

令和6年12月18日

筑紫野市議会  
議長 赤司 泰一 様

総務市民常任委員会  
委員長 八尋 一男

## 令和6年度 総務市民常任委員会行政視察研修報告書

総務市民常任委員会による行政視察研修につきまして、以下の通り報告いたします。

### 記

#### 1. 視察日

令和6年10月21日(月)～10月23日(水)2泊3日

#### 2. 視察先及び研修項目

10月21日(月) 埼玉県久喜市 第三次久喜市情報化推進計画について

10月22日(火) 茨城県境町 ふるさと納税について

10月23日(水) 茨城県結城市 ふるさと納税について

#### 3. 視察者

委員：八尋一男委員長、白石卓也副委員長、上村和男委員、山本加奈子委員、

佐々木忠孝委員、赤司祥一委員

随員：企画政策課 齊田係長、議事課 井形主事

#### 4. 内容 ※別紙のとおり

# 埼玉県久喜市

視察日 令和6年10月21日

説明者 総合政策部情報推進課

木村デジタル戦略室長

## 【久喜市の概要】

都心から北に約50kmの埼玉県東部に位置し、地形はほぼ平坦で、市の北側は坂東太郎の異名を持つ利根川に面している。また、市の南西部には元荒川が流れており、さらに日本三大農業用水路と言われる葛西用水路や見沼用水路が通るなど、豊かな川の流れに恵まれた地形となっている。また、都心からの通勤圏であることから、ベッドタウンとして昭和40年代頃から流入人口が増加してきたが、最近では微減状態が続いている。

市内には3路線（JR東北本線、東武伊勢崎線、東武日光線）が通過しており、乗換駅として重要な役割を果たしている。また、市内には国道4号線、国道122号線、国道125号線、主要県道さいたま栗橋線などが通り、東北縦貫自動車道のインターチェンジ、首都圏中央連絡自動車道（圏央道）と東北縦貫自動車道のジャンクションなど、県東部の交通の要衝地としての発展が期待されている。

平成22年3月22日に、旧久喜市、菖蒲町、栗橋町、鷲宮町の1市3町が合併し、現在の市域が形成されている。

- ・面積：82.41 平方キロメートル（筑紫野市：87.73 平方キロメートル）
- ・人口：150,756 人／69,435 世帯（令和6年4月1日現在）
- ・職員数：964 名 / 議員定数：27 名

## 【視察場所】

久喜市役所

## 【視察内容項目】

第3次久喜市情報化推進計画について

## <議事録>

### （1）国の動向、社会情勢とデジタル戦略室の設置

2020年（令和2年）12月の国からの「デジタル社会の実現に向けた改革の基本方針」および「自治体DX推進計画」を受け、2021年（令和3年）4月に、全庁的な調整、組織横断的な旗振り役として、デジタル戦略室を設置した。

### （2）久喜市デジタル戦略目標（KDGs）の策定

全庁的にデジタル化の取り組みを進めていくため、目標、組織の役割、推進体制等について定め、市内部の意思統一を図るための基本目標。

⇒ KDGs（KUKI-Digital-strategic Goals）

1. 市民のニーズを敏感に感じ、市民サービスの変革を進めます。
2. 本格的なデジタル社会到来に備え、デジタルデバイドの解消に努めます。
3. インターネットの利便性を享受できるよう情報インフラを充実させます。

4. デジタル化を見据えた事務改善を図り、働き方改革を実現させます。
5. 行政のデジタル化を牽引できるよう、職員の情報リテラシーの向上を目指します。

※ デジタルデバイド…情報通信技術（IT）を利用できる人と利用できない人との間に生じる格差

(3) 課訓の制定

- 一、デジタル化が目的ではない。目的達成のための手段である。
- 一、デジタル化を選択することは、必ずしも最善であるとは限らない。  
  - 選択肢の一つとして検討することが重要である。
  - ただし、初期段階で検討すること。
- 一、デジタル化には多額の費用を要する。

デジタル化の際は、人件費削減またはサービスの向上が図られなければならない。

(4) 第3次久喜市情報化推進計画の特徴と目的

- ・自治体DX推進計画に則った計画策定
- ・第2次久喜市総合振興計画の分野別計画
- ・市町村官民データ活用推進計画としての位置づけ
- ・SDGsの理念（ゴール16, 17）を反映

