令和５年度　産業建設常任委員会行政視察報告書

１．視察日程

令和５年７月１１日（火）から７月１４日（金）まで

２．視察先及び視察内容

（１）佐賀県唐津市

・サバの完全養殖の取り組みについて

（２）宮崎市都城市

・ふるさと納税の取り組みについて

３．参加者

委 員 長　白　井　二　郎
副委員長　村　中　浩　明
委　　員　杉　浦　弘　樹　　東　　健　而　　井　田　茂　樹

４．視察内容

◎佐賀県唐津市（７月１２日（水））

【市の概要】

唐津市は、佐賀県の西北部に位置し、東部は福岡県糸島市、佐賀市、西部は玄海町、伊万里湾を隔てて長崎県松浦市と、南部は多久、武雄、伊万里の各市にそれぞれ接し、北部は玄界灘に面した沿岸地域で、市の中心地（市役所本庁）は、東経１２９度５８分、北緯３３度２７分にある。総面積は４８７．６０平方キロメートル（全県比１９．９％）、美しく変化に富んだ自然と大陸との交流の歴史を背景に、農林水産業をはじめとする産業や伝統的な地域文化が育ち、優れた観光地としても発展してきた。唐津湾沿いには、全長約４．５㎞、幅約５００ｍの「虹の松原」があり、日本三大松原の一つに数えられ、国の特別名勝に指定されている。

昭和７年１月１日に市制が施行され、さらに唐津市と周辺６町２村が平成の大合併により人口１３万４千人の新唐津市が誕生した。

（平成１７年１月１日に８市町村の新設合併及び１８年１月１日に１村が編入合併）

【調査事項】

・サバの完全養殖の取り組みについて

説明者・・・唐津市農林水産部水産業活性化支援センター センター長
村　山　孝　行
唐津市農林水産部水産業活性化支援センター 水産係長
鈴　木　悠　介

唐津市農林水産部水産業活性化支援センター 水産係
石　盛　沙　織

【概要】

≪サバの完全養殖の取り組みについて≫

〇唐津Ｑサバについて

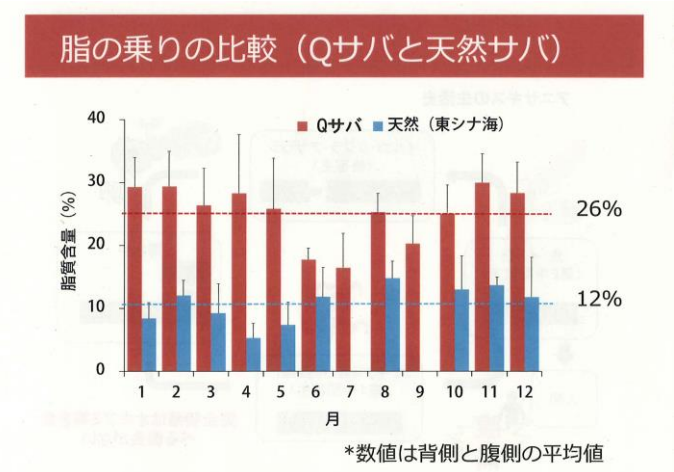
唐津市では、水産業の活性化と地域の活性化を目指して、平成２４年度から九州大学と共同で「新水産資源創出研究プロジェクト」に取り組んでいる。

完全養殖のマサバは全国でも非常に珍しく、日本で初めて市場へ多く流通した完全養殖のマサバが唐津Ｑサバである。

平成２６年から販売を開始した唐津Ｑサバは、平成２８年６月に全国公募を行い、約１０００件中から唐津Ｑサバという名前に決定をした。また、名前が決定される以前は、唐津産の完全養殖サバとして流通していた。名前決定後は、佐賀玄海漁業協同組合と協力し、商標登録を行い、養殖した唐津Ｑサバは、基本的に全て佐賀玄海漁業協同組合さんを通して出荷をすることとなっている。

