



ふるさと納税から始める 財源を生み出し循環する岐阜市 への道

グループ[3]

教育委員会	國井
市民協働生活部	藤井（彩）
危機管理部	柴田
財政部	丸尾
十六総合研究所	乙部
岐阜大学	藤井（美）

本日のアジェンダ

1

はじめに

2

「ふるさと納税3.0」とは

3

ふるさと納税戦略課の創設

4

展望

はじめに

岐阜市の「未来への投資」

教育・子育て支援

- 不登校対策
- 女子短期大学の男女共学・四大化
- 義務教育学校の開校
- 放課後児童クラブの充実強化
- 保育所の民営化

まちづくり・産業振興

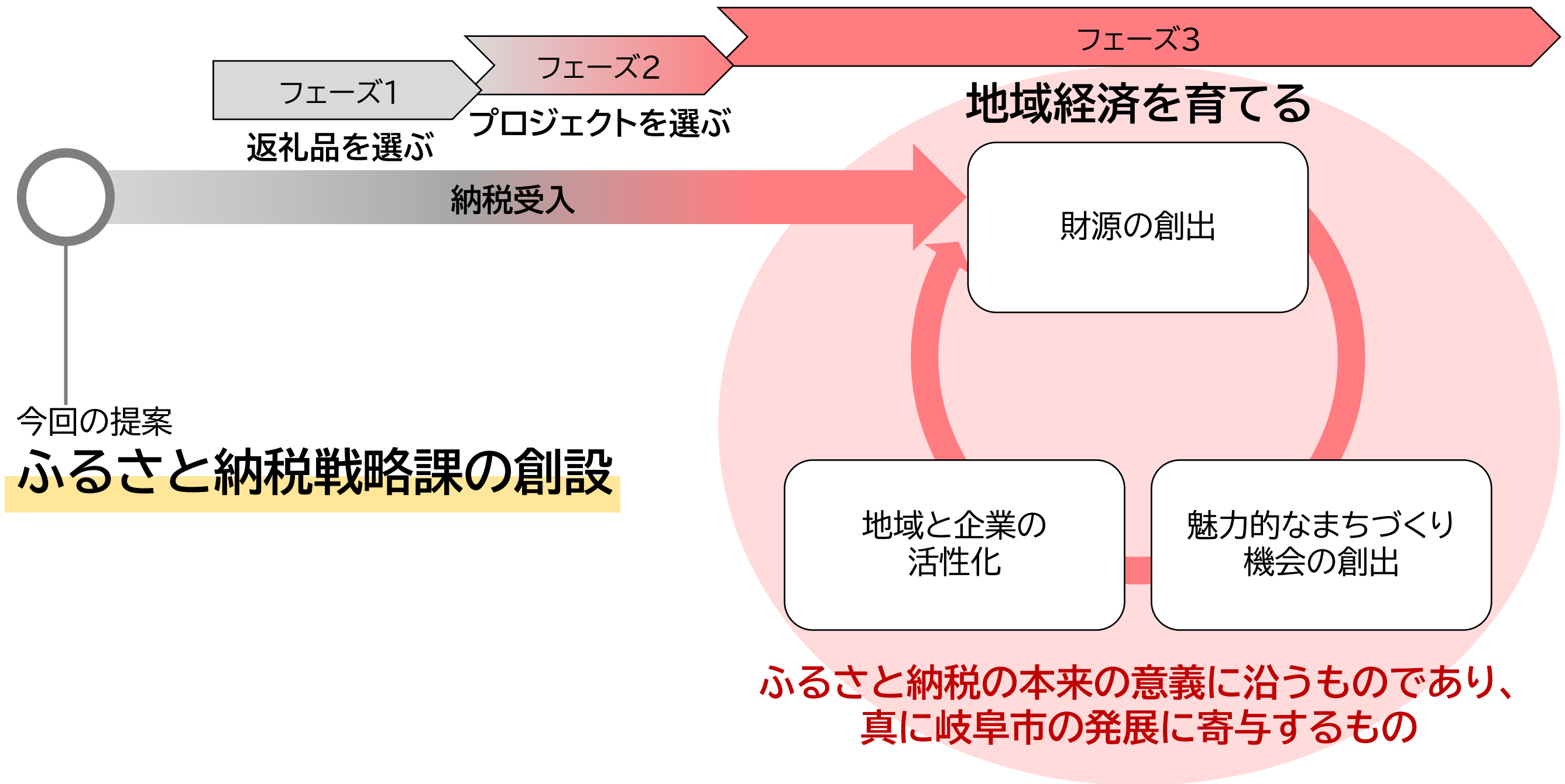
- センターゾーンにおける官民連携まちづくり
- ものづくり産業等集積地計画のさらなる推進
- ワークダイバーシティの推進
- スタートアップ支援
- 史跡岐阜城跡整備基本計画の事業の推進

健康・福祉・医療

- 超高齢社会の課題解決
- 不登校・ひきこもり・8050問題への支援
- 「寄り添う福祉」の推進
- 介護人材などの確保
- 持続可能な地域コミュニティづくり
- 空き家問題や市営住宅の有効活用

