

# 総務産業常任委員会会議録

- 1 日 時 令和2年1月21日(火)  
10時30分開会 11時21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：奥秋康子 副委員長：山下清美  
委員：深沼達生、佐藤幸一、口田邦男、桜井崇裕  
議長：加来良明
- 4 事務局 事務局長：山本 司、次長：宇都宮学
- 5 説明員  
  
(1)所管事務調査について  
企画課：課長 前田真、課長補佐兼統計企画係長 川口二郎
- 6 議 件  
  
(1)所管事務調査について  
・ふるさと納税の取り組みについて  
(2) その他
- 7 会議録 別紙のとおり

(1) 所管事務調査について  
・ふるさと納税の取り組みについて

委員長（奥秋康子）：総務産業常任委員会の所管調査を開催する。

本日は、ふるさと納税の取り組みについての項目で進めていきたいと思うので、よろしく願います。

それでは、早速、始めたいと思う。まず担当課のほうから自己紹介をしていただいた後に資料に基づいて説明をお願いします。

企画課長（前田真）：（自己紹介）

企画課長補佐兼統計企画係長（川口二郎）：（自己紹介）

企画課長：本日は、清水町のふるさと納税におけるこれまでの取り組み状況と今後の課題等についてもあわせて説明したいと思う。最初に私からふるさと納税制度をはじめとする概要について説明申し上げた後に、課長補佐の川口のほうから資料に基づき清水町の寄附金の推移や取り組み状況について説明したいと思う。12月定例会で口田委員からの一般質問において答弁した内容と重複する説明があるが、そこはご容赦いただければと考えている。

まず初めに資料の1枚目をご覧ください。2番目にふるさと納税制度の変遷が記載されている。ふるさと納税という制度が創設されたのは平成20年まで遡る。既に10年以上が経過している制度である。清水町がふるさと納税に本格的に取り組み始めたのは、ここにも記載されているとおり平成27年度である。平成27年度より、従来は確定申告による寄附金控除を受けるという仕組みであったものがワンストップ特例制度という仕組みが創設されて、確定申告をしなくても翌年の住民税から寄附相当額が減額される仕組みになった。寄附者にとって事務手続が大幅に簡素化されることになったので、これに伴い、それ以降、全国的にふるさと納税額が増加することになった。ふるさと納税という言葉が一般的になり、各自治体が趣向を凝らした返礼品によりテレビ・新聞等マスコミをにぎわせるようになったのもこのころからだと言われている。

清水町におけるふるさと納税額は、後ほど、一覧表で川口課長補佐から具体的に説明申し上げるが、昨年度が6,024万2,040円で、全国1,788自治体のうち850番目、十勝管内では11番目となっている。寄附額は、災害寄附が多かった平成28年度の8,457万5,000円が突出しているが、平成29年度、平成30年度ともに6,000万円程度で推移しているところである。また、1ページの制度の変遷の中ほどに記載しているとおり、平成29年には、行き過ぎた返礼品合戦を自粛するよう、返礼品割合を3割以下にするよう総務大臣通知があった。清水町は、この通知に従い、

平成29年10月から返礼品率を5割から3割に落としているが、全国的には従わなかった自治体もあるので、納税額が伸び悩んだ一つの要因になったと分析しているところである。今年度は、12月末に月ベースでは過去最高の3,000万円以上の納付があった。既に想定した当初予算を達成し、前年度決算額を上回る状況となっている。

ふるさと納税制度は、どうしても寄附額や返礼品競争に目が行きがちな制度だが、本来、3つの大きな意義があると言われている。資料1ページの1番、ふるさと納税の意義というところをご覧ください。3つ大きな意義が書いてある。第1に納税者が寄附先を選択することによって税の使われ方を考えるきっかけになるということ、第2に、生まれ故郷はもちろん、お世話になった地域、更にこれから応援したい地域へも力になれるということ、第3に自治体が国民に取り組みをアピールすることで地域のあり方を改めて考えるきっかけになるということである。清水町においても、これらの意義を尊重し、現在、試行錯誤しながら持続可能な仕組みに向けて取り組みを進めているところである。もちろん、今後においても寄附額の増加に向けて引き続き努力していくが、最も大切なことは、中長期的な視点に立ち、返礼品事業者に資することだと考えているところである。そのため、現在は、返礼品提供事業者による協議会を設置し、ふるさと納税の現状の共有、新たな返礼品の提供に係るヒアリングなど、事業者のニーズを考慮した新商品の開発、地域資源の掘り起こしを進めているところである。また、ふるさと納税をするプロセスのほとんどが、ウェブページで商品を選択し、クレジット決済をするという仕組みになっている。こういった仕組みから、寄附者の興味を引くようにウェブページも都度リニューアルし、時代に即応した広告を行うなどプロモーションにも工夫しているところである。今後においても、返礼品の拡充などの努力を継続し、更に返礼品提携事業者の企業価値が向上するようお互いに連携しながら寄附額の増加を目指していきたいと考えているところである。

