

Eチーム「おなかま隊」

Eチーム ふるさと納税額の更なる 発展に向けた戦略施策



「共感」を通じた好循環

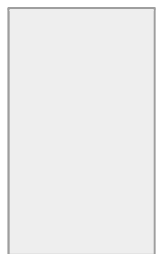


目標

令和7年度に**7億円**

令和2年度
2.6億円

7500万円UP



目標達成のための要因分析

“7億円”達成には **1件あたり寄附額** と **件数** が重要

嘉麻市への寄附額 = (1件あたりの寄附額) × (寄附する延べ件数)

寄附額を増加させるために着目する3つのターゲット

①
ふるさと納税
していない人

②
他の自治体に“納
税”
している人

③
すでに嘉麻市に
“納税”
している人

寄附額を増加させるために着目する3つのターゲット

①
ふるさと納税
していない人
件数増加

②
他の自治体に“納
税”
している人

③
すでに嘉麻市に
“納税”
している人

制度が「よく分からない」ことが最大の要因

ふるさと納税をする/しない理由TOP3

	する	しない	迷っている
1	節税対策 48%	よく分からない 58%	よく分からない 39%
2	返礼品がほしい 44%	資金的余裕がない 25%	返礼品がほしい 29%
3	自治体への寄付 4%	興味がない 7%	節税対策 16%

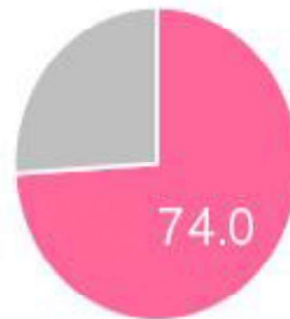
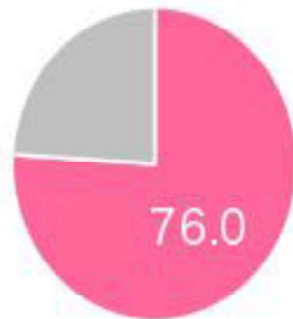
全国のクラウドソーシング利用者1,173名対象

実際は手続きが「簡単」だったと感じた人は **70%以上**

利用してみた感想 (n=350)

