



「ふるさと納税をきっかけとする地域事業者のビジネス力向上の可能性について」：返礼品を提供する事業者向けアンケート事業改善事例集

保田， 隆明

(Citation)

神戸大学経営学研究科 Discussion paper, 2018・15

(Issue Date)

2018-12

(Resource Type)

technical report

(Version)

Version of Record

(URL)

<https://hdl.handle.net/20.500.14094/81010613>



Graduate School of
Business Administration

KOBE
UNIVERSITY



ROKKO KOBE JAPAN

2018-15

「ふるさと納税をきっかけとする
地域事業者のビジネス力向上の可能性について」

返礼品を提供する事業者向けアンケート
事業改善事例集

保田 隆明

Discussion Paper Series



神戸大学

経営学研究科
事業創造&地方創生センター

「ふるさと納税をきっかけとする
地域事業者のビジネス力向上の可能性について」

返礼品を提供する事業者向けアンケート
事業改善事例集

2018年12月

神戸大学経営学研究科
事業創造&地方創生センター

連絡先

准教授 保田 隆明 (ほうだ たかあき)

078-803-6991

hoda@port.kobe-u.ac.jp

<アンケート概要>

目的：ふるさと納税の返礼品提供事業者の変化をとらえる

- ・2017年12月6日に協力自治体に発送し、自治体から域内の返礼品提供事業者へ転送。
回答期限は2018年1月31日。
- ・アンケート手法は、アンケート調査票一式を各自治体に神戸大学より送付し、各自治体から域内の返礼品提供事業者すべてにアンケートを1部ずつ転送いただいた。
- ・回収は、各事業者より直接神戸大学に返送してもらう形で行った。
- ・本アンケート調査は、平成28年度のふるさと納税調達金額での上位20自治体のうち、震災事情を抱える熊本市を除く19自治体に協力を依頼。うち15自治体から協力をいただいた。また、上位20以外の自治体の状況も対比的に把握する目的で、上位20以外の任意抽出の10自治体にも協力いただき、同じアンケートを実施。
- ・アンケートに協力いただいた自治体（カッコ内は平成28年度の調達額の順位）
上位地域：宮崎県都城市(1)、宮崎県都農町(4)、佐賀県上峰町(5)、山形県米沢市(7)、大阪府泉佐野市(8)、山形県天童市(9)、北海道根室市(10)、千葉県勝浦市(11)、長野県小谷村(12)、岡山県備前市(13)、長崎県佐世保市(15)、山形県寒河江市(17)、鹿児島県志布志市(18)、北海道上士幌町(19)、高知県奈半利町(20)

任意地域：鹿児島県大崎町(27)、長崎県平戸市(29)、高知県須崎市(55)、北海道白糠町(62)、山梨県富士吉田市(67)、愛知県碧南市(102)、埼玉県深谷市(214)、東京都墨田区(264)、三重県玉城町(495)、福井県坂井市(1367)。なお、群馬県中之条町にもご協力いただいたが、返礼品が感謝券メインであり、返礼品の属性が異なるので、中之条町については別途分析を実施するため、今回は対象外とした。
- ・総送付数は、計1,273社（計25自治体合計）であり、うち、上位15自治体の163社、任意抽出の10自治体の147社、計310社より回答をいただいた。回答率は平均で27%。
- ・アンケート項目は、ふるさと納税をきっかけとした事業内容や取り組みの変化や、ビジネス力改善を問うもので、合計18問より構成される。

本事例集の内容は、その中の問 18)に記載されたものから抜粋した。

問 18)

上でお答えいただいた変化について、現在政府では優良事例の発掘を積極的に行っており、本研究科でも積極的に支援したいと考えています。貴社における変件事例を詳しく記載いただける場合は、お書きください。（具体的な変化内容や、その際に貴社で行った施策内容、その際に活用した行政の支援、その際にあって欲しかった行政の支援なども考慮しながらご記載ください。）

