

行政視察内容報告書

令和 2年 3月 30日

土佐清水市議会議長
永野 裕夫 様

会派名 会派みらい

(提出者) 氏名 武政 健三  印

下記のとおり報告します。

項目	<input checked="" type="checkbox"/> 現地調査	<input checked="" type="checkbox"/> 行政視察	<input type="checkbox"/> 要請・陳情活動
	<input type="checkbox"/> 研修会への参加 <input type="checkbox"/> 会議への参加		
参加者	作田 善秋 ・ 浅尾 公厚 ・ 吉村 政朗 ・ 谷口 佳保 ・ 山崎 誠一 武政 健三 計 6 人		
期 日	令和 2年 2月6日 から 2月7日まで		
【概 要】(年月日・場所・内容)	<p>① 2月6日 14:00～16:30 室戸市役所内にて ふるさと納税がわずか4年間で10億円達成をした室戸市役所産業振興課の中屋課長と濱田課長補佐を交え、事前にお伝えしていた質問の資料を参考にレクチャー及びミーティング</p> <p>② 2月7日 9:00～10:00 道の駅キラメッセ 室戸ふるさと納税業者、道の駅キラメッセの店長より、道の駅としての取組のレクチャー</p> <p>③ 2月7日 10:30～11:30 道の駅 とろむ 室戸ふるさと納税業者、道の駅とろむのスタッフさんによる鰹のたたきの薫焼き実演から、発送のための梱包までの実演及びレクチャー</p> <p>① 室戸市役所産業振興課の中屋課長と濱田課長補佐を交え、事前にお伝えしていた質問の資料を参考にレクチャー及びミーティングの内容</p> <p>質問1、どうしてふるさと納税を積極的に行うことになったか？ ⇒平成25年度に奈半利町が寄附を約1.5億円をあつめたことがきっかけとなり、翌年から積極的に取り組む(平成25年度より令和元年までの寄附件数、寄附額、取り組み内容を添付、添付書類については下記すべて財政企画に渡し済み)</p> <p>質問2、庁内での協力体制、情報の共有みたいなものはあるか？ ⇒産業振興課水産深層水振興班および農林振興班から、新規事業者候補の情報共有あり、しかし庁内の体制作りまでは出来ていない。</p>		

質問3、DM他、発信した内容はどのようなことを訴えたのか？

⇒寄付者にDMおよび、これまでの寄付者でメールアドレスがある約14万人の方々に、
寄付金の使い道や旬の返礼品、人気返礼品のメールを送った。(配信時期などの表添付)

質問4、地域の業者との協力体制は？

⇒中屋課長、濱田課長補佐が熱心に業者を訪問して、常に情報交換、商品開発の研究をしている。
特に、濱田課長補佐のこの取り組みに対しての熱い思い、熱量には驚かされるものがあった。
(返礼品提供の事業者、44店舗のリスト添付)

質問5、ふるさと納税の寄附金は何に使っているのか？

⇒(ふるさと室戸応援寄附金基金の使い道⇒用途箇所および金額、27カ所のリスト添付)

質問6、クレーム処理の体制はどうしている？

⇒現在業務は担当課の職員3名、臨時職員2名、パート職員3名の、9人体制で基本行っている。
(クレーム対応例の表添付)

質問7、室戸と土佐清水のコラボ、どのようなものが可能なのか？

⇒例えば、室戸深層水と清水サバとかいろいろ候補があるが、それはまた改めてMTを！
また、コラボ返礼品の種類や数量が増えれば、現在行っているエクセル管理では対応が
出来なくなるのでシステムの改良が必要かも？との話あり。

質問8、市議会はどのような応援をしているか？

⇒他市町村の取組や、あらゆる情報の収集・提供をしている。

質問9、市民に対してどのように広報しているのか？

⇒寄附金の実績や使い道などを、広報にて年に数回掲載して認知していただけるようにしている。
土佐清水市のように「教育環境日本一！事業など、4つのメニューの使い道」という大きな形では
無く、もっと分かりやすく「市内小学校エアコン設備に1億1400万円、自主防災資機材に890万円、
図書館図書に350万円」とか、リアルな内容を載せて、寄附者に喜んでもらえるようにしている！
本市もこれを見習ってお伝えできれば、寄附者ももっと実感がわき、喜んでいただけるはず！