はじめに

岐阜市の3つの未来像を実現するために



「ふるさと納税3.0」とは

ふるさと納税は第3フェーズまで進化している

ふるさと納税1.0
返礼品を選ぶ

ふるさと納税2.0
プロジェクトを選ぶ

- クラウドファンディング型ふるさと納税
- 自治体直営事業

= 地域課題の解決

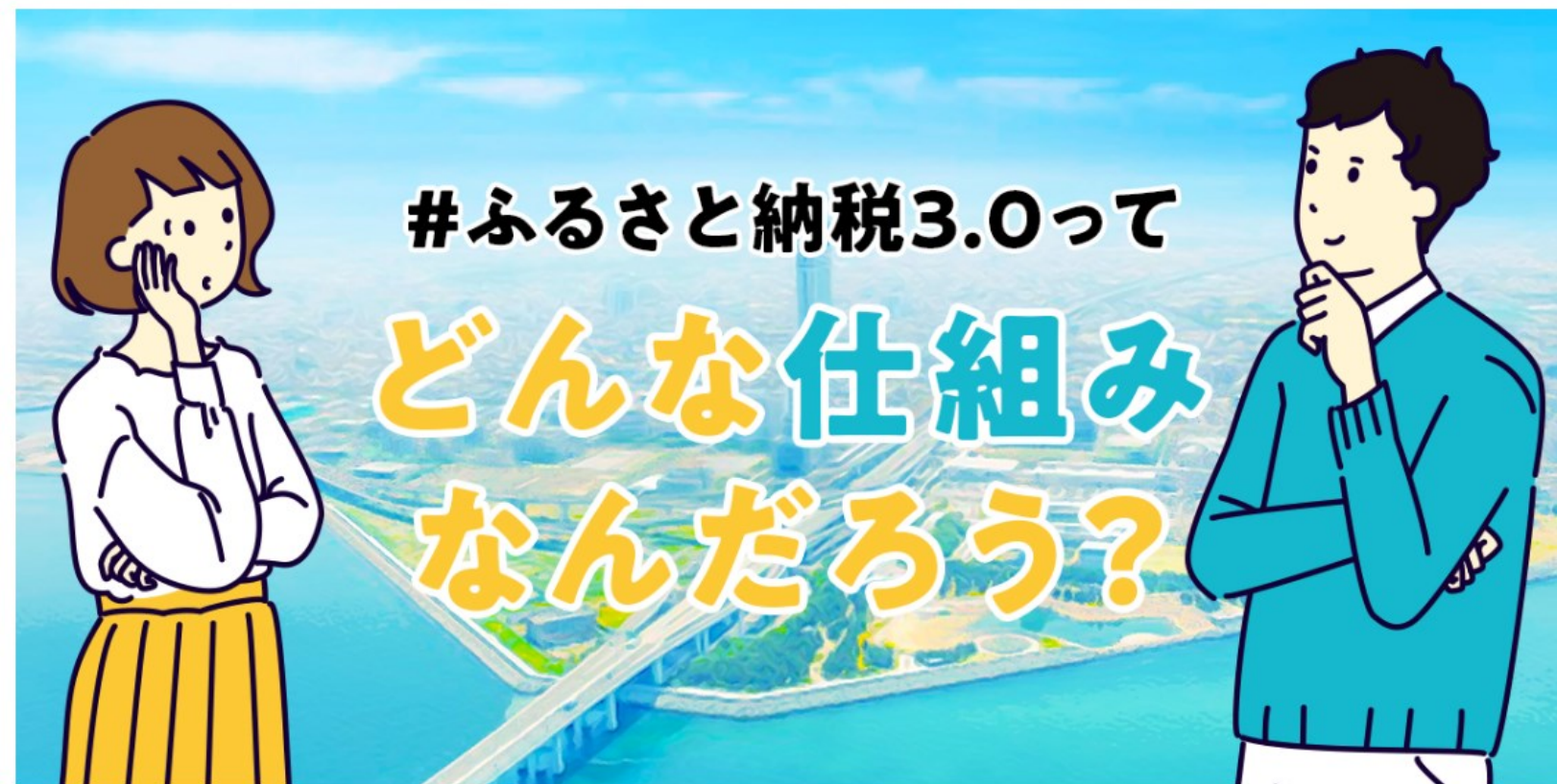
事例	◎よい点／▲懸念点
● トイレットペーパー(河村製紙) ● はちみつバター3種セット(秋田屋本店) ● リキッドアイスコーヒー(井ノ口珈琲)	◎寄附者との接点を持ちやすい ▲寄附が単発で終わる可能性もある
● 岐阜県高山市(コロナに負けるな!“飛騨牛”の聖地「飛騨高山」に観光客を呼び戻したい!) 	◎ストーリーに共感してもらうことで、寄附の機会・金額の増加につながる ◎直接、地域課題の解決につながる ◎地域を応援する本来のふるさと納税の趣旨に合致する ▲「点」的な課題解決であり、その先の財源創出にはつながりにくい

「ふるさと納税3.0」とは

ふるさと納税3.0

ふるさと納税3.0 = 地域経済を育てる

クラウドファンディング型ふるさと納税
(民間支援事業)(営利／非営利事業向け)

