

埼玉県下の市町村のふるさと納税活用状況に関するアンケート調査結果の概要

令和4年3月14日
(一社) 埼玉県物産観光協会
DMO 事業本部 特命担当室

1. 調査の目的

- ① 県内各自治体のふるさと納税業務の実情を把握し、当会の中間支援事業の参入の形態・可能性を研究する資料にさせていただくこと
- ② 本アンケートにご協力いただいた自治体の皆様に結果を共有することで、各自治体の財源確保につなげること及び県内の物産観光の振興を図ること

2. 調査期間

令和3年11月9日～11月30日

3. 調査対象

埼玉県内63の基礎自治体のふるさと納税所管課

4. 調査方法

メールによる依頼、Microsoft Formsによる回答記入・回収

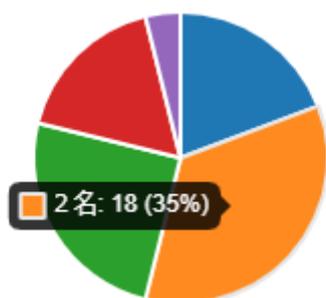
5. 回収状況

回収数・有効票数 52 票（有効回収率：82.5%）

注）以下、比率は四捨五入のため合計が100%にならないことがある。

（自治体における体制）

1. あなたが所属される自治体においてふるさと納税業務を担当されている職員の数をご教示ください（課長以上の管理職除く、会計年度任用職員含む）。



| 人数 | 回答した市町村の数 (比率) |
|------|----------------|
| 1名 | 10 (19%) |
| 2名 | 18 (35%) |
| 3名 | 13 (25%) |
| 4名以上 | 9 (17%) |
| その他 | 2 (4%) |

その他は、「通年3名、繁忙期4名」、「会計年度任用職員は期間限定であり、年間を通しての担当者数は一定ではない」。

(自治体におけるふるさと納税の位置づけ)

2. あなたが所属される自治体がふるさと納税を推進される目的で最も大きいと思われるものは何ですか。1つお選びください。

| 選択肢 | 回答した市町村の数(比率) |
|-----------------------------|---------------|
| 自治体の一般財源の確保(トータルの寄付額が第一) | 28(54%) |
| 自治体が推進したい事業のための特定財源の確保 | 4(8%) |
| 返礼品事業者の販路拡大・ブランディング支援等の産業振興 | 11(21%) |
| 関係人口の増大と関係の深化(ファンづくり、来訪促進等) | 6(12%) |
| 自治体が応援したいNPOや地域活動の財源確保 | 0(0%) |
| その他 | 3(6%) |

その他は、「地域の魅力の情報発信」「〇〇(市町村名)のファンを増やすこと」「ふるさとへの想いによる寄附を各種施策に活用」

(ふるさと納税業務の一部外部委託の有無)

3. ふるさと納税業務遂行にあたり、自治体の証明書等の印刷・送付、返礼品の発注・配送等の業務を代行する中間支援事業者への業務委託は実施していますか、または、委託を検討していますか。

| 選択肢 | 回答した市町村の数(比率) |
|----------------------|---------------|
| 1. 業務委託を実施中 | 36(69%) |
| 2. 業務委託を検討中(令和3年度中) | 0(0%) |
| 3. 業務委託を検討中(令和4年度以降) | 7(13%) |
| 4. 今のところ業務委託の予定はない | 8(15%) |
| 5. その他 | 1(2%) |

その他は、「公表しておりませんので、回答を控えさせていただきます。」

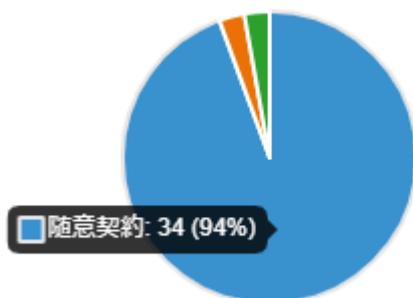
(ふるさと納税業務の外部委託の内容)

