

令和7年12月23日

大船渡市議会
議長 伊藤力也様

総務常任委員会
委員長 渡辺 徹

所 管 事 務 調 査 報 告 書

本委員会の所管事務調査について、会議規則第45条第2項の規定により報告します。

記

- 1 ふるさと納税について
- 2 公共施設等総合管理計画について

1 目的

日本国内では、長期的な人口構造の変化が加速度的に進行しており、特に地方圏においては、都市部への人口流出と出生率の低下を背景とした少子高齢化・人口減少が深刻さを増している。こうした人口減少は、地域を支える労働力の不足を招くだけでなく、地域経済の活力低下を通じて税収の減少をもたらし、地方自治体の安定的な行財政運営に大きな影響を及ぼしている。財政需要が増加する一方で、財源の確保が難しくなるという厳しい状況に直面していることは、全国的な課題であり、当市においても例外ではない。

こうした中、国は平成 20 年に、地方自治体が自主財源を確保し、地域活性化を進めるための新たな制度として「ふるさと納税制度」を創設した。当市でも同年より「ふるさと大船渡応援寄附」として制度を活用し、寄附金を市政の重要な財源として運用してきたところである。

ふるさと納税は、市外に暮らす方々からの寄附という形で貴重な自主財源を確保することを可能とし、人口減少に伴う市税収入の減少を補完する、極めて重要な財源となっている。また、少子高齢化の進展により社会保障関連経費が増大し、財政の硬直化が避けられない状況において、使途を柔軟に設定できる財源を確保できる点は大きな意義を持つ。これにより、子育て支援や教育、医療・福祉、インフラの整備など、市民生活に直結する公共サービスの充実に戦略的に取り組むことができる。

さらに、返礼品を通じて当市の魅力を全国に発信できることも、制度の大きな特徴である。特産品や観光資源の認知度向上、新たな販路の開拓につながり、地元事業者や生産者への経済的効果はもとより、関連産業への波及効果も期待される。地域内に好循環を生み出す取組として、ふるさと納税は地方自治体にとって極めて有効な制度である。

また、地域における公共施設等の管理計画は、限られた財源の中で効率的かつ効果的に運用される必要がある。地方自治体は、施設の老朽化や維持管理費用の増加に直面しており、公共施設の再配置や統廃合、民間活力の導入などが求められている。

さらに、公共施設等の管理計画においては、住民のニーズを反映した施設の再配置や、新たな施設の整備が重要な課題となる。

これらの観点から、ふるさと納税制度のさらなる活用と効果的な運用を行い、制度の持つポテンシャルを最大限に引き出すこと、公共施設の適正管理を進めることが特に重要であると考え。他自治体の先進的な取組や効果的な施策を把握するとともに、当市の実施状況を検証することを目的に、ふるさと納税及び公共施設等総合管理計画に関する調査活動を実施することとした。

2 経過

開催日	内容
令和 6 年 5 月 16 日	・ 正副委員長の互選 ・ 閉会中の継続調査の申出の決定について
令和 6 年 5 月 29 日	・ 今後の取組について

令和6年6月14日	・今後の取組について
令和6年6月25日	・今後の取組について
令和6年7月9日	・今後の取組について ・行政視察受入対応について
令和6年7月19日	・行政視察受入対応について ・今後の取組について
令和6年7月29日	・今後の取組について
令和6年8月23日	・ふるさと納税の取組について（意見交換会） ・今後の取組について
令和6年9月6日	・行政視察受入対応について
令和6年10月23日	・行政視察受入対応について
令和6年11月5日	・行政視察受入対応について
令和6年11月13日	・今後の活動について
令和6年11月21日	・令和6年度大船渡市議会防災訓練について ・今後の活動について
令和6年11月28日	・今後の活動について
令和6年12月3日	・一般社団法人岩手県建設業協会大船渡支部と産業建設常任委員会との意見交換結果の取扱いについて
令和6年12月6日	・行政視察受入対応について ・管外視察について ・岩手県建設業協会大船渡支部と産業建設常任委員会との意見交換における要望事項の取扱いについて
令和7年1月8日	・岩手県建設業協会大船渡支部と産業建設常任委員会との意見交換における要望事項の取扱いについて ・議会報告会について ・令和6年度大船渡市議会防災訓練について ・管外視察について
令和7年1月21日	・令和6年度大船渡市議会防災訓練について
令和7年2月26日	・議会報告会で出された市民意見について
令和7年5月7日	・議会報告会で出された市民意見について
令和7年5月20日	・今後の活動について
令和7年6月3日	・管外視察について
令和7年6月30日～ 7月1日	・先進地行政視察（北海道白糠町・帯広市・千歳市）

