

ふるさと納税制度の活用を考える

～本来のふるさと納税がもつべき性質とこれからのめざすべき方向性と活用方法とは～

金山町 黒沼 孝文



第 1 章 はじめに

山形県金山町は、山形県内陸北部にあり最上郡に属している。人口 5,139 人（令和 3 年 9 月末現在）、面積 161.67 km²であり約 4 分の 3 が山林である。町内で育った杉は「金山杉」として知られている。金山の地名の由来は町内に所在していた銀山に由来する。古来は羽州街道の宿場町として栄え、1,878 年にイギリスの旅行家であるイザベラ・バードが金山町を訪れた際は「ロマンティックな雰囲気のある場所」と「日本奥地紀行」に記している。現在も自然風景と調和した街並みを保ち、地場産業の振興などを図るために「街並み（景観）づくり 100 年運動」を展開している。また、昭和 57 年に全国に先駆けて情報公開制度を施行した町でもある。

図 1 山形県金山町の位置



令和 2 年に行われた国勢調査の数値によると金山町の人口は平成 27 年の人口と比較すると 755 人減少していた。単純に換算すると年間約 150 人減少していることになる。人口減少率は 13%であり山形県内でワースト 1 位であった。人口が減少することにより税収の減少や地域経済の縮小、産業の衰退、伝統・文化の継承などに困難が生じてくる。まさに人口はパワーである。長い間地方から都市への人口流出が続いてきたが、地方と都市の格差を是正することを目的に平成 20 年に創設されたのがふるさと納税制度である。当稿ではふるさと納税制度の活用方法について考察する。

第 2 章 ふるさと納税制度とは

ふるさと納税は、出身地や関わりのあった地域、居住していた地域など、応援したい自治体に寄附する制度である。寄附額のうち 2,000 円を越える部分については所得税と住民税（市町村民税及び都道府県民税）より原則として控除される。制度により寄附金控除を受けするには、確定申告を行うことが必要であったが、平成 28 年からは寄附先が 5 自治体以内の場合に限定し確定申告が不要となるワンストップ特例制度が創設された。ワンストップ特例制度で控除の対象となるのは住民税のみである。また税制に関する控除だけでなく、寄附先の自治体の地場産品を寄附額の 3 割以下程度受け取ることができる。ふるさと納税による寄附額は平成 27 年以降年々大幅に増加し、令和 2 年度の実績では約 6,725 億円（前年度比約 1.4 倍）、約 3,489 万件（同約 1.5 倍）となっている。令和 3 年度課税にお

る市町村民税控除額が多い 10 自治体、令和 2 年度における受入額が多い 10 自治体は表 1、表 2 のとおりである。税控除額が多い自治体は全て人口を多く有する特別区と政令指定都市である。横浜市の市民税控除額は 1,769,500 万円に上る。ワンストップ特例制度創設後にふるさと納税受入額の総計に対するワンストップ特例制度が占める割合が年々増加し、令和 2 年度では約 26.9%にまで上昇している。このような大都市部からの住民税の流出を緩和するために、減収となった住民税額の 75%を国から自治体に地方交付税として補てんする救済的な措置もある。しかしこの措置は、地方交付税交付団体が対象となるため、不交付団体の世田谷区には補てんがない。つまり実際の流出額は横浜市よりも多いということになる。このような現状に東京都の特別区長会では不合理な税制改正であるとして見直

表 1 令和 3 年度課税における市町村民税控除額が多い 10 団体：総務省より

(単位:百万円、人)

団体名	市町村民税控除額	控除適用者数
神奈川県 横浜市	17,695	260,253
愛知県 名古屋市	10,649	151,052
大阪府 大阪市	9,176	156,485
神奈川県 川崎市	8,171	124,150
東京都 世田谷区	6,074	86,796
埼玉県 さいたま市	5,405	84,122
福岡県 福岡市	5,354	84,786
兵庫県 神戸市	5,225	85,785
北海道 札幌市	5,135	92,946
京都府 京都市	4,977	77,526