⇒ デジタル技術を活用した市民の利便性向上や、業務の効率化を図る。

(5) 計画の内容と実施状況

① 電子申請・届出サービスの推進

- ・県及び県内市町村との共同利用
- ・職員の意識改革、研修、作成サポート
- ・周知用ロゴ（バナー）作成、全庁統一で利用
- ・シンプル、件数が多いものから着手⇒スモールスタート
- ・住民向け「お試し申請」⇒職員も活用

- ・クレジット決済、GビズIDに対応
- ・汎用予約機能追加（確定申告相談など）

・申請件数	令和元年度	・・・	117件
	令和2年度	・・・	534件
	令和3年度	・・・	3,621件
	令和4年度	・・・	11,198件
	令和5年度	・・・	17,096件

※ 今後の展望⇒書かない窓口機能

② 電子入札の推進

- ・県及び県内市町村で共同利用
- ・工事（平成23年度から）、物品（令和3年度から）

• 電子入札共同システム

案件管理システム（案件の登録）

電子入札システム（入札の執行）

入札情報公開システム（案件内容、入札結果をインターネット上で公開）

※ システムの操作は専用カード認証で実施

• 県内での共同利用によるスケールメリット（業者登録、受付事務、負担金）

• 入札処理手順などの共通化（自治体、事業者双方のメリット）

⇒ 複数入札可能

• 入札会場準備、移動時間の不要による事務の効率化

• 業者登録しやすい環境（共同受付）による登録業者数の増加

• 事業者側の情報リテラシー（知識や能力を活用する力）

⇒ ICカード、カードリーダー）

※ 電子入札の推進は、現時点では双方にとってメリット

令和5年度の実績（全入札件数428件中362件が電子入札）

③ オンライン窓口の実施

• 遠隔施設（合併前の旧庁舎等）間におけるオンライン窓口

• オンライン相談（従来の来庁、電話以外の選択肢の一つ）

④ テレワークの推進

• 自治体テレワークシステム for LGWAN（現在無償利用）

ライセンス数：100（現在86ライセンス使用中）

令和2年度から人事課、情報推進課職員試行利用開始

※ セキュリティ対策として、インターネット接続の不可とワンタイムパ

スワード利用という物理および論理でのセキュリティを実施。

• 利用した職員の9割以上が満足感を得ており、効果と今後の拡大については有効で拡大した方がよいと考えているが、改善点としては、印刷できない、電子決裁ができない（文書決裁システム未導入）をあげている。

⑤ 公衆無線LANの整備・充実

• 無線LANは情報のインフラ

• もともとは市民用Free Wi-Fiでサービス開始

• 小中学生タブレット自動接続（教育用SSID）

- ・行政も利用可能へ（業務用SSID）
- ・新施設への公衆無線LAN整備

#### ⑥ インターネットを活用した情報発信

- ・各種SNSでの情報発信
- ・防災アプリ（登録者数10,000人超）
- ・健康・子育てナビ（オンラインで面談予約）
- ・久喜市公式ラインスタンプ

#### ⑦ デジタル活用支援

- ・スマホ教室（令和5年度：のべ124コマ 751人受講）

#### ⑧ 職員の情報リテラシー（知識や能力を活用する力）の向上

- ・地方公共団体情報システム機構による研修の実施  
⇒eラーニング等を活用した全職員向け研修および関係職員への研修
- ・関連職員に対する視察、フェアへの派遣
- ・まずは、やってみる！
- ・会議録システム（音声の文字起こし）⇒ 準備からファイル出力まで
- ・デジタル化は将来の職員のために
- ・小中学生タブレット自動接続（教育用SSID）
- ・行政も利用可能へ（業務用SSID）
- ・新施設への公衆無線LAN整備

#### 【まとめ・所感】

デジタル化の推進に力を入れている市の姿勢には、行政サービスの質向上と業務の効率化を進める強い姿勢が感じられた。特筆すべき点として、電子入札共同システムの活用について、自市だけでやるのではなく、県と一体となって取り組んでいることがあげられる。

