

---

# リピーター獲得ツール 「自治体様ふるさと納税 カタログ作成業務」 提案書

株式会社デイリー・インフォメーション  
担当 江田剛

# 目次

P.02	はじめに・目次
P.03	会社概要
P.04	弊社の強み
P.05	実績業務・類似業務
P.06	パンフレット作成の目的
P.07	ふるさと納税の現状
P.08	提案における考え方とコンセプト
P.09	パンフレットの活用と期待できる効果
P.10	パンフレット提案のポイント①②
P.12	台割と校正案
P.13	ビジュアルイメージ①②③④
P.17	実施スケジュールと体制図
P.18	パンフレット完成後の展望

はじめに



この度、ご提案の機会を頂きありがとうございます。  
ふるさと納税は、税収の増加だけでなく、  
**雇用・移住・企業の意欲向上**にもつながる大きな事業です。  
自治体様のふるさと納税をフックに、寄付者にファンになっ  
てもらい、訪問から、移住まで繋げられるファンづくりの  
きっかけという位置付けで本パンフレットのご提案を  
させていただきます。

## 観光プロモーションのリーディングカンパニー

観光情報取り扱い日本一

地域活性企画No.1

全国観光エリア完全カバー

**DAILY INFORMATION  
ADVERTISEMENT AGENT  
CORPORATE PHILOSOPHY**

[ motivation × 旅 ]

1990年DACグループ観光広告部門として設立。札幌、仙台、名古屋、大阪、福岡に拠点をもち、全国展開の観光プロモーションを手がけています。

業務内容としては全国の観光情報誌を取り扱っており、中でもJTBBブリッシング発行の「るるぶFREE」シリーズの札幌、函館、仙台、ロマンスカー箱根小田原、など年間33誌は当社が編集・制作・広告集稿まで全てを行っています。また、自社メディア「旅モニ（WEB）」の企画・運営、「厳選いい宿（TV）」の制作などを中心として、4マスインタラクティブメディアを活用した市町村の観光誘客や宿、飲食店の集客・販促プロモーションを企画・立案しています。



### 観光産業の価値創造企業

デイリー・インフォメーショングループは、観光産業に関わる全てのお客様の課題を解決すべく、研究・開発を日々行っております。急速に変化を続ける観光ニーズやライフスタイル、観光に関わる全てが目まぐるしい動きを見せる昨今、これまでの経験に加え更に新しい発想と実現させる行動力が不可欠となります。エリア担当制による地域活性化事業の強化やインバウンド事業（訪日外国人向けプロモーション）の確立など、私たちの強みを更に活かし、国内問わず、世界に向けて日本の素晴らしさを発信し、日本活性化を目指します。

### COMMUNICATION

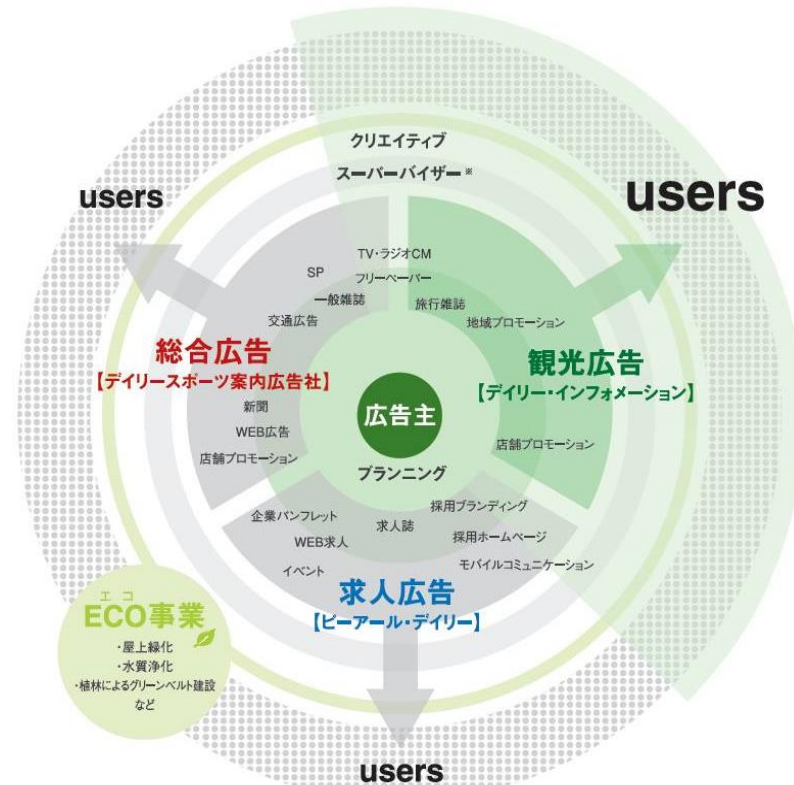
企業と生活者を“旅”というきっかけを通じてコミュニケーションの場を提供。企業と生活者の“絆作り”を目指します。

