総務産業常任委員会会議録

１　日　　時　　令和８年５月１２日（火）
　　９時５９分開会　　１２時２０分閉会

２　会議場所　　役場３階　第１委員会室

３　出席議員　　委員長：川上　均　副委員長：橋本晃明
　　委　員：山本奈央、桜井崇裕、佐藤幸一、西山輝和
　　議　長：山下清美

４　事 務 局　　事務局長：宇都宮学、次長兼総務係長：鴇田瑞恵

５　説 明 員　　商工観光課長：下保哲也、同課長補佐：伊藤尚哉
　　商工観光係長：田村研登、同主事：青砥悠賀
　　企画課長：鈴木聡、同課長補佐：佐藤弘基
　　企画統計係長：青砥大将

６　議　　件
（１）所管事務調査
　・清水町の特産品の販売に係る現状と課題について
　　【清水町商工観光課調査】
　　【清水町企画課調査】
　　【まとめ】
（２）その他

７　会 議 録　　別紙のとおり

総務産業常任委員会　【開会９：５９　閉会１２：２０】　令和８年５月１２日

【開会　９：５９】

（１）所管事務調査

・清水町の特産品の販売に係る現状と課題について
【清水町商工観光課調査】

委員長(川上　均)：本日のテーマは、清水町の特産品の販売に係る現状と課題ということについて、商工観光課と企画課の方から説明をいただいて、そのあと質疑を行いながら取りまとめをしていく。本日は傍聴として道新さんと中河議員が見えている。許可しているのでよろしくお願いしたい。では早速、商工観光課から調査を始める。

商工観光課長(下保哲也)：特産品の販売に係る現状と課題について、資料に基づき説明する。

最初の資料、清水町の特産品の販売に係る現状と課題Ａ４縦の１ページ１番目の主な特産品のラインナップについて、別紙参照となっているが、２枚目の資料、商品一覧をご覧いただきたい。あすなろファーミング、宮地牧場、ＪＡ十勝清水町、十勝スローフード、２ページ目はドライブインいとう、キサラファーム、十勝アルプス牧場、静月、十勝清水コスモスファーム、村瀬農場、ツイてるお店さとう、旭山学園、えびすや菓子舗、とかちしみずフルーツガーデンとなっている。14 事業者 66 種類のアイテムが掲載されている。「来て見て食べて魅力がぎゅーっと十勝清水」はふるさと納税のカタログとなっており、後ほど企画課のほうからこれを用いて説明がある。

最初の資料にお戻りいただく。１ページ目の２番。町内外における地場の特産品の販売の取り組みについて。まず、本町の特産品販売における近年の大きな戦略として、2024 年７月の新１万円札発行を契機とした渋沢栄一翁ゆかりの自治体との連携強化がある。資料にあるとおり、渋沢翁との歴史的繋がりの深い東京都北区や板橋区、埼玉県深谷市等において、2021 年より継続的に物産展への出展やアンテナショップの設置を行ってきた。特に東京都北区の渋沢逸品館については、現在も本町の特産品の重要な発信拠点となっている。一方で、板橋区のとれたて村については、商店街の再開発に伴い、昨年９月をもって惜しまれつつ閉店となったところである。また、町内での販売場所としては、十勝千年の森と清水公園内のサルビアで販売していたが、ご存じの通りサルビアについては昨年 10 月末をもって閉店となった。

資料の２ページ目ご覧いただく。３番の地場の特産品の販売拡大宣伝の取り組みについて。農業と酪農の町としての強みを最大限に生かすべく、ホテルポールスター札幌における十勝若牛や牛トロフレークを用いたメニューの提供。また、埼玉県さいたま市の佃商店様との連携によるデパ地下でのイートイン展開など、消費者に直接本町の味を体験していただく取り組みを重点的に進めてきた。物産展やイベントアンテナショップのチラシ等については、一番最後のＡ４縦版のカラーの資料、渋沢栄一ゆかりの地物産展そういった資料につけているので、後程ご覧になっていただければと思う。

最初の資料の３ページ目にお開きいただく。４番の地場の特産品の振興に係る現状と課題について。これらの取り組みを通じて、首都圏での認知度は少しずつかもしれないが、着実に向上しているとは思う。ただ一方で課題も見えてきた。それは催事やアンテナショップでの、ご購入いただいたお客様の生の声が十分に収集蓄積できていないという点である。どの点が購入の決め手になったのか。味や価格帯、パッケージに改善の余地はないのかといった消費者の反応を生産者や町内事業者に具体的にフィードバックできていないことが、次なる商品開発や販路拡大のボトルネックになっていると思っている。今後はこれまで構築した都市圏とのネットワークを維持活用しつ

つ、町内事業者とより緊密に連携した立食型アンケートの販売形式などを検討していく余地があるのではないかと思っている。地域産品の開発やブランド化については、地元事業者や民間企業の専門的なノウハウも取り入れながら、引き続き推進していく。単に売って終わりでなく、消費者のイメージや評価を的確に把握し、それを町内事業者の商品力強化につなげていく。このサイクルを確立することで本町特産品の持続的な振興を図っていく。

委員長：ただいま商工観光課の方から資料に基づいて説明をいただいた。これから質疑に入っていきたいと思うが何かあるか。

商工観光課長：資料の一部訂正をしたい。１枚目の資料の２ページ目、２ページ目の②番、埼玉県大宮市となっているが、埼玉県さいたま市の間違い。訂正をお願いする。

委員長：皆さんの方から質問質疑等あったら出していただきたい。桜井委員いかがか。

桜井委員：今課長から報告いただいたが、一昨年、深谷市の方と東京会議所、そして北区の方とお会いする機会があって、それぞれのトップの人やなんかとも話しながら、清水の評判だとかこの物産についての評価もお伺いしたところであるが、すこぶる高評価であったと感じている。しかしながら、今回町長も代わられて、清水の戦略の中で、ふるさと納税、企画の企画課がやっている部分と、その物産の商工観光課がやっている部分と、清水町の物産を、全国的に知らしめて清水町の応援をしていただくというような町長の公約もあると思うが、今後進める上で、商工観光課としてどんな戦略を考えているのかということを、まずお聞きしたいのと、そういう物販を通して関係人口を増やすというような意味合いの部分もあると思うので、そういった部分についての考え方をとりあえずお聞きしたい。

商工観光課長：今年、東京商工会議所と一緒になって清水町フェアを行う予定である。そこで商工会議所の役員の方々が数千人規模で来られるということなので、その人たちに清水町の食や自然にをアピールして、そしてそのあとも関係性をつなげていけるようなことを今考えているので、今年についてはとりあえずそういう戦略でいってみたいなと思っている。

桜井委員：全国 200 ぐらいの関連企業があると。そういったものに注目している部分もあるので、そういったものについての、考え方というか戦略はあるのか。

商工観光課長：今のところ、渋沢栄一翁との関わりのある企業というのは、私達の課の中ではまだ話が進んでいないので、話を進めていきたいと思っている。関係人口については、この物産展とは関係ないのだが、今やっている保育園留学とか、保育園留学の延長線上にある小学生留学等も考えて関係人口を増やしていく。当然他のイベントもあるので、そこでも関係人口を増やしていきたいと思っている。

桜井委員：商工観光課だとか企画課で職員を派遣してやると思うし、観光協会も携わると思うけど、結構清水町の中でもそういう交流をしている人がいる。そういう人たちを利用して、もっとアドバイスを受けるなり向こうの意見を聞くなり、そういったものを利用してもいいのではないかと思うけど、そこら辺の考え方はあるのかどうか。

商工観光課長：渋谷農場様だとか、いろいろな人の意見を取り入れながら、関係人口の増加、、物販の振興、特産品の振興に努めて参りたい。

委員長：課長も代わったばかりなので仕方ないと思う。実感としてまだ掴めてないと思うので、そこら辺は考慮しながら進めていただきたい。続いて橋本委員。

橋本委員：アンテナショップが、渋沢記念館がなくなることはないだろうが、とれたて村のほうは、ガード下は取り壊して新しくする地域に入っているので仕方ないと思うが、その分ほかに増やすことができないのかなという部分で、北海道どさんこ市場は増えていて、ただあそこに出すのは書類をいっぱい出さなきゃならないので私も面倒になってやめたが、チャレンジして、一定程度売れないとレギュラーになれないみたいな仕組みになっているので、そういった面では書類の部分だとか販促の面で、商工観光課としてももっと支援できるのではないかなと思って、一覧の中でも意外と売れそうなものがあるのではないかなと。それについて考え方を伺いたい。

商工観光課長：新たなアンテナショップについてだが、とれたて村が昨年閉鎖となってしまったので新たなアンテナショップを見つけていきたいなとは思っているので、やはりいろいろ情報を収集したりしながら、出店料とかの絡みもあるので、その辺も考慮して、検討していきたいと思っている。

橋本委員：どさんこ市場はそんなにかからない。ただ、物を置いてもらうということが簡単にできないというのがあるので。前に道から派遣されていた方が担当していた時に結構チャレンジしたりもしているが、今の体制の中で難しくはないと思うけどやってみたらいいのではないかなと思う。

