

十 UTOの社会貢献

【東日本大震災被災者支援の取り組み】

*企業市民として、長い支援を

UTOは、2011年10月に山梨から岩手に工場を移転しました。当時東北地方は東日本大震災にみまわれた半年後の混乱状態で、比較的被害の少なかった北上市には沿岸部から600名近い方が避難して来られて厳しい生活を余儀なくされていました。

新参者の私たちも企業市民として何かできることはないかとみんなで考えました。ボランティアなどで現地に赴くのは難しいので少額であつても寄付でお役に立ちたいという結論になりました。その寄付もできるだけ長期間続けることができるように本業のカシミヤの売り上げの一部を寄付することにしました。

最初はカシミヤのハンドウォーマーやマフラーなどの小物が売れるごとに100円を寄付していましたが、UTOカシミヤが北上市のふるさと納税の返礼品になったのを機に、一件の寄付を頂くごとに当社が100円を寄付することにしました。

ふるさと納税の寄付を頂くことに寄付をすると、支援が一年限りで終わるのでなく持続性があり先細りではなく、ふるさと納税が続く限りずっと支援ができるし、頑張ると年々寄付額も増えたと考えたからです。

東日本大震災の被災者で北上に避難されている方たちが東北の寒い冬を越すための灯油代の足しになればという思いで、北上市を通して寄付を始めたのが最初です。

震災の翌年から始めた寄付ですが、2022年で10回目になり、総額は300万円を超えました。

*カシミヤ天使の葉が寄付に貢献

被災者支援の額を増やすためにカシミアニットの会社ならではのものをと考えると、世界一柔らかい「カシミヤの天使の葉」を作りました。

この「カシミヤ天使の葉」は、当社の製品を作っている世界でも最高峰の原料を使って、当社の社員が本体の色と、ふさの色の組み合わせを考えながら1枚1枚手作りしています。1枚500円ほどのコストがかかりますが300円で販売することにしました。もちろん100円は被災者への支援として寄付させて頂いています。*販売もしています

カシミア天使の葉はミュージアムショップや本屋さん、ネットなどでも販売して頂いています。もちろん売り上げ枚数分の寄付をさせていただいています。

イギリスのガーディアン誌が「世界で最も素晴らしい本屋一〇店」に選んだ、京都にある啓文社一乗寺店では始めた当初から販売していただき一年に何回も追加のご注文を頂いています。

おひとり数枚を購入して下さる方が時々いらっしゃいます。差支えなければ「何に使って頂いているのか」をお聞きしたら、「趣旨に賛同して、卒業記念として生徒たちにひとりひとり渡しします」と仰る中学校の先生だったり、お友達にプレゼントとして購入してくださったり、団体で購入していただいたということもありました。

また、香川県の坂出小学校では生徒さんたちが学校行事で50枚を販売し5千円の寄付を、三重の高校生たちも送ってきてくれました。

被災者の方から直接、「北上は雪が多く寒さも厳しいのでとても助かる」と嬉しい感謝の便を頂いたこともあります。お役に立てて光栄です。

残念なことにあんなに悲惨な東日本大震災も時が経つにつれて次第に記憶も薄れ、寄附も少なくなってきたようです。東北岩手の地でモノづくりをする者として、会社が続いている限りは、微力ですが支援を続けたいと思っています。

【ふるさと納税の返礼品で北上市に貢献】

製造卸から製造直売への大きな一歩に

UTOカシミアは岩手県北上市のふるさと納税の返礼品として好評を頂いています。

2014年の秋、北上市商工部の今野部長さんから「北上市もふるさと納税を始めたのでカシミアの商品を返礼品として出していただけませんか？」と提案を頂きました。

ふるさと納税は密かに狙っていたので二つ返事で引き受けました。当時は出品が少なくて苦労していたそうで、あまりにもあっさり叶ったので「返礼品として先に商品購を購入してくれると」を私が誤解したかもしれないという危惧で、「いやいや、UTOさんのあんなに高額なカシミアが簡単に売れるはずがないので期待しないでください、北上市にはこんな良いものがあるんだと自慢したいので、売れる(寄付を頂く)ことは期待しないで協力してください」ということでした。

元々ふるさと納税は期待できると密かに思っていたので、こちらからお願いに行くつもりにしましたが、いくらで買い取ってもらえるかが気になっていたのでストレートに、

「いくらで買い取っていただけれるんですか？7掛けですか？それとも6掛けですか？」と率直に聞きました。そうしたら、「いやいやプロパーですよ！」という返事に正直こちらが驚きました。当時は値入率の低いOEMで苦しんでいたからです。「えっ！プロパーですか？」と聞き返してしまいました。