### INTERACTIVE

お客様からの一方通行のアプローチではなく、生活者の“声”を取り込んだ、双方向からのコミュニケーションを目指します。

### TEAMWORK

エリア、クリエイティブ、マーケット分析のスペシャリストが集結。このプロジェクトのチームワークがお客様の課題を解決します。



# 弊社の強み

弊社(株)デイリー・インフォメーションは、観光広告のリーディングカンパニーと自負しております。  
特に、観光フリーペーパー（以降FP）のパイオニアとして「るるぶFREEシリーズ」を手がけ  
地域活性化や観光産業における誘客等の豊富な実績があります。



## 観光ソリューション

観光産業に関わる、クライアント総数30,000件以上の実績

数多くのペーパーメディアを手がけ、  
流通や協賛、スポンサー、メディアを活かした  
仕組み作り等をトータル的にプロデュース。  
誘引誘客の実績豊富なプロフェッショナル  
チームです。

## クリエイティブ

るるぶFREE33シリーズ全62誌を企画から印刷まで  
ワンストップ・プロデュース

るるぶFREEシリーズを始め、  
旅行専門誌や名産品PRのクリエイティブを  
担っており、短期間でも確実なノウハウを  
もって対応します。

## ふるさと納税

ふるさと納税のプロモーション実績

ふるさと納税の知識を有した  
営業担当がサポート致します。

- ターゲットと市場ニーズに合わせたデザインと、配本エリアや手法を考慮した発行実績。
- あらゆる媒体社と取引を持ち、オリジナルの旅MOOKやフリーペーパー等の発行実績を持つ

## ■ 観光パスポート制作業務

- 発注先：栃木県産業労働観光部 観光交流課様
- 受託期間：2014年・2015年
- 概要：栃木県内の広域周遊性・滞在性向上を目的としたプロモーションを実施。マルチデバイス対応のキャンペーンサイトも展開。観光パスポート・ガイドブック・公式HP・ポスターなどの制作から、雑誌やWEBでのPRを実施。



## ■ るるぶFREEシリーズの発行

- 概要：観光客が、観光地（現地）で手にすることができる観光フリーマガジン。北は札幌・函館、南は沖縄まで、**全国33エリア版**を発行し、1年間で1000万人近い観光客の旅行バイブルとして利用されています。クライアント集稿・制作・デザイン・流通管理まで一括して執り行っています。



## ■ 観光ガイドブック制作業務

- 発注先：広島県観光連盟様
- 受託期間：2015年3月～
- 概要：30～40代の女性をターゲットに、県外流通の「広島県へ来訪を動機づけるガイドブック」を作成。弊社自社メディア「旅モニ」を活用し、広島旅行経験者の生の声を「口コミ」として掲載。



## ■ 富士五湖周辺観光ガイドブック

- 発注先：富士急行バス株式会社
- 受託期間：2013年～2015年
- 概要：富士急系列のバスシートポケットや高速バスターミナルに設置された、富士五湖方面の観光客のためのフリーマガジン。クーポンチケットとして有用性に優れた、利便性の良さなどを追及し、年3回の発行。