令和7年7月10日	・行政視察の振り返りについて
令和7年8月7日	・行政視察報告書（案）について
令和7年8月29日	・今後の取組について
令和7年9月25日	・所管事務調査について ・議会報告会の役割分担について
令和7年11月4日	・議会報告会の振り返りについて
令和7年11月28日	・所管事務調査報告書について

3 調査活動

調査を開始するに当たり、当局と意見交換を行い、調査事項についての認識を深めるとともに、市の施策や今後の方針等について確認した。

また、ふるさと納税や公共施設管理に対する取組について先進地の考え方や具体的な事例を学ぶべく、行政視察を実施した。

意見交換や行政視察後には、本委員会としての情報共有を図り、現状や課題等についての振り返りを行うため、委員会で協議検討した。

(1) 企画調整課との意見交換について（令和6年8月23日）

企画調整課と現状の取組に関する意見交換を行った。

<ふるさと納税の取組について>

① [企画調整課の説明、発言]

【ふるさと納税制度の推移】

- ・平成20年に創設された「生まれ育った故郷」や「応援したい自治体」に寄附することができる制度で、同年に当市でも「ふるさと大船渡応援寄附」として制度の活用を始めた。寄附者は、寄附額のうち2,000円を超える部分について、所得税と住民税から原則として全額が控除される。
- ・平成27年に創設されたワンストップ特例制度により、寄附者が確定申告をしなくても税額控除を受けることができ、寄附者は自治体ごとに申請書等の必要書類を郵送するだけで手続きが完了することとなった。当市では、令和5年7月からワンストップ特例申請をオンライン上で完結できる「オンラインワンストップ特例申請」のサービスを導入し、寄附者の利便性向上を図っている。
- ・ふるさと納税を巡る自治体間競争の過熱や本来の趣旨から外れた寄附金の募集が見られたため、総務省は令和5年10月から制度を改正し、自治体が負担する関連経費を寄附受入額の50%以内に制限した。その結果、多くの自治体は返礼品の見直しや寄附額の引上げを迫られている。

【寄附実績推移と市の取組】

- ・当市のふるさと納税寄附件数及び受入額は以下のとおり。

年度	令和元	令和2	令和3	令和4	令和5
件数(件)	5,206	9,513	10,784	10,017	31,847
金額(千円)	103,735	171,930	200,395	183,062	496,943

- ・ 令和5年度から中間委託業者を大手業者から株式会社パンクチュアルに変更した。同社は業務を受託した自治体に営業所を開設し、自治体職員及び返礼品提供事業者と密接な連携とともに、寄附者の需要を的確に捉えるなど、社内で培われたノウハウを生かして、業務を受託した各自治体で寄附額増加の実績を挙げており、当市においても、新たに市内に営業所を開設するとともに、地元雇用を促進するなど、地域密着型の取組を展開している。
- ・ 主な取組は以下のとおり
 - ア 各ポータルサイトにおける返礼品ページの画像等の充実
 - イ 寄附者のニーズに合わせた寄附金額の設定
(「1万円」のように端数が出ない設定)
 - ウ 商工会議所との共催による事業者説明会の実施
 - エ 季節に合わせた返礼品の開発と特集ページの作成
(5月～8月：生ウニ、9月～11月：サンマ、12月：アワビ)
 - オ オンラインワンストップ導入による寄附者の手続簡略化
 - カ 中間委託業者との連携による迅速な事業者対応と返礼品の開発
 - キ 移住コーディネーターとも連携した、ポータルサイトページ等の作成・充実
 - ク 過去に行った千葉ロッテマリーンズ協賛試合や客船入港時のPRブース設置の経験を生かした、新たなPRの実施
 - ケ 寄附者の居住地や年代などをより詳細に分析し、その結果を生かしたシティプロモーション活動の展開
 - コ 体験型の返礼品や他自治体との共通返礼品の開発

