

令和7年2月28日

嬉野市議会
議長 辻 浩一 様

総務企画常任委員会
委員長 山口 卓也

総務企画常任委員会報告書

令和6年第4回嬉野市議会定例会において付託された下記事件の調査結果を、嬉野市議会会議規則第107条の規定により報告する。

付託事件名「ふるさと納税等について」

調査理由

ふるさと納税は、地場産業の振興や雇用の確保など地方経済に大きく貢献する制度であることから、昨今のふるさと納税の傾向や実際の現場の状況・意見等を把握するために、本市のふるさと納税運営業務を委託する企業を訪問し調査を行った。

調査概要 企業訪問「ふるさと納税等について」

【調査日】令和7年1月16日

【調査場所】長崎県東彼杵郡波佐見町折敷瀬郷961番地12F
(株) スチームシップ 波佐見ポルテ

【対応者】代表取締役 社長 藤山 雷太 氏
地域ディレクション部ディレクター 川崎 裕貴 氏
地域ディレクション部ディレクター 古賀 雅章 氏

1 会社概要について

- (1) 2017年4月に佐賀県有田町で創業。本社は波佐見町、本店は有田町、その他、全国各地に18事業所の拠点があり、今後も新たな事業所を開設される計画である。
- (2) 地域密着型ふるさと納税支援を行う会社であり、2024年現在は56の自治体のふるさと納税業務を受託している。支援業務を担当する自治体の寄附総額は2024年で338億円程である。
- (3) ふるさと納税制度を通じて「地域が積極的に選ばれる社会をつくる」こ

とを目標とし、地方に若者が働く場を創出することでU I J ターンのきっかけをつくること、地域経済の循環を目指すことも企業理念として持たれている。

2 雇用状況について

- (1) 2017年に3名からスタートし、2024年末では社員数は314名と増え続けている。平均年齢は32歳と若く、女性が7割、デザイナーやエンジニアなど多様な人材が活躍されている。人材育成という視点も大切にされている。
- (2) 近隣の各事業所の雇用者数は、波佐見36名、有田26名、佐賀23名、吉野ケ里21名、2025年秋に白石にも開設予定である。
- (3) 佐賀県成長企業ランキング1位を獲得されており、求人エントリー数も4,000名を超す状況になっている。地方で若者がイキイキと働ける場の創出を実現されている。

3 ふるさと納税の傾向等について

- (1) ふるさと納税サイトは大きく4つのサイトがあり、シェアとしては「楽天」が約40%、「ふるさとチョイス」が約20%、「さとふる」が約20%、「ふるなび」が11%、それ以外は「ANA」など様々あるがそれぞれ1%程度である。「Amazon」が令和6年12月に参入しており、現在は未知数であるがシェア拡大の可能性も考えられる。
- (2) ランキング上位の返礼品は、時期などにより変動し、担当者は逐一確認されている。その時その時に注目されている返礼品を企画するなど、変化に応じた瞬発力・対応力が求められているとのことであった。
- (3) 寄附者の方は、返礼品に着目されることはもちろんではあるが、寄附したお金がどのように使われているかについても重視される。そのため、返礼品だけでなく、地元のために寄附金をいかに有効に使わせてもらっているかを広報することも、非常に重要になっているとのことであった。

4 嬉野市のふるさと納税業務への支援状況と改善点等について

- (1) 元々、嬉野市は「さとふる」からの寄附受入割合が9割以上であったが、「さとふる」は、ふるさと納税マーケットのシェア2割となっているため伸びしろが限定的であった。スチームシップでは、「楽天」「ふるさとチョイス」

