

別記様式（第5条関係）

会 議 録

会議の名称		令和7年度 第3回行政評価委員会
開催日時		令和7年7月14日(月) 午後7時00分から 午後9時00分まで
開催場所		市役所別館1階大ホール
委員名		(1) 出席委員 加留部貴行、木本圭子、芹野千佳子、山下永子、山下耕治、大石くみ、中川孝晃 (2) 欠席委員 なし
所管課職員職氏名		事務局 経営企画部長 花田積 経営企画部経営戦略課長 向井泰博 経営企画部経営戦略課経営戦略係長 笹田泰弘 経営企画部経営戦略課経営戦略係 加藤慎太郎 担当課 経営企画部長 花田積 (再掲) 経営企画部経営戦略課長 向井泰博 (再掲) 経営企画部経営戦略課主幹兼企画係長 吉田亜矢
会議	議 題 (内 容)	1 会長あいさつ 2 行財政改革大綱実施計画の取組に関する評価③ No.29 企業版ふるさと納税による新たな財源の確保 (税控除制度の活用) 3 評価施策の選定について 4 事務連絡
	公開・非公開の別	■公開 □非公開 □一部公開
	非公開の理由	
	傍聴者の数	4名
	資料の名称	【資料1】 行革大綱取り組み結果（令和6年度） 【一部抜粋版_未定稿】 【資料2-1】 企業版ふるさと納税_説明資料 【資料2-2】 (旧) 企業版ふるさと納税のご案内 (R5.4発行) 【資料2-3】 (新) 企業版ふるさと納税のご案内 (R7.4発行) 【資料2-4】 福津市企業版ふるさと納税実施要綱 【資料3】 評価スケジュール等 【資料4-1】 まちづくり基本構想_施策一覧 【資料4-2】 施策管理シート 【資料4-3】 各施策の構成事業一覧

会議録の作成方針	☐ 録音テープを使用した全文記録
	☒ 録音テープを使用した要点記録
	☐ 要点記録
	記録内容の確認方法
その他の必要事項	

審議内容 （発言者、発言内容、審議経過、結論等）

第3回 会議録

1 会長あいさつ

会長 今回も委員の皆さんから忌憚のないご意見を頂戴したく思う。どうぞよろしくお願いしたい。

2 行財政改革大綱実施計画の取組に関する評価③

No.29 企業版ふるさと納税による新たな財源の確保（税控除制度の活用）

担当課（資料説明）

委員 本制度は、自治体間での寄附の取り合いになっている。福津市公式HPを拝見すると、企業側のプロフィット（利益）が不鮮明で、取り組みへの積極性を感じづらい。本市への寄附企業について、公表の意向はどういった具合か。

担当課 社名は公表、寄附額は非公表の企業が多い。令和6年度実績では、計3件のうち、2件が社名・寄附額ともに非公表希望であった。

委員 そういった企業は税控除だけが目的だったのだろうか。

担当課 推測の域を出ないが、福津市以外の自治体にも寄附を行ううえでの公平性によるものではないか。

令和6年度までは市直営で事務を行っていたが、寄附額の増加をはかるため、今年度はプロポーザル方式で選定した業者に、マッチング支援業務を委託する予定で予算化している。委託料の算定には、成果報酬型を採用している。

委員 成果報酬型は、応募する側からすればメリットが薄く、手が挙がりづらいのではと思うが。

担当課 予算化に際し情報収集を行うなかで、委託料の概ねの相場を確認している。

委員 企業版ふるさと納税は、企業に「ふるさとに貢献したい」と感じてもらわないと寄附につながらない。広川町を例に挙げると、インターチェンジが位置することもあり、縁のある複数の企業がリピーターとなっている。また、広川町出身の社長などを訪問し、寄附のお願いも行っている。加えて、現広川町長が町職員の時に九州産業大学のe-sports 研究と連携しており、その動きを耳にした企業が寄附をし、共同事業などの取り組みにつながったという事例もある。