アンケートの集計結果の分析と解釈については学術論文として取りまとめ、現在学術雑誌に投稿中であるが、政策担当者、実務者の方々の日々の取り組みへの参考になるように先に事例の共有をここでさせていただくことにした。

なお、本研究は二十一世紀文化学術財団と株式会社トラストバンクから研究助成を受けたものである。

<目次>

1.新商品開発

- 1-1 オリジナル自社商品
- 1-2 他社とのコラボ
- 1-3 パッケージング変更
- 1-4 ブランディング

2.新規事業

- 2-1 新商品開発
- 2-2 EC 参入
- 2-3 自社加工・6次産業化

3.地域外の販売先拡大

4.販売形態の変化

- 4-1 EC 増加
- 4-2 卸→小売
- 4-3 販路拡大

5.単位数の変化

6.設備投資

7.雇用創出

8.モチベーション向上

9.その他

※記載内容は以下の通り。

<記名群>

- ・ <事業者名> + 都道府県名 + 自治体名
- ・ コメント

<匿名群>

- ・ <匿名> + 都道府県名
- ・ コメント

1. 新商品開発

1-1 オリジナル自社商品

<有限会社川本山陽堂>

埼玉県深谷市

地元の名士である洪澤榮一翁のフォントを使った印章の開発を行った。記念館の学芸員と打ち合せしながら進めている。受注生産品なので、ロスなく取り組みやすい。

<上迫農園>

鹿児島県志布志市

東京・大阪でのふるさと納税関連イベントに参加し、消費者の声を生で聞いて感動した。また、各自治体や企業の方々との交流により全国に知り合いが増えた。さつま芋関連製品を、味と品質に、より一層責任を持って届けていく。商品として冷凍焼き芋を検討中で、自己資金で準備予定。100%自家農園で手掛けた物をお届けする。

<株式会社ちよ松レストランマネージメント>

大阪府泉佐野市

新しい事業のきっかけになり、従業員も今後増員できる予定。

<株) 山下牧場 (深谷牛) >

埼玉県深谷市

ふるさと納税が始まり、深谷牛の中でもそれまで販売していなかったロース系の肉（サーロイン、ヒレなど）を返礼品として提供した。おかげで牛肉全体の需要が高まり、市場価格よりも高値で扱って頂いている。

<匿名>

長崎県

ふるさと納税制度の資金を基に作られた新規事業支援制度で起業。自治体のWEB特設サイトの限定返礼品に細かく対応する事で、ヒット商品を創出した。起業から2年弱のゼロスタートから成果に繋がられたのは、ふるさと納税返礼品の力が大きい。

<匿名>

宮崎県

返礼品提供をきっかけに、それまでなかったオリジナルの商品を開発し、企業として挑戦ができた。

1-2 他社とのコラボ

<天星酒造（株）>

鹿児島県大崎町

これまでの出荷先は付加価値を理解していただける大都市圏が中心となり、地元に対しての営業活動はほとんど行ってこなかった。しかしふるさと納税に取り組むことによってふるさと納税関連のイベントに参加する機会も多くなり、今まで意識をしていなかった地元への愛着心や、同じ町内で頑張っている事業者とのつながりが生まれ、価格で選ばれるのではなく本当に地元で愛される商品をなんとか開発したいという想いが強くなった。まずは、ふるさと納税限定焼酎を、町内の酒飯店でのみ扱えるようにし、酒飯店の他地域との差別化アイテムとして提案した。また、同町内でふるさと納税に取り組んでいる富士屋製菓さんとかごしま郷土菓子「からいも飴」を使った「からいも飴のお酒」を共同開発し、県内各地での販売を開始した。地元を目を向けることができるようになったことにより、地元の祭りやイベント時に声をかけていただけるようになり、間接的な貢献ができるようになった。また、今までの大手商社との取引実績により習得したノウハウを他事業者にも提供し、町の製品の販路拡大についてもサポートしている。