「ふるなび」のサイトに係る業務を担っていただいております、4年目に突入している。現在は「さとふる」からの寄附額を超えた額となっている。

- (2) 嬉野市は、レビュー評価が全国的にも高い。リピーターの確保に重点を置いておられ、クレームの電話対応などについても丁寧な対応を心掛けられている。低評価を受けた内容については、1件1件の詳細を把握されている状況であった。
- (3) 佐賀牛は、県内の共通返礼品となっている。年末に県内他自治体が市内の事業者から佐賀牛を多量に仕入れたことにより、嬉野市の佐賀牛の返礼品の発送が遅れたことで、寄附者からクレームを受けた事例もあったとのことである。
- (4) 返礼品を送付する際に、嬉野市を訪れた際に粗品と交換できる引換券を事業者が同封することは可能とのことであるが、その場合でも粗品も含めた返礼品経費率（ふるさと納税寄附総額の3割以下）に、収める必要があるのではないかとのことであった。
- (5) 嬉野市独自のふるさと納税の冊子「HOT URESHINO」を毎年作成して頂いている。返礼品のみならず、寄附金の使い道、嬉野市の風景や地場産品の写真や観光案内なども掲載されている。また、ホットな情報を独自取材されており嬉野市のPRにも活用できる。
- (6) お茶に関する返礼品が少ないと感じられていて、返礼品を通じて嬉野市のPRにも繋がることも考えられるので、お茶の産地としてはもったいないとのことであった。
- (7) コラボ返礼品（例えば、茶と湯呑のセット）は可能であるが、誰が配送するかといった点で手間がかかる。そこを解決することができれば返礼品のメニューとして開発することも可能であるとのことであった。

5 ふるさと納税制度への改善要望等について

- (1) 返礼品発送にかかる送料について、経費算入（ふるさと納税の募集に要する費用は寄附総額の5割以下としなければならない）するにあたっては、地域による傾斜をつけたたり、或いは、経費項目の別枠として定めるなどした方が公平であるとのことご意見であった。その理由としては、寄附者は関東に集中しているとのことであり、関東に近い自治体は送料があまりかからないので、地方からすると不利な状況になっているとのことであった。
- (2) 旅行代理店が各自治体のふるさと納税支援業務を実施されているが、返礼品として旅行代理店が発行する旅行券を出されており、支援業務を行う事業者として圧倒的に有利であり、支援事業者としてはシェア1位であり50

0を超える自治体から受託を受けている状況であるとのことであった。

委員会の意見

訪問させていただいたスチームシップ本社は、リノベーションされたお洒落な雰囲気のオフィスで、若い従業員の方々がラフな格好で自然体で働かれており、明るくイキイキとした印象を受けた。創業からこれまでに急成長を果たされているが、それを支える成長戦略とバイタリティ、土台となる企業理念に裏付けされた成長だと感じられた。地方で若者の働く場を創出し、地方経済を活性化させるという地方創生において最も重要な視点を企業理念として掲げられ、体現されていることに感服するところである。

嬉野市のふるさと納税支援業務に関しては、返礼品の企画や寄附者への誠意ある態度での対応などをして頂いているが、民間事業者の魅力的な独創的なアイデアや見せ方、行き届いたサービスを發揮して頂くことで、本市の寄附額の確保に大いに貢献して頂いていると感じられた。独自に作成して頂いている冊子「HOT URESHINO」については、返礼品の紹介に留まらず、嬉野市の広報誌としての効果もあり、ふるさと納税を通じた嬉野市のプロモーションにも繋がっていると感じられた。お茶に関する返礼品が少ない点を、産地としてもったいないと指摘されたが、嬉野市のプロモーションにも繋がるという視点も持ちながら、充実した返礼品のメニューを今後も検討していく必要がある。

ふるさと納税制度に対する改善要望として、返礼品の送料の取扱いやふるさと納税支援業務を行う旅行会社が発行する旅行券の取扱いについて問題提起していただいたが、地方の活性化というふるさと納税の趣旨を鑑みると、是正を求める必要があると同感したところである。

最後に、ふるさと納税は、地方自治体の財政上、自由度が高く重要な制度であることはもちろんであるが、今回の企業訪問を通じて、地場産業の振興と雇用の確保という地方活性化の原点に通ずる非常に重要な制度であると再認識することができた。東京一極集中の弊害として少子化の加速、地方における人口減少が進んでしまっているが、その打開策の一つとしてふるさと納税の持続的な発展こそが、今後の日本社会には不可欠であると強く感じるところである。