表 2 令和 2 年度におけるふるさと納税受入額が多い 10 団体：総務省より

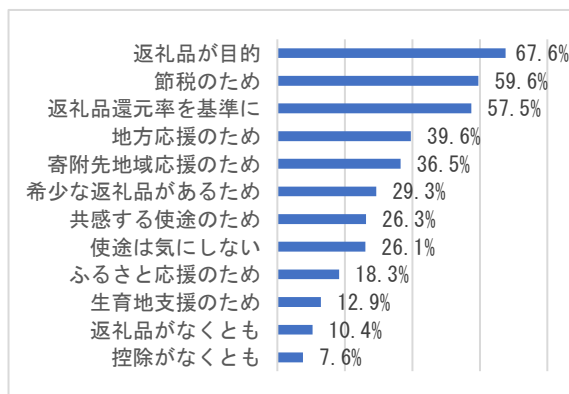
(単位:百万円、件)

団体名	受入額	受入件数
宮崎県 都城市	13,525	603,807
北海道 紋別市	13,393	867,064
北海道 根室市	12,546	723,336
北海道 白糠町	9,737	658,624
宮崎県 都農町	8,268	416,028
山梨県 富士吉田市	5,831	232,917
山形県 寒河江市	5,676	266,601
兵庫県 洲本市	5,398	347,339
兵庫県 加西市	5,338	128,444
静岡県 焼津市	5,218	261,365

しを要求している。受入額が一番多い都城市では、受入額が 1,352,500 万円に上る。都城市の令和 3 年度の当初予算額は 8,696,000 万円であり、当初予算額の約 15.5%に匹敵する受入額をふるさと納税制度により得ている。令和 3 年度課税における税控除額が多い自治体は 10 位以降も特別区や政令指定都市が続く、令和 2 年度におけるふるさと納税受入額が多い自治体も 10 位以降は地方自治体が続いている。ふるさと納税創設の起点になった「都会に住んでいても、自分を育ててくれたふるさとに、自分の意志でいくらかでも納税できる制度があってもいいのではないか」という提起通りの大都市部から地方への再配分・税収移転の傾向になっているのではないか。

一方、ふるさと納税を利用する動機に関して、岩永洋平氏の著書である「地域活性マーケティング」によれば、「返礼品が目的」、「節税のため」、「返礼品還元率を基準に」といった回答項目が 50%を超えている。先ほどのふるさと納税受入額が多い自治体の返礼品をみるとブランド化された肉類や果実、いくらやサケなどの海産物、それらを加工した加工品など納税者の消費者としての目線を捉えている。つまり、ふるさと納税制度を利用する目的には利得を求

図 2 ふるさと納税の利用動機：岩永洋平氏著書「地域活性マーケティング」より



める動機が先行しており、「地方応援のため」、「寄附先地域応援のため」、「共感する用途のため」といった動機を上回っている。

総務省は、ふるさと納税制度には 3 つの意義があると提唱している。1 つ目は納税者の選択である。税は国民の義務としての納税、強制的な徴税という特性を有するが、ふるさと納税では納税対象を選択できる。寄附する地方自治体や使い道を選択させることで、納税者に税の意味と意義を再確認させるとともに、納税の大切さを自覚する貴重な機会を与えている。2 つ目は「ふるさと」の大切さである。出身地や関わりのあった地域や居住していた地域に限らず、複数の地域に拠点を置き地域に貢献しようとしている人や、災害復興などのボランティア活動を通じて縁のできた地域を応援しようとしている人も増えている。寄附を通じて「ふるさと」を思い、思い入れの深い自治体を応援できる貴重な契機を与えている。3 つ目は自治意識の進化である。全国の地方自治体はふるさと納税制度による恩恵を受けるために、地域の魅力をアピールする必要がある。寄附を受けるにふさわしい地域のあり方や各種の事業内容を見つめなおす重要な契機を与えている。しかし、一部の地方自治体において受入額の増加を目的とするばかりに、規定を上回る地場産品や地域外産品を返礼品として扱う事案が発生したため、国はその行為を是正するために規定を違反した地方自治体をふるさと納税制度の適用から除外する対策を講じたが、その後、両者は裁判で争うこととなった。その他にも地域事業者から賄賂を受けるという汚職事件が発生したりするなど、返礼品を取り巻く環境は問題も有する。