<キッチンシュエット>

鹿児島県大崎町

2015年の春、商工会から町の新特産品を作ろうという呼び掛けがあった。その際に開発したものが鹿児島おおさき和牛マンゴーカレー（大崎町産大崎牛と安田農園さんのマンゴー）である。開発に必要な機械など一切無い状態から、県の大隅技術加工研究センターに何回も足を運び改良を重ね、製品化にこぎつけた。その完成を待っていたかのようなタイミングでふるさと納税の返礼品のお話を役場の方から頂いた。これからどう販路を広げようかという矢先だった為、まさに渡りに船、即快諾した。その後ふるさと納税の集まりで知り合った小野ファームさんの黒豚・優美豚の軟骨を使用した黒豚軟骨カレーを開発した。軟骨を食すという南九州の食文化をご当地カレーの特色とした。またスイーツ系の返礼品が少ないということで地元マンゴー（安田農園さん）を100%使ったマンゴーレアチーズケーキを商品化し返礼品に追加した。そして、昨年末からは、スイーツパラダイスと題してカタラーナ・焼き芋アイスもなか・マンゴーレアチーズケーキの3種のスイーツを詰め合わせたセットを返礼品として出している。また、今後は大隅葛を使用した葛豆腐を返礼品として登場させる予定。さらに小野ファームさんから黒豚のひき肉を使って何かできないかという要望のもと鹿児島六白黒豚キーマカレーも近々返礼品に追加予定。（100%六白黒豚ハンバーグも試作中。） 鹿児島県の経営革新計画に関わる承認も頂いた。

レストランだけではお客様も待つという受身の姿勢だが、商品を開発することで、町の人々との絆が生まれたり、ふるさと納税を通して県外の方々に商品を届ける事ができるようになった。現在、鹿児島おおさき和牛マンゴーカレーは、「かご市」（鹿児島市内）をはじめ、道の駅あらさの他9ヶ所で販売している。2018年度には小規模事業者の補助金を利用して真空包装器を購入。次は、現所在地元企業の工場のものを使用している高圧高温殺菌器の自前購入が目標だ。そうすれば、すべての過程を網羅でき、更なる新商品の開発ができる。鹿児島には、まだまだ良い食材が沢山あり、この地元の本物の食材を多くの人に美味しく食して頂けるように研究している。欲しい支援としては、パッケージデザイン料や箱の型代、説明書などの補助金。

<浜岡屋>

埼玉県深谷市

勉強会参加により、異業種とのコラボ商品開発ができた。

（なべ・深谷ねぎ・餅など）

<匿名>

愛知県

返礼品として地元の豚肉を扱う事で、地元飲食店から声がかかる様になった。

1-3 パッケージング変更

<匿名>

山梨県

これまで店頭販売のみだったが、返礼品としても売り上げを伸ばしていけるのはありがたい。今後も返礼品をお客様が受け取って商品を手にした時に喜んで頂けるよう、ラッピングやお礼状などの心配りを忘れないようにしていきたい。

<匿名>

宮崎県

梱包について、自治体からアドバイスを頂いた。ダンボールを開けた時に寄付者にわかりやすくする為、商品をそのままダンボールに入れるのではなく、クッション材で包装し、クッション材の表面に返礼品の名称を印刷したシールを貼っている。ダンボールは、市のロゴが印刷された専用のもを使用している。

1-4 ブランディング

<有限会社ビックエフ商会>

山形県米沢市

ふるさと納税の返礼品に加えて頂く事は、自治体のお墨付きを頂いたようなもの。県外の方から安心して、ご注文頂ける商品となり企業のイメージ PR もして頂けた。制度自体は不公平さはあるかもしれないが、**地方の企業にとっては、ブランド作りや新たなビジネスチャンスとして、町おこしや地域活性につながる非常に良い制度だと考える。**

<墨田螺子産業株式会社>

東京都墨田区

弊社商品は、これまで墨田区の認定商品だったが、返礼品として扱って頂くことで**認知度が向上した。また、ブランドとしての信頼性も向上している。**お客様が、より安心して使って頂いているという実感がある。

