

神戸大学
経営学研究科
准教授
ほうだ たかあき
保田 隆明



ふるさと納税と 産官金連携

1974年生、兵庫県出身。98年早大商卒、2013年同大大学院商学研究科博士後期課程修了(商学博士)。外資系証券会社、投資ファンド、金融庁金融研究センター、小樽商科大准教授、昭和女子大准教授を経て、15年9月より現職。12年よりふるさと納税の研究を開始し、自治体や事業者の取り組みや地域経済への効果を検証。関連する主な著書に「ふるさと納税の理論と実践」、主な論文に「ふるさと納税のきっかけと動機に関する調査」(ベンチャーレビュー)など。

筆者はこの数年来、ふるさと納税の研究をしており、その効果検証のために全国各地を訪問し視察を行っている。ふるさと納税で問われるべきは、主に2点である。一つは、ふるさと納税で資金調達を行った各自治体での使い道の効果検証。もう一つは、各自治体で返礼品を提供する事業者(地元企業)が、返礼品の提供を通じて、どの程度のビジネス力をつけたかである。今回は、主に後者について、ふるさと納税が生み出した産官金連携の事例を一つ紹介したい。

場所は、岩手県北上市である。北上市は、交通アクセスの良さから工業団地の誘致に積極的であり、地元には数多くの企業の工場が立地している。また、地図をご覧いただくと分かるが、内陸に位置するため、東北地方の返礼品として人気の高い海産物を有さない場所である。そのような北上市にとっては、ふるさと納税で提供する返礼品として目玉となるものが存在しなかった。

そこで北上市は、地元の北上信用金庫と一緒に、返礼品を提供してくれる事業者の発掘を行った。そうやって見つけ出した事業者の一例が、地元の野菜の卸売業を行うベンチャー企業の「P&Cリンク」、和菓子の製造販売を行うベンチャー企業の「お菓子の菓だん」、そして地域活動を行うNPO法人「あすの黒岩を築く会」である。

野菜の卸売業者に関しては、もともとはいわゆる規格外の野菜を仕入れてカットし、病院の院内食や学校給食向けに納入するというB2Bの事業を行っていた。それが、ふるさと納税の返礼品にそれらの野菜を提供するようになり、直接消費者に商品を届けるB2Cの事業に進出することになった。野菜は、月に1度の頻度で定期便として送られており、8割はリピーターになっているそうである。それら固定客を維持、拡大し、ゆくゆくはふるさと納税の返礼品に頼らない形で独自のEC事業

の立ち上げにつなげていく予定である。

社長へのインタビューによると、ふるさと納税は同社にとってB2C市場にチャレンジするきっかけとなり、また同社はほうれん草、ニンジン、かぼちゃなどを用いたパウダーの試作品の開発にもチャレンジしている。それらパウダーは、スープやスイーツなど様々な用途が考えられる。もしこの取り組みがうまくいけば、卸売業者が加工業にも進出することになり、いわゆる6次産業化の一部を担うということになろう。同社社長は、ふるさと納税の制度が存在するうちに、このような様々な新たな取り組みに挑戦したいと話す。ふるさと納税の返礼品を通じて獲得したお金で、新規事業に取り組もうというわけだ。

野菜の仕入れは現金で行い、ふるさと納税の返礼品を通じて発生する売り上げの回収は買掛金となる。したがって、ふるさと納税の返礼品の提供を通じた事業の拡大を行えば行うほど、運転資本が不足する。そこで、北上信金が運転資本を融資し、このベンチャー企業の事業拡大を支援していくのである。

お菓子の製造販売のベンチャー企業については、北上信金が飛び込み営業で、ふるさと納税の返礼品として商品を提供してみないかと声をかけた先である。それをきっかけとして、北上信金は同社への融資を開始することとなった。北上信金では、既存の顧客をふるさと納税の返礼品の提供者として北上市に紹介することは従来から行っていたが、それをさらに進化させ、返礼品の提供事業者を発掘することを通じて、自らの融資先の開拓につなげているという事例である。

NPO法人については、地元の養豚場の豚か

ら生産した「黒岩豚太くん」というブランドの豚肉を返礼品として提供し始めたところ、人気を博した。ふるさと納税の返礼品として人気が出たことで、今度はそれを知った地元の人たちが、その商品価値を再発見、再評価し、地元でもさらなる人気商品になっていったという状況である。こうなると、生産量を増やす必要が出てくる。もし豚舎を増やすとなれば新たな設備投資ということになり、ここに金融機関が登場する余地が出てくる。ただ今のところは、マンパワーのリソースの問題で生産量の増強は厳しい様子であった。

これら事例は全て、地元金融機関の預貸率改善につながる。もっともそれらの融資先が、ふるさと納税が終了したとしても、事業を独り立ちさせることができなければ意味がない。制度終了後、それら事業者が融資の返済に窮するようなことになってしまえば元も子もない。しかし第一段階としては、いま北上市で発生している産官金連携の事例は、他の各地域の参考にもなるはずだ。そして、北上市では第二段階として、事業者の独り立ちの支援も開始している。ふるさと納税業務を担当している北上観光コンベンション協会のきたかみチョイス事業部が中心となり、各事業者のPR、商品開発、営業のサポートを行う地域商社の設立に向けて動き始めている。

ふるさと納税の返礼品の提供には賛否両論あるが、少なくとも地域の事業者育成支援策としては、一定の機能を果たしているのではないだろうか。そして、ふるさと納税を通じた産官金連携のさらなる発展は、地域経済の発展にもつながるはずだ。