唐津Ｑサバの特徴は主に４つあり、１つは一年中脂がのっているということである。唐津Ｑサバは一年中餌をあげて育てているため、一年中脂がのっている。東シナ海でとれた天然のサバと唐津Ｑサバの年間を通して脂の乗り具合を比較したところ、年間平均で天然サバが１２％に対し、唐津Ｑサバは平均２６％という結果が出ている。

２つ目の特徴は、生きたまま販売できるため、非常に鮮度がいいという点である。サバの弱みの一つが悪くなりやすいという点があり、なかなか刺身で食べられるような、鮮度の良いサバというのは手に入らない状況である。唐津Ｑサバは生きたまま販売できるため、高鮮度状態で市場へ流通させることできる。



３つ目の特徴は、寄生虫（アニサキス）が、ほとんど寄生していないということだ。完全養殖により人工的に餌を与えており、アニサキスが寄生する原因となるオキアミ等の餌を食べる機会がない（海の中で育てているため、泳いできたオキアミ等を食べる可能性はゼロではない）。景品表示

法上、アニサキスがいないと表示はできないが、理論上はアニサキスが寄生することはないとのことである。平成２６年から販売を開始し、基本的に唐津Ｑサバを使用するお店にアニサキスが見つかった場合は報告していただくことにしているが、これまで約１０万匹を出荷した中でアニサキスが見つかった事例はゼロとなっている。

４つ目の特徴は、稚魚も親も天然の魚に頼らず、完全養殖サイクルの中だけで養殖を行っているため、安定した供給ができる点である。

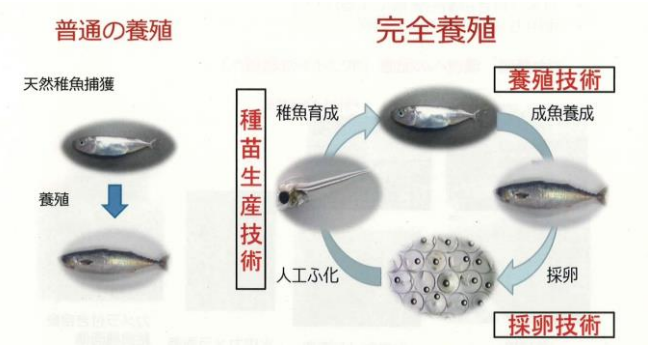
現在、唐津市内において３０を超える店舗（旅館・飲食店・直販所・スーパー等）が唐津Ｑサバを取り扱っている。平成 27 年からは福岡へ活魚出荷が開始され、平成 29 年からは北九州、東京へも出荷を行っている状況である。今後は、関西方面、海外にも販売できるよう取り組みを進めていくとのことである。

○唐津市水産業活性化支援センターについて

唐津市水産業活性化支援センターは、唐津市と九州大学で共同研究を行うため整備された施設である（管理研究棟（平成２４年１２月完成）、水槽棟（平成２６年３月完成））。当該施設は、九州大学のサテライトキャンパスとして位置づけられており、九州大学の先生が常駐し、九州大学の学生も含め様々な研究を行われている。

施　設　概　要		
項　目	内　容	
敷 地 面 積	1,815.85 ㎡	
延床面積	管理研究棟 （平成 24 年 12 月完成）	水槽棟 （平成 26 年 3 月完成）
	559.76 ㎡	549.0 ㎡
主な施設内容	・研究室　・精密分析機器室　・研究員室　・事務室 ・ミーティング室　・休憩室　・シャワー室　・隔離飼育室 ・ろ過施設	
主な設備と機器	・海水調音設備　・取水、排水設備 ・高速液体クロマトグラフ　・ガスクロマトグラフシステム ・共焦点レーザースキャン顕微鏡システム ・マイクロプレートリーダー　・リアルタイムＰＣＲ ・生体高分子クロマトグラフィーシステム ・画像解析装置　・フローサイトメーター　・紫外線殺菌装置	

