

## 『ふるさと納税事業等を通じた自立した持続可能な地域づくり』概要

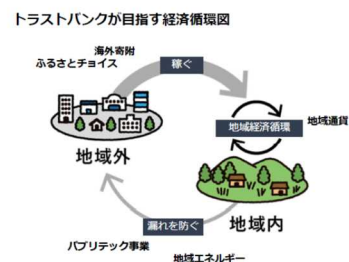
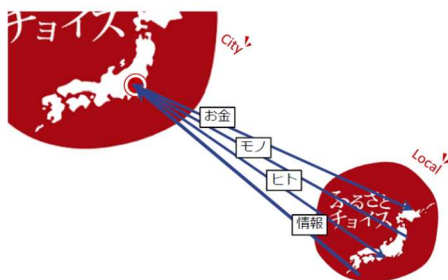
講師 須永 珠代 氏  
(株式会社トラストバンク会長 兼 ファウンダー)

講演の前に、日本にとって大事な水資源を、どのような形であれ、皆さんに守ってもらっていることに感謝します。ありがとうございます。そのおかげで私たちが生活できることを、いつもありがたいと思っています。

さて、私はふるさと納税の事業を通じて、いろいろな地域に行きました。47都道府県はもちろんのこと、市町村の数でいっても、1000近くの自治体を回っていますが、自治体に行った際、初めに聞くことがあります。それは今、何が一番困っているかです。そして、その一番困っていることに対して、ふるさと納税がどのように活用できるかを伝え続けています。

初めに、私は、ふるさと納税は強力なマーケティングツールであると伝え続けています。お礼の品をもらえるというイメージが強いと思いますが、それはメリットの一つでしかなく、その先にある強力なマーケティングツールと思っています。さらに言うと、資金調達手段であるとも考えています。

よく地域に行くと、あなたが言っていることはお金があるからできることで、何々市はできるかもしれませんが、ここのような小さな町は予算がないからできないと、皆さん、お金の話をしてお金がないからできないと言うことがほとんどです。そして、国がしてくれない、自治体がしてくれないと言います。もちろん、いろいろな人の協力は何をやるにしても大事です。しかし、私自身も資本金50万円から始めて、信用力がなく、借入れもできずにここまで来ました。ですので、お金がないからできない、人がいないからできない言うのではなく、皆さんには勇気を持ってほしいと思います。



弊社のミッションは『ICTで地域とシニアを元気にする』ことです。どのように元気にするのが大事です。私自身は経営に大事な四つの要素として、『ヒト・モノ・お金・情報』を選びました。ここでいう経営は、地域が経営していくことも含まれます。この『ヒト・モノ・お金・情報』の四つが循環していれば、地域が自立して持続可能になると考えています。

そこで、この『ヒト・モノ・お金・情報』が循環している状態をつくろうと考えたときに、日本だけではなく、世界中の都市化している国は全てそうですが、首都圏にお金が集まり過ぎています。そのお金の一部でいいので地域に回します。そして、物資は地域に頼っています。まさに皆さんが行われている活動の水源もそうです。人も首都圏に集まり過ぎています。それを少しでいいので循環するようにできないかを考えました。

また、これほどインターネットが隅々まで浸透しているにもかかわらず、情報が循環していません。情報の違いを非常に感じました。この情報は、地域はなかなか発信せず、必要な情報は届いていません。このような状態の中で、この『ヒト・モノ・お金・情報』を循環させようと思ったときに、最初に見つけたのがふるさと納税です。ふるさと納税であれば、『ヒト・モノ・お金・情報』が循環すると思いました。これは地域に寄与する素晴らしいツールになると感じ、10年前にふるさとチョイスという事業を立ち上げました。

今回の水資源はふるさと納税に関係ないように思えますが、皆さんがこれからしたいことや、これから変えなければいけないことについて、活用するツールとして、最強のツールだと思っています。そのようなことをこれから紹介します。

