

ふるさと納税でまちを元気に

～東川町と上士幌町の経験から学ぶ～



ふるさと納税に積極的に取り組むまちが増えていきます。各自治体ではふるさと納税を活用し、まちを盛り上げていく仕組みを融合させながら、貴重な財源として有益な活用策に知恵を絞っています。また、2016年には企業版ふるさと納税制度が導入され、地方自治体の政策と企業のCSR^{※1}活動を結び付けていく機運が期待されています。

そこで、ここではふるさと納税を導入している道内二つの自治体をご紹介します。ふるさと納税を株主制度として発信し、全国に根強いファンを有する東川町と、「ふるさと納税子育て・少子化対策夢基金」を設置し、子育て・少子化対策に活用している上士幌町を訪ねました。

ふるさと納税とは

ふるさと納税は、2008年に発足した制度です。地方で生まれ育っても、進学や就職でふるさとを離れて出身地に戻らなければ、その人たちの税金は生まれ故郷には納められません。そこで、自分の意思でふるさとや応援したいまちに寄附という形でお金を納めること

ができる制度です。出身地や応援したい自治体に寄附をすると、寄附額の2,000円を超える金額が所得税と住民税から控除されることになっています。

制度が導入された2008年は、全国のふるさと納税の実績(控除申告があった寄附金の集計)は72億5,996万円でした。ところが、自治体が寄附してくれた人に地元の特産品などを返礼品として提供するようになり、インターネットで民間のふるさと納税の総合サイトが充実。さらに寄附金の控除手続きを簡素化した「ふるさと納税ワンストップ特例制度」^{※2}の導入などにより、2015年度には全国の寄附金額が1,653億円に増加し、2016年度はさらに増加するといわれています。

ともにまちをつくる「ひがしかわ株主制度」

2008年にいち早くふるさと納税を導入したまちが東川町です。大雪山旭岳の麓に位置し、「写真の町」として長く親しまれてきました。毎年夏には「写真甲子園」が開催され、全国からカメラを手に高校生が集まてきます。町内には上水道がなく、全町民が地下水で暮らし、その豊富な水資源を生かした米づくりも盛んです。

※1 CSR
Corporate Social Responsibilityの略。企業の社会的責任。

※2 ふるさと納税ワンストップ特例制度
確定申告が不要な給与所得などが5団体以内にふるさと納税を行った場合、確定申告をしなくてもふるさと納税の寄附金控除を受けられる制度。2015年度から導入された。



旭岳の登山口でもある東川町。写真の被写体としても魅力的な景色があちこちにある

東川町は1995年に「写真の町」を宣言し、「写真写りの良いまちづくり」を目指した取り組みが進められてきました。2002年には環境保全と景観形成、開発規制を組み合わせ

た「美しい東川の風景を守り育てる条例」を制定し、環境や景観に配慮しながらまちづくりを進めてきました。1995年に7,211人だった人口は2015年には8,115人に増えており、町外からの移住者がカフェやショップをオープンさせ、まちの新しい魅力になっています。

2015年10月に策定した「東川町まち・ひと・しごと創生総合戦略」では、2019年の人口目標を8,067人としています。「8,000人の人口規模を維持しながら、過疎でも過密でもない、“適疎”なまちづくりを目指しています。多くの人の交流を通じて地域内消費の拡大を図り、地域の活性化を図っていきたくと考えています」と企画総務部写真文化首都創生室の柳澤奨一郎さん。これを実現させていく一つの手段がふるさと納税で、「ひがしかわ株主制度」と銘打って運用されています。

写真の町として長くまちづくりに取り組み、人や企業とのネットワークが蓄積され、町外のファンを徐々に増やしてきた東川町。ふるさと納税を導入するに当たり、住民だけでなく、これまでのファンや応援者など地域外の人々の力を取り入れたまちづくりのあり方を検討し、まちの未来に投資してもらう株主制度を考案したのです。

