

令和7年度 総務常任委員会行政視察報告書

1. 視察日程

令和7年10月21日（火）～22日（水）

2. 視察先・視察内容

（1）宮城県塩竈市

自主財源の確保について

（2）宮城県大崎市

企業版ふるさと納税について

3. 参加者

委員長 藤崎 勇一 副委員長 中島 達也

委員 細貝 正安 荒川さくら 神崎 勝 村嶋 照等 上田 信博
油田 清

4. 視察の概要

◆ 宮城県塩竈市 10月21日（火） ◆

【 自主財源の確保について 】

塩竈市における自主財源確保の取組

◆第5次塩竈市行財政改革推進計画

本計画では、行財政改革の推進を通じ、市民の視点に立ったきめ細やかで持続可能な行政経営の実現を目的としており、「効率的で効果的な行政サービス」「健全で持続可能な財政運営」「人財の育成と職員の意識改革」を基本方針に定め、「アウトソーシングの推進」「業務改善の推進」「自治体DXの推進」「職員の育成」「定員管理」を重点取組項目としている。「業務改善の推進」における取組の中で、収入増加に係る取組と支出削減・業務効率化に係る取組を実施しているところである。



◆広告事業・ネーミングライツの推進の取組

塩竈市の広告事業のうち印刷物では、①健康診査等送付用封筒（令和5年度新規）②納税通知書等送付用封筒③窓口用封筒及び一般事務用封筒④子育てガイドブック⑤エンディング

ノート⑥移住・定住促進補助金パンフレット（令和6年度新規）⑦おくやみハンドブック（令和6年度新規）において、広告事業を実施している。

ネーミングライツでは、JR本塩釜駅とマリゲート塩釜を結ぶ遊歩道かつ、津波襲来時の一時避難場所として整備された「マリデッキ塩釜」へのネーミングライツのほか、路線バス空白地区の解消を目的に実施している「NEWしおナビバス」の停留所の名称にスーパーマーケットやコンビニエンスストアの店名を使用できるようにしている。

その他、公用車への広告掲示、NEWしおナビバスへの中吊り広告、駅前ショーウィンドーやポスターパネルの利用者を募集し、広告料収入の増加に向けて取り組んでいる。

新規媒体の発掘や、既存媒体の広告枠数の拡大、広告主確保の取組を展開することで、広告料収入の増加に努めており、令和6年度には608万円の財源確保につながっている。

◆ふるさと納税

塩竈市におけるふるさと納税額は、令和2年度は1億5,280万8,000円であったが、令和6年度は10億6,695万6,000円となり約7倍に増加した。寄附件数も増加し、令和2年度は6,097件であったが、令和6年度には88,929件となり、約14倍に増加した。寄附単価は、令和2年度は2万5,000円程度であったが、令和6年度は1万2,000円程度となっている。塩竈市では水産加工品の製造が多く種類が豊富なため水産物の返礼品が人気である

これまでの実績から見えてきた課題は、1万円未満の返礼品を揃えたが、寄附単価が低下したため経費率が上昇したこと。寄附額上位の市町村は1,000品目を超える返礼品を用意しているのに対し、520品目と新商品の開発が必要なこと。寄附額増加のため、ポータルサイト上での積極的なPRが必要な状況であること。物価上昇の影響により、返礼品や送料、委託料等が高騰しており経費率の基準を満たすための効率化の4点である。

令和7年度は、返礼品の開発や現地決済型ふるさと納税の導入、広告戦略、プロモーション戦略の展開により、ふるさと納税の目標額は15億円としている。

◆使用料手数料の見直し

施設運営経費や各種証明書の発行経費は料金収入では不足していたため、サービスを利用している人と利用していない人との間に不公平が生じていた。さらに、人口減少社会の進展や物価高騰、施設の老朽化、ニーズの多様化に伴い必要な市民サービスの

