

No	提 案 名	提案団体名	
		代表者氏名	所 属
8	ふるさと納税を活用して 宇都宮市の魅力を高めよう！	帝京大学地域経済学科 山川チームB	
		石川 祐樹	帝京大学 経済学部
		指導教官 氏 名	山川 充夫

1. 提案の要旨

我々は本まちづくり提案の作成にあたり、近年メディアや広告で採り上げられる機会が増えてきている「ふるさと納税」に注目した。ふるさと納税とは、地方と都市の格差を是正すべく創設された制度である。日本で唯一使い道を指定できる税であることや、自治体からお礼の品が送られてくるなどユニークな制度として知られている。宇都宮市では、ふるさと納税を「ふるさと宇都宮応援事業」として行っている（図1）。

ふるさと宇都宮応援事業への取り組みを分析していくと、いくつかの点で課題があることが分かった。まずは、寄付件数の少なさである。宇都宮市は人口 50 万人を超える中核市であり、宇都宮市をふるさとにもつ人々は少なくない。しかし、H25 年度の寄付件数は 100 件にも満たない。その理由は、ふるさと宇都宮応援事業の存在が人々に認知されていないことや制度が不十分であることが考えられる。

次に、寄付金の使い道についてである。ふるさと納税が使い道を指定できる税金であることは前述しているが、指定できる項目は自治体が準備する。宇都宮市の使い道は、曖昧なものが多く実際にどのように使われているのかがわからない。また、ほとんどの納税者は使い道を市に「おまかせ」している。これでは納税者に市政を意識してもらえるというふるさと納税のメリットを活かしているとは言えない。さらには、特典に関する問題がある。お礼として贈呈品を送ることは、自治体にとっては魅力をアピールする機会でもある。しかし、宇都宮市は多くの特産品の中からわずかなものしか贈呈品として扱っておらず、魅力をアピールしブランド力を向上させる機会を活かしていない。他にも、手続きに関する課題などが存在する。

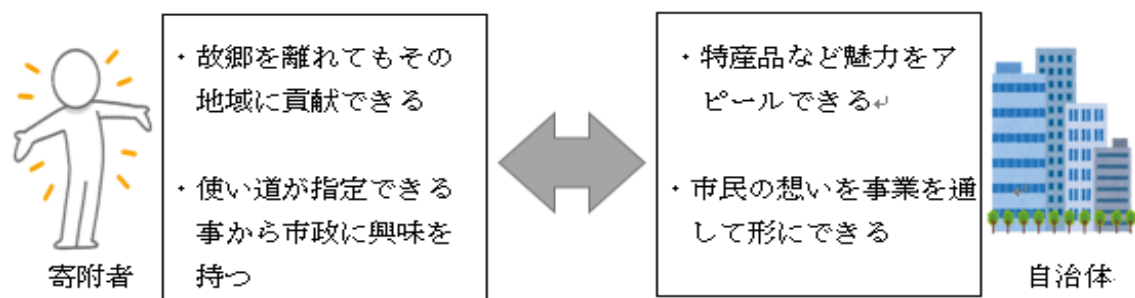


図1 ふるさと納税の有効活用

我々は、このような課題を解決し、宇都宮市をより魅力ある都市にすべくふるさと宇都宮応援事業に関する4つの改善案を提案する。1つ目は特典に関する課題である。宇都宮市は餃子やカクテル、大谷石をはじめとした多くの地域資源を持っている。これらの資源は、贈呈品として積極的にアピールすべきだと考えている。また、市内の宿泊施設や餃子店の優待サービスを特典として付与することで、宇都宮市に観光に訪れる人を増加させ、交流

人口の増加につなげたい。次に、使い道に関する提案だ。使い道には明確でわかりやすく地域の特色を活かせる施策事業が重要だと考えている。また、寄付金による事業が動き続けている様子が見えるような制度にすれば継続して寄付していただきやすい。3つ目は、広報活動に関しての提案である。いくら中身を変えても人々に知っていただかなければ意味がない。公式サイトやSNSを通じた積極的な広報活動が必要になる。最後に、手続きに関しての提案である。寄付の多い地域のほとんどがクレジットカード決済を導入し寄付しやすい体制を整えている。宇都宮市も手間がかからず簡単にできる手続きを導入すべきだ。

