

大阪+知的障害+地域+おもしろい=創造

知の知の知の知

社会福祉法人大阪手をつなぐ育成会 社会政策研究所情報誌通算 3703号 2017.6.7 発行

2017年6月7日の3700号またぎの記念7号分の最終です。これまでためていた記事を整理してお届けします【kobi】

どうなる？ふるさと納税見直し

カンテレ 報道ランナー 2017年6月5日

自治体への寄付で、豪華な返礼品がもらえると人気が集まっているふるさと納税。

2015年度の寄付額がおよそ42億円と全国1位だった宮崎県都城市ですが・・・

6月から返礼品を見直しました。

1万円の寄付で、700グラムもらえた宮崎牛は、400グラムに。

マンゴーは2玉もらえたところが、1玉に変更されたんです。

なぜ見直しになったのか？

『地方の活性化』を目的に始まったはずのこの制度、改めてその意義を考えてみました。

ふるさと納税で人気ナンバー1の宮崎県都城市のいちおし、宮崎牛！

北海道の毛ガニに、地酒！！

高級家具や宝石、そしてキャンピングカーまで！！

自分のふるさとや、応援したい自治体に寄付をすると所得税などが控除されるうえに、お得で豪華な返礼品が貰えると人気の『ふるさと納税』。



【街の人】「毛ガニと子供のおもちゃ」「やっぱり毛ガニとかウナギがほしいから」

しかし！これに“待った”がかかりました。

【高市早苗 総務相】「少なくとも3割をこえる返礼割合の返礼品についてはすみやかに3割以下にすること」

【神戸大学大学院経営学研究科 保田隆明 准教授】「単純にお得度合い

をあげていけば良いと。これは通常の商売でいうところの値引き合戦をしているだけなんですよね」

加熱する『返礼品合戦』。

なぜこんなことになってしまったのでしょうか？

ふるさと納税の『返礼品合戦』を受けて、総務省はことし4月、

返礼品を寄付金額の3割以下に抑えるよう、全国の自治体に通知しました。

【街の人】「でも私らは税制対策やからあまり加熱せんで良いのでは」

「いきすぎた状態になってるなら仕方ないかな。(返礼品)減ってほしくないですけどね。本音を言えば」

【小泉純一郎首相(当時)】「格差批判は、小泉政権批判の裏返しなんですよ」

小泉政権の改革で生じた『都市と地方の税収入の格差』。

これを何とかしようと導入されたふるさと納税ですが、当初は『寄付』という行為が根付かず、全国的に伸び悩みました。

しかし、2014年ごろから自治体が地元の名産を『返礼品』として独自で送るようになったことで注目を浴び・・・



2015年度には寄付の総額が1653億円にまで達しました。

通知を出すにあたって総務省に意見を求められた専門家は...

【神戸大学大学院経営学研究科 保田隆明 准教授】「これほど都市部の人間が、地方に関心を持ったことなんてないわけですよ。これはある意味すごいことなんですよ」

「ふるさと納税」で、一変した町があ

ります。

滋賀県近江八幡市です。

【富士谷英正 市長】「ふるさと納税を発案された人は素晴らしいと思いますね。生産者よし、事業者よし、寄付者よし。自治体よし。平成の四方良しかなど」



笑いが止まらない市長・・・

今年度の返礼品も気合がはいっています。

それもそのはず。

去年の近江八幡市への寄付の総額は、おととしと比べて約6億5000万円もアップしたのです。

ふるさと納税で近江八幡市が人気の理由、それは近江牛。

寄付するほとんど人のお目当てが、この近江牛です。

【鈴木牧場 鈴木文規さん】「脂が柔らかくて、肉質もキメが細かくて甘みがありすごい美味しいお肉です。神戸ビーフや松坂牛と比べると少し認知度が低いけど、ふるさと納税などから近江牛知ってもらって、もっとここから次につなげたい」

