

令和5年度
八代市議会経済企業委員会 視察報告書

■視察日程

令和5年8月7日（月）

■視察先

8月7日 午後 大阪府泉佐野市

■視察参加者

【委員会】	委員長	増田一喜
	副委員長	北園武広
	委員	成松由紀夫
	委員	野崎伸也
	委員	橋本隆一
	委員	堀口晃

【随 行】	議会事務局	緒方康仁
-------	-------	------

■視察先及び目的

1 大阪府泉佐野市

『ふるさと納税について』

泉佐野市では、ふるさと納税に関する事業に力を入れており、累計1000億円を越える寄付額を集めて、毎年度全国自治体ふるさと納税寄付額ランキングでは常に上位に位置している。本市においても、令和4年度の寄付額実績は、約21億8000万円で、全国86位の実績であった。本市も寄付額が増加傾向にある中、さらにランキング上位に位置する泉佐野市の推進体制、返礼品を取扱う事業者との連携やPRの手法などの取組を調査する。ふるさと納税の実績は高まるほど地方財政への貢献度は高まるため、泉佐野市の事例を参考にし、今後の委員会活動に生かすことを目的に視察を実施する。

大阪府 泉佐野市

1 視察日時 令和5年8月7日（月） 15:00～16:30

2 調査事項 『ふるさと納税について』

3 調査内容（説明内容）

※別添資料のとおり

4 主な質疑応答

Q 1 事業者との信頼関係を築く中で、疑念を持たれることも考えられる。事業者との距離感はどうされているか。また、積極的に委託を活用しているとのことだったが、例えば青果物などの返礼品については、支払から梱包、発送、クレーム対応といった一連の流れに苦慮していると現場からは聞いている。そちらではどのようにされているか。

A 1 事業者との対応について、事業者を増やすことが寄付額を増やすことにつながると考えているが、返礼品の新しいトレンドを事業者に対して情報提供する際、やる気がある事業者はそれに合わせて、新たなものを出してくれるが事業者によって温度差はある。しかし、貢献してくれるからといって当該事業者に対して特別に対応することではない。

青果物や食べ物というのは、送ると何かしらの問題は生じる。そうした問題が発生したときの事業者の対応が悪ければ、事業者の登録を落とすこともあり、シビアに対応している。実例として1か月半登録を落とした事業者もあった。委託業務の1つでコールセンターを設けており、利用者がコールセンターを通じてクレームを受け付ける仕組みにしている。事業者と利用者が直接やり取りすると問題の発生や解決が市に見えないところで終わってしまうため、事業者と利用者は直接やり取りせず、コールセンターを通して処理することで、問題が起こったときに、市が状況を把握できるようにしている。新しい返礼品については、荷姿・梱包版も確認している。以前、箱のサイズと中身のサイズが明らかに違うものもあった。梱包の仕方によっては送料も変わってくる。

Q 2 商品の確認は、ポータルサイトに掲載される前に確認されているとのことだが、どのようにされているのか。

A 2 直接市で確認しており、中間事業者には任せていない。新規事業者の登録、返礼品の登録も市で行うようにしている。

※別添資料

- ・ 調査事項（回答）

※視察の様子



経済企業委員会 行政視察所見

委員名【成松由紀夫】

- ◆視察日：令和5年8月7日（月）
- ◆視察先：大阪府泉佐野市
- ◆調査項目：ふるさと納税について

- 泉佐野市では「アイデア」でふるさと納税に挑んでおり、「肉・カニ・米」が三種の神器と言われ、中、地域資源が少なく地場産品でも何も無いところを肉空を拠点とするLCC Peachとタイアップし「ピーチポイント」導入や「肉の泉佐野」等のとりくみとアイデアでのりきりまた、返礼品だけでなく、寄附者は「2」の選択肢から寄附金の使い道を指定可能で、教育、スポーツ、環境、市長にお任せ等、充実している
- ふるさと納税の推進に係る取組の体制としては、ふるさと創生課11名（正職員7名、任期付4名）で積極的に委託することにより、職員は寄附集めに集中できる体制を整えている
- 返礼品をとりあつかう事業者との連携としては、泉佐野市

の事業者は他の自治体にはバるとモ4バージョンが高い。

これは、長年、市と事業者が一緒にとりくみ、事業者を大切にし、信頼関係を築き、とにかくコミュニケーションをとリ、ビジネスパートナーとして認めってもらった。例として、ふるさと納税制度から除外されたり、地場産品規制で新制度では参画できない事業者をソフトランディングさせている。