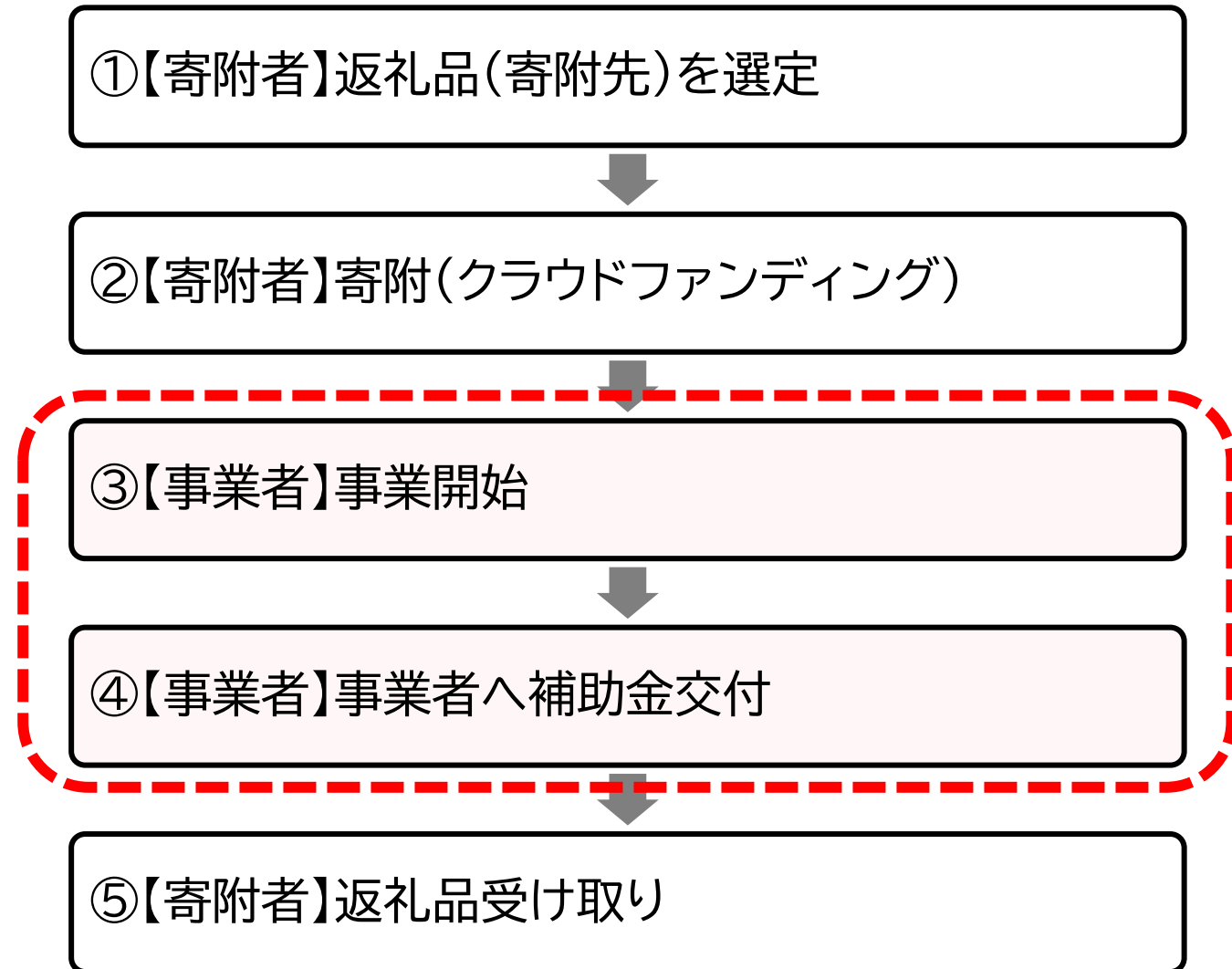


寄附者のみなさんの応援によるクラウドファンディングを活用し返礼品をご提供いただく企業や個人事業主が泉佐野市内で行う地場産品の開発や地場産品の磨き上げに向けた取り組みを支援することで、魅力的な地場産品を充実させ、寄附者のみなさんに返礼品としてお届けするという、新しいふるさと納税のカタチです。

さのちよく 泉佐野市ふるさと納税寄附サイト(<https://furusato-izumisano.jp/3/>)

「ふるさと納税3.0」とは

ふるさと納税3.0 泉佐野市(大阪府)の取組み



さのちよく 泉佐野市ふるさと納税寄附サイト
(<https://furusato-izumisano.jp/3/index.php>)

- クラウドファンディングで
新たな返礼品を生み出せる
- 返礼品を作る**企業が成長する**
新たな企業が来てくれる
- 企業が活性化し、産業振興などの
経済効果が期待できる

➤ **財源を創出できる**

「ふるさと納税3.0」とは

ふるさと納税3.0 泉佐野市(大阪府)の取組み

↓補助金制度活用事業者インタビュー

事業化決定に、社内で特別チームを編成。今までにないブルワリーを泉佐野に創る！

(Q) エンタメ要素を兼ね備えたブルワリーを泉佐野市に創るというideaはどうやって生まれたのですか？

(清水) この施設を単なる工場ではなく、隣接する公園も含めて訪れる方が楽しむことができる施設にできないか？という相談を泉佐野市側からいただきました。そこで自社の事業領域を「ビールを中心としたエンターテインメント事業」と定義している弊社ならではのユニークな施設を実現しようと考えました。コンセプトや具体的なプランの詳細はまだお伝えできないのですが、ありきたりなビール醸造機能だけの施設ではない新しい「体験型ブルワリー」として、クラフトビールの気軽な飲用体験や印象的な見学体験など様々な楽しみ方について社内プロジェクトメンバーもワクワクしながら考えているところです。