地域を自立した持続可能な状態にするために、分かりやすい例はお金でしょう。現在は地域以外から入ってくるお金が少なく、出ていくお金が多いのが現状です。これはお金だけではなく、お金が出ていくと、産業が衰退し、産業がなくなります。そうすると産業を求めて、人が出ていきます。このような流れができています。それを少しでも復元することが弊社の進める取組です。

弊社はいろいろな事業をしていますが、ふるさと納税のふるさとチョイスは地域外から地域内にかせぐこともそうですが、海外からの寄付も受け入れています。これもどのように知ったかは分かりませんが、九州豪雨で大きな被害があったときに、ふるさとチョイスを通じて、自治体に寄付をしたいという声が、いろいろな国からいろいろな言語で問い合わせがありました。そのような窓口がないことに気付き、その2日後には海外からの寄付の受け入れの窓口を作り、受け入れを開始しました。現在では、契約している1600以上の自治体は全て、海外の寄付の受け入れができるようになっています。先日も奄美の徳之島に台湾から寄付がありました。昔、徳之島の方に世話になったからだそうです。そのような形で、地域外とは国内だけではなく、海外も含まれます。そして、域内循環が非常に大事だと思い、地域通貨事業を始めました。

そして、漏れを防ぐについてです。ここもインターネットもしかり、物流もしかり、いろいろなものの行き来が便利になりました。しかし、そのために出ていくものも大きくなりました。これはいろいろなものが地方から首都圏に吸い寄せられている原因でもあります。新幹線もできたときは、東京や首都圏に近づくのでいいのではという話でしたが、実際は帰りやすくなるため、首都圏に人が出ていってしまいました。メリットとデメリットの両方あり、それがいい、悪いと言いたいわけではなく、それが出過ぎていることが地域に人がいなくなる原因です。ですので、漏れを防ぐという意味で、エネルギーの地産地消としての地域エネ

ルギー事業や、テクノロジーを使ったパブリック事業などを行っています。

ふるさとチョイスのサービス



では、皆さんが抱えている課題や、逆に課題解決もそうですが、どのように魅力発信をしていくかを、事例を見ながら、皆さんは想像力を膨らませて聞いてください。ふるさと納税は大きく三つのサービスに分かれます。一つは皆さんもよく知っている返礼品がもらえるものです。これは地場産業の発展につながります。2つ目は、私がきょう一番、皆さんに伝えたいもので、課題解決の資金調達です。弊社では自治体が主体となって行う資金調達ですので、ガバメントクラウドファンディングを名付けています。多くの方から少しずつお金を集め、大きな力にするというクラウドファンディングの手法です。長い名称ですので略してGCFと呼んでいます。そして、3つ目は、災害支援となります。

まず、一つ目のふるさとチョイス事業については知っている方も多いと思いますので、軽くお話しします。この事業によりいろいろな地域や地場産業も潤っています。しかし、これはツールの一つでしかなく、ふるさと納税だけをするにはやめたほうがいいと思っています。お礼の品を出している人はふるさと納税を活用して、地域のお客を開拓したり、マーケティングの窓口にしたり、また、ふるさと納税は基本的に卸ではなく売値で出せますので、利益が大きくなる場合が多いですので、その利益を活用し、次の設備投資や店舗拡大に投資してください。海外に進出した事業者や店舗数を増やした事業者もあります。ふるさと納税を事業拡大のツールとして、事業者や生産者に使ってもらいたいと思っています。

次は、皆さんに一番伝えたいガバメントクラウドファンディングです。

事例を紹介します。去年、奄美・沖縄が自然遺産登録されました。このときに奄美と沖縄の自然遺産登録された地域で、GCF を使って資金調達をしようと手を挙げてくれました。これは鹿児島県天城町、宇検村、龍郷町、瀬戸内町、奄美市、大和村、そして、沖縄県の竹富町、これらの市町村が皆でGCF を活用し、自然遺産登録をきっかけに資金調達をしようと立ち上げたプロジェクトです。

自然遺産登録は登録された後が大変です。自然環境を保護するための活動が必要で、資金が必要です。そのために、自然遺産にまつわる取り組みを行い、このように資金調達をしました。これは無事に達成率 105 パーセントで達成しました。

