

論文

南九州におけるふるさと納税の林業関連返礼品の現状*1

山崎陸人*2・奥山洋一郎*2・枚田邦宏*2

山崎陸人・奥山洋一郎・枚田邦宏：南九州におけるふるさと納税の林業関連返礼品の現状 九州森林研究 76：27－31，2023 研究の目的は、南九州3県の鹿児島県、宮崎県、熊本県のふるさと納税の返礼品の実態を明らかにすることである。研究方法としては、返礼品のデータ収集と鹿児島県の自治体への聞き取り調査を行った。その結果以下の4点が明らかになった。①林業関連返礼品は鹿児島県(69.4%)宮崎県(73.1%)熊本県(71.1%)の市町村で出品され、各県で出品数の多い地域には偏りがある、②返礼品の種類は各県で50~70件であり、家具店、工芸品店などの加工業者が存在することが大きく影響している、③ふるさと納税制度の性質上、出品事業者が意欲的でなければ返礼品出品は行えない、④林業関連返礼品数は種類によって偏りがあり、薪などの加工による付加価値がつかない製品が少ない。

キーワード：林業、ふるさと納税返礼品、木材製品

I. 背景・目的

ふるさと納税制度は2008年度から開始され、寄附者に返礼品を送る市町村が増加したことや2015年の制度変更等による控除の拡大から市町村の受入額が大幅に増加した。総務省の「ふるさと納税に関する現況調査結果」(総務省, 2021; 総務省, 2022a)によると寄付金受入額の上位5都道府県は2021年度では北海道、鹿児島県、宮崎県、福岡県、山形県、2022年度では北海道、宮崎県、福岡県、鹿児島県、山形県であると報告されている。また、市町村間の返礼品競争が過熱化する中で、2019年度にふるさと納税に係る制度が規定された。この制度では、返礼品を地場産品に限る、寄付金額に占める返礼品割合を3割以下にする等の条件が付けられ、基準を満たした市町村のみが対象となった(総務省, 2022b)。橋本(2021)は2019年度のふるさと納税制度の改正に対し、実質的な寄付受入金額は制度改正前と比較し増加していること、魅力的な特産品を提供できる自治体に寄付金が集中する傾向は改正前と変わらないという点を指摘した。この報告から北海道地方、九州地方におけるふるさと納税受入額が全国で多い要因として、魅力的な特産品が存在すると示唆される。受入金額による報告として甘(2022)は、九州全体では総人口と経済規模が全国の1割程度であるのに対し、ふるさと納税による寄付金額は全国の3割弱を占め、寄付金集めに成功していると指摘する。また南九州3県の鹿児島県、宮崎県、熊本県では金額ベースで農林水産業の農業、畜産業による大幅な寄付金額増加(2020年度の対前年度比)が報告されている。農業分野のふるさと納税返礼品において大石(2020)は、農業生産の多い地域に利用状況・意向調査を行い、結果として特産品開発は7割弱、返礼品としての出品は6割弱の市町村で行われていることを明らかにした。また特産品開発を行う目的・意義は地域資源の有効活用や雇用の創出、地域の活性化、地元のPR等であり、特産品を可能な範囲で返礼品出品する意向を示す市町村が多いことを指摘

している。このようにふるさと納税に関する関連研究が行われている中で、林業分野での返礼品に関する事例研究は存在せず、取り扱い状況や返礼品出品による効果や各市町村の返礼品における林業製品に対する意向については不透明である。今後返礼品として木製品等を返礼品として出品することが継続的に可能であるか考察する上で現状を明らかにする必要があると考えた。

そこで本研究では、(1)寄付金受入額の多い南九州地方(鹿児島県、宮崎県、熊本県)の林業関連返礼品の現状、(2)市町村への聞き取り調査から返礼品の確保、提供の実態を明らかにする。