企画課長補佐兼統計企画係長：私のほうからは資料に基づいてご説明させていただきたいと思う。

2ページをお開きください。3番、寄附金の推移だが、A4の横長の資料①をご覧ください。平成20年から平成30年までの全国におけるふるさと納税の受入額と受け入れ件数がグラフで掲載されている。青い棒グラフが受入額である。赤の折れ線グラフが受け入れ件数である。先ほど課長からも説明があったとおり、ワンストップ特例制度が創設されたことによって、平成27年度から、受入額、受け入れ件数ともに急激に増加しているところである。平成30年度においては、受入額が約5,127億円、受け入れ件数が約2,322万件というふうになっている。

続いて、清水町における寄附金の推移だが、資料②をご覧ください。A3番の横長のものである。資料については平成27年度からのグラフとなっているが、本

町においても平成27年度から急激に受入額及び受け入れ件数が増加しているところであり、とりわけ平成28年度については、先ほども申し上げたとおり台風災害により大幅に増加しているところである。平成29年度においては、総務省の通知に従って10月から返礼品を3割に変更したところで、平成30年度にかけて受入額の減少の要因となったものではないかと考えている。しかしながら、平成30年10月から商品のプロモーションや商品の開発というものを委託したことによって寄附金額が増加し、結果的には平成29年度の額を若干上回ったというところである。本年度においては、12月末現在において7,400万円を超えたところで、現時点において当初の予算を上回っているという状況である。本年は、東北の台風災害や沖縄の首里城などの火災があったという中で前年度を上回る額になったということなので、一定程度、本町の魅力を伝えられたものではないかと考えている。

なお、ふるさと納税の寄附金受入額による順位を見ると、平成29年度においては、全道で97位、十勝管内で11位、平成30年度においては、全道で98位、十勝管内で11位となっている。また、参考だが、十勝で最も多くの寄附金額を受け入れている上士幌町におかれては、伺ったところ、牛肉とアイスの返礼品が全体の95%を占めているということであった。本年度においては前年度を下回るものの、約15億円程度を見込んでいるということであった。また、本年度、大きく受入額を伸ばしている中札内村におかれては、豚肉の返礼品を追加したことによって、本年度、大きく伸びたということであった。これが全体の70%ほどを占めているということで、本年度において約6億数千万円を見込んでいるということであった。

続いて、4番、寄附金使途事業だが、本町における使途事業については資料③をご覧ください。資料③の清水町いきいきふるさとづくり寄附条例の第2条に規定されているとおり、第九のまちづくり事業、アイスホッケーのまちづくり事業、次代を担う子どもたちの健全育成事業、森と水・景観の保全事業、花で彩るまちづくり事業、そして本年度から人口減少対策支援事業といきいきふるさとづくり寄附推進事業を追加したところである。次に、事業別の寄附金の推移について資料④をご覧ください。平成20年度から現在までにいただいた寄附額について事業別にまとめた表である。資料④の2枚目の一番下の表をご覧ください。こちらが全ての合計になるが、次代を担う子どもたちの健全育成事業、森と水・景観の保全事業、アイスホッケーのまちづくり事業が全体の中では多く寄附金が寄せられているという事業である。

続いて、5番目、寄附金を活用した事業内容であるが、記載している表をご覧ください。まず、平成26年度については、絵本や子育てに関する情報などが入ったブックスタート・パックを手渡すという事業に対し18万円を活用させていただいている。平成27年度については、第九フェスティバル実行委員会活動奨励費に27万1,000円、アイスアリーナの玄関前風除室の新設とルール改正に伴うライ

ンの塗り替えに102万6,000円を活用させていただいている。平成28年度においては、アイスリーナの各設備の改修・補強に2,149万6,000円、子育て支援事業として貸与用ベビーカーなどの購入費、保育所設備の移設・改修、清水小学校水泳プール建設、アレルギー対応食の調理専用室増設等に660万3,000円を活用している。平成29年度においては、町内の小中学校のチャームを第九に変更するというものに59万円を活用している。平成30年度においては、子育て支援事業として、乳幼児等の医療費、予防接種委託料、保育所のエアコン設置、各備品購入費に3,370万円を活用しているところである。

続いて、3ページをお開きいただきたい。6番目、清水町の返礼品であるが、現在、返礼品として取り扱っている内容を資料⑤のふるさと納税のパフレットに記載させていただいている。このパンフレットに記載されている以外にも期間限定とか数量限定という形でインターネットの寄附サイトに掲載しているものもある。平成30年度においては、15事業者118品目、本年度においては、12月10日現在で16事業者103品目を提供しているところである。