（検討スケジュール）

年 月	実施内容
令和6年5月	議会常任委員協議会にて見直し案を報告
6月	広報でお知らせ
6月～7月	市民向け説明会の開催（5回実施）
7月～8月	パブリックコメントの実施
8月	議会常任委員協議会にて取組状況を報告
9月	議会へ条例改正議案を提出
11月	広報でお知らせ
令和7年4月～	見直しの実施

の財源確保が課題となっていたものの、消費税率の改正以外に大きな見直しを行っていない

状況であったため、適切な受益者負担の在り方に向けた見直しが必要な状況であった。

見直しの基本的な考え方は、行政サービスに要する経費を反映させること。見直し後の料金は1.5倍を上限とすること。内部管理費の削減と利便性向上の策の立案すること。負担の公平性を確保するため原則3年ごとに見直しを行うこと。利用時間を午前・午後の単位から1時間単位へ見直すこと。市民以外の料金設定を設定することとした。

使用料の算定の考え方は、算定の根拠は原価である「運営経費」をベースに算定し、他自治体や民間での類似サービスの料金との均衡に配慮すること。照明や冷暖房は利用料金のほかに別途設定することで、実費負担とすることとし、見直しの対象は公民館や複合施設、スポーツ施設等とした。

手数料算定の考え方は、算定の根拠は原価である「サービス提供経費（人件費・システム使用料等）」をベースに算定すること。コンビニ交付は当面の間100円引きすることとし、見直しの対象は住民票や課税証明書の発行や霊園の清掃管理、給水装置工事や排水設備工事の検査等とした。

◆電子契約システムの導入

塩竈市では、デジタル技術の急速な発展による社会生活が急速に変化する中、多様で複雑な課題への対応や人口減少などを背景とした業務効率化を一層推進するため、令和5年3月に「塩竈市DX推進ビジョン」を策定した。電子契約システムは、同ビジョンの基本方針である「市民サービスの向上に向けたDX」に沿った施策の1つとして、ビジョンの実施計画となるアクションプランに位置づけており、令和6年4月1日より運用を開始した。電子契約システム導入の目的は、「契約締結のスピード化」「コスト削減」「コンプライアンスの強化」といった課題を解決することとしている。

電子契約の締結実績件数は、令和6年度の工事では契約件数31件中7件で22.5%、委託等では契約件数340件中23件で6.7%、合計では契約件数371件中30件で8%となっている。書面での契約を希望する業者が多い状況であるが、電子契約のメリットを伝えていくことで、件数の増加につなげていきたいとのことであった。

（電子契約と書面契約の違い）

	電子契約	書面契約
形 式	PDF等の電子データ	紙
契約書作成方法	契約書データを電子契約システムにアップロード	契約書を紙に印刷して綴じる
署 名 方 法	電子署名	本人の署名又は押印
証拠書類の担保	タイムスタンプ	割印・印鑑証明書
契約締結方法	インターネット	携行・郵送
必 要 コ ス ト	電子契約システムの利用料	印紙代・郵送料・製本代・封筒代

【 質 疑 】

問 広告事業の実施に当たり基本的な方針は。

答 広告収入のみで、封筒やおくやみハンドブックの印刷代、公用車の維持管理経費のすべてを賄えるとは考えていない。少しでも財源を確保し、充当する方針としている。

問 バス停の名称に企業の名称を使用できるようにしたとのことだが、誰の発案か。

答 担当課の職員が提案し取り組み始めたものである。各種事業の展開に当たっては、職員の創意工夫に頼る部分が大きく、職員が先進事例を調査研究することが重要である。

問 ふるさと納税における手数料は。

答 50%弱が経費となっている。広告や戦略が重要と考え充実させた結果、納税額は増えたが手数料が増えており、令和5年度は5,000万円を支出している。

問 寄附単価が下がると経費率が上昇するとのことだが、どのような経費が増えるのか。

答 データ入力費用は寄附額にかかわらず同額であり、寄附単価が下がると経費が増額する。

問 現地決済型のふるさと納税について反響は。

答 今年度から開始した事業であり、反響について調査できていない。マグロや野菜などの生鮮食料品を返礼品とした場合、傷みやすいなどの問題がある。ふるさと納税として、生鮮食料品を提供するためには、塩竈市に来ていただき寿司など新鮮なものを食べる時に現地決済型のふるさと納税を活用していただくことが一番望ましい形と考えている。