○マサバの完全養殖技術開発について



唐津市と九州大学で行っている共同研究の内容は大きく２つあり、１つは「マサバの完全養殖技術開発」、この研究により唐津Ｑサバが完成している。もう１つは「養殖業の高度化」、儲かるマサバ養殖を目指すため、ＩＣＴを用いた養殖管理システム（労力の軽減と効率的な養殖を目的）、新しい餌（魚粉に頼らない新しい餌）、早期種苗生産技術、ゲノム編集と幹細胞操作による新品種作成技術の開発を主に行っている。

通常の養殖は、海から小さい天然稚魚を捕獲し、養殖場で成長させるが、完全養殖は、成魚から卵を採卵する採卵技術、人工ふ化後、幼魚をある程度の大きさまで成長させる種苗生産技術が必要となってくる。

研究の経過として、平成２４年からサバの完全養殖の研究を始め、初年は、天然マサバの成魚を捕獲し、卵を採取し、それをふ化、成長させた。その後、前年に成長させた成魚から採卵、ふ化、成長といったサイクルが平成２６年に出来上がり、稚魚及び成魚共に天然の魚に頼らない完全養殖のマサバが完成した。

○養殖業の高度化について

１．ＩＣＴ利用による養殖の自動化について

現在、魚類養殖というのは世界的に非常に注目をされているが、日本ではこれまで小規模な漁業者が行っていたということもあり、大きな産業になっていないのが現状である。また、小規模に魚類養殖を行っている場合、非常に重労働で中々休みが取れないという実情もあり、後継者が不足している事態となっている。実際、佐賀県でも養殖業者が非常に減っているとのことで、それを解消できないかということでＩＣＴ利用による養殖の自動化の実験を行っている。ＩＣＴ利用による養殖の自動化とは、養殖場へのカメラ付き自動給餌器と水中カメラを設置し、自動給餌器の底にカメラをつけ、常時陸上からスマホやパソコンで画像が確認でき、それ見ることにより、自宅等からでも給餌することができるようになっている。また、魚が餌を食べているところをリアルタイムで確認できるため、魚の食いっ気が減ってきたところで、給餌を止めることができる。また、水中カメラを中層に設置することにより、どういう泳ぎ方をしているのか、病気にかかっていないかなどを確認できるようになっている。これはまだ実験段階とのことであり、いくつかのイカダにしか設置していないとのことだが、これを全てのイカダに設置できるようになった場合、海での作業が自動給餌器の中に餌を入れる作業や汚れた網を変える作業時のみになるなど、労力の軽減に繋がり、養殖をする人も増えてくるのではないかとのことで、ＩＣＴ利用による養殖の自動化への技術開発に取り組んでいるとのことである。

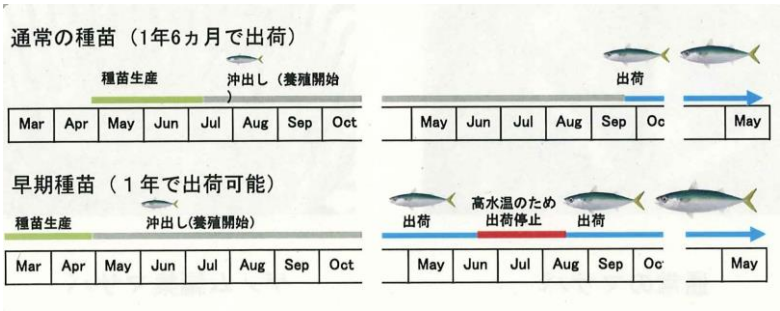
２．新しい餌の開発について

魚類の餌は基本的には魚粉を使用している。現状、世界的に魚類養殖が盛んになってきていることもあり、世界的に魚粉が不足する事態になっているため、できるだけ魚粉に頼らない低魚粉で高品質な餌を開発できるよう研究している。

魚粉の量を減らし、昆虫を魚粉の代わりに使えるのではないかということで、カイコのサナギを粉末にし、魚粉の代わり混ぜて、餌にしたらどうだろうかということで実験を行っている。他にもいろいろな昆虫を粉末にして使えないかということで実験をしている。現状の実験ではカイコのサナギを混ぜた餌は魚粉のみを使用した餌に遜色がなく、それ以上に良い影響もあるとのことである。しかしながら、カイコのサナギは、非常に良い素材ではあるのだが、最近では畜産等のいろいろな面で利用されており、費用が魚粉と比べ、安くないという問題があるとのことであるため、カイコのサナギより安価で良い素材を探しているとのことである。