続いて、7番目、清水町のふるさと納税の取り組み状況であるが、平成20年度当初は返礼品なしによる寄附であったものが平成27年度よりインターネット寄附サイトを活用して返礼品割合5割で返礼品を設定していた。平成28年度は台風災害により受け入れ金額が増加したところであるが、平成29年度の10月からは総務省の通知どおり返礼品割合を3割に変更したところである。この影響もあって、平成30年度にかけて落ち込んだ寄附受入額に対応するべく、プロモーション等の業務を委託し、ホームページのリニューアルや事業者との連携を密にするためにふるさと納税活性化協議会を設立し、事業者とともにふるさと納税を活用した地域振興に力を入れたところである。ふるさと納税活性化協議会に係る内容については資料⑥に記載しているので、後ほど、ご覧いただければと思う。また、本年度については、ふるさと納税に係る広告の打ち出し方にも工夫を凝らして、今までは雑誌やチラシ等の紙媒体への広告が主だったものをインターネットへの広告に集中した。これは、ふるさと納税の寄附を行う方の大半がインターネットを通じて利用しているところに注目して、より効果が上がるであろうインターネットへの広告に一本化したというところである。参考だが、平成30年度におけるインターネット経由での寄附金の額は5,498万2,040円で全体の91.27%に上っている。

最後になるが、8番目、清水町におけるふるさと納税の課題についてだが、本町のふるさと納税は返礼品提供事業者に資することを目的としている。事業者のブランド価値を下げたままの状態で無理な卸値のディスカウントや商品の提供というものを依頼していない。人気の返礼品については品薄状態が続いている。提供できる数量があれば寄附金の上積みが可能と考えるが、事業者が行

っている本来の販売事業に影響を与えるのは好ましくないと思う。無理な提供依頼はしていないというのが現状である。今後は、新たな返礼品の地域資源発掘、提供可能品数・提供可能数量の増について事業者さんと連携して本町へのふるさと納税を広く訴えていきたいと考えている。

委員長：只今担当課から説明いただいた。これについて何か皆さんのほうから質疑があれば承りたい。

口田委員：よくいろいろ研究してやられているということはわかった。寄附金も今年度は既に7,000万と予定よりはるかに上積みがあるのかなと思っている。いろいろ説明を聞いた中で、どこの町村も肉が主役だというふうに伺った。当然、清水町においても肉が主役ではないかと思うが、同じ肉でありながらどうして上士幌町や中札内村と大きな差ができるのか。何が原因なのかなというようなものがあれば一つお聞かせ願いたい。

企画課長補佐兼統計企画係長：ふるさと納税の商品においては、お肉やお酒というのが全国的にも非常に人気があるというふうに認識している。本町においても肉を取り扱っており牛とろが一番多いが、それがうちの町で人気がある。ただ、提供数に一定程度の上限があり、これ以上はなかなか急激に伸びるとするのは今のところはないのかなと考えている。また、ほかの町村、中札内村の豚肉であるが、ふるさとチョイスというサイトで掲載しているが、写真の載せ方が非常に上手というのを私が見たところでは感じているところである。山盛りにした肉を写真に掲載して、それで注目を浴びたというふうに担当者にも聞いたが、それで評価が上がってさらに拍車がかかってというふうには聞いている。

口田委員：考えられる原因というのは、それだけのことか。

企画課長補佐兼統計企画係長：そうである。

口田委員：今、肉の供給のことについて、返礼品が間に合わないと言ったがそれはどういうことか。

企画課長補佐兼統計企画係長：何か月待ちでもという形で受け付ければ可能ではあると思う。現に中札内村の豚肉については7か月以上待ちという形でそのままずっと載せ続けているというのがあるが、うちの町はそこまで待たせてという形では提供させていただいていないというのが現状である。

企画課長：もう一つ追加なのだが、結局、ふるさと納税はどれだけ得な商品があるかというのにかかっている。表向きは条例で子育て支援のためだとかいろいろあるが、結局、例えば1万円を寄附したことによってどれだけお得な商品が自分の手元に届くかということを競い合っている制度である。中札内村や上士幌町を見ると、我が町に1万円を寄附したときの肉の量と比較して圧倒的に量が多い。ということは何が起きているかということ、事業者が安く商品を卸しているということなのである。大量に安い商品を発送できる力のある企業のある自治体はたくさんふる

さと納税を納入できる。清水町では何が起きているかという、一番、肉牛を出しているのはフードサービスである。あとは個人の佐藤育成牧場などに頼んでいるが、先ほど川口課長補佐のほうからもお話ししたとおり、卸値で卸すのではなくてディスカウントしない市場の一般価格で卸している。となると、寄附者にしてみると、上士幌町や中札内村に寄附したほうがどうせ同じ1万円を寄附するのだったらたくさん肉が手に入るということで、なかなか競争力が上がらないという現状をご理解していただきたいと思う。

口田委員：その内容は分かった。確かにそうだろうと思う。そういった仕組みづくりをこちらの力ではできないかもしれないが、本町ではできないのか。

企画課長：できるかできないかと言われると、事業者と協力して、事業者が「卸値でもいい。多少市場価格よりも安くても役所に協力する」と言ってくれば可能である。ただ、事業者にしてみると、本来、市場価格で売れるものを役所のふるさと納税のためだけに安く仕入れるということがいいかどうかということで、さすがに我々も無理強いはしていない。ただ、ふるさと納税で送るものは、例えば商品を発送するという業務は一般の消費者が注文したときと何ら変わらない作業なので、役所にだけ安く入れるということをその企業がよしとしてくれるかどうかにかかっているような気がする。

