

# 「ふるさと納税をきっかけとするビジネス力向上の可能性についてのアンケート調査（学術研究）」

貴社名			
記入者 御芳名		記入者 御役職名	
返礼品提供自治体名（複数可）			
E-MAIL			
報告書送付	1. 希望する(E-MAILを必ず記入してください)      2. 希望しない		

➤ アンケートのご回答にあたって（主要な自治体の返礼品提供企業にお送りしています）

- (1) 本調査票は、貴社における経営者や役員様などを宛先としてお送りしております。貴社における事業全般に精通した方にご回答願います。
- (2) ご回答に際しましては、場合によっては判断を要する質問があるかもしれません。その場合は理想ではなく、貴社の「実情」に対する判断でお答え下さい。
- (3) 場合によってはご回答できない質問があるかもしれませんが、その場合は空欄で構いません。それ以外は、記入漏れや記入誤りがないようにご回答下さい。
- (4) 本調査の回答結果は統計的な処理を行うために用いるのみであり、貴社のご回答を個別に公表することはありません。
- (5) 本調査についての疑問点など不明な点がございましたら、下記連絡先までご連絡願います。何卒、ご協力いただきますよう、お願い申し上げます。

➤ ご返送上のお願い

- (1) ご記入いただいた本調査票は同封の封筒にてご返送ください（Faxの場合は以下のFax番号まで、ファイルのメール送信の場合は以下アドレスまでお送りください）。
- (2) ご記入済みの質問票は、恐れ入りますが、**平成 30年 1月 12日（金）**までにご投函・ご送付いただきますよう、よろしくお願い致します。
- (3) 尚、差支えないようでしたら、貴社の事業内容やふるさと納税で提供している品物がわかる案内や資料など同封していただければ幸いです。

<調査連絡先>

調査代表：保田隆明（神戸大学大学院経営学研究科准教授）      Email：hoda@port.kobe-u.ac.jp  
 ・住所：657-8501 神戸市灘区六甲台町 2-1  
 神戸大学大学院経営学研究科事業創造&地方創生センター  
 ・電話番号：078-803-6952（研究助成室 担当：大西）；FAX番号：078-803-6977



問5 ふるさと納税を通じて、以下の項目のうち、貴社に起こった変化について教えてください  
(該当するものに丸印をつけてください)。

新商品開発や新規事業創造	アリ	ナシ
「アリ」と答えた方へ、具体的にどのような変化ですか？数字に○をし、[ ]により具体的にご記入ください。	1. 新しい商品を開発した [ ] 2. 新規事業に取り組んだ [ ] 3. その他 [ ]	
雇用者数の増加（返礼品提供開始以降今日まで）	1. アリ（正規雇用___人増加、 非正規雇用___人増加） 2. ナシ	
従業員の所得（給与）の増加（上に同じ）	1. アリ（平均___%増）	2. ナシ
地域内での販売先の拡大	1. アリ	2. ナシ
アリの場合、全社売上高をどの程度引き上げたと思いますか？（実感ベースで）	約___割	
具体的にどのような販売先ですか？	a.コンビニ、b.スーパー、c.道の駅、d.卸売、 e.レストラン、f.その他（ ）	
地域外での販売先の拡大	1. アリ	2. ナシ
アリの場合、全社売上高をどの程度引き上げたと思いますか？（実感ベースで）	約___割	
具体的にどのような地域と販売先ですか？	地域[ ] a.コンビニ、b.スーパー、c.道の駅、d.卸売、 e.レストラン、f.その他（ ）	
域外進出（域外での事業所や営業拠点の設置）	1. アリ	2. ナシ
具体的にどのような地域ですか？	地域[ ]	
生産性向上は見られますか（一人当たりや、時間あたりの生産量の向上）	1. アリ	2. ナシ
どの程度向上しましたか？	平均約___%	
6次産業化への取り組み（農林水産業の方のみお答えください）	1. アリ	2. ナシ
ECモールへの出店や、自社通販サイトの開始	1. アリ	2. ナシ
販売形態の変更	1. アリ	2. ナシ
具体的に、どのように変化しましたか？ 例. [小売店販売]⇒[小売店・レストラン・通販]	[ ]⇒ [ ]	
新しい商品の説明書の作成	1. アリ	2. ナシ