【 委員所感 】

◆ 細貝 正安 委員 ◆

(ふるさと納税)

塩竈市における令和6年度の実績は10億円であったが、令和7年度の予算(目標額)は15億円としています。本市における令和6年度の実績は4億円、令和7年度予算の4億円と比較しても、野心的で高い目標設定であると感じました。塩竈市ホームページには、ふるさと納税ポータルサイトのバナーが表示されており、大変見やすく、わかりやすいものになっているのが印象的でした。寄附額の増加はたゆまぬ努力の賜物なのであろうと思われます。一方返礼品は、1件当たりの単価設定や新たな返礼品開発等の課題があるとしており、課題の解決に向け試行錯誤しているとのことでしたが、令和6年度の寄附額は宮城県内で5番目にランクインしていることから、実績につながっていることが分かりました。

(企業の広告によるネーミングライツ)

貴重な財源を得ようとする努力は参考になると思います。様々な広告媒体の利活用で、バス停に企業名を入れた、「〇〇会社△△事業所前停留所」などの取組が特徴的でした。また、駅の未利用の広告板を積極的に活用する取り組みなども参考になりました。本市でも、「ナスパ・スタジアム」「重兵衛スポーツフィールド中台」などが該当すると思われませんが、今後も新たな財源確保、地域経済活性化の観点から積極的な推進が期待されます。

(使用料・手数料)

本市においても手数料改定が議案になり、審議された経緯があります。受益者による負担の考え方で、住民票申請など行政サービスを利用する方から少し料金を頂くことは、それ以外の未利用者・非受益者との公平性の観点から、さらには物価高騰の社会において、賃上げの気運醸成の観点から一定の利用料引上げは理解できます。ただ、激変緩和措置も十分に考慮する必要があると思われます。加えて審議の過程の透明性が大事だと考えます。

(補助金の見直し)

佐藤市長の冒頭挨拶でも触れられていましたが、あえて市民に耳の痛いこと(補助金の見直し、打切りなど)を先頭に立って発信し、取り組まれていることに、大いに共感できました。議員においても市の財政を適切に理解した上で、予算が適切に執行されたのかチェックすることが大事であると再認識しました。日々精進し続けてまいりたいと思います。

◆ 荒川 さくら 委員 ◆

塩竈市の自主財源確保の取組を視察しました。視察では、自主財源の確保策である、使用料・手数料の見直し、広告料・ネーミングライツ、ふるさと納税、電子契約システムの導入の4つ項目について説明をうけ、質疑を行いました。そのうち、広告料・ネーミングライツとふるさと納税について報告します。

塩竈市では、市が使用する封筒や子育てガイドブックなどのパンフレット類、ホームページなどへの広告掲載に加え、本市では行っていない公用車への広告掲載やバス停へのネーミングライツの導入を行っていました。今回の視察にあたり、塩竈市の公用車で送迎して頂きましたが、最初見たときに公用車ではなく、広告を掲載している事業者の車なのかと勘違いしました。担当者の説明では、導入当初は市民の中にも戸惑う声があったが、時間が経つにつれ定着してきたとのことでした。また、バス停へのネーミングライツの導入は、例えばスーパーやコンビニの前など、場所によっては、市民にとっても分かりやすいものになると感じました。