4. 前項で1～3と回答された方にお伺いします。外部に委託中または外部に委託を検討されている業務について当てあはまるものを選択肢の中からすべて選択ください。

| 選択肢 | 回答した市町村の数 (比率) |
|---------------------------|----------------|
| 返礼品の発掘・磨き上げ | 30 (58%) |
| 返礼品のふるさと納税プラットフォームへの登録・管理 | 38 (73%) |
| 寄付の受付・収納等の寄付管理 | 37 (71%) |
| お礼状等各種帳票印刷・発送 | 33 (63%) |
| 返礼品の発注・発送等の配送管理 | 43 (83%) |
| ふるさと納税募集の広告宣伝業務 | 14 (27%) |
| 寄付受付用 WEB サイト構築・運用 | 22 (42%) |
| お問合せ・クレーム対応 | 34 (65%) |
| その他 | 0 (0%) |

(委託先事業者の選定方法)

5. 前々項で1と回答された方にお伺いします。委託事業者の選定方法についてご教示ください。



| 選択肢 | 回答した市町村の数 (比率) |
|---------------|----------------|
| 随意契約 | 34 (94%) |
| 企画競争またはプロポーザル | 1 (3%) |
| 一般競争入札 | 1 (3%) |
| 指名競争入札 | 0 (0%) |
| その他 | 0 (0%) |

6. 前々項で1と回答された方にお伺いします。外部に委託された際の契約期間についてご教示ください。



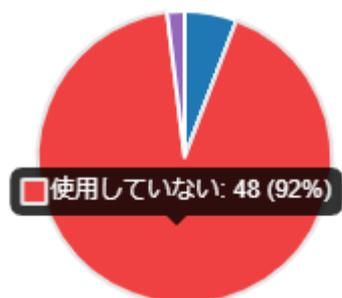
その他は、「2021年3月31日まで(1年間の自動更新)」、「予算成立を条件に年次更新」、「年度更新を停止するまで」。

7. ふるさと納税業務を実施されるにあたり、使用されているシステム(RPA以外)があればご教示ください。



その他は、「ふるさと納税管理システム(株式会社エッグ)」、「中間支援事業者の寄附管理システム」、「公表しておりませんので、回答を控えさせていただきます」。

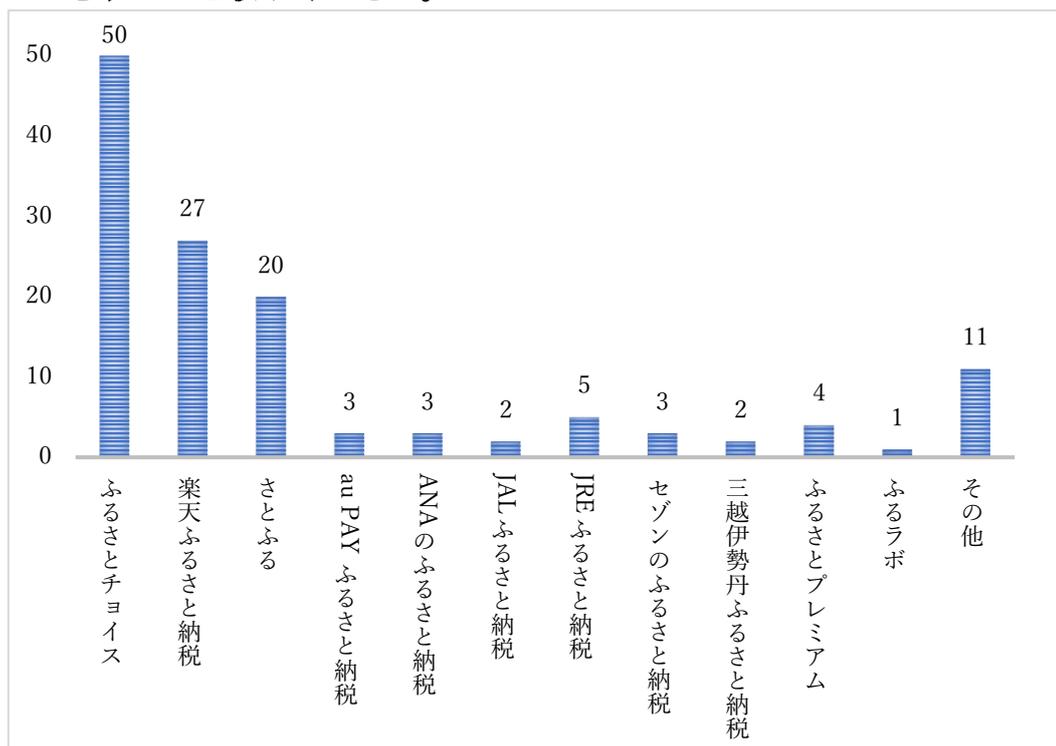
8. ふるさと納税業務を実施されるにあたり、使用されている RPA (Robotic Process Automation; 定形作業を自動化するロボットとそれに関連するツール) があればご教示ください。



