

明日をひらく地域活性化のための情報誌

地域づくり

本編

2021

8

ISSN 1340-8917



企業版ふるさと納税で地域を元気に

本誌は、宝くじの社会貢献広報事業として助成を受け作成されたものです



1 巻頭エッセー／希望と活力あふれる豊かな地域社会に

玉城デニー（沖縄県知事）

特集

企業版ふるさと納税で地域を元気に

- | | | | |
|----|-------|--|--|
| 2 | 基調論文 | 企業を地方創生のステークホルダーに | 小西砂千夫（慶応義塾大学大学院経済学専攻） |
| 6 | | 福島県南会津町、神奈川県逗子市、佐賀県佐賀市
地域と企業つなぐプラットフォーム | 利重和彦 |
| 8 | | 石川県野々市市 創業支援でにぎわいのあるまちづくり | 中谷梨紗 |
| 10 | | 大分県杵築市 社会課題へのアプローチで地域課題に挑む | 平山善規 |
| 12 | 副基調論文 | 税額控除割合など大幅改正 | 永瀧智大（前内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局 内閣府地方創生推進事務局 参事官補佐） |

【特集編では基調論文、全12事例を全て掲載～特集編のみに掲載される事例は以下の通り】

- | | | |
|----------|---------------------|--------|
| ●北海道夕張市 | コンパクトシティの拠点「りすた」を整備 | 鈴木茂徳 |
| ●福島県いわき市 | いわきツーリズムの魅力発信 | 皆川祐真 |
| ●埼玉県深谷市 | 渋沢翁ゆかりの観光資源軸に展開 | 川本健太 |
| ●千葉県茂原市 | いつかは「ロケの聖地」を目指して | 渡部智之 |
| ●静岡県富士宮市 | コンビニ連携ベビーステーションの普及 | 佐野和也 |
| ●岡山県真庭市 | ポストコロナを見据えた観光振興 | 西田光宏 |
| ●高知県 | 子ども食堂で居場所づくり | 苫谷文子 |
| ●福岡県豊前市 | 新たな視点と新たな手法で選ばれるまちへ | 郡司掛ひろみ |
| ●鹿児島県日置市 | 日置市の認知度を高めるために | 高山建吾 |

レギュラーレポート

- | | | | |
|----|-------------------|---|----------------|
| 16 | 2020年度 国内調査報告 | 石川県能登町、京都府
農福連携による地域活性化 | |
| 18 | 《連載》連携団体の取り組み① | NPO法人ETIC／東京おもちゃ美術館
ローカルベンチャー育成が地方創生のカギに | 木村 静
高野祥代 |
| 20 | “がんばる地域”応援事業 | 香川県高松市
空き家活用のカフェ軸に小さな拠点 | 三谷美奈子 |
| 22 | 2021年度 地方創生セミナー | スポーツを核とした持続的なまちづくり | |
| 23 | リーダー塾修了者エッセー | 100%有機米を学校給食に | 餃田 晋 |
| 24 | まちづくりコラボ | 株式会社サンリオ
ひとをつなぐ、地域をつなぐ | 朝山真一郎 |
| 26 | 地域プロモーションアワード2021 | | |
| 28 | 首長の思い | 幸せをつくる真鶴時間 | 松本一彦（神奈川県真鶴町長） |

グラビア

手前みそですが…

【宮城県登米市】

表紙
山岳リゾート「上高地」



湖面に山々を
美しく映し出す「大正池」

（長野県松本市）
長野県のほぼ中央に位置する松本市は、国宝松本城の城下町として発展してきました。北アルプスと美ヶ原の山々に囲まれたまちで、自然と文化、歴史が調和した信州長野県を代表する、観光地の一つです。

手付かずの自然が多く残る大自然の宝庫「上高地」は、穂高連峰をはじめ標高3000メートル級の北アルプスを間近に望む山岳景勝地です。美しい景観から「特別名勝」と「特別天然記念物」の日本でも稀有なふたつの称号をもちます。

年間で120万人もの人々が訪れる山岳リゾートで、河童橋周辺の散策やトレッキング、本格的な登山まで、体力にあわせて楽しむことができます。

夏の上高地の平均最高気温は23度前後。透き通った梓川の清流と木々の緑を眺めながら、爽やかな風を感じることができます。日常を忘れ、ゆっくりと流れる特別な時間を過ごしてみたいかがでしょうか。

日本屈指の山岳リゾート上高地と、城下町松本にどうぞお越しください。心よりお待ちしております。

問い合わせ先 松本観光コンベンション協会
（写真提供）（社）松本観光コンベンション協会
0260-334-3300

希望と活力あふれる 豊かな地域社会に

沖縄県知事 ● 玉城 デニー



まず、医療関係者の皆様におかれましては、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の波が繰り返され、長期化するなか、日々国民の命に向き合い、現場で奮闘いただいていますことに、心より感謝を申し上げます。

さて、沖縄県は、日本の最南端に位置し、東西約1000^{キロ}、南北約400^{キロ}の海域にある大小約160の島々からなり、亜熱帯・海洋性気候にあるため、他県とは異なる独特の地域特性を有しております。歴史的・文化的特性として、古くは中国や東南アジア諸国などとの交易・交流の歴史を通じて多くの文化を吸収し調和させ、独自の文化を形成してまいりました。

一方、本県は他県にはない四つの特殊事情を抱えています。太平洋戦争で苛烈な地上戦を経験し、その後27年間米軍の施政権下に置かれた「歴史的事情」、本土から遠隔にあり、広大な海域に多数の離島が点在している「地理的事情」、我が国でもまれな亜熱帯地域による特殊病害虫の存在や塩害、台風の常襲地帯といった「自然的事情」、我が国における米軍専用施設・区域が集中している「社会的事情」です。

これらの特殊事情に鑑みて、沖縄振興特別措置法に基づく各種特別措置が講じられており、本県は昭和47年の本土復帰以降、これまでの沖縄振興施策の積み重ねにより、社会資本の整備、観光産業や情報通信産業の振興など、着実に発展してまいりました。

しかしながら、1人当たり県民所得の低さ、子どもの貧困率や非正規雇用者割合の高さは全国と比べて厳しい状況にあり、自立型経済の構築はなお道半ばにあることから、現在、新たな振興計画（令和4（13年度）の策定に向けて取り組んでいるところ）です。

全国では既に人口減少社会となっているなか、沖縄県の総人口は増加基調にありますが、令和12年前後にピークを迎え、それ以降は減少すると見込まれています。ま

た、多くの離島市町村では人口減少が始まっています。そこで沖縄県は、安心して結婚し出産・子育てができる社会、世界に開かれた活力ある社会、沖縄各地の個性を生かした県全域で維持可能な活力ある社会を実現するため、まち・ひと・しごこの創生に同時かつ一体的に取り組むとともに、「沖縄県SDGs推進方針」を踏まえて、持続可能な沖縄の発展を目指すこととしています。

特に人口減少が始まっている離島・過疎地域での取り組みとして、県全体でバランスのとれた人口の維持・増加を目指すために市町村と連携し、移住相談会や移住体験ツアーなどを行っているほか、買い物困難な地域での移動販売車導入や、住民が主体となった特産品開発による収入源の確保に向けた体制づくりなどに対して支援を行っています。

また、離島地域の特色を生かした産業振興を図るため、県民を離島へ派遣するモニターツアーを実施し、各離島での観光体験プログラムの開発を通じた人材育成と交流人口の拡大に向けた取り組みや、ICT（情報通信技術）を活用し時間と場所にとらわれず就労できる個人事業主型テレワーカーの育成など、島外から仕事を取り込む環境の構築を図っております。

本県は、緑豊かな島々やサンゴ礁が発達した海域など、多くの固有種や希少種が生息・生育する生物多様性に富んだ豊かな自然環境を有しています。世界的に見ても生物多様性の保全上重要な地域であり、「奄美大島、徳之島、沖縄島北部及び西表島」の世界自然遺産登録を見据え、その普遍的価値を維持できるよう、自然環境保全の体制と適正な観光管理体制の整備に取り組むこととしております。

沖縄県としましては、県内それぞれの地域が潜在力を十分に発揮し、希望と活力あふれる豊かな地域社会の実現を目指すとともに、地域の個性を生かした沖縄らしいSDGsの推進に向けて取り組んでいきます。

企業を地方創生のステークホルダーに

— 企業版ふるさと納税の制度とその運営について —



関西学院大学大学院経済学研究科・人間福祉学部教授

● 小西 砂千夫

制度の成立の経緯とそのねらい

平成28年度の与党税制改正大綱は、柱の一つに「地方創生の推進・特区に係る税制上の支援措置」を掲げ、企業版ふるさと納税である地方創生応援税制の創設を、その具体策の一つに掲げた。その趣旨は、地方自治体が地方創生のために効果的な事業を進めていく際に、事業の趣旨に賛同する企業が寄附を行うことにより、官民挙げて当該事業を推進することができるよう、地方創生応援税制（企業版ふるさと納税）を創設する。／対象事業を国が認定する枠組みの整備を前提として、当該事業に対する企業の寄附について、現行の損金算入措置に加えて、法人事業税・法人住民税及び法人税の税額控除を導入し、寄附金額の約6割の負担を軽減する。

企業版ふるさと納税は、個人住民税等でのふるさと納税が恒久的措置であるのに対して、租税特別措置としての時限的な取り組みであり、その期間中は、国の総合戦略と地方版総合戦略の目標期間に合わせて、平成28年度から4年間とされた。

地方創生の理念等を定めた「まち・ひと・しごと創生法」は平成26年11月に成立しており、それに基づいて、同年12月に、5か年の目標や施策、基本的な方向を提示する「まち・ひと・しごと創生総合戦略」が閣議決定されている。自治体は、それを受けて、地方が自ら考え、責任をもって地方創生を推進する観点から、国の総合戦略を勘案しつつ地域の特性を踏まえた「地方版総合戦略」を平成27年度中に策定するとともに、それにふさわしい事業を実施していくものとされた。

地方版総合戦略の新たな財源

筆者プロフィール

小西 砂千夫氏
(こにし・さちお)

1960年、大阪市生まれ。関西学院大学経済学部卒業、博士（経済学）、専門は財政学。主な著書に『日本地方財政史』（有斐閣、2017年）、『地方財政改革の現代史』（有斐閣、2019年）、『地方財政の歴史を変えた8つの物語』（日本加除出版、2019年）がある。

企業版ふるさと納税は、地方版総合戦略を推進するうえでの新たな財源確保手段として構想されている。平成27年6月に閣議決定された「まち・ひと・しごと創生基本方針2015」ローカル・アベノミクスの実現に向けて―には、「民間の創意工夫を最大限に活用した『民の知見』の引き出しに取り組むことによって、人材と資金が積極

的に地方に行き渡り、ひいては高度な技術や情報等が全国津々浦々で共有されるような、活力ある日本経済を取り戻していくことが重要」とあり、そうした民間の資金が地方創生のために環流する手段として企業版ふるさと納税が念頭にあって考えられる。

そこで、企業版ふるさと納税の対象は、地方版総合戦略に位置付けられ、地方創生を推進する上で効果が高いとして内閣府が認定した事業とされた。認定事業に対する企業の寄附について、従来から利用できる損金算入に加えて、新たに税額控除を導入することで、寄附控除の大幅な拡大を行い、寄附金額の約6割の負担を軽減するというものであった。

内閣府は、平成28年度地方税制改正（税負担軽減措置等）要望を総務省に対して行うに当たって、要望の措置の妥当性について、次のように説明している。

総合戦略は、「まち・ひと・しごと創生」政策5原則を定めており、その中で、「（1）自立性」として、施策が構造的な問題に対処し、地方公共団体・民間事業者・個人等の自立につながるようなものにし、国の支援がなくとも地域・地方の事業が継続する状態を目指すこととしている。／国と地方だけではなく、企業を地方創生を実現する上でのステークホルダーとして参画させ、持続可能な地方創生の取組につなげていくという目的を持つ本税制の措置は極めて妥当であるということができる。／なお、措置の対象は、内閣府が認定した効果が高い地方創生事業に限定されていること、また、寄附のうち一定部分は企業負担とする

ことから、必要最小限の措置である。

また、企業版ふるさと納税制度が、地方版総合戦略の実現に当たって有効な手段として働くことが期待される具体的な姿として、「企業の創業地や地方創生のプロジェクトに取り組み地方への貢献」「自治体が企業に取組をアピールすることによって生じる自治体間競争」を促進し、「本社機能の移転促進税制の補完」することが想定されている。

令和2年度税制改正での制度の拡充

その後、平成31年度地方税制改正では、さらなる利用促進を図るために、企業や自治体の要望に応えるかたちで、次のような運用改善を行っている。

○寄附払い込み時期の弾力化

・寄附額が事業費を上回らないことが確実に見込まれる場合には、事業費確定前の寄附の受領を認める。

○基金への積立要件の緩和

・一定の要件を満たす場合には、各年度における寄附額上限（積立額の5割）を撤廃する。

○地方創生関係交付金と併用する地方自治体へのインセンティブ付与

・地方創生関係交付金の対象事業に企業版ふるさと納税を活用した寄附を充当することを可能とする。

・地方創生推進交付金の対象事業に一定以上の寄附を充当する場合には、事業期間の延長を認める。

ついで、令和2年度税制改正では、時限措置が終わることから、制度の延長と拡充が検討されることとなった。地方財政審議会は、「令和2年度

地方税制改正等に関する意見」のなかで、企業版ふるさと納税について、「企業と地方自治体の連携を強化するための支援策として効果的なものである。また、企業が地方創生の推進に寄与することは、企業価値の向上にもつながると期待される」として、これまでの運用について一定の評価を行っている。延長を求める声があることを踏まえて一層の活用が必要であるとして、「企業が寄附を行いたいときに地方自治体において柔軟な受入れが可能となるよう検討を進めるべきである。また、税額控除割合を拡大する場合には、地方税と国税が協調して企業のインセンティブ効果を高めるよう検討を進めるべきであり、その際、納税地における企業の受益と負担の関係を踏まえれば、現行の地方税の控除上限額を維持すべきであること、また、寄附を行う企業に対する代償としての経済的利益の供与の禁止などモラルハザードが生じることのないようにすることに留意が必要である」としている。そこでは、税額控除拡大などを進めるべきとしつつも、モラルハザードにつながるまいことへの注意喚起も行われている。

令和2年度税制改正において、企業版ふるさと納税については、「地方創生の更なる充実・強化に向け、地方への資金の流れを飛躍的に高める」として、第2期「総合戦略」の策定期間（令和2（6年度））に合わせて、税額控除の特例措置を5年間延長することとされた。拡充策として、税額控除の割合を、

法人住民税・寄附額の2割→4割

法人税・法人住民税で2割に達しない場合、その残額（ただし、寄附額の1割を限度）→法人住民

法人事業税.. 寄附額の1割↓2割

として高めている。その結果、特例措置部分である税額控除割合が3割から最大6割に引き上げられ、従来分の損金算入による軽減効果が国税＋地方税で約3割であることから、両者を合わせると、税の軽減割合が約6割から最大約9割にまで引き上げられた。その一方で、納税額に対する各税目の控除額の上限については据え置かれている（法人住民税…法人住民税法人税割額の20%が上限、法人税…法人税額の5%が上限、法人事業税…法人事業税額の20%が上限）。

併せて認定手続きの簡素化が図られ、個別の事

令和2年度税制改正

企業版ふるさと納税の拡充・延長

地方創生の更なる充実・強化に向け、地方への資金の流れを飛躍的に高める観点から、企業版ふるさと納税について、税額控除割合の引上げや手続の簡素化等、大幅な見直しを実施する。

改正のポイント

- 以下の見直しを行った上、適用期限を5年間延長（令和6年度まで）とする。
- 税額控除割合を現在の2倍に引上げ、税の軽減効果を最大約9割（現行約6割）に
※ 令和2年4月1日以後に開始する法人（寄附企業）の事業年度から適用
- 地方版総合戦略の抜粋・転記による地域再生計画の申請・認定を可能に
- 地方創生関係交付金や地方財政措置を伴わない補助金・交付金に加え、併用可能な補助金・交付金の範囲を拡大
- 地域再生計画の認定後、「寄附（受入れ）の金額の目安」の範囲内であれば、事業費決定前の寄附の受領を可能に

【税額控除割合の引上げ（イメージ）】

例) 1,000万円寄附すると、最大約900万円の法人関係税が軽減。
 ①法人住民税 寄附額の4割を税額控除（法人住民税均等割の20%が上限）
 ②法人税 法人住民税で4割に引当し足りない場合、その差額を税額控除。ただし、寄附額の1割を上限。（法人税額の10%が上限）
 ③法人事業税 寄附額の2割を税額控除。（法人事業税額の20%が上限）

・人材育成、
・自然環境保護、
・地域の活性化
等の事業に貢献。

企業

寄附、人材・ノウハウ提供

地方創生の推進

寄附の働きかけ

・企業とのパートナーシップの構築
・地方創生に効果の高い事業の企画・実施に注力。

地方公共団体

寄附インセンティブの増大

【税額控除割合の拡大】

寄附先の選択が增大、早しや早い時期に寄附

【適用対象の拡大】

寄附時期の彈力化

【寄附時期の彈力化】

認定手続に係る負担軽減

【認定手続の簡素化】

企業版ふるさと納税（人材派遣型）

企業版ふるさと納税の仕組みを活用して、専門的知識・ノウハウを有する企業の人材の地方公共団体等への派遣を促進することを通じて、地方創生のより一層の充実・強化を図る

○ 企業版ふるさと納税（人材派遣型）の基本スキーム

地方公共団体

② 人材の派遣

プロジェクトの実施を支援

① 人材を含む事業費への企業版ふるさと納税に係る寄附

企業

③ 税額控除

企業が所在する地方公共団体（法人住民税・法人事業税を課税）

国（法人税）

（参考）企業版ふるさと納税

（例）1,000万円寄附すると、最大約800万円の法人税控除が実現

企業版ふるさと納税（人材派遣型）とは、企業から企業版ふるさと納税に係る寄附があった年度に、当該企業の人材が、寄附活用事業に従事する地方公共団体の職員として任用される場合のほか、地域活性化事業を行う団体等であっても、寄附活用事業に関連するものにおいて採用される場合をいう

地方公共団体のメリット

- 専門的知識・ノウハウを有する人材が、寄附活用事業・プロジェクトが実施することで、地方創生の取組をより一層充実・強化することができる
- 実質的に人件費を負担することなく、人材を受け入れることができる
- 関係人口の創出・拡大も期待できる

企業のメリット

- 派遣した人材の人件費相当額を含む事業費への寄附により、当該経費の最大約6割に相当する税の軽減を受けることができる
- 寄附による金銭的支援のみならず、事業の企画・実施に派遣人材が参画し、企業のノウハウの活用による地域貢献がしやすい
- 人材育成の機会として活用することができる

活用にあたっての留意事項

- 地方公共団体は寄附企業の人材を受け入れること及び当該人材の受入期間を対外的に明らかにすることにより透明性を確保
- 寄附企業への経済的利益供与の禁止や、地域再生計画に記載する効果検証の実施に留意

など

出所：内閣府・内閣官房「企業版ふるさと納税ポータルサイト」より

示している。

企業の人材がより活用しやすく

企業版ふるさと納税の拡充によって、企業から自治体等への人材派遣が活用されやすくなった。すなわち、図2で示すように、企業版ふるさと納税（人材派遣型）とは、企業から企業版ふるさと納税に係る寄附があつた年度に、当該企業の人材が、寄附活用事業に従事する地方自治体の職員として任用される場合のほか、地域活性化事業を行う団体等であつて、寄附活用事業に関与するものにおいて採用される場合をいう。専門的知識・ノウハウを有する企業の人材の派遣は、自治体等にとってメリットがあることはいうまでもないが、派遣元の企業にとつても、事業の企画・実施に派遣人材が参画することで地域貢献が図られるなどの効果が期待されている。もつとも、それでも、活用に当たつての留意事項として「寄附企業の人材を受け入れること及び当該人材の受入期間を対外的に明らかにすることにより透明性を確保」寄附企業への経済的利益供与の禁止」などの注意喚起が行われている。

寄附先企業との関係については注意喚起がされているが、そもそも本社が所在する自治体への寄附は対象外であつて、寄附企業への経済的な見返りは禁止されている。内閣府が示している「まち・ひと・しごと創生寄附活用事業に関するQ&A（第9版）〈事業実施・実施状況報告編〉」では、寄附に対する経済的な利益供与として、補助金の交付、入札や許認可における便宜の供与、合理的な理由

がなく市場価格よりも低い価格での財産の譲渡などの例を挙げている。

運用の実績と自治体の取り組み

企業版ふるさと納税の運用実績は、令和元年8月現在で認定事業数644事業、総事業費1333億円、寄附額累計は平成28～30年度で65・6億円である（地域再生法施行規則第14条第2項の規定に基づく「まち・ひと・しごと創生寄附活用事業実施報告」による。平成28年度＝7・5億円、29年度＝23・6億円、30年度＝34・5億円）。認定事業数や寄附額は拡大傾向にあり、令和2年度の制度改正でさらに増えることが期待されている。

内閣府の企業版ふるさと納税ポータルサイトには、特に寄附を募集している事業を分野別に示すなどによって、企業からの寄附が集まるように促しているものの、自治体の担当者への聞き取りでは、実際には、自治体からの働きかけなしに企業から進んで寄附の申し出があるといったケースはほとんどないという。本社所在企業は対象外であるので、日頃から人間関係の深い地元企業の多くは対象外となる。そこで重要なのは、市町村長や知事によるトップセールスとされる。

企業版ふるさと納税では、全国でも際だった実績を上げている夕張市の場合も、市長による働きかけが功を奏した。寄附額は、平成30年度は1億1600万円、令和元年度は4億8100万円、2年度が2000万円であり、応募企業数は3年間で12社（延べ数で22社）に達している。夕張市では、寄附先の企業に事業の進捗状況や今後の取

り組みなどの報告を行うことで、コミュニケーションを図り友好な関係を継続することに努力している。近年では、夕張市農業振興計画の改定に合わせて、過去に寄附をもらった企業に対して、農業の発展のための事業を説明することで、継続的な寄附の協力に漕ぎ着けている。

いうまでもなく、夕張市は全国唯一の財政再生団体であり、財政再建のための債務返済を最優先にした財政計画の下で再建が進んでいる。そこでは地域振興的な政策の財源はきわめて限られているので、企業版ふるさと納税は、文字通り、貴重な財源である。夕張市が展開する企業版ふるさと納税を活用する事業としては、「日本一の薬木産地化プロジェクト」「夕張メロンの生産基盤対策事業」といった農業振興策のほか、市の再生にとって不可欠なコンパクトシティの推進加速化のための施策がある。その先駆けとして、市内での久々の公共施設の新設として、複合型拠点施設（りすた）が整備された。図書館を兼ね、市民が集う場所にもなっている。筆者も訪れたが、きわめて快適な施設である。

また、人口定着のために子育て支援の強化が必要とされてきたが、「夕張の未来をつくるプロジェクト」として、認定こども園の整備、保育料、医療費の無償化の拡大、夕張市地域人材育成事業、創業支援及び資格取得支援事業などが取り組まれている。なかでも、認定こども園は、従来の市立保育所とは比べものにならないほど快適で子育てに配慮された環境を提供している。また、同じく人口定着のために、地元の夕張高校への進学率を高める必要があり、「夕張高校魅力化プロジェクト」

が、企業版ふるさと納税を財源に展開されている。

一方、秋田県は、世界遺産の森を未来に伝え残すとして、「白神山地の保全を通じて『高質な田舎』を実現するプロジェクト」を展開し、自然体験プログラムの実施や「あきた白神認定ガイド」の育成などを行うことで、白神山地への来訪者数や地域の交流人口の増加をめざしている。平成28年11月から30年3月までの期間に、総事業費3456万6000円に対して、寄附額1635万1000円を集めている（寄附件数は延べ13件）。

世界遺産である白神山地を持つ秋田県としては、その価値や魅力を広く伝える事業を行う必要があるが、県の単独事業として行う場合、財源がネックとなる。そこで、事業費の拡大につながる企業版ふるさと納税の獲得をめざすこととした。創業者が秋田県出身であるとか、県内に事業所があるなど、県にゆかりのある企業を中心に寄附を呼びかけたところ、「世界遺産の保全への貢献の趣旨に賛同する」「自然環境の保全への貢献は企業理念に一致する」「地域貢献を通じて企業イメージが向上しリクルートなどにもよい効果が期待できる」などの理由から協力する企業を集めることができたという。当該事業は、今後も継続される見込みであり、企業版ふるさと納税によって事業費の確保が期待されている。

企業版ふるさと納税は、このように特定の自治体では、貴重な財源として活かされている。協力する企業側が、寄附に対してどこにメリットを感じるかを自治体がよく踏まえれば、協力要請が実を結ぶ余地は十分にあると考えられる。

（編集室注 本稿では筆者の希望により「寄附」の表記としました）

地域と企業つなぐプラットフォーム — 企業版ふるさと納税の橋渡し役に —



株式会社企業版ふるさと納税
マッチングサポート部長

・利重 和彦

はじめに

株式会社企業版ふるさと納税マッチングサポートは、東武トップツアーズ株式会社と一般財団法人地域活性化センターが令和2年7月に設立した会社です。設立以来、多くの地方自治体が企業版ふるさと納税を活用できるようにするため、地域の魅力を企業に発信し、地方創生に取り組む自治体と、地域への貢献やパートナーシップの構築を検討している企業とを結びつけるプラットフォームの役割を担ってまいりました。

弊社は、できるだけ低い手数料でサービスを提供するとともに、この事業から得られた利益は他の公共的な事業に再投資することを通じ、自治体のさまざまな活動に貢献していくことを目指します。

会社設立から1年が経過しましたが、これまで多くの自治体に企業を紹介してきた経験から、いくつかの事例を通じて、制度活用の現状や寄付につながるケースの傾向などを紹介します。