# パンフレット作成の目的

## ■市場の動き

- 平成27年度の税制改正で控除限度額の変更からメディアでの取り上げが増え人気が高まった。
- 返礼品に満足した自治体の特産品「注目したくなった」3割。特産品の購入意欲が高まるだけでなく「観光に行きたくなった」3割と産業振興にもつながっている。（日経消費インサイト2015.3）
- ふるさと納税の認知度も高まり、首都圏の交通広告で目にする機会が増えた。ふるさと納税をきっかけに市町村の名前や場所を知るとい自治体のPRの在り方に変化が見られた。
- 1700以上の市町村がふるさと納税に取り組んでおり、差別化が難しい。

**今年の他自治体の取り組みを参考に各市町村のプロモーション強化が予測**

そこで

自治体様のふるさと納税を**選択させるための差別化**が必要です！！

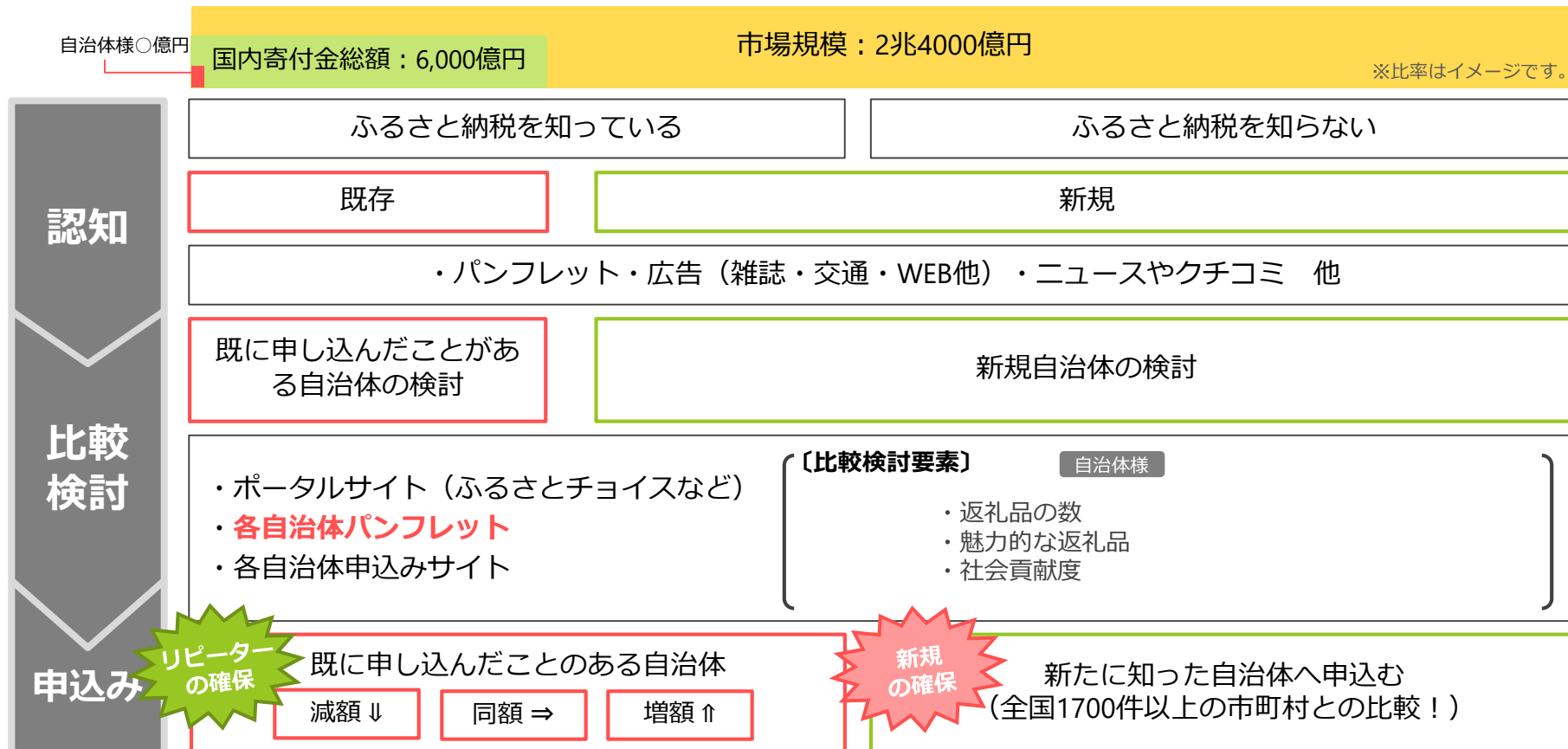
〔検討段階での自治体様ふるさと納税の差別化要素〕

- ① ポータルサイト内での比較 ⇒ 返礼品の数で接触回数を一定レベルで確保(課題は在庫確保)
- ② 他自治体のパンフレットの比較 ⇒ **勝負所です！！**
- ③ 広告・メディアへの露出の多さ ⇒ 首都圏への認知度UP...新しい戦略を。  
(接触回数)

**他自治体のパンフレットとの比較競争に勝てるか!!!**  
が重要です。

# ふるさと納税の現状

## ■ふるさと納税の流れ



## リピーターの確保と新規獲得が重要なポイントだと言えます!!

増収を図るためには、①昨年寄付者が継続して同額寄付 ②昨年の寄付者が増額寄附 ③新規寄付者を集める、この3つの手法が一般的です。①②の既存客は、アプローチする個人が特定できている為非常に効率が良く、寄付の可能性が高いのは言うまでもありません。昨年の寄付者に同額以上の寄付を促進することを目指しましょう。また、大きな市場の中で新規の獲得も極めて重要です。新規へのアプローチを強化し、パンフレットを目にしてもらう機会の増加を目指しましょう。