当然のことながら、ふるさと納税制度を活用し、地域の課題解決や地域外との交流、地域外からのまちづくりの参加など、当制度を有効に活用している地方自治体は数多く存在する。総務省における令和 3 年度の調査結果では、納税者が寄附する際に寄附金の使い道を選択できる地方自治体は全国で 97.1%（昨年度 96.4%）に上る。うち具体的な分野まで選択できる地方自治体は 25.1%（昨年度 23.4%）と毎年増加しており、なかでもクラウドファンディング型は 15.9%（昨年度 12.0%）と伸び率が高い。クラウドファンディング型のふるさと納税は、納税受入額を活用して地方自治体の問題解決やプロジェクトなど特定の目的に対し内容に共感した不特定多数の人々からインターネットを通じて事業の資金を集める仕組みであるため、使い道が明確でわかりやすい。

第 3 章 金山町におけるふるさと納税の現状について

第 1 節 寄附金の実績

金山町におけるふるさと納税受入額の令和 2 年の実績は、受入件数 1,781 件、受入金額 72,026,780 円である。寄附の使い道としては、「人間性豊かな金山人を育成する事業」「心も体も健康で元気な金山町民を育成する事業」「町の基幹産業の活性化をめざす事業」「景観づくりをはじめとする交流と定住の拡大をめざす事業」「豊かな教育環境と文化を伝承する事業」「未来を担う子供たちを産み・育てやすい環境をつくる事業」その他としているが、使い道の選択肢は設けずに町で各事業に振り分けている。寄附金を活用した事業の実績報告については、新年度の返礼品カタログとともに活用した事業の概要と寄附件数や

寄附額を毎年 4 月頃に寄附者に報告している。

過去 9 年間の金山町への寄附と金山町の納税者の寄附額に関する表をみると、どの年も金山町への寄附額が町民税控除額よりはるかに高いことが分かるため、ふるさと納税創設の目的である都市から地方への再配分・税収移転の恩恵を受けていると言える。しかし、金山町への寄

表 3 金山町の寄附受入実績及び町民のふるさと納税利用に関する実績の資料

年	当町への寄附			当町からの寄附		
	件数	寄附額 (円)	リピート率	件数	寄附額 (円)	町民税控除額
H23	321	7,398,000	-	28	1,618,000	259,725
H24	557	39,022,000	72.19%	13	242,000	88,656
H25	2,778	33,264,001	58.17%	14	1,402,000	151,188
H26	5,875	64,502,882	38.95%	15	334,000	101,214
H27	9,542	106,069,201	27.90%	24	4,028,000	447,727
H28	5,443	131,287,109	36.74%	18	1,380,000	462,210
H29	3,862	125,645,011	53.25%	20	1,026,000	364,788
H30	2,166	78,988,000	61.40%	12	1,526,000	514,884
R1	1,725	71,397,000	66.90%	13	497,000	236,028

附受入実績の推移について分析すると、創設当初より年々増加傾向にあった寄附額が、平成 28 年の 131,287,109 円をピークに減少傾向にある。リピート率については平成 24 年の 72.19%がもっとも高くそれ以降は下降をたどってきたが、平成 29 年に 53.25%に上昇し以降はおおむね 50%~60%代を推移している。平成 26 年より他の地方自治体に先駆けてふるさとチョイスなどのポータルサイトに登録することで、金山町の概要や返礼品の情報を全国に発信し年々寄附額を増加させてきたが、その後ポータルサイトに登録する地方自治体が増加し、同様の返礼品を扱っている地方自治体と競合状態になったことや、平成 29 年の高額返礼品の規制の影響により地元の名産である金山杉で作られた高額の木工品を返礼品として扱えなくなったこと、返礼品割合が 50%から 30%への引下げになったことに伴い減少傾向が続いていると分析できる。令和 2 年度の市町村分も含めた都道府県別受入額において山形県は、北海道の 9,750,800 万円、鹿児島県の 3,982,000 万円、宮崎県の 3,654,400 万円、福岡県の 3,649,300 万円に次いで 5 番目の 3,472,000 万円であり、隣接する県の受入額と比較しても受入額が多く、制度を積極的に活用している市町村が多いことが見て取れるが、金山町は県内 35 市町村中 32 位であった。金山町では直営で運用をしているが、県内では受入額を増加させるためにノウハウのある民間事業者に業務を委託している市町村も多く、情報発信や返礼品の商品力強化などの点で他の市町村に遅れをとっている状況にある。