II. 調査方法

(1)南九州地方(鹿児島県、宮崎県、熊本県)の林業関連返礼品の現状については、鹿児島県の全43市町村、宮崎県の全26中25市町村(都農町は総務大臣が指定する市町村から除かれているため)、熊本県の全45市町村を対象にした。返礼品情報の収集は国税庁長官が指定した特定事業者の持つ返礼品インターネットサイト16サイトから行うことにした。(国税庁, 2022)。その他サイトでは返礼品・市町村の取扱数が少ないことや寄付金控除の証明書発行を行うことができる特定事業者サイトはより影響力を持つため16サイトに絞った。また、これらのサイトの中でそれぞれのサイトに同一の製品が出品されている場合がある。そのため返礼品数、取り扱い自治体数が最も多い「ふるさとチョイス」(ふるさとチョイス, 2022)における林業関連返礼品と他の15サイト(さとふる, 2022ほか)に掲載されている林業関連返礼品について、鹿児島県の林業関連返礼品数の多い上位4市町村である屋久島町、指宿市、薩摩川内市、枕崎市データを用いて出品状況を比較した。その結果ふるさとチョイスとの重複は屋久島町(90%)、指宿市(82%)、薩摩川内市(90%)、枕崎市(100%)であった。このことからふるさとチョイスのみのデータ収集を行うことで十分に他サイトと重複した製品の取り扱いがあることを

*1 Yamasaki, M., Okuyama, Y. and Hirata, K. : Current status of forestry-related goods as thank-you gifts for the hometown tax payment program in southern Kyusyu.

*2 鹿児島大学農学部 Fac. Agric., Kagoshima Univ., Kagoshima, 890-0065, Japan

確認できた。また上記の4市町村では林業関連返礼品はふるさとチョイスが他の15サイトと比べ、最も掲載数が多かった。以下、林業関連返礼品のデータ収集は返礼品サイト「ふるさとチョイス」で行い、市町村名、商品名称、樹種、製品の種類、金額、取り扱い企業、補足情報を収集し、林業関連返礼品であることを確認した。ただし、林業関連返礼品の条件として、①飲食物でないこと、②一部分木製品の場合、製品名や製品の詳細に木を使用していることを強調していること、もしくは樹種を詳細に明記していること、③観光・体験で森林に関わるものを含むこと、という3点を設定した。飲食物を除外することで、本研究では特用林産物であるきのこ類が対象外である。これは、きのこ類が農協等の農業者による出品もあり、農産物との判別が困難であるためである。

(2) 市町村への質問書の送付および聞き取り調査は、離島が存在することで、返礼品出品への経緯や方針に地域差が生じるのではないかという観点から鹿児島県の全市町村を対象にした。市町村への質問内容は(表-1)の通りである。回答は、各市町村よりメール、FAXもしくは電話インタビューで得た。

表-1 鹿児島県各市町村への質問書・聞き取り調査項目

2.1	寄付金額設定(製品, 送料込み)
2.2	返礼品条件
2.3	木製品等導入経緯
2.4	返礼品募集状況
2.5	体験型返礼品
2.6	木製品等の出品のない自治体

Ⅲ. 調査結果

(1.1) 鹿児島県の調査結果

鹿児島県の全43市町村の返礼品出品数は16,439件あった。その内、25市町村(69.4%)で418件の林業関連返礼品の出品があり、返礼品全体の約2.5%を占めた。鹿児島県の市町村の林業関連返礼品の分布は図-1のとおりであり、屋久島町はブランド杉の屋久杉が存在するため離島の中でも例外的に出品数が多い。鹿児島県本土では西部での出品数が多い。林業関連返礼品の出品数の多い市町村上位3位の数と鹿児島県全体の林業関連返礼品数に占める割合は屋久島町112件(約26.8%)、指宿市58件(約13.9%)、薩摩川内市38件(約9.1%)であった。林業関連の返礼品は52種類が確認できた。この種類を、一部木材等、体験型、無加工品、木材加工品の4つに大きく区分した。(それぞれの区分への振り分け基準は以下である。「一部木材等」は製品の材料として一部分木材等が利用されている時計や文房具、蒸留加工した香水やミストなど、「体験型」は森ツアー、木工品作り体験など、「無加工品」は加工が少なく付加価値があまり創出されていない薪や観葉植物など、「木材加工品」は製品全体として木材等が利用されている椅子や机などである。)表-2のとおり製品数の多い順は木材加工品252品(35種類)、一部木材等85品(13種類)、無加工品55品(3種類)、体験型26品(1種類)であった。