| 選択肢 | 回答した市町村の数 (比率) |
|----------|----------------|
| WinActor | 3 (6%) |
| 使用していない | 48 (92%) |
| その他 | 1 (2%) |

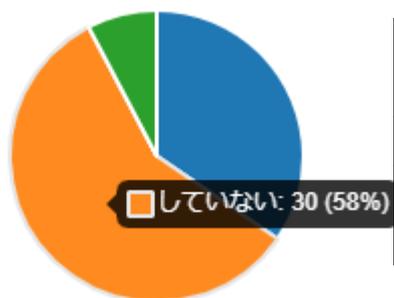
その他は「ROBO-Sol」。

9. ふるさと納税業務を実施されるにあたり、使用されているプラットフォームをすべてご教示ください。



その他は「ふるなび」9、「わが街ふるさと納税」1、「使用していない」1。

10. 返礼品の配送管理にあたり特定の運送事業者や通販事業者等に出荷伝票作成や集荷業務について業務委託をしていますか。



| 選択肢 | 回答した市町村の数 (比率) |
|-------|----------------|
| している | 18 (35%) |
| していない | 30 (58%) |
| その他 | 4 (8%) |

その他は「返礼品により一部出荷一元管理している」1、「委託業者に一任」1、「中間支援事業者にてしている」1、「返礼品取扱いなし」1。

11. 返礼品の配送管理にあたって、返礼品を提供する事業者との主な連絡方法をご教示ください (複数回答可)。

| 選択肢 | 回答した市町村の数 (比率) |
|----------------------------------|----------------|
| 提携企業もログイン可能な管理システム (LedgeHome 等) | 6 (12%) |
| メール | 36 (69%) |
| FAX | 15 (29%) |
| 電話 | 29 (56%) |
| 郵便 | 4 (8%) |
| その他 | 9 (17%) |

その他は「委託先に一任」等中間支援事業者に任せているとの回答が8、「返礼品取扱いなし」1。

- 1 2. 2020 年度の寄付額 1 位の返礼品名と寄付金全体での構成比をご教示ください。(例：そびあビール、30%)。
- 1 3. 2020 年度の寄付額 2 位の返礼品名と寄付金全体での構成比をご教示ください。(例：そびあビーフ、20%)
- 1 4. 2020 年度の寄付額 3 位の返礼品名と寄付金全体での構成比をご教示ください。(例：そびあさんちの米、10%)

(回答数)