どの自治体にもチャンス

最初に感じたのは、企業版ふるさと納税の制度内容のもとより、この制度の存在自体を知らない企業が多いという現状です。内閣府地方創生推進事務局が作成しているパンフレットを持って企業を訪問し、制度説明をおこなう日々が続きました。制度内容を理解した企業からは「企業にとって良い制度ですね」と言っていただけのもので、コロナウィルス感染症の影響により業績が好調でない企業も多く、業績が回復してから改めて検討するといった企業も少なくありませんでした。

そうした中、社会貢献や法人関係税控除を目的に、自治体への寄付を前向きに検討していただける企業と少しずつ出会えるようになってきました。企業から寄付先の自治体をピンポイントで指名してくるケースは思っていたほど多くなく、半分以上の企業は「どこかお薦めの寄付先があれば紹介してください」というお話でした。このこと

から、どの自治体にもプロジェクト内容次第で企業から寄付をいただけるチャンスが十分あると考えます。

昨年度の寄付事例を一つ紹介します。令和2年11月に鹿児島県に1500万円もの高額な寄付をしていただけという企業を紹介しました。鹿児島県を選んだのは、同県が創業の地や工場があるといった地縁ではなく、「当社の鹿児島県出身の社員がはじめに一生懸命働いてくれているから恩返しで」との理由でした。企業が寄付先の自治体を決める理由はさまざまです。

手を挙げた3団体すべてに寄付

令和3年2月、ある企業から、「当社はエネルギー関連の企業なので、エネルギー関連のプロジェクトで企業からの寄付を求めている自治体を紹介して下さい」というご相談を受けました。

早速、当社と紹介契約を締結している自治体すべてに連絡したところ、福島県南会津町、神奈川県逗子市、佐賀県佐賀市から、「エネルギー関連のプロジェクトで企業からの寄付を求めています」と手を挙げていただきました。

東日本大震災を経験した福島県南会津町は、「町として企業のアドバイスをいただきながらエネルギーの確保に取り組みたい」との想いがあり、この企業もこれを応援したいと応じていただき、選ばれました。

神奈川県逗子市は、「今回の寄付をぜひ受けた」という担当者の熱意が伝わってきたことに加え、企業側が市に対してプレゼンテーションを求



寄付企業との式典のよう（南会津町）



市長、市幹部と企業との対談会（逗子市）



関連施設の説明を受ける企業（佐賀市）

めた際、市長が前面に出てプロジェクトをPRしたトップセールスが功を奏しました。

佐賀県佐賀市は、提案したプロジェクトが今回の企業の興味をひきつける魅力的な内容で、現地施設を訪問・視察した企業の方々は大変感銘を受けていました。

結局、この企業は手を挙げた3団体すべてに100万円ずつ寄付を行うことを決定し、企業側が寄付先の自治体に足を運び、首長に寄付目録を贈呈し、首長から感謝状をいただくセレモニーを行いました。各団体の首長や幹部との意見交換会の席上では「今後も企業として応援していく」という意思表示を企業側からいただくなど、地域と企業のパートナーシップが構築されました。

選ばれるプロジェクトとは

弊社は、企業版ふるさと納税という制度をもっと世間に知らしめて、自治体への寄付を検討していただける企業を増やすことが必要と考えています。

これまでさまざまなマッチング成立を経験し、「企業から寄付を受けやすいプロジェクト内容」や、「こういう取り組みをしている自治体は企業から選ばれる確率が高い」という傾向も経験を重ねてわかってきました。例えば、プロジェクトの詳細を具体的に記載した独自のパンフレットを作成している自治体は、企業から寄付先として選ばれやすい傾向にあります。

弊社では企業に「お金を寄付するだけでなく、自治体へのアドバイスや、御社が持つ情報の提供でもぜひご協力ください。寄付先の自治体をいろいろな面で支援してあげて下さい」とお願いしています。それは自治体と企業の新たな連携がスタートし、地域の活性化につながることを望んでいるからです。

企業版ふるさと納税マッチングサポートは、「人が地域を創り、地域が人を育てる。地域の元気は日本の元気」を理念とし、これからも企業版ふるさと納税を通じての寄付を企業にお願いしてまいります。企業版ふるさと納税という制度は、「地域も企業も、関わるすべての人を幸せに」することができる制度です。

創業支援でにぎわいのあるまちづくり — 企業版ふるさと納税活用の複合施設を拠点に —



石川県野々市市教育委員会
教育文化部生涯学習課 主査

・ 中谷 梨紗

オープン時は年50万人が来館

野々市市の中心部にある本町地区は、かつては旧北国街道の宿場町として栄え、その後も町役場が立地していたこともあり、市の中心的な地域として発展してきました。しかし、庁舎の移転や大型商業施設の撤退と郊外立地などにより新市街地の拡大が進み、かつての活力や賑わいが低下していました。

平成29年に、この本町地区を含む野々市中央地区において、新施設「学びの杜のいちカレード」がオープンしました。この施設は、図書館に、音楽スタジオやキッチンスタジオ、創作スタジオ、ギャラリーなど、多様な創造的活動に対応できる設備を備えた市民学習センターを併設し、市民が生き生きと多様な輝きを放つ学びの拠点として、PFIの手法により整備されたものです。

このカレードを拠点に、企業版ふるさと納税の寄付金を活用し、地域再生計画「賑わい創出によ

る創業マインドの育成計画」に取り組んでおり、オープン時には年間約50万人が訪れるなど、本町地区は徐々ににぎわいを取り戻しつつあります。

◆ ◆ ◆ 全庁挙げての依頼活動

寄付金募集にあたり、まず、全庁的に寄付依頼活動に取り組める態勢を整えるため、部課長会議等で、制度・事業の説明や、依頼先リストの各部・課への割り当てを行い、具体的な事務の進め方の説明会を開催しました。基本的に、管理職以上の職員が依頼活動や企業への訪問を行うこととし、依頼活動の強化期間を設けて取り組みました。

寄付の依頼先は、①市と取引のある企業②市内に事業所を持つ市外企業③市内に店舗がある全国規模の企業の本社④その他庁内全体で情報収集し挙げた企業で、1年目（平成29年度）は約700件、2年目（平成30年度）にはさらに約800件を追加しました。各部署の職員が、割り振られたリストをもとに企業に電話で事業の説明をし、

資料を郵送するという方法で寄付の依頼を行いました。その他、経営者が多く集まる場での資料配布や、市長や職員が面談または企業を訪問して依頼を行うこともありました。依頼の際に特に力を入れたのは、カレードを「行政だけではなく、野々市市を応援してくれる多くの方々と協力して育てていく施設にしたい」という熱意を伝えることです。

企業の反応は、様々ですが、「カレードの建設に携わった記念に寄付をしたい」とのお申し出もありました。

これらの地道な依頼活動により、平成29年度は71件と、件数で全国最多の寄付をいただくことができました。その後も、平成30年度に71件、令和元年度に66件、企業版ふるさと納税の制度が延長された令和2年度は、これまでに取引のあった企業を中心に依頼を行い、コロナ禍による経済への打撃が心配される中にあっても37件の寄付をいただきました。

寄付をいただいた企業については、全庁で情報共有をする他に、カレード入口での寄付者銘板への企業名の掲示や、市ホームページでの紹介も行っており、このPR効果も寄付の決め手になっています。

◆ ◆ ◆ 若年層ターゲットに創業セミナー開催

寄付金を活用した事業として、市と市商工会、日本政策金融公庫及び地域の金融機関で構成される野々市市創業支援ネットワークやその他関係者の協力のもと、2つの事業を展開しています。



創業セミナー



ビジネス支援コーナー



児童図書コーナー

「創業塾」は、マーケティングの知識や、創業にかかる手続き、資金計画といった専門的な内容が学べる連続講座で、創業して間もない方や、市内での創業を予定している方が対象です。

「創業セミナー」は、女性や大学生をはじめとする若年層をターゲットとしており、自分らしい働き方の一つとして創業という選択肢を提案し、先輩创业者の体験談を聞くことで、将来の創業に向けた意識を高める講座です。

令和2年度はどちらもオンライン開催となりましたが、これまでにカレードを会場として開催したこともあります。

カレードでは、ビジネス支援コーナーを設け、様々な図書やパンフレット等を収集しており、創業を目指す方、会社を運営されている方々に活用いただいています。寄付金は、こうしたビジネス関連の資料をはじめ、未来の野々市の担い手育成につながる様々な図書等の収集にも活用しています。

次世代担う子どもたちに市の魅力を

地域再生計画では、賑わい創出という地域の課題に対し、創業支援事業を行うことで市外から人呼び込み、交流人口を拡大するとともに、市の

魅力アップを図り、移住・定住につなげる所までを目指します。そのためには、まず生活を支える仕事があること、そして、本市に生まれ育った子どもたちが進学や就職等で、一時、市を離れることがあっても、いつかまた暮らしたいと思えるような、魅力や温かみが大切であることから、地域コミュニティの醸成にも力を入れています。

カレードでは、市民のボランティアが子どもたちに絵本を読み聞かせる催しが行われ、子どもが読書に親しむきっかけとなっています。また、図書館としては珍しい「ボードゲーム体験会」を開催しており、こうした活動を通して、大人と子ども、

催しの主催者と参加者、子どもの保護者同士、さらにボランティアに取り組む仲間同士などさまざまな人たちの交流が生まれます。

カレードは、地域課題の解決のヒントが見つけられる豊富な図書を有し、人々のつながりを深め、次世代を担う子どもたちを育成する上で大きな役割を果たす施設です。今後も、このメリットを生かして取り組みを進め、本市の魅力を市内外に広くお伝えしていきたいと考えています。

社会課題へのアプローチで

地域課題に挑む

―青少年等自立支援就業チャレンジ事業―



杵築市企画財政課主査 ・ 平山 善規

環境や経済、人権など様々な社会課題がある一方で、過疎・農山村地域では少子高齢化・人口減少とともに、担い手不足や耕作放棄地拡大といった問題に悩んでいます。

杵築市では、児童養護施設の入所者等、社会的養護や、ひきこもりなどの状態にある青少年を対象として、市内の農業者の元で、複数回・複数年度にわたる本格的な農業体験、就農インターンシップを行い、対象者の自立支援と本市農業の担い手・後継者の育成に取り組んでいます。

孤立しやすい若者を支援

大分県内では、親からの虐待や生活困窮等の理由で、9か所の児童養護施設で300人を超える子どもたちが生活しています。児童福祉法上の規定で、原則として18歳となる年度末で退所、約75%が就職しますが、そのうち3人に1人が1年以

内で離職している現状がありました。一般高校卒業生よりも高い水準です。

身寄りがなく、保証人がいないため、アパートを借りられず、就職先は住宅や寮が用意されている職場に限られることになり、彼らが本来希望していた職種とミスマッチがあることが一因とされています。そのため、転職を繰り返したり、生活困窮に陥ったりと、一般生徒と比較して、最初の「つまずき」が、その後の自立や再チャレンジを非常に難しくします。法律上の養護を受けていた施設入所時代と異なり、相談先や頼る相手がいないと、社会的孤立や貧困に陥りやすいのです。そうした青少年の自立支援や、退所後のアフターケアに取り組む団体「NPO法人おおい子ども支援ネット」から、平成28年、本市市長へ相談が寄せられました。

地方創生への展開・農福連携

同時期、地方創生の柱として、本市は「第一次産業を基調とした人口確保と産業振興」を掲げていました。離農、耕作放棄地の増加、農業者の高齢化と後継者不存在は、多くの自治体に共通する課題だと思っています。

彼らが、農業に興味を持ったとしたら？ 世話好きな田舎の高齢農業者が、彼らのアフターケアにつながるのか？ 「社会的な課題・需要」と「杵築市の課題・資源」のマッチングを目指す事業が構想されました。

本市への就農・移住を目指す事業でも、毎年明確なアウトカム指標を立てづらいこと、初めての試みで、事業手法や取り組み内容は柔軟に対応する必要があったことから、計画性・実現性を求められる「推進交付金」の活用はハードルが高いと判断しました。

また、本市に児童養護施設はなく、対象は市外在住の子どもたち、相談を寄せたNPO法人も市外にあります。市単独予算だけでは、事業の継続性や優先順位に対する疑問の声も予想されました。そこで着目したのが「企業版ふるさと納税」です。市長自ら、本市進出企業やゆかりのある企業等を訪問するトップセールス型で、表のとおり賛同をいただいています。

「必要とされる」ことでやりがい

初年度は、施設園芸や畜産など市内3つの農業



最初は施設職員も付き添って体験（いちご）



慣れてくると各自で作業を行う（育苗作業）

表 事業費と寄付額の推移

年度	対象事業費 (千円)	寄付額 (千円)	寄付企業数 (社)
平成 28	1,401	1,400	2
平成 29	4,494	3,000	3
平成 30	4,073	4,000	4
令和元	4,080	2,000	2
令和2	3,070	3,070	4
合計	17,118	13,470	5企業・延べ15件

今後は、農業以外にもさまざまな職種へ体験の場を広げ、担い手の確保と、地域全体が多様性を受容する雰囲気づくりにつなげたい考えです。「誰ひとり取り残さない」SDGsの理念実現に、地方から取り組んでいきます。

企業が必要となってきました。企業版ふるさと納税制度創設時から続く本事業は、今年で6年目を迎えます。SDGsの認知度が高まり、新たに賛同をいただく企業も獲得しています。

の伴走型支援、継続的な関わりが必要となります。

事業者の協力を得て、児童養護施設に入所する男女28名の中高生が2泊3日のプログラムに参加しました。職業として農業を捉えてもらうため、現在でも対象は中学生以上としています。夏休みの暑い時期、文字通り汗水を垂らしての重労働体験となり、最初からこれでは嫌がられるかと思いきや、子どもたちと施設職員双方から、早々に次年度継続・多頻度化の期待が寄せられました。営業・接客業などと異なり、農作業に黙々と取り組む時間が多く、大人たちとのコミュニケーションに苦手意識のある子どもたちにとって、適度な距離感を保ちながら、徐々に慣れていける環境です。また、高齢農業者が自分の孫ほどの子どもたちとの作業を楽しみに感じてくれ、自然と褒めたり、頼りにしたりします。そのことが、子ども

たちのやりがい・達成感につながり、「施設内での生活とは違い、自主的・意欲的に取り組む姿が見られた」と施設職員の方々から報告がありました。 「頼りにされる。存在を認めてくれる。自分を必要としてくれる」私たち社会人の誰もが願う、普遍的な価値観に改めて気づかされました。

ダイバーシティへの挑戦

雇用可能な規模の大きい農業法人も参画しています。毎年、20～30名程度の参加があり、繰り返し体験に来る子どもも多くいます。農業科目のある高校や農業大学校への進学者も現れ、令和2年度末で、農業法人への就職（就農）者は4名となっています。

児童養護の制度改革に伴い、近年の社会的養護が「施設」から「里親」にシフトし、施設側には、発達障害などがある子どもたちへのケアの充実が求められています。また、NPO法人側から、不登校やひきこもりの状態にある青少年に対しても、本事業スキームによって、状況改善や自立支援につながる可能性がある提案があり、対象者に加えています。こうした個性のある人の自立には、受け入れる企業・職場の理解や、ジョブコーチ等の

企業版ふるさと納税で
地域を元気に

税額控除割合など大幅改正

―制度のさらなる活用に向けて―



前内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局
内閣府地方創生推進事務局 参事官補佐

・ 永瀧 智大

はじめに

地方創生を政府の最重要政策課題の一つとして掲げ、平成26年末に取り組みを開始してから、6年以上が経過しました。この間、政府においては、人口減少に歯止めをかけるとともに、東京一極集中の是正を図るべく取り組みを進めてきたところです。

令和元年12月20日に閣議決定された第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」においては、地方創生の目指すべき将来について、『将来にわたって「活力ある地域社会」の実現』と、『東京圏への「一極集中」の是正』を共に目指すこととされ、東京一極集中の是正に向けては、地方への移住・定着の促進に加え、地方とのつながりを強化するため、「関係人口」の創出・拡大と「企業版ふるさと納税」の拡充により、地方移住の裾野を拡大することとされました。

これらは、令和2年12月21日に閣議決定された第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」(2

020改訂版)に引き継がれるとともに、令和3年6月18日に閣議決定された「まち・ひと・しごと創生基本方針2021」においても、企業版ふるさと納税のさらなる活用促進に向けた方向性が示されたところです。

本稿では、企業版ふるさと納税に係る令和2年度税制改正や令和2年10月に創設された企業版ふるさと納税(人材派遣型)の概要のほか、企業版ふるさと納税の活用促進に向けた取り組み、今後の展望などについて紹介します。

なお、文中意見にわたる部分は筆者の私見であり、内閣官房や内閣府の公式見解ではないことに予めご留意いただきたい。

企業版ふるさと納税に係る 令和2年度税制改正

企業版ふるさと納税は、地方版総合戦略に位置付けられた地方自治体が行う地方創生事業に対する企業の寄付について、法人事業税、法人住民税及び法人税の税額控除の優遇措置を講じ、こうし

た寄付を促進することにより自治体の地方創生の取り組みを支援するため、平成28年度税制改正において創設されました。

平成28年度の制度創設以来、活用実績が増えてはいたものの(寄付額…平成28年度7.5億円、平成29年度23.6億円、平成30年度34.8億円、令和元年度33.8億円)、本税制を活用している自治体は428団体(24.5%)にとどまるなど活用促進の余地が大きかったところです。

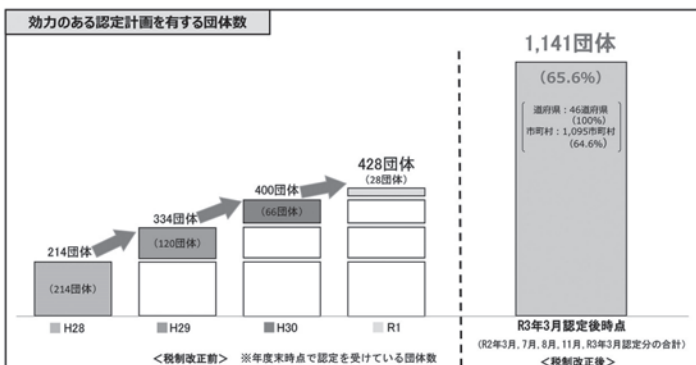
そこで、令和2年度税制改正においては、税額控除割合を従来の最大3割から最大6割に引き上げるとともに、あわせて地域再生計画の認定申請手続を抜本的に簡素化するなどの大幅な制度の拡充が行われました。

税額控除割合の拡大については、自治体が行う地方創生の取り組みに企業が寄付をすると、通常の寄付額全額が損金算入されることによる税の軽減効果(約3割)に加え、最大6割の税額控除を受けられることとなり、あわせて最大約9割の法人関係税が軽減されることとなりました。

また、地域再生計画の認定手続の簡素化については、従来の個別事業ごとの認定から、地方版総合戦略を網羅する包括的な認定を可能とするともに、事業費等の記載を不要とすること、KPI(重要業績評価指標)等は地方版総合戦略の転記でよいこととするなど、抜本的な簡素化が図られました。これにより、新たな事業に寄付を充当しようとするたびに必要であった地域再生計画の認定が不要となり、大幅な事務の効率化が図られています。認定申請にあたっては、寄付を活用する事業の選定や寄付獲得の見込みなども不要となり、企

認定団体数の推移（令和2年度第4回認定後）

効力のある認定地域再生計画を有する団体数は1,141団体に増加し、道府県及び市町村全体の6割を超える
(令和3年3月時点)



業からの寄付の受け皿としてあらかじめ地域再生計画の認定を受けることが可能となりました。さらに、地方負担分に充当可能な国の補助金・交付金の範囲を拡大したことにより、寄付を充当可能な地方創生に資する事業が増加しました。地方創生関係交付金のほか、地方負担分に普通交付税措置のみの地方財政措置を講じられている補助金等については、従来から地方負担分に企業版ふるさと納税に係る寄付を充当可能でしたが、特別交付税措置等を講じている補助金等についても各省庁との調整を経て、90を超える補助金等の地方負担分への企業版ふるさと納税に係る寄付を充当可能となりました。併せて、企業版ふるさと納税

に係る寄付を一定以上活用することによる地方創生推進交付金の事業期間の延長に加え、社会資本整備総合交付金など複数の補助金等において、配分において配慮、優先採択等のインセンティブが付されるようになっていきます。

次に、寄付時期の制限の大幅な緩和についてです。従来、原則として事業費が確定するまで、自治体は企業からの寄付を受領できなかったため、企業によっては、寄付しようと思ってもその決算時期との関係から寄付を断念するケースもあったところでした。令和2年度税制改正において、確実に事業が実施されると見込まれる額として、予め寄付の金額の目安を定め、その範囲内であれば事業費確定前の寄付の受領が可能となりました。これにより、企業が寄付したいタイミングで寄付できるようになり、企業にとっても寄付しやすくなったところでした。この寄付の金額の目安とは、自治体が寄付を受け入れる見込みの額ではなく、最終的に見込まれる事業費のことであり、この目安の設定については、包括的な認定を受ける市町村であれば、各年度、標準財政規模の10%までの額を設定することが可能です。

なお、受領する寄付金を自治体の基金に積みことも可能です。事前に基金条例や後年度の事業の執行計画を提出いただき、確実に認定事業に活用することになっているかや、最終的には確実に使い切ることとなっているかを確認することにより、複数年度にわたって活用いただけます。

こうした改正を行ったうえで、第2期総合戦略の期間と同様5年間延長するとともに、その中途において効果検証を行うこととされました。通常、

法人税に係る税制優遇措置については、2年から3年程度であることを踏まえれば、大幅な延長措置がなされたと考えられます。

これらの見直しを行ったところ、多くの自治体において地域再生計画の認定が進み、有効な認定地域再生計画を有する団体数は、制度創設から4年後の令和元年度末時点で428団体であったのに対し、令和2年度改正から1年後の令和2年度末時点では1,141団体と、制度の対象となる団体の65%を超えており、今後さらに増加が見込まれています。また認定を受けられていない地方公共団体においては、まずは寄付の受け皿を整備し、企業との連携を進める第一歩として地域再生計画の認定を受けていただきたいと思います。企業版ふるさと納税を契機として官民連携が進み、企業のノウハウや人材を有効に活用することにより、地方創生に資する事業の質の向上が図られることが期待されることです。

「企業版ふるさと納税（人材派遣型）」の創設

さらに、令和2年10月13日には、「企業版ふるさと納税（人材派遣型）」として、企業版ふるさと納税を活用し、企業からの寄付とあわせて、企業の専門的な知見を有する人材を自治体等に派遣することを促進する仕組みを創設しました。

自治体にとっては、デジタル化の推進をはじめ地方公共団体において必要とされる企業のノウハウを持った人材を実質的な負担なく受け入れることができ、さらなる地方創生の推進が期待できます。また、企業にとっても、ノウハウを有する企

業の人材を最大約9割の税の軽減を受けながら地域で貢献させることができることとなり、企業の人材育成の機会としても注目を集めています。企業の人材にとっても、自治体等において地方創生プロジェクトを推進する経験が新たなキャリアパスとして評価されることによって、さらに活躍の幅が広がることが期待されています。

岡山県真庭市では、岡山市内の企業で観光分野の経験を積んでこられた人材を任期付職員として任用され、本年4月から2年間、観光振興の業務に従事されています。また、新潟県では、6月からICT人材を東京都の企業から特別職非常勤職員として任用され、ICTによる地域課題の解決に資する取り組みに従事されています。

このほかにも、7月から、大阪府貝塚市で活用が始まるとともに、複数の自治体と企業との間で協議が進められています。国としても本制度の活用が一層進むよう、企業とのマッチング機会を創出するためのイベントの開催などに取り組みとともに、さらなる周知を図っていくこととしており、企業版ふるさと納税とあわせて、積極的な活用が期待されます。

なお、地方に人材を派遣する制度については、様々な制度が充実してきており、それぞれの自治体や地域において必要とされる人材ニーズ、受入れの態様、支援措置等にに応じて、活用いただきたいと考えています。

活用促進に向けた取り組みと今後の展開

このような制度改正等とあわせて、さらなる制

度の活用促進に向け、自治体への制度や優良事例の周知、地域再生計画の認定申請や寄付獲得に向けた取り組み支援のほか、企業への周知、企業と地方公共団体のマッチング支援など、幅広く取り組みを進めています。

(1) 地方公共団体における取り組み

企業版ふるさと納税に係る取り組みは、各自治体において様々です。多くの企業から毎年度数億に上る寄付を受け入れている団体もあれば、制度拡充を契機として地域再生計画の認定をとったものの、寄付を受け入れた実績がない市町村も見られます。当然のことながら、地域再生計画の認定により企業版ふるさと納税に係る寄付を受領することは可能となるものの、認定をとったからといって企業が寄付してくれるものではありません。ここでは、各自治体における取り組みのポイントについてご紹介します。

各都道府県の担当課に管内の制度活用を促すために担っていたいただいている「企業版ふるさと納税推進リーダー」向けの研修会等においても、まずは市内の連携体制の構築をお願いしています。企業版ふるさと納税の担当部局が、幹部が集まる会議などを利用して各部局に制度を周知するとともに、横断的なプロジェクトチームを立ち上げていただくなど、寄付活用事業の企画・立案や寄付集めにおいて市内で連携していただくことは不可欠です。