第 2 節 クラウドファンディングへの取組

金山町では令和 3 年度に関係人口の創出を目的とした事業の事業費を補てんするために、ふるさとチョイスを活用してクラウドファンディングにより寄附を募集した。寄附金の使い道に関係人口創出事業「カネヤマノジカンデザインスクール」の開校費用に充てるとした。当事業は、金山町と株式会社ソトコトプラネットとの連携により参加者それぞれが地域との関わり方や暮らしを考え、今後も継続的な関わりをつくることで関係人口を創出する取組である。趣旨として町民と地域外の参加者が「カネヤマノジカン」を通し、地域の残すべきものや守りたいもの、継続していくべき「もの」や「こと」を未来へとつなぐ取組をめざし、地域を学び、育て、発展させる学校として位置づけ、金山の未来を創造する

こと、地域内外に新しいコミュニティを作ることが目標である。寄附を募集した際は、目標金額に達しない場合でも事業を実施するものとし、目標金額以上の寄附があった場合は移住定住政策やUターン支援事業、起業家育成支援事業に活用するとして条件を設定しており、寄附募集期間の令和3年4月15日～令和3年7月15日までの91日間で、目標金額100万円に対し84人から目標金額を上回る、1,224千円の寄附金額が集った。寄附の際に寄せられたメッセージには、事業への賛同や魅力を感じて寄附をしたというコメントが多かったが、「友人が町内にいる」、「本人（家族）が以前訪れたことがある」などの金山町と関わりがあったためというコメントも見受けられた。

カネヤマノジカンデザインスクールを開校するにあたり、首都圏在住の20代～40代の年代をターゲットに設定し募集を行ったところ、募集締切り時点で20代～50代の年代で16名の応募があり、応募者の大半は首都圏在住者であったが、秋田県や高知県に在住の方からの応募も寄せられた。実施スケジュールは新型コロナウイルス感染症の影響により全てオンラインでの実施となったため、第1回の実習では役場担当者と地域おこし協力隊員などが講師となりオリエンテーションや金山町の概要を説明する座学を開催した。当初の予定では、第2回の実習では金山の暮らしや地場産業などの仕事を町民と交流し体験する現地実習を予定していたが、町民がタイムテーブルに沿って講義や地場製品の説明などを開催した。第3回の実習では、金山の暮らしや日常をまとめた観光文化誌「K-hour」になぞらえて、参加者なりの金山を含めたこれからの暮らしや、金山との関わり方「マイK-hour」のプランを披露する発表会が行われた。発表会では、「イベントを通し金山を体感できる場を作ること」「実際自分が足を運び周囲に金山の楽しさを伝える。金山に関わる人を応援する」「訪れないと自分の言葉では語れない。人とのつながりは生まれない」「金山に関するものを作りたい。金山の風景で音楽会を開催したい」「自分の周りの人たちと金山町民がオンラインから関わりをもつことからはじめ、いずれ現地でプログラムをしたい」「講師をした町民の事業に関心をもった。この事業と何かしらのつながりを模索したい」などのプランが披露された。金山町に訪問できる機会を設けることは叶わなかったが、第2回の実習終了後に参加者宛に贈呈した山形の名物である芋煮の材料と金山町の新たな名産である生のピーナッツ（通称ピーナッツ）を用いたオンラインによる芋煮料理教室と芋煮会を、町民と地域おこし協力隊員を交え実施したことで、少しではあるが山形を肌で感じてもらったのではないだろうか考える。

写真1 オンライン芋煮料理教室



このように事業を進めるなかで、参加者のなかには、馬の身の回りの世話や乗馬体験を通じて療育にあたる「ホースセラピー」により不登校児や障がいをもつ児童の成長を促したり、成人の障がい者やアルコール依存症による一般の就労が困難な社会人向けに生活介護や就労支援にあたっている社会福祉法人の理事長のもとを訪れたり、スクールを企画し

