

感謝の想いがつなぐふるさと納税

■昨年度の「ふるさと納税」は…

昨年度にかほ市のふるさと納税実績は、納税件数2、202件、納税額3、818万8千円で、一昨年度に比べて、件数にして891件、額にして1、438万円の増加となりました。

このように数字が伸びたのは、にかほ市の特性を考慮しながら、これまでの取り組みの見直しを行い、改善を図ってきたからだと思っています。特に、今年は担当の方でふるさとチョイスといった、ポータルサイトが持っているデータを分析し、決してプロフェッショナルではありませんが、マーケティング戦略を練り、それを実行したことが大きかったと思います。

なかには、冬期2カ月半の間が荒天続きであったため、出漁が7日前後しかできず、ベニズワイガニを返礼品として希望された方の半分ほどにしかお送りできずにご迷惑をおかけしたこともありましたが、概ね順調に進み、いろいろなことを学ぶ機会にもなりました。

それらのこともあってか分かりませんが、今年度のふるさと納税の出足は好調で、4月で347件、5月で315件と、昨年度の4月56件、

5月83件よりも件数が大きく増えています。

■「ふるさと納税」ってなに？

最近では、ふるさと納税と言うと、過度の返礼品をめぐる混乱もあつてか、制度そのものを快く感じていない人もたくさんできています。

そもそも論として、「ふるさと納税」は、「ふるさとやお世話になった地方団体に感謝し、若しくは応援する気持ちを伝え、または税の使い途を自らの意思で決めることを可能にすること」を目的に制度化されたものです。

趣旨に基づけば最近の制度をめぐる混乱は眉をひそめるものと言えるかもしれませんが、確かに、過去において、私も返礼品を贈ることに懐疑的でした。しかしながら、実際のふるさと納税を見てみると、寄附に基づくものとなっており、公正を原則とする税の特徴にこだわる必要はないと考えるようになりました。

■シティプロモーションの手段として

考えてみれば、これほどの低コストで市内の特産品等を全国販売できる手段は他にありません。であるなら

らば、シティセールス、シティプロモーションの有効な手段として割り切つて大いに活用しようとするのは当然と言えます。

ただ、その運用において忘れてならないのは私は品位だと思っています。言い換えれば、寄附してくれた人たちが「にかほ市に納税(寄附)して良かった」と思つてもらえられるような取り組みでなければならぬと思うのです。

今回、市では、平成27・28年に寄附された方々に、アフターフォローとして、いただいたお金でどんな事業をしてきたかをお知らせするために、御礼もかねた手紙を送らせていただきました。市の顔の「見える化」です。ちよつとした気づきです。もしかしたら、今年度のふるさと納税の出足が好調なのは、このようなことも影響しているのかもしれませんが。

「人に寄り添う」は、このような「ほんのちよつとの心配り」の中にあるのだと思います。



にかほ市長
市川雄次