この牧場ではふるさと納税効果で徐々に出荷数が増えていて、今後も牛を80頭増やす予定です。

さらに、廃れかけていた伝統産業の分野も復活をとげました。



足に合わせて、一足ずつ手作りする『八幡靴』です。

3年前は月に30足ほどの発注しかありませんでしたが、ふるさと納税の返礼品として出して以降、その品質の良さに人気が集まり、今では月に100足もの注文がきます。

【リバーフィールド 川原勲社長】「うれしいっていうよりも、ちょっと慌てましたね。逆に。作れるかなと。4ヵ月待ちの状態ですが、お客さんには

感謝。それだけ待ってもキャンセルでなく待って頂けているということで。6～7割はふ

るさと納税の注文ですね」

全盛期の昭和初期には500人いた職人も、数年前までは2～3人に減っていましたが・・・
今では全国から『職人になりたい』と人が集まるようになりました。

【リバーフィールド 川原勲社長】「廃業の危機は逃れたかなと。あとはやっぱり職人さん
育てていく。いくら注文がきても作り手がいないと話にならないので。早いとこ若い人一
人前になって靴作れるようになってほしい」

【富士谷英正 市長】「(地方は)それぞれが知恵をだしながら市民福祉の向上を頑張っ
ているわけですから。今まで(都市部は)税収が) ようけあったから左うちわって言うのは、
ちょっと知恵を出していただく時代じゃないですか」

総務省の目指す『地方創生』を体現したとも言える近江八幡市。

寄付総額のランキングをみても、特産品のある地方が、都市部を押しつけて上位を占めて
います。

これに対抗するために、返礼割合を6割～7割にする自治体が出てくるなど『返礼品合戦』
が勃発したのです。

中には、商品券、電子機器、貴金属などを返すところもあり、

総務省は『転売の恐れがある』『地元の特産と言えない』などとして廃止を求めています。

総務省が通知を出したもうひとつの理由、それは、都市部の税の流出です。

【大阪市 吉村洋文市長】「国がどれだけ本気で商品競争を、ふるさと納税の趣旨と違うも
のを是正するのか、僕自身もしっかり見極めたい」

大阪市では、美術館の入場券などを返礼品としていますが、市への寄付はおよそ2億円と
低調...



一方で、市民が地方に寄付をする金額
が倍増していて住民税の控除ばかり
が増え、2015年度はおよそ14億
円流出したということです。

都市部が失った税収は、国が地方交付
税で75%を補てんする仕組みにな
っていて、地方に寄付が集まるにつ
れて国の負担が増えていることも今
回の通知の一因なのです。

国産ゴルフクラブ発祥の地の兵庫県
市川町。ここでも返礼品をめぐる、
混乱が生じています

兵庫県市川町は、地元企業がつくるゴ
ルフクラブを返礼品の目玉にしてい
ましたが、これも『資産性が高い』と
して、総務省の“待った”がかかって
います。

ふるさと納税のおかげでおよそ1割
収益がアップした地元企業は、今回
の通知には納得がいきません。



【共栄ゴルフ工業 望月実香 取締役】「県の方からも地場産業と認められているし、どう
考えたってそれを特徴として町。ひとくくりにゴルフクラブがダメだというだけでなく、
どういう風にしたら越えられるのか私たちも考えている」

【望月実香 取締役】「(町の人に対して) こえるべきハードルやって」

【町の職員】「そう、だから飛び越えなあかんのよ」

国と地元企業の間で、板挟みの行政。

まだ対応を決めかねています。

【市川町役場・青木久典さん】「やめるのは簡単なんですけど、そのとき事業者さんの声は無視になりますよね。実際、町内で経営している企業ですので、その声も無視できない。町の立場としては」

この会社は、国からの通知をそのまま受け入れるのではなく対策を加えてどうにか継続したいと考えています。

【共栄ゴルフ工業 坂本敬祐 社長】「体験型の商品の色を入れたりだとか、最後の吹き上げを体験して頂きながら商品を提供していけたらと思ってますけども」

【共栄ゴルフ工業 望月実香 取締役】「文化全体を守っていききたいので、その一助としてふるさと納税って私たちにはすごく意味のあることだったんですよ」

【高市早苗 総務相】「私は、地場産業の振興が重要であるのは十分理解をしています。しかしそうした施策は返礼品としてでなく、ふるさと納税で得た資金の使い道として行っていただきたいと考えております」

『地域の活性化』を進めるために始まったふるさと納税。
今後も、その役目を果たすことができるのでしょうか。

なるほど！ちまたのケーザイ学「大阪発！生き残りをかけた老舗企業の挑戦」

カンテレ 報道ランナー 2017年6月6日

「不況」と言われて久しい大阪経済...

しかし実は、ここ数年、企業の倒産は年々減り続けているんです。

その影に、時代の荒波に立ち向かう老舗企業の姿が！



【シード 玉井繁社長】「『消す』っていう、一つのこだわりは捨てない」
市場縮小に抗う消しゴムメーカーが、発想の転換で生み出した驚きの商品とは！？

さらに年商50億円の栄光からどん底へ！

つっぱり棒の老舗は...

