

## 行政改革大綱実施計画書

|  |              |                    |     |               |              |            |
|--|--------------|--------------------|-----|---------------|--------------|------------|
| 大綱主要項目   |              | 健全な財政運営            |     |               |              |            |
| 具体的な項目   |              | 歳入の確保              |     |               |              |            |
| 実施計画項目   |              | 行政資源の有効活用（ふるさと寄附金） |     |               |              |            |
| 担当課  |              | 秘書広報課              | 関係課 |               |              |            |
| No. VI-2-(3)   |              | 令和3                | 4   | 5             | 6            | 7          |
| 実施年度   | 実施計画         |                    |     | ○             | ○            | ○          |
|  | 効果又は<br>数値目標 |                    |     | 寄附額<br>2億円    | 寄附額<br>2.5億円 | 寄附額<br>3億円 |
| 進捗<br>状況   | 実績           |                    |     | S             | S            |            |
|  | 効果又は<br>数値実績 |                    |     | 寄附額<br>約6.8億円 | 寄附額<br>約11億円 |            |
| 現状と課題  |              |                    |     |               |              |            |
| <p>ふるさと寄附金は、生まれ故郷や本市を応援したい寄附者から、6つの事業を推進するための資金として寄附を募るとともに、本市の認知度向上や「いちご王国栃木の首都もおか」をPRするプロモーション活動の一役を担っている。</p> <p>現状としては、県内14市と比較しても寄附額は低調であることから、寄附額の増に向けて、真岡市の認知度向上と魅力ある返礼品の積極的なPRが課題として挙げられる。</p>         |              |                    |     |               |              |            |
| 課題解決に向けた方策   |              |                    |     |               |              |            |
| <p>ふるさと寄附の増額に向けては、全国における本市の認知度向上と、商工会議所等や地元企業・店舗と連携し、魅力ある返礼品を増やす必要がある。</p> <p>また、ふるさと寄附金を申し込めるポータルサイトを導入し寄附者とのタッチポイントを増やすとともに、デジタル広告やSNSを活用し魅力ある返礼品を積極的に周知する。</p>  |              |                    |     |               |              |            |
| 具体的な取組内容   |              |                    |     |               |              |            |
| <p>【令和6年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・栃木県共通返礼品（米、梨、牛肉）の掲載を開始した。</li> <li>・ポータルサイト（KABU&amp;ふるさと納税、LINE ヤフー）を追加した。</li> <li>・デジタル広告により真岡産のいちごとピースクッション（Yogibo）のPR、SNSでは様々な返礼品を紹介した。</li> </ul> |              |                    |     |               |              |            |
| 実績考察（理由、改善すべき点等）   |              |                    |     |               |              |            |
| <p>【令和6年度】</p> <p>一番寄附の多いいちごに関して、早い段階からランキング上位に位置したことで寄附者の目に留まり通年より申込が増えたこと、その需要に対応できるだけの数量を準備できたことが実績につながった。</p> <p>また、米不足に対する対応やピースクッション等人気の返礼品を開拓したことで、いちご以外の返礼品の申込みが増えた。</p>                               |              |                    |     |               |              |            |
| 考察を踏まえての今後の取組方針  |              |                    |     |               |              |            |
| <p>【令和7年度】</p> <p>新たな寄附者を獲得するため、新規のふるさと納税ポータルサイトを導入し、デジタルマーケティングを活用したデジタル広告やインスタグラム「もおかのいちご」により真岡のいちごの認知度向上を図る。</p> <p>またいちご以外の返礼品の開拓と新たにふるさと納税クラウドファンディングにより寄附の増加を図る。</p>                                     |              |                    |     |               |              |            |