口田委員：上士幌町では、そういう事業者がいるということか。

企画課長：上士幌町と中札内村は、たとえ安くてもふるさと納税という仕組みを使って卸値でも大量に売ったほうが得だというふうに判断する事業者が1社ずつあるということである。ただ、それをやると何が起きるかという、安い金額で役所のために貢献して、なおかつ発送業務や何もかも請け負わなければいけない。そうすると、市場価格とのアンバランスが生まれてくるうえに、卸している業者の手間ばかりが増えるということになるので、やはり事業者の判断によるところが大きいのではないかと思っているところである。もちろん協力してくればこんないいことはない。

口田委員：考え方としてはわかる、事業者に対して何かのメリットがある方法はないのか。バックマージンではないが、何かそういったものと寄附を天秤にかけて少し事業者に何か考えてもらうことはできないか。

企画課長：実際にバックマージンはやるとまずいのでできないが、事業者が卸値で入れたとしてもかなり得だという要素がある。それは送料で全額、役場で見ている。クール宅急便であろうが、どこへ送ろうが送料は全部、役所で持っているので、例えば売れるか売れないかわからない新商品のテストマーケティング、実験みたいな形でふるさと納税という仕組みを使って商品を販売するということはぜひやってほしいというところは説明している。だから、事業者が得か得ではないかという話を我々がするときには送料が無料というプレミアは付くというお話はかねてか

らさせていただいているところである。

桜井委員：大体わかっていることであるが、改めて聞いてみたいと思う。ふるさと納税の業務を委託しているとのことで、これは本町だけではなくてほかもやっていることだろうと思うが、その状況をわかる範囲で教えていただきたい。あと、第九のまちしみず等の寄附金使途事業が、今年度から2つ、人口減少対策事業といきいきふるさとづくりを増やした理由を説明いただきたい。

企画課長：委託の関係であるが、昨年度10月からノースプロダクションというところにいるいろいろなことを委託している。委託している内容は、主にはウェブページのリニューアルや事業者との調整をやっている。従来、職員と地域おこし協力隊等を使って直営でやっていた経緯もある。ただ、皆さんもご存じのとおり、役場職員は特に商売にたけている人種ではない。インターネット上で物を売るということがどうしていいかというのがわからなかったので、このお肉にはこういったストーリーがあるとか、あるいは全国でどういった商品が売れているのかというようなところをお話しして、それをウェブページに反映させるという仕事を頼んでいるところである。更に、それまではふるさと納税事業者同士がお会いする機会というのがなかった。これは今後の課題でもあるが、例えばA社とB社が合体して何か商品を送るということができないかということを探したり、あるいは売れ筋の商品をお互いに研究したり勉強するためにふるさと納税の返礼品提供事業者の協議会というのをつくって、そこで逐一、委託会社とともに勉強会等もやっているところである。今年度、ふるさと納税額が伸びた要因というのも、ウェブ広告の方法が変わったというのも、委託業者から、効果的な広告の方法をもっと役所というのは考えなければいけない、どんなにすぐれた商品があったとしても適切な広告がなければなかなかふるさと納税は伸びないというようなアドバイスも受けて、広告の方法などもアドバイスを受けながら変えているところである。これがまずふるさと納税の委託の関係である。

桜井委員：寄附金使途事業が2つ増えたことについてはどうか。

企画課長：もともと、ふるさと納税の仕組みをつくるときに、取り組んだことのない自治体であったので、清水町といえば何かということからまずスタートしたのがこの条例である。清水町といえば第九かなとか、清水町といえばアイスホッケーかなということを考えて、当時の総合計画で挙げられていた清水町の売りといわれる、特徴と言われるものを挙げたものが、当初の5番まで、第九のまちしみず事業から花で彩るまちづくり事業というところまでである。もちろん大事な5項目であるものの、近年、町の政策の方法というのが、例えば人口減少対策に行っていたり、子育て支援に移行していたり、かなり全国的にも目的を明確にするに当たって寄附者の意向というのが変わりつつある。2点追加したのは、まず人口減少対策というのは、今、清水町で行われている人口減少対策に絡むイベントとか、あ



るいは昨年度実施した清水男子図鑑や結婚対策だとかということにもふるさと納税を充てられるようにした。あと、(7)のいきいきふるさとづくり寄附推進事業というのは何かというと、まさにふるさと納税の納税額が伸びるために、あるいはウェブ広告だとかプロモーションというのができるために、今回、ノースプロダクションというところに600万の委託料を払っている。そういった経費にも直接ふるさと納税が充てられるように、ふるさと納税の魅力そのものが上がるようにという項目を加えたものがいきいきふるさとづくりの寄附推進事業である。

