

○決算一覧表

単位:百万円

区分	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	元年度	2年度	コロナ除く	コロナ分	3年度	コロナ除く	コロナ分
○義務的経費	1,617	1,505	1,571	1,647	1,622	1,743	2,031	2,029	2	2,279	2,013	266
人件費	709	636	632	663	640	714	971	969	2	1,023	970	53
内職員給	416	370	369	398	379	444	452	452	0	468	465	3
扶助費	421	431	446	463	457	448	466	466	0	683	470	213
公債費	487	438	493	521	525	581	594	594	0	573	573	0
○その他経費	2,211	2,444	2,267	2,322	2,316	2,661	3,497	2,150	1,347	2,705	2,565	140
物件費	884	875	879	889	885	936	670	595	75	661	584	77
維持補修費	48	55	57	47	55	51	34	34	0	30	29	1
補助費	606	762	696	724	701	740	2,217	945	1,272	956	894	62
内一部組合	332	339	352	350	335	356	320	319	1	333	333	0
繰出金	576	585	589	598	597	658	425	425	0	428	428	0
積立金	77	148	26	44	48	64	121	121	0	595	595	0
投資、出資、貸付金	20	20	20	20	30	40	30	30	0	35	35	0
○投資的経費	768	803	962	1,274	1,506	1,821	964	963	1	431	368	63
内人件費	73	73	84	82	89	186	39	39	0	26	26	0
歳出合計	4,595	4,752	4,800	5,242	5,443	6,054	6,492	5,142	1,350	5,415	4,946	469

☆ 町税の推移

単位：百万円

区 分		H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3
町 民 税	個人	407	404	405	417	414	417	421	398
	法人	40	59	49	59	52	59	40	46
固定資産税		386	380	388	393	394	394	398	381
軽自動車税		27	28	33	34	35	36	38	39
たばこ税		55	54	52	50	48	49	50	54
合計		915	925	927	953	944	955	947	918
地方交付税		1,944	1,982	1,920	1,932	1,935	2,018	2,104	2,391

R3普通交付税	2,265
(内再算定分)	101
R3特別交付税	126

○經常經費充當一般財源、經常收支比率

單位：百萬元、%

区分	H27		H28		H29		H30		R1		R2		R3		
歲入經常一般財源	3,068	3,246	2,999	3,138	3,047	3,196	3,046	3,190	3,140	3,257	3,235	3,349	3,537	3,693	
臨時財政対策債	178		139		149		144		117		114		156		
經常經費充當一般財源	2,527		2,616		2,712		2,712		2,979		2,995		3,018		
内 訳	人件費	512	15.8	522	16.7	588	18.4	571	17.9	650	20.0	821	24.5	835	22.6
	扶助費	138	4.2	151	4.8	156	4.9	153	4.8	149	4.6	148	4.4	152	4.1
	公債費	431	13.3	484	15.4	520	16.3	525	16.5	581	17.8	594	17.7	573	15.5
	義務的經費計	1,081	33.3	1,157	36.9	1,264	39.6	1,249	39.2	1,380	42.4	1,563	46.7	1,560	42.2
	物件費	418	12.9	410	13.1	406	12.7	415	13.0	423	13.0	368	11.0	359	9.7
	維持費	48	1.4	47	1.5	35	1.1	46	1.4	45	1.4	31	0.9	25	0.7
	補助費	461	14.2	475	15.1	471	14.7	468	14.7	525	16.1	672	20.1	715	19.4
	内一部事務組合	328	10.1	342	10.9	342	10.7	329	10.3	350	10.7	279	8.3	328	8.9
	繰出金	518	16.0	527	16.8	537	16.8	534	16.7	595	18.3	361	10.8	360	9.7
	投、出、賃	—	—	—	—	—	—	—	—	10	0.3	—	—	—	—
經常收支比率		77.8%		83.4%		84.9%		85.0%		91.5%		89.4%		81.7%	