補助金で設備投資から急成長！さらに社員の士気も向上



#ふるさと納税3.0で起業の夢を実現！



#ふるさと納税3.0で小さなお店が起きた奇跡



#ふるさと納税3.0で機械化し、“人”で愛情を込めた野菜をつくる



その情熱こそが#ふるさと納税3.0の真髄



新たな扉を開く福祉と味わいのコラボレーション泉佐野プロジェクト

2025年06月04日～2025年12月31日

あと129日

現在の寄附金額 9,233,500円

43%

目標金額 21,075,000円



養鰻場新設 & 水産物ブランド最大化プロジェクト

2025年06月04日～2025年12月31日

あと129日

現在の寄附金額 354,565,000円

40%

目標金額 874,543,233円



もっとおいもの魅力を広めよう! プロジェクト ~地域の声に応え、地域貢献から全国へ~

2025年07月15日～2025年12月31日

あと129日

事業化決定!さらに募集中!

現在の寄附金額 1,951,500円

157%

目標金額 1,241,250円



もっと早く え〜品をみんなに届けるんやプロジェクト

2025年06月27日～2025年12月31日

あと129日

現在の寄附金額 4,123,000円

26%

目標金額 15,285,763円



「ヤッホーブルーイング大阪醸造所 よなよなビアライズ」創造プロジェクト クラフトビールを楽しめるエンターテインメント性を兼ね備えた体感型ブルワリーがついに着工！

2025年04月01日～2026年03月31日

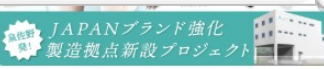
あと219日

事業化決定!さらに募集中!

現在の寄附金額 516,694,000円

172%

目標金額 300,000,000円



泉佐野発！JAPANブランド強化 製造拠点新設プロジェクト ~想像を超える創造を。期待を超える活動を泉佐野より届けたい!~

2024年08月20日～2025年12月31日

あと129日

事業化決定!さらに募集中!

現在の寄附金額 752,168,000円

132%

目標金額 566,838,233円

さのちよく 泉佐野市ふるさと納税寄附サイト(<https://furusato-izumisano.jp/3/index.php>)

ふるさとと納税戦略課の創設

✓ 岐阜市役所の現状(現場に確認したこと)

庁内の**複数の課にまたがって業務を行っている...**

中間業者や返礼品事業者とのやりとりは、**実務担当者を中心にCP係で行っている...**

人員がタイトで**返礼品の選定やPRイベントへの参加ができない...**

現在の体制で**一人ひとり精一杯取り組んでいる...**

✓ ふるさと納税戦略課を創設することで



- ふるさと納税に取り組む**時間が生まれる**
- ふるさと納税に関する**アイデアが生まれる**
- ふるさと納税に**専念できる！**

➡ **結果にコミットする**

ふるさと納税への取り組みはマスト
人員を割いて取り組む必要がある

ふるさと納税戦略課の創設

- なぜ「ふるさと納税戦略課」が必要なのか
- ▶ 結果を出している市町村は、人員配置・体制整備をして本気で取り組んでいるから

岐阜県寄附受入額ランキング(2024年度)			担当部署	+ α
1位	関市	51億8942万2400円	◎ 市長公室企画広報課 関市ふるさと納税サポートセンター(委託)	特設サイト https://furusato-seki.com/
2位	可児市	35億 537万9331円	○ 可児市ふるさと納税サポート室 シフトプラス(委託)	—
3位	高山市	32億9953万3900円	◎ ブランド戦略課ふるさと納税担当 高山市ふるさと納税サポートセンター(委託)	—
4位	飛騨市	14億4912万3122円	○ 企画部ふるさと応援課	特設ページ https://www.city.hida.gifu.jp/soshiki/9/328.html
5位	下呂市	12億7526万3000円	○ 商工課 ふるさと納税担当	—

● 「岐阜県寄附受入額ランキング(2024年度)」は日本経済新聞「ふるさと納税のリアル 全市区町村の実質収支マップ」に基づく。
(<https://vdata.nikkei.com/newsgraphics/hometown-tax-donation-trends-map/>)

● 特設サイトとは、当該市町村のふるさと納税のページ等ではなく、独立したwebサイトのことを指す。当該市町村のホームページから切り離すことでレイアウトやテイストを変えることができ、より訴求効果を発揮しやすい。

ふるさと納税戦略課の創設

中核市寄附受入額ランキング(2024年度)			掲載数	担当部署	+ α
1位	宮崎市 (宮崎県)	132億4325万 124円	1,139件	◎ 都市戦略課ふるさと納税推進係 (行政機構図に記載あり)	特設サイト https://www.city.miyazaki.miyazaki.jp/furusato/
2位	甲府市 (山梨県)	74億1596万4765円	1,831件	○ 産業総室ふるさと納税課ふるさと納税係 (行政機構図に記載あり) プラス株式会社 委託	—
3位	山形市 (山形県)	47億1748万7524円	2,017件	◎ 商工観光部ブランド戦略課 ふるさと納税推進係 (行政機構図に記載あり)	特設サイト https://www.furusato-yamagata.jp/
4位	旭川市 (北海道)	36億9916万6529円	2,040件	◎ 行財政改革推進部行政改革課(ふるさと納税担当)	特設サイト https://www.asahikawa-furusato.com/
5位	下関市 (山口県)	26億3550万1949円	1,290件	○ 総合政策部企画課 ふるさとしものせき応援寄附金係	—
...	...	...	...	...	...
49位	岐阜市	2億8641万23円	915件	市長公室広報広聴課 スチームシップ 委託	—

