

「ふるさと納税の体験型返礼品による地域の課題解決について」

所属 移住・交流推進課

氏名 池下 慎太郎

所属 地域創生・情報広報グループ

氏名 石倉 駿太郎

所属 総務課

氏名 相原 あふみ

目次

1. はじめに	1
(1) 調査の背景	1
(2) 調査の目的	1
(3) 調査地の選定	1
2. 事例調査	2
(1) 埼玉県横瀬町「狩猟体験」	2
① 町の概況	
② 取組に至った経緯	
③ 取組内容と効果・実績	
④ 課題と今後の展望	
(2) 長野県小川村「移住体験」	4
① 村の概況	
② 取組に至った経緯	
③ 取組内容と効果・実績	
④ 課題と今後の展望	
(3) 滋賀県守山市「もりやま琵琶湖パールの核入れ体験」	5
① 市の概況	
② 取組に至った経緯	
③ 取組内容と効果・実績	
④ 課題と今後の展望	
3. おわりに	8

1. はじめに

(1) 調査の背景

地方出身者は、生まれ育った地方公共団体から医療や教育等様々な住民サービスを受けてきたにもかかわらず、進学や就職を機に居住地を都会に移してしまうと、その地方公共団体のために納税するため、地方の税収が減るという悪循環が起こっている。

この問題を解決するため、居住地にかかわらず故郷や応援したい地方公共団体に寄付という形で貢献できる「ふるさと納税制度」が始まった。総務省が実施したふるさと納税に関する現況調査（令和4年度実施）によると、ふるさと納税の受入額及び受入件数（全国計）は年々増えており、令和3年度は約8,302億円（対前年度比:約1.2倍）、約4,447万件（対前年度比:約1.3倍）である。

最近では特産品、旅行券、宿泊券といった「モノ」による返礼品だけでなく、移住・農業体験、スポーツアクティビティ体験等、地域の魅力や資源に直接触れたり体験したりするといった「コト」を提供する体験型返礼品が登場した。体験型返礼品は提供する事業者、地域住民、参加者との関係構築による関係人口の獲得も期待できる。

(2) 調査の目的

地域の課題を逆手に取り、現地でしか味わえない体験という希少価値を返礼品に付与している地方公共団体の事例について、体験型返礼品を提供した経緯、取組の成果、課題やその解決策について調査する。

併せて、収益を得つつ地域の課題解決に取り組んでいる地方公共団体の共通点やポイントを考察する。

(3) 調査地の選定

今回の調査では、体験型返礼品を通して地域の課題解決に取り組んでいる事例に着目し、狩猟体験、移住体験、真珠の核入れ体験に取り組む地方公共団体を選定した。

狩猟体験・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	埼玉県横瀬町
移住体験・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	長野県小川村
真珠の核入れ体験・・・・・・・・・・・・・・・・	滋賀県守山市

2. 事例調査

(1) 埼玉県横瀬町「狩猟体験」

①町の概況

横瀬町は埼玉県の西部、秩父地方の南東部にあり、都心から 70 km圏内に位置している。人口は約 8,000 人、面積は 49.49 km²で、山地に囲まれた盆地のため四季を通じて穏やかな気候である。産業は農林業、特に果樹をメインとした観光農業が盛んで、季節ごとにいちごやぶどう等を栽培している。また県最大級の棚田「寺坂棚田」や 1 シーズンの来場者が 10 万人以上の「あしがくぼの氷柱」等の人気スポットがあり、都心に近い観光地としても知られている。

②取組に至った経緯

株式会社カリラボ（以下「カリラボ」という。）が活動する横瀬町は豊かな自然に恵まれ、農業が盛んな一方、鹿や猪による農作物の被害が深刻化していた。元々狩猟に対して興味があったカリラボ代表である吉田氏は、地域住民から鳥獣被害を受けているという声を聞き、鳥獣害対策だけでなく猟師の担い手不足、ジビエの活用といった課題の解決も含めた狩猟体験サービスを提供するカリラボを設立した。

この狩猟体験サービスが町の官民連携プラットフォーム事業「よこらぼ」へ採択されたことをきっかけに、町に訪れる人の増加及びジビエ普及に寄与すると判断され、返礼品として活用することになった。

