

令和7年2月28日

中標津町議会議長 後 藤 一 男 様

中標津町議会議員 武 田 開 人

研 修 報 告 書

以下の視察（研修）について、次のとおり報告します。

- 1 視察名 総務経済常任委員会道内視察
- 2 視察先 中札内村役場
- 3 視察日 令和7年2月3日（月）
- 4 視察事項 ふるさと納税
- 5 成果（具体的に）

・中札内村のふるさと納税について

中札内村は人口約3,800人の村ですが、ふるさと納税額が過去に12億円を突破したこともあり、その後も多額の寄附を集めています。また、内陸に位置し豚肉や乳製品、お菓子の返礼品が人気という点で中標津町においても参考にできることが多い自治体と感じました。

・ふるさと納税クラウドファンディングについて

ふるさと納税クラウドファンディングは自治体が抱える問題解決のため、寄附金の使い道をより具体的にプロジェクト化し、共感した人から寄附を募る仕組みです。中札内村ではこの制度を活用して事業拡大や企業誘致に積極的に取り組んでおり、実際に燻製施設やスパ施設の整備することで交流人口の増加にも寄与しているとのことでした。中標津町においては魅力ある返礼品の開発に苦慮している中、返礼品目的ではないその地域のファンを増やすことができる点で、今後取入れるべき制度だと感じました。



中札内村役場議場にて委員長のあいさつ

4 視察事項 地域おこし協力隊インターン制度

5 成果（具体的に）

・地域おこし協力隊インターン制度について

中札内村では関係人口の増加及びUターン等の促進を目的に令和4年度より地域おこし協力隊のインターン制度を活用していますが、この制度は通常1年から3年の地域おこし協力隊に対し、任期を2週間から3か月とすることで地域おこし協力隊の活動や、その地域についてより気軽に体験する機会を設けるものです。

