

## 平成25年度提案

提案番号	13-028	提案年月日	平成26年3月10日	受付年月日	平成26年3月11日	提案者	グループ	区分	アイデア
------	--------	-------	------------	-------	------------	-----	------	----	------

提案件名	ふるさと納税をきっかけに備前市の魅力をPR	提案の要件	市民サービスの向上に役立つもの
			事務能率が向上するもの
			● 経費の節減・収入の増加に資するもの
			行政事務運営の革新となるもの
			● 本市のイメージアップに係るもの
			その他公益上有効であるもの

現状及び問題点	提案の内容	期待される効果
<p>備前市でもふるさと納税には取り組んでいるが、一部の自治体が積極的に展開している特産品プレゼント等の「見返り」がなく、そのこともふるさと納税が増えない大きな要因であると考えました。ただ、高価な見返りを餌にふるさと納税を集めるのも「本来、税とは何か」という観点に立ちかえれば諸手を挙げて賛成できません。</p>	<p>【ふるさと納税はきっかけ】 ふるさと納税や寄付をしてもらうために、ただ寄付してくださいと呼び掛けるだけではインパクトに欠け、思うように寄付行為にはつながらない。また、寄付していただいた方に対しても実感は得にくい。そこで、ふるさと納税を単なる収入確保として捉えるだけではなく、備前市をPRし、ファンを増やすツールの一つであると捉え、備前市に足を運び、備前焼に焼く、新鮮な魚介類などを堪能するきっかけにしたり、また寄付したくなるように仕向ける。</p> <p>【ふるさと納税者へのプレゼント】 ふるさと納税や寄付をしてくれた方に、寄付額にあった品物を配布する。5000円までごとに1ポイントを付与、ポイントに応じて、カタログから希望の商品やサービスを選択する。備前市オリジナルとして“モノ”だけではなく“サービス（おもてなし）”をプレゼントする。 ・市内企業からの品物提供による詰め合わせセット ・季節の旬のもの（夏はもも、秋はブドウ、冬はカキなど） ・備前焼祭りや日生カキ祭りといったイベントの際の優先駐車場 ・花火観覧場所の特等席 ・まほろばや体育施設など市の施設の優待割引（半額・無料） ・備前焼やかき、ブドウや桃、シカ・イノシシの特産品の特価優待セール ・ふるさとツアー（後述）への参加 プレゼントは、「寄付額によって変わること」と「多くのモノの中から選ぶこと」が大切！！</p> <p>【ふるさとツアーとは】 「ふるさとツアー（備前ツアー）」を企画する。市のバスを使って市内を回り、お買いっばい至福の時間を過ごしていただく。テーマをしぼり、備前市グルメツアー、備前焼づくり、畠めぐり、移住ツアーなどを企画し、限定20名とかで募集する。（ツアーコンダクターは、市職員に限らず任意で市内で活動している面白い人や企画マンに依頼する。市外から移住してきた人なんかいいかも。） ツアーではお酒などを飲み、ざっくばらんな雰囲気の中で、備前市は外から見たらどのように映っているのか、備前のいいところ悪いところを聞く。</p> <p>【情報発信】 「タウン情報おやかま」などの雑誌には取り上げてもらえない、そして広報びぜん・観光パンフレットには、載せられない、伝えきれない「コアでディープでマニアックなここの情報」をフリーペーパー（紙と電子の両方で）で配信する。（広報紙ではない新たな情報発信ツールが必要！） 内容は、幅広くでなくディープな記事。例えば「調味料」特集。備前市の企業で作っている調味料を紹介。どこで、どんな人が作っているのかだけでなく、消費につなげるためどうしたら購入出来るのかも必ず載せる。他にも「粉モノ」「杜撰」「くだもの」「嫁の名所」「娘の見える場所」など。 そのうち、面白いと思われれば、「タウン情報誌」や「ソトコト」などの雑誌も載せてくれるかもしれない。 いま、アウトプットが圧倒的に不足していると感じるので、拙速でもいいから何か外に向けて発信することが大切と思われる。文字だけではなく、写真や動画も入れて、メディアもFACEBOOKだけでなくいろいろな手段で、でも、やるからにはカッコよく作らなければ、見てもらえない、次の誰かに紹介してもらえない。</p> <p>【備前市のPRって】 市のPRは、地元産品や観光地のPRだけではない。本来の意味での官民一体となるべく地元企業のPRもこれからは取り組んでいく必要があると思う。地元企業、備前焼関係者、飲食店、宿泊施設、ゴルフ場、フルーツパークとのタイアップにつなげていければ、企業側は自社製品の宣伝ツールの一つとしてPRでき、市側は大して経費をかけずにプレゼントの準備や大阪・東京など大都市圏でもPRができる。 特に、地元電線企業又は第6次産業の従事者は、「おらが製品をPRすること」をはじめとして広告宣伝についてノウハウや情報を持ち合わせていないことが多いためふるさと納税が格好のチャンスとなる可能性が高いと思われる。</p> <p>【組織と手法】 こうした事務を行うためには、市役所の1部署では限界がある。また、その活動内容が縛られ過ぎないようにするためにも、一定の部分は外部組織に委託の方がよいのかもかもしれない。例えば、『備前ファンクラブ』とか『備前サポーター』といった組織（事務局は市？）を作ってはいかがか。 来年度予算に計上されている地域おこし協力隊にこの役目を担ってもらうことができれば、あらゆる面で柔軟な対応が可能ではないかと期待しています。 西栗倉村では株式会社 西栗倉・森の学校とその役割を果たしている。地元特産品と西栗倉村の魅力を若者視点でPR。HPの作り方も詳しい。 <a href="http://www.morinogakko.jp/">http://www.morinogakko.jp/</a> <a href="http://nishihour.jp/nishiwakura/index.html">http://nishihour.jp/nishiwakura/index.html</a> 今回の提案にあたり、ファンを増やすことを重視するためのきっかけとなった。</p> <p>『備前ファン』を増やし、結果として寄付が増え、移住希望者も増えることが第1の狙いであるが、それだけでなくカキオコに続く第2の地域活性化の柱としての期待もできる。今いる市民の流出を食い止めることは難しいが、増やす方法を取り入れる。</p> <p>なお、ふるさと納税についてグーグル検索を行うと、「ふるさとチョイス」というサイトが上位に表示されます。このサイトに取り上げることがPRには大きく役立つと思います。 <a href="http://www.furusato-tax.jp/about.html">http://www.furusato-tax.jp/about.html</a></p>	<p>備前市のファンを増やし、備前市を訪れる人を増やし、地元経済の発展につなげるためのツールの一つになりえると思います。 これらの取り組みは、必ずしも外（市外の人）だけを向いているのではなく、内（市民）へのPRにもつながるはずで、市外の人向けの取組みに一番に反応を示したのは、実は「こうした情報を手に入れる機会が少なかった市民」だったというのも大いにありだと思います。ふるさと納税という切り口で提案は作成しましたが、地元愛や地産地消や合併後の一体感の醸成にもつながるような効果を秘めていると期待しています。</p>