商工観光課長：北海道どさんこ市場はあまり費用はかからないということなので、私たちも北海道どさんこ市場の情報を持っていないものですから、これから情報収集して、アンテナショップとして機能させていけるのかどうなのか前向きに検討する。

山本委員：今日の所管事務調査は、販売に係る現状と課題だが、これを見るとイベントに出展したとか、アンテナショップを設置しているというのはわかったが、数字が見えないのでどう判断していいのかがわからなくて、1 つのイベントに出展した場合にどれぐらい経費がかかって、どれぐらい購入された金額があって、赤字だがこれぐらい宣伝効果があったので、こういう結果が出ているよというようなものが徐々に年を重ねるごとにあるかなと思うが、引き継いでいる部分があれば、それがわかれば、もう少し見やすいかなと思うが、わかればお願いする。

商工観光課主事(青砥悠賀)：渋沢栄一ゆかりの地の物産展でいうと、商品の売上というのが収入の部分に当たるが、東京商工会議所での売上が昨年 216,770 円。支出の部分に当たるところで言うと、商品の仕入代であったり、商品の発送代、事務用品のレジ袋だったり、そういったものの購入と職員の旅費が支出の部分で、今回の支出で言うと 366,801 円で、収入の 216,770 円から支出の 366,801 円を引いた額が 150,031 円のマイナスというところで、こちらの 15 万円が 1 回にかかる経費となっている。基本的に他の物産展も収支の合計が大体 15 万から 20 万あたりを推移しているので、観光協会でその額を負担している形となっている。

山本委員：町を知ってもらうため商品を知ってもらうためなので経費としてかかるというのはわかる。反省点みたいなところに書いてあったが、買っていただいた方の声は拾っているという内容だったと思うが、それを生かせていないということで、その声というのはどれぐらいあって、もう一度買いたいとか、ネットで買ってまで欲しいよとか、そういう声が何件ぐらいあったというのは、毎回統計を取って比較しているのか。

商工観光課主事：東京商工会議所であったり、東京都北区・板橋区というところは継続的にブースを出しているので、そういったところではやはりリピーターのお客様が何人か、毎回開設するたびに購入される方がいらっしゃる。実際に「とか蜜」がすごい人気な商品で、常温商品で、事務局としても取り扱いやすい商品ではあるが、個人的にネッ

トで買われたりとか、そういった声が多い商品であるので、そういった声はもちろん、事業者本人に届けたりということもしているし、もっとこうしたほうがいいよという改善点を直接言われることはなかなかないが、あった場合にはそういったものを事業者の方に、こういった声があったというのは適時伝えている。

山本委員：それは直接やりとりしている中で聞いた声なのか、それともアンケートみたいに文字でもらったものなのか。

商工観光課主事：催事に行くたびに、直接対面でリピーターのお客様にお声掛けいただいて、そういった相談だったり指摘だったり、要望も含めて、受けるということが基本的にある。

山本委員：どれが一番売れているのか。ふるさと納税のページも見てみたが、どこの事業者さんの商品が、一番売り上げがあるのかとか、どんな系統が人気があるのかなというのが知りたいが、この中でリピーター率が高いものももしかしたらあるのかなと思ったので、それがわかれば教えてほしい。

商工観光課主事：基本的には観光協会として出店しているので、観光協会会員を中心に商品の選定を行って持っていく部分もある。中にはもっとこんないい商品あるのにという声もあるが、そこは優先的にやらせていただいている。その中で人気の商品ということで、基本的には先ほどお伝えした常温商品の「とか密」であったりとか、あと催事ごとに冷蔵販売できるものであったりとか、冷凍庫を置けるか置けないかは催事ごとに変わってくるし、中には常温商品しか置けないというところもあるので、その時々での人気商品というのはもちろんあるが。東京商工会議所では全商品取り扱えるので、オフィスの職員には手軽に買っていただける飲むヨーグルトだったりとか、そういう昼の休憩時だったりとか、持って歩くのにかさばらない商品に需要がある。都心から離れた地区で販売する際はじゃがいもとか農産品、そういったものの詰め放題を実施しているので、そういったものが特に人気かなという印象である。

山本委員：リピーターという点も含めて、ここで買って美味しかったから、次はふるさと納税でやってみるねとか、自分で直接買ってみるねというふうに繋がった例というのを把握しているか。

商工観光課主事：実数は計っていないが、東京商工会議所さんでいうと 2021 年から出店しているので、基本的にオフィスの職員がもうリピーターになるので、取り置きしてくださいという方もいるし、東京商工会議所で私が把握している中では６名程度リピーターがいて大量に購入されている。

山本委員：清水町の特性の課題についてという最初の資料の４番目で、現状と課題について、地元の事業者さんと緊密に連携していくということだが、緊密に連携というのはどういうところを指すのか伺いたい。

商工観光課長：消費者の生の声を私たちが把握して、それを事業者の皆さんに丁寧に説明していきたいと思っている。

山本委員：情報を伝えていくというところが主で、そのあとのところは事業者が必要な場合は手を差し伸べてく、一緒にやっていくというような形であって、具体的にこうしていくというのはこれから決まるということか。

商工観光課長：おっしゃる通り。

山本委員：あと民間企業との協力について、民間企業のぐるなびの方とは、こうしていこうというプランというのは、大体見えてきているのか。

商工観光主事：民間企業、先ほど名前上がったぐるなびさんを含めて、９月に東京商工会議所で清水町単独のフェアがあるので、そういったフェアを開催するにあたってのご意見、プラン、こういった形のほうがいいよというご提案をいただきながら、そういった方たちと連携して、それと町内事業者のご意見とかも含めて、一緒に進めていけたらいいなと考えている。

山本委員：まずはその９月の商工会議所のイベントめがけて地道に連携を取って商品開発に特化するのか、具体的に何をやっていくかわかるものがあれば教えてほしい。

商工観光主事：商品開発の部分は企画課のふるさと納税のＰＲポイントになるかと思うので、基本的にはぐるなびさんから来られている方も企画課に所属されているので、そのことを中心にそういった取り組みはされるかなと思うが、観光協会もイコールな部分がもちろんあるので、随時その情報を共有しながら進めていけたらなと考えている。

山本委員：これからのことであまり話が進んでいないから答えられる部分が少ないということか。大体のスケジュールが、ここまでにこれをやろうとか決まっているかと思うので、それは企画課になるのか。

商工観光課長：我々も民間事業者様とお付き合いはある。ただ商品開発するのは民間事業者なので、そこのスケジュール感を聞かれるとなかなか答えづらいが、我々もできる限りのことは民間事業者と協力し合い、連携しながらやっていきたいと思っている。

橋本委員：訂正する。先ほど北海道どさんこ市場と言っていたかもしれないけど、何か違和感あるなと自分で思って、どさんこプラザに訂正をお願いする。

佐藤委員：今回、課長からいろいろご説明があった、３ページの４番、地場産特産品の振興に係る現状と課題について、山本委員も同じ質問をしていたが、問題点や改善点を把握するために、実食形式での販売等を町内事業者と連携し進めていきたいということがあるが、具体的にはどのような販売方法が考えられるか。なければよろしいが。

商工観光課長：イベントの種類によって提供できる商品が変わるが、その中でも実際に食べていただくことが大切だと思っているので、可能な限り食べていただいて、そして生の声を聞いて、それを町内の事業者の皆さんに伝えていくのが私たちの使命だと思っている。そうやっていきたいと思っている。

西山委員：サルビアが閉店になってしまったが、そのあとに何かやるとか進行状況がわかれば教えていただきたい。

商工観光課長：サルビアについてだが、具体的には再開のめどは立っていない。ただ少し前に桜の時期にそこでキッチンカーを出したいというお話をキッチンカーの事業者からいただいた。都市公園でいろいろ規制があって、簡単に出せないようで、商工観光課長としては、出してほしいと思っていた。来たお客様にもにぎやかでいいし、事業者にとってもメリットがあるのではないかなと思ったが、桜の花見の時期にそれがかなわなかったというのが現状である。ただ、理事者から都市公園の管轄は建設課になるのだが、建設課のほうにトライアルでもいいから夏ぐらいからキッチンカーが出店できるように規制を緩くしてほしいという話になっているので、サルビアの再開の時期はわからないが、それに少しでも代わるようなにぎわいをあそこで創出できればなと思っている。

西山委員：個人のものだから難しい点もあるが、全部ほとんどが町の所有地なので。やはりもう少し強烈に立ち退き・撤去するように働きかけないと進んでいかないと思う。だから壊して撤去してくれという、思い切って何月までにという方針を出さないと、話し合いをしていても、ずるずる長引いて「やります。検討します。」という返事だけで終わってしまうので、行政のほうで見切りをつけて、今年度のうちに撤去してほしいというぐらいの思い切った措置をとらないと次の段階に進んでいかないので、もう少し思い切り措置したほうがいいと思う。