【質疑応答における説明】

- ・ ふるさと納税に関するPRが少ない、不足であったりとか、自分ごとの意識が低いというのは、課題として捉えていて、商工会議所を通して事業者説明会を頻繁にやっている。
- ・ ベースとなる、一、二万円台の顧客層をしっかり数を稼ぐということが大きな戦略と考えている。リピーターがどんどん増えてくる中で、かなりの数の発注が来るけれども、それに対して安定的に供給できるかというのが、今1番大きな課題になっている。
- ・ 返礼品を受け取れなかった、又は受け取ったけれども、時期を逸してしまった、そういった部分についてのケアの仕方は、どうあるべきかというところ、今後も検討が必要というところで今、課題の一つとして捉えている。
- ・ 市の職員も事業者と一緒に現地に行き、それを事業者との打合せの中でフィードバックしながら進めているが、一方で令和5年10月に50%ルールという改正があったことから、ここに三人、五人の専属職員を入れてしまうと、人件費全

てを経費に入れなければならない、寄附額が小さい金額だと、そこに人件費がかけられない。

- ・ 商工会議所とも連携しながら、事業者回りをして理解を求めて、成功事例をどんどん増やして、共感してもらえるようにして、市内一体、ワンチームでできるような形で取り組んでいきたい。
- ・ 体験型のツアーや宿泊といった返礼品というのはこれから検討の余地があり、当市でも絶景ポイントということで市内事業者へ協力依頼をしている。
- ・ クラウドファンディング型ふるさと納税については、企業版ふるさと納税で門戸を開いているような状況なので、いろいろ他市の状況を見ながら研究していきたいと考えている。
- ・ ふるさと納税の申込みがあった後にメール情報等が登録になるので、そういったものを種別に分けて、適時適切なパンフレットなどを送れるようにしたいと考えている。
- ・ PR用のパンフレットを作って、協力できる事業者にはそれを返礼品と一緒にに入れてもらえるようにという取組を始めている。

② [委員会の意見]

- ・ 経験歴が長い職員が事業者を訪問できるような体制を構築しているからこそのものだと感じた。
- ・ ふるさと納税の窓口は企画政策部なので、優先順位として高い部分に置いてもらわなければならない。
- ・ 納税される方々が何を望んでいるかというのを考えるのが、すごく大事だった。
- ・ 力を入れている自治体では、専門職員がいるようなので、経費が増えて全体の半分以上に経費を抑えるというところに支障を来すのかとも感じたけれども、やはりそういう専属職員に近い体制にしたい。

(2) 先進地行政視察（北海道白糠町）（令和7年7月1日）

総務常任委員会の今年度のテーマである「ふるさと納税」について、先進事例を学ぶため、北海道白糠町を訪問し、状況を視察した。

① [北海道白糠町の説明、意見]

<ふるさと納税に関する取組について>

【ふるさと納税の現状と取組について】

白糠町のふるさと納税の実績は次のとおり。

年度	寄附件数（件）	寄附金額（千円）
H27	6,953	159,034
H28	41,683	817,553
H29	96,061	1,855,610

年度	寄附件数（件）	寄附金額（千円）
H30	186,036	3,213,510
R元	460,533	6,733,389
R2	658,624	9,736,640
R3	827,301	12,521,863
R4	926,034	14,833,646
R5	1,074,349	16,778,420

- ・ 返礼品数 262品以上(参加企業 50社以上)、柱となるいくらやサーモンのほか、ししゃも、タコ、カニ等の海産物に特産品のチーズや鍛高譚といった地元資源を活用した商品。役場と事業者が連携し返礼品の開発をしている。
- ・ 定期便を活用することで、注目されていなかった商品にスポットを当てることができ、認知を獲得できることで単品でも動くようになり、評価・レビューを受けることで生産者の励みになるという好循環が形成されている。
- ・ SEO対策として、サムネイル画像により、特徴、アピールポイントが分かりやすく表現できているか、競合他社品との差別化が表現できているか、商品の特徴を1枚で表現するようにしている。
- ・ 返礼品登録する際に、枠線、背景、テキスト要素占有率を画像判定ツールにより、文字の占める割合が2割以下に収まっているか確認する。(楽天のランキングに反映されなくなる等のペナルティがあるため。)
- ・ 返礼品を主とした広告は規制の対象となることから、ふるさと納税に関するコマのほか、移住・定住に関する支援といった白糠町の政策を紹介するスペースを設けている。また、町の情報をストーリーにし、メールマガジンで配信することで商品ページを閲覧する機会を増やしている。
- ・ 最低限の情報でどんな商品かというものをしっかりと分かるように工夫し、事業者の紹介をしたり、のし対応をしている。
- ・ 寄附者が喜んでくれるポイントは期待値を越えること。到着日数を早めたり、食品の解凍方法や食べ方を記したリーフレットを同封するといった工夫、生鮮食品の場合、商品掲載ページに臭いに関する文言を入れておき、受取後のネガティブなレビューを減らしている。レビューは全体の1.3%ほどだが、丁寧に対応することで、全体の評価向上につながる。
- ・ ふるさと納税によりもたらされる効果として、「商品の知名度が上がることで、事業者の商品の営業効果が上がった」、「商品のレビューを見ることで、従業員の生産へのモチベーションが上がり、自社の製品に対して誇りを持つこととなった」、「産業振興、子育て支援事業等の拡充をすることができた。」、「メディアに取り上げられるきっかけも増えるため、自治体の認知度が広がった」などの点が挙げられた。