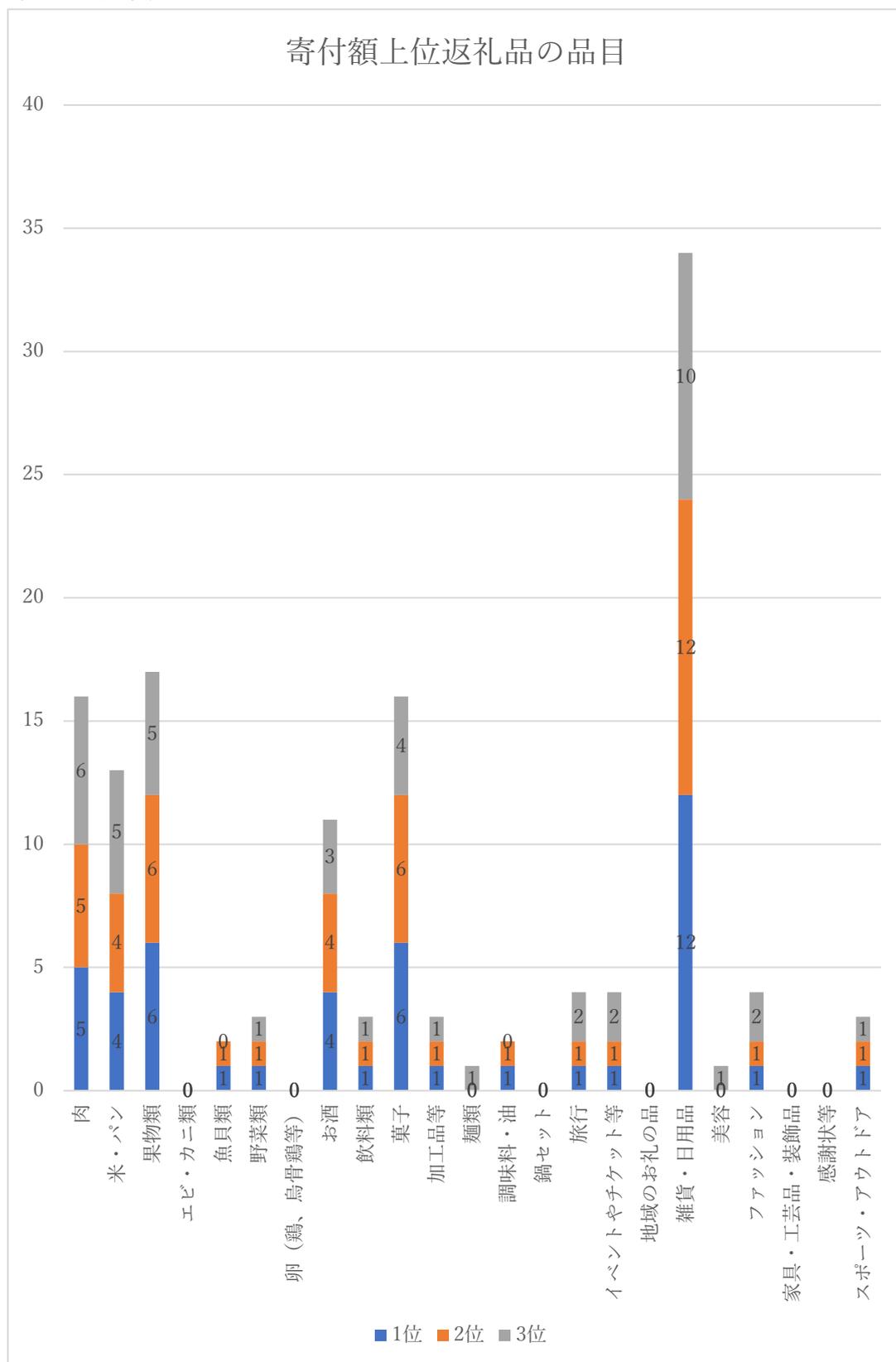
- この項目に寄付金全体での品目を回答いただいたのは 52 市町村中 47 市町村。構成比まで回答いただいたのは 52 市町村中 46 市町村だった。他のところは回答を控えるか、「返礼品取り扱いなし」であった。

(上位品目の構成比)

- 回答があった中では 1 位の返礼品の構成比は 3～100%と、返礼品の構成比が幅広く分散している市町村から、ほぼ一択のところまであった。
- 回答があった中では 1～3 位までの構成比の合計は、9～100%だった。
- なお、寄付額が 2020 年度の寄付額が 1 億円を超えている市町村では、1 位の返礼品の構成比は 3～44.6%、1～3 位の返礼品の構成比合計は 9～75.4%と極めて多品種に分散するか主要な返礼品はありつつも複数品種に分散する傾向があった。

| | 1 位の構成比 | 1～3 位の構成比 |
|------------------|---------|-----------|
| 回答あった全市町村 (47) | 3～100% | 9～100% |
| うち寄付額 1 億円以上 (9) | 3～44.6% | 9～75.4% |

(返礼品の種類)