桜井委員：ノースプロダクションにどのぐらい委託料を払っているのかなということも気になっていたのだが、600万ということなので理解したので質疑は以上である。

山下委員：ふるさと納税が平成27年からぐっと伸びているのだが、平成20年からの傾向を見ていると、アイスホッケーのまちづくりという部分が定期的にずっと納税されていて、根強い部分が結構あって、ほかの部分はそれほどなかったという部分をずっと感じていた。平成27年から制度が変わった中でPRの方法が変わると、次代を担う子どもたちのためにという部分や自然のためにという部分がぐっと寄附額が大きくなっていてという部分がある。そういった部分で、私が考えるふるさと納税というのは、返礼品目的ではなくて、どういった町にしたいのかという部分が私自身は重要だと思っている。そういった部分がどう発信されているかという部分でパンフレットを見ると、あまりそういった部分がないのかなという気がする。清水町はこうしたいという部分をもう少し前面に出せれば、それに呼応してくれる方が、数としては少ないかもしれないが、こういう町にしたいという部分があれば多少なりともまた変わってくるのかという気がしている。返礼品についてはいろいろ議論があるところであるが、そういった部分よりも、どういった町をつくりたいかという部分、私自身はそういった部分を重要視したいという気がしている。そういった部分で何かあれば。

企画課長：まさにおっしゃるとおりで、本来、ふるさと納税の目的は、自分たちのふるさとであったり、あるいは町がよくなってほしいということで首都圏の方が地方に寄附金控除という仕組みを使って寄附するという制度だったはずなのである。今、山下委員がおっしゃるとおり、総務省もそこは毎年強調されていて、ついに、今年、広告に関するものは商品の広告をしてはだめだという具合になる。これは、いろいろな自治体が困っているところだが、何かというと、ふるさと納税は、商品のアピールをする広告を禁止し、町のイメージであったり、町のやりたいことということ、町トータルのイメージというものの広告しか認めないという具合になった。清水町も、今年の広告というのは、従来でいけばスロウフードの牛とろがお得だとかいう広告だったものを、完全に、清水町というのはホッケーの町だとか、清水町というのは第九という町である、自然の豊かさにあふれる町だということに広告を変えているし、徐々にであるが、ウェブページのほうも、今お

っしやったとおり商品から町の魅力という具合に移行させている途中である。おそらく来年度以降は更に総務省の規制も厳しくなり、あまり商品をトップに持ってくるようなふるさと納税というものは自粛するよという指導は入るのではないかと思っ清水町もそれに従おうと思っいるところである。

山下委員：そういった中では、資料③にある寄附条例、これについても第2条の中で追加された2号を含めて7項目あるが、これからのまちづくりのためにはこういった項目もまた取捨選択していく必要があるのかという気もする。そういった部分は今の時点で何か考っているのか。

企画課長：条例なので、条例の改正のときには皆さんにご相談することになると思うが、今、山下委員がおっしやるとおり、去年は人口減少対策とふるさと納税の魅力を上げるということで(6)と(7)を挙げた。時代に合せて(1)から(5)も変更しなければいけないという話はまさに担当としてはしていたところである。時代に合せてももっともっと子育てに集中したほうがよかったり、あるいはアイスホッケーに限らずスポーツ振興という項目を加えたり、さまざまな項目を第2条に盛り込む必要が今後出てくるのではないかと思うので、全国的にそういった目的を中心にしてうまくいっている自治体なども参考にしながら、第2条については、適宜、見直しをかけていく必要があると思っいる。

山下委員：今、課長からもそういった答弁をいただいたが、資料④の中の平成27年度以降の指定する納税の傾向を見ていくと、子どもたちの育成あるいは自然を守ってほしいという部分がぐっとまた増えている傾向にあるような気がする。そういった部分も含めて検討の要素に入れてもらえればなと思う。以上である。

佐藤委員：ふるさと納税の返礼品であるが、当初、返礼品はなかったということによろしいか。

企画課長：そう。平成20年当時はなかった。

佐藤委員：それが今こうして見ると返礼品一覧表みたいなものができて選ばせていると思うのだが、今、ふるさと納税をしている人はそういったものを目的にして寄附をくれている方が多いのか。

企画課長：寄附金控除という仕組みは、返礼品があろうがなかろうが、例えば、福祉目的に使ってくださいとか図書を購入してくださいという寄附も税制上では寄附金控除の対象になる。だから、返礼品がなくても寄附をするという文化は日本の中にもあると思う。現に平成28年度に8,000万に増えたときには災害用の寄附だったが、このときには返礼品を発送していない。純粋に清水町を助けたいという思いから全国から寄附が集まったということもある。ただ、通常ベースの年でいくと、どうしても、同じ1万円を寄附するのであれば、せつかく寄附したのだからその町の特産品が欲しいということで。もちろん、今、佐藤委員がおっしやるとおりの心意気で寄附してくれる方もいらっしゃる。中には返礼品は要らないからと言

ってくれる寄附も若干はあるのだが、ほとんどの方はウェブページでお得な商品を選択しながら寄附をするということを楽しみにされている寄附者が多いということが現実である。