きょうは大勢の皆さんが集まったいい機会ですし、もう何年も活動をしているのでしよう。ふるさと納税は地域ごとや自治体ごとの取り組みですが、私はこのツールをそのように

は見ておらず、皆が同じ魅力発信に使いばいいと思っています。ですので、ガバメントクラウドファンディングという名前にしました。同じ課題を持っているのならば、そして、同じ魅力を持っているのであれば、皆で発信すればいいのです。そのような取組をしています。

次の事例は首里城です。火災に遭ったときに立ち上げたプロジェクトです。これもガバメントクラウドファンディングです。このときも世界中から首里城に寄付したいが窓口が分からないと問い合わせがたくさんありました。このときは急遽、英語と日本語で案内を載せ、寄付を引き受けました。これは数日で10億円近くが集まりました。これは災害で、どちらかという、ネガティブなプロジェクトでしたが、ポジティブなプロジェクトも可能だと思っています。

恐らく皆さんが住んでいる地域には素晴らしい自然があると思います。また、現在はコロナで観光も落ちこんでいますが、数年後に日常が戻ってきたときには観光資源の一つになるでしょう。そのときに観光客にその地域のファンになってもらい、継続的に寄付をしてもらったり、何かあったときには支援をしてもらったり、そのような関係人口をつくることのできるのではないのでしょうか。また、それは国内だけではありません。日本のことを大好きな方が大勢います。

そのような人たちの関係人口をつくる上でも、ふるさと納税の枠組みが入り口になりました。当然、外国の方が寄付しても控除は受けられません。本当にただの寄付で、お礼の品も送れません。それでも寄付してくれます。そのような関係をつくれますし、私自身も海外からの寄付にはお礼としてありがとうとしか言えません。例えば、10万円も寄付してくれた人にはおいしい水を送るなど、そのような関係性ができればいいという思いで、海外からの寄付も受け入れています。

先ほどのものはふるさとチョイスの日本語のサイトを英語併記しただけですが、どこの地域からも寄付できるサイトもあります。幾つかの国だけはセキュリティー上の問題から寄付できませんが、ほとんどの地域から寄付ができます。これは自治体を選んで寄付できますので、皆さんの水源地域のある自治体からの受け入れも可能です。また、例えば、水源の保全に役立ててほしいといったような、使い道の指定ができます。そこがふるさと納税のいいところです。この海外サイトは、使い道指定は今のところ、フリーにしていますが、後々、いろいろなバージョンで、使い道指定もできるようにしたいと思っています。

3つ目は、災害支援についてです。例えば、令和3年8月豪雨で、多数の自治体が被災しました。それらをまとめて皆で応援しようと、ホームページ上で自治体ごとの支援状況が一覧できるよう視覚化しました。実はまだまだマスメディアの力は大きく、災害時にマスメディアのカメラが入る自治体は、寄付が割と集まります。ボランティアも同じで、テレビで流れる自治体はボランティアも集まります。しかし、その隣の地域など、甚大な被害を受けているのに、テレビで流れないために寄付金は集まらず、ボランティアも集まらない現状を目の当たりにしました。

インターネット上であれば並列に見せることができるし、または寄付が集まっていない

自治体だけを目立たせることもできます。このように寄付を集めています。そのように経済循環を良くするため、そして、関係人口をつくるため、地域の経済状況を良くするためにいろいろな事業をしています。

ここからは、関係人口に特化した事業を紹介します。1点目は北海道上士幌町の事例です。全国には1778都道府県市町村がありますが、北海道にはその1割の179の市町村があります。その北海道に179ある市町村のうち、人口増している自治体は数自治体しかありません。そのうちの一つに躍り出たのが上士幌町です。私が市長や町長に生まれて初めて会ったのが上士幌町の町長でした。