# 提案における考え方とコンセプト

## パンフレット作成の目的

- ①他自治体との差別化。魅力発信と、深い理解を図りリピーターの確保から、自治体様ファンへ。
- ②お中元・お歳暮・企業版ふるさと納税という新たな展開の情報発信。市場開拓のツールとしての活用！
- ③自治体様ファンを増やし、食の機会から、観光・イベントへの来訪、移住、雇用創出へと繋げる機会を創出！

## パンフレットコンセプト

### 地方創生ふるさと納税から知名度・販路促進を目指す自治体様 お中元・お歳暮・企業版ふるさと納税対応パンフレット

ふるさと納税者  
ターゲット



- 自治体様の過去のふるさと納税者
- 賢いお金のやりくりに興味関心の高い方
- 十分に収入のある、社会的に一定の地位のある方
- 既にふるさと納税に興味があり、引き続きふるさと納税を活用したい方々
- 観光・イベントに興味があり、出かける予定がある方々



# パンフレットの活用と期待できる効果

価値のあるパンフレットを作成すれば、あらゆる場所で広告塔としてひとり歩きしてもらえる可能性もある重要なコミュニケーションツールになります。以下のような様々なシーンでの活用が期待されます。また、手元に残しておくことに価値を感じてもらえれば、長期コミュニケーションが期待できます。

## 〔一般層〕

### リピーター(既存客)への送付

来年度の取り組みや、首長からの感謝の想いが込められたパンフレットの送付により、前年UPの重要なターゲットです。知名度UP・商品購入や、観光地来訪、居留意欲などにもよい影響を与えます。

### 新規客より資料請求に対する送付

資料請求のあった際に、本パンフレットの発送。より理解を深め、購入意欲を高めます。

### お中元・お歳暮市場参入

自分のための返礼商品の受け取りから、贈り物としての新しい目的での需要喚起します。  
贈り物として、返礼品を届けるだけでなく、地域の〇〇に貢献しているという付加価値を添えて届けられるので、他の贈り物との差別化に。