その上で、実際にアプローチする企業のリストアップを行うに当たっては、産業振興の担当部局等が有する企業についての情報の共有なども有用

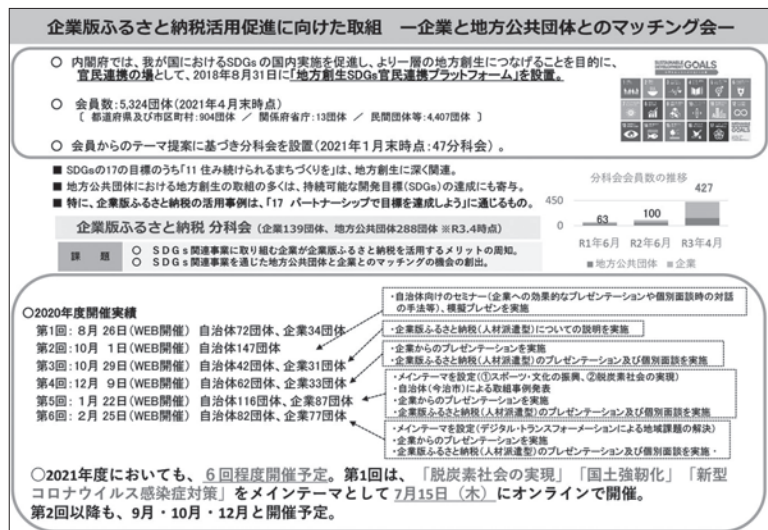
です。創業地の企業や、経営者が当該自治体出身者である企業、支店や工場が立地する企業のほか、包括連携協定を締結している企業など、これまでの地縁や人の縁からアプローチするケース。また、これまで縁のなかった企業であっても、寄付活用事業と関連の深い事業を行っている企業など、賛同を得られると思われる企業にアプローチされるケースもあります。必ずしもゆかりのある企業が多くない市町村もあることから、東京事務所や首都圏の企業等の情報を有する道府県においては、積極的に管内市町村への情報提供や、企業への県内市町村の寄付募集事業についての情報発信を行っていたいただきたいと思います。

企業へのアプローチ方法については、寄付活用事業をPRするチラシ等を作成し企業に送付される場合のほか、電話やメールで寄付活用事業の必要性や企業メリットを説明されるケースもあります。その際、企業の業績や決算時期を踏まえたアプローチなどを行っている自治体もあります。また、多くの自治体において、寄付を募集する事業をホームページやSNS等で情報発信するとともに、寄付受入れ後も、寄付企業についてホームページや広報誌などに掲載するほか、報道発表を行い感謝状贈呈式などを報道してもらうなどの取り組みが進められています。特に、寄付を活用した事業がどのように進捗したのか、その成果等について、寄付企業に報告され、次年度以降の継続的な寄付に結び付けられている自治体も見受けられます。企業にとつて、寄付がどのように使われ、どのような成果があったのかは、株主等への説明責任が求められるという意味でも必要な情報であるとして

もに、効果の高い事業であれば継続的な寄付を獲得することにもつながるものと考えられます。

国においても、これまでは認定を受けた地域再生計画をホームページに掲載してきましたが、令和3年1月からは、認定を受けているすべての自治体に対し、特に寄付を活用したい事業に係る資料の提出を依頼し、提出いただいた地方公共団体の事業を地域別、テーマ別に企業版ふるさと納税ポータルサイトに掲載しています。多くの企業からの問い合わせに対し、このホームページを紹介させていただいていますので、まだ、掲載されていない自治体におかれては是非ご活用ください。

このほか、企業に対するアプローチの参考とし



ていただくため、令和3年3月に作成した事例集には、企業の皆様の声を掲載しています。土地の縁や人の縁のみならず、企業のPRにもつながることや、SDGsやESGといった観点から寄付を決められたケース、企業の継続的發展に寄与するような取り組みに賛同して寄付したケースなど、様々なご意見を掲載していますので参考にさせていただければ幸いです。

(2) 企業に対する周知

令和2年度以降、企業等に対する周知については、これまで以上に一層取り組んでいます。経団連や経済同友会、日本商工会議所はもちろん、各業界ごとに組織されている団体の会合等においても積極的に制度や事例の周知などを進めています。制度改正とあわせてこうした取り組みを進めてきた結果、企業の方から自治体のこういう取り組みに寄付したいがどうすればいいかといった問い合わせなども増えてきています。

(3) 企業と地方自治体のマッチング支援

また、企業と自治体のマッチングを推進するため、地方創生SDGs官民連携プラットフォームに企業版ふるさと納税分科会を設け、マッチング会を開催してきました。令和2年度には前年度から回数を倍増し年に6回のマッチング会等を開催してきました。このマッチング会を契機として寄付に至った事例のほか、寄付に向けて継続的に協議を進めている事例も多く出てきています。

令和2年度後半からは、自治体のプレゼンに加え、寄付したい企業からのプレゼンを実施したり、

脱炭素やDXをメインテーマに設定したりするなど様々な試みを行いながら取り組みを進めてきました。令和3年度も継続的に行うとともに、静岡県などで開催された地域別マッチング会や民間の団体が主催するテーマ別マッチング会の開催支援などにも積極的に取り組んでいくこととしています。

加えて、企業や自治体からの様々な相談にきめ細かく対応するとともに、企業と自治体のマッチングを推進するため、企業版ふるさと納税推進アドバイザー(仮称)を創設することとしています。これらのほか、本制度の活用促進に向け、Q&Aの充実を図るなどの取り組みも併せて行うこととしています。

終わりに

令和2年度は、コロナ禍の影響により厳しい経済情勢にあったものの、税制改正を踏まえ、本制度は活発に活用され始めています。企業によっては数億におよぶ寄付をされているケースや多くの自治体に寄付されているケースも見られます。他方で、認定を受けたものの寄付に向けた取り組みが進んでいない自治体も少なくないところです。今後とも、さらなる活用促進に向けて、自治体や企業への周知のほか、寄付に結びつくための取り組みを進め、本制度により地方創生の取り組みが一層促進されることが期待されます。



企業版ふるさと納税
ポータルサイト

農福連携による地域活性化

— 支え手・受け手超えた共生社会の実現 —

農福連携は、障害者らが農業分野で活躍することを通じ、自信や生きがいを持って社会参画を実現していく取り組みで、障害者の就労機会を生み出すとともに、担い手不足や高齢化が進む農業の働き手確保につながると期待されている。令和元年6月に国の農福連携等推進委員会は「農福連携等推進ビジョン」を策定し、令和6年までに農福連携に取り組む主体を新たに3000創出するという目標を掲げた。しかし、その取り組み自体はあまり浸透していないのが現状だ。

そこで私たちは、農福連携が地域にもたらす効果を明らかにし、その取り組みを各地に広げるため、二つの事例を取り上げて農業側と福祉側の課題、地方自治体に求められる役割などについて調査した。

地域に根差した農福商工連携

石川県能登町にある社会福祉法人佛子園は、平成10年に障害者支援施設「Healing Bay Area 日本海倶楽部」を開設したことをきっかけに、自治体や地域住民と連携して観光振興や商品開発を行う「福祉を核とした奥能登活性化プロジェクト」に乗り出した。障害者はクラフトビールの製造、レストランや牧場の運営、公園の維持管理に従事している。

平成20年には「日本海倶楽部ザファーム」を設置して、耕作放棄地などで農業も始めた。地域の主力産品であるかぼちゃ、ブドウをはじめ40種以上の野菜や果物を生産している。現在は、かぼちゃを使用したソフトクリームの開発を農協から受託するなど、レストラン内外の加工品開発も手掛けている。

これらの取り組みは自治体や地域住民と密接に関わっており、担い手不足や耕作放棄地の解消、基幹産業の振興に効果を挙げている。例えば、クラフトビールの製造では単に「障害者が作った商品」として売り出すのではなく、専門の醸造士を配置するなど徹底したブランド管理を通じた高い品質を実現し、「地域を支える

産業」を目指している。これにより、障害者の工賃を向上させる成果も出ている。

一方、能登町の高齢化率は令和2年に約50%になり、高齢者支援の必要性を痛感していた日本海倶楽部は同年から買い物弱者へのサービスとして移動スーパーも開始した。

こうした活動を通じて、障害者に対する地域住民の理解が促進され、新たなコミュニティの確立が期待される。さらに、障害者が就労により「支えられる側から支える側」として活動の場を広げること、やりがいの創出や居場所づくりにつながる効果も指摘されている。

地域共生社会に向けた農福連携

京都府は、平成29年に「きょうと農福連携センター」を設立した。センターでは、農福連携を軸に障害者の就労促進や居場所づくりに取り組むとともに、地域の多種多世代の人々が交流し、地域の担い手を育む「京都式地域共生社会づくり（京都式農福連携）」を推進している。府



徹底した管理で地域を代表するブランドとなったクラフトビール

内を北部、中部、南部の三つに分け、それぞれに拠点となるサテライトを設置し、健康福祉部門と農林水産部門が連携して事業を行っている。

南部のサテライトを担う「さんざん山城」は、宇治茶や京都えびいも、京都田辺なすなど地域の特産品を対象に、生産から加工・販売までを手掛ける6次産業化を推進している。また、府内外に出向き野菜や加工品を販売するとともに、圏域内の事業所で生産した野菜を使ったワンコインランチを提供するコミュニティカフェも運営している。

コミュニティカフェが入る建物には児童相談所や更生保護サポートセ



多世代が交流するコミュニティカフェ



農業にいそしむ障害者の様子

ンター（保護司会）が併設されており、カフェは様々な世代が集う地域拠点施設の役割も担っている。地元の伝統野菜を使った食事を安価で楽しめるだけでなく、子どもが走ったり騒いだりしても皆が笑顔で見守ってくれる温かい雰囲気も魅力となっている。

障害者が自ら地域コミュニティと関わることで地域住民の理解が生まれ、それが応援につながる。コミュニティ

ニティカフェのような、地域に開かれた多世代交流拠点を舞台に好循環が生まれている。

今後の課題として、きょうと農福連携センターは、府内の自治体や農業者へのさらなる事業普及と事業所の農業面でのスキルアップを挙げている。また各自治体には、事業所では取得しにくい休耕地・耕作放棄地の情報提供や、地域の農業者をつなぐ役割が期待されている。

農福連携の効果と展望

農業は、子どもから高齢者までが、

性別や障害の有無に関係なく参加できるため、住民参画型イベントなどとも結び付けやすく、その地域内で付加価値を生み出し、自立した活動を持続できる。こうした「農」の利点を活かした農福連携を地域づくりの軸として効果的に推進するには、関係者間で協力的体制を築き、地域住民の理解を得ることが重要である。

現在、農福連携

は障害者を対象とした事例が多数を占めているが、一般社団法人J A 経済総合研究所の主席研究員である濱田健司氏は、次の段階として高齢者分野への広がりに注目している。濱田氏は、農福連携にとどまらず生活困窮者や高齢者らが地域の農業、商業などに幅広く従事することで地域を活性化していく「農福+α連携」を提唱しており、自治体の福祉分野と農産業分野が相互に連携した農福+α連携が地域課題の解決につながることを期待している。

これらの調査結果から、農福連携が地域にもたらす効果は様々であり、障害者の持つ力を最大限に活かすことのできる取り組みが重要であることが分かる。「農」「福」双方の課題解決はもちろんだが、そこに「地域づくり」と掛け合わせた価値を見いだすことができれば、「支え手」「受け手」という関係を超え、地域の多様な主体がつながる「地域共生社会」を実現できる可能性がある。

自治体としては、農業者や福祉事業所などへの実務支援や普及啓発といった中間的な役割を担うだけでなく、地域社会を運営する立場から柔軟な政策を展開することが求められる。築かれた関係や既存の仕組みを全く別の事業・施策に応用することができれば、人口減少社会における地域社会運営の姿の一つを示すことになるのではないかと。そうすることで、「単なるワイン・ワインの関係ではなく、楽しさや幸せを感じ、やりがいや生きがいづくりの場になるハッピー・ハッピーの関係」（濱田氏）が広がっていくだろう。

地域活性化センター 副参事

●横山千秋（埼玉県加須市から派遣）

●川村 僚（青森県田子町から派遣）

●北川 侑子（高知市から派遣）

地域活性化センターは、地域づくりに取り組む団体のうち、地域づくりは人づくりからというセンターの理念に共鳴する団体と連携協定を締結し、相互の職員交流や、センター職員のインターン派遣、共同事業等を実施しています。これにより、人材育成のノウハウを共有し、相互の発展と地域社会への一層の貢献を目指します。

このコーナーでは、隔月で連携協定を締結している団体の活動を紹介していきます。第1回は「NPO法人ETICC」と「東京おもちゃ美術館」です。

（企画グループ）

●NPO法人ETICC

ローカルベンチャー育成が地方創生の力に



NPO法人ETICC
ローカルイノベーション事業部

●木村 静

官民連携で ローカルベンチャー育成

NPO法人ETICC（エティック）は、1993年から起業家型リーダーの育成に取り組み、1600人以上の起業家を輩出してきました。地域活性化に関しては、人材育成支援「チャレンジ・コミュニティ・プロジェクト」を全国70地域で展開しているほか、東日本大震災直後に開始した「右腕プログラム」で被災3県の154プロジェクトに260人の右腕人材を送り出し、受け入れ先

の事業規模を5年間で約22倍に成長させるなどの実績を有します。

そして、近年力を入れているのが、地方における起業・新規事業創出を意味する「ローカルベンチャー」の育成・支援です。森林資源などを活用した起業家育成に取り組む岡山県西粟倉村と協力して各地に呼びかけ、2016年に全国10自治体による「ローカルベンチャー協議会（以下、LV協議会）」を発足。地方創生推進交付金などを活用し、2020年度までに274件の新規事業を創出して400人の起業型・経営型



ローカルベンチャー宣言記者会見



「ローカルベンチャーラボ」フィールドワーク（宮城県気仙沼市）



自治体合同合宿（岩手県釜石市）

人材をマッチングさせ、ローカルベンチャーの売り上げ全体で57億7000万円の増額を達成しました。この成果が、移住者の増加による人口推計の上方修正（西粟倉村）や初の村立保育園の開園（同）、市民の所得向上（宮崎県日南市）などにつながっているとみられます。

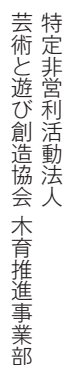
中間支援組織との 連携が重要に

これまでに誕生したローカルベンチャーは、▽地元産のカキ殻とホップを使ったクラフトビール製造▽寄付車を活用したカーシェアリングサービス▽移住した助産師が始めた助産院―など多岐にわたります。こうした多様な事業の育成・支援は、従来の縦割り行政では限界があることから、民間の中間支援組織との連携が重要となります。自治体自身がベンチャーマインドを持ち、政策や制度づくりを担う一方、現場での事

業支援は民間の中間支援組織のコーディネーターが専門性を生かして行います。

また近年は国連のSDGs（持続可能な開発目標）の観点から、都市部企業による地方での事業開発ニーズも高まっていますが、それら企業と行政、地域をつなぐハブの役割を担うのも中間支援組織です。LV協議会では、役員職員と中間支援組織のコーディネーターが学び合いのネットワークを形成しているほか、ETICCの事業として地域コーディネーターの養成も行っています。

人口減少と高齢化に立ち向かう地方創生の力ぎを握るのは、ローカルベンチャーが地域内で次々と生まれ、その利益が地域の人々の暮らしを支える新たな経済のあり方だと考えています。ローカルベンチャー支援の輪に加わり、共に豊かな日本を育む全国の自治体・企業をお待ちしています。



高野
祥代

1984年、東京都中野区におもちゃ美術館が開館しました。「人間が初めて出会う芸術は、おもちゃである」をフィロソフィーに掲げ、お

入れた空間は、年間14万人を迎える空間へと成長。「おもちゃ学芸員」という住民参画の仕組みとともに運営される当館は、地域づくりの視点に加え、木製おもちゃを入り口とした木育推進拠点としても高く評価されるようになりました。

木育推進から地方創生へ

ある旧四谷第四小学校の校舎へ移転し、「東京おもちゃ美術館」として生まれ変わりました。

そして国産の木材を多く使い、木工職人・おもちゃ作家の作品を取り

世界有数の森林大国であるにもか
かわらず、木材利用が進まない社会
的状况の中、私たちは2010年に
林野庁補助事業を受託し、木育に本
格的に取り組み始めました。その中

核が「ウツドス
タート事業」です。

本事業では、自治体と連携し、その土地にちなんだ地産地消の木製おもちゃを開発し、誕生祝い品としてプレゼントしています。

2021年3月
現在、ウツドス



タローを宣言した自治体は全国54団
体へと広がっています。さらに、沖
縄県国頭村をはじめ、秋田県由利本
荘市、山口県長門市などで、木育推
進、さらには観光施設としての力を
発揮して地方創生に寄与する「姉妹
おもちゃ美術館」が誕生。2023
年春までに全国13館が開館する予定
です。

おもちゃ美術館に
欠かせないもの

木育の機運の高まりも後押しし、
今では、わがまちにもおもちゃ美術

せられています。おもちゃ美術館づくりに欠かせないものは何でしょう。まずは、なぜおもちゃ美術館をつくりたいのか、その根本にある想い―例えば「地域材の良さを知ってもらいたい」「商店街を活性化したい」「山の仕事の素晴らしさを伝えたい」など―です。

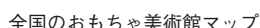
そして、そうした想いを持つ「人」が集まり、おもちゃ美術館づくりに参画することが、不可欠です。いわゆる「ハコ物」にならずに多くの人々に来館してもらえる施設とするためには、魅力的な空間づくりのための条件（規模・立地）も必要です。規模については、「600平方メートル以上」を目安としています。それは、一定以上の規模を確保できないと、木育

推進の場合、そして観光施設としての魅力を発揮しづらいているからです。

地域の魅力光る
おもちゃ美術館

全国に広がるおもちゃ美術館ですが、ひとつとして同じものではありません。それぞれの地域の魅力が光る美術館を実現できるよう、デザイン・設計・コンテンツづくりに工夫を凝らし、地域に根差した「人」たちによる運営とおもちゃ学芸員の活動によって支えられています。

私たちは、これからも持続可能な社会の実現を目指して、ウッドスタート事業とおもちゃ美術館を核とした木育活動を推進していきます。



空き家活用のカフェ軸に小さな拠点

—安全・安心な暮らしを守る地域の輪—



国分寺北部校区コミュニティ協議会
高松市国分寺北部コミュニティセンター長

● 三谷 美奈子

高松市国分寺町の概要

高松市の西部に位置する国分寺町は、などらかな丘陵地に囲まれた東西3.4^{キロ}、南北7.5^{キロ}、面積26.25平方^{キロ}の地域です。町域には、関ノ池、橋池を始めとする大小のため池が点在し、水と緑の田園風景が広がっています。

平成18年1月10日、平成の大合併で高松市と合併し、「歴史と文化が調和し、コミュニティ文化を創造する生活交流ゾーン」と位置付けられました。豊かな自然や文化、充実した生活環境などの特性と機能を生かすとともに、住民の調和と連携を促進し、新しいコミュニティ文化の創造と多様な交流の実現を目指したまちづくりを進めております。

国分寺北部校区の人口のうち、65

歳以上の高齢者は26%を占めています。令和7年(2025年)には団塊世代が「後期高齢者」に仲間入りをします。以前は、地域における近所付き合いなども活発に行われており

でしたが、最近ではこうしたつながりだけでなく、家族関係ですら希薄なケースが増えてきており、孤独死の数も増加傾向にあるのが現状です。こうした状況に対して、社会がどのように対処すべきかが課題となっています。

配食サービスで雇用も創出

だれもが住み慣れた地域で支え合いながらいきいきと安心して暮らし続けることができる地域づくりの実現とともに、時代に合った安全な暮らしを守るためには、「小さな拠点」を整備し、可能な限り住み慣れた地

域で人生の最期まで生活を続けることができるような支援・サービスを提供できる「地域包括ケアシステム」の構築が必要でした。

そのため、空き家をリノベーションした小さな拠点を軸に、カフェとして地域住民の交流の場を提供しながら、同時に見守り・安否確認にも取り組むことを目的として、配食サービス事業をスタートしました。

配食サービスには、地域で収穫された食材を使用することで高齢者が地域を再認識できるだけでなく、地域の生産者と地元の消費者が結びつくことによる経済効果も生みだし、さらに、調理スタッフや配達スタッフを雇用することで地域活性化に繋がる効果もあります。

農家改造の「小さな拠点」で最優秀賞

まず初めに、小さな拠点づくりに取り掛かりました。農家の方が住宅兼納屋として以前使用していた築60年の空き家に着目し、所有者と直接交渉を行って、使用許可を得ました。それから、地域の施工業者の協力も得てリノベーション工事を行い、見違えるほど落ち着いた居場所となりました。

この小さな拠点は、香川県住宅課が空き家の利活用を促進するために実施した「令和2年度香川県空き家再生コンテスト」で、空き家を活用した配食サービス事業として、「地域への波及効果が実際に目に見える取り組みであり、他の物件と比較して地域活性化への貢献度が高い」点が評価され、「最優秀賞」を受賞しました。

次に「食」でつながる笑顔ある暮らし」をキャッチフレーズとした配食サービス事業を立ち上げました。事業開始に当たっては、調理スタッフの確保、地元の生産者との交渉、サービス利用者の確保等の課題がありました。調理スタッフは地元の料理研究会等に声をかけ、2グループ6人を採用。食材は米・野菜・肉卸業等に声をかけ、協力を快諾してい



リノベーション後の拠点、まもりん食堂



ランチも提供しています



わっぱ弁当の中には野菜たっぷり

いただきました。サービス利用者の募集については、チラシを令和2年8月下旬に国分寺町地域の住民を対象として全戸配布し、10月の事業スタート時には約30人の申し込みがあり、半年後には65人にまで増えました。

サービスは平日（月～金曜日）に2段の「わっぱ弁当箱」で提供しています。野菜たっぷりだからに優しい味付けをし、五感が喜ぶ料理を作るよう努めております。

配達は、午前10時すぎより約1時半かけて約20件お届けします。「お

はようございます。今日も暑くなりそうですね。昨日はゆつくり休めましたか？ お花がきれいに咲いていますね」等々、何気ない会話を通じて顔の見える関係を作っています。

午後2時からは弁当箱の回収を行います、配達と回収で1日2回の見守り（安否確認）活動にもなっています。回収した弁当箱に「今日も美味しくいただきました。素材を生かしてアレンジされたメニュー素晴らしいです。次回も楽しみ」「愛情いっぱいの手作り弁当今日もおいしく完食で

す。ありがとう」等、メッセージカードが入っていたり、自宅で採れた野菜の差し入れを頂いたりし、地域の絆が強まっています。

子ども食堂立ち上げへ

現在高齢者を中心に事業を展開しておりますが、子どもの支援を強化するため、「子ども食堂」を立ち上げる予定となっております。

子ども食堂では、食を支援し、孤食等を防ぐため、夕食の提供や交流を図り、子ども食堂に参加する子ども

も・高齢者たちが一緒に、あるいは支援者らとともに過ごす取り組みを考えております。こうした食事やだんらんを通じて、子ども・高齢者が安心して過ごせる居場所の提供、他者との交流を図る事業としていく予定です。

将来的には、事業を法人化し、食を通じた子どもから高齢者までの見守り活動を行いながら、朝から夜まで活気あふれる場所づくりを目指し、より一層の地域活性化に取り組んでいきたいと考えております。

スポーツを核とした

持続的なまちづくり

健康づくり、人づくり、まちづくり

地域活性化センターは、地域の価値を生む秘訣を学ぶことを目的に「新たな知と方法を生む地方創生セミナー」を行っています。2021年度は5月21日（金）に第一弾として「スポーツを核とした持続的なまちづくり健康づくり、人づくり、まちづくり」をテーマにオンラインも併用して開催し、全国各地から自治体職員など19人が参加しました。

講義Ⅰ…スポーツを通じた地域課題の解決とスポーツ地域マネジメント

大阪体育大学学長の原田宗彦氏が、スポーツツーリズムと、スポーツを活用したまちづくりについて紹介しました。

スポーツツーリズムに関しては、いかにアクティビティを造成し、経済的価値を生み出せるかが鍵になると指摘。日本には豊かな自然や沖縄空手、相撲、やぶさめなどの伝統文化があり、これらをアクティビティとして活用することで、日本中どこでもスポーツツーリズムが実現できると述べました。

また、スポーツによるまちづくりでは、身体活動を誘発する環境が大切であり、そのためには行動経済学の

「ナッジ理論」を活用するよう提唱。人が「動く」という意思決定をできるような環境をデザインして、自発的な行動変容を促すよう訴えました。

講義Ⅱ…スポーツ庁における地域振興政策

スポーツ庁地域振興担当参事官の原口大志氏から、スポーツ庁における地域振興政策とスポーツツーリズム、スポーツコミッション政策とその歴史について講義がありました。

地域振興策では、防災や草刈りなど、一見するとスポーツと関係ない活動を地域振興に役立てている事例を紹介し、競技スポーツだけではなく、体を動かす作業や日常生活の全てがスポーツとしての要素を持っていると強調しました。

また、東京オリンピック・パラリ

ンピックを機に全国的に高まったスポーツへの関心を一過性のものとして終わらせず、全国各地域でスポーツを活用したまちづくりを継続して行い、定着させることが大切だと話しました。

講義Ⅲ…笠間市におけるスポーツまちづくりの事例

茨城県笠間市都市計画課長の横山孝夫氏が登壇し、笠間市が取り組んでいるスポーツによる地域活性化の事例について話しました。

笠間市では、市外から人を呼び込むための施策として、スケートボード専用施設を整備しました。スケートボードの選定にあたっては、オリンピックで日本人選手の活躍が期待される「アーバンスポーツ」に注目したとのことでした。また、施設的设计・監修をスケートボード日本代表監督に依頼するなどして、スケートボードの「聖地化」を目指すことで、大会やイベントの誘致、教育への展開など、幅広い分野での地域振興が可能になると強調しました。

トークセッション・質疑応答

原田氏からは、いろいろなスポーツに手を出すと政策がばやけてしまうので、地域内の状況を見ながら、どの世代を狙っていくのかを明確にして取り上げるスポーツを決めることが大切だとの指摘がありました。横山氏からは、地域おこし協力隊を