ふるさと納税(個人版)については、塩竈市のふるさと納税の件数は、令和5年度の3万2,189件から令和6年度には8万8,929件と2.7倍に、金額は5億1,146万円から10億6,695万円へと2倍へと増加していました。新商品の開発やサイト数を増やすなどの取組や、多くの寄附を募るため1万円未満の返礼品を揃え、件数を増やすことができたとのことでした。一方で、寄附単価が低下したことで、経費率が50%近くまで上昇しており、経費率の基準を満たすための効率化が課題となっているとのことでした。また、返礼品の品揃えが520品目だが、上位の市町村は1,000品目を超える返礼品を用意しており、新商品の開発が課題点としてあげられていました。今年度は目標額を15億円とし、200品目の増加や、現地決済型ふるさと納税の導入、口コミ寄附者へのプレゼントなどのレビューキャンペーンを行うとしています。なお、令和6年度のふるさと納税による塩竈市からの正確な流出額は分からないが、令和5年度が5,000万円程度だったことからみても、流出額や手数料を踏まえたふるさと納税全体でもプラスになっているとのことでした。

本市では令和6年度のふるさと納税による税収増が4億300万円に対し、他自治体へのふるさと納税による流出額が4億200万円となっており、ふるさと納税に伴う経費などを含めると、

実質1億8,900万円のマイナスとなっています。不交付団体である本市は国からの減収分への交付税措置もないため、厳しい現状があります。塩竈市のように寄附額を増やすためには返礼品の充実は欠かせないが、返礼品競争となることで、結果として本来納税されるべき税金の半分近くが経費になってしまうという制度的な問題を抱えています。自治体が安定的な財政運営を行っていく上で課題が多い制度自体の見直しが求められると改めて感じました。

◆ 村嶋 照等 委員 ◆

今回の視察では、宮城県の2市にお邪魔しました。その1つの塩竈市では、種々財源確保に取り組んでおられました。例えば、受益者負担の原則に則した各種使用料・手数料の見直し、各種団体への補助金の適正化や合理化、業務効率化と経費節減のために電子契約システムの導入、さらに、私が一番興味を持ちましたのが広告事業の取組です。本市でも、ナスパ・スタジアムや重兵衛スポーツフィールド中台、なごみの米屋ぴーちゃんフィールド大谷津等のスポーツ施設へ導入されていますが、他の施設には遅れていると感じています。その点、コミュニティバスのバス停や津波避難デッキへのネーミングライツの導入については、言わば隙間をついた、素晴らしいアイデアと思いました。残念ながらバスの利用者は減少傾向にあります。バス停前は人や車も通過しますから、クライアントにとっては良い宣伝効果も期待できるはずです。また、事務用封筒への広告掲載も参考になると思います。本市では、市民課等で各種証明書を持ち帰るのに使用できる窓口用封筒や各課が使用している市役所の封筒等がありますが、窓口用封筒にはたくさんの広告が印刷されています。事務用封筒の裏面を使えば支障はないと思いますので有効活用し、広告主を募集しても良いのではないのでしょうか。

広告事業は各自治体が保有している既存の財産を活用して実施することができます。本市職員の創意工夫による自主財源確保策に努めていくことを期待しています。

◆ 油田 清 委員 ◆

塩竈市は17.38平方キロメートルと狭い面積ながらも、松島遊覧の起点になるなど湾岸都市として栄えています。主たる産業は水産業で、クロマグロやメバチマグロは日本一の水揚げ量も記録しています。それがふるさと納税の返礼品としての強みを与えています。令和6年度のふるさと納税の実績として、寄附額は10億円を超え、件数も9万件近くになっています。今後も15億円の目標を立て取り組まれています。

本市においては、寄附金額は塩竈市の半額以下ですが、昨年度は諸経費や他市に納税する市民の寄附金控除などにより2億4,000万円ほどの赤字になっています。やはり提供する商品によって大きく異なるようですし、制度そのものにも課題があります。

塩竈市は、広告事業としてのネーミングライツも力を入れていました。本市でも行われているような、体育館などへの名称などのほかに、事務封筒への広告や公用車への広告などです。公用車では当初、広告企業の車と間違われたという話もされていました。これらは市民の理解も必要になっているようです。

