

第7回枚方市産業振興対策審議会

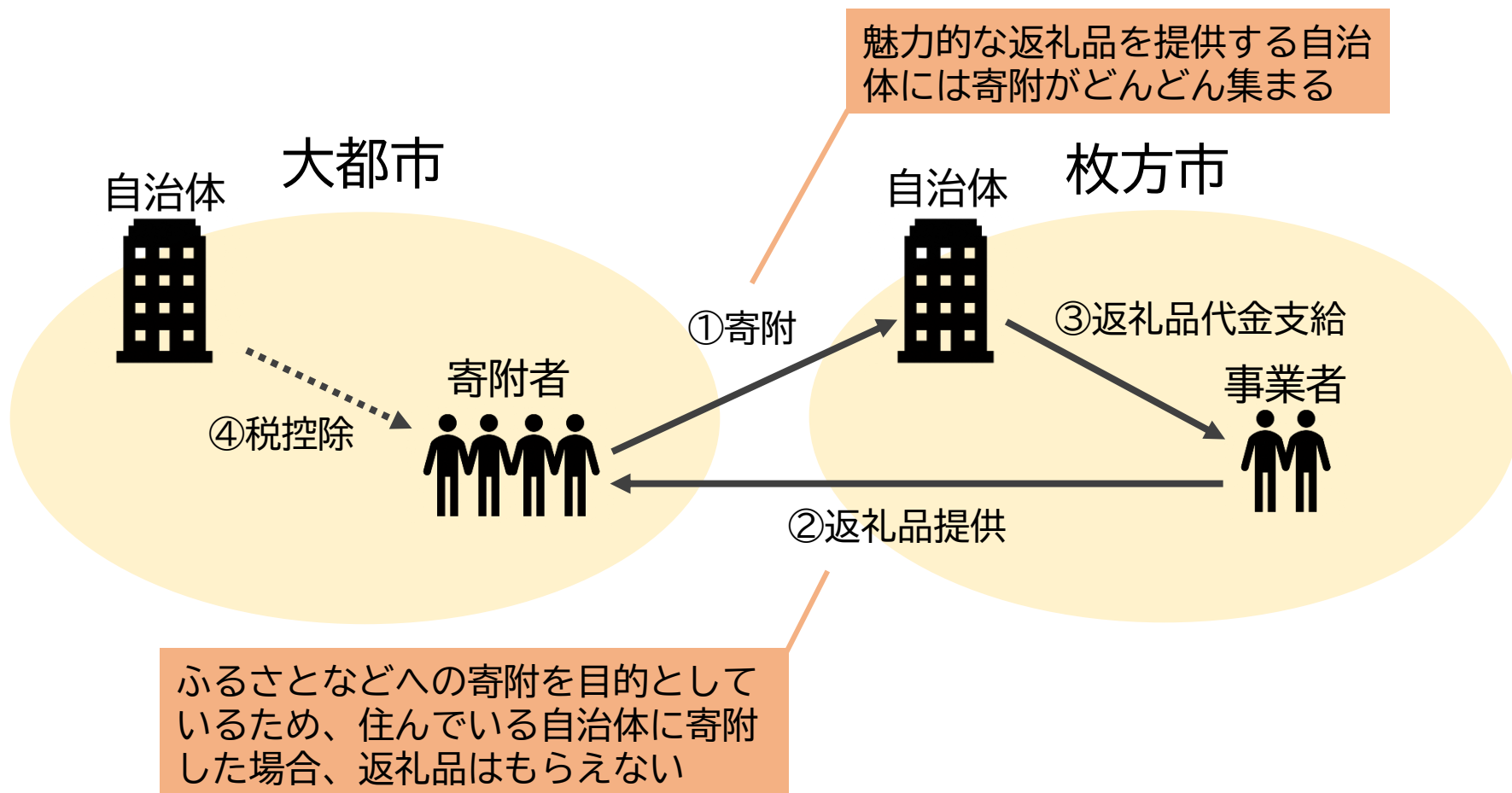
ふるさと納税を活用した
商品開発等の支援に向けて

目的

- 新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけが「5類」に移行したものの、物価高騰等が大きな影響を及ぼし、事業を行うには依然として厳しい状況が続いている。
- 一方で、2025年の大阪・関西万博やそれ以降の市の地域産業の活性化に向けて、観光・農業・商業・工業といった産業分野間が連携し、まちの活性化の機運を盛り上げ、経済活性化につなげる取り組みを進めていく必要がある。
- 市内事業者からは、設備投資や商品開発をしたいが物価高騰等で中々実現が難しいとの声が寄せられている。
- 事業者の設備投資や商品開発を実現していくため、寄附者の寄附を原資に新たな設備投資や商品開発を支援する『ふるさと納税を活用した商品開発等の支援』を本審議会で検討するものである。