３．早期種苗生産技術の開発について

通常、マサバの産卵期は、５月、６月である。この時期に卵を採取すると、７月にはある程度の大きさになり、海の養殖場に出すことになる。マサバは非常に高水温に弱いため、養殖場へ沖だし後、海水がすぐ夏場の高水温になるため、餌をなかなか食べられず、成長が停滞してしまう。唐津Ｑサバは重さ４００ｇ以上と指定をしているため、４００ｇ以上に成長するには約１年半かかり、出荷にも同様の月日を要することになる。早期種苗により、３月、４月に卵を採取し、５月中に海の養殖場に出すことにより、海水が夏場の高水温になるまでに餌をやって育てられることができ、約１年で出荷ができる大きさになる。そのような実情もあり、漁業者から早期種苗が欲しいという要望が非常にあり、早期種苗生産に取り組んでいる。また、養殖業者からは、早期種苗だけではなく、様々な大きさの魚を１年中揃えたいということや、１年中産卵させることはできるのかといったような要望も出ているため、現在、その研究を進めているとのことである。



４．ゲノム編集と幹細胞操作による新品種作成技術の開発について

この研究は平成２４年に開始され、当初は技術を習得するということで研究をしていた。技術を習得後、どのような性質を持たせるかという研究の中で、おとなしい性質を持ったマサバを狙って作ることに成功した。マサバというの

は、種苗生産時の小さい段階で非常に共食いをし、種苗生産の途中でどんどん数が減っていく。例えば、卵を受精卵１００万個取り、育てていったとしても、最終的に１割以内しか稚魚に育たないといった悩みがあり、それは共食いが大きな原因である。それを解決するため、おとなしいマサバができないかという研究をしたとのことである。実験では通常のマサバは共食いをするが、おとなしいサバはほとんど共食いをしないことがわかっている。現状、ゲノム編集された食品は市場での受け入れが難しい面があるため、唐津Ｑサバには取り入れてはいないが、市場で受け入れられる状況となった場合、ゲノム編集を利用していける技術だけは確保をしていくためこの研究を行っているとのことである。

【主な質疑】

Ｑ　なぜサバの養殖(研究材料)することとなったのか。また、今後、サバ以外の魚種に研究を行っていくのか

Ａ　平成２４年に九州大学とどういった研究材料をするかと話をした際、当初はマサバの完全養殖に限らず、魚類の完全養殖の研究をするということになった。その魚類としてマサバ、ウマヅラハギ、穴子が選ばれ、まずはマサバから取り組むことになり、研究が開始された。現状、完全養殖は完成されているものの、技術課題もまだ多く、種苗生産等を含め漁協や漁業者単独で完全養殖を行うことは難しい状況であるため、今後は、それらの課題を解決した後に、次の魚種の研究をすることとなる。

Ｑ　国、県からの補助金等はあるのか

Ａ　基本的には予算は国や県から補助金等はなく、研究費は市や企業、漁協などから協力して出資している。それ以外の施設運営費は市が支出している。

Ｑ　現状の課題について

Ａ　例として、１万匹の養殖を開始した場合、出荷できるのがおおよそ３０００匹であり、今後は生産力をいかに高めていくかというのが一つの課題になっている。

Ｑ　年間の出荷量について

Ａ　年間平均２万匹を出荷しており、今年は１０万を超える稚魚が育ったので、５万匹程を出荷できればと考えている。

Ｑ　沖出し後の成魚の養殖はどの機関が行っているのか。

Ａ　沖出し後の成魚の養殖は漁協が行っており、基本的には正組合員でなければ養殖ができないこととなっている。

【委員の所感】

・唐津市と九州大学との共同で行っているこの事業は、漁業者の経営安定のために始めた事業であるとの説明があり、唐津市と九州大学の共同研究施設である唐津市水産業活性化支援センターでマサバの稚魚を育成し、成魚の養殖は地元漁協の正組合員が行うといったシステムを構築している。国や県からの予算は確保せず、主に市と事業者からの予算で事業を行っているという現状は、今後、養殖事業を推進するうえで、漁業者のなり手確保対策にも繋がるのではないかと感じた。今回の視察は、今後の養殖事業において、自治体が目指すべき養殖事業であると同時に、持続可能な漁業の構築に向け、新たな取り組みであると感じた。

