研　修　報　告　書

令和　６　年　３　月

総務文教常任委員会

１　研修会概要・・・・・・・・・・・・・・・・Ｐ１
２　委員会としてのまとめ・・・・・・・・・・Ｐ１
３　各委員報告書・・・・・・・・・・・・・・・Ｐ２～Ｐ７

１　研修会概要

(1) 日　時：令和６年３月２２日(金)　午後１時３０分～午後３時３０分

(2) 場　所：加東市役所５階 第１委員会室

(3) 講　師：兵庫大学現代ビジネス学部現代ビジネス学科
教授　宮　﨑　光　世　氏
(神戸市ＣＤＯ補佐官、宝塚市ＣＸＯ補佐官、小野市ＤＸアドバイザー)

(4) テーマ：ふるさと納税～選ばれる自治体～

２　委員会としてのまとめ

「選ばれる自治体に」といった視点から、地域に足りないのは地域外に向けたマーケティング力と連携力であり、返礼品競争ではなく、自治体の政策ツールとして考えていく必要がある為、多くの自治体から突出するためにもサイト等のSEO対策（見せ方・発信の仕方）もとても大切であることを学んだ。

また、総務省ふるさと納税ポータルサイトの納税額等の解析データから、ふるさと納税の現状や傾向を詳しく知ることができた。

先進自治体では、返礼品が無い中でも、市の事業を応援できる取組を進め、「地元を応援したい」との思いで寄付していただく受け皿ができている。また、地元業者の育成や雇用の拡大、ガバメントクラウドファンディングによる明確な使用用途に対するしくみなど、数字に追われるのではなく地域で連携することで持続可能な取組を構築している。このような自治体も参考にし、今後は、富士吉田市や波佐見市などの、協議会や実施団体がふるさと納税を運用する自治体や、企業版ふるさと納税についても研究し、研修候補として調整し加東市としてどう取り組んでいくかを考えたい。

また、研修では制度自体への意見もあった。現状では今ある制度の中で加東市にとって有益となる方向へ進めていけるように研究を重ねたい。

３　各委員報告書

研　修　報　告　書

総務文教常任委員会 委員長　藤　尾　　潔

研修テーマ	ふるさと納税　～選ばれる自治体～
日　時	令和６年３月２２日（金） 午後１時３０分～午後３時３０分
場　所	加東市役所５階　第１委員会室
研修内容 ・ 感　　想	加東市のふるさと納税が減少する中で、どうしても金額の減少に注目しがちであるが、講師の「金額だけに着目してはいけない」、「自治体の金儲けにつきあわせていないか」という問いには考えさせられるところが多かった。 また、すでに魅力的な産品は民間に任せておけばよいとの指摘もその通りであると感じた。 重要なことは官民が連携してマーケティング力をつけ、魅力的な地域をつくり訴求していくことであるということも納得感のある説明であった。 また、市民に対してどうアプローチしていくかという点でもガバメントクラウドファンディングの手法や成功事例などについて説明をいただき、取り組むことが可能なように感じた。 必要に応じ　今回の研修で説明のあった平戸市や、富士吉田市の視察等も検討する余地があるのではと感じた。

研　修　報　告　書

総務文教常任委員会 副委員長　別　府　み　ど　り

研修テーマ	ふるさと納税　～選ばれる自治体～
日　時	令和６年３月２２日（金） 午後１時３０分～午後３時３０分
場　所	加東市役所５階　第１委員会室
研修内容 ・ 感　　想	冒頭から、地域に足りないのは地域外に向けたマーケティング力と連携力との説明があり、まちの魅力を外へ発信することと、それを地域のなかで回していく仕組みづくりとの必要性が理解できた。 また、様々なデータ（総務省ふるさと納税ポータルサイトの納税額など）からふるさと納税の現状を知ることもできた。 ふるさと納税を活用していくには、「地元を応援したい」との思いで寄付していただく受け皿、地元の業者の育成と雇用の拡大、ガバメントクラウドファンディングで政策展開へ繋げるなど、数字に追われるのではなく地域でうまく回していく「しくみ」を作り上げることが大切だというお話に共感した。加東市のふるさと納税を活性化する為に、他と同じ商品をどう出していくかによって目に留まる確率も異なる。世の中の動きをデータでとらえてマーケティングする、デジタルマーケティングが大切で、ふるさと納税を伸ばしていくには、行政にももっとビジネスの発想が必要だと思う。現状の取組は、市内の事業者に返礼品の協力を依頼することに若干重点を置いているような気がするが、そもそもの目的である、地元を応援したいとの寄付の受け皿となるお金の流れに、意識を見直していくことも検討していかなければならないと思う。 今回の研修で学んだ手法や戦略を生かして、ふるさと納税の寄付先に選ばれる自治体に向け、議論を深め、工夫を凝らしていけるよう、今後も研究したい。

