

令和7年度 会派調査研究報告書

(視察先1箇所につき1枚)

会 派 名	上志の風
事 業 名	ふるさと納税制度について
事 業 区 分	研究研修

1 上田市での課題と研修・調査の目的

上田市におけるふるさと納税制度による寄附は、令和5年度 18,495 件・約 3 億 6,100 万円、令和6年度は、26,383 件・約 5 億 1,800 万円。
令和5年度を比較すると、泉佐野市は上田市の約 49 倍の寄附額を得ている。地場産品に恵まれた上田市として、より寄附に繋がる運用と、それに伴う確実な実績を出すべく、視察を行った。

2 実施概要

実施日時	視察先	大阪府泉佐野市
令和7年10月16日 13時30分～15時30分	担当部局	成長戦略室 ふるさと納税担当
<p>■視察先の概要</p> <p>泉佐野市は大阪府南部に位置し、恵み豊かな大阪湾に面するとともに、山間部が金剛生駒紀泉国定公園に指定された和泉山脈に属する。関西国際空港に隣接する人口約9万9千人のまち。古くから毛布・タオルの産地として知られ、近年は臨空都市空港として商業や観光が発展している。</p> <p>■視察先の特徴</p> <p>空港開港に伴うインフラ投資（国や府から要求された）による借金で、2009年に財政健全化団体に転落。今もなお、900億円近い借金を抱え、厳しい財政状況にある。2013年から、税外収入獲得施策の柱の1つとして、ふるさと納税制度の取り組みを強化。2017年から3年連続寄附受入額日本一に。2019年、国の違法な処分により制度から除外されるが、最高裁で勝訴し、2020年7月制度復帰。同年に「地場産品規制」が導入された。地場産品が少ないという弱点を逆にとり、「ないなら創ろう！」を合言葉に、新たな返礼品開発に取り組む「#ふるさと納税3.0」を考案。令和5年度は約175億円を集め、寄附額全国3位。令和7年3月には全国初となる累計受入額1,500億円を達成した。</p> <p>■視察事項について</p> <p>◆◆ふるさと納税のトレンド</p> <p>2024年度の実績:約1兆2,728億円(対前年度比:約1.1倍)、約5,879万件</p>		

[制度の利用状況]

[金額]ふるさと納税潜在規模 2兆6,000億円だが、2024年度の受入額は1兆2,727億円→金額ベースでは、約50%の人が制度を利用していない

[利用者]全国の納税義務者 6,543万人、制度で税控除を受けた人 約1,079万人→利用率16.5%

◇「偏り」が起きている

・「地場産品規制」(返礼品は区域内で生産、製造されたものを贈ること)で、資源の豊富な自治体が有利になったことで、ランキング上位は、北海道、九州勢がほぼ独占する状況になった

・多くの自治体は、業務を【中間管理業者】に丸投げ状態のため、業者の能力やセンスが寄附の多い少ないを決定する状況が起きている→現在は、ECのノウハウを駆使しながら、小規模で小回りができる企業が寄附を大きく伸ばしている。

◇寄附を伸ばすなら、まず『4大ポータルサイト』に注力せよ

・受入窓口となる民間のポータルサイトが現在30を越す乱立状態。その中でも、「楽天ふるさと納税」(40%以上)「さとふる」(25%未満)「ふるさとチョイス」(15%程度)「ふるなび」(12%以上)からの寄附が90%を超えている。特設サイトは、受け皿になりにくい上、手間も増えるので設置はしない方が良い。

→普段から楽天で買い物をしている人は、登録済みの住所や支払い情報をそのまま使えるため、ふるさと納税も手続きが簡単な楽天を通して行う傾向がある。

・制度には、確定申告が不要となる「ワンストップ特例制度」があるが、適用は寄附先が5自治体までに限られる。そのため、利用者は5つの自治体に寄附を分けたいと考える傾向があり、1件の寄附の際にも同じ自治体からもう1品選ぶケースが多い。“ついでに選ばれる”返礼品を用意し、人気の高い品をさらに伸ばすことが重要。

◇返礼品の人気御三家をラインナップに登場させるべし

過去は、「肉」「米」「カニ」が人気返礼品だったが、ここ数年は、「魚介類(水産加工品)」「肉(肉加工品)」「フルーツ」に定着しつつある。



◆地場産品が無いなら創ろう！

企業と地方をつなぎ、新しい仕組み『#ふるさと納税3.0』→補助金の原資を【クラウドファンディング】型のふるさと納税で調達

資源の少なかった泉佐野市が新たな地場産品を作るために設けた補助金制度。初年度 2020 年は、9 プロジェクトを立ち上げ、新たな返礼品を多く生み出し 5.5 億円の寄附を集めた。また、5 年間でのべ 106 件のプロジェクトを立ち上げ、総額 186 億円が寄せられた。