・マサバの完全養殖は全国に類例のない画期的な事業である。今後、この事業が全国に広がり、様々な魚種の養殖が誕生するのではないかと感じた。むつ市においても、海峡サーモンやホタテ以外に様々な魚種の養殖を期待したい。

・むつ市においても、海峡サーモンの養殖を行っており、海へ幼魚を放流し、成魚へ成長させ販売しているが、唐津Ｑサバは成魚から採卵を行い、人工孵化し、稚魚から成魚まで成長させ販売するという完全サイクルとなっていた。今後の漁業者の後継者問題、安定した収入を得るためにも養殖事業は最も大切な事業であると考える。とる漁業から育てる漁業へ。

・唐津市と九州大学との共同研究で生まれた日本で初めて完全養殖に成功した「唐津Ｑサバ」。完全養殖の技術は徹底した餌の管理によりアニサキスのリスクを低減させた。唐津Ｑサバはこれまでアニサキスの発見例がなく、唐津市の旅館や飲食店のほか、福岡や東京でも提供されているとのことで、出荷量が年々増加していると伺った。低魚粉の高品質な餌の開発にも取り組まれ、持続可能な養殖を目指している。かつて唐津市は日本有数のサバの水揚げを誇っていたが、全国と同様にサバは徐々に姿を消し、大衆魚と呼ばれなくなっていた。新たなプロジェクトを立ち上げ、養殖技術の向上や魚類の品種改良、様々な努力と苦境を乗り越え、完全養殖を確率されたことは今後の日本に明るい未来を感じる。

・平成２４年から研究を開始し、平成２６年に完全養殖のサイクルを完成させ、販売を開始している。また、流通経路をしっかりと構築しており、毎年出荷数を増加させ、今年は２万尾を出荷、稚魚育成は１０万尾とのことである。唐津Ｑサバは全て佐賀玄海漁業協同組合を通して販売しており、組合員の安定した収入、所得の向上にも寄与している。この完全養殖事業は素晴らしい取り組みであり、ぜひむつ市でも取り組んでいただきたいと感じた。

◎宮崎県都城市（７月１３日（木））

【市の概要】

都城市は、人口は１６０，６４０人(国勢調査・令和２年)、南九州では鹿児島市、宮崎市に次いで３番目であり、面積についても、６５３．３６平方キロメートルで、県内第２位となっている。

平成１８年１月１日、都城市、山之口町、高城町、山田町、高崎町の１市４町が合併し、新・都城市が誕生した。これらのまちはこれまでも都城北諸県広域市町村圏事務組合を設立し、消防や救急業務、ごみ処理などを共同で実施するなど広域的な地域づくりを展開してきており、三股町、鹿児島県曽於市・志布志市の一部を含む２５万人の経済圏の中心都市として、さらには南九州における産業・経済・教育・文化の中心的役割を担う「南九州の広域交流拠点都市」としてのまちづくりが期待されている。