引用
● 総務省 ふるさと納税ポータルサイト (https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/080430_2_kojin.html)
● ふるさちョイスサイト (<https://www.furusato-tax.jp/?srsltid=AfmBOoq268mvve6o rYbphThBdLN2tUEW9aFZRjMznC bg -XZ92iNpo>)

ふるさとと納税戦略課の創設

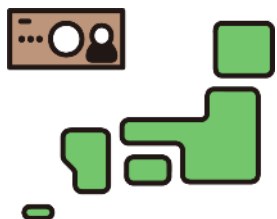
ふるさとと納税戦略課のミッション

▶ 単なる物売りが目的ではない。ふるさとと納税の意義を理解し、4つの柱を実行していく

ふるさとと納税の意義

- 第一に、**納税者が寄附先を選択する制度**であり、選択するからこそ、**その使われ方を考えるきっかけとなる制度**であること。
それは、税に対する意識が高まり、納税の大切さを自分ごととしてとらえる貴重な機会になります。
- 第二に、生まれ故郷はもちろん、**お世話になった地域**に、これから**応援したい地域へも力になれる制度**であること。
それは、人を育て、自然を守る、地方の環境を育む支援になります。
- 第三に、**自治体が国民に取組**をアピールすることでふるさとと納税を呼びかけ、自治体間の競争が進むこと。
それは、選んでもらうに相応しい、**地域のあり方をあらためて考えるきっかけ**へとつながります。

①財源の確保



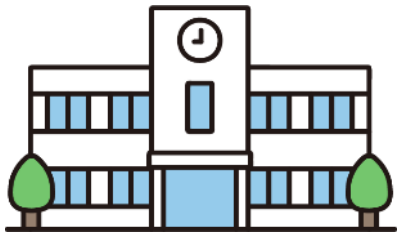
何よりもまずは
寄附額を増加させる

②産業振興



ふるさとと納税を通じて
地場産業を盛り上げる

③寄附の使い道(使途)



集めた寄附金で
地域をよりよくしていく

④ファンづくり



寄附者との関係性も
構築していく

ふるさと納税戦略課の創設

ふるさと納税戦略課が取り組むこと(短期)

※ は岐阜市で実施していない業務

主な日常業務リスト(外部委託しない場合)

①寄附受付処理	□ 礼状・納品書作成、封入、送付	⑧既存事業者・返礼品対応	□ 既存返礼品の内容調整 □ 写真撮影等、返礼品ページ改善に向けた取り組み □ その他情報(メルマガ、新着情報)追加	⑬ワンストップ特例申請書受付	□ 受付処理 □ 申請書の保管 □ 申請書チェック □ 修正入力 □ 読み合わせ
②寄附者情報管理	□ 住所変更対応			⑭寄附者からの問い合わせ対応	□ 問い合わせへの随時対応(返礼品の発送状況、ワンストップ申請の受付状況、寄附上限額等の問い合わせが多い) □ 返礼品事業者との対応調査
③各種証明書発行業務	□ 寄附金受領証明書、ワンストップ特例申請書の発行及び郵送	⑨新規事業者開拓・採用	□ 事業者説明会 □ 参加促進チラシ作成、配布 □ 個別での事業内容説明、ヒアリング □ 提案書作成補助 □ 個人情報保護の取り決め □ 納税状況の確認	⑮プロモーション	□ 寄附者向けふるさと納税情報誌定期発行 □ 寄附者向けメール配信 □ 特設サイト・SNS等を活用した情報発信 □ 新聞折り込み・Web広告の実施 □ ポータルサイト実施企画への参加 □ ポータルサイト特集記事の作成
④返礼品事業者発注・配送管理	□ 配送伝票発行指示 □ 返礼品発注リスト作成、各事業者へメール(FAX) □ 住所変更対応 □ 伝票未発行対応 □ 配送漏れの確認 □ 定期的に配送内容の確認	⑩新規返礼品登録	□ 各ポータルサイトへの登録 □ ふるさと納税管理サイトへの登録 □ 写真撮影、取材 □ サイト記事作成	⑯その他	□ 返礼品基準該当確認(随時) □ 返礼品、ポータルサイト手数料・送料予算管理 □ 寄附者向け市内ツアー実施 □ ふるさと納税型クラウドファンディング実施 □ 楽器寄附ふるさと納税管理 □ 事業者との先進地視察
⑤返礼品事業者への支払業務	□ 請求書受取 □ 管理システムとの突合 □ 伝票処理	⑪新規ポータルサイト開設	□ サイト運営事業者との調整 □ 返礼品登録 □ 基本情報登録 □ ふるさと納税管理システムへの登録		
⑥支援業務委託者への支払業務	□ 各ポータルサイト(毎月) □ 各決済代行会社(毎月) □ その他事務委託(1年に1回)	⑫寄附管理システム運用	□ 返礼品、事業者情報アップデート作業 □ 新機能活用		
⑦収入処理	□ 調定票起票 □ 各サイトへの入金日入力				

埼玉県北本市の事例(黒瀬、林『自治体のふるさと納税担当になったら読む本』pp. 14-17、2023年)