トークセッションの様子

セミナーを終えて

活用する場合は、任期後の受け皿を用意するのも行政の役割であるとのアドバイスをいただきました。

本セミナーを聴講して「スポーツツーリズムは自然豊かな環境があればどこでもできる」ということを学びました。私自身のスポーツに対する視野が広がり、スポーツによる地域振興を具体的にイメージすることができました。また、超高齢社会を迎えている現代において、スポーツを通して健康寿命を延ばす取り組みが、今後も重要であると感じました。

◆本セミナーの講師

大阪体育大学 学長 原田 宗彦氏
文部科学省スポーツ庁 地域振興担当参事官 原口 大志氏
茨城県笠間市都市建設部 都市計画課 課長 横山 孝夫氏

地域活性化センター 副参事

●岩倉 竜矢(富山県南砺市から派遣)



100%有機米を学校給食に ～産地化により所得向上などの成果も～

千葉県いすみ市農林課 ● 鮫田 晋

世界はオーガニック給食

オーガニック(有機)食材でできた学校給食を食べ、心身ともに健康に育つ日本の子どもたち。そのような未来を想像する人はどのくらいいるでしょうか。世界では今、学校給食はオーガニックが当たり前になっています。

クロアチア、フィンランド、フランス、ドイツ、イタリア、ラトビア、スロベニア、デンマーク、スウェーデン、ブラジルの各国は、法律により学校給食を中心とした公共調達の大部分をオーガニックにすることが義務付けられています。米国では安全な食材を求める市民運動の高まりにより、オーガニック給食の波が起きています。韓国の首都ソウルでは、すべての小中高校でオーガニック無償給食が全面施行されています。

日本では2021年5月に「みどりの食料システム戦略」を策定し、2050年までに耕地面積に占める有機農業の取り組み面積を25%、100万鈔に拡大するという意欲的な目標がたてられました。しかしながら、2018年現在でその面積は2万3700鈔と、耕地面積のたった0.5%しかありません。みどりの戦略にうたわれた目標を現実のものとするために、今、オーガニック給食の必要性についての議論が活発化しています。

養成塾リポートが奏功

千葉県いすみ市は、全国に先立ち、2017年から学校給食に使用する米の全量を地元産の有機米にしています。学校給食需要とつながることで、有機農業者ゼロベイスから、それまで難しいといわれてきた有機米の産地化をわずか4年で達成しました。現在では、野菜も8品目が有機栽培に転換できています。

この間、給食の残食率減少や農業所得の向上、まちのイメージ・認知度アップ、移住者の増加、農産物のブランド化、新規就農者の増加など様々な成果を得ることができ、2020年には「未来につながる持続可能な農業推進コンクール」の農林水産大臣賞と、食文化の分野で

活躍した人や団体を顕彰する辻静雄食文化賞を受賞しました。

2013年の事業立ち上げから7年間、施策立案から具体事務の全てを大方、私一人でこなさなければならず、日々「満身創痍の状態」にありました。当初は、所属長の理解さえも十分に得られていないありさまでしたが、とにかく一貫してブレない姿勢で取り組み、小さな成功を積み重ねることで、周囲の理解を徐々に獲得。その後、2016年に地域リーダー養成塾で学び作成したリポートが功を奏し、全庁的な理解につなげることができました。

絶対できると信じ、私と一緒に取り組んでもらった農家やNPOの皆さんには感謝の気持ちしかありません。「地域のため、日本のため」と生涯をかけて取り組んでこられた人たちとの出会いもあり、そのような方々からの熱い支援がなければ、実現させることは到底できませんでした。

小さなまちの実践を各地に

事業は現在も鋭意推進中であり、念願のパートナーにも恵まれてすこぶる順調です。しかし、晴れやかな気持ちにはみじんもありません。地域農業の衰退を止めるというところに全く至っていないからです。農業に対する国民的無関心、この巨大な問題をどうにかしなければ、わが国の基盤を支える農業が救われる日は来ないと思っています。

近年、いすみ市のように学校給食への提供と併せて有機農業を推進し、地域の農業や環境、教育、食文化など多面的に活性化させようとする自治体が増えてきました。また、オーガニック給食を求める消費者の運動が全国至る所で展開され、これが万を超えるような運動になる日も近いと感じています。小さなまちの実践でもたくさんの自治体に広げれば、この巨大な問題に一矢報いることができる信じ、日々仕事に励んでいます。



ひとをつなぐ、地域をつなぐ

—サンリオキャラクターにできること—



株式会社サンリオ
ライセンス営業本部 第一営業部
ジェネラルマネージャー

朝山 真一郎

株式会社サンリオ（以下「当社」）は、「みんなが仲良く助けあって生きていける幸せな世界をつくりたい」「家族や友達といった大切な人たちにありがたの気持ちを伝えるお手伝いをしたい」—そうした想いを1960年の創業当時から今に至るまで大切に、国内のみならず海外でも広くキャラクターコンテンツ事業を展開している企業です。

本稿では当社が現在、各地方自治体とどのような連携をしているかについて、事例と併せて説明します。

サンリオキャラクターの特性

入園入学の学校行事やクリスマスなどの生活行事を中心に、日々の暮らしのなかにもいつもサンリオグッズがありました。お気に入りのキャラクターたちは子どもや家族のみなさんを笑顔にできました。それは今も変わらない光景です。

また、かつては日本中どこにでも文房具店があり、地域にはデパートもあり、サンリオグッズをギフトとして取り扱っていました。そうしたお店を通じて、サンリオキャラクターは日々の暮らしの中で長く親しまれてきました。これは漫画やアニメーション、ゲームから誕生したキャラクターとの大きな違いかもしれません。

れません。

こうしたヒストリーこそが今も当社キャラクターの大事な原点であり、だからこそ自治体と連携させてもらう原動力のひとつにもなっています。

キャラクターの知名度とターゲット

1986年から始まり本年で36回目を迎えた「サンリオキャラクター大賞」をご存じでしょうか。本年の総得票数は過去最多の2134万票でした。スマートフォンからの投票が全体の70%を超えており、内訳は女性の割合が80%、年代別では10代が23%、20代は40%、30代は17%です。このことから当社キャラクターが若年層に強いアイコンであると考え解してもらえましょう。

一方、インバウンド増加に伴い、130の国と地域で年間約5万種類の商品が販売されているハローキティに注目が集まりました。日本の政府観光局や百貨店協会などでも観光事業・インバウンド向け販促にハローキティが採用されてきました。本年は、外務省が公開した動画「コロナ時代の日本の新しい生活様式」に採用され、ユーチューブ公開からわずか2週間で再生回数が2200万回を超えています。

さらにハローキティは、国連の「S

#HelloSDGs



Hello Kitty

ハローキティがSDGsを応援

DGs（持続可能な開発目標）をわかりやすく紹介する国連との協働企画「#HelloGlobalGoals」の活動を2019年にスタートし、現在も継続しています。

ハローキティにとどまらず、国内外で人気があり注目を集められる当社キャラクターの価値を多くの自治体に知ってもらいたいと思っています。

自治体の取り組み事例

【秋田県北秋田市】

魅力や取り組みを情報発信し、地域振興と市民が誇れるまちづくりに寄与することを目的とし、ハローキティは北秋田市のふるさと大使に任命されています。採用初年度の移住定住促進イベントでは期間中の来場者が前年比170%を記録し、地域の観光施設の入館者数が前年比108%となりました。翌年には市内巡回を目的としたスタンプラリーを実施。予定を大幅に上回る参加が県内外からあり、好評を博しました。

【東京都品川区】

キャラクター大賞で本年1位のシナモロールは品川区の13の課と観光



東京都品川区

協会で幅広く活用されています。2018年にはシナモロールを活用したふるさと納税返礼品を企画。告知



秋田県北秋田市



大分県日出町



石川県小松市

を開始して5週間で80セットの申し込みがあり、話題となりました。

【石川県小松市】

市制80周年を記念して小松市のキャラクター（カブツキー）とポムポムプリンのコラボデザインを発表しました。昨年は、小松市内の39のこども園などをオンラインで結び、ライブキャラクターのイベントを実施し、約1000人の園児たちはキャラクターと画面越しながら歌やダンスで大盛り上がりでした。コロナ禍でイベントの多くが中止を余儀なくされた年でもあり、イベント終了後に先生や保

護者からの感謝の声が小松市に多く寄せられたということです。

【大分県日出町】

昨年、ふるさと納税額の増加を目的にハローキティとコラボしたウェブサイトを開設。町長をはじめ約600人の町民が参加したプロモーション動画を制作しました。メディア、SNSでも数多く取り上げられ話題となった結果、2020年度のふるさと納税額は前年比23.8%増の7億4000万円、納税件数は前年比約170%増の3万件となりました。

当社ホームページで自治体との取り組みをまとめています。本ページQRコードよりご参照ください。

ひとをつなぐ、地域をつなぐ

当社キャラクターは現在13の自治体で活躍しています。課題解決を目指す自治体職員のみなさんのお役にたきたい。サンリオキャラクターの価値で、ひとをつなぐ、地域をつなぐお手伝いができたらと考えています。

画像はこちらからご確認ください



© 2021 SANRIO CO., LTD.
APPROVAL NO. L627500

一般財団法人 地域活性化センター

2021

地域 プロモーション アワード

(旧地域プロモーション大賞)

ふるさとパンフレット大賞(第9回)

ふるさと動画大賞(第3回)

地域の魅力を独自のセンスで発信している優れた
パンフレット・プロモーション動画を発掘します!

募集期間 7月1日(木)~8月31日(火)

【お問合せ】

一般財団法人地域活性化センター 広報・プロモーション課
パンフレット大賞:丸山 / 動画大賞:竹本

〒103-0027 東京都中央区日本橋2-3-4日本橋プラザビル13階

☎03-5202-6137 ✉kouhou@jcrd.jp

後援 一般社団法人共同通信社、株式会社時事通信社

募集要領

共通事項

地域の魅力を独自のセンスで発信している優れたパンフレット、プロモーション動画を募集・表彰し、全国に紹介するため、地域プロモーションアワード2021（旧地域プロモーション大賞）を開催する。

応募方法

募集期間 7月1日（木）～8月31日（火）

ホームページ申込フォームから提出

応募は自治体からのみとする

地域プロモーションアワード

検索



審査等日程（予定）

9月中旬～10月上旬

10月

11月中旬

12月

一次審査、二次審査

最終審査

メディア発表

表彰状授与、表彰式

（大賞団体によるプレゼン等）

受賞特典

- ・メディアにプレスリリースを配信
- ・月刊「地域づくり」のカラーページで特集
- ・受賞作品を当センターホームページ・Facebook・YouTubeで紹介

各賞

大賞・優秀賞・各審査委員賞

パンフレット大賞

応募条件

1. 自治体が制作した**パンフレット**であること（民間事業者等へ制作を委託した作品も含む）
※応募作品数は、**市区町村1点、都道府県1点とする**
2. 著作権・肖像権などが第三者に帰属する場合、権利者から事前の使用許諾・承認を得ていること
※応募作品に対し、第三者からの権利侵害・損害賠償などの苦情・異議申し立てがあった場合、当センターは一切責任を負わず、応募自治体が費用負担等を含め、全て対処するものとする
3. 受賞後に当センターによるホームページ等オウンドメディア・SNSへの掲載、各種メディアへの紹介が可能であること
4. 大賞を受賞した場合に、都内で開催する表彰式（令和3年12月頃）でプレゼンが可能であること
※旅費は当センターで負担。新型コロナウイルスの感染状況によってはオンラインでの登壇に変更します
※受賞団体には11月中旬頃に受賞決定の連絡をします

審査委員

○審査委員長

南 伸坊 氏（イラストレーター）

○審査委員

楓 千里 氏（國學院大学研究開発推進機構 教授）

バックン 氏（お笑いコンビ バックンマックン）

マックン 氏（お笑いコンビ バックンマックン）

北村 潤一郎（一般財団法人地域活性化センター 常務理事）

動画大賞

応募条件

1. 自治体が制作、もしくは推薦する**地域プロモーション動画**で、応募時点でWEB上に公開していること（民間事業者等へ制作を委託した作品、市民団体等が独自に制作した作品も含む）
※応募作品数は、**市区町村1点、都道府県1点とする**
2. 審査対象は**3分以内の作品**。**3分を超える作品は、開始0秒～3分を審査対象とする**
※応募にあたりオリジナルを3分以内に編集して公開した作品を含む
3. 著作権・肖像権などが第三者に帰属する場合、権利者から事前の使用許諾・承認を得ていること
※応募作品に対し、第三者からの権利侵害・損害賠償などの苦情・異議申し立てがあった場合、当センターは一切責任を負わず、応募自治体が費用負担等を含め、全て対処するものとする
4. 受賞後に当センターによるホームページ等オウンドメディア・SNSへの掲載、各種メディアへの紹介が可能であること
5. 大賞を受賞した場合に、都内で開催する表彰式（令和3年12月頃）でプレゼンが可能であること
※旅費は当センターで負担。新型コロナウイルスの感染状況によってはオンラインでの登壇に変更します
※受賞団体には11月中旬頃に受賞決定の連絡をします

審査委員

○審査委員長

箭内 道彦 氏（クリエイティブディレクター）

○審査委員

秋吉 久美子 氏（女優）

木川 剛志 氏（和歌山大学観光学部 教授）

松原 亨 氏（(株)マガジンハウス コロカル編集部 編集長）

谷中 修吾 氏（一般社団法人INSPIRE 代表理事）

北村 潤一郎（一般財団法人地域活性化センター 常務理事）

一般財団法人 地域活性化センター



神奈川県真鶴町長

松本 一彦

幸せをつくる真鶴時間

穏やかな風景と時間が流れる小さな港町。真鶴町は、神奈川県西部に位置する人口7044人、面積は7・05平方キロで神奈川県下で2番目に小さな港町です。坂の町として陽光をさえぎるものは無く、黒潮が流れ込み冬でも暖かい風を生む相模湾に向かって形成された真鶴半島の先端には、クロマツやクスノキの巨木群が豊かに生い茂る「魚つき保安林」があり、地元の人々や漁師達に大切に守られています。

そんな真鶴町の昔から変わらない懐かしい風景に惹かれ、20代をはじめとした現役世代の移住が始まっています。バブル経済の1990年代前半、全国各地で進められたリゾート開発から真鶴町は一線を画し、身の丈にあったまちづくりを進めていくことを選択しました。全国紙の社説に「小さな町の大きな挑戦」と評された通称「美の条例」は、「ヒューマンスケール」や「人だまり」「人の気配」、地元の方々が働く「仕事の風景」といった地域の営みやコミュニティが息づく生活風景の美しさを大切にしていくなことを謳っています。

これにより、東京からJR東海道線で90分という近さにもかかわらず、都市部とは圧倒的な落差のある風景が今も広がり、人々を引き付けています。移住者による地元の干物を使った漁師町ビザ屋さんやパン屋さんといった新しいお店の開店、町民事業による美の基準をテーマにした芸術祭の開催や、アーティスト、クリエイター・ITエンジニア等が大都会の喧騒から離れ真鶴町に滞在制作する流れも生まれています。

令和元年度において、真鶴町では転入人口が転出人口を20人上回る人口の「社会増」に11年ぶりに転じ、令和2年度においても社会増が維持されました。少子高齢化による自然減により人口全体は減少していますが、試住体験事業、そして様々な公民連携事業による関係人口づくりやサテライトオフィス誘致・シェアリングエコノミ

ーによる新しい働き方づくりを通して、人口移動が活発化し、新しい動きが草の根で広がっています。

開発か保全か。そんな二者択一ではなく、美の基準が謳う地域固有の風景を大切に守り育てていくことで真鶴町に価値が生まれ、移住をはじめとした新しい人の流れや経済が生まれ、町に住んでいる町民の暮らし自体が楽しくなる。そんな地域づくりを積み重ねていきます。

昨年9月に町民から信託を頂き町長を拝命し、「町民が主人公」を公約に「町民生活が豊かになる」ことに全力投球してきました。「町民協働」の具体的実践を「身近な公園づくり」から始め、①ゼロベースで考える②オープンデータを進める③できることから試行する、という3つの方針を大切にしています。半年間行ってきた町民との意見交換と行政情報を全てオープンデータとして公開することにより、公園に係る意見の全体像や相關関係を提示し、行政と町民、町民同士の意見の相違から、お互いの接点を見出していきます。意見の相違を「協働」の資源に変える。それがオープンデータの可能性であり、公園づくりを起点に、今年度稼働させる空家バンクも積極的に情報を発信・共有し、町民協働による課題解決と価値創造を進めていきます。また、若手時代から庁内改革に体当たりしてきた私自身の経験を活かし、職員力を信じて、「まずは試行する」というチャレンジ文化を行政に根付かせていくことで、町民・事業者・職員の「知恵と行動」が結集したオープンイノベーションで、地域づくりに向き合う所存です。

町民や地元で商売している事業者の皆さん等、多世代で議論されまとめられた観光のブランドコンセプト「幸せをつくる真鶴時間」。穏やかな時間が流れる港町から、新しい価値や未来を町民の皆様と一緒に創っていききたいと思っています。

手前みそ
ですが…

宮城県

登米市

270

■長沼フートピア公園
オランダ風車が目印。ローラ滑り台、キャンプ場などがある。風車越しに空を見れば、いいことがあるかもネ

ないのは海だけ
森の町登米市

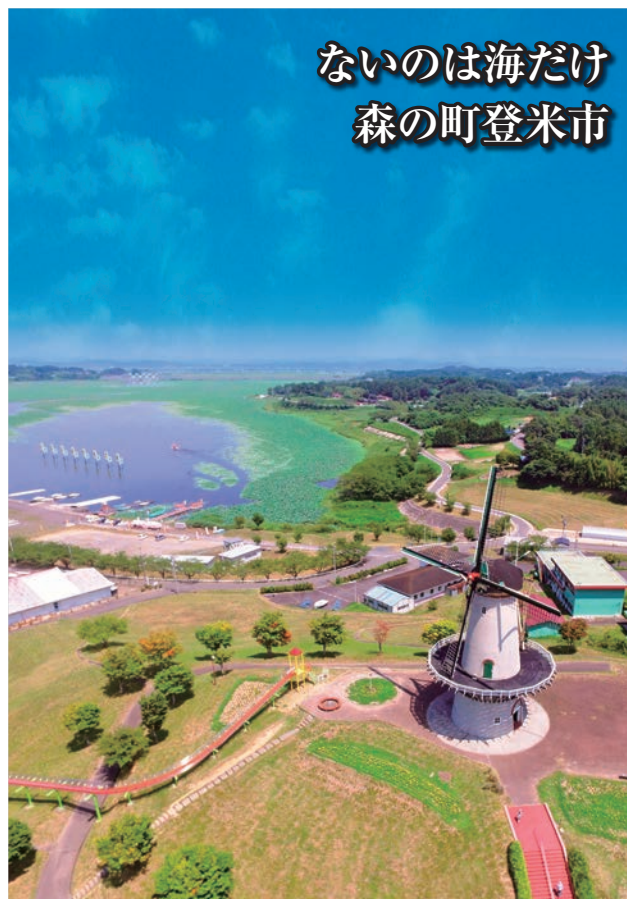
登米市は、NHK連続テレビ小説「おかえりモネ」の舞台地の一つです。市内の約4割が森林地帯になっており、物語の中では「森の町」として位置付けられています。

宮城県の北東部に位置し、西部が丘陵地帯、東北部が山間地帯、北上川が貫流し、豊かな水環境から肥沃な「登米耕土」を形成しています。伊豆沼・内沼はラムサール条約登録湿地となっており、「水の里」とも呼ばれています。

地名のとおり宮城を代表する米どころであり、キュウリ、キャベツ、ナス、トマト、イチゴ、リンゴ、登米産牛など、とにかくおいしいものがよく育ちます。

食、自然、歴史、農業、林業、畜産、工業など、たくさんの魅力を持つまちです。ないものは海だけといっても過言ではありません。

渡り鳥は毎年忘れず、間違わずに伊豆沼・内沼に越冬しにやってきます。学びたい若者、自分の夢を叶えたい若者は一時登米市を離れますが、忘れずに「おかえり登米」してくれることでしょう。



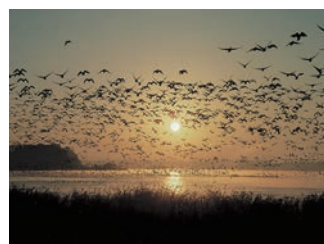
■みやぎの明治村
近代洋風建築の教育資料館(国重文)、武家屋敷通り、蔵造りの商家など、町を歩けば時間旅行を楽しめる



■森林セラピー
宮城県初の森林セラピー基地、登米ふれあいの森。心身の健康維持、病氣予防が期待でき、癒やし効果抜群



■森舞台
とよ能の本拠地。隈研吾氏設計、鏡板は千住博氏作。季節、時間によって趣を変える。まさに幽玄



■伊豆沼・内沼
冬は渡り鳥の飛来地になる。マガンが一斉に飛び立つ音は、「残したい日本の音風景100選」に選ばれている



■オルレ登米コース
宮城オルレ4番目のコースとして開設。春の芽吹き、緑の癒やし、秋の恵み、渡り鳥の冬音を感じるコース



■と飯
郷土料理はとと、油麴井、銘酒澤乃泉、登米産牛、登米産環境保全米などおいしいものが充実



■学童机
市内の全小中学校で、登米市産木材で製作された天板の学童机を導入。森の町登米市ならではの取り組み



地域づくり 8月号

2021年8月1日発行 編集・発行＝一般財団法人地域活性化センター

東京都中央区日本橋2-3-4 日本橋プラザビル13階 電話03-5202-6131(代)

<https://www.jcrd.jp/> 印刷・製本／株式会社太平印刷社

法律で許可された場合以外に本誌からの無断転載を禁止します

落丁・乱丁はお取り替えします。編集室 (03-5202-6139) E-mail: hensyuu6139@jcrd.jp まで、ご連絡下さい。



地域活性化
センターからの
メールマガジン
登録はこちら



宝くじ桜



一輪車



ドリームジャンボ
絵本



宝くじは、



図書館や動物園、学校や公園の整備をはじめ、少子高齢化対策や災害に強い街づくりまで、さまざまなかたちでみなさまの豊かな暮らしに役立っています。



救急普及啓発
広報車



遊具



移動採血車



青色回転灯
パトロール車



下水道啓発
パンフレット



自然公園案内
映像展示設備



一般財団法人日本宝くじ協会は、宝くじに関する調査研究や公益法人等が行う社会に貢献する事業への助成を行っています。



一般財団法人

日本宝くじ協会

<https://jla-takarakuji.or.jp/>



企業版ふるさと納税で 地域を元気に

地域づくり 特集編

目次

表紙裏 グラビア

- | | |
|---|--|
| <p>2~5 基調論文／小西砂千夫
企業を地方創生のステークホルダーに</p> <p>6~7 北海道夕張市／鈴木茂徳
コンパクトシティの拠点「りすた」を整備</p> <p>8~9 福島県いわき市／皆川祐真
いわきツーリズムの魅力発信</p> <p>10~11 福島県南会津町、神奈川県逗子市、佐賀県佐賀市／利重和彦
地域と企業つなぐプラットフォーム</p> <p>12~13 埼玉県深谷市／川本健太
渋沢翁ゆかりの観光資源軸に展開</p> <p>14~15 千葉県茂原市／渡部智之
いつかは「ロケの聖地」を目指して</p> <p>16~17 石川県野々市市／中谷梨紗
創業支援でにぎわいのあるまちづくり</p> | <p>18~19 静岡県富士宮市／佐野和也
コンビニ連携ベビーステーションの普及</p> <p>20~21 岡山県真庭市／西田光宏
ポストコロナを見据えた観光振興</p> <p>22~23 高知県／苫谷文子
子ども食堂で居場所づくり</p> <p>24~25 福岡県豊前市／郡司掛ひろみ
新たな視点と新たな手法で選ばれるまちへ</p> <p>26~27 大分県杵築市／平山善規
社会課題へのアプローチで地域課題に挑む</p> <p>28~29 鹿児島県日置市／高山建吾
日置市の認知度を高めるために</p> <p>30~33 副基調論文／永渕智大
税額控除割合など大幅改正</p> |
|---|--|

2021年8月1日発行 編集・発行＝一般財団法人地域活性化センター ©2019 jcrd.jp

東京都中央区日本橋 2-3-4 日本橋プラザビル 13 階 電話 03-5202-6131 (代) <https://www.jcrd.jp/> 印刷・製本／株式会社太平印刷社

本誌は、宝くじの社会貢献広報事業として助成を受け作成されたものです



企業版ふるさと納税で地域を元気に



② 福島県いわき市 (p8-9)
観光農園ワンダーファーム



① 北海道夕張市 (p6-7)
複合施設「りすた」の外観



④ 埼玉県深谷市 (p12-13)
旧渋沢邸「中の家」外観



③ 福島県南会津町、神奈川県逗子市、佐賀県佐賀市 (p10-11)
寄付企業から逗子市への贈呈式



⑥ 石川県野々市市 (p16-17)
学びの杜のいち カレード外観



⑤ 千葉県茂原市 (p14-15)
茂原市で撮影された映画の企画展



⑧ 岡山県真庭市 (p20-21)
隈研吾氏が設計したCLTパビリオン「風の葉」



⑦ 静岡県富士宮市 (p18-19)
大規模店舗イオンでの試飲会



⑩ 福岡県豊前市 (p24-25)
特産品のジビエ料理「鹿ステーキ」



⑨ 高知県 (p22-23)
高知家子ども食堂



⑫ 鹿児島県日置市 (p28-29)
ひおきPR武将隊のイメージ写真



⑪ 大分県杵築市 (p26-27)
児童養護施設入所者等の就農チャレンジ

企業を地方創生のステークホルダーに

— 企業版ふるさと納税の制度とその運営について —



関西学院大学大学院経済学研究科・
人間福祉学部教授

● 小西 砂千夫

制度の成立の経緯とそのねらい

平成28年度の与党税制改正大綱は、柱の一つに「地方創生の推進・特区に係る税制上の支援措置」を掲げ、企業版ふるさと納税である地方創生応援税制の創設を、その具体策の一つに掲げた。その趣旨は、地方自治体が地方創生のために効果的な事業を進めていく際に、事業の趣旨に賛同する企業が寄附を行うことにより、官民挙げて当該事業を推進することができるよう、地方創生応援税制（企業版ふるさと納税）を創設する。／対象事業を国が認定する枠組みの整備を前提として、当該事業に対する企業の寄附について、現行の損金算入措置に加えて、法人事業税・法人住民税及び法人税の税額控除を導入し、寄附金額の約6割の負担を軽減する。