2. 提案のねらい

本提案のねらいは、直接的にはふるさと宇都宮応援事業の充実を図ることで宇都宮市を想う人々の気持ちを形にし、根強く寄付してくれるリピーターを育成できることにある。また、その波及効果としては、宇都宮市の魅力を発信する手段として活用することで、宇都宮市のブランド力の向上や交流人口の増加を目指すことができることにある。

3. ふるさと納税とは

ふるさと納税制度は、所得の地域間格差や人口流出による過疎化により、税収の減少に悩む自治体に対して格差是正を推進する目的として創設された制度である。ここでは納税という言葉を用いているが、それは新たに税金を納めるものではなく、自分が貢献したいと思う都道府県・市区町村に対する「寄付」する行為である。例えば個人が2000円を超える納税を行った場合、寄付金から2000円を引いた額が、住民税と所得税から一定額が控除される。寄付先については、出身地や居住地によって制限されることはなく、各自が想う自治体を“ふるさと”として自由に選択できる。ふるさと納税は日本の税制で唯一使い道を指定することができ、「ふるさとに貢献したい」という納税者の想いを直接に実現できる制度である。また自治体の中には寄付金額に応じて記念品や特産品の贈呈を行っている所が多く、中には都会で買うと高価な農産物等を贈呈する地域もある。

ふるさと納税のポイント

- ・ 納税者が寄付金の使い道を指定できる
- ・ 確定申告で寄付金額の一定額が税金から控除される
- ・ 特産品が贈呈する自治体も多い
- ・ 任意の自治体に寄付することができ、複数寄付することもできる

4. 現状の分析と課題 ふるさと宇都宮応援事業への取り組み

宇都宮市のふるさと納税への取り組みは「ふるさと宇都宮応援事業」という形で行われている。4章ではこの取り組みを分析し、課題や改善策を模索する。

(1) ふるさと宇都宮応援事業の実績

① 寄付金額と寄付件数に関して

図2は、ふるさと宇都宮応援事業に集まった寄付金額と件数の推移である。

寄付金額は、H20年からH22年にかけて着実に増加した。H22年以降は徐々に低下し、金額自体の変化はやや停滞したが、H25年には金額と件数ともに増加した。これはテレビなどで取り上げられ、ふるさと納税の認知度が上がったことが考えられる。また、件数に対する寄付金額が多く、地元企業や地元団体による高額な寄付が多いと考えられる。

寄付件数に関しては徐々に増加しているものの、宇都宮市の人口規模を考えると少ないと言える。件数を伸ばすためには、多くの人が制度に関心を持つ必要があり、制度を見直すことが必要で、魅力ある制度へと改善することが必要である。