15. ふるさと納税の活用（7. もご参照ください）に向けて、実施されている工夫があればご教示ください。（複数回答可）

| 選択肢 | 回答した市町村の数 (比率) |
|-----------------------------|-------------------|
| 地元ならではの魅力的な返礼品の発掘 | 41 (79%) |
| 肉・米・お酒・果物等全国的に人気のある返礼品の発掘 | 17 (33%) |
| 魅力的な写真等による返礼品の紹介 | 18 (35%) |
| 返礼品事業者のパンフの同封 | 10 (19%) |
| 地域の観光パンフやイベントの案内の同封 | 6 (12%) |
| 来訪時に使えるクーポン・特典等の提供 | 1 (2%) |
| 首長名等での気候の挨拶やパンフの送付等リピート化の促進 | 4 (8%) |
| 寄付受入実績の公表または送付 | 25 (48%) |
| 寄付活用状況の公表または送付 | 24 (46%) |
| その他 | 2 (4%) |

その他は「シティプロモーションサイトにおいて、ふるさと納税返礼品や事業者インタビューを掲載」1、空欄1。

16. ふるさと納税の募集にあたって、ネット広告やチラシ、パンフレット作成等のプロモーションを実施していますか（複数選択可）

| 選択肢 | 回答した市町村の数 (比率) |
|------------------------------|-------------------|
| ふるさと納税事業単独で実施している | 16 (31%) |
| 別の事業と合わせてプロモーションを実施している | 8 (15%) |
| ふるさと納税募集についてのプロモーションは実施していない | 28 (54%) |
| その他 | 3 (6%) |

その他は「職員手作りのチラシの作成、SNSによるPR」1、「していない」1、空欄1。

17. 前項で1または2と回答された方にお伺いします。プロモーションの内容についてご教示ください。

以下のような回答が見られた。

(紙媒体)

- 新聞・雑誌での広告
- 折込広告
- パンフ・チラシの作成
- 域外に発送する納税通知書にふるさと寄付金のチラシを同封

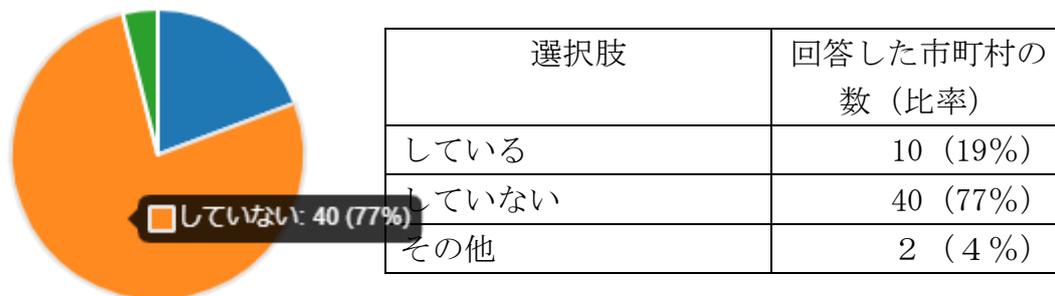
(イベント関係)

- 自治体主催イベント、域外イベント・観光キャンペーン等での周知

(ネット関係)

- 自治体や自治体のシティプロモーションサイトでの紹介
- 自治体公式 SNS での告知
- 返礼品事業者からの SNS 発信
- ネット広告
- LINE 広告

18. 返礼品として「電子感謝券」等、地域内の事業者で使えるクーポン券を発行していますか。



その他は「開始予定」1、「返礼品取扱いなし」1。

19. 地域内の民間が主体となって実施したいプロジェクトについて、ふるさと納税を通じた寄付を募り、かかった経費を除いて民間主体に集まった寄付を回すクラウドファンディング型のふるさと納税は実施されていますか。



| 選択肢 | 回答した市町村の数 (比率) |
|-----------------------|----------------|
| 実施している | 1 (2%) |
| 実施していないが近いうちに導入の予定がある | 3 (6%) |
| 実施していない | 46 (88%) |
| その他 | 2 (4%) |

