

# 研修視察報告書

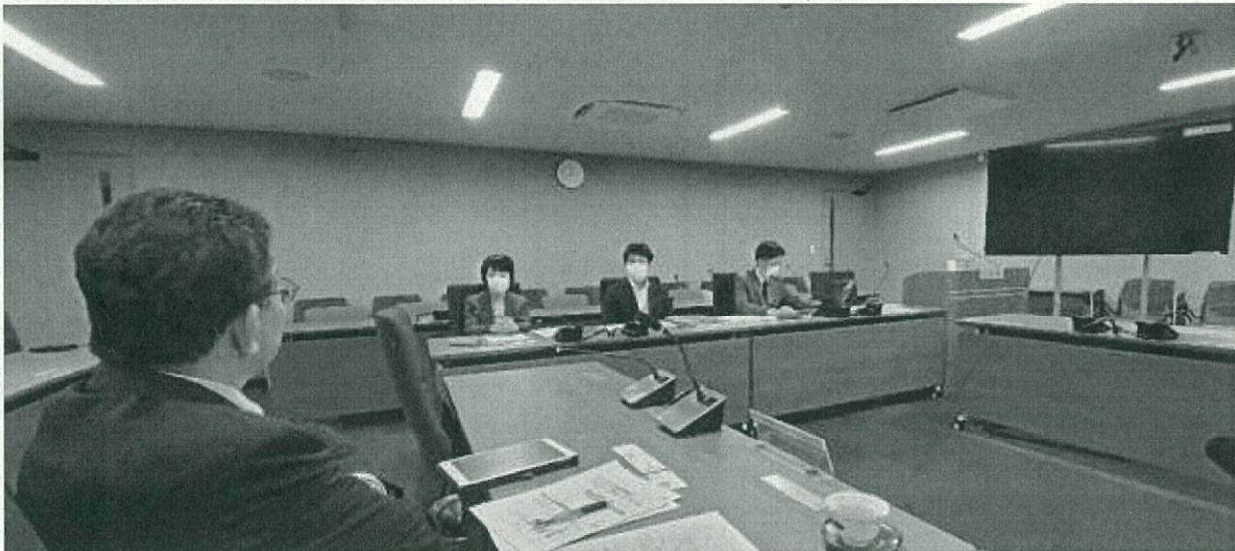
令和2年3月30日

[委員会名：心風会]

代表者氏名	永岡 禎	印	記録者氏名	幸松 孝太郎	印
視察者氏名	幸松 孝太郎				
視察日	令和2年3月27日(金)				
視察先	伊賀市役所				
目的	伊賀市において令和元年度の「ふるさと応援寄付金」(ふるさと納税)が、1月6日までに6084件、2億29万7千円に倍増したと新聞に発表された。そこで、近隣市の伊賀市におけるふるさと納税が倍増した分析要因を聞き取り学ぶことによって、本市のふるさと納税事業へ反映することが目的である。				

## 視察概要

### (1) 【研修写真】



### (2) 伊賀市「ふるさと応援寄附金(ふるさと納税)」について

面談者：伊賀市企画振興部総合政策課 月井 敦子課長、橋本 剛礼 地方創生推進係長  
内田 達也主任

#### 1. 別途プレゼン資料により、説明(橋本 剛礼 地方創生推進係長)

- ・ふるさと応援寄附金の受入状況(H25~R1年)
- ・〃 (H30とR1の4月~2月)
- ・ふるさと応援寄附金の活用状況(H29~R1)
- ・これまでの取り組み
- ・今年度の取り組み①、②
- ・ふるさと応援寄附金の受入状況(サイト別寄附割合)
- ・ふるさと応援寄附金の増加理由
- ・必要経費の割合



## 2. 伊賀市のふるさと納税について

伊賀市のふるさと納税は、H27年度3,190万円、28年度6,329.4万円、H29年度1億円と受入金額、件数ともに大きく伸びている。更に、今年度3月6日までに6,656件・2億1,769.2万円と件数で+90%、金額+100%に達している。昨年度が、3,507件・1億878.99万円から倍増の勢いである。

これまでの取り組みは、H26年10月に返礼品を送る仕組みを導入し、翌年には、インターネット上のクレジット決済を始め、H28・7月には、窓口となるポータルサイト「ふるさとチョイス」による申し込みを受け付け、返礼品の見直しを進めてきた。その結果、ふるさと納税は、件数、金額ともに右肩上がりに増え、H29年度には初めて1億円を突破したのである。

ふるさと納税が伸びた要因は、1つには「返礼品を80品目増やして255品目と充実させたこと。」2つには、ポータルサイトの「ふるなび」「ふるさと本舗」を追加したこと。3つには、国の制度改正で、一部自治体が対象外になったこと。などが背景にあると分析している。