10年前に東京で用事があるので会いたいと言われ、会いました。現在も同じ竹中町長で、その町長がふるさと納税を活用し、人口を増やすと言っていました。10年前に言っていたのです。私はそのとき、そのようなビジョンがあってこそ、ふるさと納税というツールを活用できるという話をしました。そして、ほとんどの地域が人口減になっている中、見事にその4年後頃に人口増を果たしています。上士幌町は10年前から人口増に対する構想を持ち、それを達成するためだけにふるさと納税を活用しました。ふるさと納税だけではありませんが、ただ、強力なツールであるふるさと納税を活用しただけです。

皆さんはふるさと納税について、お礼の品が魅力的なら寄付が集まるという考えを持っている方がほとんどだと思います。それも一つの側面であり、正しいです。ただ、上士幌町はそうではありませんでした。他の町と同じように、もちろん、お礼の品はもらえます。それだけではなく、上士幌町は10年前から人口を増やすためにふるさと納税を活用することを決め、そこだけ为目标に返礼品を用意し、タウンミーティングを行い、そして、認定こども園の10年間の無料化を実施しました。上士幌町に寄付した人は、本当は牛肉が欲しくて寄付したかもしれません。入り口はそれでいいと私は思っています。ただ、ふるさと納税は必ず使い道を選択します。そこで上士幌町の子どものために寄付をしますという使い道を選んで寄付してくれた人たちのお金を基金化し、その基金を使って、認定こども園を10年間無料にしました。

実はこの10年がポイントで、自治体は単年度で動きますので、1年の無料化はできますが、来年度はどうなるのかが分かりません。そうなったときに認定こども園に預けているお母さんたちはどう思うでしょう。来年どうなるかが分からなければ不安でしょう。しかし、この基金を使い、10年無料と宣言してくれることによって、安心して子どもを預けられ、さらに10年であれば、下の子ども無料で預けられるだろうから、上士幌町に行ってみようと思えます。そのため、移住者が非常に増えています。

そこでよくある質問として、隣町などからの移住などで、住民を取り合いしているのではありませんかと聞かれます。上士幌町もそこは首都圏から連れてくることにこだわっていました。近隣からの移住者も多いですが、かなりの割合で首都圏から移住者が来ています。そのように移住者を増やしています。それ以外にも、交流の場を持っています。多くの自治体でこれを真似して交流イベントを行います。上士幌町は全然違います。行くと分かりま

すが、ほとんどの自治体は試食会をして、お土産をもらい、良かったねと言って帰ります。

上士幌町は戦略的に行います。試食会はします。写真にはパネル等があり、相談している人もいますが、上士幌町全体を知ってもらうために、暮らし、教育、医療など、その町全体での取組を丸ごと体験できるような仕掛けがあります。そうすると、例えば、100人いた中の1人でも構いません。その1人が少しずつファンになり、上士幌町の暮らしをイメージさせ、移住体験施設を用意し、体験してもらい、ついには移住者になってもらいます。このような取組を地道に10年間行っています。ですから、移住者が増えています。

素晴らしい仕組みで、ここで上士幌町から来ている人がいます。これは80人ほど来ています。8000人ほどの人口ですので、1パーセントが来ています。それほど生産者から教育者から、移住体験をしているNPOの方から、いろいろな方が来て、上士幌町のいいところも悪いところも話しています。

次の事例は福井県越前町です。越前と言えばカニです。これも返礼品を送るだけではありません。冒頭に話したように、私は『ヒト・モノ・お金・情報』の全てを循環させたいのです。現在、ほとんどの場合はお金と返品品としてのモノだけの循環です。越前町では人に来てもらうために、電子感謝券というサービスをスタートしました。これもだいたい前から行っています。例えば、1万円を寄付すると3000円以下のお礼がもらえるのがふるさと納税の仕組みですが、電子感謝券は越前町に1万円寄付すると、3000ポイントの越前ポイントがもらえます。そのポイントを持って、越前町に行き、かに祭りで使えます。

コロナで開催できずにいましたが、去年は再開したようです。そこでポイントを使えます。これは越前町か、もしくは越前町に起因するものでしか使えないようになっています。これはかに祭りだけではなく、近くの定食屋などで、かに定食を食べるのにも使えます。そのように、モノだけの循環ではなく、ヒトの循環も促すために、電子感謝券というサービスを行っています。その電子感謝券はチェーン店などでは使えません。それは越前町に起因しないからです。あくまでも越前町にお金を落とすことを考えて始めたものですので、越前町でしか使えない仕組みを提供しました。