商品の販売単位数の変更、追加、改善	1. アリ	2. ナシ
どのように変更しましたか？その理由はなぜですか？ 例. [12個入]⇒[6個入]	[ ] ⇒ [ ] 理由[ ]	
返礼品提供をきっかけに①追加または新規で金融機関より融資を受けましたか？②金融機関に融資以外のビジネス面の相談をしましたか？	① 1. はい	2. いいえ
	② 1. はい	2. いいえ
返礼品提供をきっかけとして、追加もしくは新規で設備投資を行いましたか？	1. はい	2. いいえ
I の場合、内容、金額、助成金の有無（有の場合は種類と助成率）	設備投資の内容[ ] 金額[ ]	
I の場合、助成金の有無（有の場合は種類と助成率）	助成金 1.有 2.無（有の場合は以下も） 1.自治体助成①2.国の助成、3.自治体と国両方からの助成 助成率 [ ]	
各種メディアからの取材依頼	1. アリ	2. ナシ
アリの場合、どのようなメディアからの掲載依頼が届きましたか？	1. 新聞(全国誌) 2. 新聞(地方誌) 3. TV 4. ふるさと納税のムック本や雑誌 5. 一般向け雑誌 6. 返礼品の特集 Web サイト 7. 一般向けWeb サイト 8. ラジオ 9. その他( )	

問6 ふるさと納税の返礼品提供をきっかけとして、貴社の以下の項目のスキル・力量がどの程度向上しましたか？当てはまる度合いをお答えください。

	当てはまらない			当てはまる	
a. 経営者の意識改革（経営リテラシーの向上）	1	2	3	4	5
b. 経営戦略の策定	1	2	3	4	5
c. 予実管理	1	2	3	4	5
d. 製品の品質の管理	1	2	3	4	5
e. 新商品開発への意欲	1	2	3	4	5
f. 新規事業進出への意欲	1	2	3	4	5
g. 設備投資への意欲	1	2	3	4	5
h. 追加または新規資金調達（借入）への意欲	1	2	3	4	5
i. 顧客データの管理や分析	1	2	3	4	5
j. 顧客満足度向上（取り組み度の向上含む）	1	2	3	4	5
k. 従業員満足度向上（取り組み度の向上含む）	1	2	3	4	5
l. ブランド力、認知度向上（地域内）	1	2	3	4	5
m. ブランド力、認知度向上（地域外）	1	2	3	4	5
n. 商品のデザイン力	1	2	3	4	5
o. 梱包のやり方	1	2	3	4	5

問 7 返礼品の内、需要の高いもののトップ 5 を下の返礼品リストを参考にして名称（数量や容量も）・種類・寄付額を教えてください。「その他」の場合は、小分類に品目を記載下さい。

①名称（数量や容量も） [	]
種類 [大分類 ____ 小分類 _____],	寄付額 [ _____ 円]
②名称（数量や容量も） [	]
種類 [大分類 ____ 小分類 _____],	寄付額 [ _____ 円]
③名称（数量や容量も） [	]
種類 [大分類 ____ 小分類 _____],	寄付額 [ _____ 円]
④名称（数量や容量も） [	]
種類 [大分類 ____ 小分類 _____],	寄付額 [ _____ 円]
⑤名称（数量や容量も） [	]
種類 [大分類 ____ 小分類 _____],	寄付額 [ _____ 円]

大分類	小分類
①食品	A 肉類、B 海鮮類、C 米、D 生菓子、E 冷凍菓子、F 果物、G 野菜、H 麺類、I 加工品、J パン、K 卵、L 調味料、M その他( )
②飲料品	A お酒、B ジュース類、C お茶類、D 乳製品、E その他( )
③レジャー	A 宿泊券、B パッケージ旅行、C 利用券・入場券・体験チケット D その他( )
④その他	A 美容、B 感謝状、C ファッション、D 雑貨・日用品、E 工芸品・装飾品、 F その他( )