企業版ふるさと納税は、個人住民税等でのふるさと納税が恒久的措置であるのに対して、租税特別措置としての時限的な取り組みであり、その期間中は、国の総合戦略と地方版総合戦略の目標期間に合わせて、平成28年度から4年間とされた。

地方創生の理念等を定めた「まち・ひと・しごと創生法」は平成26年11月に成立しており、それに基づいて、同年12月に、5か年の目標や施策、基本的な方向を提示する「まち・ひと・しごと創生総合戦略」が閣議決定されている。自治体は、それを受けて、地方が自ら考え、責任をもって地方創生を推進する観点から、国の総合戦略を勘案しつつ地域の特性を踏まえた「地方版総合戦略」を平成27年度中に策定するとともに、それにふさわしい事業を実施していくものとされた。

地方版総合戦略の新たな財源

筆者プロフィール

小西 砂千夫氏
(こにし・さちお)

1960年、大阪市生まれ。関西学院大学経済学部卒業、博士（経済学）、専門は財政学。主な著書に『日本地方財政史』（有斐閣、2017年）、『地方財政改革の現代史』（有斐閣、2019年）、『地方財政の歴史を変えた8つの物語』（日本加除出版、2019年）がある。

企業版ふるさと納税は、地方版総合戦略を推進するうえでの新たな財源確保手段として構想されている。平成27年6月に閣議決定された「まち・ひと・しごと創生基本方針2015—ローカル・アベノミクスの実現に向けて—」には、「民間の創意工夫を最大限に活用した『民の知見』の引き出しに取り組むことによって、人材と資金が積極

的に地方に行き渡り、ひいては高度な技術や情報等が全国津々浦々で共有されるような、活力ある日本経済を取り戻していくことが重要」とあり、そうした民間の資金が地方創生のために環流する手段として企業版ふるさと納税が念頭にありと考えられる。

そこで、企業版ふるさと納税の対象は、地方版総合戦略に位置付けられ、地方創生を推進する上で効果が高いとして内閣府が認定した事業とされた。認定事業に対する企業の寄附について、従来から利用できる損金算入に加えて、新たに税額控除を導入することで、寄附控除の大幅な拡大を行い、寄附金額の約6割の負担を軽減するというものであった。

内閣府は、平成28年度地方税制改正（税負担軽減措置等）要望を総務省に対して行うに当たって、要望の措置の妥当性について、次のように説明している。

総合戦略は、「まち・ひと・しごと創生」政策5原則を定めており、その中で、「（1）自立性」として、施策が構造的な問題に対処し、地方公共団体・民間事業者・個人等の自立につながるようなものにし、国の支援がなくとも地域・地方の事業が継続する状態を目指すこととしている。／国と地方だけではなく、企業を地方創生を実現する上でのステークホルダーとして参画させ、持続可能な地方創生の取組につなげていくという目的を持つ本税制の措置は極めて妥当であるということができる。／なお、措置の対象は、内閣府が認定した効果が高い地方創生事業に限定されていること、また、寄附のうち一定部分は企業負担とする

ことから、必要最小限の措置である。

また、企業版ふるさと納税制度が、地方版総合戦略の実現に当たって有効な手段として働くことが期待される具体的な姿として、「企業の創業地や地方創生のプロジェクトに取り組み地方への貢献」「自治体が企業に取組をアピールすることによって生じる自治体間競争」を促進し、「本社機能の移転促進税制の補完」することが想定されている。

令和2年度税制改正での制度の拡充

その後、平成31年度地方税制改正では、さらなる利用促進を図るために、企業や自治体の要望に応えるかたちで、次のような運用改善を行っている。

○寄附払い込み時期の弾力化

・寄附額が事業費を上回らないことが確実に見込まれる場合には、事業費確定前の寄附の受領を認める。

○基金への積立要件の緩和

・一定の要件を満たす場合には、各年度における寄附額上限（積立額の5割）を撤廃する。

○地方創生関係交付金と併用する地方自治体へのインセンティブ付与

・地方創生関係交付金の対象事業に企業版ふるさと納税を活用した寄附を充当することを可能とする。

・地方創生推進交付金の対象事業に一定以上の寄附を充当する場合には、事業期間の延長を認める。

ついで、令和2年度税制改正では、時限措置が終わることから、制度の延長と拡充が検討されることとなった。地方財政審議会は、「令和2年度

地方税制改正等に関する意見」のなかで、企業版ふるさと納税について、「企業と地方自治体の連携を強化するための支援策として効果的なものである。また、企業が地方創生の推進に寄与することは、企業価値の向上にもつながると期待される」として、これまでの運用について一定の評価を行っている。延長を求める声があることを踏まえて一層の活用が必要であるとして、「企業が寄附を行いたいときに地方自治体において柔軟な受入れが可能となるよう検討を進めるべきである。また、税額控除割合を拡大する場合には、地方税と国税が協調して企業のインセンティブ効果を高めるよう検討を進めるべきであり、その際、納税地における企業の受益と負担の関係を踏まえれば、現行の地方税の控除上限額を維持すべきであること、また、寄附を行う企業に対する代償としての経済的利益の供与の禁止などモラルハザードが生じることのないようにすることに留意が必要である」としている。そこでは、税額控除拡大などを進めるべきとしつつも、モラルハザードにつながらないことへの注意喚起も行われている。

令和2年度税制改正において、企業版ふるさと納税については、「地方創生の更なる充実・強化に向け、地方への資金の流れを飛躍的に高める」として、第2期「総合戦略」の策定期間（令和2（6年度））に合わせて、税額控除の特例措置を5年間延長することとされた。拡充策として、税額控除の割合を、

法人住民税・寄附額の2割→4割

法人税・法人住民税で2割に達しない場合、その残額（ただし、寄附額の1割を限度）→法人住民

法人事業税.. 寄附額の1割↓2割

併せて認定手続きの簡素化が図られ、個別の事

令和2年度税制改正

企業版ふるさと納税の拡充・延長

地方創生に更なる充実・強化に向け、地方への資金の流れを飛躍的に高める観点から、企業版ふるさと納税について、税額控除割合の引上げや手続の簡素化等、大幅な見直しを実施する。

改正のポイント

- 以下の見直しを行った上、適用期限を5年間延長（令和6年度まで）とする。
- 税額控除割合を現行の2倍に引上げ、税の軽減効果を最大約9割（現行約6割）に
 - ※ 令和2年4月1日以後に開始する法人（寄附企業）の事業年度から適用
- 地方版総合戦略の抜粋・転記による地域再生計画の申請・認定を可能に
- 地方創生関係交付金や地方財政措置を伴わない補助金・交付金に加え、併用可能な補助金・交付金の範囲を拡大
- 地域再生計画の認定後、「寄附（受入れ）の金額の目安」の範囲内であれば、事業費決定前の寄附の受領を可能に

【税額控除割合の引上げ（イメージ）】

通常の寄附	増大 (税額控除最大3割)	拡充 (税額控除最大9割)	企業 負担 約1割
増金算入 約3割	現行 (税額控除 最大3割)		
寄附額			

例) 1,000万円寄附すると、最大約900万円の法人関係税が軽減。

- ①法人関係税 寄附額の4割を税額控除。
（法人住民税等 寄附額の2割が上限）
- ②法人税 法人住民税で4割に引上げを可能。その残額を税額控除。ただし、寄附額の1割を上限。（法人税額の9割が上限）
- ③法人事業税 寄附額の2割を税額控除。（法人事業税額の20%が上限）

企業

- ・人材育成、
- ・自然環境保護、
- ・地域の活性化等の事業に貢献。

企業

寄附イニシアティブの増大

【税額控除割合の拡大】

寄附、人材・ノウハウ提供

地方創生の推進

寄附の働きかけ

寄附先の選択が增大、増大しやすいつ時期に寄附

【適用対象の拡大】

地方公共団体

認定手続に係る負担軽減

【認定手続の簡素化】

企業との「パートナーシップ」の模範
地方創生に効果
の高い事業への
実施に
助力。

【寄附時期の弾力化】

企業版ふるさと納税（人材派遣型）

企業版ふるさと納税の仕組みを活用して、専門的知識・ノウハウを有する企業の人材の地方公共団体等への派遣を促進することを通じて、地方創生のより一層の充実・強化を図る

○ 企業版ふるさと納税（人材派遣型）の基本スキーム

(参考) 企業版ふるさと納税

派遣した人数 × (1人あたり最大控除額) = 最大控除総額
 総支払額 - 最大控除総額 = 税額控除額

(例) 1,000円/人/年贈ると、最大の900円/人の法人贈税額控除

企業版ふるさと納税（人材派遣型）とは、企業から企業版ふるさと納税に係る寄附があった年度に、当該企業の人材が、寄附活用事業に従事する地方公共団体の職員として任用される場合のほか、地域活性化事業を行う団体等であって、寄附活用事業に關するものにおいて採用される場合をいう

地方公共団体のメリット

- 専門的知識・ノウハウを有する人材が、寄附活用事業・プロジェクトに従事することで、地方創生の取組をより一層充実・強化することができる
- 実質的に人件費を負担することなく、人材を受け入れることができる
- 関係人口の創出・拡大も期待できる

企業へのメリット

- 派遣した人材の人件費相当額を含む事業費への寄附により、当該経費の最大9割に相当する税の軽減を受けることができる
- 寄附による金銭的支援のみならず、事業の企画・実施に派遣人材が参画し、企業のノウハウの活用による地域貢献がしやすい
- 人材育成の機会として活用することができる

活用に当たっての留意事項

- 地方公共団体は寄附企業の人材を受け入れること及び当該人材の受入期間を対外的に明らかにすることにより透明性を確保
- 寄附企業への経済的利益供与の禁止や、地域再生計画に記載する効果検証の実施に留意

など

業ごとの認定から「包括的な認定」とし、地域再生計画の記載事項を抜本的に簡素化することとされた。併用可能な補助金・交付金の範囲の拡大が行われ、地方創生関係交付金や地方財政措置を伴わない補助金・交付金（普通交付税措置のみによる場合も含む）に加え、併用可能な国の補助金・交付金の範囲を拡大することとし、企業版ふるさと納税と併用する場合に、優先採択などのインセンティブを付与するとしている。また、寄附時期の制限の大幅な緩和として、地域再生計画の認定後、「寄附（受入れ）の金額の目安」の範囲内であれば、事業費確定前の寄附の受領を可能にすることとした。このように、令和2年度改正では、制度の大幅な拡充が実現した。その概要は図1で

企業の人材がより活用しやすく

寄附先企業との関係については注意喚起がされているが、そもそも本社が所在する自治体への寄附は対象外であつて、寄附企業への経済的な見返りは禁止されている。内閣府が示している「まち・ひと・しごと創生寄附活用事業に関するQ&A(第9版)〈事業実施・実施状況報告編〉」では、寄附に対する経済的な利益供与として、補助金の交付、入札や許認可における便宜の供与、合理的な理由

がなく市場価格よりも低い価格での財産の譲渡などの例を挙げている。

運用の実績と自治体の取り組み

企業版ふるさと納税の運用実績は、令和元年8月現在で認定事業数644事業、総事業費1333億円、寄附額累計は平成28～30年度で65・6億円である（地域再生法施行規則第14条第2項の規定に基づく「まち・ひと・しごと創生寄附活用事業実施報告」による。平成28年度＝7・5億円、29年度＝23・6億円、30年度＝34・5億円）。認定事業数や寄附額は拡大傾向にあり、令和2年度の制度改正でさらに増えることが期待されている。

内閣府の企業版ふるさと納税ポータルサイトには、特に寄附を募集している事業を分野別に示すなどによって、企業からの寄附が集まるように促しているものの、自治体の担当者への聞き取りでは、実際には、自治体からの働きかけなしに企業から進んで寄附の申し出があるといったケースはほとんどないという。本社所在企業は対象外であるので、日頃から人間関係の深い地元企業の多くは対象外となる。そこで重要なのは、市町村長や知事によるトップセールスとされる。

企業版ふるさと納税では、全国でも際だった実績を上げている夕張市の場合も、市長による働きかけが功を奏した。寄附額は、平成30年度は1億1600万円、令和元年度は4億8100万円、2年度が2000万円であり、応募企業数は3年間で12社（延べ数で22社）に達している。夕張市では、寄附先の企業に事業の進捗状況や今後の取

り組みなどの報告を行うことで、コミュニケーションを図り友好な関係を継続することに努力している。近年では、夕張市農業振興計画の改定に合わせて、過去に寄附をもらった企業に対して、農林業の発展のための事業を説明することで、継続的な寄附の協力に漕ぎ着けている。

いうまでもなく、夕張市は全国唯一の財政再生団体であり、財政再建のための債務返済を最優先にした財政計画の下で再建が進んでいる。そこでは地域振興的な政策の財源はきわめて限られているので、企業版ふるさと納税は、文字通り、貴重な財源である。夕張市が展開する企業版ふるさと納税を活用する事業としては、「日本一の薬木産地化プロジェクト」「夕張メロンの生産基盤対策事業」といった農業振興策のほか、市の再生にとって不可欠なコンパクトシティの推進加速化のための施策がある。その先駆けとして、市内での久々の公共施設の新設として、複合型拠点施設（りすた）が整備された。図書館を兼ね、市民が集う場所にもなっている。筆者も訪れたが、きわめて快適な施設である。

また、人口定着のために子育て支援の強化が必要とされてきたが、「夕張の未来をつくるプロジェクト」として、認定こども園の整備、保育料、医療費の無償化の拡大、夕張市地域人材育成事業、創業支援及び資格取得支援事業などが取り組まれている。なかでも、認定こども園は、従来の市立保育所とは比べものにならないほど快適で子育てに配慮された環境を提供している。また、同じく人口定着のために、地元の夕張高校への進学率を高める必要があり、「夕張高校魅力化プロジェクト」

が、企業版ふるさと納税を財源に展開されている。

一方、秋田県は、世界遺産の森を未来に伝え残すとして、「白神山地の保全を通じて『高質な田舎』を実現するプロジェクト」を展開し、自然体験プログラムの実施や「あきた白神認定ガイド」の育成などを行うことで、白神山地への来訪者数や地域の交流人口の増加をめざしている。平成28年11月から30年3月までの期間に、総事業費3456万6000円に対して、寄附額1635万1000円を集めている（寄附件数は延べ13件）。

世界遺産である白神山地を持つ秋田県としては、その価値や魅力を広く伝える事業を行う必要があるが、県の単独事業として行う場合、財源がネックとなる。そこで、事業費の拡大につながる企業版ふるさと納税の獲得をめざすこととした。創業者が秋田県出身であるとか、県内に事業所があるなど、県にゆかりのある企業を中心に寄附を呼びかけたところ、「世界遺産の保全への貢献の趣旨に賛同する」「自然環境の保全への貢献は企業理念に一致する」「地域貢献を通じて企業イメージが向上しリクルートなどにもよい効果が期待できる」などの理由から協力する企業を集めることができたという。当該事業は、今後も継続される見込みであり、企業版ふるさと納税によって事業費の確保が期待されている。

企業版ふるさと納税は、このように特定の自治体では、貴重な財源として活かされている。協力する企業側が、寄附に対してどこにメリットを感じるかを自治体がよく踏まえれば、協力要請が実を結ぶ余地は十分にあると考えられる。

（編集室注 本稿では筆者の希望により「寄附」の表記としました）

コンパクトシティの拠点

「りすた」を整備

―笑顔とにぎわいがこだまする街―を目指して―



北海道夕張市建設課長

・ 鈴木 茂徳

夕張市の概要について

夕張市は北海道のほぼ中央に位置し、かつて「炭鉱の街夕張」として栄え、最盛期には大小24の鉱山があり、1960年に人口11万人を数えましたが、これをピークに石炭産業の衰退とともに人口が減少、現在7000人台まで減少しています。また、労働人口の市外への転出により少子高齢化も進んでおり、高齢化率は50%を越えています。そして、夕張市は2006年に財政破綻し、現在、財政再建と地域再生に取り組んでいます。

市域の特徴としては、面積の約9割が山林で平地が少なく、河川沿いの平地には、炭鉱の坑口ごとに町が形成されており、五つほどの小さな町が集まって、南北約35^{キロ}、東西約25^{キロ}という東京23区より広い土地の中に7000人の人口が南北に広く薄く点在しているのが特徴です。

20年かけて行うまちづくり

このような市の状況と、急激な人口減少により、市の将来に不安があったことから、持続可能なまちづくりを目指して、2012年3月に都市計画法に基づく「夕張市まちづくりマスタープラン」を策定しました。このマスタープランは、市の将来像を「安心して暮らすコンパクトシティ・ゆうばり」と定め、地区ごとの集約化、生活利便性機能を強化した都市拠点整備、最終的には南北軸に集約し、コンパクトで暮らしやすいまちづくりを20年かけて行うというものです。

この計画の中で、生活利便性機能を強化した都市拠点整備は、市の中心部で一番人口の多い清水沢地区を新たな都市拠点と位置づけ、福祉医療、商業、子育て、交流拠点施設といった生活利便施設の誘導を図り、都市機能が集積した新たな都市

拠点を形成する、となっています。

4年間で4億2200万円の寄付

この構想を実現するため、2014年から庁内に横断的検討組織を設置し、2016年に本市の課題である子育て・学習の場がない、公共施設の老朽化、交通結節機能の不足などを解決するために「笑顔とにぎわいがこだまする街」をコンセプトとした拠点複合施設の建設構想を策定しました。この年に「企業版ふるさと納税制度」が創設され、夕張に関わりの深い企業に拠点複合施設のコンセプトをご説明して賛同をいただき、企業版ふるさと納税制度の最初の事業に認定されました。最終的には総事業費12億3900万円の内、4億2200万円（平成28年度…900万円、平成29年度…4200万円、平成30年度…4000万円、令和元年度…3億3200万円）ものふるさと納税をいただきました。

市民参加の検討チームで196のアイデア

次に、拠点複合施設の基本設計を検討することになりましたが、これからの夕張の将来を考えるためには、市民との協働が欠かせないとの思いから、文化団体、子育て世代、市議会議員、高校生、市職員などを交えた検討チームを結成しました。市外の施設の視察やワークショップを行い、複合施設の利用頻度を高めるための196のアイデアが導かれ、これらのアイデアに基づき、「多世代交流」「子どものにぎわいが循環する施設」「フレキ



「りすた」(手前の台形の建物)を囲む街並みと山々



真上から見た「りすた」



明るく開放的な「りすた」の内部

◆◆◆
施設構造にもさまざまな工夫

シンプルで開放的」「多様な人材を活かした基幹事業の展開」「自然環境と調和したデザイン」という整備方針を市民と一緒にまとめることができました。

拠点複合施設の名称も夕張高校生にコンセプトを考えてもらい、「地元夕張に愛着がある」「鉄道は廃線になったが街の駅としたい」とのコンセプトから、夕張の「り」駅(STATION)の「すた」(STA)を組み合わせて「りすた」としました。

拠点複合施設「りすた」は、上から見ると形が台形をしており、これは施設の裏側が北向きとなっているため、北に向かって形を絞ることで道路から施設を見たときに死角ができないようにしているのと、裏側にある山と一体感がでるようにこのような特徴的な形にしたものです。また、全面ガラス張りの開放的な作りで、正面に止まるバスの発着を確認することができます。天井はつくりず、かわりに道産木材の板を吊り下げ、角度によって木造の天井に見えるよう工夫し、落ち着いた空間になるように配慮しています。図書館や文化

発表ができる多目的ホール、高校生からの希望で音楽活動のできる防音の多目的室なども備えています。

現在、新型コロナウイルスの感染拡大により年間を通じて利用していただくことができませんが、財政破綻後に市民と協働して建てた初めての公共施設であり、地域再生の中心施設とし市民の皆さまに、より利用していただけるよう一緒に考えながら「笑顔とにぎわいがこだまする街」を目指していきたいと思っています。

いわきツーリズムの魅力発信

―企業版ふるさと納税を活用した認知度向上―



福島県いわき市観光交流室
観光事業課 主査

・皆川 祐真

事業はじまりのきっかけ

いわき市は、福島県東南端に位置し、雄大な太平洋に面し、一年を通じて温暖な気候に包まれた太陽と海の恵みあふれる、人も自然もあたたかい街です。

首都圏からは電車で約2時間、車なら常磐自動車道で約2時間半と宿泊旅行でも日帰り旅行でも楽しめるアクセスの良さがあり、豊かな自然と心躍るアクティビティ、歴史ある温泉に美味しいグルメ等、さまざまな魅力があります。

しかしながら、2011年3月の東日本大震災により、甚大な被害を受け、原子力災害の風評等の影響により、震災前の観光入込客数には至っておらず、観光地としての情報発信が喫緊の課題となっております。

このような中、観光地としての認知度を高めることを目的に、「いわきツーリズム魅力発信事業」として、いわき市の観光入込客数増加に向けた観

光プロモーションや市内を周遊するツアーを造成し、東日本旅客鉄道株式会社より、企業版ふるさと納税の寄付の申し出を受け、実施しました。

いわきの魅力発信！

いわきツーリズム魅力発信事業の具体的な取り組みとして、①観光プロモーション②モニターツアーおよび旅行商品の造成③アンケートの実施④二次交通対策（無料シャトルバス運行）―を実施しました。

まず、観光プロモーションとして、いわき市のおすすめスポットを雑誌へ掲載したり、インスタグラマーを活用した動画を制作し、SNSやYouTubeで配信を行ったりしました。

平成30年度からは、本市出身の女優武田玲奈さんを「いわきツーリズム推進特命課長」へ任命しました。武田玲奈さんを起用した、いわき市の魅力である「いわきFootball Club」をはじめとした「SPORTS」、観光農園にあるワンダーファーム



ワンダーファーム内のトマト収穫体験

ムやトマトランドをはじめとした「FOOD」、いわき湯本温泉郷をはじめとした「SPA」に着目した動画を制作し、トレイルチャンネル、ユーチューブ広告、秋葉原のものショップ、東京駅待合室デジタルサイネージ等で配信しました。武田玲奈さんを起用した動画を首都圏に様々な媒体で発信することは、非常に効果的であると感じました。

地域資源活用しモニターツアー

次に、いわき市の地域資源を活用したモニターツアーおよび旅行商品を造成し、参加してもらうとともに、旅行商品パンフレットで販売を行いま



シャトルバスの周遊ルートに含まれる四倉海水浴場

した。実績として、びゅう個人型商品「トマト収穫とハワイアンズを楽しむ旅」、フレテミナー体験学習団体型「スパリゾートハワイアンズと新鮮野菜の収穫体験」、びゅう団体型商品「温泉リゾート」といわきの復興の軌跡、大人の休日倶楽部団体型「紅葉に抱かれた国宝白水阿弥陀堂と案内人とめぐる近代産業遺産」等、合計504人が参加しました。

各モニタツアー参加者に対して、アンケートを実施し、「魚・野菜が美味しい、家族でまた来たい、地元の方の親切さや温かさを感じた、復興支援に協力したい、交通の便が良い」といった良



いわき湯本温泉郷

い感想がある一方、「ハワイアンズ以外知らない、とても良い地域だが宣伝が足りない」といった感想もあり、課題を知ることができました。参加者の生の声は、大変貴重であり、特に首都圏からの参加者の意見は、地元の生活者だけでは分からない、気づかない視点もあり、さまざまなヒントを得ることができたように思います。

最後に、いわき市は広域であるため、二次交通の確保が課題であることから、JR四ツ倉駅から四倉海水浴場、観光地であるいわき市海竜の里センター、いわき市アンモナイトセンター、ワンダーファーム等を周遊する無料シャトルバスを運行

しました。四倉海水浴場開設期間中の土日祝日に無料シャトルバスを運行し、平成29年度に236人、平成30年度に138人、平成31年度に170人利用しております。

◆◆◆ これからの観光施策に向けて

平成29年度から平成31年度の3年間、企業版ふるさと納税を活用した「いわきツーリズム魅力発信事業」を実施してきましたが、本市の観光プロモーションと旅行商品造成については、まだまだ発展途上であります。特に首都圏におけるブランド認知度がまだ低いため、一過性の情報発信ではなく、継続的な情報発信をするとともに、いわき市のセールスポイントを意識しターゲットを明確にした情報発信をすることが必要であると考えております。本事業を通して、いわき市のセールスポイントを改めて考えるきっかけにもなりまし、今後どのように観光施策を進めていくか、さまざまなヒントをつかんだように思います。

現在、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、観光誘客のあり方も問われており、これまでに経験したことのないような厳しい状況にあります。

いわき市では、コロナ禍における観光誘客に向けて、サイクルツーリズムの推進やワーケーションの推進等、積極的に取り組んでおります。

今後におきましても、観光に携わる者として、本事業で培ったものを忘れず、様々な関係団体等と連携を図り、今後の観光施策を展開していきたいと考えております。

地域と企業つなぐプラットフォーム — 企業版ふるさと納税の橋渡し役に —



株式会社企業版ふるさと納税
マッチングサポート部長

・利重 和彦

はじめに

株式会社企業版ふるさと納税マッチングサポートは、東武トップツアーズ株式会社と一般財団法人地域活性化センターが令和2年7月に設立した会社です。設立以来、多くの地方自治体が企業版ふるさと納税を活用できるようにするため、地域の魅力を企業に発信し、地方創生に取り組む自治体と、地域への貢献やパートナーシップの構築を検討している企業とを結びつけるプラットフォームの役割を担ってまいりました。