（参考写真）



## 茨城県境町

視察日 令和6年10月22日  
説明者 株式会社さかいまちづくり公社  
竹内清澄部長（運転案内：新井氏）

### 【境町の概要】

関東平野のほぼ中央、首都50キロメートル圏内にあり、茨城県の西南部、県都水戸市まで約70キロメートルに位置しています。町の西南部を利根川が流れ、その利根川をはさんで千葉県に面しています。また、周囲は古河市、坂東市、五霞町、千葉県野田市に隣接しています。地勢的には、利根川流域に形成された平坦沖積地帯と古河市、坂東市に接する洪積台地からなり、主に低湿地は水田、台地は畑地を形成しています。気候は、太平洋側の温暖な地域で、冬季における降雪は年数回と少ないものの、三国山脈から吹き下ろす乾燥した強い西風が吹きます。しかし、全般的には、恵まれた自然条件となっています。

境町は特産品として「さしま茶」や紅はるかを使った「干し芋」、長い歴史のある蔵元がつくる「日本酒」や新進気鋭のブルワリーがつくる「地ビール」などありますが、ふるさと納税市場に強い他自治体もつ特産品やブランド商品があったわけではありません。また、現在の納税額は米が多くを占めていますが、他の都道府県で有名な地域やブランド米もあり、茨城県でも多くの自治体で主要な産業になっているので、境町が特別なわけでもありません。そこで、単に米を返礼品にするのではなく、そのセットを「食べ比べセット」とし、見せ方を変えることで、結果として「食べ比べという特別な体験」で、境町のふるさと納税額は爆発的に伸びることになりました。さらにそこから、自己ブランド「干し芋」を育てるための投資を積極的に行っており、現在では、「干し芋」が境町のブランドとして広く認知されています。境町では寄附金を活用し、新たな観光拠点を建設したり、更なる町振興への投資も強めています。

- ・面積 : 46.59 平方キロメートル
- ・人口 : 23,856 人 / 9,288 世帯 (令和6年5月1日現在)
- ・職員数 : 216 名 / 議員定数 : 12 名

### 【視察場所】

道の駅さかい、境町内各所施設

### 【視察内容項目】

ふるさと納税について

### <議事録>

[倉持議長挨拶より]

- スーパーグローバルシステム導入 : 24名の先生⇒どこでも英語に触れられるようにした  
⇒9%であった英検3級取得率が、50%を超えるようになった(全国平均は20%)
- PFIで住宅を建てて貸し、定住促進につなげている

## ■12名オール与党でやっている

[ビデオより] (橋本町長、公社野口代表出演)

- 境町から毎年200~300人流出していった
- 企業の工場誘致、干し芋の工場建設を推し進めた
- 葉タバコ農家には干し芋農家になってもらい、それを市の工場で加工する
- 民間委託して始めたとき3名であった道の駅の従業員数も今や160名に
- 第二工場できたら海外に向けて出していきたい
- 地元を誇れるようになった、2拠点移住

[スライド説明より]

- 10年前は全国1741自治体の中から29番目の財政の悪さで破綻寸前だった
- 子育て世代が移住したいまちにするには『職(仕事)』が重要⇒雇用の創出を意識
- 面接を通して、公社勤務か役場勤務に振り分けている
- 25年間家賃払って住んだらそのまま家と土地が貰える取組がある：3期目
- 直近は全21棟に250件程の申し込みがあった(全国から)・・・選考をして決めた
- 20歳まで医療費無料、給食費も無料
- 子育て世代が増えた⇒高齢者福祉にも繋がっていく
- アーバンスポーツ、花火大会、自動運転バス等をふるさと納税の余った利益で作っていた
- いかにリピーターを作るか・・・町長の発案で、納税者にマスクをプレゼントしたりもした
- 企業版ふるさと納税も進めている
- 一般会計に入ると交付税が減るので基金積立に回している
  - ↳一般会計が323億円まで増えている
- しかしながら、ふるさと納税に依存しないまちづくりを意識!(将来無くなる制度かもしれないから)
- 官民対等でいくため、さかいまちづくり公社の資本金は、道の駅さかい共栄会(民)50%、境町(官)50%
  - ↳区分経理のために営利目的会社と非営利団体に分けている
- 利根川大花火大会は観客数30万人
- メイン会場の観覧席は基本全て有料で、丸テーブル6万円がすぐ完売する
  - ⇒町内の人は半額、プレミアム席じゃなくても2万円
  - ⇒結果、売上2億円ほどいく!⇒企業接待でも使ってもらったりしている
  - ⇒観光バスで東京から来てもらう席も作っている・・・JTBなどがツアー組んで
- さかいサンド(サンドイッチ専門店)は月600万円も売れている
- 地ビールは酒税変わっても影響ないから、酒税UP後、他のビールと金額が近くなる
  - ⇒地ビールを開発するなら今やるべき
- ウルフギャングとのコラボ店⇒境鉄板⇒1カ月先まで予約いっぱい
- 加工工場があればふるさと納税出品できる
- 鳥取県岩美町、沖縄県国頭村との連携
  - ↳国頭村が来て、この施設をちゅうみ水族館に、3D眼鏡で映し出す事業などやった
- ぶどうのないまちだが、ワインを
- 葉タバコから芋農家への転身促進・・・補助金出る
  - ↳干し芋は手作業、座ってやれる⇒高齢者の雇用になる