2つの補助金:いずれも補助率最大 100%・補助上限額無し

①地場産品創出支援事業補助金-新たふるさと納税に参加する市外事業者の企業誘致/新たな特産品を創る市内事業者を支援

【よなよなビアライズが 2026 年夏 Open 予定】...補助金は最大 35 億円の予定

企業と地方をつなぎ、あたらしい仕組み。
#ふるさと納税 3.0
ふるさと納税型クラウドファンディング

プロジェクト一覧

泉佐野市の実施プロジェクト一覧
泉佐野市が実施しているクラウドファンディング

「ヤッホーブルーイング大阪醸造所 よなよなビアライズ」創出プロジェクト
クラフトビールを楽しめるエンターテインメント性を兼ね備えた体感型ブルワリーがつついに着工！

事業化決定！
さらに募集中！

現在の寄附金額：
1,437,601,000円
(目標金額：300,000,000円)
47%

〇 終了まで：あと166日
期間：2025年04月01日～2026年03月31日

〇 支援件数：80,605

応募購入する

※本プロジェクトはふるさと納税型クラウドファンディングになりますので、税務関係の対応はご自身で行ってください。

〇 応援寄附する

②中小企業者支援事業補助金-市内事業者のふるさと納税参加に伴う設備投資等の支援/既存のふるさと納税事業者の事業拡大や設備投資等の支援

補助金を獲得するためには、事業者はクラファンで多くの寄附を集め、目標額に達する必要があるため、返礼品がおのずと魅力的(お得)なものになる。

Q:リピーターの割合は？

A:60%ほど。

Q:寄附金の使い道は？

A:24 のコースを設定していて、11 の基金を設置している。必要があれば、増やしていく考え。

Q:制度に対する市民の意識は？

A:寄附金を市民生活に大いに活用しているので、目に見えて市民サービスが向上している。そのため、取り組みへの理解がされている。

Q:返礼品開発における失敗はあったか

A:絶対に選ばれると思って開発したものが全く人気が出なかったなど、失敗はたくさんした。ただ、とにかく動いてチャレンジし続けている。

Q:プロモーションの予算規模は？

A:寄附額の約 1%。費用対効果の測定は、プロモーションを委託している広告代理店から、レポート

	<p>を受けている。</p> <p>Q:職員体制は？</p> <p>A:11人(正規:9人、任期付:2人)</p>
<p style="writing-mode: vertical-rl;">感想・市政に活かせること</p>	<p>上田市において活かすべき視点</p> <p>① 全国トレンドに合った返礼品ラインナップの強化</p> <p>現在、上田市のフルーツ系返礼品は「りんご」1件、「シャインマスカット」7件と少数であるが、全国的にフルーツの人気は高く、寄附を伸ばす有望分野である。地域内事業者との連携を深め、旬や品種の多様化、加工品展開などを進めることで、訴求力を高めるべきである。</p> <p>② 4大ポータルサイトの重点的な運用強化</p> <p>寄附の約9割が「楽天ふるさと納税(695件)」「さとふる」「ふるさとチョイス(919件)」「ふるなび(922件)」の4サイト経由で行われている。特に「さとふる」への掲載数が165件と他サイトと比べて著しく少ないため、返礼品数の拡充とサイトごとの見せ方(画像・説明文など)の最適化を図ることが必要。</p> <p>③ 中間管理業者の戦略的活用</p> <p>職員が兼務で体制が不十分な上田市にとって、業務を委託している中間管理業者に、特に4大サイトに集中的に販促・運用を行ってもらうことが効果的。他自治体の成功事例を積極的に参考とし、確実に成果を上げる仕組みを整えることが望ましい。</p> <p>④ “ついでに選ばれる”返礼品の開発と人気商品の育成</p> <p>ワンストップ特例制度により、寄附者は5自治体までに寄附先を絞る傾向がある。そのため、1つの自治体で複数品を選びたいような返礼品設計が重要である。人気商品のシリーズ化や、セット商品、数量限定企画などを展開し、寄附単価とリピート率の向上を図るべき。</p> <p>⑤ 恵まれた地場資源を活かし、挑戦を止めない姿勢の維持</p> <p>寄附受入が多い自治体であっても、常に新しい仕組みや返礼品開発に挑戦し続けている。上田市は、農産物・観光・産業など多様な地場資源に恵まれている地域であるからこそ、現状に満足せず、地域の強みを磨き上げ、挑戦を重ねていくことが求められる。ふるさと納税を通じて、上田ブランドの価値をさらに高めていく姿勢が重要。</p> 