③取組内容と効果・実績

提供している体験のひとつである日帰り狩猟体験では、狩猟についての座学、狩猟の見学、わなの組立て・設置、ジビエ肉の BBQ を体験できる。

狩猟の見学では、山に入り足跡やふんを観察して追跡したり、わなを設置したりする。実際に鹿や猪等に遭遇する機会は少ないが、参加者の多くは山奥の険しい獣道を歩いたことがなく、ハンター視点での案内が付加価値となり、楽しみながら狩猟の実地体験をしている。そして、狩猟体験後のジビエ肉の BBQ を通して命を頂く尊さや食品ロスについて学ぶ。

参加者の関心はレジャー、狩猟、ジビエ肉と様々だが、ジビエ肉に興味を持つ参加者が後日わなの設置体験に申込みこともあり、担い手不足が深刻な狩猟業界に少しでも興味を持ってもらえるよう努力することが重要だという。町の担当者も猟師の活動が宣伝されることで、担い手の増加の可能性を感じているという。

なお、新型コロナウイルス感染症の影響により、受け入れを中断していた時期が長くなってしまい、ふるさと納税による狩猟体験の令和2年度の申込数は2件のみで、以降は受

け入れを中断している。



(わなの設置体験)



(ジビエ肉の BBQ)

④課題と今後の展望

町の鳥獣害対策の課題は、対策を実行する担い手がないことだという。本来主体であるべき地方公共団体や、被害を受けた地域住民が鳥獣害対策に取り組む必要があるが、手が回らない。吉田氏は鳥獣害対策のポイントは柵のない畑が1つでもあると、その集落に害獣がやって来てしまう。また、柵を設置しても飛び越えることもあり、根本的な解決のためには地方公共団体、事業者、地域住民を含む集落全体が一体となって継続して取り組むことが大切だと考えている。

また、もう一つの課題として、現在は狩猟免許取得の人気の高く、埼玉県では申込数が定数を超えた場合は抽選となり、取得しづらい状況である。狩猟免許という資格制度で受験すらできないことが担い手不足の原因となっている。さらに、吉田氏が都内の猟友会に所属していた頃に、遠く離れた狩場に行く必要がありハードルが高いと感じていたため、狩猟したい人と狩猟できる場所のマッチングをしていきたいという。

今後の展望としては、狩猟体験から狩猟そのものに興味を持ってもらうことで担い手不足を解消し、鳥獣被害を受けている他地域にも狩猟を広げて地域全体で被害を減少させつつ、増加したジビエ肉を商品化し地域の名産品にするという循環モデルを展開していきたいと考えている。

また、体験終了後に参加者から「ジビエ肉を使って様々な料理を作りました」という報告があり、吉田氏はジビエ肉が豚肉や鶏肉と同様に食卓でより多く消費される可能性も高いと考えている。

現在カリラボでは捕獲した鳥獣の解体場を建設中であり、完成後は解体の見学や食育に焦点を当てた体験サービスの提供も可能になる。解体場で解体・加工されたジビエ肉をふるさと納税の返礼品として活用できれば、さらなる地域経済の好循環が生まれことが期待される。



(捕獲した鹿)



(解体の様子)

(2) 長野県小川村「移住体験」

①村の概況

小川村は長野市と白馬村のほぼ中間に位置し、面積の約 7 割が山林で、標高 500m から 1,000m に点在している集落に人口約 3000 人が居住している。北アルプスが一望できる山里風景と郷土食として全国的にも有名な「おやき」の食文化の価値が認められ、「日本で最も美しい村連合」へも加盟している。

②取組に至った経緯

村では、これまで円滑な定住のための一体的な支援体制がなく、村の暮らしを理解した上で移住する人は少なかった。短期的な体験施設がないため、中長期的に住宅を借りるか購入するかの二者択一の方法しかなく、移住生活に興味はあっても一歩踏み出せないという意見が多かったという。そこで、村は現地での暮らしを短期的に体験してもらうため、平成 29 年に移住体験宿泊施設を整備した。

令和 2 年から村はふるさと納税の返礼品としてこの施設を活用した移住体験を提供することとした。実際に村を訪れてもらい、移住後の生活を想像してもらうことや、宿泊施設に泊まる旅行では味わえない地域の人々との関わりを通して村のファンを増やすことが目的である。



(移住体験施設：外観)



(移住体験施設：中の様子)

