

佐世保市は長崎県北部に位置する。周辺海域の「九十九島」は西海国立公園に指定され、ハウステンボスや通販大手「ジャパネットたかた」の本社がある。近年はふるさと納税制度を魅力ある地場特産品のマーケティングにつなげている。2017年度上期、同制度では前年同期比50%増となる約8億円の寄付が集まっている。

その佐世保市は10月24日に同市のJAさせぼホールで事業者のブランディング能力を高めるセミナーを開催。上野流通戦略研究所(大阪市中区)の上野祐子代表が「ふるさと納税を活用した特産品ブランディング」と題して講演した。

以下、講演の内容を紹介する。



西海国立公園「九十九島」は豊かな漁場である

佐世保市 ふるさと納税セミナー

ふるさと納税活用し 佐世保ファン創出へ

最初に、ふるさと納税制度の課題を整理しましょう。返礼品目当てで自治体への興味は薄いとケルメタタロクのような単純な競争に陥っていることが挙げられます。東京都や都庁の自治体では税収が減り、永続性が保証された制度でもありません。

事業者の方はふるさと納税というプラットフォームを生かして次のステップへ進むことができれば制度は成功と言えるでしょう。ただ制度に頼りすぎるのではなく、自前の販売チャンネルを構築し、制度が続くであろう今後数年の間に確実に選ばれる努力が必要です。

幸いふるさと納税は事業者の商販知識を向上させることにつながります。返礼品を通じて佐世保に接点のない人を掘り起こし、佐世保ファンを創出できるチャンスです。佐世保がふるさと以外の佐世保の特徴を聞いて七つも八つもキーワードが出る人は少ないですね。今後は、市の価値を高め、リピーターを増やすことが求められます。



佐世保市ふるさと納税のカタログ

売れ筋製品の磨き上げと新商品の発掘

では、何から取り組めばいいかが問題です。私は商品構成の再編集だと思います。具体的には既存の売れ筋商品のブラッシュアップ。そして埋もれている商品を新たに発掘すること。佐世保のブランド価値を高めるため、従来と異なる切り口が大切です。

11月と12月は最も寄付が集中する時期です。年末に向けて思わぬ頼み手となる魅力的な商品を作るためにはテーマ設定も重要です。例えば、漁師飯や地域独自の郷土料理(例「新しい食べ方」を提案してくれる佐世保市)や健康・美容を軸にする(例「お肌」)も考えられます。

テーマ設定では、個人だけでなく複数の事業者で協議会を構成してブランド化を提案してもいいですね。幅が広がります。フェイスブックやツイッターなどの会員制交流サイト(SNS)を利用するのも手です。返礼品を

受け取った人たちが交流する仕組みをつくることで、取り寄せや旅行につながります。商品企画で大切なのは寄付者の属性に合わせ、どんな提案が可能か考えることです。単身者やファミリー世代などターゲットによって商品企画は変わってきます。他者への贈り物なのか自分自身への褒美なのかで提案方法も変わります。佐世保独自の食べ方レシピを提案することも重要です。飲食店やニューの商品化や特産野菜の調理法など、素材が同じでも他の返礼品と区別できます。

ブランド戦略で世界に発信

これから事業者の方はふるさと納税を接点として販促促進に注力していただきたいです。その上で忘れてはいけないのがネーミングを含めたブランド戦略です。現在、自分にプレゼントするパーソナルギフトや身内贈り物をするカジュアルギフトの市場が活況です。これを狙わない手はありません。

単なる商品名で売出すよりも「天人のごちそう」のようなネーミングだったら興味が増えます。ブランドの仕組みをつくる上では、ネーミングが始めの年代です。なごみのあるブランドは親子の世代に引き継がれます。その仕掛けづくりが今なんです。

ブランド戦略を進める自治体を二つ紹介します。三重県伊賀市は忍者の町として有名です。伊賀市は「IGAMONO」の名前で魅力ある産品を集めて販売しています。商品価値を高めるデザインは英国人デザイナーに依頼。「IGAMONO」ブランドを世界へ発信しようと多くの企業が手を組み協力しています。

ブランドを持つことは連帯感を形成し多様な商品を生み出すチャンスとなります。一つのテーマでくれば、新たな流通チャネルをつくりやすくなります。今後は店頭での販売が減りネットショッピングが増えるでしょう。ふるさと納税のプラットフォームを通じてお客さんを増やすノウハウを蓄積する必要があります。

量を求めるのではなく、良い物を少し欲しいと値を重視する人が増えています。返礼品合戦となれば販売価格を下げ、結果として売



選ばれる製品に必要なことを講演する上野祐子代表

上野を減らすような勝負は必要ありません。地域が発展するために必要なことは何か。それは稼いだものを地域に投資することです。雇用が増え社会生活に貢献できます。ふるさと納税を積極的に展開し再投資しなければなりません。ネットワークをつくり切磋琢磨し稼働力に変えていけるか。地域のもをを活用し収益を高めることが重要です。この制度を通じてより良い方向へ向かってほしいと思います。

事業者からの質問続々

事業者A「黒ニンニクを生産しています。さまざまな工夫を凝らしていますが、さらに販売量を増やすことが目標です。」

上野「黒ニンニクがおおいって体にはいいことを訴求しましょう。そのために栄養価や機能性を調べて、全国にある黒ニンニクと比較します。それが売りにになります。またパッケージデザインを工夫することで、少量でもおしゃれに販売できます。在庫が残り商品廃棄することも少なくなるでしょう。」

事業者B「地域独自のブランドづくりが重要というお話がありました。佐世保ブランド」

上野「私は鹿児島出身で以前にも佐世保を訪れたことがあります。こうして事業者の方を前にすると物腰が柔らかく親しみやすい印象を受けます。佐世保には水産品や車道文化、焼き物などがあります。佐世保らしさを前面に出したものをキャッチフレーズで打ち出してほしいです。」

本日も地域で採れた魚を扱う朝市に立ち寄りました。魚文化のイメージが先行して、肉文化が知られていないことがもったいないです。佐世保は素晴らしい素材があり恵まれています。新しい調理法などを提案するのもありだと思います。



佐世保市はジャンボにんにくの産地化に取り組んでいる