【平安伸銅工業 竹内香予子社長】
「私が入った時には、(年商)14億ぐらいだったんですけども、22億

までなんとか回復させることができました」

今日は大阪発！生き残りをかけた老舗企業の挑戦に迫ります！

大阪市都島区にあるこちらの会社。中をのぞいてみると、白い液体が枠に流し込まれ...作っているのは消しゴム！



ここは、おなじみ「レーダー」消しゴムを作っている社員73人のメーカーです。

【シード 玉井繁社長】「長年消しゴムをずっと作り続けてきた。逆に言うとそれしか能がなかったという所あるんですけど」

1915年に、天然ゴムを加工しゴムチューブやホースなどのメーカーとして創業したシード。1956年、現

在主流となっているプラスチック消しゴムを世界に先駆けて開発・商品化。

ピーク時には消しゴムの国内シェアのおよそ6割を占めるほどになりました。しかし...



【玉井社長】「今後少子化っていうのはやっぱりどうしても避けられない。残念ながら消しゴムはこれからどんどん増えていくものではない」
少子化で学校でのニーズが減少している上、手書きをする機会も減り、消しゴムの市場は縮小。生産量はピーク時のおよそ7割ほどに...そこで...

【玉井社長】「消すという解釈を拡張してですね、汚れを消すものも作っていいこう。でも消すというひとつのこだわりは捨てない」

“消す”ことにこだわる社長に社員たちは...

【近藤康生研究開発課長】「今まで子ども相手に売ってた商品から、そうじゃない商品を作りだそうとする。やっぱりそのスタートラインっていうのは、アイデア力でスタートせんとあかんかなと思いますんで」

子どもだけではなく、大人にもターゲ



ットを広げ、様々な場面で役立つ消しゴムを作りたい。そんな思いから2013年に生まれたのが、家のさまざまな汚れを“消す”住まいの消しゴムシリーズ。

こちらは、壁の汚れに使う消しゴム。元来の優れた消す力を活かし、適度な粘着力と弾力性を与えることで壁を傷つけにくく、消しかすが散らばらないように工夫されています。そしてこちらは、シート状の消しゴム。砂消しを薄く伸ばした商品で、広い面や湾曲した所の汚れにぴったり！シンクの水垢汚れも...ピカピカに！



また、社内での消しゴムの意外な活用法も新商品につながりました。

【徳山太常務取締役】「印鑑とかですね、ゴム印とかの掃除に使ってます。」

(Q普通のねりけし?)

「そうですね。普通のねりけしを練り込んで」

柔らかくて、形を自由自在に変えられるねりけしの特徴を生かし、粘着力をアップ。すると、すきまの汚れが簡単に取れる商品が完成！消しゴムのお掃除グッズとしての可能性を提示した住まいの消しゴムシリーズ。累計80万個販売され、現在では売り上げの1割を担うほどに成長しています。



【玉井社長】「ちゃんとニーズにからんだものであれば、600円、800円、1000円前後のも

のでも、すんなり入っていくというところもありますね。そういった意味でも、付加価値を高めることもできるかなと、思いますね」

大阪市西区にある創業65年、社員35人の平安伸銅工業。もともとは銅を加工する町工場だったのですが、1975年に発売した突っ張り棒が大ヒット。

現在ではシェア50%を誇ります。一時は年間50億円もの売り上げを記録したのですが



の棚は『平安さんが担当してね』っていう風に、いただいた棚の中で自社の持っている商品を、売れ筋でなくなった商品を差し替えて新しい商品を入れる。より（売り上げを）伸ばしていこうとなると、別の売り場をとっていかなくちゃいけない。または、別の売り場を作っていけないといけない」

そこで、生まれたのが...

【竹内社長】「ここのネジの部分回すことによって、伸び縮みする」

お好みの木材などに取り付けることで、突っ張り棒のようになり、釘を使わずにおしゃれな棚などを作ることができるという新商品、その名もラブリコ。DIYを手軽に楽しめます。

売り場も突っ張り棒とは違い...DIYのコーナーに！

ラブリコを使い、棚を作ったという女性は...