思ったより
手続きは面倒ではなかった

思ったより
仕組みは難しくなかった



調べる事を面倒だと思っている人が多い！

→積極的に情報収集しない層

課題

受け身なユーザーに情報が届いていない

嘉麻市PR 施策コンセプト

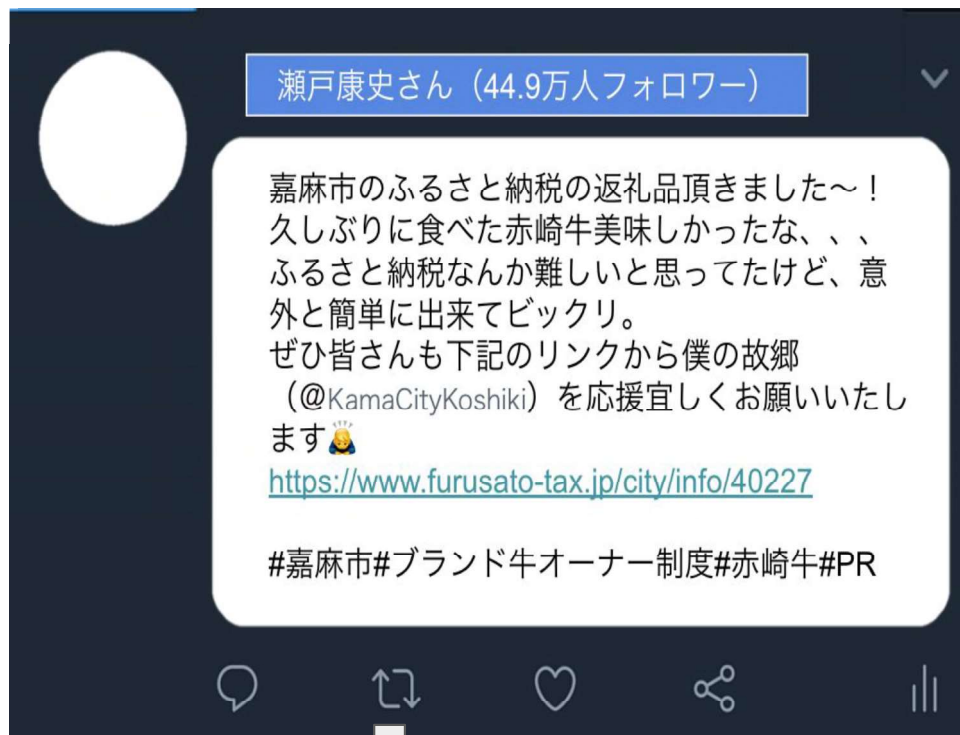
**受け身なユーザーに
情報を届ける**

嘉麻市PR 具体的な施策

Twitter×「嘉麻市」出身芸能人＝PR

施策内容

※イメージ例



「拡散」ボタン

「誰が」
瀬戸康史さん(44.9万人フォロワー)

- 「何を」
1. 「ふるさと納税」の手続きが 簡単なこと
 2. 嘉麻市の「魅力的な返礼品」

寄附額を増加させるために着目する3つのターゲット

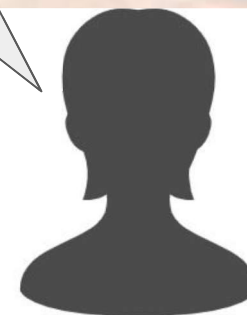


寄附先の一番の決め手

返礼品の**魅力**が大事

82.2%

※ソフトバンク社員へのアンケート(n=68)