た役場職員や地域おこし協力隊員と自分の友人を交えオンラインでイベントを開催するなど、まだ小さい事象ではあるが新たな関わりが創出されている。

第 4 章 先進地の取組とクラウドファンディングの有効な活用

本章ではふるさと納税制度を有効に活用している取組と従来のふるさと納税と比べ出資を募る目的が明確なクラウドファンディングの有効な活用について触れる。

第 1 節 福井県坂井市の取組

坂井市の取組について市民の市政参加、寄附の透明性、寄附をした納税者との関係性の 3 つの視点から捉えてみる。

1 つ目は寄附金活用に市民が参加していることである。市民が誇りをもって市政運営に参加するという視点で、寄附を通じた「市民参加型社会」を構築するために平成 20 年に「坂井市寄附による市民参画条例」を制定し、寄附市民参画制度を導入している。当制度は条例に規定された政策の項目に対し、市民からの公募により寄附金を活用する事業を募集している。公募により提案された事業のうち寄附市民参画基金検討委員会にて採択された事業について寄附を募り基金として積立て、目標額に達した段階で事業化している。市民より公募することで市民の要望に沿った行政サービスの提供に寄附金が活用されている。

2 つ目については坂井市ではホームページやポータルサイトで事業内容や寄附金目標額を明確にしたうえで寄附を募集している。外から入り口を見えやすくし納税者に事業の提示と選択の機会を与え、ふるさと納税の意義の 1 つである納税者の選択を確保している。また、具体的な事業内容を提示して納税者の事業への解像度を高めていることは意義の 1 つである自治意識の進化にもつながっている。実績報告についても活用した事業名や内容、寄附金活用額などを画像も含めてより細かく報告し、ホームページやポータルサイトでも同様に公表をしている。寄附金活用の透明性を高めることによって納税者の寄附という行為の貢献意識により満足感を与えることができる。

3 つ目については地域資源を活用して寄附をした納税者を街づくりの事業に参加させていることである。坂井市では現存天守 12 守の 1 つである丸岡城を活用して「丸岡城 百口城主プロジェクト」に取り組んでいる。プロジェクトを通して市民の意見だけでなく、お城ファンならではの目線やアイデアを取り入れ、市民とお城ファンの共同で丸岡城を主体とした城下町エリアの整備を図っている。主な整備事業 3 点のうちカメラスポットに QR コード併記のサインを整備する事業「丸岡城周辺サイン整備」、令和 3 年 7 月から運用が開始されている G O O G L E マップを活用し自転車音声ナビゲーションシステムを導入した自転車レンタル事業の「丸岡城周辺を「きゃっチャリ」で駆け巡ろう！！」の 2 事業についてはお城ファンのアイデアを活用し事業化されている。

早くより寄附市民参画制度を導入し市民の市政運営への参加を促して市民の主体性を高めるとともにふるさと納税を活用した外部からの視点及び専門的な意見を獲得して効果的な街づくりと関係人口の創出につなげている。住民、寄附をした納税者、行政それぞれの意見が反映された寄附の活用方法を展開している。

第 2 節 クラウドファンディングの有効活用

クラウドファンディングは英語で群衆を意味する「クラウド」と資金調達を意味する「ファンディング」からできた造語で地方自治体が行うクラウドファンディングのことをガバメントクラウドファンディングと呼ぶ。地方自治体の問題解決やプロジェクトなど特定の目的に対し内容に共感した不特定多数の人々からインターネットを通じて事業の資金を集める仕組みである。ふるさと納税においてはふるさとチョイスなどのポータルサイトにて行うことができる。起業家応援や動物の殺処分問題、生活環境の厳しい児童への支援といった全国の自治体が共通して抱える課題に対し、複数の地方自治体が連携してより大きな課題解決に取り組む広域連携型のガバメントクラウドファンディングも展開されている。