ふるさとと納税戦略課の創設

ふるさとと納税戦略課が取り組むこと(短期)

ふるさとと納税担当者年間スケジュール

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
事業者対応	事業者あいさつ回り、新規事業者募集(広報誌等)		事業者訪問、事業者説明会実施					返礼品発送管理の徹底				支払い状況確認
プロモーション			ポータルサイト情報改善・更新				Web、SNSでの情報発信強化					
			寄附金の使い道報告			過去寄附者への情報誌の発送		広告掲載			寄附者向けのツアー	
事務処理	各種契約				予算要求			問い合わせ対応増加時期				
	指定納付受託者の指定・告示									ワンストップ処理		基金の設立
その他(主に国・県からの照会への対応)	寄附額調査【第4四半期】		ふるさと納税に関する現況調査	ふるさと納税指定制度に係る申請書の提出		寄附額調査【第1四半期】		寄附額調査【第2四半期】		寄附額調査【第3四半期】		

埼玉県北本市の事例(黒瀬、林『自治体のふるさと納税担当になったら読む本』pp. 18-21、2023年)

ふるさと納税戦略課の創設

ふるさと納税戦略課が取り組むこと(ふるさと納税1.0)

お礼状の刷新

「うーたん型お礼状」



お礼状は
寄附者との「継続的な関係構築」ができる
一つの架け橋

- 岐阜市の取組や思いを伝える
- 寄附のリピート率を高める
- どのデザインが届くか分からない
寄附後の体験価値の付与

返礼品のブラッシュアップ

「訳あり・規格外返礼品の追加」



寄附者は
返礼品にコスパや還元率を重視している

- 現状岐阜市の訳あり返礼品は飛騨牛を取り扱っている事業者の中で一つの事業者のみ
- 訳あり品・規格外返礼品は寄附者人気が高く、寄附額の増額が見込める

新規返礼品の開拓

「話題性を生む返礼品の開拓」



話題性を生む返礼品から
岐阜市の認知度を高め、寄附先の候補へ

- 例えば・・・
- 岐阜城へのキャスルスティの返礼品化を検討
 - 有名ブランド企業と地場産品のコラボから返礼品へ

ふるさと納税戦略課の創設

お礼状の刷新

BEFORE

岐阜市へのご寄附 ありがとうございます

この度は、岐阜市へご寄附をいただき、誠にありがとうございます。
お寄せいただいたお志は、本市のまちづくりに活用させていただきます。
今後とも、岐阜市のまちづくりを応援いただきますよう
よろしくお願い申し上げます。

岐阜市には岐阜城や鶯飼、清流長良川、温泉など
魅力が盛り沢山です。
機会がございましたら、ぜひ足をお運びください。

岐阜市長 柴橋 正直

▼▼▼▼ 岐阜市の魅力情報はコチラ！ ▼▼▼▼



プロモーションWebサイト
「エトコタント岐阜市」



プロモーションYouTubeチャンネル
「COLORS. Gifu City」

GIFU CITY 岐阜市の返礼品TOP5

1位 約6ヵ月分 約2倍速 コンパクト収納 トイレトペーパー 120ロール 100m ¥600ロール 寄附金額：12,500円 ほか	3位 ぎふ長良川花火大会応援席チケット 寄附金額：23,000円 ほか
2位 岐阜市 旅行クーポン 寄附金額：5,000円 ほか	4位 飛騨牛 寄附金額15,000円 ほか
5位 非常用トイレセット 寄附金額19,000円 ほか	

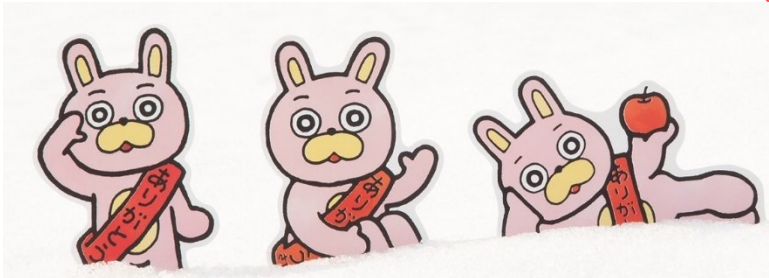
その他の岐阜市の返礼品はコチラから！

ご存知ですか？ 旅先で出来るふるさと納税
現地決済型ふるさと納税「ふるさと応援納税」

1. 旅先でふるさと納税
2. 旅先でふるさと納税
3. 旅先でふるさと納税

寄附方法
加盟店舗一覧は
コチラから！

AFTER



- 山形県朝日町
ゆるキャラ桃色ウサビのデザイン。裏面は寄附の使い道を紹介
- 山梨県富士吉田市
地元の小中学生が描いた絵や観光マップを沿えた
- 千葉県佐倉市
「日本一オトメな」お礼状を配布後、前年比約69%の寄附金額増加

