



磯部 亜希 議員

ふるさと納税のさらなる成長戦略について

問

ふるさと納税の段階や寄附金額の規模に合わせた戦略の検討や方向性についてはどうか

答

約2割がリピーターであり、残る8割の方をいかにリピーターに繋げられるかが重要であり、アプリやフオロアップ等に力を入れていきます

問 ふるさと納税の取り組みに係る現状と今後の展開について問う。

答 政策部長

令和元年度以降は毎年6億円を超える寄附額で農畜産品を中心とした地場産品を返礼品としていきます。今後は事業者と一緒に新たな返礼品開拓に努め、主要観光施設や道の駅等でふるさと納税をしていただき、その場で返礼品を持ち帰れる取り組みにも力を入れていきます。

問 プロモーションは、どのようなことを入れているのか。

答 政策部長

令和元年度以降、経費を寄附総額の5割以内とするルールが

設けられたため、費用対効果を見極めながら効果が高い広告宣伝のプロモーションを行っています。昨年度は、12月のハイシーズンにWEB広告を実施し、「高島屋ふるさと納税ガイドブック」や雑誌掲載、各ポータルサイトのメールマガジンなどを中心にプロモーションを展開しました。



引用：高島市ホームページ

問 ふるさと納税の段階や寄附金額の規模に合わせた戦略の検討や方向性についてはどうか。

答 政策部長

本市の経費率は49%で、そのうち3割は返礼品であり、その他はポータルサイトや中間事業者の手数料と返礼品の郵送料がほとんどを占めています。今後ポータルサイトを厳選するとともに、約2割がリピーターですので、残る8割の方がリピーターになっていただけるようアプリやフオロアップ等に力を入れていきます。

問 返礼品の人気に偏りがあると思うが、その改善策や対応はどうか。

答 政策部長

本市の返礼品の企画事業者は83者で、品目数は延べ1千860品目です。返礼品事業者とのネットワーク会議を開催し、トレンドの把握や返礼品の見せ方等の研修、価格設定や返礼品の仕様見直し等を随時実施しています。

問 保育士や介護士の職場環境改善に係る事業に使う予定はあるのか。

答 総務部長

医療、福祉、子育て支援環境の整備等の事業への活用は当然その用途の一つですが、現時点では予定していません。今後単なる財源充当ではなく、ふるさと納税を財源としなければできない政策や、寄附者の志に応えられる政策など、多くの方から賛同が得られる事業の貴重な財源として活用したいと考えています。

その他の質問

DX推進施策による市民サービス向上と職員の負担軽減に向けて