1~10	
11~20	
21~50	
50~	

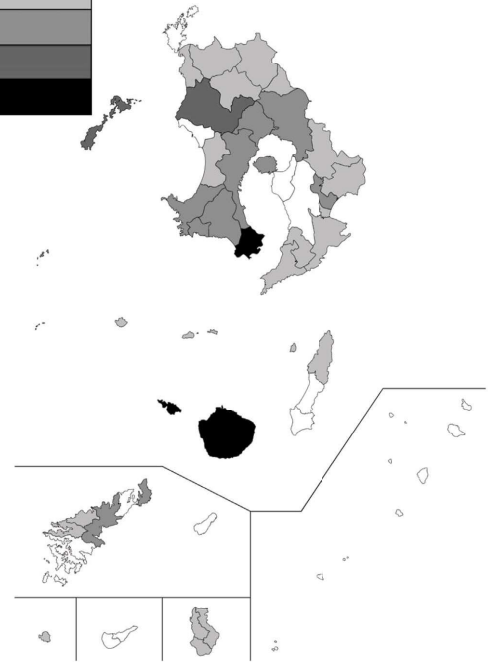


図-1 鹿児島県における林業関連返礼品の市町村別の出品数

(1.2) 宮崎県の調査結果

宮崎県の25市町村の返礼品出品数は9,655件あった。その内、19市町村(73.1%)で425件の林業関連返礼品の出品があり、返礼品全体の約4.4%を占めた。宮崎県の市町村の林業関連返礼品の分布は図-2のとおりであり、宮崎県の南部において出品が多い。林業関連返礼品の出品数の多い市町村上位3位の数と宮崎県全体の林業関連返礼品数に占める割合は西都市60件(約14.1%)、小林市54件(約12.7%)、都城市48件(約11.3%)であった。林業関連の返礼品は69種類の製品であった。表-2のように製品数の多い順は木材加工品327品(51種類)、一部木材等69品(12種類)、無加工品20品(4種類)、体験型9品(2種類)であった。

(1.3) 熊本県調査結果

熊本県の全45市町村の返礼品出品数は14,446件であった。その内、33市町村(71.1%)で362件の出品があり、返礼品全体の約2.5%を占めた。熊本県の市町村の林業関連返礼品の分布は図-3のとおりであり、中央、北東、南西、北西部で比較的に出品は多く、熊本県内では返礼品の多い地域にばらつきが生じている。林業関連返礼品の出品数の多い市町村上位3位の数と熊本県全体の林業関連返礼品数に占める割合は南小国町54件(約14.9%)、八代市45件(約12.4%)、小国町35件(約9.7%)であった。林業関連の返礼品は72種類の製品を確認した。表-2のとおり製品数の多い順は木材加工品238品(52種類)、無加工品68品(5種類)、一部木材等55品(14種類)、体験型2品(1種類)であった。