深沼委員：今、山下委員なども言っていたが、まず今言われたとおり返礼品目的でやる人たちが今は多いという話だったが、清水町がどういった町なのかをもっとアピールするなどの取り組みは今までやってきているのか。あと、多分、どういった部分でお金を使われているのかというのは納税してくれた人たちはすごく一番気になるところだと思う。清水町はこういう町だということをもっとアピールするとともに、寄附してくれた部分はこういった部分での取り組みが必要かと。項目によっては違ったりしてくるのかなと思うので、もっと絞った形というか、そういった部分で増やすときは増やしてもいいと思う。魅力のあるといったこともひっくるめてやっていったらどうかと思うがいかがか。

企画課長：使い道に関しては、寄附者にはもちろんであるが報告はする。年に一度、寄附報告書をつくって、希望であれば紙媒体でも渡すし、今年からはメールで送ったりもしているが、先ほど川口課長補佐から説明した資料の5番に寄附金を活用した事業内容があるが、例えば昨年であれば、第九文化が継承されたことや子育てでこんなものが使われたというのは、写真であったり、そのときの活動や何かも含めながら報告はしているところである。もちろんウェブページで第九の様子であったり子育て支援の様子というのもしらせるようにはしているところである。ただ、深沼委員がおっしゃるとおり、これはふるさと納税と話がずれるかもしれないが、今、総合計画をつくっていて、清水町の弱いところを町民の方からアンケートをとってみたい、いろんなことをしている。皆さん、口をそろえて、いい町なのにPRをする力が弱いとおっしゃる。だから、おそらく深沼委員がおっしゃることというのはほとんどの町民が思っていて、ふるさと納税しかり、清水町のホームページしかり、いろいろな情報発信の力が弱いと言われているので、ふるさと納税に限らず、清水町はどういった町で、ここに住むとこんなにいいことがあるのだというPRは力を入れていかなければいけないというのは企画課として率直に反省しているところである。今、イベント等をたくさんやって交流人口をたくさん集めてみたい、あるいは清水町のPRをしようと思って試行錯誤しながらやっている途中なのだが、ふるさと納税というのは、関係人口をつくるという。関係人口というのは清水町にご縁がある人をつくる入り口としては最適な制度だと思っているので、商品を購入するという動機、最初はその動機でも構わないので、いつかはその商品を購入した清水町を訪れてみたいだとか、どういった町かというのに興味を持ってもらうというような仕掛けというのはこれから今まで以上に力を入れていきたいと考えているところである。

深沼委員：実際、私自身も、清水町は、決してほかの町村に負けないぐらい、作物にして

もいろいろないいものが結構あると思う。それがなぜこういういろいろな差が出てくるのかというのがあると思うので、そこら辺はもっと頑張っていたきたいなと思う。どうかよろしく願います。

委員長：答弁はよろしいか。

深沼委員：はい。

口田委員：先程の続きではないが、まずこれからいろんな内容は変わっていくというふうに言われるが、まず当面の間は返礼品によって寄附を受けるというのがしばらく続くのではないかと思う。先程ボリュームの問題が出た。同じ金額でもボリュームの差でどうしても負けるというのは先程説明があったが、写真を見る限り、もう少し工夫して素晴らしいというような写真の撮り方があるのではないかというふうに思うが、その辺の研究をなされたことがあるかないか。多分ないのではないかと思うがどうか。

企画課長：写真に関しては、昨年、委託したときに全面的に入れかえている。実は、肉の写真や何かを撮るに当たっても調理しながら撮らなければいけない。普通に生肉を乗せたから興味を引くというものでないので、料理人を雇い、カメラマンを雇いということはやる。それぞれの自治体でいかにおいしくてお得かということ。先ほど川口課長補佐のほうから山盛りの肉があったという形もあるので、そこは毎年毎年ほかの自治体と競争になると思うので、ずっと同じ写真を使い続けるのではなくて、よりよい写真に差し替えるということは委託業者と協力しながらやっていくつもりである。

口田委員：わかった。とにかくそういった面ではどうしても勝ち目がないということになれば方法を考えなければならない。ということで、こういう返礼品ではなしに、私がこの前に一般質問で言ったように、例えば、本町で渋沢栄一翁の件がいろいろと取りざたされているようであるが、それらに対して、例えば渋沢栄一翁の漫画をつくりたい、絵本をつくりたいといった関係で皆さんに協力願いたいといった1項目を設けてやったらほかの町村と競合するわけではない。何かいい考えが起きるのではないかと思うが、そういった面に対してどうお考えか。

企画課長：今、口田委員がおっしゃったのは、最初にお話した商品を中心とするふるさと納税というよりは、今のはやりの言葉というか、横文字になってしまいますが、クラウドファンディングという、目的を明確にして、そこに賛同する人をたくさん寄附者として呼び込むという手法である。一般質問のときにも口田委員がおっしゃっていたが、千歳市は漫画に自分が登場するなどの工夫をしながらやっている。そのアニメというのがアニメにのりたい人にとってみるととても魅力的だから、全国からコアな寄附者が集まるということがあった。おっしゃった渋沢栄一翁関連とか、それに限らずなのだが、国のほうもクラウドファンディング型のふるさと納税に移行するようにと、できるだけそういった創意工夫をしながらやる