総務省決算カードより

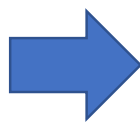
ふるさと納税 委託会社の推移

ふるさと納税 委託会社の推移

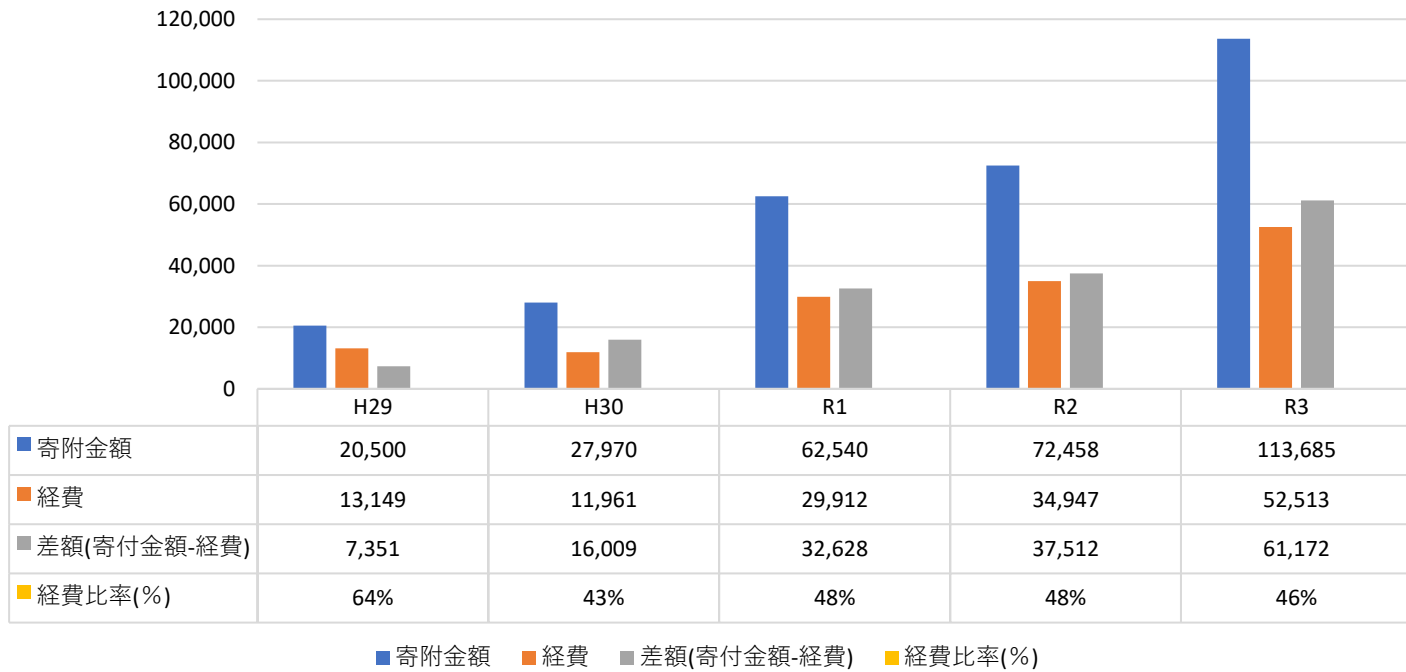
- ①制度開始から平成26年度までは、町独自に運営。寄付額は年間20～40万円程度と少額であり、低調であった。
- ②平成27年度にレッドホースに委託し、「ふるさとチョイス」の利用開始。寄付額が急増
- ③平成30年度にさとふるに管理を委託し、サイトを「さとふる」「ふるさとチョイス」「楽天」の3社体制に拡充、寄付額がさらに伸び、令和2年度は7,000万円を超えた。
- ④令和3年に委託会社に新たに結デザインを追加、掲載サイトを7社体制とし、寄付額が1億1千万円を上回った。