■工場建設⇒2億円⇒うち5千万円は町が負担だが、、全部ふるさと納税の収益から出したから町民になにも言われない

■鳥取へ肥料として干し芋の二次廃棄物を提供している（廃棄物ゼロへ）

■工場を家賃で貸して美容室に商品を作ってもらっている事業もある

■商社と組んでオーガニックオリーブオイルをつくろうとしている

■芋けんぴ、宮崎のうなぎ（まんらく）なども工場で作っている

↳実はうなぎだけで10億円、うなぎは機械化が進んでいて人件費があまりかからない

⇒30億円目標・・・30億円いけば15億円が町に入ってくる

■小野寺グループと連携して、堺町が回転ずしのお店を作る⇒そこに小野寺が入ってもら

■**指定管理制度で委託ではなく、家賃払ってもらって借りてもらい事業を営んでもらう仕組み**

⇒一見箱物行政のように見えるが、指定管理か家賃かで全然違う

⇒家賃の方がだらだらせず事業者も利益のために頑張るというマインドになる

■去年公社から町に2億円寄附した

■うなぎが伸びていけば、タレ作る会社も伸びていくという相乗効果

■企画はあるが、誰がやるんだ！？⇒それを地域商社がやる！

■リファの製品を入れろという指示がきたりとか、具体的な指示が下りてきたりする

■**1自治体1公社でふるさと納税をやるべき**

■船井総研、三井物産、その他中間事業者なども視察に境町に来ている

■中間業者に頼むと、納税額の多い自治体を優先されてしまう、、

⇒その他、**中間業者導入のメリット・デメリット**は以下の通り

#### メリット

- ・自治体の業務量削減
- ・ポータルサイトのSEO対策、写真素材や文章改善等をプロ目線でやってくれる

#### デメリット

- ・自治体職員の業務スキル・知識の依存
- ・委託料の外部流出(10億円の場合、8000万円流出)
- ・ノウハウ・コネクションの流出
- ・**自社収益のみの追求**
- ・**地域と納税者の関係を切る**

⇒**リピーター作りの施策が重要**

⇒**中間業者は、自治体内にあるべき**

《全国各地域のよくある課題》

#### ①ふるさと納税の事務を丸投げ

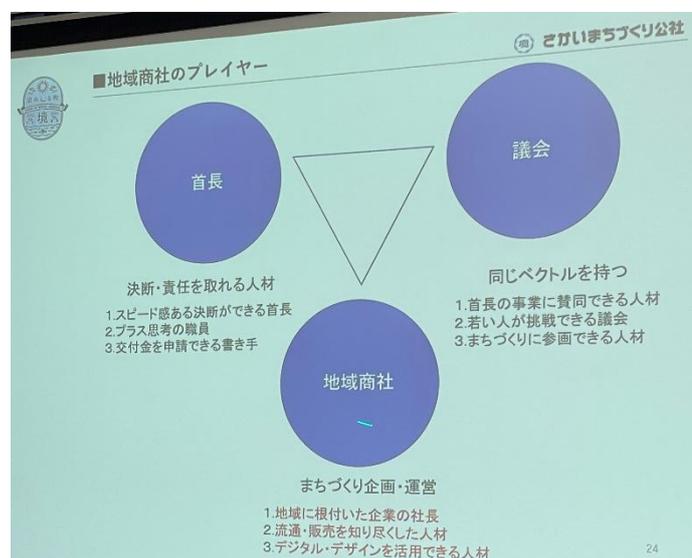
- ・地域の商品は、地域の力で販売する。
- ・手数料をいくらかでも地域へ再投資。