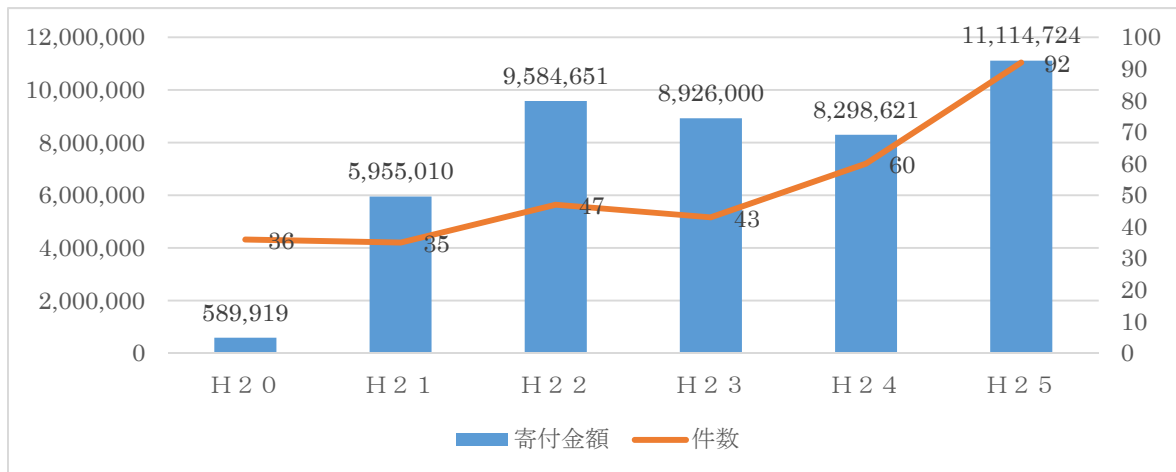


図2 宇都宮市ふるさと納税の寄付金額と件数の推移

② 寄付金使途の選択

ふるさと宇都宮応援事業では、納税者は寄付金の使い道を下記から選択できる。なお、特段の希望がない場合は、市政全般に活用されている。

- | | |
|----------------------|-----------------|
| ・ 子どもの健全育成事業 | ・ 障がい者の自立支援事業 |
| ・ 高齢者の安全・安心なまちづくり事業 | ・ もったいない運動の推進事業 |
| ・ 自然・田園風景の保全事業 | ・ 農業王国うつのみや推進事業 |
| ・ 芸術文化の振興・文化財の保存活用事業 | ・ 中心市街地活性化事業 |
| ・ 市政全般 | |

図3にはH24年度の寄付金の使い道が示されている。「市政全般」が最も多く、約半数を占めており、使い道は選択されていない。次に多いのが「高齢者の安全・安心なまちづくり事業」である。その活用事例は、緊急通報システム事業や外出支援事業である。H22年度では約4%であったのが、H23年は約14%へと増加している。第3位は「子どもの健全育成事業」である。その活用事例は食育の推進や魅力ある学校づくり、地域防犯活動事業であり、H20年度から毎年約10%が指定されている。第4位の「自然・田園風景の保全事業や農業王国うつのみや推進事業」は、毎年一定数の指定があるものの、大きな変化は見

られない。宇都宮市でも近年衰退が問題となっている「中心市街地の活性化事業」に関しては例年通り約 1%と低い数である。



図3 H24年度 寄付金の使い道

③ 寄付者への特産品贈呈

宇都宮市は寄付した方へ感謝の気持ちを込めてお礼の品を贈呈している。寄付者全員にブランド農産物情報などの農業情報と周遊コースやイベントスケジュールなどの観光情報を提供している。さらに、1万円以上の寄付を行った寄付者には、宇都宮農業協同組合を通じて、宇都宮市農産物ブランドの旬を詰め込んだ野菜セットを贈呈している。

(2) ふるさと宇都宮応援事業の若者認知度の調査

寄付件数が少ないことは、ふるさと宇都宮応援事業の認知度が低いことを意味している。特に20歳前後の若者にこの事業がどの程度認知されているかについて、帝京大学経済学部地域経済学科の1～3年生200人を対象にアンケート調査（平成26年11月）を実施した。

図4はその調査結果である。これによると、ふるさと納税という制度そのものは、約7割の学生が「よく知っている」もしくは「ある程度知っている」と回答していることから、多くの学生に認知されていることが分かる。

しかし他方で、ふるさと宇都宮応援事業については、8割以上の学生が「初めて聞いた」と回答している。このようにふるさと納税制度自体は知っていても、ふるさと宇都宮応援事業を知らない学生がほとんどであることが分かった。

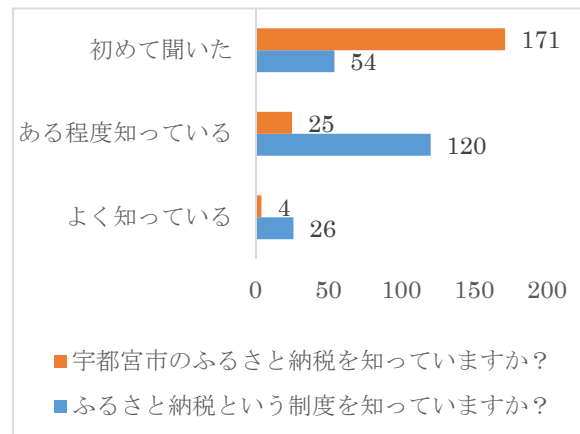


図4 認知度調査

(3) ふるさと宇都宮応援事業の課題

これらの分析からいくつかの課題が挙げられる。最初に、寄付金の使い道である。ふるさと納税制度の最大の利点は、税の使い道を指定でき、ふるさとを思う気持ちを実現することのできる点だ。つまり、税がどのように使われているのかが明確でなく、しかも中身がよく見えないと、納税者はふるさとに貢献していることを実感できない。この視点からすると、宇都宮市の寄付金による事業には漠然としたものが多い。例えば、「中心市街地の活性化」である。これだけでは一般の人には寄付金が実際にどのような効果を及ぼすの