返礼品の魅力とは？

品物自体の
コスパ

- ・安くて多い

品物+αの
付加価値

- ・セット商品
- ・新規性

品物自体のコスパ



嘉麻市には**小規模事業者**が
多い

品物自体の**コスパ勝負**は
不可

品物+ α の付加価値
で勝負するしかないが。。。。

課題

コラボ商品や新規返礼品の開発をしたくても、

- 他の事業者との**繋がりがなく、協力できるか不透明**
- 小規模事業者なので、自分では新規返礼品開発を主導する
キャパがない。アイデアもない。

魅力的な返礼品開発を行うには

事業者の仲を取り持ち

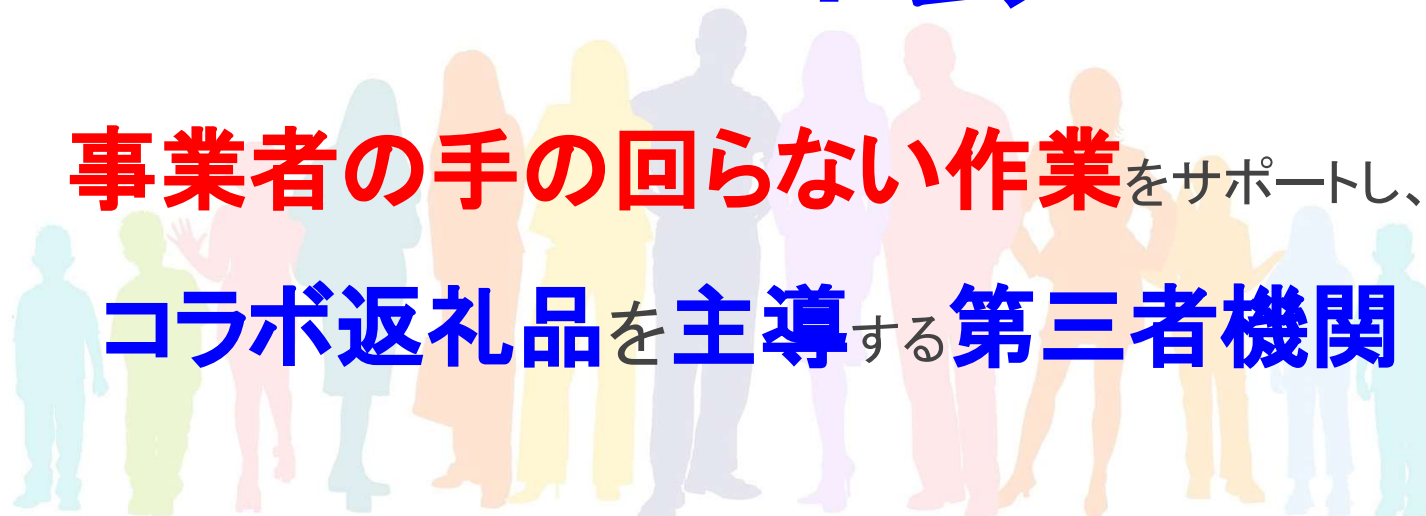
開発を主導する組織が必要

解決策

モノコト会

事業者の手の回らない作業をサポートし、

コラボ返礼品を主導する第三者機関



モノコト会～ふるさと納税活性化協議会～

なにを？

モノコト会議(月一)

事業者さんとの話し合い開催

アイデアの共有

商品コラボ構想

通常業務

セット商品作成・梱包・発送

モノコト会～ふるさと活性化協議会～

だれが？

モノコト会議(月一)

主催者

地域おこし協力隊2人

参加者

嘉麻市の担当者、サイレコ

各事業者、私たち大学生

通常業務

地域おこし協力隊2人

モノコト会 全体イメージ

月に一回

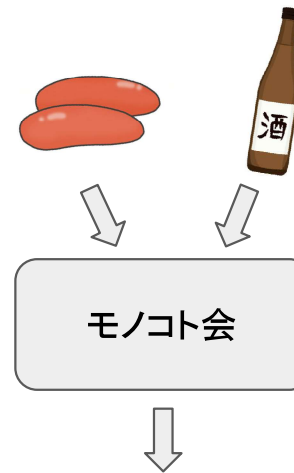


**交流
・
アイデア**

商品コラボ



通常業務



**コラボ商品の
作成・梱包・発送**

モノ+モノ 他の自治体にはないセット返礼品

たとえば...

おおくぼ×嘉麻市蔵元「同じ”嘉麻”の飯を食べよう！晩酌セット」

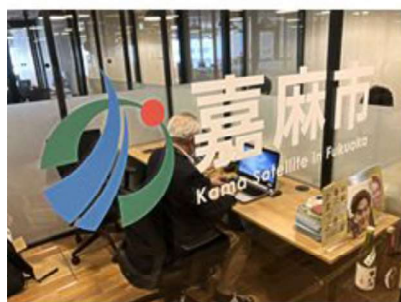


モノ+コト 嘉麻市にしかできない体験を提供する

たとえば...