また、令和6年4月から電子契約システムの導入もされていました。これによって契約締

結のスピードアップ・コスト削減・コンプライアンスの強化が図られています。入札担当課による執行案件では令和7年度10月7日現在で契約件数6.3%の実施となっていました。この点については、電子契約への移行に関して、取引先の理解と合意を経ることなどの課題もありそうです。

本市の財政は、景気にも影響されにくい成田空港関連の固定資産税収入という大きな財源がありますが、自主財源を確保するという貪欲さは今日の自治体にとって大きな課題になっていることを感じました。

◆ 宮城県大崎市 10月22日（水） ◆

【 企業版ふるさと納税について 】



企業版ふるさと納税について

◆国内における企業版ふるさと納税の寄附実績



◆大崎市の地方創生プロジェクト

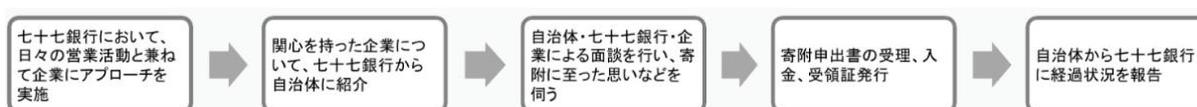
大崎市では、地域再生計画「第2期大崎市まち・ひと・しごと創生推進計画」において、「未来を担うひと・地域田園都市を創生するプロジェクト」「連携・醸成・発信 次世代へつなぐ産業を創造するプロジェクト」「安全・安心・住みやすさを創出するプロジェクト」を基本方針とし、21項目の個別プロジェクトを展開している。



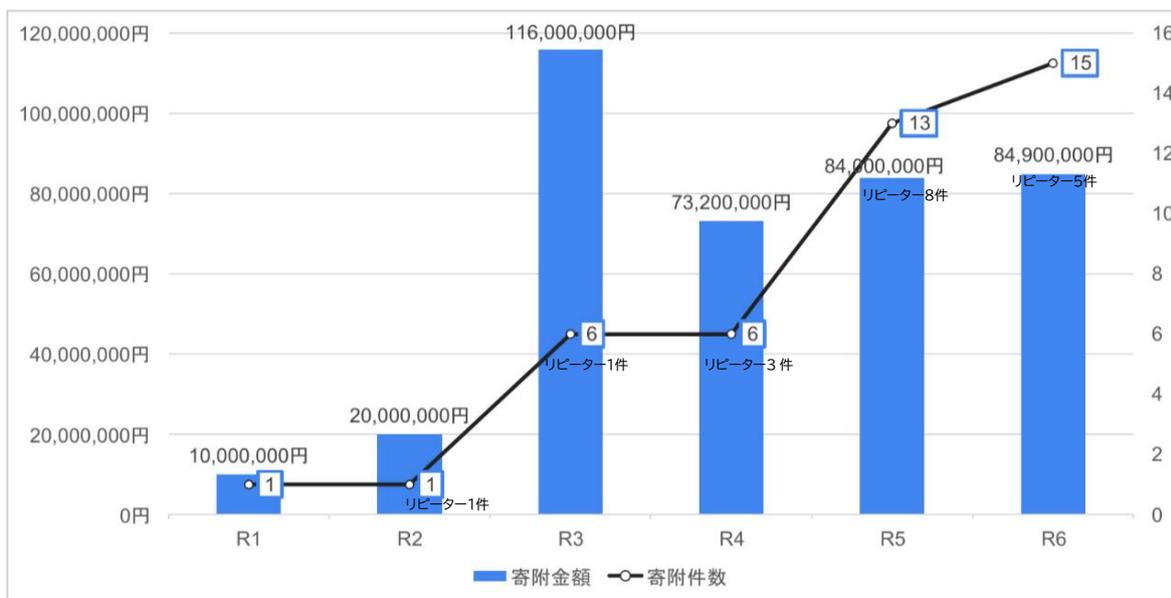
◆企業へのアプローチ方法

大崎市では、企業版ふるさと納税の寄附獲得に向けて2つの方法でアプローチを行っている。1つ目はパンフレットを活用したPR活動である。実施事業や寄附金の使途の内容を提示し、大崎市の取組に対するPR活動を実施している。2つ目は金融機関との連携である。東北地方のメインバンクである株式会社七十七銀行と企業紹介に関する契約を締結し、取引先企業へのアプローチを実施している。令和5年度に七十七銀行との契約を開始して以降、5件の紹介があり一定の効果は得ているとのことである。