年度	H20～26年	H27～29	H30～R2	R3～
委託会社	無し	レッドホース	さとふる	さとふる・結デザイン
掲載サイト数	無し	1	3	7
掲載サイト	無し	ふるさとチョイス	さとふる	さとふる
			ふるさとチョイス	ふるさとチョイス
			楽天ふるさと納税	楽天ふるさと納税
				ふるなび
				ふるさとプレミアム
				ふるさと本舗
				ANAふるさと納税
画像加工	無し	無し	無し	有り

画像加工一例



ふるさと納税寄付額・経費額推移 ※千円単位



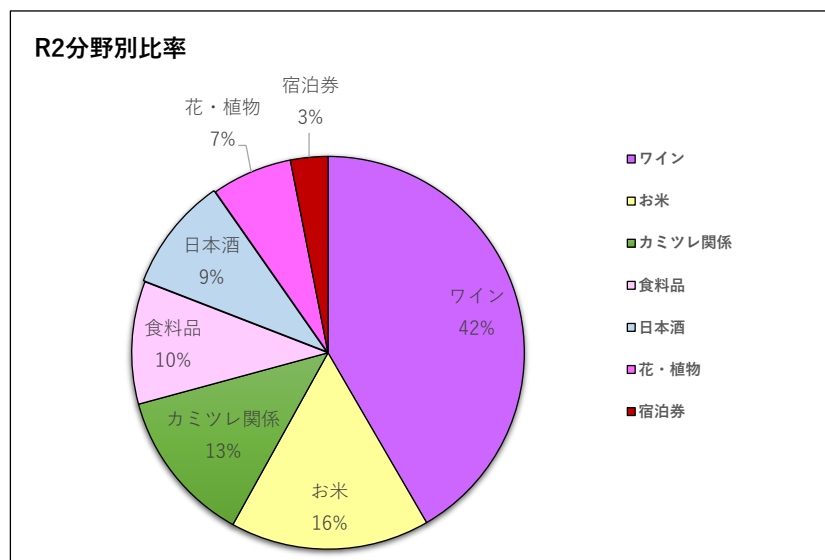
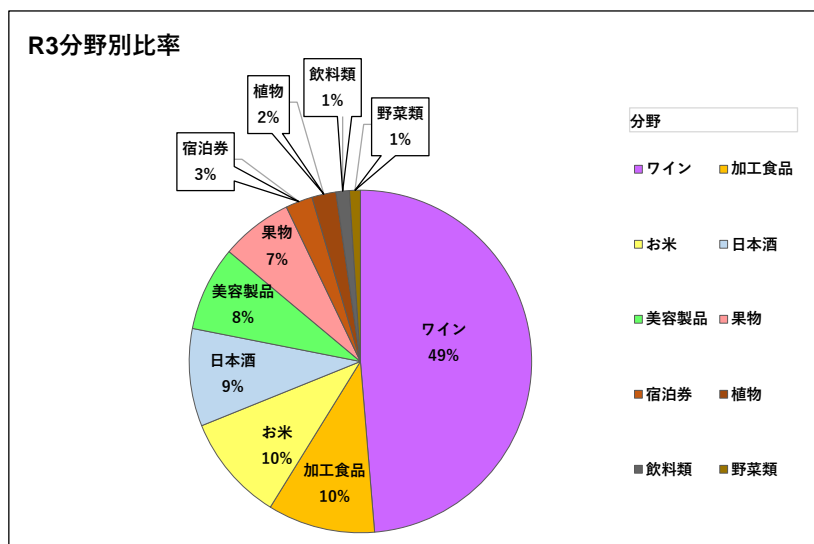
年度	H29	H30	R1	R2	R3
寄付金額	20,500	27,970	62,540	72,458	113,685
経費	13,149	11,961	29,912	34,947	52,513
差額(寄付金額-経費)	7,351	16,009	32,628	37,512	61,172
経費比率(%)	64%	43%	48%	48%	46%
基金積立	20,500	27,970	62,540	72,458	61,172
掲載サイト数	1	3	3	3	7
件数	1,070	1,891	4,259	4,888	6,619