※新規客を増やすために、コンタクトポイントを増やす必要があります。パンフレットを手にしてもらう機会を増加のご提案は別途させていただきます。

## 〔企業・メディア〕

### メディア関係者へ

ふるさと納税の特集や自治体の選別に、テレビ・ラジオ・雑誌などのマスコミ関係者への分かりやすい説明ツールとして活用。

### 取引企業・誘致企業へ

つながりのある企業、新規関係企業等へ配布。個人の新規寄付者増加に繋がります。  
また市内企業に対しては、市の魅力や取り組みの理解を高め愛着度を高めます。

### メディアでの同梱PR

プロモーションの一貫として、雑誌やメディアへの同梱配布が可能です（別途御見積）ターゲットをセグメントし自宅に確実に届けるなどのメリットが豊富です。

### 他、自治体様イベント・市町のPRイベント・同窓会などの配布

# パンフレット提案のポイント①

パンフレット制作に於いて、以下内容を踏まえページ構成をご提案致します。

## ビジュアル 写真クオリティと印象



ターゲットは、日頃から高級感のあるデザインを目にする機会が多く、パンフレットのデザインは自治体様の印象を大きく左右します。百貨店やデパートのパンフレットをイメージさせるようなビジュアルを目指し、シズル感のある撮影写真を使用します。  
※撮影費別途料金がかかります。

**高級感・シズル感**

## 市長・市民が考える 自治体様の未来



自治体様が、ふるさと納税に取り組む背景や、市民が考える自治体様の未来、まちづくりへのビジョンに対して寄付者の理解を深めます。また、市町や自治体職員、市民の顔が見えることで、他自治体との差別化を図ります。

**共感・親近感**

## 寄付金の使い道 と感謝



寄付の使途の満足度は、寄付の使途が「明確」「選べる」ことで高まります。政策自体が寄付を集める大きなきっかけに。貢献意欲や満足度を高めるために、経過や感謝、未来をきちんと掲示します。

**信頼・貢献意欲**

※写真撮影は、重要度の高いものを厳選して行います。基本的に食欲をそそるシズル感のあるお写真を使う為に、パッケージに入った商品も食べる商品がイメージできるようにお写真にいたします。

※「シズル感」とは、食欲や購買意欲を刺激するような食品の活きの良さや瑞々しさといった「おいしそうな感じ」のこと。五感を刺激するような感覚。

## パンフレット提案のポイント②

### 返礼品数と 品目の魅力



返礼品の内容と返礼品数は、ふるさと納税に於いて一番重要視される項目です。生産者の顔や、地元の方の紹介を加えることで更に商品の魅力を伝えます。

期待

### お中元・お歳暮 企業版ふるさと納税



お中元やお歳暮などの贈り物市場を獲得する機会に。市の対応や贈り物として喜ばれるポイントを掲載。また、28年度より開始となる企業版ふるさと納税への対応を掲載。他自治体の動きより先駆けてパンフレットに。