ふるさとと納税の仕組み

- ふるさと納税は、生まれたふるさとや寄附したい自治体に寄附ができる制度。地方と大都市（首都圏）の格差是正などを目的に平成20年4月に創設。
- 寄附することで、住んでいる自治体の住民税の控除などが受けられ、一方で、寄附先の自治体から名産品などの返礼品を受け取ることができる。



ふるさと納税の現状

ふるさと納税利用者
891万人

ふるさと納税の寄附金額
9,654億円

寄附受入額

宮崎県都城市	195億円
北海道紋別市	194億円
北海道根室市	176億円
北海道白糖町	148億円
大阪府泉佐野市	137億円

⋮

大阪府枚方市 1億5,322万円

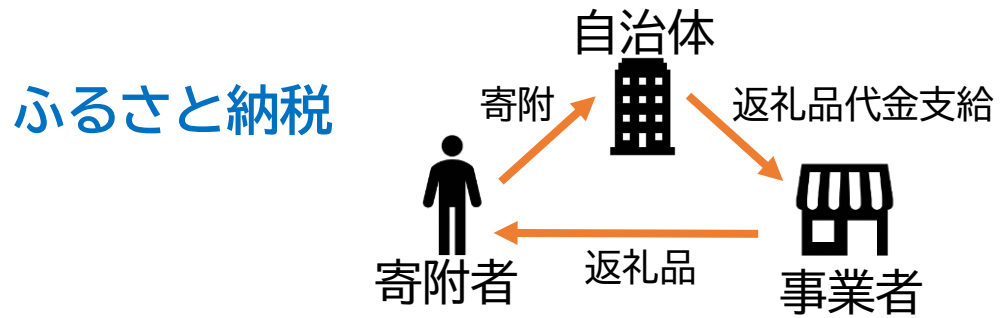
泉佐野市は
#ふるさと納税3.0も実施

ふるさと納税の返礼品事例

- 返礼品には、食品、お酒、日用雑貨、家電、コスメ用品など幅広く指定できるが、ふるさと納税のポータルサイトでは、北海道や九州などの食品（海鮮、果物、米など）が人気ランキングの上位を占めている。