ふるさと納税推進のためのPR手法としてはWeb広告が有効で紙媒体の広告はやっていない。

。今後の課題としては、これまで総務省からターゲットにされた等まびしい中、アイデアと根性でのりきっており、今後は寄附者も大切にするとり組みを中長期的に進め、再びNO.1をめざしている。とにかく象佐野市の職員さんのモ4バージョンの高さと根性はすばらしいと感じた。

経済企業委員会 行政視察所見

委員名【 野崎 伸也 】

- ◆視察日：令和5年8月7日（月）
- ◆視察先：大阪府泉佐野市
- ◆調査項目：ふるさと納税について

1 泉佐野市におけるふるさと納税の推進に係る取組の体制や事業の概要

- ふるさと創生課 11名（正職員7名、任期付き職員4名）
- 職員が行う必要が無い業務は積極的に委託することで職員は寄付集めに集中する体制を整備
コールセンター、配送管理、返礼品事業者管理、支払い代行、寄付金受領照明書の発行、発送、ワンストップ特例申請の処理を委託
- 職員は施策方針の決定、新規事業者・返礼品の登録調整、掲載業務委託外の主要サイトの掲載業務を行う
※自治体では珍しく職員にプロ級の内製デザイナー（2名）がいるので12月の繁忙期でも旬を逃さず最短で寄付募集できる体制が構築されている。

2 返礼品を取り扱う事業者との連携

- 他自治体と比べ事業者のモチベーションは高いとの自負がある
長年一緒に取り組んできた実績と事業者を大切にしてきた信頼関係によるもの
- 泉佐野市がふるさと納税制度除外された復帰後も多くの事業者が参画（戻って）してくれた
アマゾンギフト券をオマケにしたキャンペーンで除外業者の1年先の受注まで確保した
- 2016年から年1で事業者向けに説明会を実施（コロナ禍はオンライン開催）
コミュニケーションを大事にビジネスパートナーとして認めて貰い信頼関係を築くを大切に

3 推進のためのPR手法

- 寄付申込のほとんどがインターネットなのでwebが有効、新聞などの紙媒体での広告はしない
新聞は購読者の高齢化で電話や紙の申し込みになるので圧倒的に工数（手間）が掛かる
- ポータルサイトに支払う返礼品費用や送料、成果報酬など削減できた分を広告経費に活用
市直営サイト さのちよく からの寄付流入金の活用により経費削減が可能

4 今後の課題

- ふるさと納税は海産物、肉類など人気の地場産品が無いと寄付の受け入れが難しい
職員のアイデアと根性だけで乗り切ってきた
- これまで右肩上がりの市場規模の伸びしろは近年鈍化している
一部の見方で市場は飽和状態に近づき今後は限られたパイの奪い合いになる可能性を示唆
- 泉佐野市の地名度はあるがファンを大切にする取り組みを中長期的に取り組んでいきたい

所見

今回の視察冒頭、泉佐野市議会新田議長様の歓迎挨拶の後、千代松泉佐野市長自ら出席され歓迎の挨拶を受けた。これまで10数年各自治体で視察研修をさせていただいたが市長からの挨拶は初めてであり感激した。

ふるさと納税において泉佐野市は全国自治体のトップランナーとしてまた、総務省との制度不指定訴訟、交付税減額訴訟で有名な自治体。トップランナー自治体の担当職員の方から直接研修を受ける機会は稀で非常に有難い研修となった。

ふるさと納税に取組み寄付額を上げるには 人 が大事だとして

1 専門職員の配置

2 自治体組織間の応援体制

3 議会の応援

を掲げられこれだけ揃えられれば40~50いや100億の寄付額を狙えると力説された。八代市の状況を鑑みれば1~3すべてが揃った体制が整っていることが確認できた。また、八代市のふるさと納税担当職員の方についても泉佐野市担当の方と交流があり、手腕の高い人材と高評価され褒めていただき誇らしくまた、頼もしく感じた。

これからのふるさと納税について市場規模は最大2兆円を超えたとしながらも現在の利用額は1兆円に届かない状況。利用しない人、興味が無い人や利用できない人がいることから既に市場は飽和状態であり、決められたパイの奪い合いに入る可能性を示唆されていた。よって寄付する人を増やすこれまでの取組みから