これは、ふるさと納税の寄附者を株主と位置付け、自ら望む事業に投資してもらうことで、まちづくりにも参加してもらおうというもの。寄附者に返礼品を送る

だけの単発的なつながりではなく、寄附をきっかけにまちとさまざまな接点を持ってもらう工夫をして、株主とのつながりを強めながら、未来を一緒に育てていこうという思いが込められています。また、投資対象となる事業の実現によって地域の魅力向上と新たな株主の取り込みを図るとともに、絆を深めた株主がリピーターとなるなど、継続的に東川町を応援できる循環型の仕組みにもなっています。

株主への還元がリピーターにつながる

東川町では、地域外に住む株主にまちを訪れてもらい、第二のふるさとと思ってもらえるように、投資者には返礼品に加えて「株主証」を発行し、さまざまな特典を設けています。町内の公共施設が町民と同じ料金で利用できるほか、旭岳温泉の宿泊施設や道の駅のソフトクリームの割引サービスもあります。また、町内には株主専用の宿泊施設を整備しており、1万円以上の投資で1年間は6泊まで無料で宿



1万円以上寄附すると、無料で宿泊できる株主専用の宿泊施設

泊することができます。毎年10月には町内で株主総会も開催。植樹体験や昼食会などに参加でき、投資した資金の活用報告やまちづくりに対する意見交換の場



株主総会時には植樹体験などを通じて東川町のまちづくりに参加してもらう



株主ファームなどの株主限定の企画には年間約400人の申し込みがあるという

もあります。道外在住者には交通費の一部助成を行い、遠くからもたくさんの方が参加できるように工夫しています。また、東川町をより身近に感じることができるよう、田んぼのオーナーになれる「ひがしかわ株主ファーム」などの株主だけが参加できる企画もあります。

投資は「写真の町プロジェクト」など10の投資メニューの中から賛同する事業を選んで行うことになります。目標金額と募集期間を明示し、株主にも還元できる事業を意識して投資メニューを組み立て、株主が東川町に対して愛着を深めてもらえるように工夫されています。制度を導入した2008年当初の株主数は415人でしたが、毎年徐々に増え、2014年には3,410人になりました。そのうち6割以上が何度も投資してくれるリピーターで、株主へのサービスや還元を意識し、地道に東川町のファンを増やしてきた成果といえます。

さらに2015年8月に「ふるさとチョイス」や「楽天」など、インターネットで手軽に申し込めるようにしたところ、株主数、投資額ともに急増し、2016年度の株主数は16年12月末現在で13,867人、3億5,111万円の投資額となりました。中でも写真の町プロジェクトの「写真甲子園映画制作支援事業」に多くの投資が集まっています。

一方で、東川町を知らない投資者が増え、「継続し

て東川町とつながりを持っていただいたり、このまちを好きになっていただける情報発信が課題になってきています」と柳澤さん。

つながりを大切に積み上げてきたこれまでの経験を生かし、新たなファンの開拓と地道なまちづくりへの好循環が期待されます。

企業版ふるさと納税も導入

東川町では、2016年度に創設された地方創生応援税制、いわゆる企業版ふるさと納税も導入しています。企業版ふるさと納税は、地方公共団体の地方創生プロジェクトに企業が寄附をすると税負担が軽減されるというもの。これまでも損金算入により約3割の税の軽減効果がありましたが、企業版ふるさと納税ではさらに寄附額の3割が税額控除されることとなり、税負担の軽減効果が2倍となりました。企業版ふるさと納税を導入するためには、地方公共団体は事業の企画立案、寄附元の企業探し、地域再生計画の作成などの準備を経て、内閣府の認定が必要なため、ハードルが高く、2016年8月に公表された第1回は、道内での認定は東川町を含めた4市町のみでした。

東川町では、現在企業版ふるさと納税を活用し、「冬季観光誘客による地方創生推進プロジェクト」が進められています。寄附企業は、アウトドア総合ブランドの(株)モンベルです。