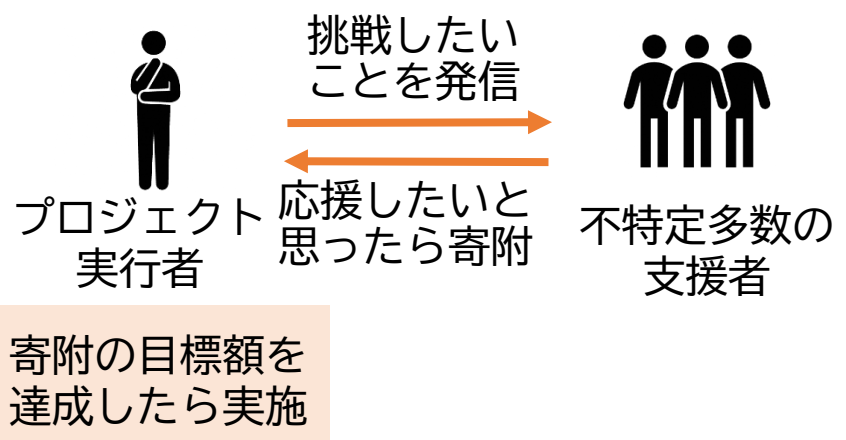
ふるさとと納税の新しい仕組み①

ふるさとと納税1.0 寄附することで返礼品を受け取る(資料3ページのとおり)。2014年頃からブーム到来。

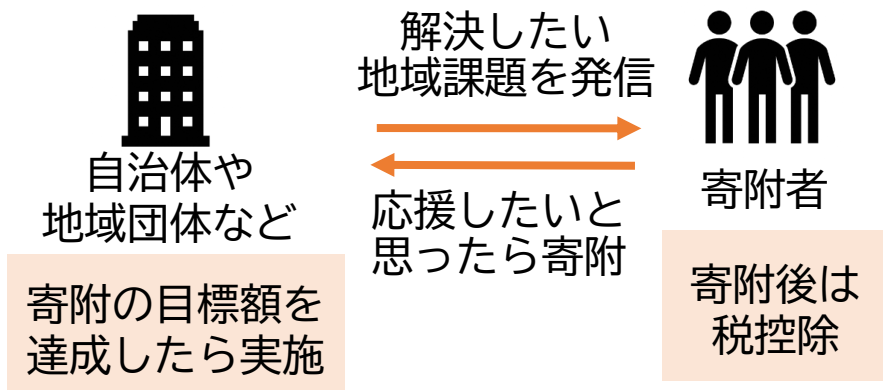


ふるさとと納税2.0 1.0のブーム後に登場。地域課題の解決のため、クラウドファンディングで寄附を集めるふるさとと納税制度。

クラウドファンディングとは？



クラウドファンディングによるふるさとと納税



ふるさと納税の新しい仕組み②

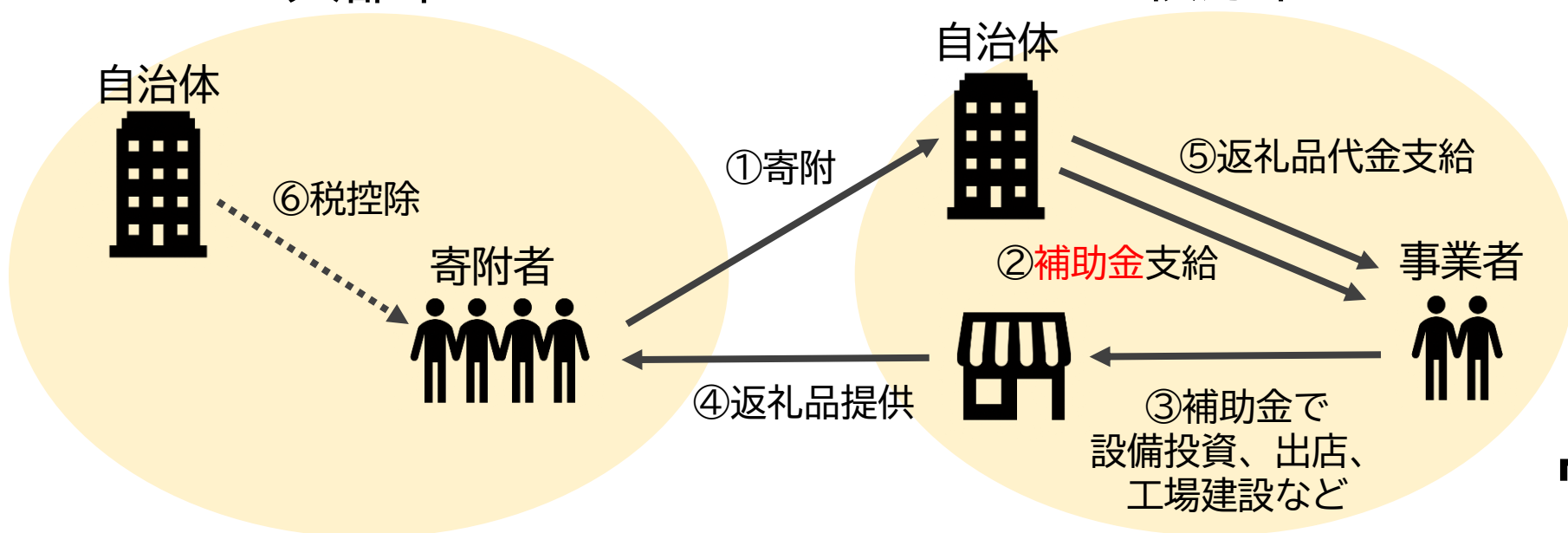
#ふるさと納税 3.0

地域産業活性化の新たな手法として、1.0と2.0の長所を合わせた手法が登場。新商品を開発するためクラウドファンディングで寄附を集め、寄附が目標額に達成すれば新商品を開発。開発された新商品は返礼品として受け取ることができる。