問 8 貴社が自治体から寄付者のリスト（返礼品の送付先リスト）を受け取る頻度を教えてください（最も近いものをお答えください）

1. 毎日
2. 週に 2-3 度
3. 週に 1 度
4. 2 週に 1 度
5. 3 週に 1 度
6. 月に 1 度
7. オーダー数が一定以上溜まったら（オーダー数をお書きください \_\_\_\_\_）
8. その他( )

問 8.2 上の頻度をどう思っていますか？

1. もっと頻繁に受け取りたい
2. 今ほど頻繁に受け取る必要はない
3. ちょうど良い

問 8.3 上の問で 1 か 2 に回答した方にお聞きします。理想とする頻度を下にご記入ください  
理想とする頻度は ( )

問 9 ふるさと納税の返礼品提供事業者に対する自治体の支援体制についてどう思いますか？

1. 満足できる
2. やや満足できる
3. あまり満足できない
4. 満足できない

問 9.2 上の問で 3 か 4 に回答した方にお聞きします。どのような支援があれば満足しますか？（複数選択可）

1. 梱包・発送などの業務面の支援
2. 各種セミナーなどビジネス面での支援
3. 広報の支援
4. その他( )

問10 貴社が返礼品を発送する頻度を教えてください（最も近いものをお答え下さい）

- 1. 週に1度
- 2. 2週に1度
- 3. 月に1度
- 4. 2-3ヶ月に1度
- 5. 半年に1度
- 6. 年に1度
- 7. その他（                                 ）

問10.2 貴社の発送頻度の理由についてお聞かせください。

- 1. 本当はもっと頻繁に発送したいが、その体制ができていない
- 2. 本当は発送頻度を減らしたいが、自治体からの要請でなんとか対応している
- 3. 現状がちょうど良いと思っている
- 4. その他（   ）

問10.3 納税者のニーズを満たすのに理想的な発送頻度はどの程度だと思えますか？

- 1. 週に1度
- 2. 2週に1度
- 3. 月に1度
- 4. 2-3ヶ月に1度
- 5. 半年に1度
- 6. 年に1度
- 7. その他（                                 ）

問11 自治体の職員と会う頻度を教えてください

- 1. 週に1度
- 2. 2週に1度
- 3. 月に1度
- 4. 2-3ヶ月に1度
- 5. 半年に1度
- 6. 年に1度
- 7. 会わない
- 8. その他（                                 ）

問11.2 自治体の職員と会う時は主にどのような打ち合わせをしていますか？（複数選択可）

- 1. 注文内容、注文数の確認
- 2. 商品改善
- 3. 新商品開発
- 4. 在庫の確認
- 5. 人員確保
- 6. 助成金獲得
- 7. 今後の設備投資
- 8. その他（                                 ）

問12 貴社が自治体あるいは地域内の支援会社やNPOなどに支援してもらっている関連業務を教えてください（複数選択可）

- 1. 梱包
- 2. 発送
- 3. 出荷伝票作成
- 4. 顧客リスト管理
- 5. 商品発送後の顧客からの問い合わせ対応
- 6. 返礼品掲載ウェブサイトの更新
- 7. その他（                                 ）

問13 以下について貴社がアドバイスやコンサルティングをしてもらっている先と有償・無償の違いを教えてください（表の該当箇所丸印をつけてください。複数選択可）

	自治体		地域内の支援会社やNPO		地域外のコンサルや、代理店、その他	
	無償	有償	無償	有償	無償	有償
梱包・発送						
デザイン						
Web用写真						
商品のキャッチコピー						
商品説明書						
ビジネスノウハウ全般						
事例学習						
PR,広報						