商工観光課長：サルビアの件で私が思うに、建物の雰囲気もいいし、再利用の価値もあるので、時間がかかるかもしれないけどもう少しだけお時間をいただければと思っている。

西山委員：４番目の地場産品の振興に係る現状と課題について、あちこちで売って歩くというのもなかなか難しい問題で、一生懸命やっておられるのはわかるが、何かもう少し新しい商品開発ができればいいなと思う。これを見ても 14 点で売り上げが各どのぐらいかというのも何もわからないので、年間どのぐらいずつ上昇してきているか、やはりそういうデータもきちんと企画のほうでも出してもらわないと、５年ぐらいの間のふるさと納税の情報書類だとか、ただ見せてもらっても何もわからないので、どういう上昇率なのか、下がっているのか、そういうところもきちんと分かるようにしてくれないと駄目だと思う。

委員長：企画のほうの資料には若干だがいろいろ出ている。当然そういうのは把握されていると思うので、今後のそういうデータ関係については知らせていただくような形でよろしいか。できる範囲で結構です。
皆さんから一通り質問を受けて、私のほうからも若干よろしいか。まず１つは商品開発も含めてだが企画課との関係、そこら辺がどのようにされているのか、そのすみ分けみたいな形と連携の部分と、もしその部分について教えていただきたいなと思うがいかがか。

商工観光課長：観光協会と企画課の連携、定期的な打ち合わせはない。ただ、観光協会の事務局が商工観光課なので、隣の課同士で連携がないかといったらそうでもない。

委員長：結局それぞれの課で言葉悪いけどバラバラに取り組んでいるということになってしまうのかなと。はたから見たらそう思うが。

商工観光課長：全くバラバラかというとそうではないような気もするが、緊密にこれからも連携をとっていかなければいけない。委員長のおっしゃるとおり連携は取ったほうがいいと思うのでそのようにしていきたい。

委員長：結局、商品開発だとかの部分で重複してしまう。今回は入ってないが農林課の関係もある。農産品の認証制度の中で、認証制度の商品についてどう扱うかというのは、多分農林課との協議も本当は必要なのかなと思うが、今は特にないということでよろしいか。

商工観光課長：申し訳ないが、今後は横の連携を図っていきたいと思う。

商工観光係長：令和８年度から企画課でぐるなびさんの方に来ていただいているが、ぐるなびさんの方とは観光協会ではなくて商工観光課としてお話をさせていただいてるところで、ぐるなびさんに町内の事業者さんの声を聞いてもらっているが、そこを吸い上げた上で商工観光課として、例えばイベントで出店する出店料の補助金だとか、包装用紙やパッケージを新しく買い替えたいというときの補助だとか、そういった事業者の

要望に対して、今までの商工観光課は建設業側の補助制度が多かったと思うが、実際その商工業者さんが新たに物販とかいろいろな販路拡大の中で係ってくる経費の一部等を補助する補助金だとかを今後整備するということも考えていかないといけないのかなというところを今ぐるなびさんとは話している。

委員長：そこら辺は企画課とはまた違う部分、やはり住み分けという部分になるのかなとは思う。話は変わるが、実践販売の今後の課題ということだが、現状の中では例えばソフトクリームを常時売っているとか、そういうような形の販売はないということなのか。アンテナショップの中では、どうなのか。

商工観光課主事：アンテナショップ、渋沢逸品館が東京都の北区にあるが、そちらではソフトクリームの販売を行っている。そこはオリジナルで、例えば農協の十勝若牛カレーを実食・実践販売していたりするので、店舗のイートインスペースで食べられる場所もあるし、それ以外にも昨年、埼玉県の佃商店と一緒に、そごう大宮店という大きな商業施設の地下の飲食ブースを間借りして、実際に牛トロ丼や十勝若牛カレー、ソフトクリームを販売して、佃商店さんとスローフードさんと観光協会事務局の私が随行して、協力して１週間かけて販売した経緯がある。

委員長：常設ではないということか。

商工観光課主事：物産展については常設というか単発になるが、逸品館については１年間通して販売しているので、東京首都圏でも１年間通して常設で販売している。

委員長：いろいろな意見を聞くということで、その都度アンケートみたいなものはとっていないのか、どうなのか。

商工観光課主事：我々も結局、常時いるわけではないので、契約させていただいている逸品館の方に、そういった声を拾っていただくようなお声掛けをさせていただいて、実際に来ているお客さんの反応をより詳しく、我々も情報収集できるように、これから進めていきたい。

委員長：逸品館だとかアンテナショップ含めて、職員は年間に何回か行っているのかどうなのか。そこら辺の状況は。

商工観光課長：商工観光課の職員は行っている。

委員長：企画とかぶるかどうかわからないが、私たちも町民として清水でこれだけのものが、特産品としてあるというのがなかなかわかっていないというか、なかなか売っていない。３丁目広場もサツドラも一部商品で、やはり町民に知ってもらうことも大事なことと思うが、そこら辺の今後の取り組みについてどうなのかお聞きしたい。

商工観光課長：町民に愛されるというのは非常に大切なことではないかなとは私自身も思っている。どうやったら町民の皆様に商品を宣伝できるだろう、アピールできるだろうというのは今の時点で思いつかないが、できるとすれば各種町内でのイベントでの宣伝なのかなと思っているが、具体的にどうしたらいいというのはあまりないが、町民の皆様に知っていただく、愛されるというのは大切だと認識している。

委員長：なかなかイベントが少ないので、そういう部分ではもったいないと思うが、いろいろな素晴らしい商品がきっと結構あると思うが、なかなかそれが、町民の方がおいしい、これいいよということになれば、親兄弟や親戚だとか、拡大できると可能性もあると思うので、それらも含めて取り組みをお願いしたいなと思う。あと、大体それぐらい

なのかな。いずれにしてもいろいろな商品があるというのが今回わかりましたし、課題についてもある程度把握できたので、あと皆さんのほうから、特に今まで話を聞いた中で特に聞きたいことがあったら、出していただきたいがいかがか。

桜井委員：今聞いていて、委員長が言ったように、やはりリピーター、地元の人たち、本来であれば道の駅みたいなものがあって、そして生産者の顔が見えるような、生産者の思いが伝わるような物販ができれば一番いいけど、現状ではなかなか難しいので、委員長が言われたように、それぞれ企業は努力しているだろうけれども、商工観光課としてある程度ＰＲできるものがあって、町民が利用するのと、あとは贈答品、いろいろなものの中で利用してもらうというようなことをやはり考えていったほうがいいのではないかと思う。あと、埼玉の佃商店、東京清水会のほうに行ったときに、たまたま佃商店の小島君と前課長といろいろ話していた中で、佃商店というのはいろいろな事業をやっていると。不動産とかやっているという話の中で、たまたま深谷市のほうにも小島君に同行していろいろとつき合っている中で、埼玉でもできないかという話になって、いまだにそういう繋がりができていることをうれしく思っているが、やはりそういう繋がりというのが大切だと思う。町民にもっと利用してもらえるような、それぞれのお店に行けばいいけど、知らない部分もあるので、そこら辺の努力もしてほしいなと思う。

商工観光課長：清水町の特産品が清水町民の皆様にもたくさんアピールできるように、方法をいろいろ考えていきたいと思う。

山本委員：イベントの紙チラシをもらったが、道内外のイベント、５月の焼き物市では商工会の皆さんが出てくれると思うが、にんにく肉祭りとかがもしあればそこに出品、出店するよとかそういう予定がもう決まっているものがあれば教えてほしい。

商工観光課主事：道外の物産展については、東京商工会議所のほうに行くのと、東京都北区、埼玉県深谷市の予算が計上されている。道内だと、ホテルポールスター札幌で毎年参加しているのが今年も継続して出店する予定でいる。町内イベントは３回予定していて、清水で行われる清流まつりと御影で行われる御影フェス、それと清水のにんにく肉まつりというところで３回予定していて、それとは別になるが高校の学校祭でも観光協会のブースを出して、町内の事業者さんと今協議してるが、高校生が中心となって販売・提供をするというような機会を今予定している。

山本委員：清水でも出店してもらえる機会があるというのがわかったが、今まで引き続きやっているものに加えてさらにどこかと繋がりあるところに出店したいというような、その働きかけみたいなのは今後取り組みとして予定しているのかどうか伺いたい。

商工観光課長：新たにイベントに出店するだとか、物産展に出店するという予定は、今のところ決まっていないが、今後また良いイベントや物産展があれば、積極的に参加も考えていきたいと思っている。

委員長：町長がもともと関西にいたので、そういう部分では今後関西の方に展開するというのもすぐにはできないのでしょうけれども追々という形でなってくるのかなと思う。

桜井委員：東京清水会だとか帯広清水会もいろいろあるだろうと思うが、商工観光課としても課長も参加するのかもしれないけれども、もっと清水会を利用して、利用するといったら怒られるけれども、もっと応援団としていろいろ応援願うということも必要ではないかと思う。私が議長をやっていたときはコロナで参加できなかったが、副議長のときに１回だけ参加させてもらったんだけど、せっかくの清水会だから、抽選会をやったり交流するのはいいけれども、もっとＰＲして、東京とか札幌だとかそういうイ