WeWork×カホアルペ×赤崎牛

あなたのふるさと嘉麻、ワーケーションプラン

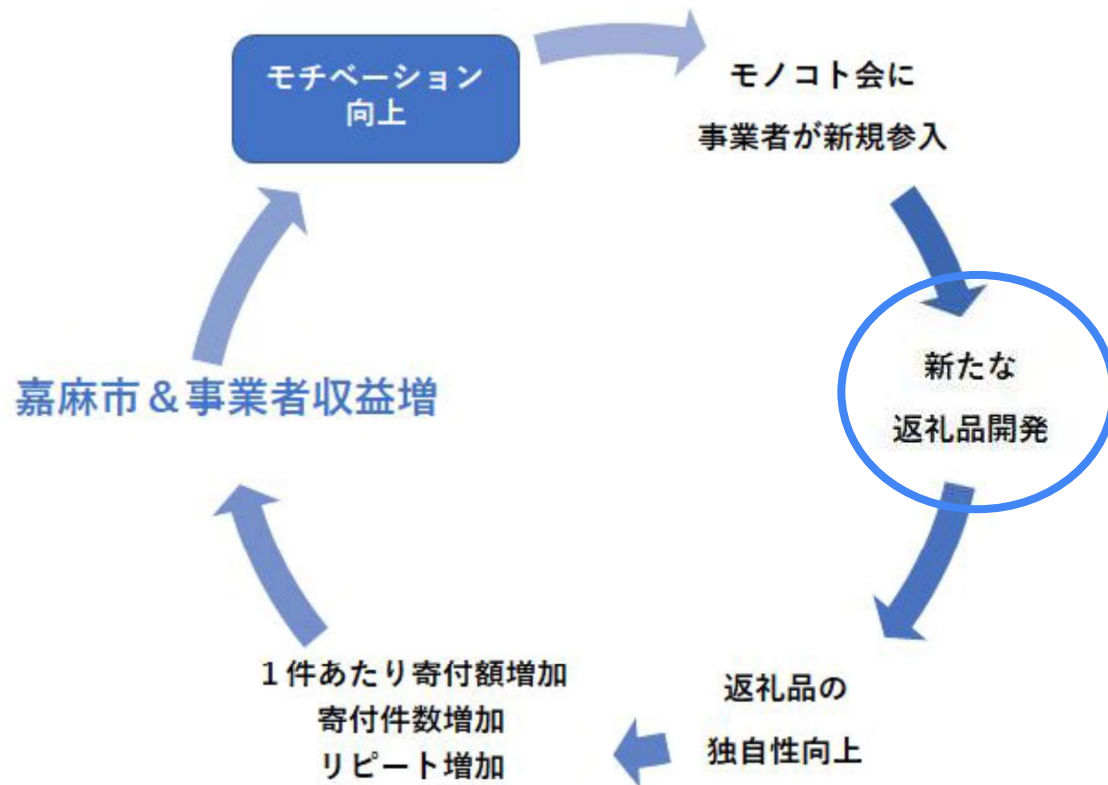


事業者の皆さんも意欲的

「**ぜひ参加したい**。他の事業者や市の職員とふるさと納税について話し、**意見を共有する場が欲しい**」

「もし**誰かが新規返礼品開発を主導してくれる**のであれば、そこに**商品を提供することはできる**」

モノコト会がもたらす効果



好循環

寄附額を増加させるために着目する3つのターゲット

①
未だ「ふるさと納
税」を利用してい
ない人

②
他の自治体に“納
税”
している人

③
すでに嘉麻市に
“納税”
している人
件数増加

施策提案③

寄附金の使途の明確化

「地域を応援したい」のでリピートする

リピートする際に重要視するのは？（ソフトバンク社員アンケート, n=68）

地域を応援したいと思えること

27%

（返礼品の質と量に次いで多い）

現状はどうなっている？

使途となる施策が、**共感を集めるものになっていない**

→**嘉麻市を応援したい！と十分に思わせられていない**

(1) 産業振興のまちづくり

農林業や商工業の振興、観光・イベント事業などに使われます。

(2) 健康と福祉のまちづくり

高齢者・障がい者福祉事業、子育て支援事業などに使われます。

(3) 自然と共生する環境のまちづくり

自然環境保護、公園整備、防災・交通安全対策事業などに使われます。

(4) 教育・文化のまちづくり

学校教育の充実、生涯学習・スポーツの推進、文化活動支援事業などに使われます。

(5) 住みよいまちづくり

利便性を高める道路、公共交通、住環境整備事業などに使われます。

(6) その他目的達成のために市長が必要と認める事業

普遍的かつ

抽象的な内容

なぜ使い道の表記が普遍的で抽象的なのか？

市職員さんインタビューより

**ふるさと納税＝自由に使える一般財源
と捉えられている**

「嘉麻市を応援したい！」
「使い道に共感する」
と思ってもらえるにはどうする？

寄附の使い道を 明確化する

ではどうしたら良いか？ 解決策

寄附の使い道を**具体化・明確化**し、**寄附者が選べるように**

デマンドバスの運行応援のための寄附



K-WALLの運営支援のための寄附



ではどうしたら良いか 解決策

寄附による政策の進捗・結果を寄附者に報告する



この施策を行うことによって

①「嘉麻市を応援したい！」→リピーター獲得

②事業が達成されるまで継続的な寄附を見込める

まとめ

令和7年度までに **4.4億円増加** させるためのビジョン

魅力的な返礼品開発 1.32億円

5年間で6,600件

1320件/年/57件(1品目あたりの年間平均申込数)

年間23品目(月あたり2件程度)の新規返礼品開発

使途の明確化 0.8億円

返礼品単価 **2万円**

×4,400件(リピート率**25%**)