この電子感謝券を上手に活用しているのは西伊豆町です。スマートフォンで何ポイントかが分かるようになっています。これは旅ができます。例えば、西伊豆町に旅に行きます。そして、やぶ誠というそば屋でランチをして、この感謝券を使います。次はガラスキャンドルの体験で感謝券を使います。宿泊は堂ヶ島ニュー銀水という、夕日がきれいに見えるホテルに泊まります。

西伊豆町はサンセットコインという名称でしていますが、その西伊豆町サンセットコインを使って、感謝券で宿泊もできます。工作体験もできます。海鮮ランチも食べられます。そして、お土産も買えます。西伊豆町にお金が落ちる仕組みのものであれば、このふるさと納税でもらった西伊豆サンセットコインを西伊豆町の現場で使えます。西伊豆町の方が言っていたのは、漁師はふるさと納税で潤って、産業が活性化してきましたが、食堂などの経営者はそれほど恩恵を受けられませんでした。お土産屋や宿泊業です。しかし、この感謝券

を活用することによって、隅々までふるさと納税の恩恵が受けられ、好評だったそうです。経済循環のなかで、大手のチェーン店があるとどうしてもそこが強いです。電子感謝券はそのような大きいところではなく、本当に西伊豆町に寄与する経済の中にお金を落とします。

西伊豆町は本当に面白いことをしています。サンセットコインはユーヒという単位です。例えば1537ユーヒを持っていれば、1537円分として地域内で使えます。夕日の町なのでユーヒです。これはふるさと納税とは関係ない地域通貨の事業ですが、例えば、釣り好きの人が西伊豆町で釣りをしました。そして、釣った魚を地域通貨のユーヒで買い取ってもらいます。釣った魚を自分では食べきれないため、買い取ってもらう仕組みがあります。趣味で釣った魚を買い取ってくれる場所があります。そこで、釣った魚に1537円の価値が付き、スマートフォンで1573ユーヒがもらえます。その1537ユーヒで近くの飲食店で食事ができます。物々交換に近いでしょう。自分で釣った魚を地元で売り、また、地元にお金を落とす仕組みです。これは西伊豆町内でしか使えませんので、使い切って帰らなければと思うわけです。東京では使えません。このように地域内にお金とモノが落ちます。漁師が減ってきて、飲食店も仕入れが大変ですので、このように趣味で釣った魚も活躍してもらえます。このような取り組みもできます。

次の事例は大分県臼杵市です。臼杵市はファンファンフェスをしました。これもコロナ禍で、先ほどの上土幌町のように、皆さんを集めてのイベントができなくなりましたので、オンラインでフェスを開催しました。そうしたところ大盛況でした。うすきせんべいという伝統的なせんべいがあり、せんべいを作るキットがあります。そのキットをあらかじめ、寄付者に送っておきます。そして、オンラインで、うすきせんべいの社長が作り方を教えてくれて、それを皆で食べるという体験ができます。あとは実際に観光スポットなどもありますので、オンラインで臼杵市の職員が案内してくれます。インターネット上ですが、一生懸命、伝えてくれます。

これはふるさと納税で今まで寄付してくれた人や、臼杵市に来てくれた人にメールで知らせました。そうすると、非常に人気で、抽選でした。抽選で当たった人が参加できます。子どもたちも一緒に体験して、楽しんでいきます。観光スポットの案内も、皆さん、臼杵市に行きたくなったと言ってくれたようです。ここはフグがとてもおいしくて、しかも考えられないような安さで食べられます。旅行費を払っても、東京で食べるぐらいの金額です。フグを食べるためだけに旅行に来る人もいるほど、おいしくて有名です。それらを知って、皆さんがどんどん臼杵市のファンになります。コロナが明けたら絶対に行きますと言ってくれたり、地域の人ともこのようにオンラインで会うと、今度、臼杵市にフグを食べにいったついでに会いに行ったりします。

