

「行革甲子園 2018」エントリーシート

【取組の内容】

1 取組事例名

滞在型ふるさと納税お礼品「あなた」

2 取組期間

平成 29 年度～（継続中）

3 取組概要

「寄附者の要望に応じた映像制作」をふるさと納税のお礼品としました。

4 背景・目的

加熱するふるさと納税のお礼品競争が注目される中で、ふるさと納税の本来の目的に沿った新たな視点に立ったお礼品開発に挑戦しました。

「モノ」から「コト」に、「品」ではなく「体験」により、新庄市が寄附者にとって応援したい地方となり、第 2 の故郷としての関係性を構築していくことを目的としました。

5 取組の具体的内容

「モノ」を送るだけ → 新庄でしかできない「コト」を体験してもらう

寄附者の第2の故郷となるためには、実際に新庄にお越しいただき「ココでしかできないコト」を体験していただくことが重要であると考えました。新庄には、映画やテレビなどのさまざまな分野での映像制作に関してロケーションの提供や支援を行っている「新庄フィルムコミッション」という団体があり、「あなた」だけの映像制作体験を新庄で行うといった「体験」をお礼品として開発しました。

お礼品の内容

- お礼品名 新庄フィルムコミッション制作映像「あなた」
- 寄附額 1,000,000円
- 内容
 - ・ 寄附者の要望に応じて制作した短編映像のDVD または Blu-ray Disc を後日納品
 - ・ 山形新幹線（東京→新庄）片道指定席券付
 - ・ 新庄市内ホテルシングル2泊付
- 取扱開始日
平成29年7月7日（金）「ふるさとチョイス」新庄市ページに掲載開始
- 詳細
映画やテレビなど、さまざまな分野の映像制作に関して、ロケーションの提供や支援を行っている「新庄フィルムコミッション」が、その経験や知識を生かして、寄附者の要望に応じた映像を制作します。想定する内容は、「大切な人へのメッセージ」や「終活で残したいメッセージ」、「自身の自己ピーアール映像」、「所属団体の宣伝映像」などですが、あくまで寄附者の要望に応じて制作します。



● 「あなた」の作り方

1. ご寄附後の打合せ
内容や日程について大よそのヒアリング
2. 撮影日などのスケジュールを確定
「撮影案」を提示させて頂き、新庄市への訪問日を決定
3. 新庄市滞在1日目
撮影スタッフと打合せ
打合わせ後の拘束時間は無し
4. 新庄市滞在2日目
事前の打合わせに沿って撮影
おおよそ午前中～夕刻までを予定
5. 新庄市滞在3日目（予備日）
天候や撮影内容によって午前中～正午を目途に撮影
撮影終了後は自由行動
6. 「あなた」納品
撮影終了後1か月を目途に完成品を納品

Point

Point：撮影だけが体験ではない 滞在中の付加価値

新庄に滞在中の撮影以外の時間は自由時間。お昼は新庄名物「とりもつらーめん」でお腹を満たし、日が沈んだ後は人口規模の割に明らかに店の数が多い繁華街「あけぼの町」で酒を酌み交わす。時期によっては「新庄まつり」などのイベントに参加することも可能です。撮影だけではなく、こういった体験を通して新庄をもっと好きになっていただくことができると考えています。

新庄市としても、撮影時間以外の経済活動による地域経済の活性化が期待されます。

6 特徴（独自性・新規性・工夫した点）

独自性・新規性 - 全国初

ふるさと納税のお礼品として「映像制作」を取り扱うのは全国初の試みです。制作された映像は唯一無二。「あなた」だけの宝モノとなります。

工夫した点 - 新庄を好きになってもらうには

いかにして「寄附者との強いつながりを作るか」を考えました。滞在型の返礼品という案は比較的簡単に挙げられますが、イベントへの招待では極端に時期が限られるため現実的ではありません。映像制作であれば時期を気にせず行うことができ、前述のとおり自由時間を活用して新庄をもっと好きになってもらうためのきっかけ作りともなり得るよう工夫をしました。

7 取組の効果・費用

寄附件数は……

平成 30 年 4 月末日時点で、0 件です。

寄附額が高額であるため、気軽に選択できないお礼品であることは確かです。また、新庄に来るために 3 日間の日程を確保する必要があることも、選択されない要因のひとつと考えています。

「ふるさとチョイス」PV 数は……

平成 30 年 4 月末日時点で、75 です。

映像制作を除いた寄附額が同じ金額帯の PV 数平均は 10.67 であり、およそ 7 倍閲覧されています。選択されるまではいかずとも、ある程度注目されていることがうかがえます。

メディアからの注目

テレビ局からの取材が 3 件あり、うち 2 件が放送されました。残りの 1 件はまさにこのエントリーシートを作成しているさなかに電話での取材があり、ありがたいことにメディアの方々からも注目をいただいていることもひとつの成果であると捉えています。

8 取組を進めていく中での課題・問題点（苦労した点）

「暴走」とも揶揄されるお礼品競争の中で

新庄市のふるさと納税のお礼品で主力であったのが「お米」でした。総務省からの技術的な助言が発せられる以前であり、お米の返礼率は全国でもトップクラスで、年度間寄附額合計の 6 割がお米によるものであった年もありました。しかしながら、あまりにも返礼率が高いものや明らかに地域資源ではないものをお礼品として取り扱う自治体が散見されるようになり、ふるさと納税の本来の趣旨に反するとの批判の声が強くなってきたのは周知のとおりです。新庄市としても、単に「お得感」を売りにした戦略は長続きしないと判断し、新たな価値を持ったお礼品の開発に取り組む必要があることを認識しました。

新たな価値とは？

『「モノ」から「コト」へ』『新庄市が第 2 の故郷になれるよう』『体験型のお礼品』といったコンセプトを打ち出すことも大変でしたが、これらの「新たな価値」を包括した返礼品を考えることは更に苦劳しました。「新庄フィルムコミッション」という地場の財産に支えられ、ゴールにたどり着くことができたと感じています。

9 今後の予定・構想

寄附件数を0から1にすることが最重要と捉えています。そのためにも積極的な周知活動と、内容の改良の両面から取り組んでいく必要があると考えています。

10 他団体へのアドバイス

(実績0件でアドバイスをするのも大変おこがましいのですが…)

「お得感」以外の付加価値を！

高返礼率のお礼品での戦いは限界を迎えています。今後は「お得感」ではない、なんらかの付加価値をつけるが必要になってくるでしょう。例えば「体験」であったり、「交流」であったり、あなたの街でしかできない「コト」を提供するのはいかがでしょうか。これをきっかけとし寄附者とあなたの街の絆を深め、末永くお付き合いできる関係を築いていくことが、「カネ」「モノ」以上の財産になると考えます。

何が「地場産品」たり得るか?!

地場産品というと真っ先に思い浮かぶのが「地場で採れた作物」「地場で作られた商品」などといったものでしょう。しかし、作物や商品だけではなく、「ウチでしかできない技術」「ココにしかない文化」も立派な地場産品ではないでしょうか。広い意味で捉えれば、「地場産品」には無限の可能性があると考えます。

11 取組について記載したホームページ

<https://www.furusato-tax.jp/product/detail/06205/347764>