PR戦略 2.2億円

1.5万円(今の平均)×14,667件(KPI)

瀬戸さんと一三さんの合計フォロワー数×平均的なTwitterのインプレッション獲得率

60万人×3=1,800,000インプレッション

このうち0.01%(18,000件)が寄附に至ればKPIの14,667件が達成



期待される効果

1件あたり寄附額 と **件数** の増加によって

“7億円” 達成

私たちがするコト

① Twitterの運用補助

② Twitterでの拡散協力

私たちがするコト

③地域おこし協力隊の募集の際の

PR、イベント参加

④おなかま隊として

事業者との**話し合いに参加**

⑤**他自治体の調査**



求む！モノコト会員！



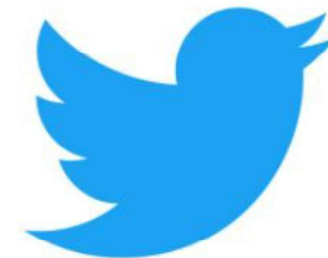
嘉麻市ではふるさと納税額を増収させるためにモノコト会（ふるさと納税活性化協議会）を設置します。そこで嘉麻市での魅力的な返礼品を市内事業者と一緒に開発していただく地域おこし協力隊を募集します。市役所職員からのフォローもごさいます。地域のワクワクを見つけたい人大歓迎です！

私たちがするコト

- ⑥嘉麻市のどんな政策が寄付者の共感を生むかの調査・意見出し
- ⑦政策の進捗報告レポート(紙またはメール)の作成協力

お願い！赤間市長！！

① 地元出身の有名人の方に宣伝をお願いしてほしい



お願い！赤間市長！！

②地域おこし協力隊(2人)をミッション型で採用

③嘉麻市職員を月に一回モノコト会議に出席



お願い！赤間市長！！

④ふるさと納税を「**一般財源**」ではなく、

具体的な「**目玉政策**」に対して使えるように働きかけ



②写真文化首都「写真の町」プロジェクト写真文化首都「写真の町」推進事業
1985年に「写真の町」を宣言し、写真文化を感じてみたいと訪れる人を呼び込む。写真文化と世界とのつながりを深める写真文化首都の推進を目指しています。現在、日本は過疎・過密の2極化が進行しているなか、多様な働き手として参加を促す取り組みを目指し、写真文化の首都として地方から世界へ写真文化を発信するための「写真学校」をはじめとした写真の町に関する事業や写真文化のアーカイブのための事業に充てられます。



③地域資源活用プロジェクト「東川発デザインミュージアム建設事業」
六雲山を望む旭川家具をはじめとした全国的にも高い家具の産地であるこの地域は、多くの家具・クラフト職人が集い、その匠たちが作る高品質・高価格の家具が作り出されています。その地域で発展を遂げた家具職人・クラフトや、世界的に歴史・芸術価値の高い「職田コレクション」を中核に「家具デザイン文化」を世界へ発信するデザインミュージアムの実現に向け、その建設のための事業に充てられます。



④日本の未来を育むプロジェクト「日本福祉人材育成事業」
東川町では誕生した赤ちゃんに授乳を教える「授乳の種子」をはじめとした、一人ひとりの人生の幸せはじまりをサポートする新しいサービスを推進しています。安心した子育てや暮らしを支えるため、命を育む保育士と暮らしを支える介護福祉士の両方を育てることを目指し、人材育成支援を行い、少子高齢化の現れに歯止めをかけ、誰もが活躍できる社会の実現に向け、日本の未来を育む福祉人材育成のための事業に充てられます。



⑤地域資源活用プロジェクト「むしかわワイン事業」
東川町では本格的にワイン造りに取り組んでいます。美味しいワインを生産するため、産地が産地らしく発展し、産地での地産地消を実現しむしかわワインを生産します。ぶどうの品種は現在メインですが、ビノワール、シャルドネなどの試験栽培も行っていきます。この事業への投資（寄付）は「ぶどう苗木およびぶどう畑整備」に充てられます。

~ FIN ~