

町田市ふるさと納税返礼品 登録相談会 参加報告書



ビジネスマネジメント学群
地域デザイン研究室

ふるさと納税返礼品登録相談会 概要

実施主体：町田市観光コンベンション協会
会場運営：城南信用金庫 地域発展支援部・原町田支店
運営補助：桜美林大学 ビジネスマネジメント学群

日時：2021年8月24日（火）10：00～16：00
場所：城南信用金庫 原町田支店
東京都町田市中町2-3-4
会場：2F会議室／商談形式

参加企業

1. 菓子製造・販売
株式会社「A社」
2. バイオ技術製品開発・販売
「B社」株式会社
3. 木彫り看板・表札製造・販売
合資会社「C社」
4. 手づくり文具雑貨製造・販売
「D社」
5. 電気機器技術開発・製造販売
「E社」株式会社
6. オゾン発生器製造・販売
株式会社「F社」
7. アウトドアアパレル製造・販売
株式会社「G社」
8. ものづくり企画・設計。製品販売
有限会社「H社」

1. 当日の流れ

城南信用金庫 原町田支店へ教員＋学生9：00集合、事前打合せ
地域発展支援部から当日業務内容説明・ビジネスマナー指導

- (1) 店舗内でのご案内
(城南信用金庫 原町田支店1Fにて出迎え・2Fへ誘導案内)
- (2) 受付
(2F会議室前にて受付・案内)
- (3) 相談会
(MTCB-事業者の商談／制度説明・商品説明)



店舗内1Fでのご案内



店舗2F受付



2F会議室での相談会

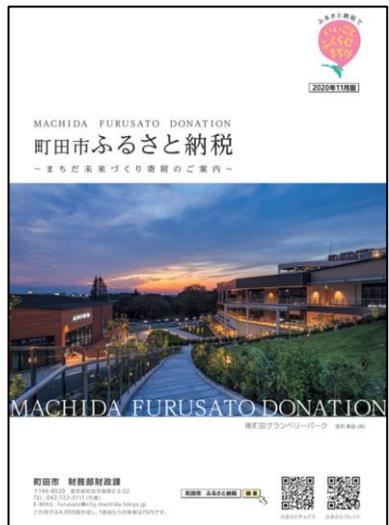
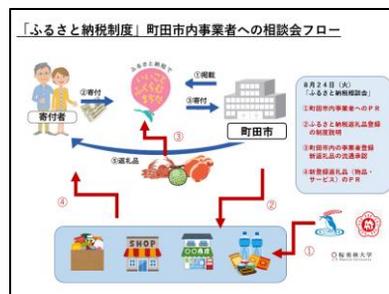
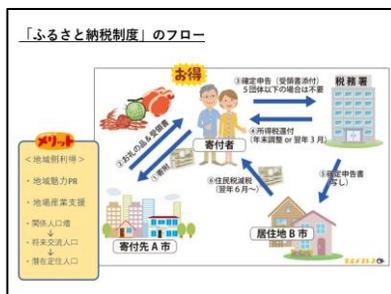
2. 補助業務：相談会内容の把握・記録

- (1) 町田市ふるさと納税制度についての説明（記録割愛）
- (2) 登録に向けての協議
- (3) 事業内容・協議に関する感想

3. 事前学修

- (1) 専攻演習（ゼミ）で、ふるさと納税制度について学習
- (2) 多摩学生まちづくり・ものづくりコンペティション参加の事前準備として町田市の各種情報収集

※上記事前学習を修了した参加希望学生21名中、4名の学生が今回の補助業務への参加となった。



「ふるさと納税制度」の地方自治体へのメリット

メリット① 地域の魅力・地場産品の魅力を知ってもらうことができる

1つ目のメリットは、地域の魅力に対する認知拡大です。納税者は納税先の地域を決めるにあたり、その地域のことを知ろうとします。特典にあたる返礼品以外にも、その地域の特産物や独自の魅力など、多面的にリサーチを行う方も少なくありません。人々が「自らの意思で積極的に」地方の情報を集める機会だからこそ、地方自治体側は「いかに地域の魅力や地場産品をアピールするか」の勝負どころといえるでしょう。

