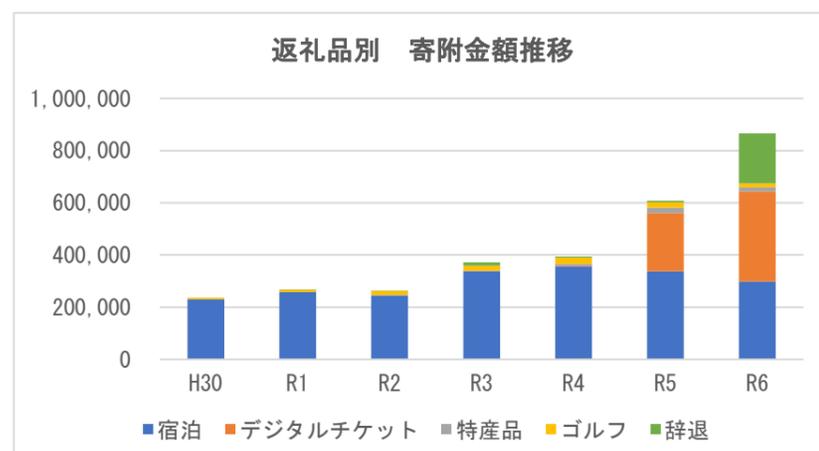
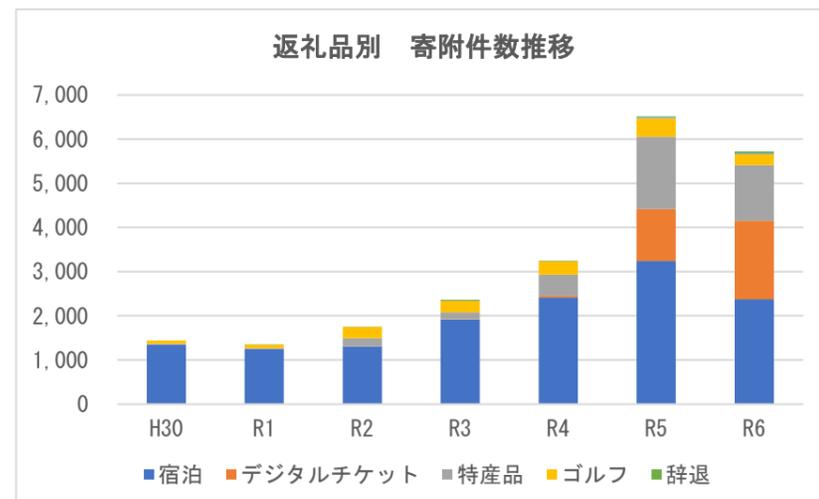


## ふるさと納税の推進について

### 1 現状

#### (1) 寄附金の受入状況

- ・ 処理件数 H30 (1,439 件) → R5 (6,516 件) 約 4.5 倍
- ・ デジタルチケットの増 (R5 : 1,168 件 223,464 千円)  
(R6 : 1,776 件 345,303 千円)
- ・ 特産品の増 (R5 : 1,644 件 20,753 千円)  
(R6 : 1,257 件 16,159 千円)



### 2 課題

- ・ 処理件数の増に対する職員の負担増  
寄附受付、寄附金受領証発行、寄附金控除（ワンストップ特例制度）対応など  
返礼品等の発注、在庫管理、発送業務など
- ・ デジタルチケットの増、既存宿泊ギフト券の減  
デジタルチケット：発送コストなし  
既存宿泊ギフト券：リピーターから好評  
それぞれのメリットを活かした寄附の推進
- ・ 各ポータルサイトにより、掲載されている返礼品取扱い品目が相違 機会損失が発生
- ・ 商品ページの見せ方、画像の編集方法、写真撮影などのノウハウの不足

### 3 令和7年度以降の寄附推進戦略

#### (1) 返礼メニューの最大化

- ・ 人気の宿泊ギフト券をさらに推進  
高額納税者向けのページ情報拡充、プロモーションの実施
- ・ 特産品の拡充、町内の各事業者を巻き込んだ寄附の推進

#### (2) ポータルサイト活用の最大化

- ・ 全サイトに宿泊ギフト券、特産品の全てを掲載  
改善のための運用フローの見直しが必要
- ・ 今後、成長が予測される Amazon サイトへの早急な対応

#### 民間中間事業者の活用

- ・ 地域の返礼品事業者とのパイプ役
  - 地域に拠点をもち、地域を理解して行動できる中間事業者
  - 顔を合わせて説明し、返礼品事業者の運用フローの変化に対する不安を解消
  - 経験とコミュニケーションにより、地域産品の魅力を引き出し、全国へPR
- ・ 民間の運用ノウハウの活用
  - 各ポータルサイトの特徴を分析、情報掲載や寄附推進対策を実施
  - 広告活用、アクセス対策、転換率など重要指標への専門的対策を遂行
  - 高額納税者、リピート寄附者への訴求（メルマガ、DM、イベント出展など）

### 4 民間中間事業者導入にかかるスケジュール

- |          |                    |
|----------|--------------------|
| 令和7年3月下旬 | 公募開始               |
| 4月上旬     | 参加申込書提出期限          |
| 4月下旬     | 一次審査結果発表           |
| 5月中旬     | プレゼンテーション審査・選定結果通知 |
| 6月       | 契約締結               |