<ふじやまビール株式会社>

山梨県富士山田市

返礼品提供をきっかけに、**帰省客が実店舗に立ち寄ってくれるようになった。**直接お客様から「おいしい」という声が聞けて非常に嬉しい。

<辻食品ストア>

福井県坂井市

キャッチコピーの大切さを再認識した。返礼品の商品名を、キャッチーなタイトルにしたことで出荷件数アップに成功し、自治体職員からも、おほめの言葉を頂いた。この経験を実店舗の商品ポップに応用したところ、それまであまり売れていなかった商品も売れるようになった。

<(有)坂野水産>

長崎県平戸市

返礼品提供をきっかけに、取材などで**全国に PR してもらえた。**併せて、地元での認知度も向上した。

<匿名>

愛知県

当店では**実際に店に来て頂いて、枕を作るという返礼品を企画した。**食品などの返礼品に比べると、利用者数は多くないが、遠方から来て頂いて、完成までの1~2時間、

市内の施設で遊んで頂いたり、食事して頂いたりとお礼の品を送るだけよりも地元の事を知って頂ける良い企画だと思っている。お客様には、市が発行する観光パンフレットを手渡ししているが、もっと市についてアピールできないか模索中。

<匿名>

長崎県

返礼品提供をきっかけに、**地元での認知度が上がったように感じる。**

<匿名>

高知県

高知県産、国産の木材で優良な製品が作られている事を多数の方にご理解頂き、ご支持頂いた。行政からも多大な無償の御協力を頂き、返礼品の知名度を上げて頂いた。今後も行政と事業者で共存共栄していきたい。

<匿名>

高知県

自治体から紹介頂き、素晴らしい取り組みだと始めたふるさと納税が、今では多い年で5000件もの注文を受けるようになった。**年々参加企業返礼品の数が増え、競争が激化しているが、一部の非常識を除いて個人的には良い制度だと感じている。**自社の返礼品に興味を持って頂こうと、商品のブラッシュアップや魅力的な商品企画などを繰り返しながら、納税者からのご支持や喜びの声を頂けるようになった。また、地元の方の雇用も進めており、少しでもふるさと納税の根本である、**地域活性化に寄与できるよう努めていきたい。**

<匿名>

愛知県

ふるさと納税への取組みにより、自治体を通じてふるさと納税ポータルサイト運営会社の方との接点を多く頂くようになった。**オウンドメディア等でも取り上げて頂き、それを見た新聞社等からも取材依頼を受けた。**

2. 新規事業

2-1 新商品開発

<匿名>

埼玉県

返礼品を開発するにあたり、**商品表示など学習し**、新たな商品を開発することができ、収益向上に貢献できた。

2-2 EC 参入

< (一社) 平戸観光協会 >

長崎県平戸市

ふるさと納税をきっかけに、多くの事業者が、それまで手をつけていなかった通販に対して可能性を感じた。**パッケージデザイン、梱包、クレーム対応、商品力、あらゆる面で各事業者のレベルが大幅に向上した実感がある**。一方で、急激な売上増に伴い、ふるさと納税に依存する事業者も出始めている。そのため自治体では、返礼品の為だけの商品はカタログに掲載しない等の条件を設け、各事業者がふるさと納税制度に依存することなく、あくまでも次のステップに進むためのテストマーケティングの場として活用して頂けるよう心がけている。

2-3 自社加工・6次産業化

<匿名>

宮崎県

木材業界が低迷する中、ふるさと納税のおかげで、製品開発に意欲が出た。返礼品提供を通じて、**どのような商品が人気・不人気なのかが分かる**。地方の情報はかなり遅れている為、ありがたい。小さな会社でも、良いものを作れば報われるようにしたい。

<匿名>

長崎県

これまでは量販向けの商材が多かったが、**返礼品として、単価が高い魚の加工が可能となった**。また、月々安定した収入が入ってくる為、資金繰りの面でも助かっている。

<匿名>

鹿児島県

自治体が鰻に特に力を入れている。返礼品をきっかけに地元の鰻生産業者との取引が生まれ、安定・割安で仕入ができるようになった。また、冷凍加工する事で業務の幅が広がり、調理師の増員にもつながった。