弊社は、できるだけ低い手数料でサービスを提供するとともに、この事業から得られた利益は他の公共的な事業に再投資することを通じて、自治体のさまざまな活動に貢献していくことを目指します。

会社設立から1年が経過しましたが、これまで多くの自治体に企業を紹介してきた経験から、いくつかの事例を通じて、制度活用の現状や寄付につながるケースの傾向などを紹介します。

どの自治体にもチャンス

最初に感じたのは、企業版ふるさと納税の制度内容のもとより、この制度の存在自体を知らない企業が多いという現状です。内閣府地方創生推進事務局が作成しているパンフレットを持って企業を訪問し、制度説明をおこなう日々が続きました。制度内容を理解した企業からは「企業にとって良い制度ですね」と言っていただけのもので、コロナウィルス感染症の影響により業績が好調でない企業も多く、業績が回復してから改めて検討するといった企業も少なくありませんでした。

そうした中、社会貢献や法人関係税控除を目的に、自治体への寄付を前向きに検討していただける企業と少しずつ出会えるようになってきました。企業から寄付先の自治体をピンポイントで指名してくるケースは思っていたほど多くなく、半分以上の企業は「どこかお薦めの寄付先があれば紹介してください」というお話でした。このこと

から、どの自治体にもプロジェクト内容次第で企業から寄付をいただけるチャンスが十分あると考えます。

昨年度の寄付事例を一つ紹介します。令和2年11月に鹿児島県に1500万円もの高額な寄付をしていただけという企業を紹介しました。鹿児島県を選んだのは、同県が創業の地や工場があるといった地縁ではなく、「当社の鹿児島県出身の社員がはじめに一生懸命働いてくれているから恩返しで」との理由でした。企業が寄付先の自治体を決める理由はさまざまです。

手を挙げた3団体すべてに寄付

令和3年2月、ある企業から、「当社はエネルギー関連の企業なので、エネルギー関連のプロジェクトで企業からの寄付を求めている自治体を紹介して下さい」というご相談を受けました。

早速、当社と紹介契約を締結している自治体すべてに連絡したところ、福島県南会津町、神奈川県逗子市、佐賀県佐賀市から、「エネルギー関連のプロジェクトで企業からの寄付を求めています」と手を挙げていただきました。

東日本大震災を経験した福島県南会津町は、「町として企業のアドバイスをいただきながらエネルギーの確保に取り組みたい」との想いがあり、この企業もこれを応援したいと応じていただき、選ばれました。

神奈川県逗子市は、「今回の寄付をぜひ受けた」という担当者の熱意が伝わってきたことに加え、企業側が市に対してプレゼンテーションを求



寄付企業との式典のよう（南会津町）



市長、市幹部と企業との対談会（逗子市）



関連施設の説明を受ける企業（佐賀市）

めた際、市長が前面に出てプロジェクトをPRしたトップセールスが功を奏しました。

佐賀県佐賀市は、提案したプロジェクトが今回の企業の興味をひきつける魅力的な内容で、現地施設を訪問・視察した企業の方々は大変感銘を受けていました。

結局、この企業は手を挙げた3団体すべてに100万円ずつ寄付を行うことを決定し、企業側が寄付先の自治体に足を運び、首長に寄付目録を贈呈し、首長から感謝状をいただくセレモニーを行いました。各団体の首長や幹部との意見交換会の席上では「今後も企業として応援していく」という意思表示を企業側からいただくなど、地域と企業のパートナーシップが構築されました。

選ばれるプロジェクトとは

弊社は、企業版ふるさと納税という制度をもっと世間に知らしめて、自治体への寄付を検討していただける企業を増やすことが必要と考えています。

これまでさまざまなマッチング成立を経験し、「企業から寄付を受けやすいプロジェクト内容」や、「こういう取り組みをしている自治体は企業から選ばれる確率が高い」という傾向も経験を重ねてわかってきました。例えば、プロジェクトの詳細を具体的に記載した独自のパンフレットを作成している自治体は、企業から寄付先として選ばれやすい傾向にあります。

弊社では企業に「お金を寄付するだけでなく、自治体へのアドバイスや、御社が持つ情報の提供でもぜひご協力ください。寄付先の自治体をいろいろな面で支援してあげて下さい」とお願いしています。それは自治体と企業の新たな連携がスタートし、地域の活性化につながることを望んでいるからです。

企業版ふるさと納税マッチングサポートは、「人が地域を創り、地域が人を育てる。地域の元気は日本の元気」を理念とし、これからも企業版ふるさと納税を通じての寄付を企業にお願いしてまいります。企業版ふるさと納税という制度は、「地域も企業も、関わるすべての人を幸せに」することができる制度です。

渋沢翁ゆかりの観光資源軸に展開 ―企業版ふるさと納税を活用したまちづくり―



埼玉県深谷市企画財政部企画課主事

● 川本 健太

観光資源の有効活用と 企業版ふるさと納税

企業版ふるさと納税制度は、地方自治体における地方創生の実現に向けた事業の推進にあたり、新たな自主財源確保の手法として、また、企業にとっては、税控除の優遇を受けながらCSRを果たすことができる制度として活用が進んでいます。深谷市には、文化的価値の高い歴史的建造物や先人ゆかりの品々が数多く残されています。中でも、郷土の偉人として顕彰を続けている渋沢栄一翁に関連するものが多く残されています。

しかしながら、栄一翁ゆかりの旧渋沢邸「中の家」^{なかの}は、施設全体の見学が出来ないなど、それらゆかりの建物の十分な活用が図られていません。

このような状況の中、深谷市では、令和元年度より、栄一翁が生涯の規範とした「論語と算盤」の精神を広め、その功績を広く知らしめるとともに、栄一翁ゆかりの施設を整備し、観光資源として活用することで、観光客の地域消費の拡大等を

促進し、観光振興及び地域の活性化に結びつけるため、企業版ふるさと納税制度を活用した「郷土の偉人渋沢栄一顕彰×継承プロジェクト」の取り組みを実施しました。

この取り組みを準備している中、栄一翁が肖像となる新一万円札の発行や栄一翁が主人公である大河ドラマ「青天を衝け」の放送が決定しました。現在、栄一翁への注目が飛躍的に高まっており、コロナ禍においても、栄一翁ゆかりの施設に数多くの観光客が訪れています。

アンドロイド活用講座も

本プロジェクトは、主に三つの事業で構成されています。

一つ目は、現在開館中である「渋沢栄一 青天を衝け 深谷大河ドラマ館」の企画・運営支援や栄一翁をテーマとした観光振興事業を展開しています。

二つ目は、栄一翁の生誕地に建つ旧渋沢邸「中

の家」の耐震改修工事を実施し、栄一翁が当時寝泊まりした上座敷等を新たに公開し、活用を図ります。

三つ目は、当時の栄一翁の風貌を忠実に再現した渋沢栄一アンドロイドを活用した講座や、栄一翁に関する企画展覧会を実施しています。

寄付にとどまらない関係を構築

企業版ふるさと納税の取り組みの検討にあたっては、左記の三つのポイントを重視しています。

- ・地域特有の魅力を生かすこと
- ・市民と行政、そして企業が同じ理念のもと、参画できること
- ・企業の興味・関心を引く取り組みであり、企業とのパートナーシップに繋がること

また、企業へのアプローチにあたっては、栄一翁と縁の深い企業を中心に、企画課と事業担当部局が連携して寄付の募集活動を行っています。さらに、募集活動を効果的に行うため、深谷市独自のPR用パンフレットを作成し、事業に関連する施設の資料や栄一翁がデザインされたクリアファイルに同封して送付する等、興味を持っていただくための工夫をしています。

こうした取り組みを実践し、令和元年度は、企業13社から5540万円、令和2年度は13社の企業から2190万円の寄付をいただきました。

また、栄一翁関係のイベントに寄付企業を招く等、寄付後も継続した企業との関係構築に努めて



渡沢栄一アンドロイド講義



自律走行型農業ロボット

います。

寄付企業の中には、栄一翁関連施設の清掃活動の実施や、新型コロナウイルス対策関連備品の提供等につながるケースもあり、寄付だけにとどまらない関係が構築されています。

こうした取り組みが評価され、令和2年度には、内閣府による第3回「地方創生応援税制（企業版ふるさと納税）に係る大臣表彰」を受賞しています。

◆◆◆ アグリテック集積都市の実現へ

令和2年度からは、栄一翁が残した「論語と算

盤」の考え方や「忠恕」の精神を地域の活性化に生かしながら、地方創生を実現するため、「深谷ねぎのまちから日本の農業を変える三つのプロジェクト」を実施しています。

「深谷ねぎのまちから日本の農業を変える三つのプロジェクト」は、栄一翁が持つ強い精神力やチャレンジスピリットを尊重し、市として新たな挑戦を行う取り組みであり、深谷市の強みである農業を核として、地域における農業課題の解決を目的とし、主に三つの事業で構成されるプロジェクトです。

一つ目は、先進的な農業技術や技術革新を得意

とする企業を誘致することにより、農業生産性の向上、農業者の働き方改革を目的とする「アグリテック集積都市 DEEP VALLEY」の実現を目指しています。農家とアグリテック企業とのマッチング、事業化を積極的に推進し、農業課題の解決に向けて取り組みを進めています。

二つ目は、深谷市の強みである野菜を観光資源として活用し、深谷市といえば「野菜を楽しめるまち」というイメージの確立に向けて取り組みを進めています。

三つ目は、地域通貨 *negi*（ネギー）を活用し、地域からのお金の漏れを防ぎ、地域内における経済循環を高め、地域経済の活性化を図っています。

現在、新型コロナウイルスが感染拡大し、経済状況が厳しい中、寄付を通じて社会貢献をしたいと申し出をしてくれる企業もあり、複数の企業から寄付をいただいています。

また、国においては、令和2年度から、企業版ふるさと納税制度の大幅な見直しにより、最大で寄付額の約9割が軽減されることとなりました。

国のこうした制度改正と歩調を合わせ、知恵を絞り、コロナ禍にひるむことなく、ピンチはチャンスと捉え、深谷の魅力ある取り組みを企業に向けてPRするとともに、寄付だけではない企業との長期的なパートナーシップの構築を目指していきます。

いつかは「ロケの聖地」を目指して ―市民と企業の協働による映画づくり―



千葉県茂原市企画財政部
企画政策課主幹（政策推進室長）

・渡部 智之

茂原市は、房総半島のほぼ中央、千葉県のマスコットキャラクター・チーバ君の脇の下あたりに位置し、温暖で四季折々の自然に恵まれたまちです。古くは商都として「六斎市」などで賑わい、豊富な天然ガスで煙の出ない工業都市として発展しました。また、茂原公園の桜まつりや茂原七夕まつりなど伝統ある行事が有名です。

現在、本市では映画やドラマのロケ地となることで地域の活性化を目指す「ロケツーリズム」を推進しています。この取り組みの一環として、茂原市を含むロケツーリズムに取り組み全国の4市町が連携した映画製作プロジェクトがスタートし、企業版ふるさと納税の活用を決めました。

◆◆◆ 企業を巻き込んだ映画づくり

茂原市では、2017年度に初めて「企業版ふるさと納税制度」を活用し「スポーツで茂原元氣プロジェクト」を実施しました。

この経験を活かし、今回の映画製作プロジェクト

トに「企業版ふるさと納税制度」を活用して、住民だけでなく企業を巻き込んだ取り組みができたかと考えました。思いついたら即行動をと、内閣府地方創生ウェブサイトへの事業内容の掲載、内閣府地方創生SDGs官民連携プラットフォーム主催のマッチング会に参加する等広くPRいたしました。さらに、過去に別事業で協賛を得た企業や市内に誘致した企業等に直接訪問し、協力をお願いしました。

各企業には、制度の趣旨と税の軽減効果等のメリットを説明することはもちろん、本市のこれまでのロケツーリズムの成果と、この事業に至った経緯、取り組み映画の内容、見込まれる成果等について丁寧に説明しました。その結果、四つの企業から想定額を超える2400万円の寄付をいただくことができました。

企業の皆様から、これまでの成果を高く評価していただくとともに、この映画づくり事業を含め、今後とも茂原市のロケツーリズムを応援していくとの言葉をいただき、胸が熱くなり、事業の成功

への決意を新たにいたしました。

◆◆◆ なぜ、ロケツーリズム?!

茂原市は、全国的に知名度が低く、年間を通して訪れてもらえる観光地ありません。そんな本市にとって、まちの活性化につながる、交流人口の増加と市民のシビックプライドの醸成は大きな課題でした。

そこで目をつけたのが、「ロケツーリズム」です。ロケツーリズムでは、映画やドラマを通して地域を知ってもらう機会を増やし、効果的な情報発信が可能になります。また、日常のなんでもない風景がロケ地となることで付加価値が生まれ、地域の魅力向上につながり、作品のファンによる聖地巡礼など、通年型の観光として経済の活性化につながると考えました。

◆◆◆ 受け入れ体制の充実と街の活気

2018年には「千葉もばらロケーションサービス」（以下「千葉もばらLS」）を設立し、商工会議所や観光協会、議会、警察、JR東日本など多くの団体を巻き込んだ組織として、ロケ誘致の情報共有やロケによる地元経済の活性化につながる活動をしています。さらに、民間有志組織「もばロケ☆ネギらい隊」を結成し、撮影の立会いや撮影隊への差し入れ、映画の企画展の開催など、行動力を武器に官民連携で取り組んでいます。

千葉もばらLSの設立以来、映像業界向け情報サイト（ロケなび!）等を通して発信し、映画や

ドラマを中心に100件以上の撮影を受け入れており、撮影による飲食や宿泊などの経済効果や撮影作品のテレビ放送による広告換算費は期待以上の数値となりました。市民からの反響も大きくなっており、「最近の茂原、ロケすこいね」「茂原が出ている映像を見るとうれしいよね」「知っている景色が出てきて、ストーリーに集中できなかったよ」という話も聞きました。こうした活動が、茂原愛の醸成につながっていることを感じ、作品づくりにもっと地域が踏み込める機会を探しながら、日々活動に取り組んでいます。

4市町連携した映画プロジェクト

そのチャンスがやってきました。ロケツーリズムを推進するにあたり、2018年から一般社団法人ロケツーリズム協議会に参加し、撮影の受け入れや権利処理について学んできました。その協議会で、地域と映画を作りたいという制作者との出会い、その考えに賛同した3市町（愛知県幸田町、長野県千曲市、長崎県島原市）との出会いにより、全国公開映画「今はちょっと、ついてないだけ」製作プロジェクトが決まりました。

この映画では、地域の特徴を活かしたロケ地探しやセットづくりから、宿泊や食事の協力、プロダクトプレイスメント（※）の交渉、地元での製作発表・試写会など、映画づくり全般に地域が参加します。また、市民が撮影現場を見学することや、メイキング映像を超えたドキュメンタリー映像も制作されます。映画を通じた地域の魅力づくりと情報発信を、製作発表前から映画公開後を通

じて取り組むことができる初めての体験です。市民が映画づくりを体感し、今後のロケツーリズムの推進に一役買うことを期待しています。これも企業版ふるさと納税制度の活用により、企業の皆様のお力添えをいただくことで可能になったと思うと制度の意義深さを感じました。

市民を巻き込んだ映画づくり

このプロジェクトでは、すでに市民を巻き込んだ企画を実施しています。ロケ地づくりとして、清掃から周辺の草刈りやペンキ塗り、床板の張替えや外壁づくりなど、多くの市民ボランティアが参加しました。さらに、ロケ地を飾る装飾品を募集し、実際の撮影小道具として使用することで、多くの方に映画製作に参加してもらいます。ご協力いただいた方には、希望により名前をエンドロールに掲載することで、作品の製作に関わった証として思い出に残すことができます。

あゆみを止めることなく

3市町と連携した映画製作プロジェクトを通じて、自治体や企業



監督らを招いた製作発表の様子



製作中の映画のロケ地で作業をする市民ボランティア

とのつながりが生まれました。ロケツーリズムは単独でやるものでなく、広域で連携して取り組むことも、様々な可能性が広がるため、有効な手段の1つであることは疑う余地ありません。この3年間で、市民にもこの取り組みが徐々に認知されており、地域のにぎわいにつながってきていると感じます。引き続き、積極的なロケ誘致を通じて「ロケの聖地」となるよう実績を積み重ね、行きたいまち、そしてその先にある住みたいまちとなるよう取り組んでいきます。

※プロダクトプレイスメントとは…広告手法の一つで映画等の劇中において、役者の小道具として、または背景として実在する企業名・商品名を表示させる手法のことを指す。

創業支援でにぎわいのあるまちづくり —企業版ふるさと納税活用 of 複合施設を拠点に—



石川県野々市市教育委員会
教育文化部生涯学習課 主査

・中谷 梨紗

オープン時は年50万人が来館

野々市市の中心部にある本町地区は、かつては旧北国街道の宿場町として栄え、その後も町役場が立地していたこともあり、市の中心的な地域として発展してきました。しかし、庁舎の移転や大型商業施設の撤退と郊外立地などにより新市街地の拡大が進み、かつての活力や賑わいが低下していました。

平成29年に、この本町地区を含む野々市中央地区において、新施設「学びの杜のいちカレード」がオープンしました。この施設は、図書館に、音楽スタジオやキッチンスタジオ、創作スタジオ、ギャラリーなど、多様な創造的活動に対応できる設備を備えた市民学習センターを併設し、市民が生き生きと多様な輝きを放つ学びの拠点として、PFIの手法により整備されたものです。

このカレードを拠点に、企業版ふるさと納税の寄付金を活用し、地域再生計画「賑わい創出によ

る創業マインドの育成計画」に取り組んでおり、オープン時には年間約50万人が訪れるなど、本町地区は徐々ににぎわいを取り戻しつつあります。

全庁挙げての依頼活動

寄付金募集にあたり、まず、全庁的に寄付依頼活動に取り組める態勢を整えるため、部課長会議等で、制度・事業の説明や、依頼先リストの各部・課への割り当てを行い、具体的な事務の進め方の説明会を開催しました。基本的に、管理職以上の職員が依頼活動や企業への訪問を行うこととし、依頼活動の強化期間を設けて取り組みました。

寄付の依頼先は、①市と取引のある企業②市内に事業所を持つ市外企業③市内に店舗がある全国規模の企業の本社④その他市内全体で情報収集し挙げた企業で、1年目（平成29年度）は約700件、2年目（平成30年度）にはさらに約800件を追加しました。各部署の職員が、割り振られたリストをもとに企業に電話で事業の説明をし、

資料を郵送するという方法で寄付の依頼を行いました。その他、経営者が多く集まる場での資料配布や、市長や職員が面談または企業を訪問して依頼を行うこともありました。依頼の際に特に力を入れたのは、カレードを「行政だけではなく、野々市市を応援してくれる多くの方々と協力して育てていく施設にしたい」という熱意を伝えることです。

企業の反応は、様々ですが、「カレードの建設に携わった記念に寄付をしたい」とのお申し出もありました。

これらの地道な依頼活動により、平成29年度は71件と、件数で全国最多の寄付をいただくことができました。その後も、平成30年度に71件、令和元年度に66件、企業版ふるさと納税の制度が延長された令和2年度は、これまでに取引のあった企業を中心に依頼を行い、コロナ禍による経済への打撃が心配される中にあっても37件の寄付をいただきました。

寄付をいただいた企業については、全庁で情報共有をする他に、カレード入口での寄付者銘板への企業名の掲示や、市ホームページでの紹介も行っており、このPR効果も寄付の決め手になっています。

若年層ターゲットに創業セミナー開催

寄付金を活用した事業として、市と市商工会、日本政策金融公庫及び地域の金融機関で構成される野々市市創業支援ネットワークやその他関係者の協力のもと、2つの事業を展開しています。



創業セミナー



ビジネス支援コーナー



児童図書コーナー

「創業塾」は、マーケティングの知識や、創業にかかる手続き、資金計画といった専門的な内容が学べる連続講座で、創業して間もない方や、市内での創業を予定している方が対象です。

「創業セミナー」は、女性や大学生をはじめとする若年層をターゲットとしており、自分らしい働き方の一つとして創業という選択肢を提案し、先輩创业者の体験談を聞くことで、将来の創業に向けた意識を高める講座です。

令和2年度はどちらもオンライン開催となりましたが、これまでにカレードを会場として開催したこともあります。

カレードでは、ビジネス支援コーナーを設け、様々な図書やパンフレット等を収集しており、創業を目指す方、会社を運営されている方々に活用いただいています。寄付金は、こうしたビジネス関連の資料をはじめ、未来の野々市の担い手育成につながる様々な図書等の収集にも活用しています。

◆◆◆ 次世代担う子どもたちに市の魅力を

地域再生計画では、賑わい創出という地域の課題に対し、創業支援事業を行うことで市外から人呼び込み、交流人口を拡大するとともに、市の

魅力アップを図り、移住・定住につなげる所までを目指します。そのためには、まず生活を支える仕事があること、そして、本市に生まれ育った子どもたちが進学や就職等で、一時、市を離れることがあっても、いつかまた暮らしたいと思えるような、魅力や温かみが大切であることから、地域コミュニティの醸成にも力を入れています。

カレードでは、市民のボランティアが子どもたちに絵本を読み聞かせる催しが行われ、子どもが読書に親しむきっかけとなっています。また、図書館としては珍しい「ボードゲーム体験会」を開催しており、こうした活動を通して、大人と子ども、

催しの主催者と参加者、子どもの保護者同士、さらにボランティアに取り組む仲間同士などさまざまな人たちの交流が生まれます。

カレードは、地域課題の解決のヒントが見つけられる豊富な図書を有し、人々のつながりを深め、次世代を担う子どもたちを育成する上で大きな役割を果たす施設です。今後も、このメリットを生かして取り組みを進め、本市の魅力を市内外に広くお伝えしていきたいと考えています。

コンビニ連携

ベビーステーションの普及

―地域社会が一体となって子育てをサポート―



富士宮市企画部企画戦略課
地域政策推進室 室長

・佐野 和也

NPPOとコラボし地域全体で支援

富士宮市の人口は平成22年にピークを迎えた後、減少し始め、人口減少に歯止めをかけるためにも、子育てのしやすい環境の整備が課題となっていました。

本事業は「NPPO法人母力向上委員会（以下「母力向上委員会」）との協働によるもので、妊娠出産子育てシェアサポート事業の実施や「ふじのみやベビーステーション（以下「ベビーステ」）の普及を通して、地域社会全体で子育て世代を応援するまちづくりを目指すものです。

具体的には、育児支援講座や子育て世代の居場所づくりを行うほか、粉ミルク用のお湯の提供や紙おむつの販売を行うコンビニ等の「ベビーステ」認定などを行っています。

認定店舗の従業員向けに子育て理解体験講習会

を開催し、子ども連れの方の気持ちに寄り添う接客をお願いしています。

こうした取り組みから、地域社会で子育てをするという意識を、地域社会全体に醸成し、子育てのしやすいまちづくりを目指します。

「ベビーステ」でお湯提供、おむつ販売

富士宮市内でよく見かける「ベビーステ」のステッカーやのぼり旗。これは、富士宮市を拠点に子育てママを支援する母力向上委員会と富士宮市が運営する富士宮市の独自の「子育て世代にやさしいまちづくり」の制度です。

富士宮市は、「ベビーステ」を、平成27年度から「まち・ひと・しごと創生総合戦略」に位置付け、行政とNPPOのコラボレーション事業として実施しています。

コンビニの協力は、市とコンビニ大手4社（セ

ブン・イレブン、ファミリーマート、ミニストップ、ローソン）の本部が協力協定を結ぶことで、本部から加盟店に協力要請をしてもらうなど、地域を包括した形で事業に参画してもらっています。

この事業のポイントは二つあります。

一つは、子育て中のお母さんたちの外出のサポートです。

お母さんたちが持ち歩く荷物の重さは約4キロもあるそうです。まちの中に数多くあるコンビニで、お湯の提供やおむつの販売をしたらえれば、荷物の重さを減らすことができます。

二つ目は、お母さん以外にも多くの人が利用するコンビニが、積極的に子育てをサポートしてくれることで、地域の人に社会全体で子育てを支援する機運が伝わり、子育てに優しい環境づくりに繋がるとい点があります。

コンビニが「ベビーステ」になるには、次の三つの条件が必要です。

- ①講習会の受講
- ②粉ミルク用のお湯の提供
- ③紙おむつの販売

講習会では、コンビニの店員の方に、重りの付いた妊婦ジャケットを着てもらったり、離乳食を試食してもらったり、赤ちゃんを実際に抱っこしてもらいなど、お母さんたちの気持ちに寄り添い、子育て支援を実践できるお店づくりをお願いしています。

「ベビーステ」は、令和3年6月時点で、市内のコンビニ60店舗中58店舗と、約97%が登録しています。

賛同企業がふるさと納税で支援

「ベビ＊ステ」事業推進の基盤とも言えるのが、毎月行われる定例会です。

母力向上委員会のメンバーと市の担当部署のほか、関係する部署の職員が、今後の事業展開について熱い意見を出し合っています。

そうした中、富士宮市内に工場があり、ママや赤ちゃんにも優しいノンカフェイン飲料などを手がけるアサヒ飲料株式会社から、「ベビ＊ステ」事業の趣旨に賛同を得、平成29年6月に「企業版ふるさと納税制度」による寄付をいただきました。大手企業からの理解と協力は、市と母力向上委員会双方にとって、とても大きな励みになりました。定例会でも、毎回、民間企業の目線から、良いアドバイスをもらっています。