... 【平安伸銅工業 竹内香予子社長】

「もともと日本で作っていて4000円近くで売られていた商品が、私が入った頃にはもう海外生産で1000円近い価格に下がってたんですね。4分の1近く」

海外で作られる類似品との価格競争により売り上げは急落。そんな中で2010年、親の跡を継ぎ、3代目の社長に就任したのが竹内香予子さんです。

【竹内社長】「なんかもう、つっぱり棒っていうのはオワコン（終わった商品）なんじゃないか？って思ってもうヤバイ！メーカー自体は昔の価値観のまま、機能的で価格の安いものを作っていれば、お客様に支持していただけるとずっと思ってたんですね。私自身も入った時に、なんでこんなダサいんだろう？とかいろいろ思ってたんですけど。突っ張り棒ってそんなもんだと」

そんなイメージを覆すべく、竹内社長が目指したのはおしゃれな突っ張り棒。付加価値を付けることで再び売れる商品に育てたいと考えたのです。売り上げアップを狙う中で課題がもうひとつ。それは、売り場の仕組みです。

【竹内社長】「ホームセンターの売り場は“棚とりビジネス”なんです。ここ

【女性】「子どもの収納とか、この狭いスペースに収納を作るっていうのは、みんな悩んでるのかな？っていうのがあって、簡単に作れるっていうのは、いいと思います」

竹内社長の狙いは当たり、発売から10ヶ月、10万個を売り上げるヒット商品になりました。

【竹内社長】「私が入った時には、14億ぐらいだったんですけども、去年の2016年の決算期で22億までなんとか回復させることができました。見せておしゃれであったり、インスタとかでも自慢できるような、そんな家づくりができる道具を、突っ張り棒で作ってる会社だから出来るものを開発すれば、今の時代に合った形でお客様に喜んでいただけるんじゃないかなと」

時代が変わる中、生き残りをかけた老舗企業の挑戦！

今後は、どんな新商品が生まれるのでしょうか？

サロンバスで憩いのひととき 岩泉、台風被災地区巡る 岩手日報 2017年6月7日

コーヒーを片手に会話を楽しむ地域住民ら

岩泉町のNPO法人クチュカ（橋場覚理事長）は、昨年8月の台風10号豪雨災害で被災した地区を、車内がサロンスタイルになっているバスで訪ね、住民にお茶飲みをしながら憩いのひとときを過ごしてもらう支援活動を行っている。かつての集会場所が復旧していなかったり、仮設住宅に集う場所がなかったりして交流が少なくなっている地区もあり、住民に喜ばれている。6日は旧JR岩泉線二升石駅前にバスを止めた。あらかじめ回覧板やチラシで周知し、顔見知りには直接伝えており、延べ15人の住民が参加。車内でコーヒーやお菓子を片手に、会話に花を咲かせた。同法人は東日本大震災後、町内の障害者や被災者の支援を行ってきた。台風被害を踏まえ、その被災者支援に力を入れることとし、バスによるサロン活動を町や町社会福祉協議会などと共に、2月から週2回ほど実施。バスはNPO法人アドラ・ジャパン（東京都）から借り受けている。



障害持つ高齢者疑似体験 藤ノ花女子高／日常生活の困難さや介助の大切さ学ぶ

東日新聞 2017年6月7日

豊橋市老松町の藤ノ花女子高校（山崎宏人校長）は6日、「障害を持つ高齢者の疑似体験学習」を実施した。障害を持ち、身体機能が低下する高齢者の日常生活を体験し、その困難さを理解することで、介助の大切さを学んだ。（三浦ゆかり）

生活情報科3年の授業「生活と福祉」の一環。豊橋創造大学短期大学部から大林博美教授と村上貴子助教授を講師に迎えて、180人の生徒が参加。障害を持つ高齢者の疑似体験と、応急処置としての包帯の巻き方と三角巾の使い方などを実習した。生徒らは、85歳で、白内障、脳梗塞により右上下肢に麻痺（まひ）があり、手首と大腿（たい）部も骨折しているという女性の設定で、腕にサポーターなどを装着して動きづらくしたうえ、ゴーグルを着用して視界を暗くした状態で、杖をついて階段を含む校舎内を歩行。介助役の生徒がそばに寄り添い、手助けをした。体験を終えた佐藤純奈さんは「足が全然上がらず、階段を下りるのが怖かった」、坂神里紗さんは「介助者として、大丈夫かどうかの声かけが大切だと感じた」と、感想を話した。