3. 地域外の販売先拡大

<無添加手作り石けん専門店オラン・ク・オラン>

大阪府泉佐野市

返礼品提供をきっかけに、それまでの地元のリピーター客だけでなく、普段では当店の石けんを知る機会の無いような関東のお客様からの注文が入るようになった。発送にあたっては、より喜んで頂けるよう、寄附金額の大きいものは特に明記が無くてもギフト包装にするなどの工夫をしている。返礼品専用のギフト箱も開発した。ふるさと納税制度のおかげで非常に大きな恩恵を受けていると感じる。ネット通販を主体としている業態では、次の注文に繋がるという意味で非常に大きい成果を期待できる。今後も継続して頂けたらと切に願っている。

<匿名>

山梨県

富士山の水を使用した酒類を扱っている。今年はウイスキー、ビールを新発売したところ、ウイスキーブームや、大手企業の品薄状態もあり大ブレイク。海外からの問い合わせもあり、タイ、ベトナムなどにも輸出が決まった。現状の人員ですべてをカバーできており、経費はそのまま売上だけが急増となった。

4. 販売形態の変化

4-1 EC 増加

<162>

宮崎県都城市 恵農場株式会社

自社 EC サイトへ誘導することができ、販路に対する新たな道が拓けた。売上増も見込める為、設備投資に舵を切れる要因となっている。

<ゴルフ&バラエティふかや>

埼玉県深谷市

地元深谷市のゆるキャラ、ふっかちゃんを使ったオリジナル商品を、返礼品に採用して頂き、信用につながった。「お礼品に選ばれました」という表示をすることで、ネット通販の売り上げも向上した。

4-2 卸→小売

<匿名>

鹿児島県

いちごの生産販売を行っている。返礼品提供をきっかけに一気に知名度が上がり、観光農園や直売の集客にも貢献した。またメディアの取材や各種団体の研修先として選定されることも多くなり、新たな取引先も増加した。何よりも、**行政、観光特産協会、我々事業者が、ふるさと納税を通じてチームとして一緒に盛り上げよう**という雰囲気生まれ、新商品やコラボ商品の開発などの新たな取り組みにつながっている。

<匿名>

山形県

返礼品提供をきっかけに、**桃だけではなく他の果実（さくらんぼ・洋梨・りんご）も高評価を頂き売上額も倍増、直接購入も求められるようになった**。事業展開においても、栽培面積の拡大と直売所、カフェの新規事業展開に向けて、新たな雇用も創出された。ふるさと納税制度が無くなれば、大幅な事業縮小となる。今回の総務省からの指示による、5割から3割の返礼率の変更も大きなリスクとなっている。ふるさと納税制度が、事業者にとってより良い制度になってほしい。

<匿名>

鹿児島県

これまでは関東を中心とした百貨店やネット通販が主だったが、ふるさと納税での特集などで、**地元での知名度が上がった**。そこで直売所を設置したところ、毎日地元の方が来て購入して頂けるようになった。

<匿名>

宮崎県

当初は生産者が直接、受注・発送を行っていたが、受注数拡大に伴ってグループ内に新

会社を設立。そこで受注・発送を行うことになった。また、販売先・取扱い飲食店も増え、地域内での普及も進んだ。そこで、より身近に感じて頂けるよう直売店をオープンした。