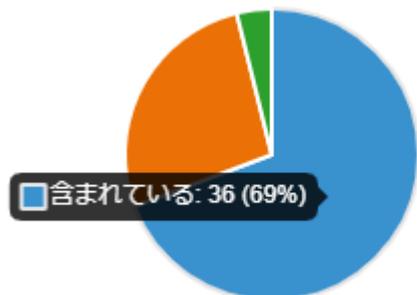
その他は「検討中」2。

20. 全体の寄付額の中で、使途の指定がない寄付が占める割合をご教示ください。

| 選択肢 | 回答した市町村の数 (比率) |
|-------|----------------|
| 10%未満 | 11 (21%) |
| 10%台 | 2 (4%) |
| 20%台 | 12 (23%) |
| 30%台 | 10 (19%) |
| 40%台 | 6 (12%) |
| 50%台 | 2 (4%) |
| 60%台 | 3 (6%) |
| 70%台 | 1 (2%) |
| 80%台 | 0 (0%) |
| 90%台 | 1 (2%) |
| 100% | 1 (2%) |
| わからない | 2 (4%) |
| その他 | 1 (2%) |

その他は「公表しておりませんので、回答を控えさせていただきます。」1。

2 1. 寄付者がふるさと納税の寄付の用途を指定できる場合、その用途の中に観光振興（プロモーション、環境整備、観光地域づくりの体制整備）は含まれていますか。



| 選択肢 | 回答した市町村の数 (比率) |
|---------|----------------|
| 含まれている | 36 (69%) |
| 含まれていない | 14 (27%) |
| その他 | 2 (4%) |

その他は、観光を含む幅広い事業に指定可能1、指定不可1。

2 2. ふるさと納税の活用に向けて、当会や地元団体（DMO・観光協会、商工団体、地域商社）へのご期待・ご要望等ございましたらご自由にお書きください。（例：返礼品発掘・開発支援、複数市町村共通の返礼品・県域共通の返礼品や県が指定する地域共通返礼品の登録に向けた調整、メディア露出支援、販路開拓支援等）

以下のような回答が見られた。

- 特になし・なし
(返礼品・返礼品事業者の発掘・サポート)
- 返礼品発掘・開発支援
- 事業者目線でこそ返礼品の発掘
- 返礼品の発掘及び事業者の紹介をしていただけたら助かります。
- 自治体の呼びかけでは限界があるので、域内事業者に対しふるさと納税返礼品への登録案内や返礼品発掘への協力をより一層頂きたいです。
- 会員が扱っている品物の紹介や、返礼品として自治体に登録するためのサポートをお願いしたい。
(露出・魅力発信)
- 返礼品として登録する商品の写真撮影やアピール方法などの手伝い
- 既存返礼品の再撮影などのリニューアル作業
- メディア露出支援
- 返礼品のプロモーションにあたり、個別に選定しメディアに呼びかける

などは、公平性の観点から自治体として取組にくいという判断なので、観光協会が良いと思う品を選定し、メディアに投稿いただいたりしていただくと県内の取材が増えるかと思います。

(ふるさと納税制度全般)

- ふるさと納税に関する周知啓発
- 現在注目度が上がっているふるさと納税をこの調子そのまま、進められればと思います。

(共通返礼品)

- 複数市町村共通の返礼品・県域共通の返礼品の調整
- 全国に埼玉県内の自治体のふるさと納税返礼品を紹介できる機会(パンフレットの配置等)があれば、紹介していただきたい。
- 複数市町村共通の返礼品の登録に向けた調整など。隣接した市町村だけでなく、県内でもこれまであまり関わりのなかった市町村同士のコラボ商品の開発などについてご提案、ご支援いただけるとありがたいと考えます。
- 県域共通の返礼品等を開発してほしい。

(県内・域内の中間支援事業者)

- 多くの自治体が、地元以外の中間事業者へ業務委託を行っており、寄せられた寄附の地域外流出が問題であると考えます。市内や県内で中間事業者としての役割を担える団体があると、地域内での循環ができるようになると思う。
- 中間事業者の役割を担って返礼品開発や地元事業者との交流を深めてほしい
- 地元の事業者と深いつながりのある商工会議所やDMOとしての強みを活かし、新規返礼品の発掘・開発など、ふるさと納税を通じた地域振興のため協力していきたい。
- 中間支援業務の受託先を県で立ち上げてほしい。(現在、都内の業者に委託料が流出しており、地域＝県内の活性化に至っていません。)

以上