メリット② 地域との関わりを増やしてもらうことができる

2つ目のメリットは、観光などの形で人々との関わりを拡大できることです。納税者の中には、その地域の魅力を知ることによって「実際に足を運びたい」と考え、具体的なアクションを起こす方も珍しくありません。これまでに知ることのなかったふるさとの魅力に触れ、次の旅行の候補地になったり、カタログやネット経由で地場産品を購入したりするケースも出てきています。まずは多くの人に地域の魅力を知ってもらい、より深く関わりをもらうための行動を起こしてもらうこと。この一連の流れを生み出し、一人でも多くのファンを創出することが、地方自治体のふるさと納税への取り組みとして求められています。

メリット③ 定住人口の増加につなげることができる

3つ目のメリットは、交流人口の創出、ゆくゆくは定住人口の創出にもつながれる点です。ふるさとと納税者との最も理想的な関係は、何らかの形で関与が継続できる形です。そこで、2018年4月からは国が地方自治体を支援する新たな取り組み、移住交流の推進を図る「ふるさと移住交流推進プロジェクト」が開始しています。「クラウドファンディング型ふるさと納税」とも呼ばれるこの取り組みは、事業に共感して寄付を行った方を「ふるさと未来投資家」と位置づけ、継続的なコミュニケーションを図るものです。

株式会社ディー・インフォメーション PRADIMEから引用

学生の報告レポート

株式会社「A社」様

学生①

商品：和菓子詰め合わせ

町田市の名産であり、多様な種類の和菓子が入っている。

「商品A」は甘さ控えめでコアなファンが多い。

近年、コロナの影響によりネット注文による他県への発送が増えた。（HPから購入可）
値段を3,800円にしてしまうと寄付金が2万円必要になってしまうため、3,000円以内
にできるよう検討する方向となった。

（課題）

商品自体の魅力はとてもあり美味しそうなものであるため、ネットでの注文数をどこまで上げられるかが重要。実際にHPを見たところ、セキュリティ対策が不十分であったため、HPから注文をするとすると個人情報漏洩の可能性が危惧される。

過去使用していた古いHPがまだ残っていることで、本来のHPにアクセスしてもらえないケースが出てくる。古いHPを削除する必要がある。

（感想）

普段あまり和菓子を食べない私ですが、魅力ある商品にとて興味を惹かれました。特に「花がし」はコアなファンが多いとお聞きしたのでどういった味なのかとても気になります。和菓子へのこだわりや思い入れの強さが伝わってきたので、いろいろな人から愛されているのかな、と思いました。

学生②

商品：和菓子詰め合わせ

48年目。甘さひかえめ、賞味期限は15日、珍しい商品が多い、ネットで購入も可能

価格3844円、寄付額は20000円ほど

名産品になったので町田の宣伝になる

課題：価格を3000円以内に収められるか

感想：甘さが控えめで、子どもから大人までみんなで食べられる商品だと思いました。自分たちで食べても、贈り物としても良い商品だと思いました。長年町田で営業をし、市民に愛され続けられているので、町田市民以外の人にも広く知ってもらえるといいな
と思いました。

「B社」株式会社様

学生①

(商品) B-1・B-2

善玉菌を活性化させる作用があり、人用と動物用で値段は5,000円ほど。寄付額は20,000円。使用して3日で9割の客が「口臭が無くなった」と言っている。今までは動物用メインで、人用はこれから力を入れていく。10月から町田で生産する。競合があまりいない。

(課題)

マスク生活になって自分の口臭を気にする人が増えたので需要はあるが、市販の口臭ケア製品である程度何とかなってしまうため、よほど気になっている人でなければ手が出しづらい金額。

(感想)

口臭ケア商品において菌の研究をして開発した商品なので、効果がとても期待できると思いました。臭いを根本から解決できるような商品はあまりないので、本当に悩んでいる人々から喜ばれるような商品だと思います。

学生②

商品 B-1・B-2

13年間、全国3工場で生産している、町田工場は小さめ、市販とネット販売

商品B-2は犬や猫など動物用、速効性がある

価格5300円、寄付額20000円ほど

サプリメントの返礼品は少なく競合相手がいない

全国に知らせることができて、地域の人たちを健康にできる

課題：ターゲットが限られてくること

感想：菌の研究を重ねて作られた製品なので、効果がとてもあるのだろうなと思いました。サプリメント商品は少なく、希少性があるので、健康志向の方などに求められる商品だと思います。

合資会社「C社」様

学生①

(商品) 木彫り表札

55,000円で寄付額は20万ほど。機械よりも手作りで人の温かみのある商品を提供している。全国で注文があり、今までは長方形が主流であったが、近年は正方形が人気になっている。注文から配送までは2週間。屋久杉による「命名札」という商品もあるが、在庫に限りがある。

(課題)