※収入ベース

【R3年度 ふるさと納税集計比較表】 ※金額は千円単位

比較表	R3年度(4~12月分)			R2(年度分)			差 (R3-R2)		比 (R3/R2)		
	件	額	単価	件	額	単価	件	額	件	額	単価
ワイン	1,844	52,472	28,456	1,403	30,449	21,703	441	22,023	131%	172%	131%
加工食品	1,079	10,929	10,129	1,044	7,387	7,076	35	3,542	103%	143%	143%
お米	774	10,851	14,019	1,171	12,012	10,258	-397	-1,161	66%	90%	137%
日本酒	760	9,928	13,063	595	6,876	11,556	165	3,052	128%	144%	113%
美容製品	403	8,612	21,370	467	9,315	19,946	-64	-703	86%	92%	107%
果物	1,037	7,329	7,068	0	0	0	1,037	7,329	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
宿泊券	24	2,746	114,417	15	2,250	150,000	9	496	160%	122%	76%
植物	189	2,461	13,021	304	4,856	15,974	-115	-2,395	62%	51%	82%
飲料類	134	1,363	10,172	0	0	0	134				
野菜類	182	1,101	6,049	0	0	0	182				
合計	6,426	107,792	16,774	4,999	73,145	237	1	32,183	#DIV/0!	#DIV/0!	

※申込ベース



ふるさと納税の課題と改善点

1. お米の伸び悩み

・課題

例年人気の高い米が近年伸び悩んでいる。お米は、ふるさと納税でも人気ジャンルのため、競合が多く、これまでと同じことしている事業者は寄付が伸び悩む傾向にある。

伸び悩んでいる理由としては、大きく2つ考えられる。

①お米をコスパ重視で選ぶ寄附者が多いため、価格競争で負ける

※ランキングの上位の返礼品は1万円の寄附で12kg・15kg・18kgなどの返礼品が人気となっている（当町は一番安くても11kg）

②価格競争を避けるための差別化ができていない。

・対策

事業者の事情もあり単に価格だけでの競争は難しい現状がある。今できる対策としては返礼品として人気の定期便や無洗米の展開など価格とは異なったアプローチが必要と思われる。今年6月に結デザインを呼び、事業者向けの個別相談会を行った。その際に上記についてアドバイスをした。無洗米は少しずつ掲載も進んでいるが、定期便はまだあまり増えていない。在庫確保などの問題により定期便に踏み切れない業者がいる現状もあるが、引き続き掲載の依頼をしていく。

2. 楽天対策

・課題

昨年のポータルサイト別の寄附割合を見ると、さとふるが全体の39%に対し、楽天は16%となっている。市場全体では近年楽天が一番寄附を集めているサイトであり、当町での楽天の割合が少ないことが分かる。楽天での寄付を増やし、全体的な寄附増加につなげる必要がある。

・対策

楽天対策で重要とされるのが返礼品名である。寄附者は自分の欲しいものについてキーワード検索をかけ、そこから商品を選んでいく。例えば、赤ワインが欲しければ「ワイン 赤」などと検索し、その上位に掲載されるものから選られる傾向が強い。

当町はまだ返礼品名に検索キーワードが入っていない品が多く、楽天対策が不十分のため、各商品検索されるキーワードを見極め、返礼品名を変更することが対策の一環となる。

3. さとふるへの返礼品の拡充

・課題

ポータルサイトのさとふるは昨年寄付額全体の 39%、約 4500 万を集めた池田町の主力サイトである。昨年管理会社に結デザインを加え、さとふる以外のポータルサイトについては結デザインが管理することになった。管理会社により、返礼品の登録や配達方法が違うため、事業者によっては結デザインだけで登録しているところもあり、さとふるへの展開が出来ていない事業者もいる。