(企業から相談を受けてから寄附に至るまでのフロー)



◆寄附実績の推移



※令和7年度においては、10月9日時点で寄附件数9件、寄附金額32,000,000円になります。

【 質 疑 】

問 企業版ふるさと納税の実施に当たり、入札への影響等において配慮している点はあるか。

答 現在まで企業版ふるさと納税をした企業は、入札に参加したり補助金を受け取ってはいない状況である。

問 七十七銀行との契約は大崎市から依頼して契約したのか。

答 七十七銀行から打診があった。

問 東京都に本社がある企業から寄附を受けているとのことだが、どのような接点があって寄附を頂いているのか。

答 大崎市に誘致した企業の本社が東京都にあるケースや大崎市出身の経営者から寄附をいただくケースがある。

問 商工会議所との連携は。

答 商工会議所へは、産業経済部を通じて企業版ふるさと納税の情報提供やPRをしている。

問 地元企業へのアプローチは。

答 幹部職員による企業回りを行っており、懇談の中で企業版ふるさと納税の情報を提供しているところである。制度の紹介に当たっては、「ホームページに掲載しています」ではなく、企業のことをリサーチした上で、企業の方針に沿うような事業を提示するなど、企業版ふるさと納税を検討してもらえよう努めている。企画・総務部門の職員は企業との接点が少ないため、企画・総務部門以外の職員にも協力を求めている。

【 委員所感 】

◆ 中島 達也 副委員長 ◆

10月21日、22日と宮城県塩竈市と大崎市に行政視察に伺いました。22日に伺った、大崎市における企業版ふるさと納税等を活用した自主財源の確保について所感を述べます。

まず、企業版ふるさと納税は、認知度や活用実績に差があると認識しています。個人版ふるさと納税も実施後から制度が浸透するまでに期間が掛かったと思います。企業版ふるさと納税は、「ふるさと納税」という名称は同じでも、企業にとってのメリットや活用方法がうまく周知されておらず活用も限定的だと感じます。また、毎年同じ自治体に納税をするかも不確定なところもあり、安定的な財源の確保という点においても企業版ふるさと納税は未知の部分が多く、自治体も制度の活用と財源の確保という点においても不安な部分が多いのではないかと感じます。

大崎市においては、企業版ふるさと納税を活用して多くの企業から納税をしていただいております。その最も参考にすべき点は「企業にビジョンを提示する」ことです。まず企業がこの自治体にふるさと納税をすることでどうなるのかが非常にわかりやすくパンフレットで示されています。そして企業に直接出向き、「この納税で何ができるか、どう活用されるのか」をPRしています。さらに金融機関と連携することで取引企業先を紹介してもらうなど、広くアプローチをする方法を取っています。

その一方で、安定的な財源という観点では毎年同じ企業から同等額の寄附があるのか、国の方針が変更にならないかなど、不確定要素が多い点が課題であると考えられます。大崎市においてリピート率は約43%であり、安定的な財源とは言えない部分もあります。その一方でその年度に初めてふるさと納税を行う企業（初回）は年々増加しており、周知やPRを積極的に実施すれば今後拡大するポテンシャルは十分にあると言えます。