寄付額を20万にしてしまうと高所得者の独身貴族でないといけなくなってしまう。→上限額の問題で厳しい？(上限を超えた場合は自己負担)
お客様とネットでのやり取りが可能かどうか。

(感想)

実際に木彫り表札を見て、思っていた以上に美しいと感じました。一生に一度かもしれない買い物にふさわしいと言えるほどの商品だと思います。お客様とのやり取りができるかどうかにかかわっていたところを見て、本当に町田だけでなくすべての人々に幸せを届けようとしているという熱意を感じました。

学生②

商品：木彫り表札

56年目、木に手書きで字を書く、看板や掛け軸なども製作、ドラマやお店など様々な場面で使用されている、けやきや屋久杉などを使用、普段はお客様と3回ほど面談をしてデザインを決めている
価格55000円、寄付額20万ほど、納期はデザインが決まってから1週間ほど

課題：家の外見によっては合わないことがある。返礼品だから細かく要望を聞くのは難しい。寄付額20万は高収入の人に限られてくる。本物の木を使用しているのでもどうしても値段が高くなってしまふ。

感想：表札のサンプルを見て、字に迫力があり、とても高級感のある商品だと思いました。手間暇をかけて丁寧に作られているのだろうなと思いました。値段は高いですが、この思いのこもった表札は誰にでも喜んでもらえると思います。

「D社」様

学生①

商品：町田めぐり一筆箋・絵ハガキセット

城南信用金庫の支店でもギャラリーをやっている。

この商品は町田にしか置いていないものであり、町田に来ないと体験できないものであるのが特別感がある。日本の良き風景・景色が町田にまだ多くあり、様々な場所を散策してみるのも良い、ロマンがある。

今の町田しか知らない若い世代の方にとって地元の新たな魅力の再発見になり、自分たちの住んでいる市がさらに好きになるのではないかと思う。

⇒教育的に非常に良い

課題：

この商品の重要なポイントである景色が開拓されて無くなってきている。

町田にしかないということで、この商品が様々な方に伝わらないことがある。

食品・食材に勝つことが難しいと考えるので、いかに付加価値を付け商品価値を高められるかがカギとなる。

感想：

高尾山には八王子ルートだけでなく裏ルートの町田ルートがあることや、様々な道が点在していることを説明会の際に教えていただき、非常に興味を持ち、町田を散策してみたいと思いました。また昔の町田の風景を拝見させていただき、私の町田のイメージと異なり自然豊かで他にも様々な町田の風景を見てみたいです。私はこの町田の風景を様々な方に伝えるための力になりたいと思いました。

学生②

ターゲット：50～60代の男女

希望価格：¥3,500（納税額：¥15,000～20,000）

商品説明：今では消えてしまった町田市の原風景を後世に伝える。又当時の人に思い出してもらう商品。これを手にしてもう一度町田という街を歩いて見て欲しい。現在児童館などで使用されており子供達にもふるさとを伝えている。

課題：ふるさと納税は住民票がある市町村には納税できない。そのため市外に住んでいる元町田市民しか買わないかもしれない。町田市に関係ない人にそうやって手に取ってもらうか。価格を¥3,000にすることで納税額を¥10,000に変更する。

今回直接話を聞くことで地元企業の方々が想いをもってものづくりに励んでいることを実感した。想いのある製品をふるさと納税の返礼品とすることで納税者に町田市をさらに好きになってもらうことに繋がるのだろう。ただ返礼品の条件に合う品物を見つけ役所からの認定をもらうのは大変であることも知った。特に市内で全ての製造ラインを持つことは難しく、そこをどのように返礼品とするのか、もしくは他の商品を探すかが課題だと感じた。

「E社」株式会社様-1

学生②

商品；非接触型温度計 小型プロジェクター
ワイヤレストランスミッター&レシーバー
上記3つは一般向け商品
鉄道模型用小型パワーパックは趣味向け商品

2009年設立、原町田に拠点を置いている。商品ラインナップが非常に豊富で実績がある
⇒JR東海の車掌が使用している商品もある、またインテルと業務提携を結んでいる。
小型プロジェクターは京セラやNikonなどに販売している。

商品の計画・立案は自社で行い、製造は外部工場に委託、製品チェック・梱包は自社で行う。温度計以外は自社ブランド⇒付加価値を付けて販売。協力工場も多くある

課題：

販売価格が高い商品が多いため納税者は高額所得者に限られてくる。
ふるさと納税の規則によると、発注がないと作れないということで、在庫があればすぐに発送が可能であるが、在庫がない場合は納品までに時間がかかる場合がある。
ふるさと納税で人気の食の商品以外にも目を向けてもらうためにこの商品の凄さを知ってもらうための何かしらの工夫が必要である。