4-3 販路拡大

<匿名>

鹿児島県

自家製ドレッシングが返礼品に採用されたのが、ふるさと納税参入のきっかけ。当時は返礼品にスイーツのバリエーションが少なく、自治体からの要望もありプリンを開発したところ人気商品となった。近隣では、人件費の高騰や後継者不足で廃業する店もある中、飲食店だけの収入では店舗の維持が困難と考え、返礼品の為の新商品開発や新規事業進出に注力することにした。返礼品は町の顔となるため、多少原価が高くてもこだわったものを作ろうと考えた。その結果人気商品になり、さらにこだわった商品であれば、少し高くても地元でも受け入れられることがわかった。併せて道の駅への販売も開始し、ふるさと納税で生まれた商品が地元へ逆輸入されるという予想外の事態となった。飲食店では急な事情で閉店すると売り上げがゼロになったり、開店中も席数に限りがあり売り上げの上限があったが、返礼品による新たな販路創出により、事業の伸びしろが増えた。個人的には、ふるさと納税の原点は「うちの事考えてくれてありがとう。良かったらうちの畑の野菜持って帰って！！」という日本人らしい思いやりと優しさが原点だと考えている。地元ではふるさと納税の寄付金が急激に増加したが、それは、自治体の職員が熱心に事業者の勧誘をした事が大きいと感じている。保守的な地域、パソコンの操作もできない人が多く、最初は敬遠する方も多い中、わからなかったらいつでもサポートに行き、いろいろな方に参加していただくように尽力した熱意が、今までの「言われればやる」の行政とは違い、「民間の事の気持ちわかる行政だ」と、多くのジャンルの事業者が参加した要因となった。また、民間の気持ちのわかる行政は、行政の気持ちのわかる民間も同時に生むことになり、ふるさと納税をきっかけに「チーム〇〇（自治体名）」という言葉が自然発生した。「チーム〇〇（自治体名）」は、ふるさと納税イベントに、民間と行政が共に参加することで、地元に対する理解を深め、愛着を醸成していった。ふるさと納税は、納税者が寄付する自治体や税金の使い方を選べるだけでなく、自治体とそこで生計を立てる人たちがこの制度と地域への関心を考えることも、重要な部分と考える。

「チーム〇〇（自治体名）」としての新商品開発やEC参入、販路拡大といった取り組みは、メディアからも取材を受けた。また、今後の展開や今までの経験を活かしどうステップアップできるかを、行政と民間の枠を超えて考えることができている。

<匿名>

鹿児島県

返礼品に採用された事で、全国から注文がくるようになった。また、新聞取材を受けた事で知名度も向上し、売上増につながった。

<匿名>

宮崎県

返礼品を通じて、既存顧客だけでなく、新規顧客が増えた。また、自治体がPRしてくれるため、宣伝費をかけずに商品魅力を訴求することができた。少しずつではあるがリピーターも増えている。ふるさと納税のおかげで、費用をかけずに新しい販路を増やす事ができ、資金面でも助かっている。寄付者や自治体、返礼品を製造している地元企業に対する信頼を失わないよう、良質で心のこもった返礼品を届ける努力を続けていきたい。

5. 単位数の変化

<長田農園>

愛知県碧南市

今までなかった品質管理の事やみせ方、梱包方法などにも気をつかう発見ができた。トマトを通じてたくさんの方がおいしかったよとか、がんばってねとのはげましの言葉もたくさんいただいて自分の仕事がますます好きになった。雇用も増え、責任感もできたのと同時にふるさと納税という制度がなくなったとしてもやっていけるようにならないといけないと思った。全国の皆様からチャンスを頂いた。この制度がある限り、活用して目標の前倒しのために進んで行きたい。

<匿名>

山形県

お得感のある業務用を返礼品として提供したところ、常にランキング上位となり、売上も大幅アップした。人手不足もあり、休日も取れない状況になっている。

（うれしい悩み）

<匿名>

長崎県

返礼品率変更の通達により、**返礼品の構成や数量を変更しなければならなくなった**が、できる限りそれに沿った内容に変化させていきたい。

6. 設備投資

<匿名>

長崎県

返礼品による売上増で**設備投資ができ、生産性が向上した**。また、売上増で特定の季節に大量仕入ができ、物量を多く確保できた。

<匿名>

長崎県

在庫スペース確保の為に冷蔵庫を大規模化させた。また商品の安全性向上の為に**殺菌機等の導入**で生産効率も向上した。結果、競争力の向上につながっている。

7 雇用創出

<ぶり鶏の中尾>

宮崎県都城市

ぶり鶏（放し飼い地鶏）の返礼品を通じて、**障害福祉サービス事業「就労支援 A 型」**の方々に週 1~2 回来て頂き、炭火焼とラベル貼りの仕事をして頂いている。道の駅等での売り上げも伸びた。

