ふるさと納税の推進について

（総務常任委員会・所管事務調査報告）

令和５年１月

高　松　市　議　会

高松市議会では、毎年度、常任委員会ごとに、委員会の所管事項のうちからテーマを設定し、閉会中継続調査（所管事務調査）を行っております。

そこで、総務常任委員会としては、令和４年度の調査テーマを「ふるさと納税の推進について」に決定し、鋭意、調査検討を重ねるとともに、市民との意見交換会及び２回にわたる高松第一高等学校生徒との意見交換会での意見等を踏まえ、このたび委員会として調査結果を取りまとめたので、以下、報告いたします。

１　現状及びテーマ選定の理由について

本市では、厳しい財政状況の中、自主財源の確保に重要な役割を担っているふるさと納税の寄附額を増やすための取り組みに努めています。そこで、本委員会においても、ふるさと納税の推進は、より一層の財源確保はもとより、魅力的な返礼品を充実させることで、本市の魅力を発信することにもつながるとの観点から、令和４年６月22日の委員会で所管事務調査テーマに選定しました。

２　委員会等の開催状況及び活動内容について

（1）総務常任委員会

①　令和４年８月１日　当局から現状等の説明・質疑応答

〔当局の説明概要〕

本市の寄附額について、平成 29 年度から令和元年度にかけての寄附額は１億円台で推移していたが、令和２年度には、新規ポータルサイトの追加や返礼品の拡充、新型コロナウイルス感染症拡大に伴う巣籠り需

要の影響などにより、約６億円と前年度比で約 3.2 倍となっており、さらに、令和３年度には、約８億 6,000 万円になるなど、増加傾向にある。

なお、ふるさと納税に係る実収入額については、本市への寄附総額からポータルサイト管理委託業者への手数料や広告料、返礼品の代金等の経費や、高松市民が他自治体へ寄附をした際の市民税控除額のうち、地方交付税措置対象外分を差し引くと、令和元年度までは赤字だった。しかし、本市へのふるさと納税の寄附額が大幅に増加した令和２年度からは黒字に転じており、令和３年度においては約１億 8,000 万円の黒字となっている。

また、本市における人気の返礼品は、令和３年度の寄附総額及び寄附件数ともに、みかんが第１位となっているなど、寄附件数が多い返礼品は果物や野菜が占めている。

これらの現状を踏まえ、今後、交流人口を創出できる返礼品の拡充や、移住につながる返礼品の開発等に、より注力して取り組む必要がある。

さらに、企業版ふるさと納税についても、自治体が主体的に寄附の理由付けを検討し、企業に対して積極的なセールス活動やＰＲを行うなどの工夫が必要である

② 令和４年９月 15 日 論点整理・質疑応答

③ 令和４年 11 月 16 日 先進地視察後の委員間討議

④ 令和４年 11 月 24 日 取りまとめ案の確認

⑵ 視 察

令和４年 11 月 10 日・11 日 先進地視察

〇佐賀県唐津市・福岡県久留米市

・より気軽に寄附できる環境の整備について

・本市の魅力発信につながる返礼品の拡充について

・寄附者の属性や傾向等のデータ活用について

・返礼品提供事業者との連携について

10日　唐津市

11日　久留米市

（3）意見交換会

①　市民との意見交換会

令和４年11月７日

②　高松第一高等学校生徒との意見交換会

令和４年10月３日・11月４日

３　委員会としての提言内容について

〔12月５日の委員長報告（閉会中継続調査終了）〕

（1）本市の魅力発信につながる返礼品の拡充について

①　本市に訪れていただくことが、高松の魅力を感じてもらうための重要な機会であることから、返礼品として観光資源などを有効に活用した旅行商品を拡充するなど、高松らしさが伝わる独自性のある返礼品の充実に努めること。

②　全国的に認知度や注目度が高い施設の整備や事業等について、ふるさと

納税を活用したクラウドファンディングを積極的に実施するなど、本市の魅力を生かした施策を検討すること。

⑵ 寄附しやすい環境の整備について

① 本市に訪れた人が、その場ですぐに寄附できるような環境を整備するなど、寄附者の利便性を高める施策を推進すること。

② ふるさと納税は、ポータルサイトを利用した寄附が大半であるため、高齢者やインターネットを利用できない人たちにとっても、寄附しやすい環境の整備に努めること。

（3）寄附者の属性や傾向等のデータ活用について

寄附者の属性によって返礼品に求めるものの傾向が異なることから、年齢や所得に応じた返礼品の充実や広報への活用について検討すること。

（4）寄附者の属性や傾向等のデータ活用について

返礼品提供事業者と連携することで、本市の返礼品の上位を占めている果物などのさらなる充実はもとより、多様な選択に対応するため、着地型観光商品など、比較的高額な返礼品についても充実させ、リピーターや寄附額の増加につなげるよう努めること。

（5）関係部署との連携について

返礼品の話題性や情報発信が寄附額に大きな影響を与えることから、地場産品や観光などの本市のＰＲを行う部署と連携し、ふるさと納税にとっても効果的な広報になるよう努めるとともに、1700 を超える対象自治団体から本市を選んでもらえるよう、若い職員からの斬新なアイデアや、庁内横断的な新しい企画についても積極的に採用するなど、機を逸することなく挑戦するよう努めること。