【ふるさと納税寄附金の主な使い道について】

- ・ 「子育て応援日本一のまち」を掲げ、「まちは子や孫への贈りもの」を行動テーマ

に、18歳までの医療費無料化、出産祝い品の支給、新入学児童・生徒入学支援金、保育料・給食費の無料化等を行っている。

- ・ 「教育(意識改革)」をまちづくりの柱の一つとして掲げ、認定こども園では「ひらがなの読み」や「数と計算」などの早期定着を目的として週2回授業を実施するほか、小学校では希望する児童生徒に対して放課後に授業を行っている。そのほか、音楽による情操教育、環境を意識できる人材を育てる環境教育といった地域全体で育てる体制づくりを行っている。
- ・ 災害に強いまちづくりを推進し、災害シミュレーション映像を作成して防災意識の向上を図り、災害時に正確な情報を伝達し、速やかな避難行動につなげられるよう、全戸に「防災行政無線戸別受信機」を整備している。
- ・ 「町民の健康づくり」を掲げ、健康で、心豊かに生き生きと暮らせるよう年間を通して行事を開催している。
- ・ 食料自給率を上げる取組や、気候変動に対応した新たな取組として、新規就農者の支援や海域漁場の可視化調査、効率化と環境に配慮した漁業のDX化による取組のほか、地域材を利活用した循環型林産業を行っている。

【質疑応答における説明】

- ・ ふるさと納税の返礼品提供事業者の中で、一次産業から二次産業も兼ねた会社へと変化したような大きな変化はないが、「こうしたら収益が出る」から「こうしたら楽しい」というふうに若い漁師の意識が変わってきている。
- ・ 自社で加工した商品をふるさと納税の返礼品に載せて、レビュー等々で商品を本格化していく行程として、地域課題を捉えて、漁師と一緒に活動しており、共感していただいたふるさと納税の寄附者の方々に食べてもらってロコミをもらっており、寄附者と町の二人三脚で上がってきたブランドになっている。
- ・ 楽天で見せていかなければいけないところはあるが、短期的な数字の取り合いにしかならず、延々と競争することになるので、寄附を応援していってもらう形に変えなければならない。
- ・ 白糠町を応援したいと思ってもらえることが非常に大事で、寄附者の方々がどのような思いで寄附をされたかを考え、意向に沿った形で寄附金を活用している。子育て支援に力を入れているが、お金での還元は行わない。
- ・ 専任職員はもともと1人から始まったが、今は正職員4人、会計年度職員が2人いる。人事に関わることだが、掛け持ちながら片手間でふるさと納税に係る業務を行うのはなかなか難しいと思っている。
- ・ ふるさとチョイスの楽天から始めたが、ランキングで上位表示される柱の商品を作ることに特化した。同じカテゴリーの商品の中で勝負するためにどうしたらいいかに注力し、そこからほかの商品が見られることが大事。
- ・ ふるさと納税の返礼品の提供事業者は、ふるさと納税の寄附額が上がる以前から同程度の売り上げがあった会社で、今までの卸先からふるさと納税に優先して納品していただくこととなっている。そのため、ふるさと納税の寄附額が上がったことによる雇用や事業の拡大といったことはない。

- ・ ふるさと納税サポート室は、コールセンター業務であったり、配送管理等を行っている。現在はシフトプラス株式会社に業務委託している。
- ・ 役場職員は、ホームページに掲載する画像作成・返礼品登録、事業者の方々とコミュニケーションを取り返礼品の開発、広告戦略等の寄附促進業務のほか、ふるさと納税寄附者の方から直接御連絡があった際の対応を行う。
- ・ ふるさと納税の使途の一つに子育て支援事業を行っており、町外からの移住・定住につながっているほか、老朽化した校舎の大規模改修を行う等、まちづくりのために活用されていることを町民も実感している。