かがわかりにくい。例えば「寄付金によって中心市街地の空き家を改装し共有スペースをつくる」などのように具体的な事業であれば、納税者は寄付金が効果的に使われていることを実感できると思われる。

次は特産品の贈呈に関する課題である。現在、宇都宮市は、納税者へのお礼として農業情報や観光情報、野菜セットを贈呈している。たしかに、地域情報や採れたての野菜は魅力の1つであり、宇都宮市の魅力をアピールしているとも言える。しかし、餃子やカクテルなど宇都宮市が持つ魅力は他にもたくさんあり、ふるさと納税が持つ魅力を発信する手段として最大限に活かしているとは言えない。品目の見直しや追加によって、より多くの魅力を発信していくべきである。

3つ目は、認知度の低さである。アンケートの結果からも、ふるさと宇都宮応援事業は大学生など若者にはほとんど認知されていない。また、寄付件数の低さも「人々に制度が知られていない」ことが原因の1つであると考えられる。これでは、地域の魅力をいくら発信してもその効果は半減してしまう。

4つ目は、手続きに関する課題だ。図5はふるさと宇都宮応援事業の手続きの手順である。現在、宇都宮市に寄付する場合は図4の①から⑤の手順を踏まなければならない。これでは寄付申込書の入手から納付までに早くても数日を要してしまう上に、金融機関に直接出向かなくてはならないことから手間がかかり、寄付意欲を削いでしまう可能性がある。

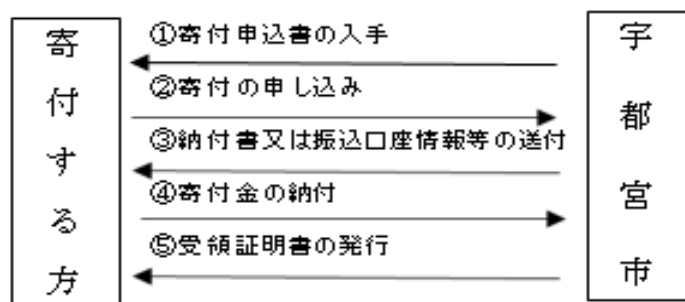


図5 ふるさと宇都宮事業への寄付手順

5. 先行事例分析

ふるさと納税制度の見直しや拡充をすることで注目が集まり、寄付額を増加させている自治体がいくつか存在している。そこで5章では、寄付額を増加させた地域の先行事例を紹介する。

5.1 東京都国立市の事例

① 国立市のふるさと納税

国立市は、東京都の多摩地域に位置する人口約75,407人の市である。国立市は、H26年2月にふるさと納税制度を改定し主に3つの点で変更を加えた。1つ目は、国立らしさを表現する品を複数選定した「くにたちStyle」の中から地元産品の贈呈を開始したことである。「くにたちStyle」はまちを代表するいくつかの店舗との連携により特産品を選定しており、中には国立市在住の画家によって国立の街並みや風景の描かれた絵ハガキなど心の原風景を思い起こさせるような贈呈品もある。2つ目は、都内では初のクレジットカード決済の導入である。手間のかかるふるさと納税の手続きを迅速に済ませることができる同システムは非常に好評である。3つ目は、寄付金の使い道に「旧国立駅舎の再築のために」を追加

したことである。旧国立駅舎は赤い切り妻屋根が特徴で、街のメインストリートである大学通りの並木道とともに長い間まちのシンボルとして親しまれてきたが、中央線の高架化に伴って2006年に解体された。しかし、市民らによる保存運動の結果、市は駅舎の復元を視野に入れ市有形文化財に登録した。現段階では2018年度中の復元を目指しており、ふるさと納税の他にも募金プロジェクトが動いている。

国立市はこれらの3つの点で制度を改正したことで、寄附者及び寄附金額が大幅に増加した。制度変更前は、H25年の4月からH26年の1月までの10か月間で寄附件数21件、寄附金額2,128,529円だったが、改正後はH26年の2月と3月の2か月間で寄附件数224件、寄附金額12,627,000と急増している。また、納税者のうち半数は「旧国立駅舎再築のために」を選択しており、施策の重要性がわかる。

② 宇都宮市との比較

国立市のふるさと納税は、明確で市民の想いをくみ取れる施策、自治体の個性をアピールできる多様な贈呈品、クレジットカード決済の導入により納税しやすい体制にするという3つの点を改善したことによって寄附を急増させた。これらの取り組みは現在のふるさと宇都宮応援事業では行われておらず、今後さらに寄附を増加させ、宇都宮市の魅力をアピールするための制度にするための参考となる。

