

## 総務常任委員会行政視察概要

令和4年1月31日（月）  
於 議会棟2階第1委員会室  
（オンライン形式）  
午後2時～午後3時20分

### 1 調査概要

「ふるさと納税充実の取組について」

三重県松阪市産業文化部地域ブランド課 課長  
同 係員

三重県松阪市は、令和2年度のふるさと納税の寄附金額が12億8千万円を超え、平成30年度の約6億7千万円と比べておよそ2倍となっている。返礼品の提供企業を4割増の100社に、返礼品も6割増の410品目に拡充した。ふるさと納税の受付を行う仲介サイトを9つに増やしたことも寄附金額の増加につながっている。なお、希望する返礼品の8割が松阪牛であり、10の市内事業者が取り扱っている。

返礼品を通して市の魅力を発信する取組として、セレクトショップを運営する株式会社ビームスが市内の事業者とタッグを組んで、返礼品監修が行われている。このほか、「ユニバーサル遊具の設置」や「児童養護施設等の退所者への就学支援」などの個別の施策を推進するためにクラウドファンディングを実施しており、目標寄附金額を達成した事業も複数ある。

また、寄附者の半数が関東圏に在住しているが、全国に広く知ってもらうための取組として、インターネットのバナー広告、インスタグラム・フェイスブックなどのSNSを活用している。

### 2 主な質疑応答

問 寄附金を市の事業に充当する際の考え方について

答 市の事業を寄附金の使途として9種類に割り振り、寄附者の意向に沿って財源が不足している事業に充当している。

問 仲介サイトなどの委託業者に支払う経費の縮減方法について

答 ふるさと納税受領書の発行や、ワンストップ申請の受付などを職員で行っており、委託に係る手数料を削減している。また、令和3年10月には、仲介サイト手数料が不要となる市独自のふるさと納税受付ホームページを開設した。

問 ビームスとの協業に至った経緯について

答 市の伝統工芸品である「松阪もめん」のプロデュースがきっかけである。これは、伝統工芸品の新たな魅力を発信するために、ビームスが「松阪もめん」の特徴である縞柄の意匠を活かした商品を開発し、同社の店舗及びオンラインショップで販売すると同時に、特設ホームページを用いた情報発信を行った。

同社の知名度やファンを活かしたプロモーション効果に期待し、継続的な事業実施を見込んでいたが、コロナ禍による事業縮小などの影響を受けたことから、より影響が少なく、市のメリットにも繋がるふるさと納税返礼品の監修に取り組んだ。

問 クラウドファンディング実施のポイントについて

答 クラウドファンディング事業を掲載している仲介サイト内には他自治体のプロジェクトも数多くあるため、その中で差別化を図り、いかに事業の効果を伝えて寄附者の共感を得ることができるかが重要である。

問 寄附者との継続的な関係性構築のための取組について

答 年末には、これまで寄附頂いた方に対してメールマガジンを送付しているほか、東京都にある県のアンテナショップにてふるさと納税感謝祭を行い、特産品のプレゼントや市の魅力の発信を行っている。

以上