・対策

事業者に呼びかけさとふるへの登録してもらい、寄附者への閲覧機会を増やしていく。

4. 新しい返礼品の開拓

・課題

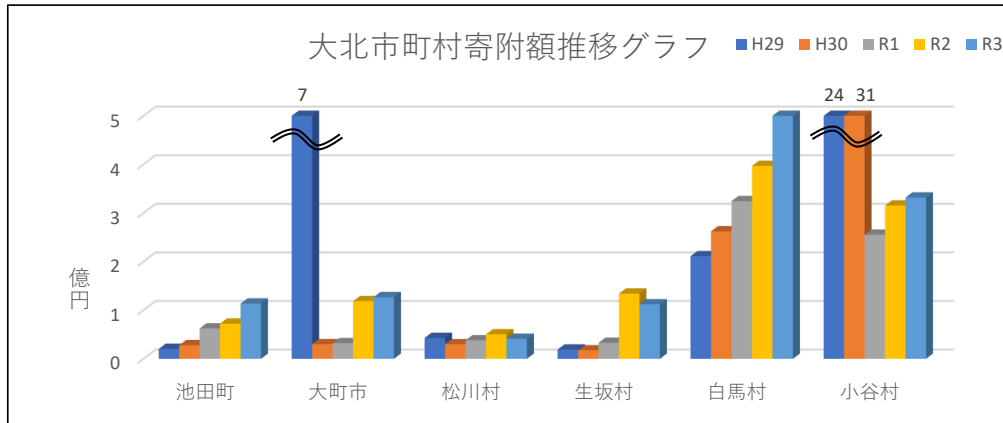
ここ数年で登録事業者が約 20 件→35 件と 1.5 倍のび、返礼品も昨年だけでおよそ 200 品増加した。当町で返礼品として寄付を集めやすい返礼品着実に増えてきたが、反面当町として主力を担える返礼品はおよそ掲載されている現状がある。今後新たに寄付を集められる返礼品を追加するためにはこれまでとは違った種別の返礼品の開拓も必要。

・対策

白馬や小谷は自前でブランドを作り、アウトドア製品を中心に様々な返礼品を展開している。当町も今年初めて池田町ブランドのロゴを作成し、ステンレスボトルの受け付けが始まったが、今後ステンレスボトルに限らず、池田町ブランドの更なる商品展開も視野に入れていきたい。

大北市町村寄附額推移(ふるさとチョイスの自治体情報より) ※千円単位

年度	H29	H30	R1	R2	R3
池田町	20,500	27,970	62,540	72,458	113,685
大町市	694,208	30,140	32,158	118,700	126,844
松川村	42,935	29,922	38,187	50,390	41,264
生坂村	19,087	17,443	33,007	134,356	112,221
白馬村	211,175	262,371	324,624	396,968	520,777
小谷村	2,424,073	3,054,973	255,454	315,481	331,911



大北市町村取組み

大町市	大町市は温泉郷を有し、返礼品にも北アルプスの他温泉郷で使える旅行クーポンも多数掲載している。近年はサントリーの工場ができたこともあり天然水の掲載を行うなど幅広い返礼品を揃え寄付を伸ばしている
松川村	果樹の栽培が盛んで、返礼品の主力はリンゴ。米の精算も多いことからコメの出品が多い。大雪渓が松川村の米を使用していることから日本酒の掲載もしている
生坂村	主力商品はシャインマスカット。一昨年先行予約を開始してから寄付額が一気に伸びた。返礼品掲載数も他市町村に比べ少ないことから、果樹が返礼品増の大きな役割を果たしている
白馬村	スノーリゾートの特徴を活かし、スキー場リフト券、温泉宿泊券などを掲載している。また、小谷村、大町市と形成するHakuba Valleや独自のH a k u b aブランドを作りアウトドアグッズを多数作品している。アウトドアブームの後押しもあり人気の返礼品となっている
小谷村	寄付額の推移表を見ると分かる通り、一時期某アウトドアメーカーの商品券を扱い莫大な寄付を集めた。現在は返礼品の基準が厳しくなり掲載していないが、白馬同様Hakuba Valleブランドを使用し有名メーカーとコラボするなどアウトドアグッズを主力に寄付を集めている