

「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

九州初官民協働の地域情報プラットフォームを活用したふるさと納税 PR

2 取組期間

平成29年8月開始～継続

3 取組概要

官民協働の地域情報プラットフォームである地域総合情報サイト「さいと de ないと」導入を通して、ふるさと納税の PR を実施。冊子版と WEB 版で展開し、特に WEB 版は西都市の公式 HP とリンクして最新のお知らせを常に反映させるなど、官民の垣根を越えた市内のホットな話題を提供する総合的な情報発信基地を構築。

4 背景・目的

ふるさと納税の各自治体間の競争が激化したことや総務省からふるさと納税返戻率や返礼品の制限の通知により、とりまく環境がより厳しくなった。さらに、徐々にネットショッピングの様相を呈してきたふるさと納税に挑むには、ポータルサイトの見映えがより重要になり、多様なオファーに関して対応できる利便性を備える必要が出てきた。

5 取組の具体的内容

冊子版：SAITO de KNIGHT～届けたいのはモノじゃなくて風と土の香りです～

- ・年4回発行
- ・表紙はレオン風、モデルは市長・副市長・総合政策課長・総合政策課長補佐等アラフィフ男性職員
- ・毎号巻頭で西都市の宝を取り上げている（有楽椿や木喰五智館など）
- ・西都市ならではの特産物を使ったレシピの紹介（ゆずごしょうや冷や汁など）
- ・特集では西都市に古くから伝わる伝統文化や郷土の偉人を紹介
- ・ふるさと納税の商品の紹介。モノだけではなく、作る人やその思いを特集
- ・ふるさと納税の使い道の紹介
- ・ふるさと納税の方法
- ・西都市のホットな話題

等々

WEB版：さいと de ないと

- ・ふるさと納税のポータルサイトや西都市のHPと相互リンクを貼りアクセス数アップを図っている
- ・ふるさと納税商品のみならず、出品している事業所さんの人物と思いや熱意の紹介
- ・西都市の観光情報、お店、イベント各種旬な情報を総合的に発信
- ・西都市のコアな観光スポットや産物を市の職員がキャラクターに扮しストーリー仕立てで紹介
- ・西都市のPR動画の配信

等々

6 特徴（独自性・新規性・工夫した点）

九州初の官民協働シティプロモーションメディアとして誕生した『さいと de ないと』。

ふるさと納税の事業者のモノやモノ作りに対する思いやプロセスを詳細に取材したサイドストーリーを載せることにより、より納税者に安全安心を訴えられた。また、冊子版の表紙をレオン風アレンジし、モデルに市長・副市長をはじめアラフィフ男性職員を起用。WEB版では観光案内のキャラクターに市職員を起用し、ふるさとへの思いや熱を乗せた。

S

7 取組の効果・費用

費用はふるさと納税実績の割合。ふるさと納税額に比例するので、業者もモチベーションが保てる。ふるさと納税額は返戻率を下げたがさいと de ないと導入後、取り組みがマスコミ等に取り上げられ注目度は上がっている。

8 取組を進めていく中での課題・問題点（苦労した点）

WEB版での記紀の道特集の際に、史実と違うなどと物言いがついた、が、最初に何かを始めるとき拒否反応は付きものなので、粛々と受け止めつつ、貫き通した。

9 今後の予定・構想

季節をめぐる観光情報や婚活イベント、マルシェや各種催し物、キャンプ情報等々、西都市の「今」を常に発信していきたい。また、ふるさと納税で実施した事業の取り組みや、まだまだ眠る地域の知られざる商品の掘り起こし、紹介できていないスポット等を

10 他団体へのアドバイス

11 取組について記載したホームページ

www.saito.mypl.net