マッチングサイト等を用いた、縁のない企業の単なる取り合いではなく、福津市にご縁のあるかたへのトップセールスは考えているか。

また、企業を寄附事業の視察にお招きすることは可能だったと思う。各自治体がそういった工夫を凝らし、「ふるさと」の意味付けに励んでいることを知ってもらえれば。

担当課 トップセールスについては、県人会への出張などの機会も活かし、先に述べたマッチング支援委託と並行して行っていきたいと考えている。

また、寄附企業に対する市長からの感謝状贈呈などをこれまで実施してきたが、おっしゃられたような一歩進んだ取り組みができないか、各担当課と話し合っていければ。

委員 自治体によっては、寄附額の段階ごとに御礼を設定し、例えば1,000万円以上であれば紺綬褒章（国の褒章制度）への推薦を行うなどしている。

委員 寄附の目標額は設定されているか。

担当課 第3次福津市行財政改革大綱では100万円としているが、今回予算化するにあたっては500万円を目標としている。マッチング支援については初めての試みとなるため、想定より多く寄附が集まりそうであれば、目標額を上方修正することも視野に入れている。

委員 予算化され順調に進んでいるとお見受けするが、委託以外の努力（トップセールス等）を行う場合には、営業に係る人的資源や他部署との調整が必要になってくるかと。これについて対策はあるか。

担当課先に申し上げたように、出張時に抱き合わせでPRするなどして、より効率的・効果的に取り組んでいきたい。

担当課福津市はこれまで、企業とのネットワークづくりの面では取り組みが弱かったと考えている。企業誘致同様、企業版ふるさと納税は市長の掲げる「稼ぐまちづくり」の一環であり、企業とリアル場で接点を作れないか考えているところだ。

会長寄附見込み企業は身近なところに隠れているのでは。以前とある自治体で「企業と連携したいが、どう声かけしたらよいか」という相談を受けたが、「連携協定を結んだ企業に端から声をかけては」と提案したところ、企業から想定より良い反応をもらえたとのこと。各々の部署で接点をつくっている企業－関係人口や交流人口に位置するであろう方々を洗い出すと、相当数あるのではないかと思います。地域の貢献になるとともに、税額控除を受けられる本制度を「それは知らなかった」という企業も多いのでは。

委員学校や地域の同窓会ネットワークでは、愛校心やふるさとへの思い入れがあり、なおかつ一企業の幹部を務めている方も多し。そういったつながりも参考になるかと。

委員福津市の寄附対象事業は4種類であるが、その組み立て方について他自治体との比較も含め伺いたい。

担当課寄附対象の4つのメニューは、第3期福津市まち・ひと・しごと創生総合戦略（地方版総合戦略）における4つの基本目標とリンクしている。この基本目標はもともと、国の総合戦略に対応しており、他自治体も概ね同様のたてつけをしているものと考えている。

委員内閣府HP等に掲載されている、他自治体の優良事例を参考にしているかどうか。

担当課順序の話になるかと思う。他自治体も概ね同様のづくりではないかと思うが、市が目指す方向性が先にあり、それに資する取り組みにより共感していただくもの、と考えている。

委員【資料2－3】について、これより詳細な事業の記載は無いのか。

担当課市公式HPでは、地域商社「いいざい」と、キッカケラボについて詳しく記載している。その他の事業に関する詳細は掲載していない。

担当課今回選定するマッチング支援業務委託業者とも連携しながら、今秋を目安に内容もブラッシュアップしていきたいと思う。

委員企業そのものが少なく、ネットワークづくりに難しさを感じているかもしれない。企業誘致の視点では都市計画をはじめとした各種制約により困難を伴うが、切り口を変えて、そうした企業に勤める方の住環境の整備に重きを置いた方が訴求しやすいと思う。企業の従業員は例えば近隣の福津市や新宮町に多く住んでいることに着目し、【資料2－3】に記載のメニュー「3. 出産・子育ての希望をかなえるまちづくり事業」を中心に訴えれば、企業からしても「新興住宅地」「道路がきれい、区画が広い」「子育てに関する取り組みに力を入れている」といった特徴を持ち合わせた環境は貴重なため、工夫の仕方次第で寄附してもらえるのではないかと。企業のトップ側としても、「自社従業員の福利厚生の充実」を対外的に言いやすいと考える。