ゲシュタルト崩壊フラグさん初個展 京都

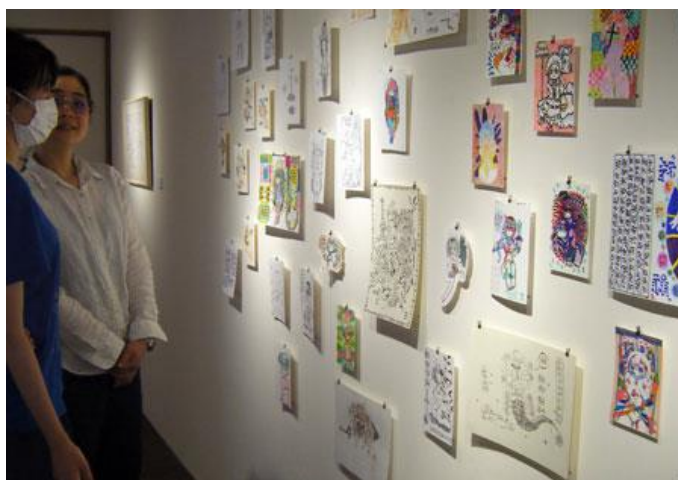
京都新聞 2017年6月7日

京都市東山区の障害者就労支援事業所「まつつあら」を利用し、「ゲシュタルト崩壊フラ

グ」の名前で活動する山元真菜子さん（19）＝山科区＝による絵画の初個展が6日、事業所2階のギャラリーで始まった。緻密な模様が特徴の作品が並ぶ会場（京都市東山区）

山元さんは、中学生のころに興味で絵を描き始め、京都市内の総合支援学校高等部を卒業した昨年からは「まっつあら」で創作活動を続けている。

細いペンで描いた作品は背景を埋めるように描き込まれた緻密な模様が特徴。山元さんは個展開催が夢だったといい「多くの人に見てほしい」と話す。20日まで。



<ひとキラリ>船橋の益山さん 松戸に音楽療法施設 東京新聞 2017年6月7日

音楽療法の場を広げることを目指す益山ゆきさん＝松戸市で



子どもたちの無限の可能性を、音楽療法を中心にアートやダンスなどの表現活動を通じて育みたいと、音楽療法士の益山ゆきさん（50）＝船橋市＝は今春、思いを共有する仲間らとともに、活動スペース「UNICO（ユニコ）」を松戸市稔台にオープンした。「子どもたちの生き生き、のびのびを育む、あらゆる表現を楽しめる場にしたい」。益山さんたちの挑戦は始まったばかりだ。（飯田克志）

音楽療法は、心身の障害や機能の回復などのため、それぞれの人の心に響く音楽を意図的、計画的に使う。益山さんはこれまで、発達などに困難のある子どもらの音楽療法を、フリーの立場や福祉施設で勤務しながら実践してきた。

原則一対一の即興のセッションが特徴。子どもたちは打楽器やマリンバなどを自由に奏でる。益山さんたちは子どもの思いを演奏や表情から感じ取り、ピアノなどを一緒に演奏し、歌う。「できない」ことを日々体験している子どもたちは、音楽を通じて「できる」ことを実感。自信や意欲、コミュニケーション能力を自ら養っていく様子を目の当たりにしてきた。

子どもたちは、音楽だけでなく、絵やダンス、物語の自作などで自分を表現するようになった。「セラピーだけでなく、表現する力を引き出す場が必要」という思いが募った。

保育園などを訪れた際、何か窮屈で我慢しているように見える子どもたちが気になった。そんな子どもたちにも音楽療法を生かして、関わりたいとも考えるようになった。

専門職としての認知度がまだ低い音楽療法士について、「仕事として確立するには質を高める必要がある」と育成に力を入れたいとの思いも強まり、社会的起業を決意。子どもの保護者や知人らの支援を得てNPO法人「ユニークユニバース」を二月に設立し、四月にUNICOをオープンした。

五月にはダンスのワークショップを開き、今月から絵や工作を楽しむアート部門を始動。親と子どもが遠慮なく楽しめるように開催してきた音楽イベント「UNi（ユニ）FES」も続ける。定休は月曜と第二、第四日曜。問い合わせは、UNICO＝電 047（382）5000＝へ。

月刊情報誌「太陽の子」、隔月本人新聞「青空新聞」、社内誌「つなぐちゃんベクトル」、ネット情報「たまにブログ」も
大阪市天王寺区生玉前町5-33 社会福祉法人大阪手をつなぐ育成会 社会政策研究所発行