【調査事項】

ふるさと納税の取り組みについて

説明者・・・都城市ふるさと産業推進局 副課長　　野 見 山　修一

【概要】

〇都城市のふるさと納税の概要と運営状況について

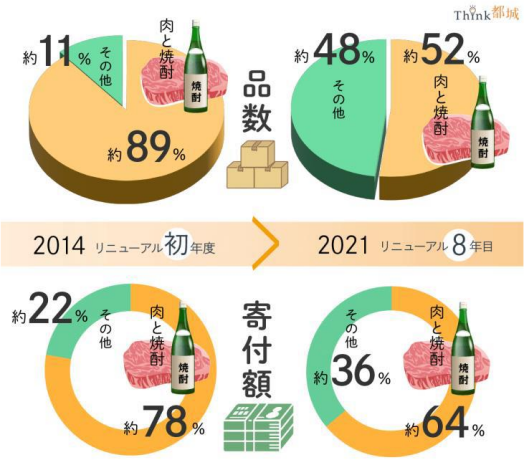
■ 都城市の「寄附額」「シェア率」と全国ランク

都城市のふるさと納税は国の制度が始まった平成２０年にスタートされた。開始当初はふるさと納税へ特に力を入れておらず、当時の寄附額は３００万円程度であり、寄附に対して返礼品も、決められた予算の範囲内で地場産品を詰め合わせにし、抽選で一部の方に送っていた。

平成２５年にふるさと納税を都城市のＰＲツールとして（都城市の知名度向上のため）活用するため、都城市のふるさと納税の大幅にリニューアルを行った。その中で、日本一の農業産出額を持つ肉、焼酎メーカー10 年連続売上高日本一である霧島酒造が都城市にあることを踏まえ、肉と焼酎と言えば都城市と、全国的にＰＲするため、肉と焼酎に特化したブランディングを行うことし、リニューアル当初の返礼品は、原則、肉と焼酎に限定した。また、独自の都城市のプロモーション戦略として「選択と集中」のコンセプトのもと、対外的ＰＲを行った。このプロモーション戦略の例としては、日本一の農業産出額を持つ肉、焼酎メーカー10 年連続売上高日本一である霧島酒造（黒霧島）の商品力やネームバリューを借りる形でふるさと納税の看板などの広告に黒霧島や宮崎牛のみを使

用し、「肉と焼酎＝都城市」と周知されるようＰＲ活動を行ったとのことである。肉と焼酎に特化したブランディングより平成２６年の寄附額は約５億に増加し、その後、平成２７年度、平成２８年度及び令和２年度で寄附額全国１位となり、全国で唯一８年連続寄附額トップ１０入りをしている。その効果として、リニューアル当初の目的であった都城市の知名度向上に大きく寄与し、都城市の対外的ＰＲに成功した。また、地場産業の活性化、市の収入増加、数値目標を立て、目標達成に向け取り組むことにより職員の意識改革にも繋がったとのことである。

リニューアル当初は返礼品の約９割が肉と焼酎であったが、現在は、約５割が肉と焼酎となっており、１５２の地元業者が返礼品の事業者登録をしている（委託契約を締結）。返礼品の企画提案は、主に事業者からの提案が中心となっており、約１６００種類の返礼品が登録され、令和４年度の寄附額は１９０億円を超える見込みとのことである。登録された返礼品は、１７のポータルサイトへ掲載され、返礼品の在庫及びポータルサイトの管理等は株式会社シフトプラスへ業務委託されている。



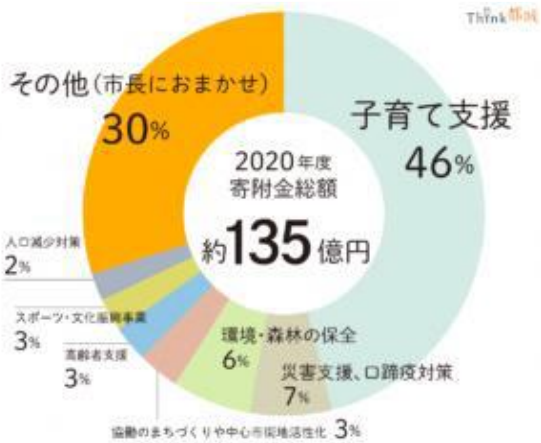
○返礼品の決定方法

返礼品の決定方法は大きく２つあり、１つは、自治体が出してほしい返礼品を地元業者に営業をかけ、提案してもらう方法である。返礼品は市場ニーズをしっかり捉え、決定することが重要であるため、リニューアル当初は、当該方法で返礼品の構築を行った。また、寄附額を戦略的に増やすためには必要な方法であるとのことである。

