

ふるさと納税をしたら 瑞浪市だった件

～知ってもらおう、来てもらおう、住んでもらおう～

コマイヌチーム

藤原奈生 藤田実希 濱野高志 大井田凜 柴田篤哉

発信するのは…

瑞浪の魅力を詰めた 「中身の見える**福袋**」

中身

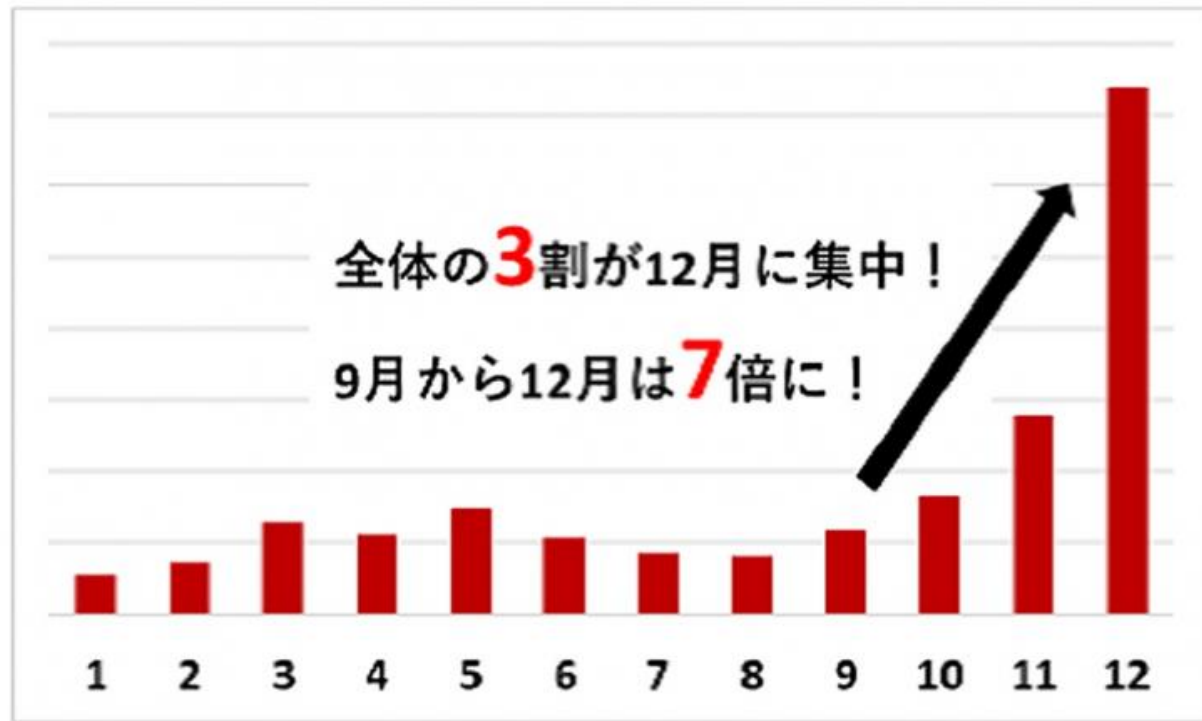
「**地**元3種のおもてなし」

「**食**器と食材のセット売り」

「**陶**器&おつまみセット」



年末の動向



@DIME、「なぜ、毎年12月にふるさと納税の利用が集中するのか？」
(最終閲覧日 2021/11/21)、<https://dime.jp/genre/637073/>

福袋って年末しか売れないのでは…



瑞浪の魅力を詰めた 「中身の見える**福袋**」

中身

「**地**元3種のおもてなし」

「**食**器と食材のセット売り」

「**陶**器&おつまみセット」



「陶器&おつまみセット」



ポノポークハム工房“瑞浪”(最終閲覧日 2021/11/21)、<https://shop.ham-kobo.jp/>



ポノポークのおつまみに適したもの
(ジャーキーやハム) を美濃焼の保存容器
とともに提供

➔ 繰り返し使えるので環境にやさしい

陶器づくりの体験券つきor日帰り旅行券付き

➔ 瑞浪の魅力に触れられる？

「食器と食材のセット売り」



欲張りセット

納税者が決められる（好きなものを好きなだけ選び放題）

お試しセット

あらかじめセットを瑞浪市側で組んでおく（内容も決まっている）

みずなみおススメセット

瑞浪市の市長さんが選りすぐりのもの

お酒好きセット

お酒メインと美濃焼のおちょこ等



他県と
差別化！

「地元3種のおもてなし」



<https://zuihouen.thebase.in/items/218270>

- 地元の食材(ボーンポーク、えごま油、和光茶 霽など)

- 地元のビール(クラフトビール)