委員広川町の地域再生計画を見ると、福津市よりも個別具体的に書かれており、「この事業にお願い」が伝わりやすい。福津市も今後の作りこみで検討していけるかと思うが、例えば、子育て関連－学童保育の改善やトイレの整備とくれば、そうした設備の専門企業の寄附が見込まれ、そこからつながりが生まれていくだろう。

会長寄附を、地域コミュニティ課が実施している「住みよいまちづくり推進企画活動補助事業」のような補助事業の財源として充てる、という案もあるかと思う。企業側が直接・間接的にメリットを想起しやすい形がよいか。

委員皆さんがおっしゃっているように、魅力の打ち出し方が不明瞭である。中学校に出向く機会があるが、その際生徒に「福津市の良いところは？」と聞くと「海」「イオンモール」といった回答が返ってくる。以前の行政評価委員会で議論したクラウドファンディングにも通ずることだが、福津の良いところはたくさんあるのに、なんとなくぼやっとしているような印象を受ける。「地域商社いいざい」「キッカケラボ」という固

有名詞も、本当の意味で知ってもらうにはかなり時間を要するのに対し、“道の駅”むな
かたのようなワードだと、何をしているのか伝わりやすいかと思う。表現の仕方につい
ても、これから作戦を立てていくべきかと。

また、単なる「海があって綺麗」といった打ち出し方だと、他にも思い当たる自治体は
あるので、福津市の唯一性、ふるさと感は伝わりづらい。昨年度行政評価を行った公衆
トイレでも挙げた「行ってみたくなるようなトイレ」のように、大きく視点を変え、
もう少しアグレッシブに打ち出していてもよいのでは。

委員 新しい取り組みといえば、福岡のとある企業が開発した米ストローが福岡市トラ
イアル優良商品認定事業において認定され、ザ・リッツカールトン・福岡に採用される
に至った事例もある。ベンチャー企業を起点に、大きな企業の支援につながっていく可
可能性も模索してみては。

会長 (ここまでのまとめ)

担当課 先ほど挙げた「よそにないもの」に関し、福津市は課題が多いと考える。過
大規模校などの困り感をいかに上手に発信し、共感してもらえるかが、一つのポイント
と思った。庁内のインセンティブについても従来の市主導ではなく、民間と一緒に取り
組んでいくスタイルに転換していくことが重要と考える。

会長 行政のシステムを介し、結果的に民間と民間が直接支援しあえるのが寄附の良い
点と思う。今一度、寄附が誰・何のためのものかを整理しながら取り組んでいただきた
い。今後に期待する。

3 評価施策の選定について

事務局 (説明)

市長の意向を確認し、事務局としては「6-3 起業・継業促進と事業所誘致で、働く場を
増やす」「7-3 ブランドの構築や管理、販売促進のための活動を強化する」を提案した
い。また、昨年度の評価施策選定時、「1-1 子どもの権利を守り、多様な子どもの居場
所や主体的な参加の機会を促進する」は要望を頂いていたものの令和7年度以後に見送
ったことを申し添える。

会長 (説明)

(各委員【資料4-1】～【資料4-3】確認)

委員 選定に入る前に確認したい。【資料4-2】の施策7-3を見ると、個人版ふるさと
納税の令和6年度寄附件数が大きく減少しているが、全国的な傾向も含めいかがか。

事務局 福津市では寄附件数・寄附額ともに減少している。全国的な傾向としては、令
和5年10月に制度の大幅変更があり、2極化が更に加速しているものと認識してい
る。

会長 では、おひとりずつ評価施策の候補を伺いたい。

委員 7-3をやるのであれば、「2-3 さまざまな個人や団体間の共働を推進する」をセッ
トにしたい。福津市は第2次福津市観光基本計画に則って、ブランドの構築や管理、販
売促進に取り組んでいるが、「これがブランド品です」という地域産品のブランディン
グの時代はとうに終わっている。今日のブランド戦略は、市民及び職員が「これが福津
らしさ」というアイデンティティを共有・発信し、その象徴たる資産をパッケージ化し
たうえで、市政の上位に位置付け取り組んでいくものと考えている。したがって、施策7-3
を議論するのなら、様々な市民・事業者の声を聴き、福津らしさを磨き上げ発信してい
く仕組みづくりがブランド戦略に効果的であることから、2-3の評価も必要不可欠であ
る。