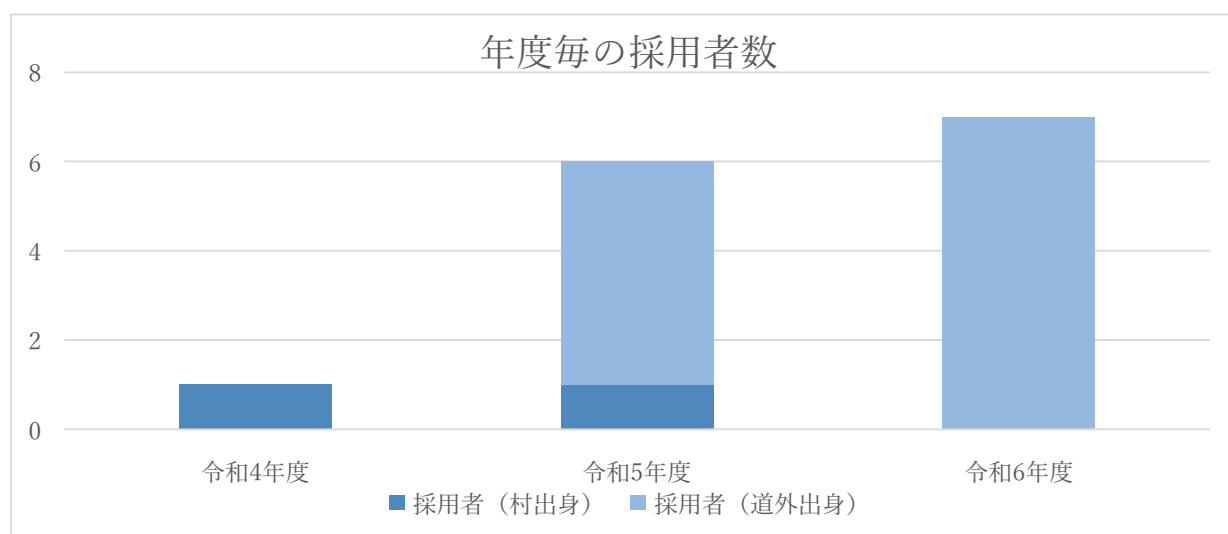


表 毎年度の採用者数

・中札内村の取組みと実績

令和4年度の制度利用開始時には応募者が1名だったのに対し、令和5年度からは広く募集を行うため、「全課にPRを依頼」「サイトの募集ページを工夫する」「SNSでの情報発信頻度を増やす」等の取組みによって令和6年度には応募者が9名、採用者が7名と人数が大きく増加していました。また制度の利用には住所地と自治体の地域要件がありますが、中札内村では条件によってはこの地域要件以外の地域からのインターンも受け入れており、さらに期間を6か月に延長することも可能とするなど応募者に応じた対応を準備しており、その経費については特別交付税を適用できないものは村独自に負担しているとのことでした。また募集時には勤務内容を定めておらず、応募者の希望をヒアリングして民間も含めた勤務先を個別に設定することで、「中札内村を知ってもらう」「村での暮らしを体験してもらう」という目的に沿った応募者を多く採用出来ているようです。これらの取組みによって多くの人が村を知るきっかけになったと思われます。

同様の充実した取組みを中標津町でも実施して、関係人口の増加や町の知名度向上につなげる必要があると感じました。

- 2 視察先 芽室町役場（Zoom）
- 3 視察日 令和7年2月4日（火）
- 4 視察事項 ふるさと納税
- 5 成果（具体的に）

- ・オンライン視察となった経緯

令和7年2月4日に予定していた芽室町役場での視察研修については十勝地方が記録的な大雪で宿泊先から移動できなくなったため、オンラインでホテルと芽室町役場をつなぎ資料を基にご説明頂く研修となりました。

- ・芽室町のふるさと納税について

芽室町のふるさと納税額は令和6年度に6億円を超える見込みで、令和3年度以降に一度も減少することなく増加している点も特徴的です。人気の返礼品はトウモロコシとその加工品で、これは海のない中標津町にとっても勇気を持てるような内容でした。

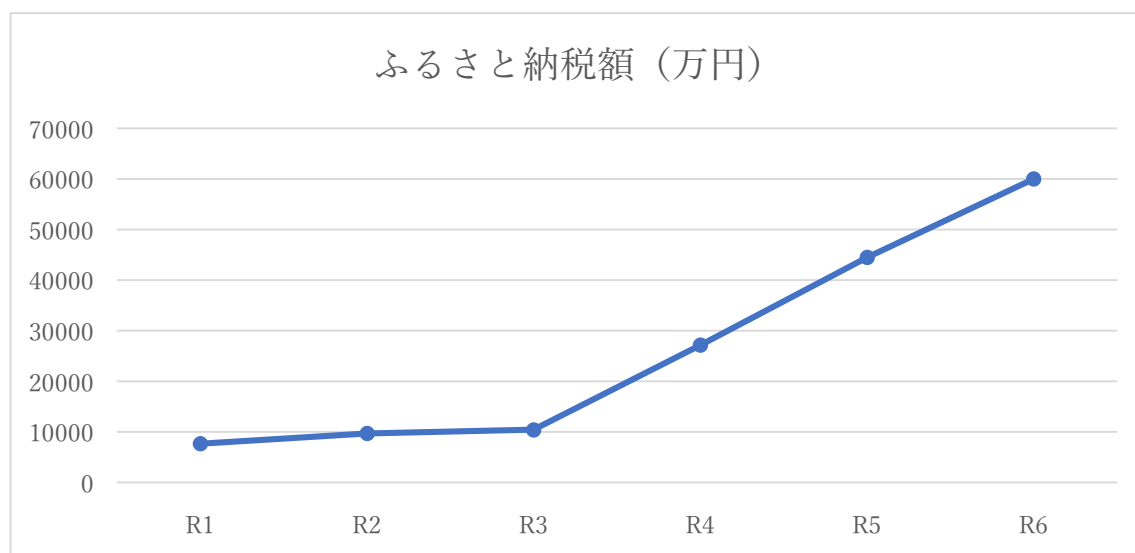


表 年度毎のふるさと納税額推移

- ・寄附額を増やした取組み

芽室町ではふるさと納税額を増やすために【7項目の取組み】としてその成果を分析されていました。その中で代表的な取組みは以下の通りです。

「1. 中間事業者、観光物産協会、返礼品事業者の連携」

新規事業者の開拓や交渉のため、目標と戦略の共有を目的とした「ふるさと納税定例会」を毎月開催し、返礼品として取り扱いたい商品や事業者をリストアップし交渉等に当たられていました。また「事業者会議」を開催し、各返礼品提供事業者と情報共有や意見交換を行うことで、事業者と信頼関係構築を図られていました。事業者会議の中では各事業者間の連携により、コラボ返礼品の開発にもつながったとのことでした。