質問10、3年間で4億円から10億円にアップした要因は？

⇒1、窓口(サイト)を増やした。
2、事業者や返礼品を増やした。
3、ここが重要！返礼品の画像をより魅力のあるものに変更、そして商品の説明文をただの説明
ではなく、より目を引く、より楽しい内容にして付加価値を付ける事に業者と一緒に力を注いだ！
(年度別の、寄附件数、寄附額、取り組み内容の表添付)

質問11、特にどういうことに力を入れてきたのか？

⇒年末は高額所得者用に、10万円前後の定期便PRを行った。そしてもう一つは、各サイトに
感想投稿機能があり、各事業者には悪い感想が載ると申し込み減に繋がることを認識してもらい、
返礼品の美味しい食べ方や、生産者のこだわりなどを同梱するよう働きかけた。

質問12、リピーターへのこだわりや、管理方法は？

⇒室戸市のリピーター割合は、寄附1回78%、寄附2回⇒13%、寄附2回以上⇒9%。

* リピーター確保の施策として、寄付金の使い道、事業者紹介、室戸のイベントなど、月1~2回のDMを送信している。

* 管理方法は、株式会社コアフォースのDM管理システムを利用している。

* 今後の予定は、寄附額や申し込んだ返礼品のカテゴリーなどの情報を分析して、寄附者の性格や希望に合うDMを送ることを心掛けている。

質問13、商品人気ランキングの件数、金額は？

⇒(事業者名、謝礼品名、件数、金額のベスト50位までの表添付)

ベスト10までの商品の中に、ある水産会社がベスト5位まで独占、金額も1社で4億近くの実績。

この表を見れば、経費をかけて商品を確保できる仕組みを作れば清水の業者も設備投資を考える業者が現れるのでは無いか？商品開発の参考になり、検討すべき内容ではないか！

(参考)返礼品第1位、海の贈り物5回コース97,000円が1267件の1億2290万円

第4位、漁師からの定期便、175,500円が326件の5,700万円

総評 ふるさと納税は約2割が経費、約30%が返礼品として土佐清水の業者さんの売上となり、残り約50%が財源になる、土佐清水市にとって他にないおおきな伸びしろである。

室戸市が努力により4年間で10億円に届いた実績があるが、本市も本年2億5千万円が見えているこの室戸市からいただいた資料を基にあらゆる業者さんに声掛けをして、このビジネスチャンスと一緒に活かせるようにもっと切磋琢磨すべきだと考える。

② 道の駅 キラメッセ

平日の午前中にもかかわらずたくさんのお客様がいて活気にあふれていた。

店内が明るく、商品展示方法、商品のラップ、商品の楽しい説明文、すべてにおいて上手に出品者が競争しあえる環境を作り、消費者の購買意欲をそそる空気感にあふれている。

例えば芋が出品されていたが、その芋がなぜ甘くて美味しいのか説明文がストーリー性にあふれ、非常に興味深く説得力がある。

店長にお聞きしたところ店頭売り上げも多いが、ふるさと納税でも約1億2千万円の売上があるとの事。土佐清水の業者さんにも是非参考に見学に行っていたきたい。

③ 道の駅 とろむ

室戸ふるさと納税業者、道の駅とろむのスタッフさんによる鰹のたたきの薫焼き実演から、発送のための梱包までの実演及びレクチャーをしていただいた。

手慣れた手つきで無駄のない作業工程、短時間で衛生的にも考え抜いた内容に見受けられる。冷凍庫でストックできれば簡単に製造できそうな内容。

しかしながら、お土産に買って帰り食したが、清水のタタキの方が個人的には好きだ！