

銚子市ふるさと納税推進ビジョン

(令和4年11月24日)

第1部 銚子市のふるさと納税制度

1. 大きな伸び代がある！

関東の最東端に位置する銚子市は、利根川と太平洋に囲まれ、水揚げ量11年連続日本一の漁業、キャベツ・大根をはじめとする農業、醤油醸造業、缶詰や干物などの水産加工業がバランスよく発展してきました。新鮮な食材や特産品が豊富で、多くの観光客が訪れる魅力に満ちたまちです。

ふるさと納税制度による寄附金の受け入れは、平成20年9月にスタートし、平成27年から1億円を超える寄附金額を受け入れています。令和3年のふるさと納税寄附額ランキングで銚子市は千葉県内54市町村中13位でした。寄附額は令和2年に3億円を超えましたが、令和3年は2億8849万円に減少しています。

同じ「魚のまち」である静岡県焼津市は64億8千万円、県内の勝浦市は23億6千万円の寄附額があり、銚子市はまだまだ大きな伸び代があります。銚子市のふるさと納税に参入いただいている返礼品事業者は96事業者、返礼品総数は615品ですが、更なる参入を働きかけていく必要があります。

ふるさと納税寄附金は、厳しい銚子市の財政状況で新たな政策に当てることができる貴重な自主財源であり、増額・強化に全力を傾注してまいります。

【ふるさと納税の効果】

- ①貴重な自主財源による子育て支援や市民サービスの向上
- ②魅力的な返礼品による銚子ファンの創出
- ③ふるさと納税を通じた効果的な情報発信、知名度向上
- ④販路拡大による市内事業者の生産・販売意欲の向上
- ⑤ふるさと納税を通じた交流人口・関係人口の増加

2. 変化する寄附者の傾向

近年の傾向として、寄附者自らが自治体を選択して寄附するケースは少なく、インターネット上のポータルサイトから好きな返礼品を選ぶケースが主流になっています。高額な返礼品から順に検索したり、同じ返礼品について数量や金額を比較し、コストパフォーマンスに優れたものを選択する傾向が強まっています。

3. ふるさと納税寄附金の使いみち

銚子市にこれまでに寄せられたふるさと納税寄附金は、がんばれ銚子ふるさと応援基金および銚子電気鉄道応援基金に積み立て、これを財源として元気創造、やさしいまちづくり推進、ひとづくり応援、銚子電鉄の運行継続などの事業を実施してきました。子どものインフルエンザ予防接種、特定不妊治療費助成、交通安全対策、地方バス路線運行維持、

銚子ジオパークの推進、企業立地の促進などに活用してまいりました。

第2部 めざすべき将来像

1. 寄附額の目標設定

寄附額を増加させるためには、魅力的な返礼品を企画・開発し、発信し、多くの寄附者に銚子市の返礼品を選択していただくことが重要です。新たな事業者の参入も必要です。ふるさと納税制度の推進体制の拡充と、手続きの効率化、合理的運用も進めていかなければなりません。

まずは、令和7年までに寄附額10億円を達成することを目標とし、様々なアプローチを展開します。

2. 子どものための施策の充実を進める

将来に向かって安定的な自主財源を確保し、市民サービスの拡充を図るためにも、ふるさと納税の強化が求められます。特に銚子市の大きな課題は、人口減少、特に若年人口の減少です。課題解決には子育て世代の定住が必要です。

銚子市総合計画では、銚子市がめざす10年後の子育て支援の姿を「整備された子育て環境の下で、地域に見守られながら、安心して子どもを産み育てることができるまち」としています。

今後は本ビジョンを踏まえ、新たに「銚子市子ども未来基金」を設置し、ふるさと納税寄附金からの積み立て財源を学校給食費の負担軽減など、市民が安心して子どもを産み育てることができる「子育てのまちづくり事業」に充当してまいります。