<https://www.instagram.com/p/CVvKTThMprYc/>



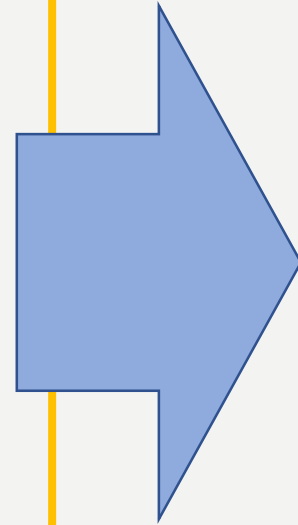
<https://yamakiseito.co.jp/>

- 地元の焼き物(美濃焼)

11月13日(土)の見学

東美濃ビアワークス
工場隣接のコンテナバー企画

きなあた瑞浪
地元の食材や地ビールの販売



- 瑞浪駅や市役所のある市街地から離れている
- 地元の飲食店で提供

- 地元の食材が埋もれている
- 地ビールの種類

「現地に行ったから知れたことがある」

→まずは知ってもらって興味を持ってもらうことが大切！

- ・若者向けの陶磁器多っ！
- ・詰め替え = SDGs など...

どうやって
知ってもらおう？



メインターゲット

利用経験率は全体の15.7%!

利用者の分布で目立つのは30代女性と40～50代男性。高額所得者の割合が多いのも特徴の一つ。

■ 利用経験率

■ これまでに利用したことあり、2017年も利用している
 ■ 利用したことはあるが、2017年は利用していない
 ■ 一度も利用したことがない

		0%	20%	40%	60%	80%	100%	利用経験者計
性別	全体(1万人)	12.2	3.5		84.3			15.7
	男性(4835人)	13.4	4.7		81.9			18.1
	女性(5165人)	11.1	2.4		86.5			13.5

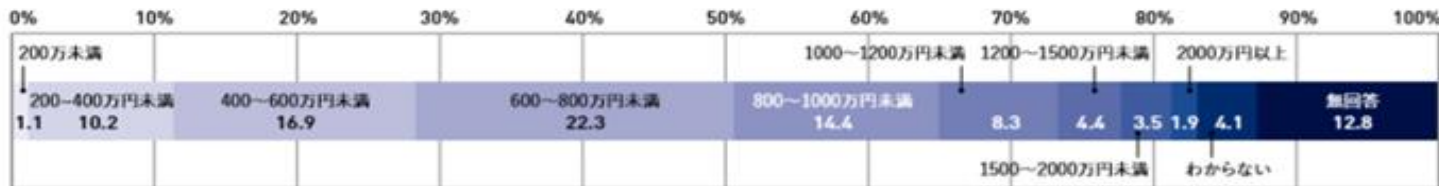
■ 利用者の性・年代別分布

対象：ふるさと納税利用者(1221人)



■ 利用者の世帯年収別分布

対象：ふるさと納税利用者(1221人)