② [委員会の意見]

- ・ ふるさと納税額が右肩上がりの結果を出しているのは、職員も含めて本気になって取り組んでいるからだと思う。
- ・ ふるさと納税の使途として、白糠町も人口減少が続いているから、将来に向けて子育て支援や教育に使っているが、ばらまきのようなやり方はしないと言っていたのが印象的だった。
- ・ 白糠町がすごいと思うのは、ふるさと納税制度の改正などの情勢の変化により、今後、税収が確保できなくなった後のことを考えている。50年、100年と未来まで白糠町が続くように基金を作っている。基金を作って、何のために、永続的に使うのかということを考えている。
- ・ これまで視察に行ってきたところに共通していることとして、担当者の目の色が違う。役場が意識改革をしていたことを考えさせられた。中間業者が缶詰工場まで造ってふるさと納税に注力している。
- ・ ふるさと納税を始めてから財政も一気に膨らんだということで、一つ飛び抜けることで色々なことが活性化されていると感じた。
- ・ 白糠町のふるさと納税の返礼品提供事業者が、2社で75%を占めているという点が驚いた。元々そのくらいの売り上げがあって、今までの卸先からふるさと納税の返礼品提供を優先しているということで、大きな会社に頼る形で逆に大丈夫なのかと思った。

(3) 先進地行政視察（北海道帯広市）（令和7年7月1日）

総務常任委員会の今年度のテーマである「公共施設等総合管理計画」について、先進事例を学ぶため、北海道帯広市を訪問し、状況を視察した。

① [北海道帯広市の説明、意見]

<総合体育館整備事業について>

【帯広市におけるPFIの取組】

- ・ PFIについての理解を深めるため、関係10課による庁内プロジェクトを設置し、PFIの仕組みや効果、導入の課題、PFI推進の必要性、推進方策などについて研究してきた。
- ・ 平成20年、調理場における建設運営手法調査や事業化調査を行い、PFIにつ

いても様々な面から検討したが、直接建設とPFI導入を比較した場合に、給食の提供時期が2年ほど遅れることもあり、衛生管理の徹底を図り、安全で安心、おいしい給食を児童生徒にできる限り速やかに提供するために、建設手法は従来型の直接建設となった。

- ・ 新総合体育館建設を想定し、PFIの複雑な仕組みや手続等への理解を深めるとともに、事業担当課と庁内関係課との連携を推進していくため、PFI実施の標準的な手順等を整理したものを作成した。
- ・ 旧総合体育館については、老朽化、耐震化の問題と現行の施設の規模内容では利用者の変化や社会環境の変化に対応することが難しくなっており、第6期帯広市総合計画や帯広市教育基本計画において、改築と明記されていたことから建替えを進めた。

新総合体育館建設における検討

年 度	取 組 内 容
H25 年度	建設に当たって基本調査を行い、建替えの必要性や、新しい総合体育館の建替えの可能性、基本コンセプトの調査を行った。
H26 年度	PFI導入可能性調査を行い、調査結果を経て、総務文教委員会にてPFIを導入する方向とすることを報告し、PFI法や市ガイドラインに基づき、実施方針公表後の民間事業者からの意見を踏まえ、再度VFMを算定し、特定事業選定の判断を行うこととした。併せて新総合体育館建設基本計画を策定した。
H27 年度	実施方針骨子、要求水準書の素案を上げ、実施方針を盛り込んだ事業者説明会を開催した。
H28 年度	実施方針や業務要求水準書を公表。募集要項等の事業者説明会を開催し、特定事業の選定によるPFI導入の正式決定を経て、民間事業者の募集を開始した。6月には事業者選定基準や、基本協定書、事業契約書の案を公表し、提案書類の締切りを迎えた9月には、提案事業者1社からヒアリングを行い、11月にオカモトグループを代表企業とした優先交渉者の決定を行い協定書を取り交わした。平成29年3月に議会承認を経て、オカモトグループ等で構成する特別目的会社である、とからウェルネスファーム株式会社と契約を締結した。
H29 年度 ～	12月に着工し、令和元年12月に建物部分が完成。令和2年2月29日より施設の供用開始となっている。外構工事、旧体育館の解体については、令和3年8月まで引き続き行い、令和3年9月から全面供用を開始している。