<匿名>

宮崎県

寄附者から、「おいしい！」の声を頂き、返礼品とは別に、**一般の購入リピーターが増加した**。また、1人パート従業員を増やし、**雇用が生まれた**。ふるさと納税は、地方創生として、重要な取り組みであることは確かである。

<匿名>

北海道

町への寄付が増加する事で商品の増産や資材の増加となり、梱包作業を行う人員の雇用も行われている。携わる全ての企業が発展し、産業の少ない街で雇用創出まで出来ているのは素晴らしい。今後更に良い商品を町と共に造り、発展につなげていきたい。

8 モチベーション向上

<匿名>

山形県

一般消費者からの問い合わせや関連雑誌に取り上げられたりと、社内スタッフの意識としてとても良い緊張感と励みになっている。

<匿名>

愛知県

全国各地より注文を頂いた。また、返礼品（食事券）使用のために、遠方から新規のお客様が多くおみえになり、店内スタッフのやる気が上がった。今後は、地元だけでなく日本全国の方に、当店の魅力を発信していくつもりで頑張りたい。

<匿名>

愛知県

自社の返礼品をリピートして頂けるお客様がいることで、商品に対する自信が生まれ、より一層多くの方々に食べてもらいたいと思う気持ちが増した。その結果、新商品開発や販路拡大に力を入れている。

9. その他

<中尾酒店>

宮崎県都城市返礼品提供がきっかけで、お店を続けようと望みが出てきた。高齢者の多い田舎で、車で10分程行くと、コンビニや、量販店が続々とできており、高齢者向けの巡回バスもある。そんな中で店を継続すべきか考える事もあったが、もう少し継続しようと思いが変わった。

<レイクウォーク（株式会社アドベンチャーマジック）>

群馬県中之条町

アウトドアやカヌーにそれほど興味のなかった方が、ふるさと券があるからという理由で、体験してくれたことがあった。

<匿名>

高知県

製品の製造数のコントロールがしやすく、少量でも売上げになるのでありがたい。

ECでは写真が重要なため、ホームページ等の支援をして欲しい。

<迫田刃物>

高知県須崎市

製造販売で、お客様との対面販売を主としていた。寄附者とは直接お会いする事が無い為、今まで以上に製品管理を心がけるようになった。

<匿名>

山梨県

これまで外販に対する意識が低かったが、ふるさと納税を通じて、予約商品に対する業務、効率、効果を見るようになり、収益に繋がった。

<匿名>

千葉県

市外・県外からの高所得者の来訪者が増えた。（行政の返礼品としての買い物券の発行による）

<匿名>

宮崎県

返礼率変更の通達に伴い、4-5月の駆け込み需要以降は惨憺たる結果となった。それに伴い、牛肉相場価格も下がっている。ふるさと納税は、様々な可能性を秘めており、地方創生に対する影響力も大きいと考える。

<匿名>

長崎県

一定の売上げが見込めるのがよい。経営の安定と収益基盤の向上にもつながっている。

<匿名>

山形県

特定の顧客に対してのサービスや、管理システムの向上につながっている。

<匿名>

高知県

地域の生産者の為に、返礼品を、自分の生産物だけでなく地域生産者からも買い上げている。市場へ卸すよりも高額で買っている。(1.5~2倍)

<匿名>

山梨県

(返礼品申し込みが多い) 11~1月の売上がUPすると同時に、売上予想がつきやすくなった。

<匿名>

山形県

ふるさと納税の受注増により、今まで取引がなかった農家さんと新しく取引を始めた事や、既存の農家さんからも仕入を増やす等、全体の取扱量が大きく増加した。今まで安価で市場出荷していた農家さんも収入が増えたと喜んでいる。