ようにということも出てきているので、ここはアイデア勝負だと思う。ただ、我々がいいと思っても寄附者が魅力を感じなければ我々の自己満足に終わってしまうので、例えば渋沢栄一翁の漫画にのるということだけではなくて、その漫画家はとても有名な漫画家を抱き込むなどのようなことをしなければ、あるいはとても有名な小説家を巻き込んでベストセラー作家の小説に自分の名前が載るなどのプレミアをつけたりすると、商品ではなくても寄附金はたくさん集まる可能性があるかもしれない。現に、去年、清水男子図鑑でクラウドファンディングをかけた。これは、去年は異常なぐらいテレビにも取り上げられて、新聞にも出てマスコミにも取り上げられたのだが、ものすごく、全道、全国に反響があった。返礼品自体は男子図鑑と少なめの商品を返礼品にしたので、お得感はないものの、男子図鑑というものがおもしろいということに反応した方が、7,000万円に対して100万円は少ないが、100万円の寄附があったので、アイデア勝負で、返礼品の金額が少なかったとしても寄附額というのを増やす可能性はあるということは口田委員のおっしゃるとおりだと思う。だから、あとは我々のアイデア勝負なのかというの是一般質問でも指摘されたとおりに思っている。

口田委員：今言った渋沢栄一翁は1万円札の肖像になるので、全国、隅から隅まで知れ渡る人物なので、これをいいアイデアで活用できないか。ぜひ考えてもらいたいなと。

企画課長：頑張ってみる。

桜井委員：また確認であるが、まだ、今年度が終わっていない中で7千万円いづらかが出ているということだが、この前の報道でも根室市が9月現在で前年を達成したと。そういうような傾向としてあるのかどうかということをお聞きしたい。結論から言えば、最終的には、いろいろな返礼品を通して清水町を知ってもらって、いずれは清水町にお越しいただくと。私の近くであれば、いとうドライブインがあるので、本店に行ってみたいとか。あるいは清水町のイベント、アスパラまつり、肉祭り、いろいろなイベントがあるので、そういったものにも参加してみたいとか、そういったものがまちづくりに結びついてくるのだろうと思う。そういった将来的な考え方を持っているというふうに聞いたが、再度、聞きたい。

企画課長：高額な寄附額を集めている自治体と伸び悩んでいる自治体と二極化しているのは否めないと思う。皆さんもご存じのとおり、一番は泉佐野市が確か500億ぐらい集めているはずである。全体で5,000億なのに500億ということはとんでもないし、上位10町村ぐらいでかなりの割合のふるさと納税を集めている。根室であったり、直接、カニなど一次産品を卸値で出しているところは爆発的に売れているというか、寄附額が増えてきているようである。ただ、これはまたあまり言いにくいですが、ふるさと納税というのは、国の通知に従って返礼品の割合を3割に抑える、ポイントをつけない、全体の経費は5割以下に落とすという具合にやればやるほど守

らない自治体にどうしても寄附額が流れる傾向もある。あと、先ほど川口課長補佐から説明があったとおり、災害があると、人間の心理として首里城だったり千葉の台風災害に寄附したいという気持ちが働くので、年度ごとに多少寄附する町村が変わるという傾向はあると思う。まず、高額市町村の話が一点である。それから、いずれは来町というのは全く同じ意見である。ふるさと納税は、先ほど深沼委員のところでもお話ししたが、関係人口というものを創出する入り口として最適なものだと思っている。業者もリスクがないし、役場もリスクがあまりない仕事である。7,000万円を集めるために8,000万円がかかっていたら問題だが、幸いにして清水町は50%以下に経費を抑えているので、7,000万円が集まったとしても、半分以下、3,500万は丸々清水町のもうけみたいになる仕組みでやっているので、清水町が損をしないうちは今までよりも更に力を入れて関係人口の創出につなげるような工夫はしていきたいと思っている。

桜井委員：本来、ふるさと納税ではなくて、いろいろな規制改革や農業改革などが言われている中で、それぞれの特産品をアピールしなさい、海外に輸出しなさいというような傾向の中でふるさと納税だけが過激化しているというようなイメージを持っている。農業関係の中では、生産者が生産するだけではなくて、ある程度、付加価値をつけて特産品としてアピールしている。そういう傾向の中であってやりやすいというのが、ふるさと納税に出してアピールするというのが一番そういういろいろなものが結びついているのだろうと思うが、最終的には先程言ったように関係人口を増やすということに向かっていただきたいというふうに思う。以上で終わる。