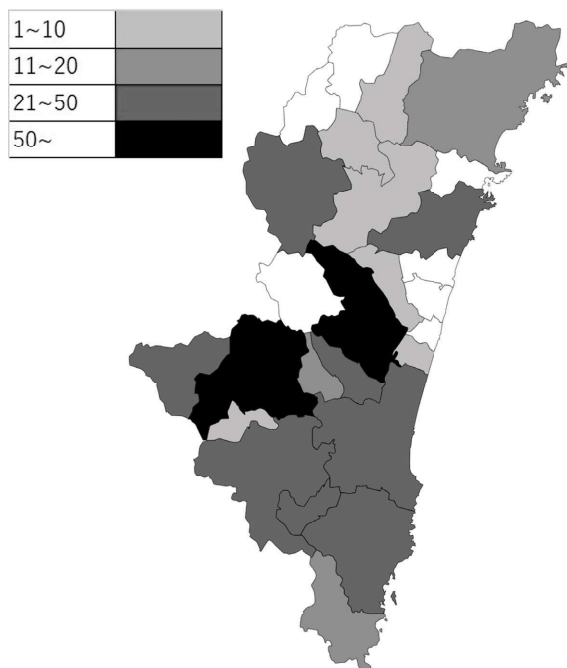


図-2 宮崎県における林業関連返礼品の市町村別の出品数

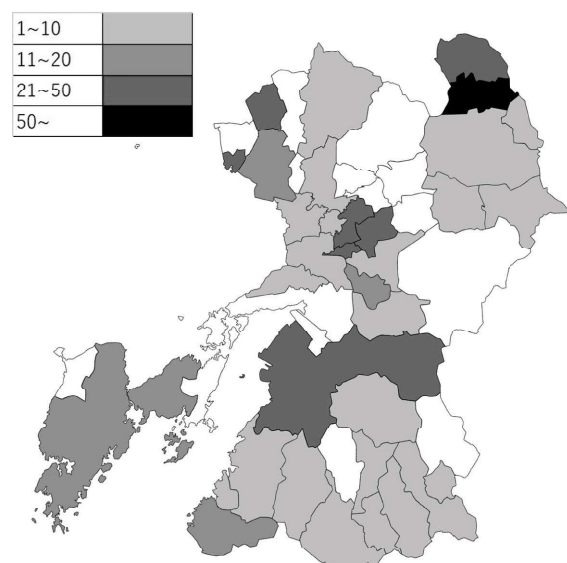


図-3 熊本県における林業関連返礼品の市町村別の出品数

表-2 林業関連返礼品の分類表

		木材 加工品	一部 木材等	無加 工品	体験型	総計
鹿児島県	品数	252	85	55	26	418
	分類数	35	13	3	1	52
宮崎県	品数	327	69	20	9	425
	分類数	51	12	4	2	69
熊本県	品数	238	55	68	2	362
	分類数	52	14	5	1	72

(1.4) 南九州3県のデータの共通点

鹿児島県、宮崎県、熊本県の3県の林業関連返礼品の出品事業者は大きく分けて素材生産、加工・販売（工芸品・家具店等）、その他分野事業者（軽節生産事業者等）の3つに区分された。特に加工・販売を行う事業者が最も多いという点は共通していた。加工・販売に位置する事業者では製品の1つ材料として木材を利用している場合と製品全体を木製とする場合がある。

また林業関連の返礼品には県指定伝統工芸品が含まれ、鹿児島県では屋久杉製品、竹製品等がそれにあたる。

(2) 市町村に対する聞き取り調査結果

鹿児島県の各市町村に質問書又は電話での聞き取り調査を行い、36件（83.7%）の回答を得た。

2.1 寄付金額設定（製品、送料等込み）

寄付金額の設定に関しては36市町村全てで返礼品基準に満たす範囲内で事業者の希望金額通り採用し、寄付金額を設定していることが分かった。また市町村によっては全国で出品されている製品の寄付金額を参考情報として事業者に提供し、寄付金額を設定する場合があるということも明らかになった。

2.2 返礼品条件

36市町村全ての市町村で総務省の返礼品基準に満たすと回答し、2市町村（5.6%）では「総務省の返礼品基準では市町村圏内にある事業者の生産する製品であれば満たすが、担当者は林業分野の返礼品では原材料が本市町村圏内産のものでなければ返礼品にしない」「本市町村で寄付金額に占める原材料、加工費等の製品制作にかかる金額の半分以上が創出されていれば樹種・産地は問わない」という回答があった。

2.3 木製品等導入経緯

設問回答は36市町村全てで得ることができ、林業関連返礼品の出品がある市町村は25市町村で、「市町村から声掛け・募集」12市町村（44%）、「事業者からの提案」11市町村（48%）、「製品によって異なる」2市町村（8%）であった。

市町村側の木製品等返礼品導入理由としては大きく3つに分かれており「品数・返礼品のバリエーション増加のため」2市町村（8%）、「返礼品基準に当てはまるため」18市町村（20%）、「地元産業の活性化」5市町村（20%）であった。

事業者側から返礼品への提案をした理由として「製品が地場産品であるため」が挙げられていた。

その他「事業者へのヒアリングを行う中で事業者から提案をいただく場合がある」「他の市町村と共同出品している」「県・市の林業関連の事業で製品開発された物を返礼品出品した」「観光協会での協議の中で観光プランの返礼品出品案から出品されるようになった」というケースがある。

2.4 返礼品募集状況

木製品導入経緯に関連して市町村側からの返礼品募集の状況について設問を作成した。設問回答は34市町村（設問回答率94.4%）であり、現在市町村が積極的に事業者への呼びかけ訪

問等を行い、林業分野の出品募集をしている18市町村(52.9%)、募集していない16市町村(47.1%)であった。また出品募集の他、事業者が出品を行う際の障壁をなくすために「商品開発のために外部事業者(商社、納税サイト等)からの助言、開発に係る費用補助を行っている」というケースもある。一方で「市町村が工芸品等の出品が少ないため出品へと働きかけているものの事業者が見つからない」というケースもある。

2.5 体験型返礼品

近年返礼品を物だけでなくサービスで取り扱う市町村も増加しているため、林業関連の出品状況・今後の方針について調査した。設問回答は36市町村全てで得ることができ、体験型返礼品(林業関連)の導入方針あり34市町村(94.4%)、導入方針なし2市町村(5.6%)であった。また体験型返礼品を今後導入する際「基準に合えば返礼品にしたい」と回答したのは10市町村(27.8%)、「体験型を取り扱う事業者が存在するかどうかによる」と回答したのは14市町村(38.9%)であり、その他にも懸念点が存在するため導入に踏み出せていない市町村は9市町村(25%)存在する。懸念点として挙げられていたのは「林業関連の既存の個人向け体験型事業の取り扱いがない」6市町村(16.7%)、「市町村が提案する必要がある」1市町村(2.8%)、「林業関連の事業者が少ない」1市町村(2.8%)であった。またトレッキング・観光ツアーでは市町村間で協力を行い、計画された事例や今後の導入のために観光協会で作成している事例も存在することが分かった。