本市においても、本社をその自治体に置く企業からはふるさと納税は受けられない制約はありますが、本市と関わりを持つ多くの企業に「本市がそのお金で何をしたいのか」のビジョンを示して、賛同してくれる企業を集めていく努力を続けていくべきだと考えます。また、担当者が企業と、いわば交渉や説得しやすくするための冊子や資料を充実させていく必要を感じました。また「本市は財政が豊かだから」というイメージから、企業からのふるさと納税の対象になりにくい側面もあるかもしれません。だからこそ「企業から頂いた寄附金でこれができます」と企業はイメージしやすい具体的な方針を示す必要も改めて感じました。

◆ 神崎 勝 委員 ◆

企業版ふるさと納税は、企業が地方公共団体の「まち・ひと・しごと創生寄附活用事業」等に対して寄附を行った場合、法人住民税・法人税・法人事業税において税額控除の特例を受けられる仕組みです。具体的には、寄附額のうち約6割（+通常の損金算入による軽減約3割）を合わせて、実質的に寄附企業の負担を大幅に軽減できるという枠組みが設けられています。

大崎市では「第2期大崎市まち・ひと・しごと創生推進計画」に基づき、人口減少・少子高齢化・地域経済縮小という課題を背景に、地方創生を推進しています。寄附対象事業の募集・案内が市ウェブサイトに掲載されており、企業版ふるさと納税を通じた寄附の受け皿が制度的に整備されていることが確認できます。また、令和6年度には企業から8,490万円の寄附を集め、その企業名・寄附金額が公表されています。さらに、地域金融機関である株式会社七十七銀行が大崎市を含む自治体と「地方創生応援税制の推進に関する契約」を締結しており、金融機関を媒介とした企業と自治体のマッチング支援の枠組みも整備されています。

さらに、大崎市のウェブサイトにおいて、募集要項、寄附企業一覧、申込書のフォーマットなどが明示されており、企業・自治体側双方の手続きが見えやすくなっています。この「見える化」は、寄附を検討する企業側にとって安心感を与え、制度活用を促進する上で重要なポイントだと感じました。

地域の金融機関が自治体と協定を結び、企業版ふるさと納税の活用を支援している点は、他の自治体においても参考になるモデルだと認識しました。金融機関が持つ企業ネットワーク・コンサルティング機能を活用し、地域創生に企業が参画しやすい土壌を整えている点は、地産地消に近い新たなビジネス支援の在り方ともリンクすると感じます。寄附が集まること自体は重要ですが、どのようにその資金が地域で活用され、どのような成果やインパクトが生まれたかを明らかにし、企業・自治体・市民それぞれに還元できる仕組みを持つべきだと感じました。

◆ 上田 信博 委員 ◆

今回は、宮城県大崎市へ「企業版ふるさと納税について」をテーマに行政視察を行った。

企業版ふるさと納税は平成28年4月に創設された仕組みであり、本市では令和4年度から実施し、令和4年度の寄附額は220万円、令和5年度の寄附額は480万円となっている。それに対し大崎市では、令和元年度より企業版ふるさと納税を開始して以降、寄附件数を着々と増やし、直近4か年では毎年7,000万円を超える寄附を集めており、全国でも有数の寄附額となっていることから、先進自治体として調査研究を行ったものである。

大崎市における寄附金獲得のためのアプローチは、パンフレットを活用したPR活動に加えて、東北地方のメインバンクの1つである七十七銀行と企業紹介に関する契約を締結し、七十七銀行から取引先企業へのアプローチを行っているとのことであった。本市においても、パンフレットを作成しPRが行われているが、金融機関との連携は行われていない。企業版ふるさと納税の仕組みとして、寄附先と寄附する企業の本社が所在する自治体と同じ場合、減税を受けることができないため、東北地方のメインバンクの1つである七十七銀行と連携

することで、大崎市外に本社が所在しているが大崎市内に支店や営業所がある企業、大崎市内に支店や営業所が所在していない企業へのアプローチが行われることも期待でき、寄附額の増加に向けた有用な取組であると考えている。また、庁内における連携として、企業版ふるさと納税の担当部である市民協働推進部の職員だけではなく、産業経済部等の日頃から事業者と接点がある職員が企業を訪問し寄附を呼び掛けるなど、地道な努力があって寄附の獲得につながっていると感じた。