委員 稼ぐまちづくりも勿論大切であるが、福津市はこどもの数、そして困り感を抱え
るこどもが多い現状を踏まえ、子育て中の親の支援に力を入れてほしいと考え、1-2も
候補としたい。6-3、7-3にも賛同する。

委員 周りの子育て中の親御さんからも大変だという声をよく聞くため、私は1-2を評価
対象としたい。6-3、7-3にも賛同する。

委員「2-1 郷づくりによる地域自治の推進を支援する」を候補としたい。理由としては、「新規住民が増え、自治会への入会や市民活動・地域活動への参加者が減少している」「一部郷づくり交付金が、各郷の人口規模によらず一律で交付されている」ことから、福津市が地域自治をどう考えているか今一度確認したく思ったためである。その他、働き場所の創出の観点から、企業誘致も重要と考えている。また、ブランドについては先に挙げたとおり、まちづくり全体がブランドにつながるような評価ができればと考える。

委員6-3、7-3には賛同するが、関係する「6-1 農水産業分野の収益性を向上させ、担い手を育てる」「6-2 多様な産業が連携し、地産地消を促進する」「7-2 観光拠点を整備し、観光消費額を拡大する」も併せて議論したほうがよいのでは。

委員先に事務局もおっしゃられたとおり、昨年度から延期になった 1-1 に関しては進捗が気になるところである。ただ、やっと教育長が就任し、これから教育大綱及び教育総合計画をつくっていくという段階であるため、施策の評価としてはやや早いかもしれない。

1-2 も候補としたい。福津市では医療費の無料が 3 歳までだが、自治体によっては高校まで無料のところもある。そういった点でも興味関心がある。

稼ぐまちに特化した 6-3、7-3 も勿論、それに付随する 7-2 や 2-3 もよいのではと思う。

会長様々な意見が出た。事務局の提案である 7-3 は単体では弱いため、2 のいずれかと組み合わせるのが一つ挙げた。また、1-2 も皆さんの関心が高い。枠としては 3 つになるが、評価の優先度、セットでの評価を考慮し決めていきたい。

委員7-3 と 2-3 は必ずセットで議論するべきだ。ブランドを産品という枠組みに押し込めるのではなく、2-1～2-3 の担当課がブランドを考え、様々な個人や団体が「福津らしさ」を研磨し自発的に発信する環境にならないと、創業したい人や住みたい人の増加－真のブランディングにはつながらない。

事務局今の市政におけるブランドは、農水産業や商工・観光を地域の総体産業として捉え実施していくという考え方である。施策を跨いだ議論になると、少々かみ合わない部分が出てくるかもしれない。

委員産品に限ったブランド戦略でも、市民が口をそろえて「福津産の何々が一番美味しい」と言うような状態になっていかないと改善しない。それよりは首長交代などを機に、マインドを産品から全体に移行していくべきだ。

委員2 と 7 の評価をまとめてはどうか。せっかく行政評価にかけるなら、もう少し大きいところで福津のブランドをどうすべきかを考えると、今後の事業が進めやすいと思う。

会長言うなれば、施策の連結評価になるか。部の垣根を越えて対話していく中で、押し付け合いではない良い意味の内部競争をやってみる価値はあると思う。

委員キッカケラボの会議に出た際も耳にするが、福津市の地域活動における発想の豊かさは、市外から評価をいただくことが多々ある。「そういった話し合いの場があるからこそ、福津市に行きたい・住みたい」と。施策 2 の担当課に来てもらい、ブランドを産品とはまた違った視点から話していただきたく思う。

委員長野県塩尻市では 2006 年頃から信州大学と連携してブランド戦略を進めており、「地方創新のパイオニア」に向け、ワイン・自然・人・交流施設等のブランド資産を磨いている。ここでも「人」がキーになっており、施策 2 は非常に重要になってくる。

会長（ここまでのまとめ）

では、1 枠目は 7-3 と 2-3 のハイブリッドで評価し、2 枠目は 6-3、3 枠目は 1-2 でいきたく思うが、事務局としてはいかがか。

事務局担当部署のスケジュールも確認しながら、決めたいと思う。

4 事務連絡

事務局（事務連絡）

会長では、以上で閉会する。