【帯広市新総合体育館整備運営事業】

- ・ PFI導入により、民間の資金、経営能力及び技術的能力を活用して帯広市新総

合体育館の建設、維持管理、運営等を行い、市が直接実施するよりも効率的かつ効果的に公共サービスを提供。税金の対価として最も価値あるサービスを提供することを目的としている。

新旧施設対比

	帯広市総合体育館（新）	帯広市総合体育館（旧）
面積	建築面積：8,689.70 m ² 延べ床面積：14,848.33 m ²	建築面積：4,387.87 m ² 延べ床面積：5,804.11 m ²
構造	鉄筋コンクリート造3階建	鉄筋コンクリート造2階建
アリーナ	メインアリーナ バスケットコート3面 最大収容人数5,464人(内観客席2,883席) サブアリーナ バスケットコート1面 最大収容人数1,830人(内観客席246席)	メインアリーナ バスケットコート2面 観客席4,310席（立見含）
駐車場	343台	114台

施設利用者数

(単位：人)

	R元年度	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度
利用者数	100,878	213,376	224,813	307,376	329,290
入場者数 (観覧者)	17,700	23,503	33,012	46,830	52,210
合計	118,578	236,879	257,825	354,206	381,500

【帯広市総合体育館（よつ葉アリーナ十勝）の整備事業効果】

- ・ 市民の体力づくり、健康づくりとして活用
- ・ スポーツ観戦を通じて、新たにスポーツをするきっかけをつくる場を提供
- ・ スポーツを通じた交流、にぎわいを創出
- ・ 管内町村との連携により圏域スポーツを推進
- ・ 災害時の緊急避難所として機能
- ・ PFI導入により、建設時の費用負担の軽減、安定的な維持管理、効果的なサービス提供が行えるようになった。
- ・ 令和元年度によつ葉乳業株式会社とネーミングライツ契約を行い、名称を「よつ葉アリーナ十勝」とし、契約期間30年3カ月で年額825万円の広告収入を得られ

た。

【質疑応答における説明】

- ・ 競技スペースの活用については、各種全国大会開催に対応する施設とすることを旨とした要望が帯広市体育連盟（今は帯広スポーツ協会）のほか多くのスポーツ団体からあった。
- ・ 各団体からの要望については、契約する段階で設計から建設、運営、維持管理までの費用が既に決まっているので、全ての要望を聞くわけではなく、可能な限り調整した。
- ・ 当時、そこまで全国的にも事例が少なかった民間の資金、経営能力や技術的能力を活用するという手法で市民サービスの向上、市の財政負担を安定的にできるというメリットがあった。
- ・ 従来の公共事業方式と比較して、契約した段階での実績は 2.7%の削減となっている。
- ・ 先進事例を調べてほとんどがBTOの方式だった。BTO方式の利点としては、施設完成直後の所有権が市であること。そして民間事業者の施設所有に係る租税負担・経費負担の軽減の観点から有利なところで採用した。
- ・ 運営業務は主に受付対応のほか、施設の大会等に使用する際の打合せ、経理業務などを行っている。
- ・ とちちウェルネスファーム株式会社は特別目的会社であり、建設あるいは運営、維持管理の業務に対応した事業者で構成されている。
- ・ モニタリングは事業計画書にのっとって実証を行っており、年度実施計画書の提出、毎月の月報、年度末に利用者、利用料の集計のほか、アンケートにより意見を集約し、集計した内容を報告している。
- ・ 地震・水害・大規模火災等における避難所として、3日間施設に滞在できるようにしている。被災した市民が避難所生活における精神的・肉体的苦痛を緩和するためのインフラ整備として、電気・給水・排水・冷暖房を確保できる設備として、非常用発電や浄水水槽、雑用水槽、防災備蓄倉庫を備え、段ボールベッドやアルミマット、感染症関連に対応している。

② [委員会の意見]

