

# ふるさと納税制度のさらなる活用

事業着手	2017年11月
完了(供用開始)	継続

作成課	経営改善課
関係課	学校教育課、その他関係課

番号	事業名(地区名) 担当課	実施項目	概要	2019												2020												2021												2022												
				4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	
①	ふるさと犬山 応援寄附金 経営改善課	効果的なPR手法の検討 (その1)	・PR媒体の作成	準備	作成	2019年8月実現																																														
②	ふるさと犬山 応援寄附金 経営改善課	効果的なPR手法の検討 (その2)	・子育て世帯をターゲットとしてPR媒体を発信 (子育て世帯向け雑誌、SNS広告など)	準備	雑誌、新聞折込情報紙等(4業者)実施			予算化、効果検証					準備	雑誌、SNS広告等(4業者)実施			予算化、効果検証					準備	雑誌、SNS広告等(3業者)実施			予算化、効果検証																										
③	ふるさと犬山 応援寄附金 経営改善課	効果的なPR手法の検討 (その3)	・PR媒体を高速道路サービスエリアに設置 (NEXCO中日本)	準備	実施			予算化、効果検証					準備	実施			予算化、効果検証					準備	実施			予算化、効果検証																										
④	ふるさと犬山 応援寄附金 経営改善課	効果的なPR手法の検討 (その4)	・申込ポータルサイト(楽天ふるさと納税)内で 広告実施 (トップページ広告、メルマガ配信、検索連 動広告など)																									準備	実施			予算化、効果検証																				
⑤	ふるさと犬山 応援寄附金 経営改善課	PR手法の見直し	・②～④の効果検証 ・その他の手法の検討(旅行雑誌、カタログ 雑誌、観光パンフレットなど)													効果検証、その他の手法 予算化			準備	実施			予算化、効果 検証					準備	実施			予算化、 効果検証																				
⑥	ふるさと犬山 応援寄附金 経営改善課 その他関係課	返礼品開発	・地場産品 ・行政課題の解決に直結する品 ・ガバメントクラウドファンディング	業者等打ち合わせ												需要、社会性、話題性など考慮し、見直し及び新規ラインナップを随時検討												単価契約、ラインナップ																								
⑦	ふるさと犬山 応援寄附金 学校教育課	教職員による広告宣伝	・校長会等を通じた働きかけ ・周知、案内の対象や手法の検討																									実施						実施						手法を検討しながら推進												
⑧	ふるさと犬山 応援寄附金 経営改善課	寄附件数増加の検討	・申込ポータルサイトの増設 (R2.9月～さとふる、R3.4月～ふるなび)													準備						実施						実施						継続(新規サイト増設の検討)																		
⑨																2020年9月実現 (さとふる)						2021年4月実現 (ふるなび)																														
⑩																																																				

### 備考

- ・地方税法改正(平成31年4月1日)により、総務省がふるさと納税対象団体を指定する新たな仕組みを創設。総務省が定める各種「適正募集基準」に同意し申出することで指定される。
- ・各種基準の中のひとつとして「返礼品等を強調した宣伝広告を行わないこと」とされているため、全国各市町村の動向を見極めながらPRをする必要がある。
- ・各種基準を遵守しない自治体は、指定自治体から外されるため、令和元年6月1日以降は、寄附をしても税優遇を受けられなくなるため、事実上、寄附が無くなるという仕組みである。