#### ②ふるさと納税に出品する地域産品がない

- ・商品開発ができない。
- ・原料はあるが、加工する施設がない。

#### ③流通販売を知り尽くした人材がない

- ・人材不足で、運営ができない。
- ・地域にキーマンがない。



■高校生の顔が載った御礼ハガキを送っている自治体もある

↳「地元がより良くなりました、ありがとうございます」

■貫通石・・・意思(石)を貫く・・・リニア工事で出てきたただの石をお守りとして売っている自治体も

↳これは原価0円どころか、むしろ廃棄にお金がかかるものを売ることができる

[質疑応答]

■米の食べ比べセットを作ることで納税額を増やすことに成功したとのことですが、発案主体は誰なのかを教えてください。

⇒発案者は公社で、こしひかりメインに、+3銘柄入れている。こしひかり以外はどれが入るかは楽しみとしている。他自治体は1銘柄がほとんど。そのため不作などで価格が変動してしまうのが普通だが、こしひかりのキロ数を保つために、他の3銘柄で調整することで変動を防げている。複数楽しめるし、価格も安定させて一石二鳥。ちなみに人気なのでこしひかりは外せない。キロ数も注文者は結構見てくる(多い方が良い)。また、お客さんはサイトで検索する際には、地域は入れず、米、肉などのジャンル、または、こしひかりなどの銘柄で検索するため、検索キーワードが重要で、その上位に入らないと選んでもらえないそう。

■控除額と経費、つまり出ていく支出部分の総額はいくらくらいか？(純利益的なの知りたい)

⇒こちらの情報は組織の仕組み上出すことができないとのこと。さかいまちまちづくり公社の自治体向けビジネス大学院主催の境町十日間留学に参加してくれた方々にはもう少しだけ開示しているそう。

■専任担当者は？

⇒ふるさと納税室を作った⇒部署だけではできなくなった⇒8年間かけて公社にふるさと納税業務を少しずつ移管していった⇒二年前に完全移植⇒その結果町の中には兼務者1名しか置かなくてよくなった  
※町役場の中の会議室を借りてコールセンター業務もやっており、役場の職員とのコミュニケーションも図れるというメリット有り  
※外を案内していただいた新井さんは、旅行会社にいたが、移住してきた  
※竹内さんも民間企業出身者  
※町長は移動中もずっとふるさと納税サイト見てて、●●の米が1000円下がったよ～などと言ってくるくらいふるさと納税に力を入れている

■花火大会の現場スタッフは何名？誰がやっている？

⇒観光協会主催で、商工会・JC(青年会議所)なども入ってもらい運営している。

⇒一番困るのが駐車場だが、民家が軒下を駐車場として有料で貸し出している。

■なぜ株式会社？

⇒元々観光協会がやっていた道の駅。それを運営する主体として公社を設立。収益化を真剣に考えるために株式会社にした。地域商社から地域公社へ(50%以上)⇒総合公社：輸出をするようになった公社。まちのチラシ作成もやっており、広告代理店的な役割も。

## [町内見学]

■潰れたパチンコ屋を居抜きで使い、工場と事務所にしている

■うなぎ 3,000 円のところを 1,000 円にして地元の人限定で売るイベント。ふるさと納税は外にしかメリット無いから、こうやって町民に還元を。差額の 2,000 円はふるさと納税基金を充てた。