クラウドファンディングの一般的な構造としては事業を行う地方自治体が仲介事業者を通じて寄附を受けたい事業についての目的や内容、目標金額、返礼品をサイト上に公表して寄附を募る。これらの提示した内容に共感し協力したいと思う納税者は、仲介事業者を通して必要な事業資金となる寄附を行う形式となる。この流れのなかで寄附を行った納税者は事業の実施による政策の実現という社会的貢献と従来ふるさと納税と同様の返礼品による物理的な満足感を得ることができる。

クラウドファンディングの形態としては、寄附型、購入型、投資型の 3 つに分類される。寄附型は、事業者が金銭などを無償で提供する形式で、提供した資金（元本）は返済されず利息の払戻しや配当などは受けることができない。次に購入型は、事業者が金銭などを提供した対価として事業者が資金提供を受けて生産した商品・サービスの特典として付与する形式であり、特典を得ることを前提としている。最後に投資型は、事業者の設定したファンドに対して出資を行うファンド出資と企業の発行する株式を取得して株主となる株式取得がある。

以上の形態の仕組みからふるさと納税を活用して寄附を行うクラウドファンディングは寄附型と購入型が合わさったクラウドファンディングといえる。従来ふるさと納税では返礼品を選んでから寄附の使い道や事業を選択する手順であるが、事業についての目的や内容を提示し賛同を得たうえで寄附を受ける形式になるため、クラウドファンディングによるふるさと納税は、納税者は自分の意志で自分の寄附したい自治体の事業を確認のうえ賛同し寄附を行い、地方自治体は納税者より資金の提供を受けるために効果的な情報発信、事業の妥当性の確保などが求められる他、納税者の明確な支持のもとに事業資金を使用するため、より有効に事業運営や資金活用をする意識が高まり事業における規律の確保が生まれる。クラウドファンディングによるふるさと納税は、ふるさと納税の 3 つの意義である納税者の選択、「ふるさと」の大切さ、自治意識の進化を高い位置で達成できると言える。

第 5 章 ふるさと納税に関する提案

以上のことを踏まえて金山町でもふるさと納税を有効に活用していくための体制整備や

方法を提案する。

① 寄附金の使い道の「見える化」

寄附を行う納税者は、どのように活用されているのかという点に関心をもっている。坂井市ではホームページやポータルサイトのなかで事業内容や寄附金目標額を明確にしたうえで寄附を募集している。外から入り口が見えるようにして、寄附をしようとしている納税者に事業の提示と選択の機会を与えている。また具体的な事業内容を提示することで納税者の事業への解像度を高めている。事業報告についても寄附を活用して実施した事業名や内容、寄附金活用額など、より細かく画像も含めた実績報告を寄附者に報告、ホームページやポータルサイトで公表をしている。寄附金活用の透明性を高めることによって納税者の寄附という行為の貢献意識により満足感を与えている。

現在の金山町の運用では、ホームページやポータルサイトにおいてどのような事業に寄附金が使われるのか把握できない。入り口の間口を広げるためにもホームページやポータルサイトにおける使い道の情報について具体的な事業名、内容などを掲載すべきであると考え。また、実績報告についても具体的な報告がなされていないため、画像も含め具体的な内容の実績報告を行うことで納税者の金山町への貢献意識をより高めることができると考えられる。さらに、納税者へのお礼に対しての付加価値を高めるために、事業報告の際のメッセージは金山町からのメッセージではなく寄附金が使われた事業や政策により恩恵を受けた金山町民からのメッセージに変更することも有効である。例を挙げてみると金山町が寄附の使い道の 1 つとして掲げる「豊かな教育環境と文化を伝承する事業」に寄附金が活用されたとして、地域の伝統芸能のために寄附金が活用されたのであれば保存会より寄附した納税者にお礼のメッセージを送ることで、寄附した納税者本人の金山町への貢献意識をより臨場感あるものにできると考える。実際に活用された現場の情報を伝えることで納税者と住民の距離が縮まり人間味・親近感を感じるによりリピーターの確保及び増加、金山町への来訪につながり、交流人口や関係人口などを拡大させる可能性も期待できる。返礼品の魅力にも左右されるが、寄附する納税先、納税額を決めるのは結局のところ人の心である。