3. 地域経済を活性化、雇用を生み出す効果

寄附額の増加は、返礼品事業者の売り上げ増加、販路拡大、地域経済の活性化につながります。事業拡大による雇用創出、若者などの就労機会の拡大が期待できます。

第3部 ビジョンを推進するための取り組み

1. 寄附額を増やす取り組み

○効果的なPR

ふるさと納税のPRには、国の一定の規制があります。不特定多数に向けた自治体の宣伝が禁じられていることから、銚子市では、ふるさと納税専用のSNSアカウントを開設し、市のアカウントをフォローしていただいた方に、ふるさと納税情報を発信しています。寄附金活用事業や人気返礼品を紹介し、新規返礼品や季節のおすすめ返礼品をお知らせし、効果的なPRを行っています。

今後は観光プロモーション事業と連携し、銚子市のふるさと納税返礼品を紹介してまいります。観光イベントや物産展、観光プロモーション活動などにより、積極的なPRを行っています。

○高額返礼品の強化

銚子市の返礼品は、1万円程度の返礼品が豊富にあります。一方で寄附者は控除可能額に応じて高額な返礼品から選択する傾向が強いことから、2万円から20万円の高額返礼品を用意し、お得感や高級感のある返礼品を追加し、高額寄附者のニーズに応じてまいります。

一尾まるごとの生マグロや銚子電鉄貸切運行など、銚子らしい返礼品が話題を集めています。注目を集める返礼品をさらに開発します。受注数の多い売れ筋商品も拡充し、寄附額の増加につなげてまいります。

○地元高等学校や大学との協働による返礼品の企画

銚子商業高校は地元企業との協働により数多くのヒット商品を生み出してきました。アイデアに富んだ高校生の企画商品は、多くの寄附者の興味を集めます。千葉科学大学とも連携し、若者目線で返礼品を企画・開発していただき、新たなヒット商品を生み出してまいります。

2. ふるさと納税を推進する体制の整備

○返礼品事業者の拡大とサポート体制の充実

繁忙や人員不足により、返礼品の提供に踏み出せない事業者も多くあります。ふるさと納税制度を周知し、事業者をサポートすることにより、新規参入を働きかけてまいります。

参入した事業者にも、パソコン操作が不慣れであったり、発送業務に手が回らないケースも見られます。意見交換会や交流会を開催し、事業者の意欲を高めてまいります。

○人気ポータルサイトでの取り扱い

人気の高いポータルサイトで返礼品を取り扱うことにより、寄附額の増大を図ります。いかに人気ポータルサイトへ返礼品を掲載できるかが重要です。人気ポータルサイトの取り扱い件数を増やし寄附額の増大に結び付けてまいります。

○中間事業者の絞り込みによる返礼品事業者の利便性向上

銚子市のふるさと納税は、4つのポータルサイトを3つの中間事業者が取り扱っています。返礼品事業者はこれらの中間事業者を経由して受注の連絡を受け発送をしていますが、各中間事業者から別々に受注が入ってくるため、対応が煩雑になる傾向があります。

中間事業者を絞り込み、効果的な運用を図ることによって、返礼品事業者の手続きの簡素化と利便性の向上を図ることが期待できます。効果や課題を検証しながら、返礼品事業者が運用しやすい推進体制の構築を図ってまいります。

○推進体制の強化

寄附額の増加に合わせ組織や体制を強化する必要があります。ふるさと納税の寄附額

に占める経費の割合（50%以下）を考慮しながら、体制づくりを進めます。

○地域商社の活用と雇用の拡大

ふるさと納税を取り扱う地域商社が各地で設立されています。地域商社が返礼品事業者を取りまとめ受注と発送を一括で管理したり、中間事業者の役割を担うケースも見られます。地場製品の販路拡大にもつながり、地域商社の業務拡大とともに地元での新たな雇用が生まれることが期待されます。

民間主体で地域商社の設立も視野に入れながら、公民連携によるふるさと納税の拡充をめざしてまいります。