<匿名>

大阪府

返礼品をきっかけに、それまで高単価で小売販売に伸び悩んでいた商品の売上が増えた。今後は、さらなる知名度向上と、派生商品の開発を進めていきたい。

<匿名>

群馬県

当町は、商品券での返礼なので、変件事例は無い。高額納税者が券を使って、車を買ったり、高級な酒や、宿に泊まり、券を使っている噂はよく聞くが、これでいいのか？券で物を買って(仕入)、売って(販売)いるという事も聞く。

<匿名>

宮崎県

売上増に伴い、設備投資したが、総務省の意見で売上がダウンし、結果借入が増えた。今後、売上を伸ばすのに頑張っているが、政府が口を出してこうなった。しかし、野放しではだめで、ふるさと納税に頼らず頑張らねばならないと思っている。

<匿名>

佐賀県

初めは期待したが、ふるさと納税はもう少し考えねばならないと思う。こちらでは牛肉が人気だが、それも一部のみで地域全体にはいき渡っていない。一部のみの売上高の up では先が續かないと考える。

<匿名>

群馬県

感謝券（金券）が返礼品。返礼品が物品の提供であれば成立しない当社にとって、金券は大変ありがたい。その上、町内に使用が限定されている金券なので、必ず地元にお金が落ちる。プレミアム商品券の様に、財源を確保しなければ出来ない事業よりも、現実的に有効な方法であると考え。たとえ 100%返礼でも、町にすべて落ちる金券なので、規制はいかがなものかと思う。

<匿名>

群馬県

返礼品が、5割から3割に変わり、返礼品がなくなるので困る。今後は感謝券のみとなる予定。

<南新会>

長崎県平戸市

日本最西端の当地区での収入は水産業が多く、近年の魚価低迷により後継者の流出、人口減少が増加している。少しでもその現象に歯止めをと、有志者で団体を設立し、水産品の加工、販売と有機 JAS の認証取得（平戸市で当団体のみ）と栽培、販売に取り組んだ。どちらも販売先が最重要で、ふるさと納税での返礼品による水産加工品の販売は昨年度よりやや満足している。漁業や、商業を生活基盤とした当団体の構成員の女性部で加工を実施しており、時間的問題はあるものの、今度は常勤体制がとれるよう、更に品目を増やし、会員増加と、会員収入の増加を計っている。現在の設備では、今後の取り組みに限界があり、改築資金が少なく自治体の助成金をお願いできればと思っている。

<匿名>

長崎県

地元を離れた方が、生まれ育った町（故郷）へピンポイントで寄付できる体制が出来ればと思う。昨今、市民主導の協働のまちづくりが全国的に行われ、各地区で協議会が設立されているので、小学校区、中学校区単位でその地区に寄付できる仕組みがあってもよいのでは。

<匿名>

群馬県

総務省通達を受けて、中之条町では、本年秋以降、農産物の返礼をすべてやめるとの知らせを受けた。農産物の返礼は、今後ともぜひやってほしいので、何とかしてほしい。

<匿名>

愛知県

返礼品提供について、自治体の中においても競争のような空気がある。自治体は新しい返礼品を期待しており、競争が更に増えるのかとってしまう。弊社の商品は水産物の酢ヅであり、扱う魚を変化させても、目先がなかなか変わらず悩んでいる。味とデザインには自信があるので、それをお客様に伝えていきたい。

<匿名>

三重県

6次産業化・販路拡大として、返礼品は可能性を秘めている。若い職員が、新しい商品開発に意欲を持つようになった。町内で品目が重なることがあるので、行政で調整してほしい。

<匿名>

群馬県

毎年、破棄処分する生産物をジュースに加工することにより、副産物活用と知名度を上げるきっかけになった。政府が一定の規制をするのも理解はできるが返礼品としてこれからもぜひ活用したいものと思っている。(特に町には更なる努力をお願いしたい。)

<匿名>

山梨県

織物技術者を育てるために、このふるさと納税の収入を使っている。今はアルバイトとして青年を育てているが、もう数人を入れて工場整備を拡大してこの技術を地場産業の柱の1つにしていきたい。行政には人材育成のための助成を期待したい。

[2018.12.14 1272]