■フランスのハリケーン社に造ってもらった BMX パーク

・1st 2 億 7000 万円

・2nd 9 億 900 万円、補助金と合わせ技で、オリンピック後に眠ってたものを購入

⇒移住者が増えてきた

⇒英語教育も活きてくる

⇒地域おこし協力隊になって教えてくれるコーチも

⇒APC プランニングが借りて運営しているが、ここは家賃も貰っていない

⇒近くの PFI 住宅は、町が農地転換して、家を建てて、25 年プラン(25 年住んだら土地も建物も貰えるプラン)で貸す。アーバンスポーツしたい人が移住してきたりも。賃貸なので固定資産税もかからない。

## 【まとめ】

目から鱗が落ちるお話が次から次へと出てきた。昨年視察に行った泉佐野市や坂井市は、専任部署・専任担当を役所内に置き完全に業務を内製化していたが、今回は官民半々で出資する『さかいまちづくり公社』がその業務を一手に担うように移管することで、逆に役所内からは専任部署どころか専任担当も無くしたという事例となっており、昨年の 2 市と対照的で、筑紫野市がふるさと納税推進に関して進むべき道を検討していくにあたり非常に参考になる自治体だった。

(参考写真)

※次ページへ



# 茨城県結城市

視察日 令和6年10月23日

説明者 環境経済部長 河添敏明様

## 【結城市の概要】

北部の市街地は中世城下町の原形をとどめ、主に明治時代初期から大正時代に建てられた見世蔵など古い町並みがみられる。一方、南部は農業地域で、鬼怒川流域には肥沃な水田地帯が広がっているほか、白菜、トウモロコシ、トマトなどの露地栽培が盛んで首都圏の生鮮野菜供給地となっている。2019年の地目別面積によると、土地利用では畑が約4割、宅地と田がそれぞれ約2割を占めている。

伝統産業として全国的に有名な結城紬（絹織物。国の重要無形文化財）がある。結城紬は、2010年11月16日にユネスコの無形文化遺産に登録された。

※赤いきつねのあげは全て結城市で作っている。

- ・面積 : 65.84 平方キロメートル
- ・人口 : 49,631 人 / 21,559 世帯
- ・職員数 : 335 名 / 議員定数 : 18 名

## 【視察場所】

結城市役所

## 【視察内容項目】

ふるさと納税について

### <議事録>

■2013年にふるさと納税返礼品送付開始。結城市には佐賀牛を扱う工場があり、2020年に牛肉3パックが人気となり、チャイルドシート等と共に売れて、一気に1億6727万円まで売り上げが伸びた。しかし翌年2021年、牛肉が追いつかなくなり、また真似されたりしたことで、7826万円まで落ちてしまった。2022年にはふるさと納税係を設置し1億1,864万円まで戻した。しかし2024年、経費5割の厳格化などがあり、結城市はまじめだから送料込みで25%にしてしまった。(30%までいけるのに)。そんなこんなで1億円に届かないかもしれないという状況。

■結城市内全44市町村のうち、14市町村が佐賀県みやき町の企業に委託しており、現状レッドホースコーポレーションとやっているのは、44市町村で結城市だけとなった。

■ふるさと納税の特命担当を置いたのは、当時の契約管財課の事業との兼ね合い。立ち上げ時は企画政策課主管であったが、その後、契約管財課、商工観光課へと移っていった。最終的に地域活性化ツールであるとみなされ商工観光課へ移ったが、結局一番詳しく河添部長の異動に伴い、ふるさと納税業務が追いかけてきたのではないかとのこと。(ふるさと納税業務の属人化問題)

■ふるさと納税係[2名体制：係長+1名]の業務は以下の通り

- ・返礼品の開拓（制度説明、書類作成）
  - ・返礼品の登録（中間事業者へ）
  - ・既存事業者支援（季節商品、バリエーション追加）
  - ・寄付者業務（御礼状、減税書類）
  - ・寄付金収入処理（月締め、報告書）
  - ・PR 業務（スーパーセール対策、旬の食材、リピーター(顧客)管理) ←市職員はこれが苦手
- ※ふるさと納税は市への寄付なので、お店は寄付者の個人情報を持っていてはいけない
- ※道の駅という場所は、こちらから取りに行かずとも市内の物産品が集まってくるやりやすい場所