今年度、返礼品の人気ランキングは、伊賀牛が1,499件・5736.2万円とトップ。次に伊賀焼（炊飯土鍋など）の1,322件・4557.3万円が続いている。また、単価の高い「折り畳み式ソーラーパネルと蓄電池」が159件・3667万円で、金額ベースでは3位となった。伊賀米コシヒカリは件数3位の901件・1659.1万円と上位の人気である。

## 3. 意見交換から、本市に反映したいこと

1つ目に「寄付の地域」については①東京 26% ②大阪府 10.5% ③愛知県 9.3% ④三重県 8.9% ⑤神奈川県 8.8% その他 36.5%と追加資料をもとに、顕著なことは東京都が非常に多くなり、愛知県、兵庫県などの大都市圏で倍増していると説明された。また、寄附平均単価は1万～3万未満 62% 2万未満 46.8% その他 38%となっており、近年高額品も増加している。このような資料一つひとつが、返礼品を選定する場合一考の価値があるため、本市でも丁寧に分析した結果を議会に提供して顧客ニーズに対応していただきたい。

2つ目に、名張市で研究中の「クラウドファンディング」について、伊賀市では、H28年度に新たなクラウドファンディング支援事業に取り組んだ。チャレンジの姿勢で呼び掛けた「伊賀線忍者列車の魅力向上プロジェクト」は、地域の課題解決のための資金調達法として大いに期待して寄付を募った。しかし、寄附募集期間が短かったこともあり十分なPRができず目標金額に到達しなかった。次回実施する時は、各所管からの課題解決事業の提案が必要であるが、実施する場合はそういった反省点も踏まえよく検討していきたいとのことであった。本市でも寄附者や外部の人たちと積極的につながりを持ち、目的達成など十分に工夫して早期に導入を要望したい。

3つ目に、名張市では導入していない「伊賀市ふるさとサポーター制度」については、伊賀市が大好きで、「もっと貢献したい」「もっと応援したい」という皆さんをサポーターとして登録し、伊賀市の観光・特産品のPRや定住促進に向けた情報発信など、伊賀市の魅力あるまちづくりにご支援・ご協力いただく制度で、5千円以上の寄付をして登録しているボランティアは現在約80名で、観光PRサポーター、地域振興サポーター、ふるさとサポーターの3種類ある。本市でもこのようなサポーターについては、一考すべき内容で非常に参考となった。

## 4. 考察

総務省によれば、全国的にふるさと納税が増加している要因の1つは、H25年頃から寄附に対するお礼として魅力的な特産品を送る自治体が現れたこと。2つ目は、H27年度から控除上限額が約2倍に拡充されたことと、特定の条件を満たせば控除を受けるために確定申告が不要となる制度（ワンストップ特例申請制度）が始まったことが挙げられる。3つ目には、ふるさと納税の申込みから決済までをウェブ上でできる「ふるさと納税サイト」を導入したり、返礼品のラインナップを拡充するなど、ふるさと納税のPR活動に積極的な自治体が増えている。加えて、伊賀市の分析のように3点が近年の伸びた要因である。

ふるさと納税制度が、昨年度以前と比べると、各自治体で大きな変化があった。主な変化では、特産品と地域の認知が首都圏を中心に全国的に高まったことや寄附者の反応をもとに、新たな商品開発ができたこと。さらに、自

自治体職員のPRに対する考え方や、方法が変わったことなどである。その中で、忘れてはならない現実として、地域間格差が生じていることであり、その変化に名張市も伊賀市も遅れてはならないことである。

それは、地域PRのやり方の差か、返礼品の差か、地域の活動や魅力の差か、どのような理由であれ、充分な寄附や支持を集めている自治体があり、また、決して有名な観光地ですらない自治体でもある。ここにこそ、これからのふるさと納税の可能性があるのでないかと痛感させられた。

そういった意味で、今回の目的である伊賀市のふるさと納税についてお話をお聴きできたことは、歳入の確保だけに留まらず、PR戦略と捉えて今後も「伊賀ファン」拡大と特産品PRに繋がられるように市の知名度を全国レベルまでに押し上げていく取り組みは大変興味深いものであるし、本市も特産品として名高い品が揃っていることから、名張市の魅力として対外的なPRを更に積極的に行うことが必要だと感じた次第である。

最後に、伊賀市とは規模や実情の違いはあるものの、名張市の強みを活かすという面では大いに参考にできる点があり、今後も機会を捉えて視察をしていくことが必要と感じるとともに、可能性を多く秘めた名張市をさらに全国へ名を広め、ふるさと納税を競うところまで大きく成長できればと強く願うところでもある。

地場産業の振興や販路拡大に繋げる施策は今後の課題でもあるが、伊賀市の姿勢や取り組みを拝聴させていただき、本市のふるさと納税事業へ反映するためにたいへん学び多き研修となりました。

以上