現在体験型返礼品(林業関連)を出品しているのは4市町村であり、森ガイドツアー、トレッキング、観光プラン(訪問先に森林が含まれる)、木工品作り体験が確認できた。

2.6 木製品等の出品のない市町村

鹿児島県において木製品等返礼品の出品されていない市町村は11存在し、今回9市町村(81.8%)から回答を得た。木製品等返礼品を導入することのできない理由として「林業関連の事業者が存在しない又は出品に意欲的な林業関連の事業者がいない」8市町村(89%)の回答を得た。また導入のための市町村の働きかけとして「声掛け、提案をしている」7市町村(77.8%)、「広報誌に掲載し、募集している」2市町村(11.1%)、「事業者への返礼品の周知を広げるために相談会を行っている」5市町村(55.6%)であった。また返礼品導入のための働きかけの方法を複数もつ場合もあった。働きかけた林業関連事業者として「製品の加工の少ない薪生産者、素材生産者」と回答した市町村の中には「返礼品出品に関する知識が少ない。」という回答もあった。一方で離島の市町村では返礼品基準を満たす製品販売を行っている事業者への声掛けを行うことで出品に至る事例が確認できた。

IV. まとめ

南九州3県の林業関連返礼品の出品の現状から明らかになったのは以下の3点である。

①鹿児島県(69.4%)宮崎県(73.1%)熊本県(71.1%)の市町村で林業関連返礼品は出品されており、各県で出品数の多

い地域は偏りが生じていた。各県の分布の背景には林業の歴史的背景や地理的要因が影響していると考えられる。また、その一つとして製品に木材等を利用している県指定伝統工芸品があり、付加価値が創出されている可能性がある。

②林業関連返礼品は各県で50~70種類程度であり、その多くは家具店、工芸品店などの加工業者による出品であり、種類の充実に大きく影響している。そのため市町村での林業関連のバリエーションの増加を目的とするならば通常の販売において小物から家具まで取り扱う事業者の出品が適すると考える。

③取り扱い事業者情報から特に加工・販売を行う事業者の出品が多く、素材生産者事業者の出品は最も少ないことが明らかになった。つまり森林に直接立ち入る素材生産事業者等より林業関連返礼品を取り扱いはしている加工業者の存在の影響が林業関連返礼品の現状では大きい。

鹿児島県の市町村への聞き取り調査から明らかになったのは以下の4点である。

①聞き取り項目の中でも市町村による差が生じていない項目は「寄付金額設定」「返礼品条件」の項目であり、総務省の基準に記載されている地場産品であることや寄付金額に占める返礼品金額を30%以内にするという条件以外に特に考慮していない。これは各市町村において独自の基準を設けることは少ないということである。

②返礼品を現在募集している市町村は18(設問回答率52.9%)あり、外部事業者に委託することで類似製品の中でも優位性を示す製品の開発を行っている一部市町村も存在する。一部の市町村では返礼品に関する業者の指導や支援を行うために費用を支出しているという回答があり、返礼品の分野拡大に積極的な市町村とそうでない市町村の活動の差が生じている。また大淵(2021)では佐賀県の伝統工芸産業の支援の方法の一つとして独自のふるさと納税制度を事例として挙げており、NPOが主体で新規製品の開発、返礼品紹介等を行い事業者への負担を削減しているという事例を報告している。伝統工芸産業に関わらず、地場産品を出品する事業者への負担を軽減し、PRするために外部の団体から支援をする体制を構築することが県・市町村で必要な働きかけであると考えられる。この点は各県・市町村の返礼品の違いから各地域に適する支援方法、体制を築くことが重要であると考えられる。

③多くの市町村は体験型返礼品の導入を行っていきいたいという意向を示したが林業関連では課題点は多いことが明らかになった。芦澤(2018)は体験型返礼品により、継続的に寄付者が地域に関わる関係人口になり、後の地域への訪問や継続的に製品の購入者となり得ると指摘している。その点から林業関連の体験型返礼品への寄付者は今後木製品等の継続的購入者となり、地域の林業を支える可能性もある。物を扱う返礼品と同様に、市町村間や外部団体(森林組合等)で共同の開発が行われることで今後の返礼品の幅も広げることができ、各地域の林業についてPRすることができるのではないかと考えられる。