■21年から特命担当を2年間やった。既存のまちづくり会社(TMO 結城)を地域商社化しようとしたが、中心市街地活性化が目的だったから、もっとふるさと納税に特化するものとして地域商社をつくらうとしている。準備室を作る予定。株式会社にする予定なので、資本金などなど様々な手続きが必要。退職派遣する仕組みを取らねばならないことなど、時間がかかる⇒準備室まで作ってくれなければ担当レベルの組織になってしまう。まちづくり三法が廃止になって、他自治体はTMO解散になったところが多いが、結城市では結プロジェクトを若者が始めたため、補助金を取ったりする役割としてTMOが続いていた。二年前に結プロジェクトが独立したため、TMOの役割がなくなった。そこでふるさと納税をもたせようとしたが無理だった。来年から地域商社を別でつくり、TMOは解散予定。三か年計画で地域商社を作っていく予定。

■結城市長はふるさと納税には乗り気。地域商社も周りの流行なので乗り気であり、市長は来年すぐ作れないのかと言ってるほど。地域おこし協力隊などを使っていきたいと考えている。

■議会はふるさと納税推進の是非は二分されている。7割が交付税で入ってくるから止めた方が良いという議員もいる。

■ふるさと納税は『商売』だと思っている。だから行政職員だけで考えても上手くいかない。グレーなこともやっていかなければならないが、どこまでブラックに近いことをやるかは難しい判断が必要。しかし結城市はホワイトすぎると考えている。。全庁的な判断が必要なので、筑紫野市の担当部署は企画政策課のままでもいいのではと思う。

■これからのふるさと納税について、寄附は事業者あつての賜物なので、市が予算をかけてマーケット（市場）を作るべきと考える。（新商品開発や販路開拓補助金などによる投資など）。

■例えば1億2千万円の寄付があったということは、その3割の3600万円の地場産品が市外に提供された=3600万円の外貨が市内事業者の収入になったと捉えることができ、これは市が地場事業者へ提供したマーケット（市場）という考え方ができるのがふるさと納税。

■茨城県内の状況 ～地域商社の重要性～

- ①中間事業者への支払いは6～7%ほどになる
- ②提供事業者支援業務を密に行える（営業活動、申請補助、フォローアップ等）
- ③地場産品の市外販売（オリジナルHPを立ち上げるなど）

※境町は市場価格 7,000 円の米を市が 10,000 円で買い取ることを始めたとのこと。

その差額はふるさと納税の基金を充てているそう。

④道の駅運営をメインに地場産品販売が行える

⑤ふるさと納税に特化できる

⑥完全民間主導で独立型⇒地域活性化をメインで考えられる

※筑西市は元不動産屋の営業を地域商社に雇い入れた

※八千代町も 23 億円という高い数字を出しており、昨年までは佐賀県みやき町の間事業者を使っていたが、今年地域商社を立ち上げた。

■結城市も、来年地域商社を立ち上げるべく予算を取った。

[質疑応答]

■10 のポータルサイトを活用していますが、どのサイトがどれ程使われているかの割合を教えてください。また、利用するポータルサイト数を増やすと業務が大変になるとある自治体から教えていただいたことがあるのですが、もう少しサイト数が少ない方が良かったかもというお考えはありますか？

⇒サイトを増やすことにより、固定費はなく、成功報酬型でしか経費がかからないので、手間はかかるが頑張った。また、結城市のフルーツは軒下販売で売れてしまい、ふるさと納税まで出せないし、季節の出来不出来もある。⇒1軒の農家10個×10農家というのと同じ考え方で、10のサイトがあった方が間口は広がる（特定のサイトしか使っていない人もいるから手間だがわが市はこの方が良かったとのこと）

■寄付先選択についての経緯は？

⇒総合計画の柱で選べるようにした。部長が当時担当していたから。市長と相談して事業選択ができるようにした。しかしお金は溶け込んでしまうので、6つの寄付先に実際的には充てられていない  
⇒各課・全庁的な取組が必要になってくる。。

## 【まとめ】

これまでの視察先と違い、失敗も繰り返しながらふるさと納税業務を進めている自治体で、失敗例やそれにより試行錯誤しているお話がリアルで為になった。2億円に到達したことがない状況にもかかわらず、ふるさと納税係を2名体制で作っており、来年は地域商社を作って移管する予定とのこと、納税額がずば抜けていた他の3自治体と違う意味でとても参考になった。

(参考写真)