東川町は旭岳への登山口であることもあり、2012年に「道の駅ひがしかわ道草館」の隣に同社の直営店「大雪ひがしかわ店」がオープンしています。モンベルでは豊かな自然を有するエリアを「フレンドエリア」として会員向けに情報を発信していますが、東川町を中心とする「大雪ひがしかわ」エリアもその一つで、同社の協賛イベントの開催地にもなっています。こうしたつながりから、お互いに地域を活性化させるためにどのよ

うな方法があるのかという視点から、企業版ふるさと納税を活用することになりました。

東川町の冬季観光客は夏季の5割以下で、冬季観光の充実が課題となっていました。そこで、比較的需要が見込まれる外国人観光客の拡大を目的に、事業が実施されています。2017年1月2日には「スノーボード国際ワークショップin東川大会」の第1回のイベントを開催。旭川市出身でスノーボードアルペン選手の竹内智香さんを講師にしたワークショップと競技会が行われました。また、東川町とつながりのある海外の国や地域の人たちを招き、1月21日には「東川町国際文化フォーラム」を開催。各国の歴史や芸術文化などが紹介されました。



企業版ふるさと納税を活用して、新年早々に開催された「スノーボード国際ワークショップin東川大会」の様子

し、お互いをパートナーとして協力しあう関係づくりが礎となっているのです。行政と民間企業がパートナーという認識を持ち、ともに魅力的なまちづくりを実践していこうという理念を持っていれば、それが企業版ふるさと納税につながっていくことを証明しています。

一方で、企業版ふるさと納税では、寄附元の企業との事前調整や煩雑な手続きなど、導入しにくいという声も聞かれており、地方の現場の生の声を国に届けていくことも大切だと思います。

企業版ふるさと納税が積極的に活用された背景には、これまでの株主制度の取り組みが大きく影響しています。株主制度で培った人とのつながりを大切に

寄附者の利便性を高める工夫

2011年4月からふるさと納税を導入し、「感謝特典」として送っている和牛やジェラートなどが評判となり、2015年度に15億3,656万円の寄附額を集めたのが上士幌町です。十勝北部にあり、人口は約5,000人。畑作と酪農、林業などの第一次産業のほか、ぬかびら温泉や日本一広い公共育成牧場のナイトイ高原牧場、北海道遺産となっている旧国鉄士幌線コンクリートアーチ橋梁群などがあり、観光業も盛んなまちです。

上士幌町は、2004年に士幌町と立ち上げた任意の合併協議会を解散し、自主自立の道を選びました。これをきっかけに、上士幌町では都市との交流を強く意識した取り組みを行ってきました。2008年12月には、都市をマーケットにした取り組みを進める上で欠かせない要素であるICT（情報通信技術）の活用を図ろうと、道内で初めてまちが運営するブログを開設しています。また、町内には道の駅のような特産品を一堂に集めて販売している場がないため、町内の特産品を扱うネットショップ「かみしほろん市場」を2010年8月にオープンさせました。当初の売れ行きは芳しくありませんでしたが、この経験がふるさと納税の返礼品を送る「感謝特典制度」のノウハウにつながりました。ネットショップで町内の事業者や生産者から直接商品を集めて発送するという経験が、そのままシステムとして生かされたのです。

2011年8月に感謝特典制度を開始し、2012年9月にふるさと納税を扱うサイト「ふるさとチョイス」の立



上士幌町のふるさと納税は、旧国鉄士幌線コンクリートアーチ橋の第三音更川橋梁の補修のためにも活用されている

ち上がりと同時に、同サイトで掲載を開始。当初は複数回寄附した人への感謝特典は年度内に1回だけでしたが、2013年4月にはこの制限をなくし、寄附をいただいたごとに特典を送る仕組みにしました。同年12月にはクレジット決済も導入しています。

「専門サイトへの掲載やクレジット決済導入など、いろいろな取り組みが早かったことが、多くの寄附金をいただいている背景にあると思います。常に寄附者の立場に立って、利便性を高めていく努力もしてきました」と上士幌町企画財政課の梶達^{とあ}さんは言います。

