

セミナー参加報告書

令和5年7月31日

貝塚市議会議員 南野 敬介 様

阪口 勇
川岸 貞利

【日程、調査・研究目的及び会場】

令和5年7月28日 午後1時30分～午後3時

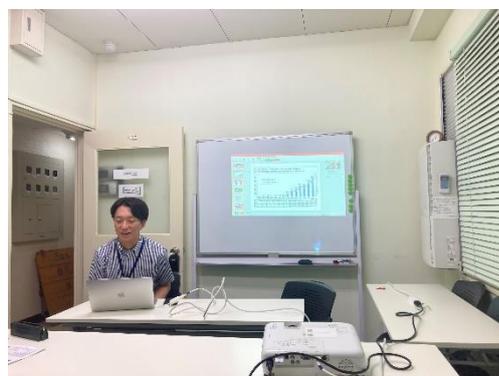
自治体議員セミナー

稼ぐ自治体 ふるさと納税のノウハウ

～市場の傾向と寄付額アップ対策～

講師 平岩 征樹 氏

会場 NLC 北梅田 3階



【内 容】

①ふるさと納税 今や1兆円市場

(令和3年度 8,302 億円 / 令和4年度 9,500 億円)

総務省 平成30年 返礼品3割規制や地場産の規制

ふるさと納税の市場規模は、宝飾品小売 (9,850 億円)・学習塾予備校 (9,720 億円)、人間ドッグ (9,160 億円) などに匹敵する。

②自治体間格差

北海道や九州は受け入れが多い魚介類など良い返礼品が多いからであるが、返礼品があまりないと嘆く自治体もあるが、マーケティングの差が格差を生む。

③地場産品を売りたいという自治体が多いが、地場産品を返礼品としつつ、興味がわく

返礼品をつくり、関心を持ってもらう取組みで総額を上げることが重要

◇返礼品を考える

商品開発・販路拡大等補助金「ふるさと納税 # 3.0」・・・泉佐野

(地場産業品支援事業・中小企業者支援事業)

クラウドファンディングを使う

④高額の商品が結構でる。どのような高額商品をつくるか工夫が必要

⑤地場産品規制（1～9号規定）があり、市の広報目的の返礼品や当該自治体に1泊だけしてもらって旅行券なども可能など工夫次第では返礼品の拡充が可能

【感想】

ふるさと納税制度自体は、税のあり方としていかなものかという思いを持っているが、もはや1兆円規模のマーケットとなり、自治体にとって欠かせない財源となっています。ふるさと納税の寄付額を伸ばすことにより市民サービスの向上が図られることは言うまでもありません。

また、市のPRにもなり商品開発次第では、交流人口の増加も見込めます。そのためにも新規寄付者の獲得と富裕層の確保のためのプロモーションの確保、魅力ある返礼品（単価アップ）。リピーターの育成などマーケティング戦略の強化を図ることが重要であることを実感した研修セミナーであった。