③取組内容と効果・実績

返礼品としての体験内容は最大6泊7日まで利用可能で、調理器具や家具、家電は用意しており、簡単に村の暮らしを体験できる。令和3年度実績は14組31泊、延べ95人が利用し、中でも40代から50代の夫婦での利用が多かった。村での暮らしを通して、北アルプスの四季折々の景色や天体観測を楽しめるだけでなく、降雪の多さや交通手段の少なさ、買い物の不便さ等を実感できる。短期間の移住体験だが、村の良さも不便さも双方を体験したことで、定住に向け空き家バンク等での物件を探す人が増加したという。

利用者のアンケートでは、「薪ストーブや村の景色に満足した」という感想が多く、「将来的に移住したいと思う」という感想もあった。一方、不満点としては、「虫が気になる」「エアコンが欲しい」「もっと地域住民と関わりたい」といった感想があった。特に地域住民と関わりたいというニーズに対して、滞在中に村での伝統的な暮らしをどう体験してもらうか、地元住民や企業との関わりをどう持ってもらうかなどの移住体験のあり方を現在も検討している。

④課題と今後の展望

移住体験の課題は、定住でなく観光でもない短期間の移住体験をいかに地域の担い手となる関係人口につなげていくかという点であると考えている。現状は新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、地域住民とより深く関わることは難しい。一方で、生活様式・ワークスタイルの変更、テレワークの普及によって移住の課題であった「仕事」に対する不安は低下しつつある。そのため、住居や移住後の支援等、受入体制をより強化していきたいという。

今後の課題は、移住先に選んでもらうために環境や支援体制を強化することと、一度村に訪れてもらうための移住体験の返礼品をPRすることである。そこで、先輩移住者の生の声が聞けるような仕組みを作りたいという。移住者が起業した宿泊施設、レストラン、カフェ等のお店が増加している状況を活用し、地域住民や観光客のためだけでなく移住希望者のためのお店マップの作成を計画中である。

移住体験を通じて地域と参加者が継続的な関係を構築するためには、移住体験を起点とした地域への関わり方の選択肢を地域内から積極的に発信していくことが重要である。そのためには従来の関係人口の枠組みを見直し、移住体験中の参加者が地域づくりに参加してもらえるような仕組みが必要だという。

(3) 滋賀県守山市「もりやま琵琶湖パールの核入れ体験」

①市の概況

守山市は滋賀県の南西部に位置し、面積55.74㎢、人口83,000人で、京阪神からの利便性、医療・教育機関の充実により、若い世代を中心に毎年人口が増加している。また、

淡水真珠養殖の産地であり、ゲンジボタルが飛翔する美しく豊かな自然環境と、琵琶湖や比良・比叡の山並みを望む景観を持つ田園都市でもある。

②取組に至った経緯

琵琶湖の恵みを受けて育った淡水真珠は様々な色や形、唯一無二の輝きから多くの人を魅了してきた。しかし、経済活動の発展に伴い琵琶湖の水質が悪化した。さらに、海外の安価な淡水真珠との競合で琵琶湖の真珠生産量は年々減少し、多くの養殖業者が経営を継続できなくなった。

こうした中で、市は、改めて美しい琵琶湖パールを特産品として PR するため、一般社団法人琵琶湖パールサプライズ(以下「琵琶湖パールサプライズ」という。)と協力して、「もりやま琵琶湖パール」の核入れ体験をふるさと納税の返礼品とした。

初めは地域の子育て情報誌で発信していたが、ふるさと納税の返礼品として県外へ発信することによって申込件数が徐々に伸びていった。真珠の核入れ体験を通じて地元のみならず流域全体の子どもたちが琵琶湖パールのことを知り、琵琶湖の環境保全の大切さを考えるきっかけにしてもらうことを目的としている。



(琵琶湖)



(貝の養殖現場)

③取組内容と効果・実績

琵琶湖を利用した淡水真珠の養殖は三重県の海水に生息するアコヤガイではなく、淡水に生息する琵琶湖固有種のイケチョウ貝で作られる。養殖体験では体験者に手術（オペ）と呼ばれる核入れを体験してもらう。3年間育てた貝に核入れを行い、さらに3年間真珠ができるのを待つため6～7年間育てることになる。その後、琵琶湖パールサプライズで約3年間預かり、日々の様子を伝えながら真珠が完成するまで体験者との関係を保っていく。真珠が成長するまでに3年以上の時間を要するため、令和元年に事業を開始したが、令和4年9月時点では最後の作業である貝開きはまだ行われていない。