子育てに特化した夢基金で移住促進

上士幌町のふるさと納税で、関心を集めているのが、集めた寄附金額だけでなく、その使い道です。上士幌町では2014年に「上士幌町ふるさと納税・子育て少子化対策夢基金条例」を制定しています。上士幌町への寄附は、使い道を指定する方法と「町におかせ」の二通りがあり、「町におかせ」を選ぶと、子どもの育成に活用する「上士幌町ふるさと納税・子育て少子化対策夢基金」に積み立てられ、子育ての施策に活用されることになっています。寄附者の8割以上が町におまかせを選んでおり、既に8億円ほどの規模になっています。

この基金を活用して、これまで認定こども園「ほろん」に外国語指導講師を配置したり、幼児和太鼓の購入などを行ってきましたが、2016年度に同園の無料化（10年間）を実施。また、こども園内に体験学習の場「ほろんの森」の整備も計画されています。

上士幌町は以前から子育て施策に力を入れており、これまで中学生まで医療費無料化が実現していましたが、基金を活用し、2015年8月から高校生まで拡大されています。さらに小学校教諭を町で採用。上士幌小学校の1、4年生では少人数学級が実現しています。



上士幌町の認定こども園「ほろん」



認定こども園「ほろん」ではふるさと納税を活用して、外国語指導講師を配置している

こうした施策を背景に、ここ2年ほど上士幌町の人口は微増しています。

子ども園無料化に伴って、意外な効果も見られています。ふるさと納税の感謝特典品として人気が高まった商品の一つに「アイス工房ドリーム」のジェラートがあります。農業生産法人(有)ドリームヒルの直営アイス工房の商品で、工場を増設するほどの売り上げにつながっているのですが、以前からパートが見つからないという課題を抱えていました。ところが、こども園無料化で若い母親がパートに応募し、すぐに人材が集まったということです。それまでは子どものために働いているような感覚で働くことに前向きになれなかった女性が、自由に使えるお金を自分で稼げると、積極的に

ふるさと納税の感謝特典制度で人気が高まり、新設されたドリームヒルの新工場



働くようになったのです。

また、感謝特典品として人気が高い「十勝ナایت和牛」は2016年に地域団体商標登録され、これもふるさと納税の副産物といえます。「十勝川西長いも」や「鶴川ししゃも」などで知られる地域団体商標は、申請しても登録までのハードルが高いといわれており、ホクレンが「十勝和牛」で登録していることもあって難関でした。しかし、ふるさと納税による取り扱い量などの実績が功を奏したわけです。

「感謝特典品にご協力いただいている事業者さんには、ふるさと納税の制度がなくなっても、このチャンスを生かしてブランドを定着させ、将来に向けた事業を進めていけるように取り組んでいこうとお話しています」と梶さん。過剰な返礼品競争への批判もありますが、上士幌町では地元の特産品の認知度向上をはじめ、さまざまなメリットがあったと言います。特典発送業務は、地元の建設業者らが立ち上げたNPO法人上士幌コンシェルジュに委託されており、同法人の収益につながるなど、ふるさと納税を核に町の中でさまざまな好循環が生まれています。

上士幌町が最終的に目指す目標は、移住促進です。「人口は微増ですが、近隣からの移住者が多く、都市から人を呼び込むまでには至っていません。現存する雇用の場と働きたい職場のミスマッチがあります。また、都会で働くよりも、地方での賃金は下がってしまいます。こども園無料化などの子育て支援で、当町の移住を検討している人の背中を押したい」と梶さんは言います。

上士幌町では、2017年2月5日に東京で「上士幌まるごと見本市」を開催しています。そこでは、求人情報や起業・創業に関する相談、移住者の声、ふるさと納税を活用した子育て支援の情報発信などを行い、首都圏からの移住を促しました。

ふるさと納税とまちを元気にする仕組みをどのように

結び付けていくのか。多くの自治体がふるさと納税を導入し、競争も激しくなっています。共感できるまちづくりの指針とその実践が、一つの鍵になっているようです。



2月5日に開催された「上士幌まるごと見本市」には2,000名ほどが来場した