5.2 愛媛県松山市の事例

① 松山市のふるさと納税

松山市は愛媛県の中部に位置する中核市で、県庁所在地である。人口は約516,459人と四国地方で最大の人口を擁し、宇都宮市と同等規模の都市である。松山市では平成21年6月にクレジットカード決済を開始した。すると、平成20年度に176件だった寄附者が21年度では248件と寄附者数が大幅に上昇した。そして今もなお上昇傾向にある。寄附件数増加の要因として、現在松山市では、松山市出身者等で構成する団体や市主催のスポーツイベントなどでの宣伝活動、お盆時期の帰省客に対して制度の周知、インターネットを活用したPR、農林水産物ブランド品や観光施設優待クーポンの進呈等の様々な広報活動を行っていることが要因に挙げられる。

それに加え、ふるさと納税について昨今テレビや雑誌で取り上げられる機会が増え、制度に対する国民の関心が高まっているなど、複数の要因が相乗的に働くことにより寄附件数が増加しているものと考ええる。また、特典に関しては5,000円以上寄附された方全員に観光施設優待クーポンを渡している。市外在住の寄附者に対しては、それと併せてまつやま農林水産物ブランドを寄附額に応じて賞味してもらっている。特典のみを目的とする寄附者のうち使い道の希望がわかりかねる場合には、寄附者の住所宛に、過去に作成した実績事業報告書や、ふるさと納税パンフレット等を送付している。

② 宇都宮市との比較

宇都宮市と松山市の寄附実績を比較すると、寄附金額では宇都宮市11,114,724円、松山市20,245,599円であり、約半分である。しかし、寄附件数では宇都宮市が92件なのに対し、松山市は966件と10倍強の極端な差が出ている。松山市は、寄附のお礼として観光施設や宿泊施設の優待サービスを行っていることから観光客の増加も期待することができる。また寄附金額のほかにも宿泊や食事など多くの点で地域に経済波及効果をもたらすことができる。このように松山市は積極的な宣伝により寄附件数を増加させている。これに対して、宇都宮市の場合、第3章でも述べたようにふるさと宇都宮応援事業の知名度が非常に低いので、松山市のような多岐にわたる宣伝活動により知名度を上げることが必要となる。

5.3 北海道上川郡東川町の事例

① 東川町のふるさと納税

東川町は、北海道上川地方中部、石狩国上川郡にある人口約 7,857 人の町で特に目立った観光名所もない。しかし、東川町はユニークなふるさと納税制度によって多くの寄付を集めている。

東川町は、ふるさと納税制度を「株主制度」として行っており、東川町に投資（ふるさと納税）することで投資目標に達した事業を、町が実施していく仕組みとなっている。投資に対しては株主証が発行され、発行された株主証を掲示することで町の宿泊施設に無料で宿泊することや、森林公園のロッジに半額で宿泊することができる。また、投資額に応じて東川町の豊富な特産品が贈呈される。さらに、東川町以外の自治体に住んでいる人も、東川町特別町民として認定される。株主は投資した金額の使い道を、市が進めるプロジェクトの中から指定することができる。東川町は「写真の町」をコンセプトにまちづくりを行っており、毎年高校生を対象に行われる「写真甲子園」の運営・整備などの町の特色を活かしたプロジェクトもある。また、地元の人達と一緒に体験できる植林・植樹プロジェクトも外部からの人気を得ている。そして投資額に応じて東川町の豊富な特産品が贈られる。

東川町への投資件数及び投資金額は年々増加しており、H24 年度は投資件数 715 件、投資金額は 14,337,000 円、H25 年度は投資件数 1,414 人、投資金額 26,741,000 円となっている。東川町は定住人口が年々増加している町でもあり、株主制度によるまちづくりと魅力の発信が、その 1 つの要因になっていると考えられる。

② 宇都宮市との比較

東川町の株主制度は自治体の規模に対する投資件数が非常に多く、半数近くの人投資した翌年も継続して投資している。東川町が株主制度へのリピーターを増加させている要因は、プロジェクトの進行状況が公式サイトで明確にわかることにあると考えられる。1 つ 1 つのプロジェクトに目標金額が設定しており、目標金額に達すれば、プロジェクトは実施される。さらに、どのくらい投資されているかもすぐに確認できる。このようにプロジェクトが明確であり、進行状況を確認できる制度は投資意欲を高めると考えられる。