※出典：トラストバンクが2018年1月、全国1万人の20～60代男女を対象に実施したインターネット自主調査（調査委託先：マクロミル）

ふるさとチョイス（【データで読み解く】総額3653億円。最新実績データから読み解くふるさと納税の「現在」）
 （最終閲覧日 2021/11/21）

https://www.furusato-tax.jp/feature/a/katsuryoku_column-vol39

メインターゲット

ふるさと納税する人はどんな人？

→30代女性と40~50代男性・高所得者

30代女性と40~50代男性、高所得者をメインターゲットとする。

ネット媒体と紙媒体

ネット媒体（PULL型）

- ・ 時間や空間に制約がない
- ・ コストがかからない
- ・ 不特定多数の人に情報発信できる

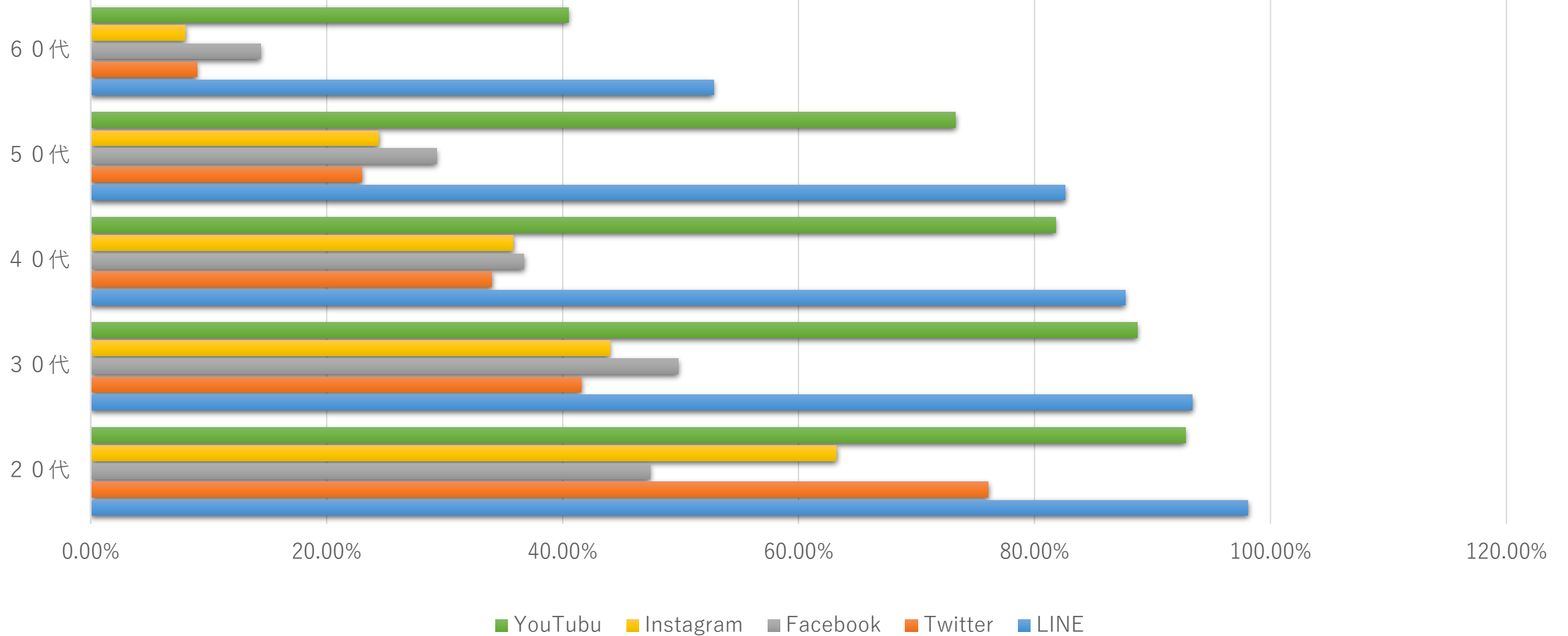
- ・ 自ら検索しないと見られない

紙媒体（PUSH型）

- ・ 半強制的に情報が行きわたる
- ・ 興味がなくても目に入る

- ・ コストがかかる
- ・ 情報が行きわたる範囲が狭い

主なソーシャルメディア系サービスの利用率（年代別）



資料 総務省情報通信政策研究所「平成30年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査 報告書」をもとに柴田作成
(最終閲覧日 2021/11/21) 、 https://www.soumu.go.jp/main_content/000708015.pdf

使用するツール

① SNSなどによるネット媒体

- LINE
- YouTube
- Facebook
- Instagram
- Twitter

公式アカウントつくる
➡タイムライン、ディスカバー

メインターゲットである
30代～50代の方も使用率が一定数ある！

使用するツール

②ポスターや張り紙などによる紙媒体

- ・学校の掲示板、配布物
- ・駅のポスター
- ・スーパーマーケットの張り紙

PULL型とPUSH型を複合させて
メインターゲット層を中心に
より多くの人に知ってもらおう

ここがポイント！

そのためには・・・

① SNS

ハッシュタグを活用してそのキーワードで引っかかりやすくする

【キーワードの例】

- ・ #アニメ #焼くならマグカップも
- ・ #白 #陶磁器 #美濃焼
- ・ #女子会 #お酒 #おつまみ

ここがポイント！

②紙

キャッチコピーを用いてポスターに目が止まり、興味を引くようなものにする

【キャッチコピーの例】

・美濃焼

多種多様なやきものが生産される

→ 『特徴なんてない、それが美濃焼。』

・地ビール

少量多品種で季節ものを取り入れながら日々新しいものを開発

→ 『1年で28種類製造 ～“一期一会のビール”、いかがですか～』

①

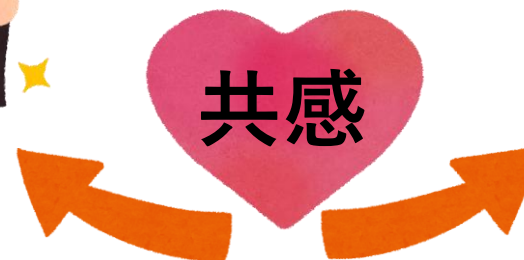


瑞浪市の返礼品ステキ！
「陶器&おつまみセット」
にしよう！

②

体験楽しかったし、
瑞浪市を知れてよかった！

瑞浪市の魅力が伝
わって良かった！



③



また瑞浪市に
ふるさと納税
してもいいか
も！

④

10年後・・・



長い間、瑞浪市にふるさと
納税していたけど、
実際に瑞浪市に住もうか
な！

ここがポイント！

- 一、まずは知ってもらおう！
- 二、ふるさと納税に繋げる！
- 三、将来移住してくれることに繋げる！

ご清聴ありがとうございました