ふるさと納税は自分が納める地方税の20%以内で、好きな市町村に寄付すると、地方にある産品を返礼品として頂いた寄付額の40パーセント（当時、現在は30パーセントが上限）でプロパー商品を市町村が買い上げてお礼として寄付者にお送りするもので、だから買い上げるときはプロパーなんです！」という話です。

これは北上市の推薦状付きで全国の皆さんに知って頂ける絶好の機会だと思いました。しかも寄付した分は2千円の手数料はかかるけど翌年の地方税が控除されるという。

部長さんはあまり期待しないでくださいとおっしゃいましたが、「絶対に可能性がある」と確信しすぐに始めました。

2年目からは毎年2億円前後の寄付を頂く、北上市の名産品に

2014年の11月にスタートして初年度に2千400万円の寄付を頂きふるさと納税の可能性に会社が沸きました。翌年からはすっかり準備対応し約2億円の寄付を頂くことが出来ました。以来毎年2億円前後、2023年までに約17億円を越す寄付を頂き北上市にも感謝されています。

岩手工場でカシミヤ作り励む職人たちは30歳前後の若者たちで一人を除いて全員が北上市民です。自分たちが作った商品が日本中の人から評価されて感謝され上に、市から感謝されて、自分たちの生活の向上も貢献する。ふるさと納税はUTOにはなくてはならないものです。

どうしてそんなに寄附が来るの？とふるさと納税をやったことが無い人は不思議でならないようです。カシミヤがもらえる？お米がもらえる？肉やカニが届く。ふるさと納税は返礼品が有名ですが、そもそもふるさと納税とはなんでしよう？

今、人口が都会に集中し、地方は過疎化が急速に進んでいます。住民税はそこに住む人が納める税金ですから、地方で若い人を育てても都会へ出て行って人がいなくなったら税金が落ちないのが地方税の宿命です。

私は長崎県の島原出身で、高校まで島原でその後は首都圏ですから、高校まで育ててくれた島原市に地方税を収めたことはありません。

そこで、総務省が、「都市部に集まり過ぎる住民税を、なんとか地方に移動させたい」という目的で、地方税の「20%」を上限に、納税者の意思で移動させることが出来るこ

とにしたのです。20%を上限にとなっているので80%は住居の自治体に残るはずですが、誤解した人たちが「自分の街の税金が全部出て行く！」と言って一部のメディアや大都市の自治体が言い出して大騒ぎになりました。

初めの頃のふるさと納税は、寄附を貰ってもお礼状を出すぐらいだったので低迷していました。しかしある自治体が、「思いもよらぬ寄附が来たので、感謝の意を込めて寄附金の一部から当地の名産品を市が買い上げて返礼品として寄附者にお礼を送った」のがブームの始まりです。その後、「ふるさとチョイス」というウェブサイトが始まって一か所で返礼品が見られて、そのままウェブサイトで寄附が出来てカード決済が出来るという利便性で飛躍的に増えました。

このふるさと納税の可能性をいち早く見抜いた何人かの自治体の職員さんが、何億円という寄附を集めた成功例や、「人口何千人の町に何億円の寄附！」等とメディアが大きく取り上げたことで一気にブレイクしたのです。

当初北上市の返礼率は寄付の40%前後でしたが、ある自治体は返礼率を80%にして群を抜いた寄附額を集めたり、ある自治体は金券のような商品券を出すという、なりふり構わない手段が、メディアの格好の餌食となりふるさと納税自体の存続が危ぶまれる事態になりました。そこで総務省が、返礼率30%や、高額品や家電製品の返礼の禁止など、基準を決め一段落しました。

UTOにとってふるさと納税の一番のメリットは、今までは卸やOEMなどのBtoBなどが主体で、お店や百貨店を通してしか販売ルートがなかった当社が、直接お客様（最終消費者）へアピールが出来ることです。

ふるさと納税は自治体と業者がタッグを組んで、自分たちで販売する力をつける登竜門だと思っています。

2億円の寄付があるということは、7割の1億4千万円が自治体の臨時収入になり、当社は3割の6千万円のプロパー売り上げがあるということです。当社のような中小企業にとっては大きな売り上げと利益をもたらしてくれます。

*地方ではモノづくりだけ、都会の会社が販売を受け持つ、安く買い叩く言われるままに作る、注文が来ないと仕事にならない、日本の弱点をそのまま曝け出している

売ることの難しさ、尊さ、消費者お一人お一人の大事さ有難さを知ることだと思えます。ふるさと納税をやっていると自分たちのお客様はマーケットではなくだれだれ様というお

一人お一人ということが分かってきます。

ふるさと納税の特徴として、自分の寄附の使い道を指定が出来ることが素晴らしいと思います。今後は使い道で寄附を決める人も増えると思います。

画期的なふるさと納税。長く続いてほしいものです。