感想：

小型プロジェクターを目の前で見ると個人的に欲しいなと感じました。プロジェクターといえば大きいイメージがあり、小型であれば持ち運びもできるのでとても魅力的だなと感じました。とても魅力のある製品が多くあり、次にどのような製品が誕生するののかも楽しみです。商品を実演して紹介されていた際、商品に対しての思いや熱意というものがしっかりと伝わってきました。

学生②

商品名①：鉄道模型パワーパック
希望価格：¥13,200

商品説明：鉄道模型のスイッチ。従来のスイッチと違い「小型」なため持ち歩きが可能で出先でも模型を走らせることが可能。また電源はバッテリー等からもってることができる。設計から組み立てまで自社で行っている。

課題：生産台数が少ないため在庫が無い。そのため納税の度に作らなければならない納期も1ヶ月要する。
生産台数が増えれば他社工場へ受注（返礼品の条件に引っかかるおそれ有り）

フラットーク株式会社 様 - 2

<前頁からの続き>

商品名②：小型プロジェクター

希望価格：¥28,600

商品説明：スマホやタブレットの画面を映し出す小型のプロジェクター。コード要らずのワイヤレス可。法人向けにも需要があり運動クラブなどでも使われている。

課題：納税額が高額になる。高収入の納税者に受けるか否か。

商品名③：ワイヤレストランスミッター&レシーバー

希望価格：¥28,600

商品説明：スマホの画面をケーブル無しでテレビに繋ぐことができる。

課題：②と同上

商品名④：非接触型温度計

希望価格：¥5,500

商品説明：コロナウイルスの流行に伴い需要が高まった非接触型の体温計。1秒で正確な体温を測ることができる。本社ではマニュアルや設計を行っている。

課題：製造ラインは県外と輸入品（返礼品の条件に引っかかるおそれ有り）

町田市で行っている販売・梱包等が付加価値と認められるか。

今回直接話を聞くことで地元企業の方々が想いをもってものづくりに励んでいることを実感した。想いのある製品をふるさと納税の返礼品とすることで納税者に町田市をさらに好きになってもらうことに繋がるのだろう。ただ返礼品の条件に合う品物を見つけ役所からの認定をもらうのは大変であることも知った。特に市内で全ての製造ラインを持つことは難しく、そこをどのように返礼品とするのか、もしくは他の商品を探すかが課題だと感じた。

株式会社「F社」様

学生①

商品：商品F

オゾン発生器→脱臭・除臭が主であるがウイルスの除菌も可能であり、現在の状況下では需要はある。また、ほぼメンテナンスはいらないため使い勝手が良い。長時間使用しても濃度が上がらず、オゾンが発生させても最終的には酸素に戻るため、安全で有人空間での使用が可能である。今までにも大きな事故や死亡事故の報告はなし。大きな会議室だと脱臭に少し時間がかかるが、6畳ぐらいであると1秒で脱臭が可能。東海大学病院で使用しており実績がある。

組み立て：神奈川県平塚 基盤づくり：静岡県

マーケティング・説明書類；町田市内

課題：

商品価格が143,000円であり、寄付額にすると50万になるので年収2000万の高額所得者が必要になる。

主要な部分が町田市内で作られていないので、ふるさと納税に出品するとなると工場の移転などが必要になってくる。

感想：

コロナ禍には必須な製品であると感じました。値段だけを見た際は正直高いのではと感じましたが、製品の性能内容や安全性を聞き妥当な値段であることが分かりました。様々な施設に設置していただきたい商品であると感じました。

学生②

商品名：商品F

希望価格：¥143,000（納税額¥500,000）

商品説明：オゾン消臭機。消臭がメインではあるが、ウイルスの抑制効果もあり。し尿の臭いを消すことができる。オゾンをお.06ppm以下に抑えることで人体への影響は無い。使い方によって換気が必要 1台で6～10畳をカバーすることができる。フィルターが無いので500時間に1回拭くだけでお手入れが完了する。

