

議会報告会実施報告書

開催日時	令和8年1月20日（火）17時～18時30分	
開催場所	明石市役所議会棟2階 大会議室	
テーマ	ふるさと納税について	
出席議員	委員長	灰野修平
	司会者	千住啓介
	記録者	上田雅彦
	その他	宮坂裕太、黒田智子、辰巳浩司、梅田宏希、中西礼皇 (以上、総務常任委員)
参加人数	アサヒ飲料株式会社 1名 神戸酒類販売株式会社 1名 株式会社鍵庄 1名 江井ヶ嶋酒造株式会社 2名 内外ゴム株式会社 2名 明石商工会議所 1名 一般社団法人明石観光協会 1名 レッドホースコーポレーション株式会社 4名	
報告内容	◎明石市ふるさと納税の現在地（黒田委員より） ・個人版ふるさと納税の現状⇒寄付額は伸びている（令和7年度8億円）しかし、市民の他自治体への寄付額も増えている。 ・企業版ふるさと納税の現状⇒企業版PRリーフレットの作成 ・9月議会で共有された声⇒続く寄付、明石らしい事業で！ ◎明石市ふるさと応援寄付金推進事業について（レッドホースコーポレーションより） ・ふるさと納税市場について⇒令和6年度約1兆2,728億円、約5,879万件（6人に1人が利用）、人気の返礼品は社会情勢にリンク（米不足等） ・取組事例のご紹介⇒ヤマトHDとの資本提携で物流倉庫の活用促進 ・総務省ルール改正について（令和8年以降⇒地場産品基準に関する改正、税制と自治体財源に関する改正）	

<p>報告内容に関する意見交換</p>	<p>【企業・団体】</p> <p>1 アサヒ飲料株式会社</p> <ul style="list-style-type: none"> ・返礼品は地域貢献・ブランド認知の観点で取り組む余地がある。 ・明石工場製造品であることの担保（他工場品との混在）や差別化が課題であり、アイテム拡充が容易ではない。 ・明石ならではのコラボセット等により、限定性を高めることが有効と考える。 <p>2 神戸酒類販売株式会社</p> <ul style="list-style-type: none"> ・（現状報告）アサヒ飲料さんの全国の工場ロットを仕分け・発送しており、明石工場の強み（多品目製造）を踏まえ、賞味期限の長い缶商品等の提案を継続している。 <p>3 株式会社 鍵庄</p> <ul style="list-style-type: none"> ・海苔をメインに扱っている。原料価格上昇に伴い寄付額設定が上昇し、一時的に落ち込みがあった。低価格帯セット（佃煮等）で持ち直した。 ・寄付者は1万円前後の寄付を複数回行う傾向があり、安価なラインアップ拡充が必要。通販の13%が返礼品である。 ・イベント（駅周辺等）でふるさと納税参画事業者を集め、他府県客に明石と返礼品を周知する取組を提案。 ・イベント開催に係る会場確保（市施設の活用・規制の見直し等）について検討が必要である。⇒保健所の多目的ホールを使用できるように条例改定を進めている。 <p>4 江井ヶ嶋酒造株式会社</p> <ul style="list-style-type: none"> ・前年は高価格帯よりも普段使いの低価格帯商品の動きが強かった（競合増等の影響も示唆）。明石ウイスキーが一番出ている。 ・酒類は子育て施策と親和性が低いとの印象もあり、PR方法を工夫しつつ協力したい。 ・経済情勢により商品分別に影響があるので、そこは注視していきたい。 <p>5 内外ゴム株式会社</p> <ul style="list-style-type: none"> ・返礼品は軟式野球ボールが中心（7割）で、準公式球やソフトボール等も一定数選定されている。ベース等の製品も展開。 ・体験型施策（投球計測が可能なボール等）を含む野球普及振興イベントの可能性を検討している。 ・野球人口減少の要因として、公園でのキャッチボール制約等を課題として共有し、子どもが安全に体験できる場の確保を要望。 <p>6 明石商工会議所</p> <ul style="list-style-type: none"> ・企業版ふるさと納税については、どれだけ自社の製品がPRされているのだろうかと思っている企業も多いのでは？ ・（質問）紙おむつ返礼品に高齢者用が含まれるか、ナッツ返礼品が継続して強い理由は何か等を質問。
---------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> ・(所感) 自社商品が返礼品になり得るという実感が薄い事業者も多く、周知や提案の仕組みが重要との認識を示した。 <p>7 一般社団法人 明石観光協会</p> <ul style="list-style-type: none"> ・返礼品(ぬいぐるみ等)は選定が少ない。新規に寿司クーポンを提供しており、明石への来訪促進の仕掛けとして継続検証したい。 ・物価高の影響で、日用品が上位に来る傾向を踏まえつつ、来訪につながる「明石のファン獲得」施策を検討したい。 <p>【委員(議会側)】</p> <p>委員(質問・意見)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・(質問) 自治体によるPR(パンフレット等)の効果はどの程度か。寄付者は何を見て明石の返礼品に到達しているのか。⇒各ポータルサイトで検索し、寄付しようと思う人よりも、欲しいモノを探す傾向が強い。 ・(質問) ガバメントクラウドファンディングを実施する場合、明石市ではどの分野が適するか。⇒ガバメントクラウドファンディングは、子育て支援(例:おむつ配送等)や学校支援等、共感を得やすい分野が適するのでは。 ・(質問) 合同イベント(複数事業者参加)の実施について、受託事業者側の考え・実施可能性はあるか。⇒合同イベントは、ポータルサイト主催イベント(自治体出展枠)や百貨店等でのシティプロモーションと組み合わせて実施可能。制度上、募集経費・プロモーション費としての支出は一般に行われている。 ・(質問) 明石市への寄付は、地域(都道府県等)別にどこからの寄付が多いのか。⇒基本的に人口分布通りで約5割が首都圏の方々である。 ・(意見) 返礼品の「体験型」について具体例(釣り船、SUP、乗馬等)を踏まえ、明石ならではの体験価値を強化すべき。 ・(意見) 明石の水・海産物等のストーリー性を活かし、ウイスキー、炭酸飲料、海苔、タコ等のセット化・物語付与による差別化を検討すべき。 ・(意見) 子どもの遊び場(キャッチボール等)の確保は、野球人口減少対策の観点からも重要である。 ・(意見) 企業版ふるさと納税で、学校の吹奏楽部の楽器や、保育施設の防犯カメラ設置などにも活用できないか?⇒社内で検討の余地あり。 ・地元アーティスト等とのオリジナルラベルを返礼品限定で企画するなど、地元密着型の差別化を提案。
--	---

明石市議会議長 国出拓志様

令和 8年 2月 9日

上記のとおり報告します。

総務常任委員長 灰野修平