---

問 14 返礼品を提供する事業者同士でビジネス面や返礼品提供に関する知識やノウハウの共有などで協力することはありますか？

1. ある今 2. 今後やっていきたい 3. 特にない

ふるさと納税は自治体間の競争を促すのがひとつの目的ですが、資金獲得競争が過熱し、返礼品の返礼率（寄付額に対する返礼品の価値の割合）を高くしたり、高額な返礼品を提供することで他と差別化を図る自治体が登場しました。そのような状況に対し、総務省は全国の自治体に対し2017年4月に大臣通知を出し、返礼率を3割以下にすること、換金性の高いもの、資産性の高いものを提供しないよう要請しました。これについてどうあるべきと考えますか？（問17-19）

問 15 寄付額の3割以下とする返礼率について、どう思いますか？

1. 妥当である 2. もう少し高くあるべき 3. もう少し低くあるべき 4. 分からない

問 16 返礼率の決定は各自治体に任せるべきという意見もあります。どう思いますか？

1. 全国一律に統一すべき 2. ある一定の幅を定め、その範囲内で各自治体の裁量に任せるべき 3. 完全に各自治体の裁量に任せるべき 4. 分からない

問 17 家電製品や宝飾品など高額なものを返礼品として提供することが総務省により一律で規制されたことに対してどう思いますか？

1. 一律で規制すべき 2. 地域性や地場産業への貢献度などに応じて一部容認してもよい 3. 全く規制すべきではない 4. 分からない

問 18 問 5、6 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、巻末のふるさと納税での変件事例を参考に次ページにお書きください。（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。）

【貴社における変件事例】

---

問 19 上の事例を、今回の調査をもとに発表する報告書や論文に記載することは可能でしょうか。

1. 貴社名を明記の上可能                      2. 匿名なら可能                      3. 不可能
- 

ご多忙にもかかわらず、調査にご協力いただき誠にありがとうございました。記入漏れ、記入誤りなどがないかをご確認の上、**平成 30 年 1 月 12 日（金）**までに同封の返信用封筒にてご返送いただきますよう、よろしくお願い致します。

#### **ご参考【ふるさと納税をきっかけとした事業者の変化事例】**

##### **(1)商流、業態の変更事例 - 岩手県北上市のアパレルメーカーUTO**

岩手県北上市のUTOは、カシミア関連のアパレル製品の製造、販売を行う企業です。その商品は百貨店でも取り扱いがありますが、従来はOEMでの卸売りが中心だったため、それほど利益率は高くありませんでした。それが、岩手県北上市の返礼品として提供されたことで、認知度が向上し、今や事業形態を変革し、自社ブランドでの直接販売に切り替えつつあります。

ファッション感度の高い人々の集まる、東京都の表参道にもサンプル品を展示するお店を構えており、UTOの商品をお客様に間近で、手触りや見た目など感じてもらうことが出来ます。つまり、店舗では商品確認、購入はインターネットでという商流の拡大も見られるといえます。

この例は、ふるさと納税をきっかけに企業の業態が卸売り中心から自社製造、自社販売へ転換し、また商流が、**O2O**（※）に拡大したことを意味します。また、同社では、3名の追加雇用があり、うち2名はUターンで同社に転職した女性です。自社ブランドを確立しつつあるアパレルメーカーでは、求人の訴求力も大きくなるでしょう。

（※）O2O...Online To Offline、または、Offline To Online

##### **(2)新商品開発、新規事業進出児、起業事例** **鹿島県大崎町「冷凍プリン」**

鹿児島県大崎町のレストランでは、返礼品用にカタラーナ（プリン）を開発し、返礼品として提供し始めたところ、人気商品となりました。それが地元でも評判となり、道の駅などでの対面販売の売上も伸びました。飲食店では席数に限りがあるため、売上高にはおのずと天井が存在します。しかし、道の駅などでの外部販売、ふるさと納税の返礼品市場での商品提供は、新たな販路の創出ということになり、収益基盤の向上に大いに貢献していることがわかります。