ベントのときには、ぜひ応援願うというような試みもどこかがすべきではないのか、商工がすべきなのかわからないけれども、そういったＰＲもしていいのではないかと思うが、そこら辺も、考えてみていただきたい。

委員長：現状はいかがか。

商工観光課長：現状、私は東京清水会に参加したことはなく、どういう方々がいるのか全く存じ上げていないが、当然いろいろな人との人脈というのは大切になると思うので、東京清水会の人の人脈も含めて活用させていただきたいと思っている。

商工観光主事：東京清水会の方については、東京で催事を行う際には、役員の方、事務局の方に案内文を流して、この日にあるという通知をさせていただいている。札幌清水会の方にも同じような形で周知させていただいている。

委員長：連携してやっているってことだね。

佐藤委員：最後に一つよろしいか。私が商工会の委員長だった時には、春が始まったら桜まつり、清流まつり、神社の秋まつり、紅葉まつり、それからふるさとまつり、もう年がら年中、夏場は全部祭りをやっていたが、近所の祭りがなくなったり、町もふるさと祭りがなくなったし、町民の皆さんから何かやってくださいよという希望がある。今回新しく入ってもらった課長さんにそういったことをお願いしたいなと思って一言よろしくお願いする。

商工観光課長：私が課長になって佐藤委員から言われていた。私も平成３年に役場入ったが、その時には、春から秋までずっとお祭りが毎月のように続いていて、お祭りのたびに駆り出されて土日仕事をしていたのを覚えているが、確かに佐藤委員おっしゃるようにお祭りが数少なくなってきているのかなと思っているので努力させさせていただく。

委員長：ただいま商工観光課より説明と質疑について答弁等をいただいた。今後の課題、今後の考え方についてもお聞きしたので皆さんとともにまた今後の商品開発を含めたものを進めていきたいと思うので、よろしくお願いしたい。
これをもって商工観光課との協議を終わる。

（休憩：11：02～11：09）

委員長：再開する。本日は清水町の特産品の販売に係る現状と課題についてということで、お忙しい中企画課の方に来ていただいた。資料に基づいて現状の課題について説明をお願いしたい。

企画課長（鈴木　聡）：私からふるさと納税の現状についてお話しして、その後係長から本年の10月から改正されるふるさと納税の内容について説明させていただく。
まず私のほうから現状について説明させていただく。
白い資料を２枚ほどめくったところに寄附額の状況について記載している。令和７年度の状況としては、寄附額累計として3億9,535万1,300円、前年度比較して88％という状況。これは令和７年度において10月にサイトのポイントの廃止という制度改正もあって９月にある程度の駆け込み需要があったことはあったが、その後の収入額が前年度を下回った。通常11月・12月と通常駆け込みがあるが、その寄附も令和６年度に比べれば少し低調だった。その後のページについては主な運営サイトの楽天、ふるさとチョイス、ぐるなび、さとふると４大サイトを経由した寄附額の状況を示している。サイトによっていろいろな広告活動だとか、そういうような影響があって減った

部分、増えた部分、両方あるというのが現状である。
続いて、令和７年度ふるさと納税の市場動向と成長戦略というようなことで資料を進めさせていただいている。めくっていただくと、全国のふるさと納税の現状としては、成長率３％ということで、前年は10%であったので若干伸びていると言われているけれども、伸び率はだんだん鈍化してきている状況である。その次のページを見ていただくとおり、自治体によって差が出てきている状況である。増えた自治体もあれば、減った自治体も今回は 47%ということで、結構増えつつあるというような状況である。やはり提供している返礼品だとか、そういう世相も影響した中でのふるさと納税の動向というものが変化しつつあると思っているところである。その過去の状況については見ていただければと思うが、その総括的なものとして１枚２枚ほどめくっていただくと、まとめというところがある。まとめとして清水町の現状としては、令和４年度、２億円程度だったものが令和６年度には４億を超えた。ただ、今年度においては若干減った形で3億9500万円程度になったというような状況であった。その背景としてはやはり人気ジャンル、日用品だとか肉製品、海産物というところにやはり集中しているというような形で価格競争は激化してきているような状況である。市場の全体の動向としても、だんだん成長率が３％ということで鈍化してきているということもあるし、日用品の需要が高まってきているというような状況もある。やはり令和７年度においては、ポイントの廃止が大きく影響したのではないかなと思っている。また価格競争も激化してきている中で、その価格というものが寄附者の意向に多大な影響を与えているのではないかと思っている。今後のキーポイントは今後の戦略としては、返礼品のバリエーションの展開だとかキャンペーンへの積極的な参加、あと定期便配送強化という形でリピーターの獲得というものを目指していきたいと考えている。今現在シフトプラスという会社に委託しているけれども、その委託会社と連携しながら本年度も推進していきたいと思っている。その後、令和７年度に取り組んだ施策の内容についても示させていただいている。返礼品強化だとか、寄附者への対応だとか、そういうことを細かくさせていただきたいところである。そして何枚かめくっていただくと、令和８年度の取り組みということで記載させていただいている。令和８年度においては、さらなる返礼品のバリエーションの展開と配送の許可、やはりきちんと届くというのが重要になるので、寄附者の希望に沿った配送というものに心がけていきたいと思っている。また、定期便というものがやはり昨今は人気が出つつある。１つの品を１年にわたって定期的に届けるというものが今後は有効になってくると思うし、事業者間のコラボというものもこれからは必要なのかなと思っている。ただ、本町においても出せる返礼品には限りがあるので、そのような中でいかに事業者様と協力しながらやっていくかということが重要になってくるかなと思う。昨今はやはりいろいろ複雑化がされているので、施策展開においては複合的なアプローチというものが重要になってくると思っているので、寄附者の意向とか世相とか、意向をきちんととらえながら、委託会社と協力しながら進めていきたいと思っている。その具体的な内容についてはその次以降に載せてあるけれども、そのような形で今年度も持続的な成長を目指して事業者様の協力を得ながら、ふるさと納税というものを展開していきたいと思っている。本町のふるさと納税の現状については以上とさせていただきたいと思う。引き続き、本年度予定されている、制度の改正について係長の方からご説明させていただく。

企画課係長：資料でお配りしているふるさと納税制度についてという資料をご覧いただく。ふるさと納税については総務省の基準の見直しだとか制度の厳格化などが進められ、年々厳しいものとなってきている。このような状況の中で清水町としても、より一層適正な運営というものが求められている。この資料についてはふるさと納税の制度等、今後の大きな制度の変更点について説明させていただく。
資料の４ページから説明させていただく。４ページではふるさと納税制度の大まかな内容というものを４点でまとめさせていただいている。まず１点目としては返礼品割合３割以下と募集費用総額５割以下の基準である。返礼品の調達費用や送料などを中

心とした、いわゆる募集経費にあたる部分の経費が実際の寄附受領額の５割以下であるとあること、それから、そのうち返礼品の調達費用について３割以下とする制度がある。この部分の清水町の現状や詳細については後程改めて説明させていただく。
２点目が地場産品基準である。ふるさと納税の返礼品については、総務省で指定する地場産品基準という基準を満たす必要がある。本町の受領する寄附に対する返礼品として取り扱うことができるものも、この地場産品基準というものを満たしたものとなっている。地場産品基準についてもこの後の資料でもう少し詳しく紹介させていただこうと思う。
３点目としては募集の適正基準というものになっている。
上から順番に（1）ポイント付与の禁止。こちらは先ほど課長の鈴木からもご説明させていただいたとおり、昨年の 10 月より各ポータルサイトにおけるポイントの付与というものが廃止された。そこを守ってくださいという話になっている。
２点目については返礼品を強調した寄附者を誘引するための宣伝広告の禁止ということで、例えばふるさと納税のパンフレットだとか、町公式ＬＩＮＥで町外者向けにふるさと納税の情報発信を行っているが、その情報発信の内容だとか、例えば各サイトのメルマガ機能を利用した寄附者へのアプローチだとか、そういった部分については、返礼品だけの内容のものについては禁止するということになっている。本日の商工観光課の資料としてふるさと納税のカタログを配付させていただいているが、１枚目の資料についても、本来だったら返礼品の内容を全面的に打ち出したいところではあるが、そういったものは禁止するという制度に準じて、裏面にシティプロモーションの内容を入れてみたりだとか、画像も観光要素のあるものを入れてみたりだとか、返礼品を強調しないように、かつ、ふるさと納税の返礼品は多少目立つようにというような作りでいろいろな宣伝を行っているところである。
続いて資料の４ページに戻っていただいて（3）寄附者による適切な寄附先の選択を阻害するような表現を用いた情報提供の禁止。こちらについては、当たり前だが例えば産地偽装だとか、得だよとかそういう還元率の高さばかりを強調するような表現を禁止するというようなきまりがある。
最後（4）区域内に住所を有するものに対する返礼品などの提供の禁止。こちら清水町に住民票がある方でも清水町へのふるさと納税というものについては可能。ただ返礼品は送れないという制度がある。実際にここ何年かで清水町の方からふるさと納税をいただいたこともあるが、返礼品は出していない。私の記憶する限り確か１件だけだったはず。
続いて４点目が食品の産地名の適正な表示の確保について。食品の返礼品についてはここに記載のある事項について、こういった偽装行為だとか、疑われるようなものは駄目であるという内容について、各事業者と共通認識のもと返礼品の提供というものをしている。このようなルール、大きく分けて４つあるが、その中で特に重要な１番の返礼品割合や募集経費の部分、それから２番の地場産品基準について、この後の資料でもう少し詳しく説明させていただく。
資料めくっていただいて６ページをご覧いただく。この返礼品３割以下基準というものと募集費用総額５割以下基準についてもう少し詳しく説明させていただく。まず返礼品３割以下というものについては、寄附額に対して最大３割までというルールについて先ほど説明させていただいたが、清水町の場合については実際の寄附額に対して返礼品の割合というのが２割前後になっている。具体的には大体 18%から最大３割までの返礼品があるけれども、平均すると 23%～24%かそれぐらいの数値となっている。もちろん３割の方がお得感が強いということで、可能な限り３割に近い数字でやっていきたいが、例えばここで例として記載している寄附額１万円に対しては、大体最大３割というルールの中で返礼品価格としては 1.9 割、1,900 円という形で記載している。なぜこうなってしまうかというと、例えば寄附額１万円に対してポータルサイトの利用手数料、大体平均 10%が乗っかってくる。送料が北海道は他の都道府県に比べてとても高い。あと清水町に関して言えば、冷蔵品・冷凍品がとても多い。そういった総量を平均すると 10%を超えてくる。さらに中間委託のシフトプラスに支払っている料