このように、少しずつ、関係人口を増やしています。ファンは本当に定着します。この間もファンミーティングを行っていました。ふるさとチョイスのカフェが有楽町にあり、そこでどの自治体のファンかを聞くと、やはり関係人口を増やす取り組みを一生懸命行っている自治体や、自治体の下で頑張っているNPOがいる地域を答えます。このような取組を地

道に何年も行っていると、大ファンができます。そして、ファンがファンを呼びます。

次の事例は北海道東川町です。東川町はふるさと納税というよりは、ふるさと納税を町づくりの一つのツールとして上手に活用しています。それ以外でも非常に有名で、移住者が多い町です。

東川町では東川株主制度を設けています。名前だけの株主制度ですが、分かりやすく株主と呼んでいます。例えば、東川町に1万円を寄付すると、東川株主証というカードが送られてきます。そのカードを持っている人はいろいろな特典があります。返礼品は多くもらえるわけではありません。米が有名ですので、お米と水が送られてきますが、なんと毎年送られてきます。株主優待といって、株を持っていると毎年、何かが送られてくる制度があります。

それと同じで、東川町のふるさと納税の返礼品は、一度に送られてくる量は多くはありませんが、株主になると毎年、小さい無洗米と東川町の水がセットで送られてきます。違う品の場合もあるかもしれませんが、最近はそれでした。その米をその水で炊くと非常においしいです。そのように毎年、関わりを持つようにしています。そして、東川町には町営の宿泊施設があり、株主は格安で泊まれます。そのように接点を多く持つ仕組みです。

私も東川町の株主ですが、ふるさと納税の仕事をして、いろいろな自治体に寄付し、いろいろな取組を見ていると、いつか東川町のことを忘れてしまいます。けれども、毎年、送られてきますので、毎年、思い出します。これはすごいことで、東川町にまた行きたいと思うのです。ただ単にパンフレットだけを送るのではなく、水と米が送られてくることによって、東川町のことを思い出します。本当に上手な活用法です。

次は最後の事例で、神戸市です。神戸市はふるさと納税の使い道を28項目も用意しています。ほとんどの自治体は市長お任せや、子どもたちのため、自然保護などざっくりして、5項目ほどの使い道からしか選べません。神戸市は28項目あります。面白いものだけピックアップすると、例えば、『「こども本の森神戸」こどもたちにいっぱいの本を』という項目があり、これを選ぶと本のためだけに使われます。『王子動物園の動物を応援しよう!』、『神戸に暴力団はいらない!』という項目もあります。これに困っている人などはこの使い道に寄付してくれば、この活動に関することにお金が使われます。

また、『NO MORE!!空き家・空き地』という項目や、『上方落語の定席喜楽館を応援して笑いを届けたい』というものもあります。そして、『世界パラ陸上の開催!パラアスリートの活躍を応援』という項目もあり、神戸市が支援しているのでしょう。このように神戸が応援したい項目が細かく分かれています。本に関わる人ならば、神戸牛ももらえるし、本を使い道として選べます。普通に寄付して返礼品がもらえて、使い道を指定することによって、こどもたちに本も届けられます。このように使い道を細かく用意している自治体もあります。

これは不思議ですが、使い道が明確なところに寄付が集まりやすい傾向があります。それ以外にも神戸市は、神戸市ならではのGCFの活用方法をしています。生活困窮者に対する寄付もGCFで実施し、これもネクストボールということで、さらに金額を増やして寄付を



集めています。

このように、ふるさと納税は地域経営において、マーケティングツールであるだけでなく、資金調達も必ず付いてくるという、本当に強力なツールです。ふるさと納税にはいろいろなイメージがあると思いますが、私は地域の活性化や地域を経営するため、そして、まさに水源を守るためのマーケティングツールだと思っています。皆さんが現在、抱えている課題の解決や魅力発信のためのツールとして、最強のツールの一つですので、ぜひ、ふるさと納税を活用してください。

以上