞った背景や理由、その効果について教えてほしい。ふるさと納税」の全額を「未来を担う子どもたちのため」と絞ったのが、令和2年からだとしたら、それ以前と絞ってからの変化はあるのか。

A:

- ・制度開始時にメインがそれだった。移住定住、担当者自身のハードよりソフトと考え、未来への投資にはじまり、未来挑戦隊プロジェクトが誕生した。庁内へのオーソライズ（認証）、住民へのまちづくりの提案・ビジョン提示の側面もある。
- ・寄附者からの確かな反応がある。住民・保護者・子どもたちへのメッセージにも反応がある。

⑥新たな取り組みや課題について

Q:今後新たに取組もうとしていること、また解決すべき（またはしてきた）課題があれば、教えてほしい。

（今後の新たな取組み）

A:自治体間（感）連携・協創、ぶんどり合戦から使い道競争へ、地域通貨（外貨獲得・域内循環）の導入検討などである。

（解決すべき課題）

A:庁内他部署・関係機関との連携強化である。

6. 委員の所感

（A委員）

本市において今後予想される人口減少に対応するためには町のコンパクト化を目指し安定的な税収確保、賑わい、企業誘致や雇用創出を企図し、地域資源を活用しなければならない。そこで人口が約9,000人ではあるが、令和3年度の実績として本市を超える9,816件を獲得している宇治田原町に取り組み内容について伺った。同町は一般会計当初予算が51.65億円でふるさと納税は「子どもたちの夢応援に活用しています」として全額「未来を担う子どもたちのため」に活用されている。

ふるさと納税という言葉は「寄附」であり対象自治体への納税ではない。自治体へ寄附をすると本来の自治体に納める住民税が減額される。住民税は行政費用を自治体の住民が負担し合う仕組みであるが、市民が他市へ寄附を行うと財源は減ることが懸念される。よってポータルサイトの数を増やし、商品数を充実させることが重要である。今回、町は寄付金集め一辺倒ではなく、寄付者と交流人口の増加へつなげることに力を入れている。単純な歳入増加だけでなく、さまざまな効果をもたらしている。返礼により地域産業が活性化し、新たな雇用が生みだされる。さらに自治体の知名度アップにつながるプロモーション、移住者増加を実現している。関わっている人、街にまつわるストーリーが注目される。

今後、社会的課題に解決への取組みから企業版ふるさと納税の積極的な活用も期待される。

(B委員)

人口8,900人のまちでありながら、道路整備が進めば、まちの個性が輝くような予感をさせる原石のようなまちであった。

特に財源獲得が優先されるふるさと納税をまちづくりへの使い道事業として「子どもたちの夢を応援する特色ある取り組み<未来挑戦隊チャレンジャープロジェクト>」などにより市民も巻き込んだストーリーを完成させ、実践を積み重ねて、実績を残していることに深く感銘を受けた。

ふるさと納税は、金額ではなく、納税額を生かしたまちづくりであることを改めて考えさせられたとともに、地域資源を生かした製品を製作するクリエイターの育成に力をいれることが重要であると気づかされた研修であった。

(C委員)

宇治田原町に訪問する前は、お茶所の名茶をメインにしてふるさと納税の寄付額が多いと思っていた。

しかし、実際に訪問してみてもわかったことは、ふるさと納税を切り口にして、まちづくりの活性化やシビックプライドの醸成をされていることを感じた。それは、人口も少なく、鉄道も無く、山間地といった町のおかれている環境下から、危機感をもって取組まれているような姿勢を伺い知ることができた。

また、担当職員も京都市職員から宇治田原町職員に転籍され、地元愛をもって、このふるさと納税に関する研究をされ、そして創意工夫のもとで熱意をもって仕事をされていることにも感心した。一人の抜きんでた職員の活躍が、町のプロモーションや活性化に大きな寄与をしている。

本市においても、SK-IIというキラーコンテンツのおかげで、大きな財源確保をはかっていますが、これをさらに戦略的に拡大すること。そして、今回の視察をヒントにして地元産のモノや他とコラボした加工品などの商品開発を積極的に行い、また違った展開方法で返礼品の開拓と促進を行うことが重要ではないかと考える。いわゆる2本立ての戦略展開を市を挙げて実施すべきであると考える。

(D委員)

宇治田原町では、移住定住プロジェクトに力を入れており、その中でも未来への投資に力を入れ、未来挑戦隊プロジェクトを立ち上げた時期に、ふるさと納税の活用方法を絞ったようである。その結果、寄付者からの確かな反応があり、リピーターにもつながり、住民や保護者、子どもたちへのメッセージもあると聞いた。リピーター率25%という数字は、大きな意味があると思う。

また、ふるさと納税受入額の大幅な増加は、広報、プロモーション活動が成功していると言える。この広報、プロモーション活動については、SNS 広告などネットを活用しての広報に力を入れ、ふるさと納税をきっかけとした町の劇的変化についても上手く発信されている。その好循環を生む発信力が成功の鍵だと感じた。また、町民・町外に向けても、「ここにしかない地域資源のヒト・モノ・コト・ストーリー」の発信をしているとのことで、多くのパンフレットもいただいたが、すべ

て魅力のあるものであった。

宇治田原町の担当者の方の、郷土愛や町を盛り上げようとする熱意の大きさを感じ、その思いが町全体を動かし、このような成功につながったのではないかと思った。野洲市においても、このような「野洲市を盛り上げたい」という気持ちをみんなで共有していきたいと思う。

(E委員)

野洲市では、昨年度よりふるさと納税に対する返礼品を設定し、広く寄付を募ってきたところであるが、専ら税収増を目的として取り組みが進められてきた。

今回、宇治田原町の担当職員からふるさと納税についての説明を受けたところ、税収増以外の効果もその目的としていることが明らかになった。

まず、第一に、地域の人間にまだ知られていない製品等を返礼品に設定することにより、幅広く周知を図るという目的である。全国に誇れる製品や事業者の存在を地域の人たちに知ってもらうことにより、地元に対する誇りを醸成しようという狙いである。

次に、事業者同士の横のつながりを持たせることである。市職員が返礼品の設定のための交渉等で事業者に接する際に、積極的に他の事業者等との間をつなぐ役割を果たし、地場産業の活性化を図る試みである。

そして、子どもたちの教材としてのふるさと納税の活用である。返礼品の設定の際に、子どもたちからアイデアを募り、事業者と連携してそれを商品化するというものである。子どもたちの実践的な学びとなるとともに、地域に対する愛着を持つことに寄与すると考えられる。

このように、ふるさと納税といえば、税収増というもの为主眼におかれて考えられがちではあるが、それ以外にも様々な効果を持たせることが可能であり、本市においても今後のふるさと納税の取り組みにあたり十分に考慮されるべき要素であると考える。

(以上)