２つ目は、事業者に返礼品を提案してもらう方法である。寄附額が安定した事業者に対して、市から価格帯を提示し、事業者に好きな金額帯で自由に返礼品を提案してもらうとのことである。

○寄附金の使い道について

全部で８通りの使い道（子育て支援・協働のまちづくりや中心市街地活性化・環境・森林の保全・スポーツ文化振興事業・高齢者支援・災害支援、口蹄疫対策・人口減少対策・市長におまかせ）を示しており、令和２年度の割合では、子育て支援４６％、市長におまかせ３０％、災害支援、口蹄疫対策７％、環境・森林の保全６％、協働のまちづくりや中心市街



地活性化３％、高齢者支援３％、スポーツ文化振興事業３％、人口減少対策２％となっている。

主な活用事業の例として、ふるさと納税の寄附金の全てを財源にしているわけではないが、子育て支援の分野では、保育料の完全無料化、子ども医療費助成事業、妊産婦の健康診査費用の完全無料化事業等などに活用されている。

○都城市ふるさと納税振興協議会について

市と事業者、官民一体型の取組としての都城市ふるさと納税振興協議会を設立している。この協議会は事業者が都城のふるさと納税を自分たちで応援しようという目的のもとで設立された協議会であり、全ての返礼品提供事業者が加入しており、負担金として、市から受領している委託料から２％を出資し、活動費としている。２０２２年度の予算額は約１億４千万円あり、この協議会に対し、市からの補助金等はなく、予算は全て返礼品提供事業者の負担金から賄っている。主な活動内容は、ふるさと納税のＰＲ活動（広告宣伝等）を行っており、実際に寄附者の方と交流をするイベント等の開催、地域で活動するコミュニティや地場産業の振興の取り組みに対して補助金等の支援を行っている。

○寄附を集められる自治体の取組と運営体制とは

１．自治体の取組

１－１　寄附者のニーズにあった返礼品を構築し、在庫を確保する

・人気の返礼品があったとしても、在庫がなくなってしまった場合、本来、寄附があるはずだったチャンスがなくなってしまう。このことは地元事業者との信頼関係が非常に大事である。事業者に対し、在庫確保をお願いすることはリスクを背負ってくださいと言っているのと同じであるため、市がしっかりと寄附者のニーズを調査し、事業者に対して、返礼品の製作及び在庫管理の助言や相談ができる体制を構築することが重要である。また、競争力のある又は競合の少ない返礼品を作ることも重要である。人気がある返礼品があったとしても、競合する自治体がないわけではないため、情報収集が非常に重要である。自治体職員や地元の事業者が他自治体の返礼品の動向を確認し、返礼品を構築していくことが重要である。

１－２　準備した返礼品をしっかり周知する

・寄附者のニーズを調査し、競争力のある又は競合の少ない返礼品を構築したとしても、自治体や返礼品を周知しなければ、寄附金の向上には繋がらないため、返礼品の周知活動をポータルサイトポータルサイトや広告宣伝（ネットでのウェブ広告等）を活用し運用していくことが重要である。