一方で宇都宮市は自治体の規模に対する寄付件数が少なく、事業に関しても曖昧なものが多くほとんどの寄付者は「市政全般」を選んでいる。また、東川町は実施するプロジェクトに市政全般に該当するような曖昧な選択肢を入れていない。

6. ふるさと宇都宮応援事業の提案

6 章では調査結果や先行事例を参考にふるさと宇都宮応援事業をより良い制度とするための提案を行う。提案は、特典、使い道、広報活動、手続きの 4 つから行い、ふるさと納税が持つ利点を活かせる制度の実現を目指す。

6.1 特典に関する提案

先行事例で挙げたような寄付を増加させている自治体は、寄付のお礼として豊富な種類の贈呈品やサービスを行っているところがほとんどだ。それらの地域は寄付の増加によって特産品など地域の持つ魅力も発信できており、ブランド力の向上にも期待することがで

きる。そこで、宇都宮市も寄付の増加とそれに伴うブランド力の向上を目指し、現在の贈呈品に追加して、地域が持つ他の資源もお礼の品として扱うべきだと考えている。

もちろん、ただ単に高額な品を用意し多くの寄付を集めればよいとは考えていない。制度を通して宇都宮市に興味を持った人や宇都宮市を故郷にもつ人に宇都宮市を知っていただき、「もっと宇都宮市を応援したい」と思えるような特典であることが重要となる。さらに、観光面での優待サービスを設けることで宇都宮市に観光に訪れる人々が増加し、地域に活力を与えることもできる。

以下は新しい特典の例である。

5, 000円以上の寄付をした方

宇都宮応援感謝カードが発行される。宇都宮応援感謝カードはろまんちっく村などの提携施設で宿泊優待券として使うことができるほか、バスの乗車料金も掲示することで割引される。(1日のみ) また、有名餃子店や宇都宮に認定された宮カフェなどでも掲示することでクーポンとして使うことができる(1回のみ)。

10, 000円以上の寄付をした方。

以下の宇都宮市認定ブランドの中から1品を選び贈呈される。

- ・ 農業王国発宇都宮ブランド農産物セット
- ・ 宇都宮餃子満喫セット
- ・ 自分で作れる宇都宮カクテルセット
- ・ 宇都宮地酒
- ・ 宇都宮かんぴょう
- ・ 宇都宮和菓子
- ・ 宇都宮風景手紙、絵葉書セット
- ・ 大谷石で作ったフォトスタンド
- ・ 大谷石で作ったコースター など

6.2 寄付金の使い道に関する提案

4章で課題として採り上げたように、ふるさと宇都宮応援事業は寄付金の使い道が漠然としており、実際にどのように使われているのか寄付者に伝わりにくい。一方で、先行事例で挙げた国立市では「旧国立駅舎の再構築のために」、東川町では「写真の町整備事業」など地域の特色を活かした事業が展開されている。他にも、弘前城で有名な青森県弘前市では城の修理事業にふるさと納税を活用しており、納税者は「1口城主」になることができる。これらの地域のように、ふるさと納税で行われる事業は明確でわかりやすく、地域の特色を活かした取り組みを行うことで寄付は増加する。

また、事業の進行状況を明確にしておくことも重要になると考えている。先行事例の中では東川町が行っているように、プロジェクト1つ1つに目標金額を設け、目標金額に達したプロジェクトから順次実施されていく。また、プロジェクトに集まった寄付金額は公式サイト上で確認することができる。このようにプロジェクトが動き続けていることを寄付者が実感できれば継続して寄付してくれるリピーターの育成につながる。

以下は新しい使い道に関する我々の提案例である。

・宇都宮山車復活プロジェクト
目標金額：10,000,000 円
江戸時代より続く宇都宮の伝統的な祭りである菊水祭。かつては多くの山車が巡行し賑わいを見せていた。しかし、山車は老朽化によって 1913 年を最後に使われていなかった。そんな中、市民有志によって「宮のにぎわい山車復活プロジェクト」が開始される。そして 2014 年、100 年ぶりに火焰太鼓山車が復活する。さらに、今後ふるさと宇都宮応援事業と連携することで、寄付金の使い道に「宮のにぎわい山車復活プロジェクト」を選択できるようにし、地域の活性化に取り組む。