金も5.5%、その他広告費や人件費などを入れていくと、とてもじゃないが３割はキープできないというような状態になっていて、返礼品ごとに多少前後はするところはあるものの、大体平均すると23%程度が現状のやり方だと限界かなと思っている。またその下に記載している募集費用の総額についても、直近の指定期間においては48.67%となっている。５割を遵守していくという中では、数字としてはいいところには見えるが、もう少し５割に近づいたほうがよりお得な返礼品を提供できるというような状況になっているので、なるべくぎりぎりをねらいつつ制度を遵守していこうと思っている。
各サイトでお得な返礼品、他のサイトより少し安く提供する返礼品については特別な宣伝をするよとかそういった広告が最近とても多くなってきているので、そういったものに柔軟に対応していくため、返礼品ごとに、各サイトごとに、多少前後はさせていただいているものの、平均すると今説明したとおりのような状況となっている。
続いて８ページをご覧いただく。地場産品基準についてである。地場産品基準については大きく分けて１から９まで基準があるが、現在取り扱いのある返礼品のほとんどが１号から３号というものに該当する返礼品となっているので、その部分を抜粋して説明する。地場産品基準については資料８ページの左側から１号、それから２号と書かせていただいている。まず１号については一番わかりやすいパターンのものだが、清水町の１次産品をそのまま出すというのが１号となっている。例えば清水町産のスイートコーンだとか、清水町のじゃがいもだとか、十勝若牛だとか、そういったものをそのまま加工せずに出すというものは１号となっている。
続いて２号が町内で原材料の使用の部分が生産されたものとなっている。返礼品全体に占める町内産の原料、この原材料というのが重量でも原材料費でもどちらでもいいが、そういった主要な部分を占めるものが清水町の付加価値が５割を超えれば出せるというルールのものが２号となっている。例としては、町外の砂糖を使用しているが町内で生産された小麦や卵、牛乳が全体の80%を占めるお菓子だとか、その下にハンバーグの例も書かせていただいているが、こういったものが２号となっている。この主要な部分とはという説明、北海道産の原材料と書いてあるが、こちら資料の記載ミスとなっている。清水町産の原材料という形で訂正いただければと思う。申し訳ない。
次９ページにいっていただいて３号の説明をさせていただく。この３号という部分が今年の10月から一部内容が変更される部分となっている。３号としては町内で製造加工の主要な部分を行うことで相応の付加価値が生じているものとなっていて、該当する状況としてはこちらの例に記載のある通り、町外の原材料を使用し、町内のお店で、例えば製造されたピザだとか、逆に町外の原材料を使用し町内の工場で製造された砂糖だとか、そういったものが引き続き該当にはなってくるが、ふるさと納税制度の改正によって黄色く引いているこの相応の付加価値という部分については、今までは言ったもの勝ちというわけではないが、作文次第でどうにかなっていた部分だったが、こちらについて今後価格を用いた算定を必ず行わなければいけないという制度に変更になっている。またその算出内容について事業者から証明書をいただくとともに内容の公表というものが義務づけられるのが今年の10月からの改正となっている。
１枚めくっていただいて11ページをご覧いただく。11ページに付加価値の算出方法というものを記載している。今まではいろいろな考え方で算出していたこの付加価値の部分について、今年の10月からはこのような計算式のもと、価格を用いて算出していかなければいけないということになっている。基本としては今までもこのような考え方ではやっていたが、正確なかつ証明書などが必要な状況となってきている。
続いて14ページをご覧いただく。14ページについては先ほど事業者から提出が必要になったという証明書などのことについて書かせていただいている。こちら３号に該当する事業者に、明日のふるさと納税活性化協議会というものを通じて説明させていただいた上で、早急にこの情報収集に取りかかっていこうというところだったが、少し資料が見づらいが、こういった事業者から清水町宛の証明書をいただいて、この証明書の内容に基づいてうちのほうでまとめた資料を町のホームページで公表する必要がある。その詳細については15ページに記載させていただいていて、まとめた情報をこ

んな形で公表していかなければいけないというような制度に変わることとなっている。こちらの公表については、町内でも大きな企業さんで返礼品を出していただいている事業者はたくさんあるが、大きな企業になればなるほどこういう区域内での付加価値という部分が、機密事項というかなかなかこう表に出したくない情報ということで、地場産品基準に仮に当てはまっていたとしても、なかなかこの公表という部分ではご納得いただけていない事業者もたくさんいると聞いているし、実際に町内でもそういう事例は起きている。今後そういった事業者についてはいろいろ相談させていただきながら、なるべく返礼品として提供し続けていけるような体制を相談していきたいと思っている。
１枚めくっていただいて 17 ページ。もう１点の制度改正部分だったが、こちらは１支払い先当たり 100 万円以上の募集費用について詳細を公表することとなっている。こちらについては、今までなかったが例えば月 10 万円の報償費を支払っている事業者さんがいたとして、12 ヶ月で 120 万円なると思うが、この基準をクリアしてしまう事業者、してしまうという表現が適切かわからないが、クリアする事業者さんについては、事業者の名称だとか所在地だとか、あとどのような項目でお金をお支払いしただとか、そういった部分を必ず公表しなければいけないという制度に変わる。こちら７年度分から適用ということで今年の９月末までに整理して、こちらについても公表した上で、８年度の新しい指定期間、また 10 月から９年９月までの寄附をスタートさせていただくような状況となっている。資料には記載がないが、先ほど５割ルールという形で説明させていただいたが、今年の 10 月から段階的にその５割という募集費用の上限も変わってくる。実施に関しては 10 月以降 47.5%、それから 2.5%ずつ３か年にわたって減少していって最終的には 40%になるというような方向で今ふるさと納税の制度は進んでいる。その経費率がどんどん厳しくなっていくという状況に対してどう対応していくかというのを、先進自治体の事例も参考にしながら、より寄附者のお得感が損なわれないような方法を企画課としても考えていきたいなと思っている。制度の説明としては以上とさせていただく。

企画課長：以上、我々の方から、現状と制度についてご説明させていただいた。毎年のように、制度も少しずつ変わりつつあり、総務省のきまりも厳しくなっている状況であるが、貴重な今日の財源となるお金であるので、より多く集められるよう我々も努力していきたいと思っている。企画課の説明としては以上である。

委員長：ただいま説明いただいた。これについて質疑等をとっていきたい。西山委員いかがか。

西山委員：なかなか難しくて、毎年毎年、基準が変わっていて対応するのが大変だなというのはよくわかったが。今、何件ぐらいのサイトと結んでいるのか。

企画課係長：ポータルサイトの数については 24 のサイトに掲載している。うち直接契約させていただいているものが 10 件程度。例えばふるさとチョイスとかはものすごくたくさんのパートナーサイトというものが存在していて、例えばふるさとチョイスに掲載することによって、ふるさと納税デパートだとか、丸井ふるさと納税だとか、そういったパートナーサイトにも同時に掲載されていくというような取り決めがあって、そういうものをすべて入れると 24 のサイトに掲載している。