アサヒ飲料株式会社からは、平成29年に続き、平成30年、令和元年、令和2年と、4年連続で寄付をいただいており、平成29年度からは連携事業

も実施しています。

ノンカフェイン茶に首掛けポップ

アサヒ飲料との連携事業はいくつかあります。が、「十六茶」の首掛けPOP（ペットボトルの首にかける販促用広告）は、まさに企業とお母さんの連携から生まれたものです。

「十六茶」がノンカフェインで、乳児用規格適用食品であることから、首掛けPOPで、母力応援プロジェクト事業とコラボしたものとなります。

その他にも、市内で開催される子育てイベントでは、来場者に企業版ふるさと納税制度による企業からの支援を紹介しながら、お母さんや子どもに優しく、地産地消でもあるアサヒ飲料の商品をPRしています。

さらに、市内量販店でのPRイベントの開催や、ラッピング自販機の設置、新商品の試飲、パッケージについての意見交換など、企業とお母さんが連携して、地域全体で子育てを応援する取り組み

を進めてくれています。

企業とともに地域をより良く

企業版ふるさと納税は、市にとっては、事業の財源確保という観点だけでなく、企業の皆さまとともに地域をより良くしていく、まさに地方創生の顔とも言える取り組みだと考えています。

本事業では、NPOと行政が企業と連携することで、子育て世代にやさしいまちづくりの推進に加え、企業が進めている取り組み（女性の活躍、子育て支援など）に合致した事業を提案し、企業イメージのアップにも繋がることをアピールできました。

事業実施による主な成果として次のものが挙げられます。

- 紙おむつの販売や、粉ミルク用のお湯提供を案内するコンビニが増加し、ママから「よかった」の声が続々
- コンビニと連携した子育ての外出支援事業が他自治体にも拡大
- アサヒ飲料の首掛けPOPとのコラボやNPO活動への寄付付きラッピング自販機を設置し、ベビーステーションをPR
- コンビニ商品に子育て目線のオリジナルPOPを設置し、新たな商品ニーズを発掘

富士宮市は、今後も、企業から寄付を募ることができる魅力的な事業を見出し、積極的な制度の活用に取り組んでいきます。



コンビニ店頭



粉ミルク用のお湯を使う母と子



十六茶の首掛けPOP

ポストコロナを見据えた観光振興 ―「人材派遣型」でプロの視点を導入―



岡山県真庭市蒜山振興局参事 ・ 西田 光宏

資源を活かした地域づくり

真庭市は岡山県の県北に位置し、2005年に9町村が合併して誕生した市です。その面積は東京23区の1・3倍の約828平方キロと、岡山県1位の広さを誇り、面積の約8割が山林という自然豊かな土地です。気候や風土、文化にいたるまで多様性に富み、多彩な地域資源を活かした広域行政を推進しています。

また、その豊富な森林資源を生かして木質バイオマスエネルギー利用の地域内循環システムを構築し、平成26年3月にバイオマス産業都市に認定されています。現在、「自然」「連携」「交流」「循環」「協働」の5つのキーワードを踏まえたプロジェクトを重点的に展開し、多様な産業の連携・推進により地域資源を生かした「回る経済」を確立するために事業を実施しています。

民間視点のプロが必要

「回る経済」というのは「地産地消」のように地域内の循環に限ったものではありません。市内の多様性のある地域資源を組み合わせることで新たな付加価値を生みだし、地域の価値そのものを向上させることで、市の地域資源を市外で生かす「地産都市消」を意味しています。取り組みを成功に導くためには、経営という概念の薄い我々公務員だけではなく、民間視点の経営のプロが必要だという判断にいたりました。そんなとき、解決のカギとなったのが「企業版ふるさと納税（人材派遣型）」でした。

企業版ふるさと納税の仕組みは、専門的知識・ノウハウを有する企業の人材を地方自治体に派遣することを通じて、地方創生の充実・強化を図るものです。派遣人材の人件費を派遣元企業からの寄付金で賄うことから、自治体は、専門的知識・ノウハウを有する人材を人件費を負担することなく

受け入れることができること、企業側は人材育成や企業イメージのアップ、人件費に充てた寄付額の9割が税の軽減措置を受けることが双方のメリットとして挙げられます。

幸い真庭市には県下有数の観光地である蒜山地域があり、そこで蒜山塩釜キャンピンググレイッジなどの事業を展開している両備ホールディングス株式会社に賛同がいただけ、後述の人事交流協定締結へ繋がり、事業がスタートしています。

活用検討に当たったポイント

制度活用にはいくつかの課題がありました。一つ目は企業から派遣される人材を地方公務員として任用しなければならないことです。公務員として任用するということは、給与を自治体が支払う必要があります。これは当たり前のようですが、地方公務員法第25条の規定にも定められているもので、条例事項となっています。当然に条例改正が必要であり、これは年4回しかない議会に議案を上程しなければいけないことを意味していました。上程のタイミングを逃すことや議会の理解が得られない場合は事業自体が行えなくなる可能性がありました。二つ目は派遣される人材の身分について検討を重ねた結果、勤務体制を考慮して非常勤職員が望ましいと判断しました。

パート会計年度任用職員が最適

まず任期付短時間勤務職員での検証を行いました

企業版ふるさと納税(人材派遣型)活用の経緯

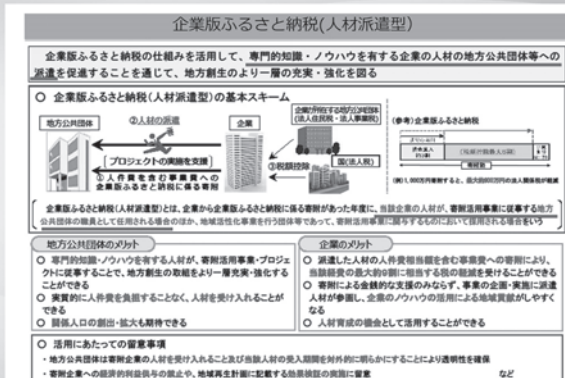


＜回る経済を実現するため、次のことを実現したい！＞

- 滞在型旅行商品の開発
- 販売ルート支援
- ポストコロナを見据えた観光事業者への誘客アドバイス
- 真庭市が掲げる観光地域づくりの推進業務

民間の持つノウハウや専門的知識が必要！

真庭市の制度活用の経緯



企業版ふるさと納税（人材派遣型）の概要

給与・手当、就業条件等について

「地域おこし企業人交流プログラム」との比較～真庭市の場合～

	企業版ふるさと納税(人材派遣型)	地域おこし企業人
任用根拠	地方公務員法第22条の2	企業との協定 民間企業との人事交流に関する規程
任用形態(身分)	パートタイム会計年度任用職員	行政実務研修員(企業からの研修生)
指揮命令系統	所屬長	協定により所屬課長
決裁権限	職責に応じた役割と決裁権限	意思決定や公権力の行使はできない
給与・手当	市が条例に基づき支給	企業が支給
営利企業等の従事制限	地方公務員法第38条により適用除外 身分を企業に保有したまま業務	地方公務員法の適用除外
勤務時間・休憩・休日	条例によるパートタイム勤務	協定によるフルタイム勤務
就業条件	市の条例、規則等	協定により市の条例等に従う
年次有給休暇・休職	市の条例、規則等	企業の規程
社会保険料・災害補償	市が負担	企業が負担
定期健康診断	市が負担	企業が負担
退職給与	企業の基準による。増加分は企業負担	企業の基準による
分限・懲戒	市の条例、規則等	企業の規程

地域おこし企業人材プログラムとの比較

真庭市では、これからの企業版ふるさと納税などの人事交流を活用し、「GREENable HIRUZEN」のような取り組みをゲートウェイとした真庭の魅力向上及び地域価値の向上に取り組んでいきます。そして、最近の旅行者のニーズの多様化に合わせた観光地域づくりを総合的に推進することで、市を訪れる旅行者が安心して快適に、移動・滞在・観光することができるよう先進的な取り組みを実施していきます。

たが、給与面の均衡が図れず断念しました。そもそも、企業から派遣される人材に対して最も注意したのが、自治体に任用されたことによって給与や手当面での不利益を生じさせてはならないという点です。この点で失敗してしまつと次に繋がりません。そこで弁護士や医師などの職種が設定されているパートタイム会計年度任用職員が適当だと判断しました。そのうえ、企業と自治体間の勤務時間や休暇の設定で最も効率的に運用できる可能性があったのがパートタイム会計年度任用職員でした。そこで派遣人材をこの職で採用するに決定したのです。これによって、勤務時間を年間ベースで計算し、最適化することや休憩時間の調整をすることができ、派遣職員の不利益の解消に繋げることができました。三つ目は、企業にあって自治体で対応不可能な企業年金などの制度について

ての取扱いでしたが、これはパートタイム会計年度任用職員であることによって対応ができました。同職員は地方公務員法第38条の規定により、企業に籍を置いたまま任用することができ、企業の基準による制度の調整が可能となったためです。このように企業の人材を公務員として任用することには多くの調整が必要となりましたが、この制度が真庭市が取り組む新たな事業の助けになっていることは間違いありません。参考として同時期に進めていたもう一つの人事交流制度である「地域おこし企業人」との比較をご覧いただければ、企業から派遣される職員を公務員として任用する場合と公務員として任用しない場合の差が明確に表れています。両備ホールディングス株式会社の取り組みや事

業方針が真庭市の取り組み「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりと合致し実現した人事交流でした。人事交流協定を締結した時期は新型コロナウイルス感染症が猛威を振るっていた時期でもあり、誰も行ったことがないような、ポストコロナを見据えた観光づくりが求められました。

隈研吾氏監修のCLTパビリオン

現在、民間のノウハウを取り入れた観光地域づくりの一環として、建築家の隈研吾氏が真庭市産CLT（直行集成材）を使って設計監修したCLTパビリオンを東京の晴海から真庭市の蒜山高原に移転し、「誰もがサステナブルを体感できる場」「地域ブランディング発信・回る経済の発信の場」として「GREENable HIRUZEN」の本格始動を目指しています。

子ども食堂で居場所づくり

―立ち上げや運営への補助金に活用―



高知県子ども・福祉政策部
子ども・子育て支援課 主幹

・ 苅谷 文子

「高知版ネウボラ」を推進

高知県では、全国より15年先行して平成2年から人口が自然減の状態に陥り、高齢化が全国より10年先行して進行するなど、全国に先駆けて人口減少・高齢化社会に突入しています。こうした人口減に歯止めをかけるため、第2期高知県まち・ひと・しごと創生総合戦略において、「結婚」「妊娠・出産」「子育て」の希望をかなえる、女性の活躍の場を拡大する」を基本目標の一つに掲げ、妊娠期から子育て期まで切れ目なく、総合的な支援を行う「高知版ネウボラ」（ネウボラはフィンランド語で「アドバイスの場」の意）の取り組みを推進しています。その一環として、地域子育て支援センターや放課後児童クラブ、子ども食堂といった地域の子育て支援サービスの充実を図っています。

子ども食堂に統一的な定義はありませんが、本県では、子ども食堂は食事の提供を通じて、「子

どもや保護者の新たな居場所」となるとともに、「保護者の孤立感や負担感を軽減する場」、高齢者も含むさまざまな地域の方々が集まることによって「地域で子どもたちを見守る場」としての機能が期待される取り組みであると考えています。

1回100人利用の子ども食堂も

子ども食堂は、主に地域のボランティアの方々が「子どもの孤食を防ぎたい」「子どもや保護者の居場所を作りたい」「子どもたちに栄養のある温かい食事をとってほしい」といった思いで運営されており、地域の公民館や高齢者福祉施設、民家等で開催しています。開催頻度は月1回から週1回までさまざまであり、1回あたりの参加者が10人程度の小規模のところから、100人以上のところもあります。

平成28年4月時点では県内に3カ所だけでしたが、令和3年5月末時点では11市9町に81カ所設置され、活動が広がってきました。

子どもの居場所づくり推進事業

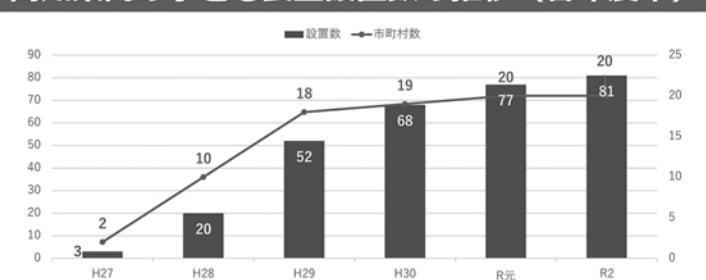
本県では、「子どもの居場所づくり推進事業」として、子どもの居場所づくり推進コーディネーター2名を（社福）高知県社会福祉協議会に設置し、子ども食堂の立ち上げから運営にいたるまで伴走型の支援を行っています。また、衛生管理や定期開催といった一定の要件を満たした子ども食堂を「高知家子ども食堂」として県に登録していただき、登録した子ども食堂の開催情報を県のホームページで公開したり、企業等からの食材支援情報を提供したりしています。

子ども食堂の運営団体は、ほとんどがボランティアからなる任意団体であり、営利を目的とした活動ではないことから、運営資金を寄付金や参加費だけで賄うことが難しい状況です。そのため、県では登録子ども食堂を対象とした「子ども食堂支援事業費補助金」（以下、補助金）を設け、子ども食堂を開設するために必要な備品の購入費や改修費のほか、運営費、衛生管理費、子育て支援講座や学習支援に必要な費用等を定額で補助しています。さらに、令和2年度からは新型コロナウイルス感染症対策経費を追加し、消毒剤やマスク、パーティーションなどの購入費を補助しています。

子ども食堂に113件の補助金を交付

本県では、地方創生の取り組みを官民が連携して進めること、また、高知県を応援する企業を増やしていくことを目的として企業版ふるさと納税

高知県内の子ども食堂設置数の推移（各年度末）



	H27	H28	H29	H30	R1	R2
市町村数	2	10	18	19	20	20
設置数 (うち定期開催)	3 (2)	20 (13)	52 (34)	68 (51)	77 (60)	81 (64)

高知県子ども食堂支援事業費補助金

補助先：高知家子ども食堂登録制度登録済み団体

補助内容：⑦開設経費（備品購入、改修費等）
 ⑧運営経費（食材費、スタッフ謝金等）
 ⑨子育て支援、学習支援等の経費（謝金等）
 ⑩衛生管理に要する経費（食中毒に備えた保険や腸内細菌検査に要する費用等）
 ⑪備品購入費
 ※上記に加えて、感染症対策費をメニューに追加

補助金の活用実績

H29～R2累計 113件 補助額 14,287,000円

高知県子ども食堂支援基金

「子ども食堂」の取り組みを継続的に支援していくため、趣旨に賛同いただける皆様からのご寄附と県費を財源として、「高知県子ども食堂支援基金」を設置しています。

いただいだご寄附は、基金に積み立て、補助金の財源等として活用

基金設立後の寄附

H29～R2累計 212件 21,191,885円

子ども食堂の取り組みが広がるにつれて、青果市場や農家等からの食材提供や、地元の高校生ボランティアなど、子ども食堂への支援の輪が広がってきました。今後とも、子どもや保護者が、身近な子育て支援の場や子どもの居場所として子ども食堂を利用できるよう、引き続き支援に取り組んでいきます。

の寄付を募っています。子どもの居場所づくり推進事業にも、企業から「高知県に貢献したい」「子ども食堂を応援したい」という意向で寄付をいただいております。寄付額は平成29年度50万円、平成30年度50万円、令和元年度350万円、令和2年度410万円、合計860万円となりました。寄付は、主に補助金の財源として活用させていただき、平成29年度から令和2年度までに累計113件の補助金を交付しました。

なお、これとは別に子ども食堂の取り組みを支援するための共助の仕組みとして「子ども食堂支援基金」を設立しており、趣旨に賛同いただける個人・企業の寄付を募り、企業版ふるさと納税と

併せて補助金の財源として活用しています。

コロナ禍への対応にも支援

令和2年2月以降、新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、多くの子ども食堂が活動休止を余儀なくされました。活動再開においても、会場が借りられない、スタッフが集まりにくいといった悩みを抱えています。一方で、地域の子ども達が開心を待ちにしている様子を見て、コロナ禍でも子ども食堂が居場所として必要とされていることを実感し、お弁当形式で活動を再開した食堂もありました。

コロナ禍では、バイキング形式での食事提供や

向かい合っの食事など、以前のような形式は難しい状況ですが、先ほど申し上げたお弁当形式に変更したり、パーティーションを設置し、座席を離すなど、感染症対策を行いながら活動しています。県では、こうした新しい生活様式に沿った活動を継続できるよう、支援を行っています。

地域の支援機関との連携を構築

また、参加者の中に専門的な支援が必要な方がいる場合に、適切な支援機関につなげられるよう、日頃から地域の支援機関とのつながりを構築する必要があります。そのため、市町村ごとにスクールソーシャルワーカーや市町村児童福祉担当課、社会福祉協議会等の支援機関

新たな視点と

新たな手法で選ばれるまちへ

—企業版ふるさと納税で「官民協働」のまちづくり—



福岡県豊前市総合政策課

● 郡司掛 ひろみ

◆◆◆
豊前市の現状

豊前市は福岡県東南に位置し、県内の市では最も人口が少ない田舎町です。海から山まで豊かな自然、農林水産物など様々な地域資源に恵まれています。少子高齢化による社会保障経費の増加、税収の伸び悩みなどにより、財政構造の弾力性を示す経常収支比率は99・2%（令和元年度）と苦しい財政運営を余儀なくされています。その結果、基礎自治体としての地方行政サービスの維持に主眼を置かざるを得ないのが現状です。一方で、ICTやSDGsなどの先進分野や、住民ニーズの多様化に対応し変革が必要な分野など、新たな取り組みも求められています。

◆◆◆
企業版ふるさと納税と
地方創生推進交付金

このような状況にある当市は、ふるさと納税を柱とする自主財源の確保に力を入れています。個人版は平成20年度から受け入れを開始していましたが、企業版は、他の自治体に比べ決して早いスタートではなく、令和2年度に寄付の受け入れ環境が整い、4企業2200万円の寄付を受領しました。令和2年12月には「未来をめざす豊前市応援基金」を創設し、複数年計画事業に対し、会計年度や寄付事業など企業側の意向を踏まえ柔軟な受け入れが可能となりました。

企業版ふるさと納税と同時に大きな要素となるのが地方創生推進交付金です。まち・ひと・しごと総合戦略に基づき認定される本交付金対象事業に合わせ、企業版ふるさと納税を併用すると、市負担が少なく新たなまちづくりに挑戦できるからです。そこで、当市では、本交付金事業を基本に、企業版ふるさと納税のご案内をしています。

ここで、企業版ふるさと納税対象事業の変遷に

ついて紹介します。令和元年度に地方創生推進交付金事業として認定を受けた「豊前ジビエ販売促進計画」「負」を『富』の連鎖に！」と「外国人生活基盤支援事業」の2事業を開始し、令和2年度から当該事業を対象に企業版ふるさと納税の併用が可能となりました。さらに令和2年に、「豊前市まち・ひと・しごと創生推進計画」という大括り版地域再生計画の認定を受け、幅広く寄付の受け入れ環境が整い、その後、令和3年3月に地方創生推進交付金との併用事業として「ひとりひとりが主役の豊前市『ハレノヒ』実現プロジェクト」が認定されました。このうち、寄付をいただいている事業は次の通りです。

◆◆◆
有害鳥獣をジビエとして特産品化

○豊前ジビエ販売促進計画

「負」を「富」の連鎖に！

当市がはじめて企業版ふるさと納税をいただいた事業であり、令和2年度は200万円の寄付をいただきました。農作物を荒らし年間1200万円の農作物被害をもたらすシカとイノシシは、有害鳥獣として捕獲され、その多くは自家消費もしくはは廃棄処理となっていました。有害鳥獣の駆除という「負」のイメージが、獣肉処理加工施設を設け、捕獲されたシカやイノシシを適切に処理する仕組みを確立することで、高価な食材「ジビエ」として付加価値のある特産品として個人版ふるさと納税返礼品にも採用されるなど、「富」の地域資源へ生まれ変わっています。一方で、供給数の確保、猟師の高齢化や後継者不足など新たな課題



特産品のジビエソーセージ



「ハレノヒ」実現プロジェクトの犬ヶ岳セラピーウォーク

も出てきました。令和3年度以降も、これら課題と向き合いながら、豊前市の将来を担う子どもたちが学校給食でジビエを味わう機会を作る、市内外を問わず飲食店への販売促進を行うなど、普及を進め「富」の連鎖を目指します。

「活躍人口」が過ぐる居場所に

〇ひとりひとりが主役の豊前市

「ハレノヒ」実現プロジェクト

当市がこれから優先的に企業版ふるさと納税の寄付獲得を目指している事業です。令和3年3月に地方創生推進交付金「生涯活躍のまち」分野と併用事業として認可を受け、本格稼働するプロジェクトです。本事業は、年代や性別、市内外で区

別せず、幅広く豊前市に少しでも関わりを持つすべての人を「活躍人口」とし、それぞれが、自分の居場所や活躍できる場や時間である「ハレノヒ」を「豊前市」で過ぐることをコンセプトとしています。新型コロナウイルス感染症により新たな働き方・価値観ができ、都市部から田舎へ人の流れが生まれています。この機会を逃さず、「駅から始める賑わいづくり事業」「自然環境整備事業」「生涯を通じた教育に関する事業」「地域団体・ボランティアに関する事業」などを「活躍人口」の皆様とともに実施していくことで、当市に眠る地域資源の磨き上げを行い、多様な「人」にとって魅力あるまちづくりを仕掛けるものです。令和2年度中にいただいた2企業（2000万円）が希望する事業についても、令和3年3月認定をもって

本プロジェクトへ集約しているため、一部を基金へ積み立て、令和3年度にも活用を予定しています。

寄付をいただく企業の想いを大切に

どのようなまちにしたいか話し合い、まちづくり・仕組みづくりにおいてもひとりひとりが主役となり協働していくこと。この新たな挑戦は、まち・ひと・しごと総合戦略に関する課題へ幅広くアプローチするものです。だからこそ、当市において、企業版ふるさと納税は、「官民協働」のまちづくりの起爆剤です。

令和2年中は、トップセールスや当市にご縁のある企業から声かけをいただき寄付につながりました。また、関係各所の皆様のお力添えにより、当社が市外に所在する市内工場などに対しご紹介の機会をいただき、企業同士のつながりで当市の事業を直接ご紹介いただくなど、獲得に向け新たな取り組みも進んでいます。さらに、先に述べたプロジェクトの「活躍人口」の皆様にも、その原資として企業版ふるさと納税獲得が必要なることを理解していただき、共に提案する仲間となることで、より広範囲に、より多角的に新たな企業への提案ができるものと考えております。

目指すべきは「官民協働」のまちづくりです。だからこそ、「活躍人口」の皆様と、その原資の獲得段階から手を携えて進んでいく。寄付をいただく企業の想いを大切に、新たな視点と新たな手法で、「人」とともに「人」から選ばれる魅力あるまちづくりを目指し挑戦してまいります。

社会課題へのアプローチで

地域課題に挑む

―青少年等自立支援就業チャレンジ事業―



杵築市企画財政課主査

・平山 善規

環境や経済、人権など様々な社会課題がある一方で、過疎・農山村地域では少子高齢化・人口減少とともに、担い手不足や耕作放棄地拡大といった問題に悩んでいます。

杵築市では、児童養護施設の入所者等、社会的養護や、ひきこもりなどの状態にある青少年を対象として、市内の農業者の元で、複数回・複数年度にわたる本格的な農業体験、就農インターンシップを行い、対象者の自立支援と本市農業の担い手・後継者の育成に取り組んでいます。

孤立しやすい若者を支援

大分県内では、親からの虐待や生活困窮等の理由で、9か所の児童養護施設で300人を超える子どもたちが生活しています。児童福祉法上の規定で、原則として18歳となる年度末で退所、約75%が就職しますが、そのうち3人に1人が1年以

内で離職している現状がありました。一般高校卒業生よりも高い水準です。

身寄りがなく、保証人がいないため、アパートを借りられず、就職先は住宅や寮が用意されている職場に限られることになり、彼らが本来希望していた職種とミスマッチがあることが一因とされています。そのため、転職を繰り返したり、生活困窮に陥ったりと、一般生徒と比較して、最初の「つまずき」が、その後の自立や再チャレンジを非常に難しくします。法律上の養護を受けていた施設入所時代と異なり、相談先や頼る相手がいないと、社会的孤立や貧困に陥りやすいのです。そうした青少年の自立支援や、退所後のアフターケアに取り組む団体「NPO法人おおいの子ども支援ネット」から、平成28年、本州市長へ相談が寄せられました。

地方創生への展開・農福連携

同時期、地方創生の柱として、本市は「第一次産業を基調とした人口確保と産業振興」を掲げていました。離農、耕作放棄地の増加、農業者の高齢化と後継者不存在は、多くの自治体に共通する課題だと思っています。

彼らが、農業に興味を持ったとしたら？ 世話好きな田舎の高齢農業者が、彼らのアフターケアにつながるのか？ 「社会的な課題・需要」と「杵築市の課題・資源」のマッチングを目指す事業が構想されました。

本市への就農・移住を目指す事業でも、毎年明確なアウトカム指標を立てづらいこと、初めての試みで、事業手法や取り組み内容は柔軟に対応する必要があったことから、計画性・実現性を求められる「推進交付金」の活用はハードルが高いと判断しました。

また、本市に児童養護施設はなく、対象は市外在住の子どもたち、相談を寄せたNPO法人も市外にあります。市単独予算だけでは、事業の継続性や優先順位に対する疑問の声も予想されました。そこで着目したのが「企業版ふるさと納税」です。市長自ら、本市進出企業やゆかりのある企業等を訪問するトップセールス型で、表のとおり賛同をいただいています。