## 関係課意見

### 【市民協働課】

「備前ファン」を増やすために、地域おこし協力隊を活用しては、とのご提案ですが、面白い提案だと思います。

地域おこし協力隊とは、地方自治体が、都市住民を受け入れ委嘱するもので、地域おこし活動の支援や農林漁業の応援、住民の生活支援など地域協力活動に従事してもらい、あわせてその定住・定着を図りながら、地域の活性化に貢献してもらおう、というものです。

ご提案の内容についても、地域協力活動の中の地域おこし活動の支援に当たり、協力隊員の活用は可能と考えます。

ただ、本市の協力隊員活用のスタンスとしては、まず、導入を希望する地域に手をあげてもらい、その地域の希望にそった活動を主軸として協力隊員に行ってもらおうとしています。

該当地域は小学校区単位（最大13地域）とすることで、議会でも答弁しており、自治会連絡協議会総会の中でも説明しています。

今年度は、実施初年度ということもあり、前述のスタンスに基づき、先進地の事例を参考にしながら事業を進めていきたいと考えています。

ご提案の内容については、今後の検討課題とさせていただきたいと思います。

### 【観光振興課】

ふるさと納税担当課ではありませんが、ふるさと納税していただいた人への過剰サービスが全国で問題になっている現在、競争して本来の趣旨に反することを備前市もというのは問題であるが、ポイント制による備前市オリジナルのプレゼントは面白い企画だと思われます。

「ふるさとツアーを企画する」とは、ふるさと納税していただいた人を対象に参加者を募集し、市内観光や産業観光ツアーなどを企画するという事だと思われますが、その費用負担等のことが提案されていないので…

もし、全額市で負担となれば厳しいと思われます。

（担当課以外からの発言ですが、元々のふるさと納税の趣旨と異なる。）

また、ふるさと納税される人はリピーターが多いと聞いており、単発で終わる可能性が高く長期に行えるような政策でないと思います。

「情報発信」については、提案者は本当にタウン情報おかやまを確認されているのでしょうか？！

市内のイベント等は、情報提供しており、毎月のように掲載してもらっております。（無料掲載なので記事としては小さいですが…）

ネットやマスメディアを利用した情報発信ですが、皆さんが思っている以上にテレビやラジオに取り上げられており、今年は海外に対しても情報発信しています。

次年度は観光大使の制度も立ち上げる予定ですし、職員全員“オール備前”でいろんな手法を一緒に考えてくれるよう参考させていただきまます。

「備前市のPRって」の提案ですが、提案以外に今までの狭義の観光産業振興策だけでなく、一次産業、二次産業、さらには土地利用や自然環境、街並み景観など総合政策として実施することが必要です。

まだまだ中部、関東では「備前市」という名のブランドが売れてないので何につけても営業活動し、それがふるさと納税に結びつくよう活動していきます。

採用	どちらでもない	否採用
<p data-bbox="190 339 414 379">5人 / 14人中</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●現状はかなりふるさと納税をいただいておりますが、お礼品効果の部分が大きいのは事実だろうと思われま。今後は、ふるさと納税をよい機会として、「備前市」自体に興味をもってもらうことが必要であり、それぞれの課での検討が求められるものと思います。</li> <li>●提案当時とふるさと納税への取組が大きく変わったので、評価が難しい部分があるが、多くの寄付者を呼び込んだ今だからこそ、備前ファンづくりに何か一捻り欲しいと思う。情報発信については、多くの方が足りていないと感じていると思う。</li> <li>●ふるさと納税というツールは、市のPRにとっても有効なものだと思います。他市では、お礼の品の代わりに市内にあるお墓をシルバー人材センターのひとが掃除してくれるといったサービスを取り入れているところもある様です。そういういいところを研究して取り組んでいただけたらと思います。</li> <li>●特になし</li> </ul>	<p data-bbox="828 339 1052 379">7人 / 14人中</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●既に実行されていることもある。問題は、対応する人員の確保で、人員に際限がなければ提案内容のようなことはドンドンやればいいと思う。</li> <li>●アイデアとしては面白いものもありますが、現段階では現実的でないもの、コストなど具体的でないものが多いように思われます。また、提案内容が多すぎ、審査の際にいったい何が一番したいのかが伝わりにくかったです。</li> <li>●既に実施済みあり、判定がつけにくい</li> </ul>	<p data-bbox="1467 339 1691 379">2人 / 14人中</p>