企業版ふるさと納税は、企業において税軽減の効果を得られるだけではなく、CSR活動の一環として地域が抱える課題解決に貢献できるほか、寄附をきっかけとした自治体との新たな関係を構築することができ、事業機会の創出にもつながるメリットがある。自治体にとっては、人口減少等により自主財源が減少している厳しい財政状況の中、新たな歳入の確保につながるメリットがあり、ウィン・ウィンの取組といえる。本制度は令和9年度までの時限制度ではある。国会において、本制度の有用性についてしっかりと審議され、本制度が継続されることを期待したい。

本市においては、成田空港第二の開港プロジェクトの進展による人口増加が予測されており、東和田南部地区や吉倉地区での区画整理事業に加えて、赤坂センター地区複合施設の建設、市役所本庁舎の大規模改修等、多額の財政支出を伴う事業が計画されている。これらの事業の詳細は今後議論していくこととなるが、多額の財源が必要であるのは明白であり、市債借入のみではなく様々な手段を活用すべきと考える。大崎市のような先進自治体を参考とされ、財源確保策の1つとして、企業版ふるさと納税にも積極的に取り組まれることを期待したい。

【 委員長所感 】

今回、総務常任委員会では、大崎市及び塩竈市を訪問し、「自主財源の確保に向けた取組」について調査・視察を実施した。近年、地方自治体を取り巻く財政環境は一層厳しさを増しており、人口減少や社会保障経費の増大などにより、依存財源に過度に頼らない安定的な財源確保が喫緊の課題となっている。本市においても、自主財源比率の維持・向上は重要なテーマであり、ふるさと納税、使用料・手数料、広告収入などの多角的な施策展開が求められていることから、先進自治体の実践を学ぶことを目的として本視察を行ったものである。

視察を通じて、両市がそれぞれの地域特性を踏まえながら、多面的な発想と丁寧な取組により自主財源の確保に取り組んでいる姿勢が印象的であった。特に企業版ふるさと納税においては、金融機関を介した企業とのマッチング支援や、寄附後も継続的な交流を図ることで、単年度の寄附に終わらせず長期的な関係性を構築している点は効果的であると感じた。こうした企業との信頼関係を「地域資産」として積み上げる手法は、本市においても今後の企業誘致・連携施策に大いに応用できるものである。

また、使用料・手数料の見直しや広告事業の拡充など、「受益と負担の適正化」に関しても、住民説明会やワークショップを重ね、市民の理解を丁寧に得ながら進めている点が印象深かった。制度設計だけでなく、合意形成のプロセスそのものを重視する姿勢は、市民との信頼関係を基盤とする自治体経営のあるべき姿を示している。本市においても、制度導入や見直しに際して、こうした説明と対話の積み重ねをより意識した運用が求められると感じた。

さらに広告収入の分野では、印刷物や公共施設のネーミングライツにとどまらず、デジタルサイネージやオンライン媒体など新たな手法を積極的に導入し、地元事業者との共存・協働を図る取組が進んでいた。これは、空港関連需要や観光資源を有する本市においても、地域ブランドを生かした独自展開が期待できる分野である。

総じて今回の視察を通じ、「制度の活用と工夫次第で自主財源確保の成果は大きく変わる」ということを改めて実感した。本市としても、空港立地という優位性を最大限に生かしながら、①ふるさと納税の寄附拡大、②使用料・手数料の適正化、③広告収入の拡充を三本柱とした戦略的な自主財源確保策を推進することが重要である。特に企業版ふるさと納税については、令和10年度での時限措置終了後を見据えた持続的な制度運用を検討する必要がある、今回の視察を契機として、今後さらに議論を深めていく必要性を感じた。

総務常任委員会

委員長 藤崎 勇一