「必要とされる」ことでやりがい

初年度は、施設園芸や畜産など市内3つの農業



最初は施設職員も付き添って体験（いちご）



慣れてくると各自で作業を行う（育苗作業）

表 事業費と寄付額の推移

年度	対象事業費 (千円)	寄付額 (千円)	寄付企業数 (社)
平成 28	1,401	1,400	2
平成 29	4,494	3,000	3
平成 30	4,073	4,000	4
令和元	4,080	2,000	2
令和2	3,070	3,070	4
合計	17,118	13,470	5企業・延べ15件

今後は、農業以外にもさまざまな職種へ体験の場を広げ、担い手の確保と、地域全体が多様性を受容する雰囲気づくりにつなげたい考えです。「誰ひとり取り残さない」SDGsの理念実現に、地方から取り組んでいきます。

事業者の協力を得て、児童養護施設に入所する男女28名の中高生が2泊3日のプログラムに参加しました。職業として農業を捉えてもらうため、現在でも対象は中学生以上としています。夏休みの暑い時期、文字通り汗水を垂らしての重労働体験となり、最初からこれでは嫌がられるかと思いきや、子どもたちと施設職員双方から、早々に次年度継続・多頻度化の期待が寄せられました。営業・接客業などと異なり、農作業に黙々と取り組む時間が多く、大人たちとのコミュニケーションに苦手意識のある子どもたちにとって、適度な距離感を保ちながら、徐々に慣れていける環境です。また、高齢農業者が自分の孫ほどの子どもたちとの作業を楽しみに感じてくれ、自然と褒めたり、頼りにしたりします。そのことが、子ども

たちのやりがい・達成感につながり、「施設内での生活とは違い、自主的・意欲的に取り組む姿が見られた」と施設職員の方から報告がありました。

「頼りにされる。存在を認めてくれる。自分を必要としてくれる」私たち社会人の誰もが願う、普遍的な価値観に改めて気づかされました。

◆ ◆ ◆
ダイバーシティへの挑戦

本事業は、自作農を目指すのではなく、農業法人等事業所での雇用を目標にしたプログラムです。当初、「体験・インターンシップへの協力はできても、雇用できる規模でない」という課題がありました。現在では、協力農業者が14に増え、

雇用可能な規模の大きい農業法人も参画しています。毎年、20～30名程度の参加があり、繰り返し体験に来る子どもも多くいます。農業科目のある高校や農業大学校への進学者も現れ、令和2年度末で、農業法人への就職（就農）者は4名となっています。

児童養護の制度改革に伴い、近年の社会的養護が「施設」から「里親」にシフトし、施設側には、発達障害などがある子どもたちへのケアの充実が求められています。また、NPO法人側から、不登校やひきこもりの状態にある青少年に対しても、本事業スキームによって、状況改善や自立支援につながる可能性があると提案があり、対象者に加えています。こうした個性のある人の自立には、受け入れる企業・職場の理解や、ジョブコーチ等の伴走型支援、継続的な関わりが必要となってきました。

日置市の認知度を高めるために ―「戦国島津ゆかりの地」の挑戦―



鹿児島県日置市 商工観光課係長 ・ 高山 建吾

日置市の現状

鹿児島県の西側に位置する日置市。東に県都・鹿児島市と隣接し、西に日本三大砂丘である吹上浜を有するなど、自然と調和した住みやすい町です。交通のアクセスも良く、ベッドタウンとしての利便性も高い場所です。

平成17年に4町が合併して誕生した日置市ですが、合併時には約5万3千人近くあった人口も年々減り続け、現在では約4万7千人と、全国の場合に漏れることなく人口減少が進んでいます。また、平成25年には市内の大手企業が撤退するなど、雇用・税収の面でも大きな打撃を受けていました。

第1弾「コウノトリ便」始動

そのような状況下です。市として新たな事業を立ち上げるには財政的に大きな壁がありました。そこで目を付けたのが、内閣府が平成28年に創設

した地方創生応援税制「企業版ふるさと納税」です。日置市では、地元で生まれた子どもたちを歓迎したいと、肌優しいオリーブ石けんや離乳食用の薩摩焼茶碗など、市の特産品を用いた品々でお祝いしています。この事業に対し、平成29年度には2つの企業から応援をいただき、さらに内容を充実させた「健やかにはぐくむひおきっ子支援事業」として「ひおきコウノトリ便」の配布が始まりました。この事業を皮切りに、企業版ふるさと納税を用いた日置市の取り組みが始まります。

これまで、日置市はさまざまなアプローチで対外的なPR活動を行ってきました。「自然が豊か」「利便性が高く住みやすい」。しかし、そのありふれたメッセージでは日置市を印象付けることはできず、また、旧4町それぞれの特性とバラつきもあり、市民にとってもどこかしっくりくることなく、これらは日置市を売り込む「キーワード」とはなり得ませんでした。なにか統一的なアプローチが求められたとき、日置市は重要な節目の年

企業版ふるさと納税 実績

年度	事業名	企業数	寄付額
平成29年度	健やかにはぐくむひおきっ子支援事業	2企業	10,100,000円
平成30年度	健やかにはぐくむひおきっ子支援事業	1企業	10,000,000円
	観光PR武将隊プロジェクト	1企業	4,249,000円
令和元年度	健やかにはぐくむひおきっ子支援事業	1企業	8,123,000円
	観光PR武将隊プロジェクト	2企業	22,782,000円
令和2年度	観光PR武将隊プロジェクト	3企業	7,500,000円
	オリーブ産業プロジェクト	1企業	2,500,000円
	マタニティボックス配布事業	4企業	1,400,000円

を迎えます。それが、「島津義弘公没後400年」です。

島津義弘とは、日置市民の誰もが知る戦国時代の代表的な武将の1人です。関ヶ原の合戦では西軍につき敗戦するも、徳川の陣の前を突っ切る「敵中突破」を敢行し東軍を震え上がらせた。その勇壮な姿は島津義弘公像として市の中心部に据えられ、日置市を象徴するモニュメントとなっています。また、薩摩まで帰るその苦難の道のを偲び始まったとされる「妙円寺詣り」は鹿児島三大行事の1つに数えられ、400年近く続く日置市の伝統行事として現在でも続いています。



甲冑の着付体験を楽しむ子どもたち



甲冑を着て 20 キロ以上の道のりを歩く妙円寺詣り

「強み」で日置市をデザインする

日置市の「強み」はまさにここにありました。明治維新の原動力ともなった島津の名は全国にも知られています。また、「鬼島津」とも称される島津勢の強さは、戦国ファンのなかでも知られる存在です。そしてその名は、旧 4 町をつなぐキートンにもなっているのです。島津義弘の生誕の地、島津義弘が発展させた薩摩焼の伝統など、戦国時代の島津に関する史跡・伝統工芸は市内全域に残っています。そこで私たちは島津義弘公没後 400 年となる令和元年、「戦国島津」をキーワードに日置市を売り出す事業、「日置市観光 PR 武将隊プロジェクト」をスタートさせました。

「○○と言えば△△だよ」とイメージできる場所が全国各地にあるかと思えます。簡単に言えば、このプロジェクトは「日置市と言えば戦国島津だよ」という認識を全国で持つてもらえるように、日置市を「戦国島津」でデザインするといふものです。まず、このプロジェクト発足を前に、企業版ふるさと納税を活用して甲冑を 50 領近く揃えました。そして、その発足と同時に、プロジェクトの広告塔となる「ひおき PR 武将隊」を結成しています。全国には観光客のおもてなしを行う武将隊が多くありますが、鹿児島では初。また、その目的は日置市の発信にあり、メンバーを市の職員で構成しているというところではあまり例がありません。

戦国島津を売り込む

「ひおき PR 武将隊」は甲冑に身を包んで、県内外のイベントに赴き日置市を PR します。また、甲冑の着付体験を行い、イベント来場者の興味を強く引くことに成功しました。

さらに、節目の年として、妙円寺詣りの記念事業となる「甦る戦国」というイベントを行いました。戦国時代の合戦をイメージしたアクティビティ「チャンバラ合戦」の実施や伝統の武者行列への一般参加などにより、これまでの格式の高かった

伝統行事を、「見る」妙円寺詣りから、「参加する」妙円寺詣りとして実施することで市内外の誘客を図り、また、戦国一色に染め上がった様子をメディアに取り上げていただくことで、日置市を「戦国島津ゆかりの地」として県内外に強く印象付けることができました。

コロナ禍にみまわれた令和 2 年度においては戦国島津体験館「よしとし軍議場」をオープン。甲冑の着付体験や写真撮影、グッズ販売などを行うこの施設は、日置市の観光拠点として、訪れた方に「戦国島津」を楽しんでいただいています。

また、このプロジェクトは観光施策だけにとどまりません。移住施策、スポーツ振興、健康増進事業といった、市のさまざまな施策とも連携し、まさに日置市を戦国島津でデザインするといったものになっています。

「戦国島津ゆかりの地」の挑戦

このように書き綴ってきたこのプロジェクトですが、私の前任者が日置市の PR の弱さに悩み、「これしかない」と苦心のうえにたどり着いた結論です。さらに、その財源として「企業版ふるさと納税」を活用し、企業から応援をいただくことで実現することができました。

「戦国島津ゆかりの地」として日置市をデザインし PR していくこのプロジェクトはまだ始まったばかりです。これから更なる発展を目指していきます。「日置市と言えば戦国島津」。全国の皆さんにそう認識していただけるよう、日置市の挑戦は続きます。

企業版ふるさと納税で
地域を元気に

税額控除割合など大幅改正

―制度のさらなる活用に向けて―



前内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局
内閣府地方創生推進事務局 参事官補佐

・ 永瀧 智大

はじめに

地方創生を政府の最重要政策課題の一つとして掲げ、平成26年末に取り組みを開始してから、6年以上が経過しました。この間、政府においては、人口減少に歯止めをかけるとともに、東京一極集中の是正を図るべく取り組みを進めてきたところです。

令和元年12月20日に閣議決定された第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」においては、地方創生の目指すべき将来について、『将来にわたって「活力ある地域社会」の実現』と、『東京圏への「一極集中」の是正』を共に目指すこととされ、東京一極集中の是正に向けては、地方への移住・定着の促進に加え、地方とのつながりを強化するため、「関係人口」の創出・拡大と「企業版ふるさと納税」の拡充により、地方移住の裾野を拡大することとされました。

これらは、令和2年12月21日に閣議決定された第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」(2

020改訂版)に引き継がれるとともに、令和3年6月18日に閣議決定された「まち・ひと・しごと創生基本方針2021」においても、企業版ふるさと納税のさらなる活用促進に向けた方向性が示されたところです。

本稿では、企業版ふるさと納税に係る令和2年度税制改正や令和2年10月に創設された企業版ふるさと納税(人材派遣型)の概要のほか、企業版ふるさと納税の活用促進に向けた取り組み、今後の展望などについて紹介します。

なお、文中意見にわたる部分は筆者の私見であり、内閣官房や内閣府の公式見解ではないことに予めご留意いただきたい。

企業版ふるさと納税に係る 令和2年度税制改正

企業版ふるさと納税は、地方版総合戦略に位置付けられた地方自治体が行う地方創生事業に対する企業の寄付について、法人事業税、法人住民税及び法人税の税額控除の優遇措置を講じ、こうし

た寄付を促進することにより自治体の地方創生の取り組みを支援するため、平成28年度税制改正において創設されました。

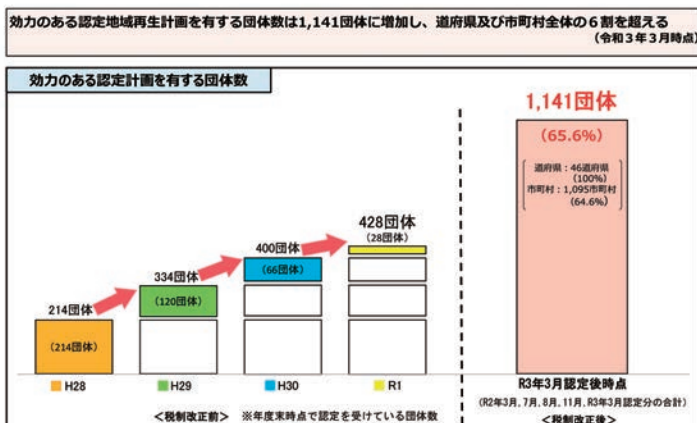
平成28年度の制度創設以来、活用実績が増えてはいたものの(寄付額…平成28年度7.5億円、平成29年度23.6億円、平成30年度34.8億円、令和元年度33.8億円)、本税制を活用している自治体は428団体(24.5%)にとどまるなど活用促進の余地が大きかったところです。

そこで、令和2年度税制改正においては、税額控除割合を従来の最大3割から最大6割に引き上げるとともに、あわせて地域再生計画の認定申請手続を抜本的に簡素化するなどの大幅な制度の拡充が行われました。

税額控除割合の拡大については、自治体が行う地方創生の取り組みに企業が寄付をすると、通常の寄付額全額が損金算入されることによる税の軽減効果(約3割)に加え、最大6割の税額控除を受けることができることとなり、あわせて最大約9割の法人関係税が軽減されることとなりました。

また、地域再生計画の認定手続の簡素化については、従来の個別事業ごとの認定から、地方版総合戦略を網羅する包括的な認定を可能とするともに、事業費等の記載を不要とすること、KPI(重要業績評価指標)等は地方版総合戦略の転記でよいこととするなど、抜本的な簡素化が図られました。これにより、新たな事業に寄付を充当しようとするたびに必要であった地域再生計画の認定が不要となり、大幅な事務の効率化が図られています。認定申請にあたっては、寄付を活用する事業の選定や寄付獲得の見込みなども不要となり、企

認定団体数の推移（令和2年度第4回認定後）



業からの寄付の受け皿としてあらかじめ地域再生計画の認定を受けることが可能となりました。

さらに、地方負担分に充当可能な国の補助金・交付金の範囲を拡大したことにより、寄付を充当可能な地方創生に資する事業が増加しました。地方創生関係交付金のほか、地方負担分に普通交付税措置のみの地方財政措置を講じられている補助金等については、従来から地方負担分に企業版ふるさと納税に係る寄付を充当可能でしたが、特別交付税措置等を講じている補助金等についても各省庁との調整を経て、90を超える補助金等の地方負担分への企業版ふるさと納税に係る寄付を充当可能となりました。併せて、企業版ふるさと納税

に係る寄付を一定以上活用することによる地方創生推進交付金の事業期間の延長に加え、社会資本整備総合交付金など複数の補助金等において、配分において配慮、優先採択等のインセンティブが付されるようになっていきます。

次に、寄付時期の制限の大幅な緩和についてです。従来、原則として事業費が確定するまで、自治体は企業からの寄付を受領できなかったため、企業によっては、寄付しようと思ってもその決算時期との関係から寄付を断念するケースもあったところでした。令和2年度税制改正において、確実に事業が実施されると見込まれる額として、予め寄付の金額の目安を定め、その範囲内であれば事業費確定前の寄付の受領が可能となりました。これにより、企業が寄付したいタイミングで寄付できることとなり、企業にとっても寄付しやすくなったところでした。この寄付の金額の目安とは、自治体が寄付を受け入れる見込みの額ではなく、最終的に見込まれる事業費のことであり、この目安の設定については、包括的な認定を受ける市町村であれば、各年度、標準財政規模の10%までの額を設定することが可能です。

なお、受領する寄付金を自治体の基金に積みことも可能です。事前に基金条例や後年度の事業の執行計画を提出いただき、確実に認定事業に活用することになっているかや、最終的には確実に使い切ることとなっているかを確認することにより、複数年度にわたって活用いただけます。

こうした改正を行ったうえで、第2期総合戦略の期間と同様5年間延長するとともに、その中途において効果検証を行うこととされました。通常、

法人税に係る税制優遇措置については、2年から3年程度であることを踏まえれば、大幅な延長措置がなされたと考えられます。

これらの見直しを行ったところ、多くの自治体において地域再生計画の認定が進み、有効な認定地域再生計画を有する団体数は、制度創設から4年後の令和元年度末時点で428団体であったのに対し、令和2年度改正から1年後の令和2年度末時点では1,141団体と、制度の対象となる団体の65%を超えており、今後さらに増加が見込まれています。また認定を受けられていない地方公共団体においては、まずは寄付の受け皿を整備し、企業との連携を進める第一歩として地域再生計画の認定を受けていただきたいと思います。企業版ふるさと納税を契機として官民連携が進み、企業のノウハウや人材を有効に活用することにより、地方創生に資する事業の質の向上が図られることが期待されることです。

「企業版ふるさと納税（人材派遣型）」の創設

さらに、令和2年10月13日には、「企業版ふるさと納税（人材派遣型）」として、企業版ふるさと納税を活用し、企業からの寄付とあわせて、企業の専門的な知見を有する人材を自治体等に派遣することを促進する仕組みを創設しました。

自治体にとっては、デジタル化の推進をはじめ地方公共団体において必要とされる企業のノウハウを持った人材を実質的な負担なく受け入れることができ、さらなる地方創生の推進が期待できます。また、企業にとっても、ノウハウを有する企

業の人材を最大約9割の税の軽減を受けながら地域で貢献させることができることとなり、企業の人材育成の機会としても注目を集めています。企業の人材にとっても、自治体等において地方創生プロジェクトを推進する経験が新たなキャリアパスとして評価されることによって、さらに活躍の幅が広がることが期待されています。

岡山県真庭市では、岡山市内の企業で観光分野の経験を積んでこられた人材を任期付職員として任用され、本年4月から2年間、観光振興の業務に従事されています。また、新潟県では、6月からICT人材を東京都の企業から特別職非常勤職員として任用され、ICTによる地域課題の解決に資する取り組みに従事されています。

このほかにも、7月から、大阪府貝塚市で活用が始まるとともに、複数の自治体と企業との間で協議が進められています。国としても本制度の活用が一層進むよう、企業とのマッチング機会を創出するためのイベントの開催などに取り組みとともに、さらなる周知を図っていくこととしており、企業版ふるさと納税とあわせて、積極的な活用が期待されます。

なお、地方に人材を派遣する制度については、様々な制度が充実してきており、それぞれの自治体や地域において必要とされる人材ニーズ、受入れの態様、支援措置等にに応じて、活用いただきたいと考えています。

活用促進に向けた取り組みと今後の展開

このような制度改正等とあわせて、さらなる制

度の活用促進に向け、自治体への制度や優良事例の周知、地域再生計画の認定申請や寄付獲得に向けた取り組み支援のほか、企業への周知、企業と地方公共団体のマッチング支援など、幅広く取り組みを進めています。

(1) 地方公共団体における取り組み

企業版ふるさと納税に係る取り組みは、各自治体において様々です。多くの企業から毎年度数億に上る寄付を受け入れている団体もあれば、制度拡充を契機として地域再生計画の認定をとったものの、寄付を受け入れた実績がない市町村も見られます。当然のことながら、地域再生計画の認定により企業版ふるさと納税に係る寄付を受領することは可能となるものの、認定をとったからといって企業が寄付してくれるものではありません。ここでは、各自治体における取り組みのポイントについてご紹介します。

各都道府県の担当課に管内の制度活用を促すために担っていたいただいている「企業版ふるさと納税推進リーダー」向けの研修会等においても、まずは市内の連携体制の構築をお願いしています。企業版ふるさと納税の担当部局が、幹部が集まる会議などを利用して各部局に制度を周知するとともに、横断的なプロジェクトチームを立ち上げていただくなど、寄付活用事業の企画・立案や寄付集めにおいて市内で連携していただくことは不可欠です。

その上で、実際にアプローチする企業のリストアップを行うに当たっては、産業振興の担当部局等が有する企業についての情報の共有なども有用

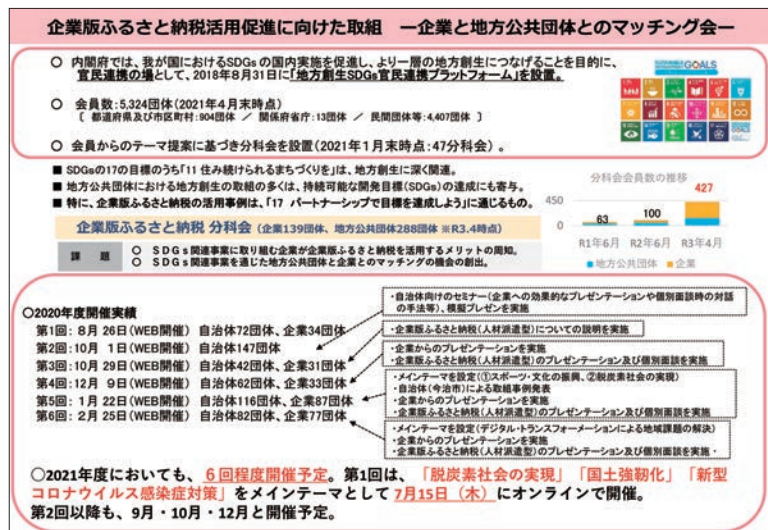
です。創業地の企業や、経営者が当該自治体出身者である企業、支店や工場が立地する企業のほか、包括連携協定を締結している企業など、これまでの地縁や人の縁からアプローチするケース。また、これまで縁のなかった企業であっても、寄付活用事業と関連の深い事業を行っている企業など、賛同を得られると思われる企業にアプローチされるケースもあります。必ずしもゆかりのある企業が多くない市町村もあることから、東京事務所や首都圏の企業等の情報を有する道府県においては、積極的に管内市町村への情報提供や、企業への県内市町村の寄付募集事業についての情報発信を行っていたいただきたいと思います。

企業へのアプローチ方法については、寄付活用事業をPRするチラシ等を作成し企業に送付される場合のほか、電話やメールで寄付活用事業の必要性や企業メリットを説明されるケースもあります。その際、企業の業績や決算時期を踏まえたアプローチなどを行っている自治体もあります。また、多くの自治体において、寄付を募集する事業をホームページやSNS等で情報発信するとともに、寄付受入れ後も、寄付企業についてホームページや広報誌などに掲載するほか、報道発表を行い感謝状贈呈式などを報道してもらうなどの取り組みが進められています。特に、寄付を活用した事業がどのように進捗したのか、その成果等について、寄付企業に報告され、次年度以降の継続的な寄付に結び付けられている自治体も見受けられます。企業にとつて、寄付がどのように使われ、どのような成果があったのかは、株主等への説明責任が求められるという意味でも必要な情報であるとして

もに、効果の高い事業であれば継続的な寄付を獲得することにもつながるものと考えられます。

国においても、これまでは認定を受けた地域再生計画をホームページに掲載してきましたが、令和3年1月からは、認定を受けているすべての自治体に対し、特に寄付を活用したい事業に係る資料の提出を依頼し、提出いただいた地方公共団体の事業を地域別、テーマ別に企業版ふるさと納税ポータルサイトに掲載しています。多くの企業からの問い合わせに対し、このホームページを紹介させていただいていますので、まだ、掲載されていない自治体におかれては是非ご活用ください。

このほか、企業に対するアプローチの参考とし



ていただくため、令和3年3月に作成した事例集には、企業の皆様の声を掲載しています。土地の縁や人の縁のみならず、企業のPRにもつながることや、SDGsやESGといった観点から寄付を決められたケース、企業の継続的發展に寄与するような取り組みに賛同して寄付したケースなど、様々なご意見を掲載していますので参考にさせていただければ幸いです。

(2) 企業に対する周知

令和2年度以降、企業等に対する周知については、これまで以上に一層取り組んでいます。経団連や経済同友会、日本商工会議所はもちろん、各業界ごとに組織されている団体の会合等においても積極的に制度や事例の周知などを進めています。制度改正とあわせてこうした取り組みを進めてきた結果、企業の方から自治体のこういう取り組みに寄付したいがどうすればいいかといった問い合わせなども増えてきています。

(3) 企業と地方自治体のマッチング支援

また、企業と自治体のマッチングを推進するため、地方創生SDGs官民連携プラットフォームに企業版ふるさと納税分科会を設け、マッチング会を開催してきました。令和2年度には前年度から回数を倍増し年に6回のマッチング会等を開催してきました。このマッチング会を契機として寄付に至った事例のほか、寄付に向けて継続的に協議を進めている事例も多く出てきています。

令和2年度後半からは、自治体のプレゼンに加え、寄付したい企業からのプレゼンを実施したり、

脱炭素やDXをメインテーマに設定したりするなど様々な試みを行いながら取り組みを進めてきました。令和3年度も継続的に行うとともに、静岡県などで開催された地域別マッチング会や民間の団体が主催するテーマ別マッチング会の開催支援などにも積極的に取り組んでいくこととしています。

加えて、企業や自治体からの様々な相談にきめ細かく対応するとともに、企業と自治体のマッチングを推進するため、企業版ふるさと納税推進アドバイザー(仮称)を創設することとしています。これらのほか、本制度の活用促進に向け、Q&Aの充実を図るなどの取り組みも併せて行うこととしています。

終わりに

令和2年度は、コロナ禍の影響により厳しい経済情勢にあったものの、税制改正を踏まえ、本制度は活発に活用され始めています。企業によっては数億におよぶ寄付をされているケースや多くの自治体に寄付されているケースも見られます。他方で、認定を受けたものの寄付に向けた取り組みが進んでいない自治体も少なくないところです。今後とも、さらなる活用促進に向けて、自治体や企業への周知のほか、寄付に結びつくための取り組みを進め、本制度により地方創生の取り組みが一層促進されることが期待されます。



企業版ふるさと納税
ポータルサイト



宝くじ桜



一輪車



ドリームジャンボ
絵本



宝くじは、



図書館や動物園、学校や公園の整備をはじめ、少子高齢化対策や災害に強い街づくりまで、さまざまなかたちでみなさまの豊かな暮らしに役立っています。



救急普及啓発
広報車



遊具



移動採血車



青色回転灯
パトロール車



下水道啓発
パンフレット



自然公園案内
映像展示設備



一般財団法人日本宝くじ協会は、宝くじに関する調査研究や公益法人等が行う社会に貢献する事業への助成を行っています。



一般財団法人

日本宝くじ協会

<https://jila-takarakuji.or.jp/>