

農山漁村における社会的インパクトに関する検討会

第1回（2025年1月20日）

企業版ふるさと納税に関する事例紹介（真庭市）

M A N I V

R D E N

agenda

1. 自己紹介
2. 真庭市について
3. 企業版ふるさと納税の導入
4. 財源はどのように捻出したか
5. 他地域展開でのポイント

INTR,

GARDEN

CE,

MANIV

1. 自己紹介

氏名 : 平澤洋輔（42歳／O型）

所属 : 真庭市役所産業観光部
産業政策課 回る経済推進係

出身 : 神奈川県藤沢市

家族構成 : 妻1人、子3人

主な経歴 :

- ・ 広告制作プロダクション（BP）
- ・ 広告代理店（BP）
- ・ ローカルベンチャー（経営企画・事業開発）
- ・ 起業（マーケティング・事業開発）
- ・ 地方公務員

※BP=Business Produce



2. 真庭市について

人口 : 約42,000人（約17,500世帯）

面積 : 828m²（約8割が森林）

主要産業：農業、林業、製造業

真庭市の経営方針：

地域資源循環型の地域経営

木材関連産業と再エネ産業の活性化

環境型低コスト農業の推進

端材を有効活用し再生可能エネルギーに。生ごみ等を発酵させ農業用肥料に。地域の資源を有効活用する循環型経済（回る経済）を推進

※BP=Business Produce



3. 企業版ふるさと納税の導入

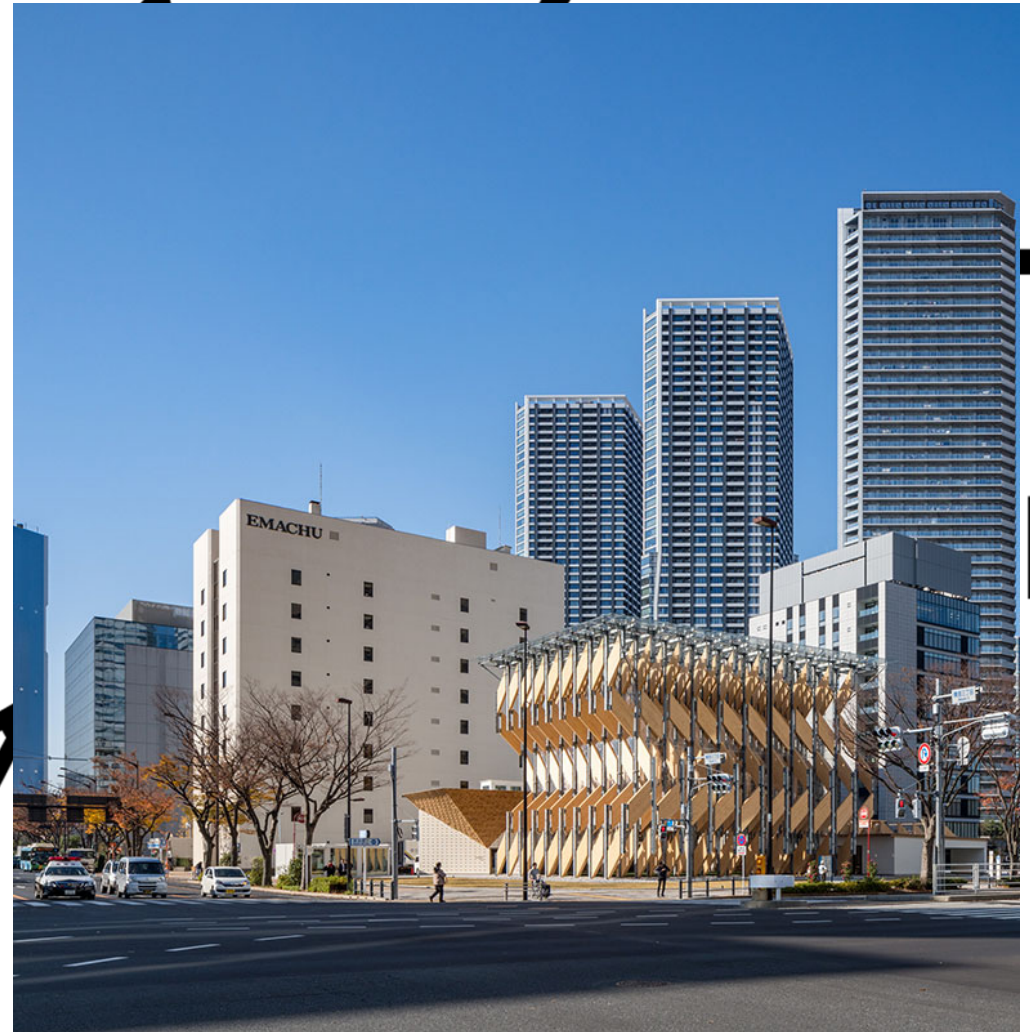
① きっかけ

きっかけは、東京オリンピック2020。

日本の木材を発信するプロジェクトに真庭の木材が使用されることに。

オリンピック後に建築物が真庭市蒜山に移築されることも建築前に決定

この大きなプロジェクトに企業版ふるさと納税を活用する（入庁して最初の仕事が、企業版ふるさと納税のチラシを制作でした）



©Kawasumi-Kobayashi Kenji Photograph Office

3. 企業版ふるさと納税の導入

②どのように進めたのか

同じタイミングで、阪急阪神百貨店と蒜山のブランディングに関する取り組みがスタート

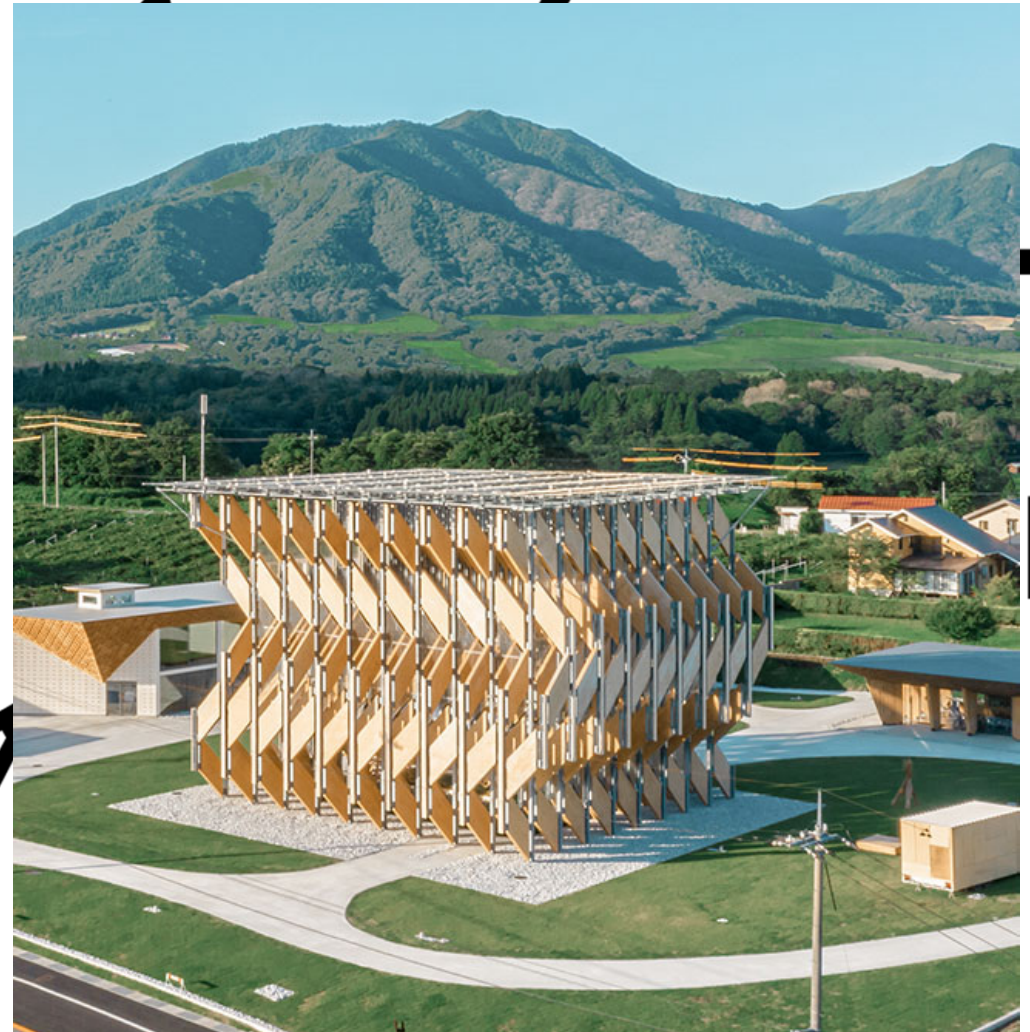
人と自然が共生するライフスタイルを提案するブランド「GREENable」を立ち上げる