「2. 強力な広告と継続した魅力発信」

広告では生産者や役場職員の顔を出し、寄附者に信頼や親近感を与えられるようにしているとのこと。また広告については各種検索連動型広告やマンションサインージ広告など積極的な広告を活用し認知度向上につながっているようでした。これは中標津町においてもすぐに検討する価値がある方法だと思います。

- ・ふるさと納税寄附の使い道について

芽室町では過去3年の使い道として1. 農業・商工業振興、2. 使途の希望無し、3. 子育て支援・青少年健全育成となっており、これは募集サイトの掲載順が影響しているのではないかと考察されていました。中標津町でも募集サイト1番目の使い道が一番指定されている状況なので、今後使い道の項目を見直す際には募集サイトの掲載順も意識的に設定する必要があると思います。

4 視察事項 地域活性化起業人

5 成果（具体的に）

- ・地域活性化起業人制度について

地域活性化起業人制度は三大都市圏の企業と地方圏の自治体が協定書に基づき社員を地方自治体に派遣する制度で、給料等の経費は560万円/年まで国の支援が受けられる制度です。

- ・制度活用状況

芽室町では株式会社ぐるなびと連携し「食」のエキスパートを派遣採用されました。この起業人の活躍もあり首都圏のレストラン14店舗で芽室町ブランドの食材を使ったコース料理など提供し、芽室町のブランド力向上を図っていました。またこのコースの食事券をふるさと納税の返礼品とすることで多くの寄附を見込んでおり、見習うべき取り組みであると感じました。

2 視察先 弟子屈町役場

3 視察日 令和7年2月5日（水）

4 視察事項 ふるさと納税

5 成果（具体的に）

- ・弟子屈町に視察を依頼した背景

弟子屈町は道東に位置し、内陸という環境も中標津町と似ている一方で令和5度のふるさと納税寄附金額が70億円を超えているのに対し、同年の中標津町では約1.1億円に留まっています。このような状況から中標津町におけるふるさと納税金額を増やす取り組みを研究するため、弟子屈町にて視察を行ってきました。



副委員長のあいさつ



弟子屈町役場前にて

- ・ 弟子屈町の返礼品について

弟子屈町における人気の返礼品はカニで、人気上位 10 品目の内 7 品がカニ製品です。これは弟子屈町内にある水産加工会社の返礼品で、今後中標津町においても新規返礼品事業者の確保や、既存の事業者への新規返礼品開発などにつながるよう提案していきたいと思います。

- ・ 弟子屈町がふるさと納税額を増加させるため実施した取組み

弟子屈町ではふるさと納税額を増やすために様々な取組みを行われていましたが、代表的な取組みには以下のようなものがありました。

「1. 掲載サイト、広告を増やす取組み」

現在掲載サイト数は 20 あり、ポータルサイト内の広告のほかに検索連動型広告を活用することで、インターネットユーザーの目に触れる機会を増やすことでふるさと納税も増加してきたとのことです。

「2. 発送の工夫」

返礼品の発送については発送期間や作業手間の観点から第三セクターに委託しているとのことでした。また一部の返礼品については白糠の倉庫から発送する事で弟子屈町から発送するよりも納期を短縮につなげています。これらの工夫などによって募集サイト上で 1 か月程度となっている発送時期が実際には 1 週間程度で発送できており、寄附申込者の満足度アップにも寄与している可能性があり、中標津町でも返礼品の発送について工夫していく余地があると感じました。

- ・ ふるさと納税寄附の使い道について

弟子屈町ではふるさと納税の寄附を主として 7 つの事業に充当しています。特に高校生を対象とした公設民営塾は多くの高校生が受講しており、町民から支持されていることが伺えました。中標津町においても寄附の使い道については今後見直しの予定があるとのことなので、町民に還元できるような使い道を提案していきたいと思います。