- ・ 利用されている方の年齢の幅が広いのが印象的だった。
- ・ 帯広市は人口約 16 万人、周辺自治体までで約 30 万人が対象という規模の大きさが気になった。気仙広域で考えたときに周辺自治体に乗ってくるのかを考えた。
- ・ PFI でやったことというのは、初動から中間、そして実施までの間の足跡は全部載っているのだから、市民に対しての情報発信も含めて大事なのだろうと思う。
- ・ 利用状況が非常に良く、市民によく活用されている、ニーズに合った施設だと感じた。
- ・ 体育館の中に自動販売機を置くだけでも事業所の売上げになり、参加する人の入場料も含めて売上げだから、一生懸命頑張るといって、民間ならではだと感じた。

(4) 議会報告会「市民のみなさんと語る会」について(令和7年10月9日、10月20日)

議会報告会において、所管事務調査項目のうち、「ふるさと納税」について、市民との意見交換を行った。

<市民からの意見等について>

① 市民からの意見は以下のとおり

- ・ 体験型の返礼品、宿泊を伴うレジャーなどの機会の提供
- ・ 古民家を再生し、宿泊施設としてリノベーションする
- ・ みちのくGOLD浪漫の認定を活かした商品開発
- ・ 業者の再選定→商品の掘り起こし 返礼品の充実
- ・ 具体的な使い道をあらかじめ明示する
- ・ ふるさと納税の御礼状をしっかり出す
- ・ 公益性のあるプロジェクトなどの使途を定めたふるさと納税で、担い手の育成ができれば良いと思う。

4 総括

ふるさと納税は、本来「生まれ育った故郷や応援したい地域を寄附によって支援する」という理念のもとに創設された制度である。しかし近年では、返礼品の内容を重視した寄附が増加し、制度の利用者が「地域応援」よりも「返礼品獲得」を目的とする傾向が強まりつつある。その結果、自治体間における過度な返礼品競争が生じ、制度の根幹を揺るがしかねない状況となった。

こうした事態を受け、国は制度の健全な運営を図るため、返礼品競争の抑制を目的とした複数のルールを設けた。具体的には、返礼品の調達額を寄附額の3割以下に抑える「3割ルール」、さらに返礼品代のみならず事務手数料や発送費などの経費全体を寄附額の5割以内に収める「5割ルール」などである。これらの規制は、制度本来の趣旨である「寄附者の思いによって地域を支える仕組み」へ立ち戻ることを意図したものであるが、その一方で、ふるさと納税全体の市場規模は依然として拡大傾向にあり、自治体間競争は形を変えながら続いているのが現状である。

当市においても、こうした全国的な潮流の中でふるさと納税事業の強化に取り組んできた結果、寄附額は年々増加し、一定の成果を上げている。しかしながら、ふるさと納税の受入額上位自治体と比較すると、返礼品の種類や発信力、PR戦略などの面で依然として大きな差が存在しており、更なる伸びしろがあると言える。制度が今後も継続される限り、当市としても安定した自主財源を確保するため、引き続き調査・研究を行い、効果的な取組を積極的に実践していくことが求められている。

このような状況を踏まえ、本委員会では所管事務調査として、当局との意見交換を実施した。調査を通じて、返礼品事業者の拡大や返礼品ラインナップの充実、さらにはシティプロモーションとふるさと納税を一体的に展開する重要性など、多岐にわたる課題と方向性を共有することができた。

加えて、ふるさと納税の先進地として高く評価されている北海道白糠町を行政視察し、

同町の取組について詳細な説明を受けた。特に、自治体内部の明確な組織体制、中間事業者との緊密な協力関係、地域産業の振興につながる返礼品開発の仕組みづくりなどは、非常に特徴的であり、当市においても大いに参考となる内容であった。官民が一体となり地域資源を生かしながら寄附額増加へ結びつけている姿勢は、当市が今後取り組むべき方向性を示唆するものである。

また、公共施設の管理においては、視察先の北海道帯広市では、公共施設等総合管理計画に基づき、施設新設時に P F I 方式を採用するとともに、ネーミングライツの導入により、収益確保と地域企業との連携を推進していた。地域企業が施設名称を冠することで安定的な財源を確保し、施設運営の自立性向上と地域経済の活性化に寄与している。

これらの調査結果を踏まえ、当市においても他自治体の優れた取組を積極的に取り入れ、返礼品の魅力向上や情報発信の強化など、多様な改善策に果敢に挑戦していくこと、施設運営の多様化を進めることについて、より深く検討していくことを期待するものである。その上で、市と地元事業者が一層連携を深め、持続可能なふるさと納税事業と公共施設等総合管理計画の更なる検証を進めることが不可欠であることを申し述べ、ここに本委員会の調査報告とする。