委員長：ほかにないか。

企画課長：私から1点お話したことがある。

委員長：課長、お願いします。

企画課長：申し訳ないが皆さんにご説明しておかなければいけないと思う事項が一点ある。

昨年度6,000万円だったふるさと納税を、令和元年度は予算で7,000万、1,000万の増額をもくろんで予算をつくった。12月の段階で7,400万を達成した。おそらく1月、2月、3月で500万円ぐらいは入ってくるのでないかという見込みを立てているので、8,000万弱ぐらいは入ってくるという感覚を持っている。これはとても喜ばしいことだが、今、説明して皆さん存じ上げたかと思うが、ふるさと納税は歳入が増えると歳出も増える仕組みである。当たり前なのだが、1,000万円ふるさと納税額が増えると返礼品の3割と送料が増える。何が起きるかという、予算が来月の中ぐらいでおそらくなくなるのでないかと。本来でいけば議会を開催して補正予算を組んでやらなければいけないが、ふるさと納税に関しては歳入と歳出がセットでどうしても出ていく経費なので、1月の下旬ぐらいにこのままでいくと専決で補正予算を組ませていただくということをご理解いただきたいと思う。

3月の定例会まで間に合うかと思ったが、7,000万円分の手数料と7,000万円分の商品と郵送料しか確保していない。多少、多目にはとっているが、おそらくなくなると思うので、申し訳ないが、そこはご理解いただきたい。おそらく3月の定例会で専決の報告をさせていただくことになると思う。ぎりぎりまで、足りなくなるまで何回も補正するのも何なので、1月と2月の見込みを立てながら専決予算を組まなければいけないのかなといううれしい悲鳴がある。

口田委員：ちなみに、ちょっと早いかもしれないが、来年はどれぐらいの規模を考えているのか。1億円か。

企画課長：今まさに予算編成中である。もちろん財政当局からじゃんじゃん儲けてほしいと言われる。今年は、相当頑張って8,000万ぐらいである。上士幌町の15億円から比べたら少ないと言われるかもしれないが、12月に3,000万円が入って何が起きているかという、牛とろフレークなどが4か月待ちとかになっている。商品がない中でアスパラも実は12月の段階でほぼ売り切れるぐらい先食いをしてしまっている。予約、先行受付ということをやるので。これはテクニックの問題なのだが。清水町がおそらく1月でさばける最大の金額というのが私は3,000万円なのだなと思った、今の体制でいくと。だから、来年も今年入ってくる決算額8,000万円を目標にすることに。本当は1億円を目標に思っているが、8,000万円ぐらいが現実的なのではないかと。これは担当の考えである。私がふるさと納税を委託業者にまで委託して全ていろいろなことを組みかえたというのは、目標の中で、清水町ともあろうものが1億円を達成できないのは悔しいという思いからスタートした事業である。清水町より小さな町が1億円をたくさん達成しているから。だから、将来的な目標は、それは事業者や何か環境が整っているという条件にもよるが、将来的には担当としては1億円という大台を目標にして進めていくことになると思う。

口田委員：我々の判断としては、担当課がよく頑張っているというには1億円という単位を出さないことにはそういう評価はできない。

企画課長：私もそう思う。目標は1億円である。1億円にいくと十勝の中でまあまあの地位を築けるのではないかと。

山下委員：今のふるさと納税の制度の中でこういった返礼品は重要かなという気がする。先ほど聞いた、売り値という部分や仕入れという部分がかなり違うという部分。今の制度の中ではある程度口田委員が言われたようなことが考慮される部分も必要などころがあるのかなという気が今日聞いて感じた。あと、すごくふるさと納税でよかったなと思えるのは、作家の鈴木りかさんが寄附してくれて、清水に来てくれて講演を聞いたときに本当にすごいなと感じた。ああいう人が1人2人増えてくれたらこの制度を使ったことの意義がすごくあるなという部分で、そういった清水に対する思いをこういうふうを持っている人たちに対して発信できる

部分も工夫してほしいなという部分を感じた。

委員長：ほかにはないか。

(なしという声あり)

委員長：それでは、担当課の説明をいただいたが、これでお引き取りいただきたいと思う。  
10分程度休憩する。

【休憩 11:08 (説明員退席)】

【再開 11:17】

(中断)

委員長：再開する。

ふるさと納税の取り組みについての所管事務調査については、今回限りで調査終了ということで、内容をまとめて報告するというところでよろしいか。

(よろしいの声あり)

委員長：所管事務調査のまとめ方はどうしたらいいか。どういうふうな方法にするか。

口田委員：委員長と副委員長でまとめてほしい。

委員長：それでは、今回のふるさと納税の取り組みについての報告書のまとめを委員長と副委員長で行っていくが、この報告書について何か特に盛り込んでほしいということをご意見からご意見をいただきたいと思う。

桜井委員：説明員への質疑の中で意見を言っているので委員長と副委員長でまとめてほしい。

委員長：報告書については委員長と副委員長でまとめる。

## (2) その他

委員長：その他について何かあるか。

(なしの声あり)

委員長：以上で総務産業常任委員会を終了する。

【閉会 11:21】