- 1 寄附者にプロジェクトを提示し、クラウドファンディングの手法で寄附を集める。
- 2 クラウドファンディングの目標額を達成すれば、市は事業者に寄附金の一部を**補助金**として支給する。
- 3 事業者はその補助金で設備投資等のプロジェクトを行い、新商品を開発する。
- 4 開発された新商品を寄附者は返礼品として受け取る。

大都市

枚方市



#ふるさと納税3.0のメリット

- 今まで設備投資や商品開発が難しかった事業者にとっては、寄附の一部から補助金を受け取ることで実現できるようになる。
- 集まった寄附金額から、新商品への需要がどの程度あるか予め把握できる。
- 補助金は様々な用途に使えるため、業種を超えた多くの人を巻き込み、今までに無い商品を作り出せる可能性がある。
- 寄附者にとっては、ふるさと納税のポータルサイトを通じて新規プロジェクトを応援し、返礼品ももらえる二つの楽しみがある。

#ふるさと納税3.0の補助金の対象

- 他市事例では、補助金の対象として、建物の建設費、設備の取得経費や備品購入費、委託費など新商品開発で必要となる経費を幅広く設定している状況。

補助対象となるもの

工場などの建物の建設費
機械装置などの取得経費
備品購入費
新商品開発に係る委託費

補助対象とならないもの

各種税
官公署に支払う手数料
人件費
土地の購入費
その他社会通念上不適切と認められる費用

他市視察について

- 目 的:本案件の審議の参考とするため、「#ふるさと納税3.0」を運用している自治体を訪問し、施策の実施状況についてヒアリングを行うもの。
- 視察者:枚方市産業振興対策審議会 委員長、副委員長、事務局
- 視察日:令和6年5月15日(水)

他市視察でのヒアリング内容①

1 「#ふるさと納税3.0」を最初に始めるときのポイント

- 「#ふるさと納税3.0」の開始年度は、クラウドファンディングによる寄附が実際に集まるかわからないので、比較的少額でできるプロジェクト(例:10～100万円台)から始めるなど、できるだけミニマムに進める方が良い。
- 既に返礼品を提供している事業者であれば、ふるさと納税の知識があるため、次のステップとして「#ふるさと納税3.0」のプロジェクトを実施しやすいと考えられる。
- 異業種の事業者同士がマッチングして新商品を作るのは理想だが、現実には事業者間の連携は難しい部分もある。既に返礼品を提供している事業者同士ならマッチングして新規プロジェクトをできる可能性がある。
- 事業者には積極的に「#ふるさと納税3.0」のプロジェクトに参加いただきたいところだが、制度周知をしてもすぐには増えず、プロジェクトの成功事例が増えるに連れて、徐々に口コミで広まっていったと感じている。

他市視察でのヒアリング内容②

2 補助金の対象者について

- 農業や製造業だけでなく、サービス業も補助金の交付対象としている。
ただし、ホテルを建設して旅券を返礼品として提供するようなプロジェクトだと、プロジェクトの期間が長いので寄附が集まりにくいと考えている。

3 クラウドファンディングについて

- 寄附後にすぐ返礼品が届く一般的なふるさと納税と違い、「#ふるさと納税3.0」はクラウドファンディングで寄附を集めてから工場建設や設備導入を行い、新商品を製造するため、返礼品提供まで時間がかかる。クラウドファンディングの実施期間は長くても翌年度までとしている。
- クラウドファンディングが目標額に達成しない場合、クラウドファンディングの途中で目標額を下げたり、目標額を達しない分は事業者が自費で賄い、必ず事業を実施して返礼品を提供していただくような対応をしている。

4 効果的な制度周知について

- ふるさと納税ポータルサイトでは数十万件の返礼品が登録されていることから、返礼品市場の中で埋もれないよう効果的な商品掲載やプロモーションなど、EC対策をしっかりと行う必要がある。

産業分野間の連携

本審議会の議論事項(案)

- ・産業分野間の連携を図る中で「#ふるさと納税3.0」を活用して創出したい商品のイメージ。
- ・事業者に対してどのように制度を周知するか。
- ・各関係機関でどのような取り組みが可能か。

次回審議会の議論事項(予定)

- ・事業者に対する制度の周知方法
- ・効果的な寄附の実施方法
- ・各関係機関が考える本制度の課題・意見 など