琵琶湖パールサプライズの代表である廣瀬氏は貝開きが行われた後には、体験者の声を聞いてより満足してもらえるように事業の運営や手法も魅力あるものに変えていきたいと

考えている。

琵琶湖パールがどれだけできるか、どんな大きさに生まれてくるか、体験者も返礼品提供側も期待していたが、体験者の受入れを開始するタイミングで新型コロナウイルス感染症が拡大したため、遠方の参加者は体験できなかった。

ふるさと納税から体験を申し込んだ人は10組程度で、申込みは40代から50代の男性が多かった。体験型ふるさと納税を選ぶ時点で参加者は物を買うだけでなく、体験や自分が育てたという付加価値を求めて返礼品を選んでいるのではないかと廣瀬氏は推測している。また、子供に体験させたいという思いから、夏休みに家族で訪れる人もいる。全国各地から様々な層がこの琵琶湖パールの核入れ体験に参加している。

返礼品である核入れ体験以外の取組として、琵琶湖のクルージングツアーを行っている。多くの人は琵琶湖を初めて目の当たりにして感動するという。一方で、クルージングに参加することでゴミが投げ捨てられている実態を目にし、琵琶湖の環境問題を考えるきっかけとなっている。

④課題と今後の展望

今後の課題は、核入れ体験で育てられた琵琶湖パールを市の特産品として全国的に魅力を伝えていくことだという。核入れ体験で琵琶湖パールを知ること、琵琶湖パールを思い出し、守山市に再び訪れることを期待している。

さらに、取り出した琵琶湖パールをアクセサリに加工したり、貝をそのままお皿に利用したり、体験者が簡単な加工を行うワークショップを開催したりということも計画している。全て再利用できる自然素材のため、環境問題への理解にもつながる。

さらに、ギセイ貝と呼ばれる貝のワークショップや体験型返礼品としての提供も考えている。ギセイ貝とは核入れのため開けることで死んでしまう貝のことである。既に佃煮屋でギセイ貝の佃煮を作っており、今後は実際の佃煮作りを体験型返礼品にしようと考えている。

令和4年9月現在までに守山市長や滋賀県知事もこの琵琶湖パールの核入れ体験の現場に足を運ぶなど注目を集めている。しかし、琵琶湖パールがまだ完成していないため、成功例がPRできないため、今後ふるさと納税の返礼品として貝を選ぶところから貝開きの瞬間までの写真や映像を撮り、それを使って全国的に琵琶湖パールをPRしていきたいと考えている。令和5年春頃、琵琶湖パールの養殖体験者が育てた真珠が出来上がり、ふるさと納税の返礼品となる。それがどんな美しい光を放つか、どんな形なのか、どれ程大きくなるのか、体験した人は期待して見守っている。



(ふるさとチョイスアワード受賞 琵琶湖パール)

3. おわりに

今回の調査では、狩猟体験や移住体験等の体験型返礼品に焦点を当てた。それぞれ体験内容は異なるが、地域と関わりを持ちながら課題解決に向けて取組を進めている点が共通していた。

体験型ふるさと納税のメリットは参加者だけでなく、寄付を受ける地方公共団体にとっても大きい。日本には食や文化、四季折々の自然や風土があり、全国どこでもその土地ならではの魅力にあふれている。

「コト消費」である体験型返礼品は、このような自然や文化などを活用したものが多く、著名な特産物などに依存しない返礼品を創出することができる。

また、「モノ消費」と異なり実際に利用者が現地を訪れるため、宿泊、観光等への波及効果が大きいと考える。例えば、琵琶湖パールの核入れ体験に来た参加者の多くは、その前後に地元の特産品を購入したり、そのまま宿泊したりする。つまり、寄付額という直接収入以外の経済効果も大きいことが体験型返礼品の特徴である。

地方公共団体にとって大切なことは一見さんを増やすだけでなく、体験型返礼品によって来訪した参加者に再度訪問してもらい（リピーターの創出）、他の返礼品利用につなげ（関係人口の創出、ファンの獲得）、最終的には移住してもらう（定住人口の創出）流れを作っていくことである。そのためには、体験型返礼品で訪問した人の満足度を最大化することが求められる。

新型コロナウイルス感染症の拡大によってリモートワークやテレワークが推進され、地方移住が加速されているコロナ後の情勢において、体験型返礼品の成功事例は地方公共団体の移住推進戦略と重なる。体験型返礼品は、ふるさと納税の進化であると同時に、関係人口やファンの獲得といった明確なビジョンが求められる今後の地方公共団体の生存戦略にヒントを与えてくれるものと考ええる。