新規事業

### 返礼品を利用した レシピ掲載



返礼品の商品数だけを謳うのではなく、食材の美味しさを引き出すレシピを複数掲載することで、長期保存を促し、複数のレシピを楽しむ為にリピート購入や納税に繋がります。

活用性・保存性

# 台割と校正案 (仮案になります。参考にして下さい)

想定在台割をご提案いたします。他自治体との差別化を図るポイントを随所に盛り込み組み立てております。

■ 具体的返礼品紹介ページ ■ その他紹介ページ ☺ 他自治体との差別化ページ

<div>自治体返礼品紹介</div> <div></div> <div>109</div>	<div>納税の使い道</div> <div><table><tr><td>使途目的</td><td>寄付金の使い道と感謝</td></tr></table></div> <div>87</div>	使途目的	寄付金の使い道と感謝	<div>自治体様のの想い</div> <div></div> <div>65</div>	<div>ふるさと納税の説明</div> <div><p>ふるさと納税って何？</p></div> <div>43</div>	<div>自治体様の紹介</div> <div><p>自治体様の魅力紹介</p></div> <div>21</div>	<div><table><tr><td>表紙</td><td>お中元・お歳暮・企業版ふるさと納税の対応・詳細</td></tr></table></div> <div>表紙表4</div>	表紙	お中元・お歳暮・企業版ふるさと納税の対応・詳細
使途目的	寄付金の使い道と感謝								
表紙	お中元・お歳暮・企業版ふるさと納税の対応・詳細								
<p>自治体様の返礼品の中で大注目となる品についてインパクトのある写真で目を惹かせ、作りの思いや魅力や特徴に触れます。</p>	<p>寄付金の使途を具体的に一例を掲載し、安心感を伝える。 他、使い道を項目ごとに紹介。</p> <p>使途目的を明示し貢献意欲を高めます。</p>	<p><u>地元生産者から見る住んでる自治体様の紹介</u> 生産者の仕事や想いのほか、土地・歴史・子育てなど暮らしやすい街に触れる。</p> <p><u>自治体様のTOPが語るビジョンや想い</u> 地元の産業に絡め、ふるさと納税への考えも触れてもらおう。</p>	<p>ふるさと納税の概要、納税方法。 27年度の税制改正で利用しやすくなったポイントを掲載。</p> <p>・年収別の控除額・寄付金額の表 ・企業版ふるさと納税 ・お中元/お歳暮での利用 など</p>	<p>自治体様の魅力を発信し、商品購入・観光意欲を高めます。 町・歴史・食と様々な魅力がある街。地名や、立地、観光要素にも触れて紹介。</p>	<p>お中元・お歳暮・企業版ふるさと納税という要素が伝わるデザインに。高級感のあるデザインで返礼品の魅力などの要素を盛り込む</p> <p>納税のしやすさを表記 ・クレジットカード ・年度寄付回数 ・配達指定 ・問い合わせ先 など</p>				
<div>地元人が教えるレシピ</div> <div></div> <div>2221</div>	<div>地域観光と返礼品</div> <div></div> <div>2019</div>	<div>ベストセクション・定期便</div> <div><table><tr><td>プレミアムセット紹介</td><td>定期便紹介 季節のおすすめカレンダー</td></tr></table></div> <div>1817</div>	プレミアムセット紹介	定期便紹介 季節のおすすめカレンダー	<div>自治体礼品</div> <div><p>1ページの中で5〜6品目掲載。 (14〜16ページで約20品目安)</p></div> <div>1615</div>	<div>自治体返礼品の紹介</div> <div></div> <div>1413</div>	<div>自治体の返礼品</div> <div></div> <div>1211</div>		
プレミアムセット紹介	定期便紹介 季節のおすすめカレンダー								
<p>地元人が教える、地元レシピや地元有名な飲食店を紹介いただく。 ・地元食材を地元人のレシピで紹介。掲載できる品目に限りがある為、クックパッドに随時更新し、サイトに誘導も図る。</p>	<p>観光紹介と魅力的な返礼品多数。それらをピックアップして掲載。</p> <p>1ページの中で2〜3品目掲載。 (19〜20ページで約6品目)</p>	<p>高額だが、お得感のあるプレミアム商品をピックアップ。プレミアムスペシャルの追加メニューも付けて、注目度を高める。</p> <p>固定ファンを獲得するため毎月発送の定期便紹介。季節カレンダーで旬な商品を紹介し、通年でのワクワク感を醸成します。</p>		<p>1Pを裁ち切りのお写真で、シズル感のあるお写真を使用。</p> <p>魅力ある写真で紹介します。</p>	<p>1ページの中で5〜6品目掲載。 (10〜12ページで約20品目安)</p>				



# ビジュアルイメージ①

5-6ページ  
自治体様の紹介ページ

自治体様TOPと、地元の方（生産者）の顔を出して想いを発信します。  
顔が見えることで、自治体様に対する安心感と親近感が沸き共感へと繋がります。



(写真と内容はイメージです)