この取り組みを推進する人材交流が市長と社長のトップ会談で決定

（阪急阪神百貨店の組合との関係で企業版ふるさと納税ではなく地域活性化企業人材の活用に）

移築された建物は蒜山の観光文化発信拠点施設

「GREENable HIRUZEN」として、新たな観光のシンボルに



©Kawasumi-Kobayashi Kenji Photograph Office

3. 企業版ふるさと納税の導入

②どのように進めたのか

コンテンツやブランディングに関する人材は揃ったが、これを観光的に発展させるにはさらに専門人材が必要だった

蒜山にも拠点を有し、多角的に事業を展開する県内の企業である両備HDに相談

企業版ふるさと納税を活用し、専門人材が真庭市へ（勤務先はDMO）

深さを出す人材と、幅を出す人材によって、GREENableのOPENを機に蒜山の観光が新たなステージに（若い女性の来訪が増加）

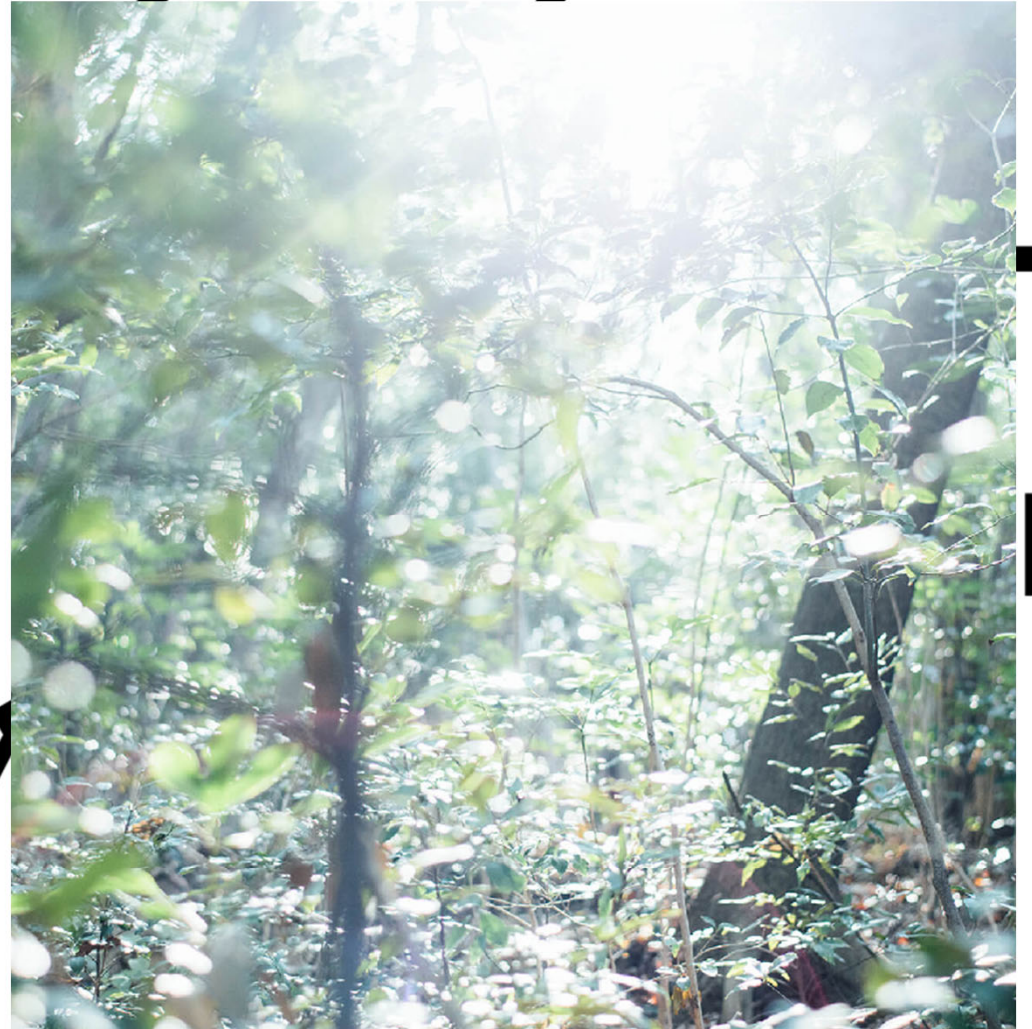


3. 財源はどのように捻出したのか

関連する事業費は地方創生推進交付金を活用（
ハード事業もソフト事業も）

阪急阪神百貨店の人件費は地域活性化企業人材
を活用

両備HDの人件費は企業版ふるさと納税を活用
国の支援や制度を活用することで一般財源を圧
縮



4. 他地域展開でのポイント

(思考)

課題解決ではなく、価値創造

プロジェクトは共創しながら組み立てる

(姿勢)

行政の当たり前と民間企業の当たり前は違う

視点の多角化（議会だけではなく、市民、関係人口、関係する市内外企業など多様なステークホルダーを意識した意思決定を）



©Kawasumi-Kobayashi Kenji Photograph Office