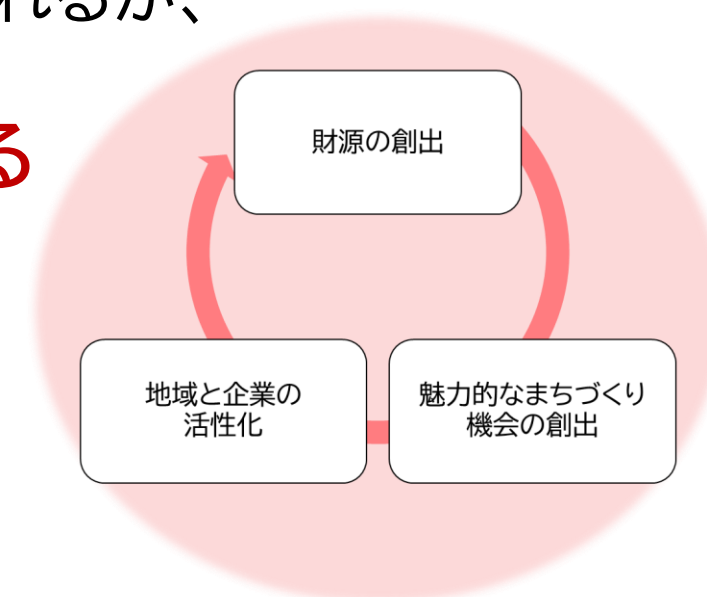


寄附だけで終わらない関係を構築

ふるさとと納税戦略課の創設

ふるさとと納税戦略 まとめ

- 未来へバトンを渡していくために、**財源を創出し循環する岐阜市**を実現する
- そのための方策の一つがふるさとと納税であり、
単なる物売りではなく**地域を育てるふるさとと納税の早期実現**をめざす
- そのファーストステップとして体制整備(**ふるさとと納税戦略課の創設**)を行い、
すぐに取り組み始める
- ふるさとと納税への取り組みは、一見すると市民以外へ働きかけることとも取れるが、
ふるさとと納税戦略課の創設はゴールではなくスタートであり、
集まった寄附金による**よりよい街づくりをとおして市民へと還元する**
のが真の目的である
- また、ふるさとと納税に取り組むことで
岐阜市に関心を持つ人びと(関係人口※)が増えたり、
魅力的なまちづくりや企業誘致(ふるさと納税3.0)をとおして
岐阜市に定住する人びとが増えたりする蓋然性がある



※関係人口とは、「移住した『定住人口』でもなく、観光に来た『交流人口』でもない、地域と多様に関わる人びとのこと」(総務省)

ふるさと納税戦略 はじめの一步

可児市は岐阜市よりも掲載数が少なく、人気ランキングのラインナップや金額も似ているにも関わらず、寄附受入額は岐阜市の約12倍もある ➡可児市にヒアリング

	岐阜市	①関市	②可児市	③高山市	④飛騨市	⑤下呂市
受入額	2億8641万円	51億8942万円	35億537万円	32億9953万円	14億4912万円	12億7526万円
掲載数	915件	2,638件	628件	2,422件	1,981件	1,148件
1位	トイレットペーパーS 12,500円	爪切り 5,000円	トイレットペーパーS 19,000円	飛騨牛カレー12袋 10,000円	石神米5キロ 10,000円	龍の瞳(米)5キロ 29,000円
2位	トイレットペーパーD 12,500円	シャープナー 6,000円	トイレットペーパーD 19,000円	飛騨牛1キロ 24,000円	こしひかり 13,000円	トマト4キロ 9,000円
3位	トイレットペーパーS 15,000円	トイレットペーパー 12,000円	トイレットペーパーS 14,000円	桃 10,000円	こしひかり定期便 78,000円	銀の朧(米)5キロ 32,000円
4位	はちみつバター雪白 14,000円	包丁・ナイフセット 20,000円	トイレットペーパーD 14,000円	桃特上 34,000円	こしひかり 10,000円	銀の朧(米)定期便 189,000円
5位	トイレットペーパーS 10,000円	トイレットペーパー 9,500円	トイレットペーパーS 17,000円	飛騨牛カレー5袋 5,000円	ラーメン 5,000円	馬瀬ひかり(米) 12,000円
6位	はちみつバター 14,000円	爪切り 5,000円	ティッシュ 21,000円	飛騨牛1キロ 23,000円	こしひかり定期便 72,000円	ドライフルーツタルト 18,000円

受入額は1万円未満切り捨て。2025年8月25日時点、ふるさとチョイス

可児市へのヒアリング 1/2

	岐阜市(グループ3)からの質問	可児市からの回答
組織体制	① 担当職員は何名配置しているか？(専任か兼任か) ② 外部委託(ポータルサイト事業者、コールセンター、発送業務など)の割合は？ ③ 組織体制を敷く前後でどんな変化があったか？(受入額、業務範囲、職員のモチベーションなど) ④ ふるさと納税サポート室はいつからあるか？ ⑤ 配置された職員のバックグラウンドは？ ⑥ 5割ルール(人件費)は？	① 1名、兼任 ② すべて委託している ③ 業務範囲は増えているが人員は現状維持 ④ 令和5年8月から ⑤ 民間企業で9年勤めた中途採用(現在2年目) ⑥ 1名兼任の人件費
寄附額・KPI管理	① 2023年と2024年を比較すると倍近く増えているのはなぜか？ ② 返礼品ごとの寄附額シェア(農産品、工芸、体験など) ③ KPI(新規寄附者数、リピーター率、平均寄附単価など)を設定しているか？	① 紙製品が人気であり注力した ② 紙製品90%、ゴルフ券3.5%、肉2.2%、工芸1% ③ 寄附額は設定している
返礼品戦略	① 返礼品数(何品目くらいあるか？) ② 特に人気の返礼品は何か？ ③ 「体験型返礼品」や「地域ブランド商品」の有無 ④ 事業者への参入支援(説明会・費用補助など)をしているか？	① 約650品目 ② 紙製品 ③ あり(ゴルフ場、食事券、ぎふワールドローズガーデン) ④ していない
広報・プロモーション	① 市独自のPR(HP、SNS、動画、イベント出展)はしているか？ ② 中日ドラゴンズとのコラボ返礼品は伸びたか？コラボ>日用品？	① SNSやイベント出展 ② 返礼品としての伸びは少なかったが、それ以外のところで事業者の販路やネットワークが広がり別の仕事につながった