④林業関連返礼品の導入経緯として「返礼品基準を満たしているから」(64%)が最も多く、返礼品に対して特別な基準を各市町村が持っているわけではないということが分かった。次に「事業者から提案を受け、基準を満たしているため返礼品にした」

(48%)となった。このことから事業者から返礼品出品に積極性がある市町村において林業関連返礼品がされている。そのため今後林業関連返礼品を導入するために市町村から事業者へ返礼品について周知してもらう必要がある。手段としては広報紙、地場産品基準を満たす製品を持つ事業者に訪問説明する、返礼品に関する説明会を開くことが考えられる。また県の木育事業等で製品開発を行い、その製品を返礼品として出品する意向を持つ事業者も存在するため、市町村だけでなく県事業を用いて事業者へのアプローチをすることも可能なのではないかと考えられる。

返礼品出品における課題として以下の2点が明らかになった。1点目は、ふるさと納税制度の性質上の課題である。市町村から声掛け・募集等を行うことはできるが、事業者が意欲的でない場合導入することはできないことが林業関連返礼品の導入の障害となっている。2点目は、掲載される林業関連返礼品数は種類によって偏りがあり、特に薪製品などの加工段階の少ない(加工による付加価値の少ない)製品は取り扱い事業者が少なかった。要因として普段の取引では製品を梱包することが少なく、薪生産者には障壁が高いことが考える。これら、返礼品出品事業者の抱える問題点については今後の研究としたい。

引用文献

- ANAのふるさと納税(2022) URL:<https://furusato.ana.co.jp/> (2022年8月5日利用)
- 芦澤侑哉ほか(2020) 観光科学研究 13: 23-32
- au PAY ふるさと納税(2022) URL:<https://furusato.wowma.jp/> (2022年8月5日利用)
- ふるさと本舗(2022) URL:<https://furusatohonpo.jp/> (2022年8月5日利用)
- ふるさと納税ニッポン!(2022) URL:<https://furusato-nippon.com/> (2022年8月5日利用)
- ふるさとぶらす(2022) URL:<https://furusatoplus.com> (2022年8月5日利用)
- ふるさとプレミアム(2022) URL:<https://26p.jp/> (2022年8月5日利用)
- ふるさとチョイス(2022) URL: <https://www.furusato-tax.jp/?header> (2022年10月2日利用)
- ふるなび(2022) URL:<https://furunavi.jp> (2022年8月5日利用)
- ふるラボ(2022) URL:<https://furusato.asahi.co.jp/> (2022年8月5日利用)
- 橋本恭之, 鈴木善充(2022) 関西大学『経済論集』70(4): 145-159
- 甘長青ほか(2022) 九州共立大学研究紀要 12(2): 44-66
- JAL ふるさと納税(2022) URL:<https://furusato.jal.co.jp/> (2022年8月5日利用)
- 国税庁(2022) URL:<https://www.nta.go.jp/taxes/shiraberu/shinkoku/kakutei/koujyo/kifukin/tokutei.htm> (2022年10月2日利用)
- 三越伊勢丹ふるさと納税(2022) URL:<https://mifurusato.jp/> (2022年8月5日利用)
- 大淵和憲(2021) 日本地域政策研究 26: 100-106
- 大石卓史(2020) フードシステム研究第26(4): 271-276
- 楽天ふるさと納税(2022) URL:https://event.rakuten.co.jp/furusato/?l-id=furusato_pc_top_headmenu_logo (2022年8月5日利用)
- セゾンのふるさと納税(2022) URL:<https://furusato.saisoncard.co.jp/> (2022年8月5日利用)
- 総務省(2021) ふるさと納税に関する現況調査結果(令和3年度実施) URL:https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/file/report_20210730.pdf
- 総務省(2022a) ふるさと納税に関する現況調査結果(令和4年度実施) URL:https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/file/report_20220729.pdf (2022年8月5日利用)
- 総務省(2022b) 「ふるさと納税制度の適正な運用について」 URL:https://www.soumu.go.jp/main_content/000837835.pdf (2022年10月2日利用)
- さとふる(2022) URL:<https://www.satofull.jp/> (2022年10月2日利用)
- (2022年11月12日受付; 2023年1月19日受理)