研　修　報　告　書

総務文教常任委員会委員　長　谷　川　幹　雄

研修テーマ	ふるさと納税　～選ばれる自治体～
日　時	令和６年３月２２日（金） 午後１時３０分～午後３時３０分
場　所	加東市役所５階　第１委員会室
研修内容 ・ 感　　想	他市の事例の話を聞きますと、相当皆さんご苦労があるようでした。加東市のふるさと納税に関しては、職員さんも頑張って取組をされているが、なかなか爆発的なヒット商品が見つかっていないように思う。 一時的には、ヨギボー等が多く返礼品として出ていたが、単発に終わったように思われる。皆さん試行錯誤しながら、返礼品を考えられておられるが、他市と同じことをやっていたのでは、ヒット商品につながらないと講師先生の話の中からうかがえた。 山田錦の酒米で作られたお酒等は多く掲載されているが、あまり見栄えをしない掲載で、講師先生からも商品のコメント一つにしても、目を引くコメントやマーケティング力と連携力で納税者はくぎ付けになるとの話に納得した。加東市の魅力をいかに見出していくか、持続可能な取組をしていかないといけないが、すぐには思い浮かばない。 先生の言われた、人口規模の大きな自治体が多くの寄付を集めているのではなく、むしろ小さな自治体が多くの寄付を集めているとのことであったが、今までは返礼品目当てが多くを占めていたが、近年では、返礼品をもらえない地元への寄付が増えているようだ。地元に良くなってもらいたいとの、意識が強いのだと感じた。 話しのなかに出ていた、体験型ふるさと納税も注目を集めているとのことで、返礼品の替わりに自ら参加して何かに取組むことで、自身の健康や知識力向上につながっていくと思うので、我が市としても是非取組んで頂きたい。 今後どうやって、ふるさと納税を増やしていくか、知恵の出しどころだと感じた。最後に講師先生の、どこかに集中するフォーカスする、魅力を見いだす、何かに惚れこんでみる、個人的にも集中することが大事だと言われたが、一つのことに対しても試行錯誤の繰り返しで良いものが見えてくるのかもしれない。他人ではなく自分自身も積極的に取組むことで未来が見えてくると思った良い研修会でした。

研　修　報　告　書

総務文教常任委員会委員　松　本　美　和　子

研修テーマ	ふるさと納税　～選ばれる自治体～
日　時	令和６年３月２２日（金） 午後１時３０分～午後３時３０分
場　所	加東市役所５階　第１委員会室
研修内容 ・ 感　　想	**ふるさと納税は** ・税がつく言葉の中で人々の関心を圧倒的に獲得 ・全体としては１兆円が目前に。九州だけで２４００億円。多くの地方が１００億円を獲得。２０１９年以降九州、北海道がシェア１位、２位を占め続ける **ふるさと納税の現状** ・大都市の税収を寄付金獲得に努める自治体にうつすという趣旨は達成されている。 ・返礼品競争の激化による実質収支の悪化は一部をのぞいて改善、規制以下のコストで実施している自治体もある。 **「地域が持続的であるために地域に「選ばれる力」を！地域に足りないのは地域外に向けたマーケティング力と連携力。ふるさと納税を通じてそれらを蓄積していこう」**というものでした。 ふるさと納税の研修は２回目になります。都城市に視察に行った際の担当者もおっしゃっておられましたが、ふるさと納税の制度がいつまで続くかは不確定です。本来なら自治体に入る税収入が約半分ほど、楽天や、ふるナビなどの業者に流れるのは、いかがなものか、私は疑問に思っています。事業者に税金を流さなくとも、寄付したい自治体を選ぶことはできるはずです。ふるさと納税の考え方として大都市に税が集まり過疎地や田舎の自治体に税が分配されるよう、この制度を始めたのなら、もうそろそろ本来の税の分配をきちんとすべき時。事業者が甘い汁を吸う、いまのやり方を変えていくべき時だと感じました。

研　修　報　告　書

総務文教常任委員会委員　大　久　保　忠　義

研修テーマ	ふるさと納税　～選ばれる自治体～
日　時	令和６年３月２２日（金） 午後１時３０分～午後３時３０分
場　所	加東市役所５階　第１委員会室
研修内容 ・ 感　　想	テレビCMの影響や、税で得をするとの感覚のせいか、「税」のつく言葉の中で、ビッグデータからの検索キーワード順位では、上位４位中３つのキーワードがふるさと納税に関するものであった。この事から関心が非常に高いことも伺える。 各自治体も、より多くの獲得を目指す中、地方によって人気に多少の偏りがあるもの、近年の寄付金額の分布では底上げがされてきおり、まだまだ伸びしろがあると考えられる。 ふるさと納税の制度が成熟期では、費用割合の規制などもあり、返礼品競争ではなく、一要素としての自治体の政策ツールと考えて行く必要があるとことがわかった。 同じような中から見つけてもらうための、SEO対策がとても大切だと感じた。 また、シティプロモーションによる顧客の獲得や、流行・トレンドに乗る事もデジタルマーケティングでは大切であると感じた。 SEO対策や商品ページ作成の専属エンジニアが居れば、人件費以上の効果があると感じる。 今回の研修では、ビッグデータから抽出された解析結果から、さまざまな傾向を確認する事ができました。

研　修　報　告　書

総務文教常任委員会委員　中　村　龍　治

研修テーマ	ふるさと納税　～選ばれる自治体～
日　時	令和６年３月２２日（金） 午後１時３０分～午後３時３０分
場　所	加東市役所５階　第１委員会室
研修内容 ・ 感　　想	○ふるさと納税の現状として理解ができた。市議会としての考えについて、地元業者の育成や返礼品をもらえない地元への寄付などについて何か個人として行動できるのではないかと感じました。 ○終了後、加東市の担当者と話したが他市との人手の違いがあると聞き、各市との取り組み方の違いがまず加東市として重要な課題だと感じています。