西山委員：横に書いてある数字は、寄附額のところで書いてあるサイトのところ、横に書いてある金額みたいな小さいやつ。これは何 2,400 円とは。

企画課長：これの見方として、最初の１ページについては累計の金額で、楽天でいくとシェアとしては 41%のシェアがあるというところ。ふるさとチョイスで 20%のシェア。単純に言うと年間で 3 億 9000 万ほどの寄附いただいたので、その 4 割が楽天サイトから来ているというような見方になる。それぞれの内訳は２ページ以降に次のページ以降に

なっているので、ご覧いただければなと思う。その下のちょっと小さい字だが、４月から 13 月までの月別の、金額についてはトータルの寄附額になる。

西山委員：サイトがすごくたくさんあって、うちらも 24 もやっているということだからまあいいほうかなとは思うが、なかなか難しいね。数字サイトから見ると、毎年のようにちょこちょこ少しずつ上がっているみたいだけど、制度が変わって上がったり下がったりというようなところもあるし、清水町は順調に少しずつ良いほうにいっているかなとは思うが。なかなか返礼品にしても、そんなにこれといってすばらしいものがうちの町にはないと思うが、それから見たらまあまあ頑張っているほうかなとは思う。

委員長：質問はあるか。

西山委員：海産物ばかりがどんどん伸びていって、肉類だとかそっちのほうが落ちていくような状況だけど。池田が結構ワインだとか他のもの、肉も急に伸びてきて、いっぺんに上がってきたりとかしているけど、なかなかこの開発をするということが一番難しいと思うが、農産物ばかりだからそれをどうやって加工してやるかというところがこれからの課題だと思うが。

企画課長：おっしゃる通りでやはり海産物・肉製品というのが一番の全国的な主流なところもあって、町によってそういう加工場を誘致して、原料は町外から入れて加工して、どんどんそれを売りにしていくという町村もあることはあるが、ただそれも本当に一長一短で、ふるさと納税に頼り切りの事業者というのはなかなか、これふるさと納税自体が本当に永久的にあるかと言ったらそれは約束できるものではないので、そういうデメリットもあるかなと思っている。その中で本町がどのようなものに手をつけられるか、農産物をどう確保していくかというところと、あとはまだまだ少ないが、うちのゴルフ場の体験とか利用券とか、そういう体験型と言われているものも少しずつ増やしていかないと、加工品だけでは限界があるのかなと思っているので、現時点で返礼品としてキャンプ場の利用料だとか、ゴルフ場利用料も出してはいるが、まだまだ認知度は高くないのかなと思っているので、そういう点も今後の課題の１つかなと思っている。

西山委員：今言われたようにゴルフ場の体験というようなそういう宿泊つきのそういうようなプランを作ったらいいと思う。去年だけでも、韓国からここのメイプルに 2,800 人ゴルフで来ている。一昨年がちょうど 2,300 人ぐらいだったが、いきなり伸びてきてすごい脚光を浴びているので、何かそういうものを利用して、清水町に泊まってくれればいいなと思って今考えてはいるが、なかなか泊まるところも小さくて、ツアーで来る方が多いからどうしても帯広のホテルに泊まる方が多いので、清水でなるべく泊まってもらうような方法をと思って考えてはいるが。そういうものもやはり利用してやっていったらいいなと思うが。

企画課長：そういうような宿泊、先日トレーラーハウスもオープンしたということもあるし、インバウンドに対してふるさと納税はなかなか対応しきれないところであるけれども、やはり聞くところによるとうちのゴルフ場はなかなか整備されていて評判がいいと聞いているので、そのゴルフ場というものも活用するのも１つだし、旭山地区のキャンプ場４か所も結構評判いいキャンプ場だと聞いているので、そういうものを利用した中と、あとまだ例は少ないがアイスホッケーの個人レッスンというものもメニューとして載っているので、そういうこともＰＲしていければなとは思っている。

委員長：佐藤委員はいかがか。

佐藤委員：募集費用の透明化ということでお聞きしたいが、地方団体が１支払先当たり 100 万

円以上の募集費用について、その支払先、支払額、支払目的を公表することとされたということであるが、清水町で該当者は何社あるのか。

企画課係長：申し訳ありません。何社かという正確な数字については押さえていないが、とても多くの事業者、それからポータルサイトが該当になる見込みである。

委員長：続いて山本委員。

山本委員：資料を見ていくと細かい数字、ふるさと納税額は載っているが、経費がどれぐらいなのかという差が、例年のその差というかその町に入ってくる、ふるさと納税される部分と経費の差し引きの分の資料というのはあるか。

企画課長：経費については制度の説明の資料６ページに 48.67％という数字が出ている。この 3 億 9,500 万円にこの数字を掛けていただいて算出された数字がこのふるさと納税にかかる費用となる。残り 52％程度だから約２億円弱が町の財源となっているととらえていただいてよろしいかと思う。毎年、大体 48 から 49％の費用で収めているというのが今の状況であるので、そう考えていただいてよろしい。

山本委員：説明資料を見ると、説明いただいたときに、成長率は３割にとどまってきていて、４割超えの自治体が失速しているという結構難しい局面に来ているかなと思うが、それによってはその他と違う戦略を、地域活性化企業人、企業とかにもお願いしてやっていくかなと思っているが、それについてはその後ろにある説明が今後の研究になっているのか。

企画課長：そう。基本的にこの８年度以降の施策として抱えていることを重点的に取り組んでいきたいと思っている。ただ、おっしゃられたように企業人という形で今ぐるなびから派遣いただいているので、その方の知見も利用した中で、いろいろな今までで挙げてきた返礼品、単品で挙がっているが、それの先ほど申した事業者間のコラボだとか、それを定期便にできるとか、あと量の問題、量も小分けして送るとか、そういういろいろなやり方があるのではないかなと思っているので、今までは本当に１つのものを出すというだけだったが、それを寄附者の方が求めやすくなるような出し方というものも検討していけるのかなと思っているので、今まで活性化企業人の方の知見を利用しながら、そういう形で寄附者の人が寄附して魅力に感じるようなものを出していきたいと思っているし、まだ外から見て清水のこれが売れるということも提案いただきながら、新たな返礼品というものも展開していければなと思っている。あとは経費をできるだけ安くするように、関係サイトとかインターネットではない委託業者とも協力していきたいなと思っている。

山本委員：企業人制度に対しての負担金も結構あるので、その分が清水に入ってくるように、計画してくださっているのかなとは思うが、他の地域も地域活性化企業人の方を入れてやっていると思うが、差をつけていくのは難しいかなと思うがその辺はどうか。

企画課長：各地域それぞれやはり特産品とか各町村の個性というものがあるので、単純に比較できないところではあるが、ただやはり企業人の方という形で外部の支援というものが入った市町村については、別な展開がされているという事例が多いので、清水町においても来たことによっての別な発展の仕方というのが今後は期待できるのかなと思っている。職員だけでは、ましては町内にいる人間にとってはなかなか魅力として感じていない部分も多くあるので、やはりそういう外から見た目というものが今後は有効に活用されていくのかなと思っている。

山本委員：日用消耗品が好調ということだが、この日用消耗品が何を指すか。米とか雑穀なの

かなと資料から見るが。清水町も日用消耗品というものに力を入れていくのかというのをお聞きしたい。

企画課係長：日用消耗品についてであるが、うちの町でわかりやすい日用消耗品、例えばティッシュだとか、トイレットペーパーだとかそういったものはとても人気があった。ただ清水町の中でなかなかそういったものは生産できていなかったが、本町の食べ物のほうの返礼品でも、普段使いを多くしていただけるような、嗜好品には該当しないような返礼品もあったので、そちらについての露出を高めることで、昨年については大きく成果は出たかなと思っていて、８年度についてもこれについては同じような傾向が続いていくと聞いているので、引き続き嗜好品を露出していくのに加えて日用品の今までなかった部分の露出というものも意識しながら、広告については展開していきたいと思っている。

山本委員：ふるさと納税のサイトを見てみたら、サイトによって取り扱い件数が違ったが、それはカテゴリーを分けているから件数が多かったり少なかったりするのか、それともサイトによって差をつけているのか、その出す件数に差があるのかというのを伺いたい。

企画課係長：各サイトによって差はつけているし、すべてのサイトにすべての返礼品を掲載しているわけではない。それぞれのサイトの特徴に合わせた割り振りをさせていただいた後、在庫数にも限りがある返礼品については、先ほどご説明したサイトのシェア率とかも見ながら在庫については振り分けさせていただいている。

山本委員：清水で言ったらどのふるさと納税が人気というか、どの事業者でもいいが、どれが人気で、先ほど嗜好品ではなくて日用品が伸びてきて昨年清水でもと言っていたが、それはどれを指すのかなと思って差し支えなければ、

企画課係長：具体的には、ホクレンの砂糖関連の返礼品がいわゆる日用品というものに分類されるという情報があって、そちらについて大きく容量展開をしたりだとか、逆に少ない容量のものを作ってお買い求めやすくしたりとか、そういった取り組みをした結果、砂糖の返礼品として出す量としては、今までとは比較にならないほど上がった。砂糖だけに関しては、一方で全体のトレンドというか、市場の情勢的にいわゆる嗜好品というものは、引き続きＰＲはしたが、それと反比例するように落ちていったというような状態にはなっている。