・宇都宮森づくりプロジェクト
目標金額：1,000,000 円
宇都宮市でも「もったいない運動 長岡」植樹祭で行われている植林活動。本事業は寄付に応じて植林活動を行い、森づくりを推進する事業である。また、寄付者は植林活動に参加することも可能。

・宇都宮ジャム作りプロジェクト
目標金額：1,000,000
りんごやいちご、なしなど豊富な果物を特産物にもつ宇都宮市。本事業は、これらの特産物を活かしたジャム作りを推進し、餃子に続く宇都宮市ならではのブランドの確立を目指す。

6.3 広報活動に関する提案

現状分析と課題でも採り上げたように、ふるさと宇都宮応援事業は寄付件数が少なく、多くの人に認知されている制度であるとはいえない。これは、広報活動に課題があると言える。先行事例で挙げた松山市では、スポーツイベントでの宣伝活動やお盆などで帰省した人に周知するなど積極的な宣伝活動を行っていることから多くの寄付を得ている。また、国立市でも公式サイトや SNS などで積極的な広報活動を行っている。このように成功している地域では広報活動への積極的な取り組みがなされている。

宇都宮市では数年前にふるさと納税制度を通じた観光優待サービスなどを行っていたが、ほとんど効果がなく、すぐに廃止している。これは、広報活動に問題があったのではないかと考えられる。いくら中身を変えても認知されていなければ意味はない。したがって、イベントや SNS を使った積極的な広報活動を実施することを提案する。また、公式サイト上では市民と行政が意見交換を行えるフォーラムを設置することで制度の見直しも行いやすくなる。

6.4 手続きに関する提案

現在のふるさと宇都宮応援事業への手続きは、現状分析と課題でも挙げたように手間がかかり寄付意欲を削ぐ原因となりかねない。先行事例として挙げた地域はすべてクレジットカードによる手続きを導入しており、簡単ですぐに行うことのできる手続きの重要性がうかがえる。また、鳥取県米子市では、クレジットカード決済を導入したことによって、寄付が増加し、寄付者の半数はクレジットカード決済を利用していることから高いニーズを持っていることがわかる。したがって、現在の手間のかかる手続きからクレジットカード

ドでの決済を導入し寄付していただきやすい体制を整えることを提案する。また、ふるさと納税ポータルサイトとの連携も重要であると考えている。自治体の中には、ポータルサイトから直接寄付できる自治体とできない自治体がある。宇都宮市は現在直接寄付することができず、手間がかかることから寄付意欲を削いでしまう可能性がある。

7. まとめ

ふるさと納税制度において寄付を増加させるためには、「自治体の特色を活かした独自の使い道」、「地域の魅力が詰まった贈呈品」、「十分な広報活動」、「便利な手続き」これらの4つの要素が重要となる。しかし、現在の宇都宮市ではこれらの取り組みはほとんど行われておらず、寄付件数も少ない。そこで、宇都宮市が今後寄付を増加させるための取り組みとして、前述した4つの要素について提案した。

ふるさと納税制度は、有効に活用することで地域の魅力の発信や地域活性化に役立てることのできる制度だ。また、寄付金の使い道を指定できることから住民のまちづくりへの参加を後押しできる制度でもあり、宇都宮市が今後より魅力的な都市になるために重要な制度であることが期待できる。

【参考 URL】

- ・ ふるさと納税 Wikipedia
<http://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%81%B5%E3%82%8B%E3%81%95%E3%81%A8%E7%B4%8D%E7%A8%8E>
- ・ ふるさと納税ポータルサイト ふるさとチョイス
<http://www.furusato-tax.jp/>
- ・ 宇都宮市公式ホームページ
<http://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/index.html>
- ・ 国立市公式ホームページ
<http://www.city.kunitachi.tokyo.jp/index.html>
- ・ 産経ニュース 「国立市、ふるさと納税が急増」
<http://sankei.jp.msn.com/region/news/140317/ky14031722330002-n1.htm>
- ・ 松山市公式ホームページ
<http://www.city.matsuyama.ehime.jp/>
- ・ ふるさと松山応援ページ
<http://www.furusato-matsuyama.jp/>
- ・ 東川町公式ホームページ
<http://town.higashikawa.hokkaido.jp/>
- ・ 弘前市公式ホームページ
<http://www.city.hirosaki.aomori.jp/index.html>