課題：必要納税額が高額（年収2,000万以上が対象）。

ターゲットへの訴求が必要だろう。

広い部屋は1台ではカバーできない。

今回直接話を聞くことで地元企業の方々が思いをもってものづくりに励んでいることを実感した。思いのある製品をふるさと納税の返礼品とすることで納税者に町田市をさらに好きになってもらうことに繋がるのだろう。ただ返礼品の条件に合う品物を見つけ役所からの認定をもらうのは大変であることも知った。特に市内で全ての製造ラインを持つことは難しく、そこをどのように返礼品とするのか、もしくは他の商品を探すかが課題だと感じた。

株式会社「G社」様

学生①

商品：虫よけアイスタオル

現在は感染症のイメージが大きいですが、実は蚊による感染症も多い。アウトドアの人気により虫との接点が多くなってきている。マダニも増えてきていて、虫感染症予防ニーズが高まっている。

このアイスタオルは、虫よけ・猛暑対策・抗ウイルスに対応ができる。

メインは虫よけ向けであるが、虫よけ向けであると購入者が業者など一部に限られてしまっていたが、猛暑向けで押し出すことで幅広い方に認知してもらえるようになった。

このタオルには、スイスのHeiq社のViroblockと呼ばれる繊維製品の抗ウイルス・抗菌処理方法が使用されており、ウイルスを防ぐことが可能になった。

町田ゼルビアとのコラボタオルを作り、販売している

課題：

町田市との接点が町田ゼルビアとのコラボタオルだけであり、ふるさと納税に出品するのは難しい。（海外で製造）

感想：

この商品のお話を聞いた際に、ほぼ毎日畑仕事をしている祖父祖母にプレゼントしたいと思いました。外で仕事をする方にはぴったりの商品であると感じました。冷感だけでなく虫よけ、ウイルス対応と多くの機能があり、夏に必須の商品であると感じました。保温機能がある虫よけタオルもあれば一年中外での仕事が快適になると感じました。町田ゼルビアとのコラボのように他にも様々なところとコラボしていくことでさらなる認知アップに繋がるのではないかと考えます。

学生②

商品名：虫よけアイスタオル

希望価格：¥1,980

商品説明：近年増えている蚊やそれによる感染症のリスクを下げる虫よけ商品。生地に虫よけ成分を配合しているため洗っても効果が持続。また助剤としてスイスのHeiq社のviroblockによる抗ウイルス加工済み。新型コロナウイルスにも有効性が認められている。安全保障協会による災害推奨品にも認定されている。また繊維にキシリトール成分も配合しているため猛暑対策としても効果的。冷感タオルとしても布マスクとしても利用可能。

課題：本社で企画販売等は行っているが、製造ラインは市内にない

（返礼品の条件に引っかかるおそれ有り）

ゼルビアとのコラボも行っておりそれが街への付加価値と判断されるか否か

今回直接話を聞くことで地元企業の方々が想いをもってものづくりに励んでいることを実感した。想いのある製品をふるさと納税の返礼品とすることで納税者に町田市をさらに好きになってもらうことに繋がるのだろう。ただ返礼品の条件に合う品物を見つけ役所からの認定をもらうのは大変であることも知った。特に市内で全ての製造ラインを持つことは難しく、そこをどのように返礼品とするのか、もしくは他の商品を探すかが課題だと感じた。

有限会社「H社」様

学生①

商品：商品H（キャンプ用タープ）

本町田、製作はいろんな所でしている、企画デザイン設計などを行う
3サイズ展開、Lサイズは29900円、寄付額10万（Lサイズ）

課題：サイズをひとつに絞れるか

感想：私はキャンプをしたことがないので、最初はタープが何なのか分かりませんでした。しかし、最近はソロキャンプが流行っているようなので、キャンプが好きな人には良いのではと思いました。キャンプ以外にも防災など他にも用途があれば、幅広く使ってもらえるのではないかと思います。

学生②

（商品）商品H

19,800～29,700円で、寄付額は一番高いもので10万。

本町田にあり、製造はさまざまな場所で行っている。町田では企画デザインなどを行う。

ナショナルブランドをそのまま使うのではなく、その地域の名前やキャラクターを入れるという発想。「町田発祥のブランド」を確立させるという野望がある。サイズを3つから選べる。寄付額を10万円に設定してサイズを選べるようにするか、サイズを1つに絞って価格を変更するか。

（課題）

サイズや価格をどう設定するか。

商品自体はとても魅力的で良いものだが、「町田感」が少し薄いように感じた。

（感想）

キャンプをしたことがなくどういうものかあまり知らなかったのですが、説明を聞いてキャンプに興味を湧きました。家でもキャンプができるようなおうちキャンプだったり防災用であったりのような用途があると使う人の幅も広がるのかなと思いました。