山本委員：農産物もふるさと納税の中に入っているかと思うが、それの割合はどれぐらいか。清水町の中では、時期的なものもあると思うが、スイートコーンとか、それはどれぐらいシェア率があるのかなと思って。わかれば。

企画課係長：正確なシェア率までは今お答えできないが、農産物も昔は非常に取り扱いが少なかった。なぜかというと、出荷先が決まった状態で具体的にはほとんど農協に出すような予定でそれに合わせた作付をしていくという農家が多い中で、なかなか他に回せる部分がないというお話を今までいただいてはいたが、やはりこの地域上、１次産品にとても人気があるということで、例えば隣町の芽室町でもスイートコーンすごく売れているという状況なども踏まえて、昨年あたりから１次産品の取り扱いというものは直接農家にお願いしに行って、農協さんとも十分協議した上でふるさと納税にまわしてもらうのを少しずつ増やしているような状況である。出しているものについてはじゃがいもだとか、アスパラだとか、あと昨年から始めたとうもろこし関係、とうもろこしといっても芽室町と全くかぶせるのではなく、ホワイト系のものを出してみたりだとかそういった清水町の特色も出しつつ、１次産品の取り扱いを少しずつ増やしていて、７年度については１次産品の売れ行きとしては過去最高だったかなと。取り

扱い品数の増加に伴って、こちらで予定していた、売れるかも自身が正直なかった部分もあって、少な目の在庫指定をしていたが、在庫予定していただいていた分についてはすべてはけて、むしろ足りないという状況もあったので、８年度については事前に相談させていただいた上で、ニーズがあったものすべてに対して返礼品として出していける程度の在庫を今確保させていただく予定で進めている。

山本委員：農家は農協に出してもふるさと納税のほうに返礼品で出しても収入は変わらないのか。しくみとしては農協からということになるのか、直接なのか。

企画課係長：農協への卸値がどうなっているかというのはなかなか把握しきれない部分ではあるが、ふるさと納税についてもほとんど同等の値段で出していただいているのかなとは思っている。

企画課長：値段はそんなに把握しておらず、返戻品としての農産物という取り扱いで交渉している形となる。農協、他の取引先との卸の比較はしていないので、言い値ではないが一般的な価格でふるさと納税用として、言っていただけた価格に準じて私達のほうで給付を決めて返礼品にしているというような状態。

橋本委員：かつては肉製品で需要に対応できずに納期が遅れていたみたいな時期があったかと思うが、今はそういう問題は起きていないのか。

企画課係長：今については、橋本委員おっしゃるとおり、過去にそういう状況があった。そういった反省を踏まえて、現在は納期を細かく指定できるような、この寄附を選択するときにそういったＳＫＵシステムを取り入れて。事前に細かい納期まで寄附者様に選択いただいて寄附していただくような状況にしているので、こちらで提示していた納期から大幅に遅れるとかそういった状況はなくなっている。

橋本委員：当時思ったことは、ふるさと納税を増やしていくときに、やはり人気の商品抱えているところが需要に応えられない状況では、寄附額が伸びていかないで頭打ちになるのではないかという心配があったが、砂糖がぐっと伸びていったとか、他のものでそれをカバーできるような感じになっているのか。その辺大丈夫なのか。

企画課長：やはり１つの企業に頼るというのはあまりよろしくないので、少し砂糖のウェイトは上がってきているので、一時期よりは少し分散してきてるかと思っているし、手元に届く配送の期限も柔軟にできるように、またシフトプラスと運送業者今、基本的にはクロネコヤマト中心に配送しているが、そこできちんと行き違いがないように連携を取りながらやっているので、一時期あった寄附者に迷惑かけるようなことはなく進んでるかなと思っている。

橋本委員：１号２号３号ぐらいがメインになってくるというふるさと納税の産地、それで３号でクリアできなくなる見込みというか、その辺は全体の額がどれぐらいになるか。

企画課係長：金額まではまだ積算してなくて、今大きな企業から順番にこういった変更があるよ、こういう書類が必要になるよという説明をしている段階で、まだ正式に書類をいただいていないのではっきりしたことは今の段階で申し上げられないが、今の段階ですでに出すのは今後難しくなっていくというようなお話をいただいている事業者もあるので、一定の返礼品の減の原因にはなってしまうかなという見込みにはなっている。

企画課長：ただまだそれが数社で、うちの寄附額に占める割合としては多い企業ではないので、大きな影響はないかとは思うが、やはり大きな企業でもあるので、今後も引き続きお付き合いしたいなと思ってはいる、やはり先ほど係長が言っているとおり、企業秘密

というものがやはり大きくなればなるほど厳密に扱われてくるので、そういうところが１つの課題かなとは思う。

橋本委員：この返礼品の選定にあたって、公平性の確保をしていくという部分が民間であれば、売れ筋でガーンと行けばいいのではないかとなるが、町でやっている場合にはかなり神経を使うところかなと思うが、類似品の扱いに対して何か考え方というのはまとまっているか。

企画課係長：類似品については過去からのいろいろな経過があるが、今については、同じようなものだから、これはだめだとかそういったことはしていなくて、事業者さんの意向と地場産品基準に当てはまるものであれば、積極的に出して宣伝していくという方向で今取り組んでいる。

桜井委員：もう１つ２つ聞きたいが、ふるさと納税というのは財産収入ということで、税外収入、貴重だということで、これも交付税から引かれないというか、自治体で使えるということなんだけれども、そういうことで全国的にも推奨されているが、商品のリピーターの心を掴むということは、返礼品の良い悪いとかいろいろな志向によるものであると思うが、またもう１つの考え方として、寄附者が自分の寄附したものがどのように使われているかという部分がある程度評価する人もいると思うので、関係人口の取り組みだとかいろいろな戦略とあわせて、そういった部分についての考え方というか、何かあればそこを１つまず聞きたいが。

企画課長：今委員がおっしゃるとおり、寄附者の方々に寄附した効果というか、そういう気持ちを理解してもらうということが大切で、どういう形で使った人というものはきちんと明確に示していく必要があるかなと思っているので、毎年寄附報告書というものはホームページで公表させていただいているけれども、それを今の形がいいのかどうかは検証していきたいと思うし、また関係人口の中でも、今、国においては、ふるさと住民制度というものも考えられている状況なので、そことの関連性も持ちつつ並行して考えていきたいなと思っている。

桜井委員：町長の公約でふるさと納税を、財源をもっと増やしたいという公約があったと思うが、現実的に政策の中で、上士幌あたりは子育てに使うというようなことで１つの柱があっていろいろなことを展開していった経緯もある。清水町の場合は寄附をいただいて、どういった政策に結びつけるというものがあるのかないのか、理事者等の意向がどんなものか、あればお聞きしたいなと。

企画課長：その点についてはこれまで本町のふるさと納税については明確にここ一本でというような訴え方はしてきていなかった。町全般の政策に対しての支援という形で使わせていただいたというのがこれまででであった。ただ現実的には子育て支援が主な使い道になってきているし、あとは高齢者支援、例えばタクシー利用券とかそういう財源にもなっているので、現実にはそう伝わっているのが本町なので、やはりそのＰＲいったらあるかどうかわからないが、使い道の公表の仕方というものは今後工夫しなければならないのかなと思っている。

桜井委員：最後に企業版ふるさと納税、これについて今の状況がわかれば教えていただきたい。

企画課長：企業版ふるさと納税についてはそれほど多くはないが、昨年は 430 万円程度で、件数的には数件。大口でいけば 150 万円。1 回で 150 万円の寄附という方がいらっしゃった。ただ本年度もすでに 100 万円単位の申し出があるので、昨年よりは多くの寄附額が望めるかなと思っているけれども、これについては北洋銀行などともマッチングの支援の委託契約も結んでいる。そういう銀行さんの繋がりの中で本町をＰＲして寄附

していただけるような事業者もこれからは募集していきたいなと思っている。ただ企業版も、確か時限があるので、その時限も見ながらやっていきたいなと思う。

委員長：以上でよろしいか。大体の質疑が出されたと思うが、私の方からも若干お聞きしてもよろしいか。今企業版のお話もされたが、商品の中にプリマハムとか入ってないか。

企画課係長：はい。プリマハムのものについては香薫というソーセージのものを返礼品として出させていただいているほか、今年度から新しくファミマのふるさと納税という、ファミリーマートの中にある商品に対して使えるふるさと納税制度というものを利用させていただいていて、ファミリーマートで清水町で唯一出せる返礼品となっているのが、プリマハムで作っているカルパスということになっているので、今状況としては、香薫というソーセージ、それからファミリーマートのカルパスで２つの返礼品を出している状況である。