—地元の方の想い—

—TOPが語る自治体様—

## ビジュアルイメージ②

9-10ページ  
自治体様返礼品ページ

自治体様を代表する魅力の返礼品をしっかりと伝え、具体的返礼品を紹介します。  
シズル感のあるお写真を1枚裁ち落として仕様することで印象を残します。

**Q** 水のようにスイスイ飲める白は?

**A** 一瓶に品種でコレとは言えませんが、酸や果実味が軽やかで、香りもあまり濃くない。残念なところを選べば間違いない。もちろん水っぽい(＝薄い)訳ではないので、飲み過ぎには注意。

**1** キリッとした酸、酸っぱい白が苦手なんだけど。

**A** 昔よく聞くお悩みですが、とはいえずインはブドウのお肌。酸味がつきもの。ただ、酸が適度な量のもや、酸を上回る果実味、酸と果実のバランス、"好きな酸味"を見つけたら、きっと大に大はなす。

**4** 手頃な価格の飲みやすい泡モノは何?

**A** ジャンパーニュ以外にも、美味しくて、しかも値段も手頃な泡モノはたくさんあります。そこでおすすめは、コスパが良く、果実にあふれる泡モノ。ガス圧も強くない飲みやすい一本を、普段の家飲みにも適しています。

**3** 「樽香パッチリ」以外のシャルドネはあるの?

**A** シャルドネ＝樽香、というイメージを払拭するような、樽香の香りが、酸がしっかりと、果実の酸みたっぷり (樽による濃厚さではない) といった、概念を覆すシャルドネ100%をご案内します。

**Q** 1~8 これらの対応ワインは次のページで

**5** 2日目、3日目、一週間でも楽しめる白は?

**A** ワインそのものの造りがしっかりしているものは、翌日以降の味わいに変わった表情がどんどん出てきて、さらに面白くなるものもたくさん。今回選んだワインは、そのどれもが翌日もイケるので、試してみるのも一興。

**6** 普段の家飲みにぴったりの白は?

**A** 家飲み、家ご飯となると、前菜メインなどと順を追って料理が出てくる訳ではないので、料理の邪魔をしない、料理に寄り添う といったキーワードが大事。あとはコスパの良さも見逃しません。

**7** 肉にもイケる白ってある?

**A** 肉は肉でも、豚肉や鶏、魚などの白身系肉には、特に白ワインは合います。なかでも、ボリュームがあり、旨みのエキスが凝縮した白ならば、赤以上の相性の良さに衝撃を受けるはず! 食事を白1本で進捗時にこの手がオススメ。

**8** 「白らしくない」白ってある?

**A** 質問の意味自体、イメージできない人もいますよね。(笑)。白の中には、目をつむって飲むと白か赤かわからないものがあるんです。白で赤を受けた人は、次回はチェック!

**今飲みたい白の新定番は?**

「イマドキすぎる、旨み系」が気分です。

(写真と内容はイメージです)

### ■掲載返礼品の選定の考え方

- ① 昨年の返礼品の中でランキングが上位の品
- ② 在庫が通年ある品
- ③ 人気の高額返礼品
- ④ 寄付金額別紹介
- ⑤ 関連返礼品は5～6品目の中に付属で掲載する。

※前年度のデータに基づいて選定させていただきますので、データの提供等ご協力お願い致します。その他、強めたい品など自治体様と教示の上決定いたします。



19-20ページ  
自治体様観光紹介・返礼品ページ

[illegible]

COPYRIGHT2021 Daily Information .All Rights Reserved



21-22ページ  
自治体様の紹介ページ

# スイーツセクシオン

**味わわなくちゃモッタイナイ!**

山梨県の魅力のひとつといえば、やっぱりフルーツ。  
フルーツ王国だから、地元で採った新鮮なフルーツを贅沢に使って、  
スイーツがたっくさん! ぜひ食べようべし!