- ・リピーターを大事にすること
- ・参画してくれる事業者（パートナー）を大事にすること

へのシフトとこれまでやってきたことの継続拡大でトップランナーを走る続ける旨、伺った。

今回、研修時間1時間半のほぼすべてを担当職員さんからの力説で終始したが、ふるさと納税に対する気持ちの熱さ、やる気をしっかりとくみ取ることが出来た。八代市においても熱のある職員さんが担当されていることから今後も更に寄付額が増加していくと期待している。しかし、10月からの新たな制度（地場産品に限る・返礼品額の減少等）への対応もあることからしっかりと準備しながら、熾烈な自治体間競争に負けない様、更なる体制、組織作りが必要だと感じた。今後、八代市職員の方とも今回の研修内容について情報共有を図り、更なる飛躍に繋げたい。

経済企業委員会 行政視察所見

委員名【 橋本 隆一 】

◆視察日 : 令和5年8月7日(月)

◆視察先: 大阪府泉佐野市

◆調査項目: ふるさと納税について

調査項目に関する答弁は別紙の通りであるので添付します。以下各項目の所見を記します。

(1) ふるさと納税の推進に係る取り組みの体制や事業の概要

ふるさと納税を推進する担当課として「ふるさと創生課」が設置しており、課のコンセプトとして職員が行う必要の無い業務は積極的に業務委託をしているとの事であり、このことによって職員は寄付集めに集中することができるとの事。この様な考えは自治体にとって今後さらに必要になってくると思われる。

別紙の通り職員の中にデザイナーがいるのでより専門的な取り組みができている事が理解できた。本市においても専属の担当課の設置について検討してみても思われる。

(2) 返礼品を取り扱う事業者との連携

泉佐野市の事業者は他の自治体と比べるとモチベーションが高いとの事。それは、2012年からふるさと納税の強化方針により、市と事業者と一緒に取り組んできた事。また、事業者との信頼関係を大事にしてきたとの事であり、その信頼関係の強さが納税制度除外の後もすぐに、次の取り組みがなされたことの要因であるとの事であり、上下関係では無い対等のパートナーとして事業者との連携を図っていることが理解できた。

(3) ふるさと納税推進のためのPR手法

寄付がインターネットを経由しての申し込みが殆どだという現状から、Web広告が有効であるとの事。泉佐野市においては新聞広告等の紙媒体での広告活動は行っていないとの事であり、合理的な手法であると思われます。近年はポータルサイトの活用が、殆どの自治体で取り組まれており泉佐野市においては泉佐野市直営である「さのちよく」からの寄付流入によりポータルサイトに支払う手数料を削減しその費用を広告経費にあてているとの事、実績の積み上げにより体制整備ができていると思われる。

(4) 今後の課題

国における「ふるさと納税」の考え方とのややくい違いがあり、これまでも全国ニュースになってきている泉佐野市であるが市民の福祉向上や経済の振興をはかることを目的に今後もさらにふるさと納税に取り組んで行かれる決意を感じた。冒頭述べられた「人を大事にしていく」との方針が土台にあることが大事であり、本市においても更なる取り組みを要望する。

経済企業委員会 行政視察所見

委員名【 堀口 晃 】

- ◆視察日：令和5年8月7日（月）
- ◆視察先：大阪府泉佐野市
- ◆調査項目：ふるさと納税について

冒頭 限上政策監別 基本的に、若くは、基本姿勢

の話しがあった。

次に、やがての職員が居る事、全24自治体で

「ふるさと納税、制度がある。委託（民間事業所）に全2

額、2112は、自治体の個性は出せられ、本来の目的を

達成する事は難しい。職員は、我々の事を

知り、全国へアピールしていくという強い気持ちがある

ある

次に、環境である。職員が気持ち良く働く

ことができた。組織の環境が重要である。市と市議会

が、バックアップしてくれ、サポートが最も重要である。

この二つが、担当者のモチベーションにもなる。

(1) 子育て納税の推進に係る創組の体制と事業概要

1. 職員は寄附集めに集中し、必要の無い業務は

業務委託とする。

2. 手数料等は職員が行う事への創設経費に

対応する。

3. 自治体から自らの募集し、選定を行うとする。

(2) 近視品を創報事業者との連携

1. 事業者を大切にすること

2. 相互の信頼関係が大切、ビジネスパートナー

として、コミュニケーションを取る。

この2点に努める。

(3) 子育て納税推進のためのPR手法

インターネットを便したWeb広告が有効

(4) 今後の課題

応援していただく寄附者の方の創設へのサポートを

7年を大切に子育てを推進する。

終わりに、川代市の創組への応援を改めてお願いいたします。