②クラウドファンディングの積極的な活用

クラウドファンディングは観光や環境保全、防災、公衆衛生、教育など多岐にわたる分野で活用されている。現在のふるさと納税において寄附先の地方自治体選びは返礼品目的での利用動機が先行している状況にある。クラウドファンディング型においても返礼品はあるが、事業資金を確保するために寄附を活用する事業の目的や内容を提示し賛同を得たうえで寄附を受ける形式であり、返礼品の魅力ではなく事業の企画について説得力のある事業目的や内容が求められるとともに、寄附の入り口の間口を広げるための情報発信力が求められる。現在金山町のクラウドファンディングの実績としては「カネヤマノジカンデザインスクール」の開校費用を募集した 1 件のみである。金山町は財政的に弾力性がない状態であるが、取り組まなければいけない課題は山積している。税収などの域内の収入が

減少するなかで、地域の課題を解決するために、域外からの事業資金調達を積極的に活用することは有効で、そのためには入り口の間口の広がりにつながる情報発信力の強化が必要と考える。ふるさとチョイスにおける山形県内市町村閲覧ランキングにおいて、金山町の閲覧数は月別、週別、日別いずれも下位の状態である。山形県内の他の市町村には特に果物などの魅力的な返礼品があるため注目を集めていることも考えられるが、現状を打破するためには情報発信力の強化が必要である。

第 6 章 最後に

ふるさと納税制度自体にはまだ是正すべき点はあるが、住民、寄附した納税者、行政のそれぞれの意見が反映されて活用されているのであれば創設当時の提起のとおり地方にとっては有効な制度である。そのなかでクラウドファンディングによるふるさと納税は創設当時の理想形でありつつ進化形であると考え。寄附金を地方の貴重な財源として今後も役立てていくためにも、返礼品目的といった利用動機が先行している現状を改善し、ふるさと納税を創設した当時の理念である「ふるさとのために役立ちたい」という納税者のメッセージとその志により寄附された大切な資金がふるさとである地方自治体に届けられる仕組みを構築していくべきである。

また、財源という面だけではなく寄附を通じて外部の人が地域に関わることができる関係性を構築していくことが重要である。交流人口、関係人口、ファン、サポーター様々な関わり合いが生まれることは地域に活力を与える。外部の人材を人財へ、人財を人剤として活用することで地域の活性化につなげていけるのではないだろうか考える。

(参考文献)

- ・岩永 洋平「地域活性マーケティング」ちくま新書 (2020/2/10)
- ・大橋 知佳「地方創生と「クラウドファンディング」の新たな可能性」日経研月報寄稿 (2019/3)
- ・金山町産業課「カネヤマノジカンデザインスクール資料一式」
- ・金山町総合政策課「ふるさと納税に関する資料一式」
- ・金山町町民税務課税務係資料「住民税概算平成 23 年～令和 2 年」
- ・金山町ホームページ「ふるさと納税制度」 town.kaneyama.yamagata.jp/chosei_machizukuri/furusatonozei/1154.html、「カネヤマノジカンデザインスクールが始まります」 town.kaneyama.yamagata.jp/chosei_machizukuri/machizukuri/2898.html
- ・坂井市ホームページ「寄附市民参画制度」 <https://www.city.fukui-sakai.lg.jp/kikakuseisaku/shisei/kifu/kifu-shimin-sankaku.html>、「ふるさと納税について」 <https://www.city.fukui-sakai.lg.jp/kikakuseisaku/shisei/kifu/furusato/furusato-nozei.html>
- ・佐野 修久「地方自治体における政策実現型クラウドファンディングの効果」Thinking 特別寄稿 (2021/3)
- ・総務省「ふるさと納税ポータルサイト」 https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/080430_2_kojin.html、「ふるさと納税の返礼品に関する

有識者の意見の概要」(2017/4/1)

- ・ 田村 秀「地方都市の持続可能性」(2018/11/10) ちくま新書
- ・ ふるさとチョイス <https://www.furusato-tax.jp/>
- ・ ふるさと納税研究会「ふるさと納税研究会報告書」(2007/10)
- ・ 山形新聞「本県ふるさと納税」(2021/8/7)