２．自治体の運営体制

２－１　ＴＯＰにぶれない意思とコンセプトがあること

・首長がぶれない目的を持ち、先頭に立ってふるさと納税を推進することが重要である。

２－２　リーダーシップを取れる担当者がいること

・担当者には、高い企画力、プレゼン力、調整力、コミュニケーション能力が求められる。また、自治体内のステークホルダーに対する立ち回りも重要である。

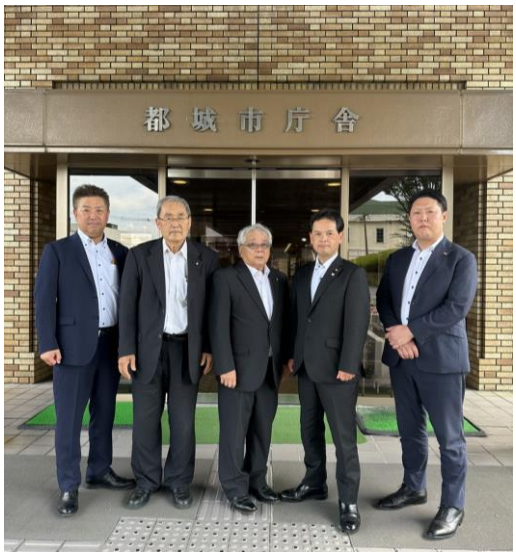
２－３　関係者がふるさと納税推進事業に協力的であること

・地元事業者、議会、市役所内において、ふるさと納税推進事業に対する理解があり、協力的であることが重要である

【主な質疑】

Ｑ　寄附者のニーズを把握する方法について

Ａ　ポータルサイトの方々と自治体の職員とかしっかり連携することが重要である。ポータルサイトの担当者はトレンドをしっかり把握しているため、実際に提供しようとしている返礼品について、助言をいただくことにより、寄附者のニーズの把握に繋がる。



Ｑ　一人当たりの平均寄附額について

Ａ　平均寄附額は約２万円だが、一番多い返礼品の価格帯は１万円から１万５千円となっている。そのため、その価格帯の返礼品を揃えることが寄附者のニーズに合うと考える。

Ｑ　返礼品を複数選択できるシステムを作ってはどうか

Ａ　複数選択できるシステムを過去に試みたが、業務委託料が増加する等のコスト面の課題がありうまくいかなかった。

Ｑ　自治体が返礼品として出品したい商品の開発依頼について

Ａ　事業者が出品したい商品と自治体が出品したい商品をセットで出品してもらうようお願いし対応している。

【委員の所感】

・むつ市の令和４年度のふるさと納税額は、約１億３５００万円、返礼品は３００種類である。都城市の令和４年度の寄附額は１９０億円である。ふるさと納税は、むつ市にとって大切な財源であり、今後、寄附額を増加させるためにも、しっかりとした「コンセプト」を持ち、対外的ＰＲ、地場産業の活性化等を行

い、地元事業者、議会、担当者がしっかり理解しあうことがもっとも大切であると考えさせられた。

・都城市では、ふるさと納税の寄附額を上げるための戦略として、まずは自治体を知ってもらうことが必要と考え、全国的に有名な商品を扱う地元企業と包括連携協定を結び、自治体が商品をタイアップして、関東圏等へ積極的にプロモーション活動を行い、都城市を知ってもらう戦略を行っているとの説明があり、この事業における自治体のプロモーション活動の重要性を痛感した。また、返礼品に対するプロモーションも同時に重要であるとの説明があり、この差がふるさと納税の寄附額に差が出るとのことである。何より、この事業においては、自治体トップと担当者のぶれない意思が必要であるとのことであり、この取組で自治体の予算確保のみならず、地域経済を活性化することがわかった。

・都城市では、職員の中に専従職員を置き、業者との交渉からブランド商品の開発を求め、商品代金の支払いから返礼費の宣伝、広告、ポスター作りなどあらゆることを手がけ、業者を後押しする仕組みを考えている。ふるさと納税は、納税者を待つのではなく、納税者が増加するよう、攻めのふるさと納税対策をしているという視点が目立った。

・３度の寄附額日本一、８年連続寄附額トップ１０入りと全国トップクラスの自治体の凄さを肌身で感じた。とにかくコンセプトとして肉と焼酎を全面に打ち出 し、都城市を知ってもらうための戦略が徹底されていることに驚いた。返礼品にいかに魅力を感じてもらうか、ＰＲにしても、地場産業の活性化にも取り組まれ、職員の意識改革にも繋がっているとのこと。自治体と事業者との信頼関係がしっかりされているのを感じた。いかに出来る事業者、また、熱意ある事業者をつかみ一緒に取り組んでいくことが大切であると感じた。

上記のとおり視察報告いたします。

令和５年９月１５日

むつ市議会議長　　大　瀧　次　男　様

産業建設常任委員会
委　員　長　　白　井　二　郎