**G ピーチ  
パフェ**  
800円

ももで作った器の中にアイスを生クリームが入っているユニークなパフェ。皮からまで、練れたてのももを存分に堪能できる。

**A 桃とさくら  
夏のパフェ**  
1000円

もも種の中にあたたかなパフェ。真夏最後のももまんじゅうに似たパフェは、練れたてならではの贅沢な味わい。

**B ストロベリー  
クリーム  
シャンデー**  
1026円

華やかな盛り付けのパフェは、まるでケーキに花が咲いたように、さすがにイチゴとオリナルフレッシュクリームとの相性がバツグン!

**パフェ**  
せうかうろ寝れたて  
新鮮なフルーツは  
生のままで!

**D 葡萄  
パフェ**  
1296円

旬の果物だけを使ったフルーツパフェ。上から下まで黒肉がギッシリ詰まった糖パフェは7~8月の醍醐味。

**E 季節の  
フルーツ  
パフェ**  
600円

旬のフルーツをたっぷり使った人気ナンバーワンパフェ。その数種類のいちばんおいしいフルーツを堪能して、季節は次のパフェへ。

**C 桃の家 cafe ラベスカ**  
〒353-22-0899 0553-22-0899  
TEL 0553-22-0899 FAX 0553-22-0899  
営業時間 月～土曜 10:00～18:00 (日・祝祭日は要予約)  
営業時間 月～土曜 10:00～18:00 (日・祝祭日は要予約)  
営業時間 月～土曜 10:00～18:00 (日・祝祭日は要予約)

**D ケーキハウスミサワ**  
〒412-01-3302 0120-41-3302  
TEL 0120-41-3302 FAX 0120-41-3302  
営業時間 月～土曜 10:00～20:00  
営業時間 月～土曜 10:00～20:00 (日・祝祭日は要予約)  
営業時間 月～土曜 10:00～20:00 (日・祝祭日は要予約)

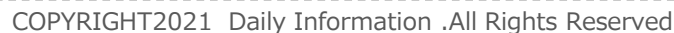
**E Peach cafe ながこ**  
〒353-22-0899 0553-22-0899  
TEL 0553-22-0899 FAX 0553-22-0899  
営業時間 月～土曜 10:00～18:00 (日・祝祭日は要予約)  
営業時間 月～土曜 10:00～18:00 (日・祝祭日は要予約)  
営業時間 月～土曜 10:00～18:00 (日・祝祭日は要予約)

**スイーツ  
食べられる  
シャビュージョー!**

(写真と内容はイメージです)

■スケジュール (例) 約2ヶ月~3ヶ月の制作期間が必要です

※変更の場合がございますのでご了承ください。



# さいごに：パンフレット完成後の展望

パンフレットの制作だけでなく、パンフレットのコンタクトポイントを増やすことで効果を拡大することが可能です。  
日常生活や観光というシーンを含めたトータルプロモーションで消費者と複数のコンタクトポイントを確認することにより、  
地方創生事業における、ひと・まち・しごとの移住・雇用・観光の課題解決にも、繋がれると考えられます。  
弊社では、完成後のトータルプロモーションを見据えたパンフレット制作をお手伝いさせていただきます。

## ■コミュニケーションツール



日常で目にする情報で  
再度認知を高める

広告を目にして、  
パンフレットを請求

## ■日常生活

広告（雑誌・交通・ニュース他）  
※プロモーションのサポートを致します



観光客・イベント客の  
増加による地域活性化

現地来訪後、広告で再度  
認知(意識が自然と向く)

## ■現地・観光

自治体様来訪者に対し、現地で  
の周遊のサポートが可能です



パンフレットをきっかけに、イベント・観光へ来訪し、現地での消費

観光地で、ふるさと納税の存在を認知し、パンフレット資料請求／現地で手にする

各ポイントで統一の（高級感を感じさせる）ビジュアル展開をすること  
で、自治体様の地域ブランド力の向上をサポートします!!