委員長：あと、町長が言っていたようにいわゆる十勝ブランドという部分の影響は担当してどのように感じられているのかお聞きしたいと思うが。

企画課長：おそらくそのＰＲの仕方での十勝というブランドの使い方になってくるかなと思うが、管内的にはあまり十勝というものを意識したふるさと納税のＰＲの仕方をしている町村は少ないかなと思っている。上士幌はかみしほろ牛だとか、芽室はスイートコーンという形で本当の現物を前面に出して売り出している町村が多いので、その中で今後は十勝というものがもう少し使うことが可能であれば、目につく機会は増えるかなと思っている。ただ、それが直接どれだけ寄附に繋がるかというのは、やってみなければわからないところであるけれども、十勝という名から清水町にたどり着いてもらえる方が増えてくれればより一層、向上には繋がるかなとは思っている。

委員長：あと商工観光課にも聞いたが、商品開発活動も含めた商工会、観光協会との連携があまりないという話は聞いたが、特に商品開発を含めた中でそういう連携というのは必要ないものなのかどうなのか、そこら辺の考え方をお聞きしたい。

企画課長：全く必要ないとは思っていない。やはりこのＰＲというものについては観光協会なり商工観光課と連携しながら進めるべきだと思っているし、必要なことだと思っている。商品開発においてはどこまで連携できるかは不明なところあるけれども、やはり事業者様との繋がりを持つ上では、商工会なり商工観光課と繋がっていくことが必要かと思うので、今までそういう形でまだまだ十分ではなかったので、今後はさらに商工観光課と連携しながら進めていければなと思っている。

委員長：はい。あと皆の方から特に今まで聞いた中で、改めて聞いてみたいこと、山本委員。

山本委員：リピートされている方というのは、統計を取れているのかどうか。定期便についてもどれぐらい需要があるのか。どんとくるよりは定期で砂糖も定期便でくるようになっているが、それはやはり定期便のほうが需要はあるのか。リピート率と定期便をお願いしたい。

企画係長：まず定期便についてだが通常の返礼品より定期便のほうがものすごく多く出るという状況ではない。ただ、いろいろな消費者のニーズというものに応える中の１つとして、定期便というのは一定の成果は出ているかなという認識である。リピート率については返礼品ごと様々で細かい分析まではできていない。ただ、清水町の返礼品についてはいわゆる先ほども説明したこの嗜好品に該当する部分が多く、専門的な方にも返礼品のラインナップを見ていただいたことあるが、なかなかリピートに走っていく

というよりは、新規での獲得というものを目指していったほうが、最終的な寄附額の増加に繋がる可能性が高いというご意見もいただいている。寄附者に対してその後のアプローチというものは引き続き行ってはいくが、新規でのふるさと納税の募集という部分にも力を入れていきたいなと思っている。

西山委員：企業版ふるさと納税の方のＰＲの仕方とか、何か考えてやっているのか。

企画課係長：企業版ふるさと納税についても、企業版ふるさと納税というのは具体的な事業に対しての寄附という性質もあって、なかなかその事業の選定の関係などで、今具体的なＰＲの資料は作れていないが。全体としての事業というか、大枠の紹介をさせていただくチラシには掲載させていただいているのと、先ほど課長からも説明させていただいた銀行系のマッチング支援については、もう少し細かい内容で清水町はこういうことをしているよという資料作成の上で、いろいろなところに配布していただいている状況となっていて、今後については、いろいろなＰＲの場だとか方法についても、各所からご提案いただいてるところではあるので、効果的なものについて、検討の上進めていきたいなと思っている。

西山委員：これから企業版ふるさと納税が本腰になっていくのだろうと思っているけど、人手不足の解消だとか、いろいろな水道工事だとか、いろいろなものにね、うちの体育館だとか、そういうものに使うのに応援してもらうというような方法を何かいろいろ考えていかないといけないのではないかと思うが、これからの考え方だがそういうようなほうに向かって何かいろいろ戦略を練っていかなければいけないかなと思うが。

企画課長：はい。今までは通常にふるさと納税という形で募集していただけだが、クラウドファンディングということになるかどうかまだわからないが、そういう形で目的をきちんと示して皆様の寄附をいただくというのは友好的な手法だと思っているので、今までうちとしては１つのものを提示しないで広く集めていたというのがうちのやり方でしたが、今後は今おっしゃるとおり体育館建設だとかいろいろな公共施設の建設、またいろいろなことも控えているので、そういう目的を示して寄附を集めるというのも１つのやり方だと思っているので、よくよく検討していきたいなと思っている。

委員長：ふるさと納税だけ担当するというのも大変だと思う。現実的に制度も変わるし、そういう部分ではこの企画課の中に担当があるが、これ現実どうなのか。例えばそういう別に組織を作って改めて専任でふるさと納税だけを扱うとか、そういう役場の機構の部分については、その担当課としてはどのように、なかなか人員が少ない中ではどうしても兼務になってしまうのかもしれないが、そこら辺について考え方がもしあったら教えていただきたいと思うが。

企画課長：事務の担当という考え方だが、理想でいけばやはり専属であったほうが専門的な知識を得ながらやっていけるし、ただ、そのほうがある程度長くいることも条件になってくるので、行政として専門として置くのはいいかどうかというのはよく考えなくてはと思っている。ただ、先ほど申した募集経費の関係で、５割４割という基準になってくる。その中には専属となった場合の人件費も含まれてくるので、今、もし機構として専属となれば、委託を解消しなければならなくなる可能性もある。そういうことを総体的に考えていかなければならないことなので、委託は委託としてメリットがあると思う。専門知識を持った方が永続的に清水町のふるさと納税を運営していくということになるのでそういうメリットもあるし、一方で行政側も専属で持てば柔軟な対応ができるとなるが、その辺はやはりいろいろなうちの役場の人員体制とか、そういうことも含めて総合的に判断せざるを得ないかなと思っているので、現状の体制の中では委託をお願いしている業者さんにかなりやっていただいているので、全く負担がないというわけではないが、現状の中では対応可能な体制ではないかなと思っている。

委員長：はい。時間が過ぎて申し訳なかった。貴重な時間、企画課の方にふるさと納税を中心に取り組みを説明していただいた。これをもって企画課の方との説明の聞き取りを終了させていただく。

委員長：時間なので早速まとめの方に入りたいと思う。商工観光課そして企画課の方から説明をいただいた。皆さんからもいろいろ質問していただいて、いろいろな課題も見えてきたのかなと思う。そういった部分でもし今言っておきたい部分があれば出していただいて、全体のまとめについてはそれぞれ皆さん方で日にちを切って、書類出していただくような形でまとめていきたいがよろしいか。（よろしいとの声あり。）もしこの場で特に何か言っておきたいようなことあったら出していただいても結構だが。

山本委員：企画課の方からの説明でもう少し、皆さん多分聞けることがあったのかなと思うので、時間が足りないなというところがあったので、もう１回所管事務調査ということにはならないかもしれないが、機会があれば勉強会みたいな、もう少しどうなっているのかというのを学ぶ時間があったらいいなと思った。

桜井委員：今回は商工と企画だったが、この我々のふるさと納税に関する特産品の販売について、できれば農林課だとか、農協を含めた、ここに携わっている人たちのそういう人たちの意見というか取り組み方、総務省のほうでいろいろこう変わってきて、何か大変な部分もあるし、資材高騰の部分も大変な部分もある。そういったことも必要ないのかあるのかわからないけれども、聞いてみたいなという思いはある。

委員長：今桜井委員、山本委員からもあったが、企画課も含めてかどうかわからないが、関連する組織団体、ＪＡ、農林課も農産品があるので、そこら辺も含めて聞いてみたらどうかという話があったが、改めて時間を取ってそのような形を取ったらどうか、継続していくのかどうかについて皆さん方からお聞きした意見を聞きたいなと思うがいかがか。今月中で終われば継続でなくても。その時は１回整理して企画課に対してどのようなことをまた聞いていくのかということも整理しないと同じことを聞いても仕方がないので。

橋本委員：まあまあ聞けたのではないのかなと。

委員長：農協や農林課をどうするかという関連も含めて、どうしますか。調整してもらってもし時間が取れればそういう形で取ってみては。

桜井委員：ただ問題は、なかなか連携が取れてないというのもあるし、そこら辺もやはり指摘しなければならない部分であると思う。

委員長：どうするか。継続するか、一旦これで終わらすか。今回の調査については終わらすということでよろしいか。

（「はい」という声あり）

委員長：ではまとめについて、皆それぞれ考え方いろいろあると思うので考えについて、まとめて出してもらうということにする。それをもとに全体をまとめて報告書を作っていきたいなと思う。自分の考えというか、特に載せてもらいたいということだとかいろいろあったら出していただいて、それを最終的にまとめて報告として作っていきたいと思う。来週の金曜日 22 日までに事務局のほうにメールか提出かという方法でお願いしたい。
では最後、その他として皆さんから特にあるか。

特になければそのような形で今後進めたいと思う。
では、本日の総務産業常任委員会を閉じさせていただく。

【閉会　１２：２０】