可児市へのヒアリング 2/2

	岐阜市(グループ3)からの質問	可児市からの回答
寄附者対応・リピーター施策	① リピーターを意識した仕組みの中でカタログを作成した目的は？ ② 寄附者アンケートは実施しているか？	① カatalogはリピーターよりは現地イベントでの集客目的である ② していない
課題・改善点	① 可児市が感じている一番の課題は何か？ ② 返礼品の開発・物流・人材面で困っている点はあるか？ ③ 今後力を入れていきたい分野は？	① 紙製品しか売れていないので、他の返礼品の強化 ② 事業者回りをしていきたいが、人員不足のため手が回っていない ③ ゴルフ場利用券

ラインナップや金額が似ているのに、寄附受入額が岐阜市の12倍以上もあるのはなぜ？

- ・大王製紙の工場があり、可児市の紙製品、つまり特産品のファンができているから。

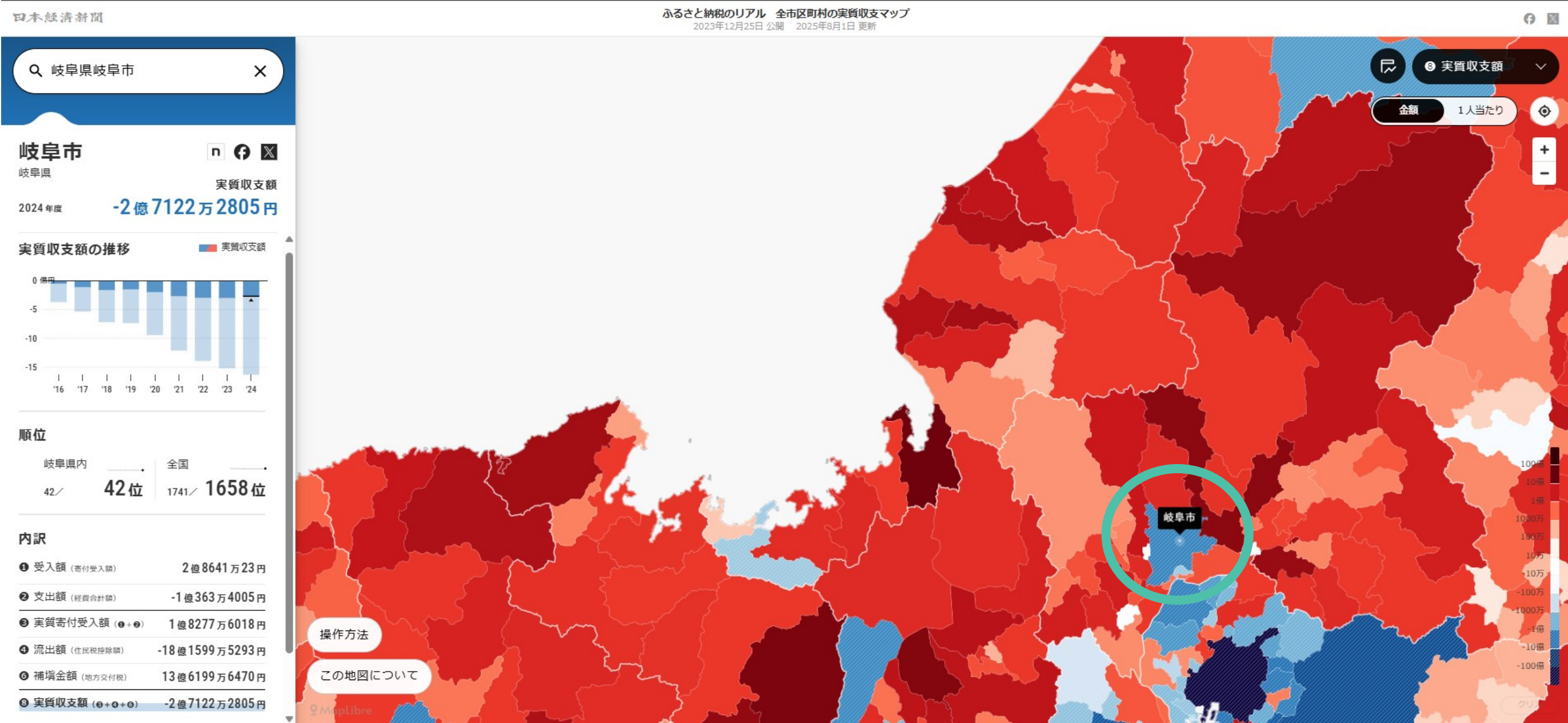
岐阜市は製造業も特産品も少ないため、可児市のようにうまくいかないのでは？

- ・岐阜市がめざすべきふるさと納税3.0では、企業誘致や特産品の創出を行う。

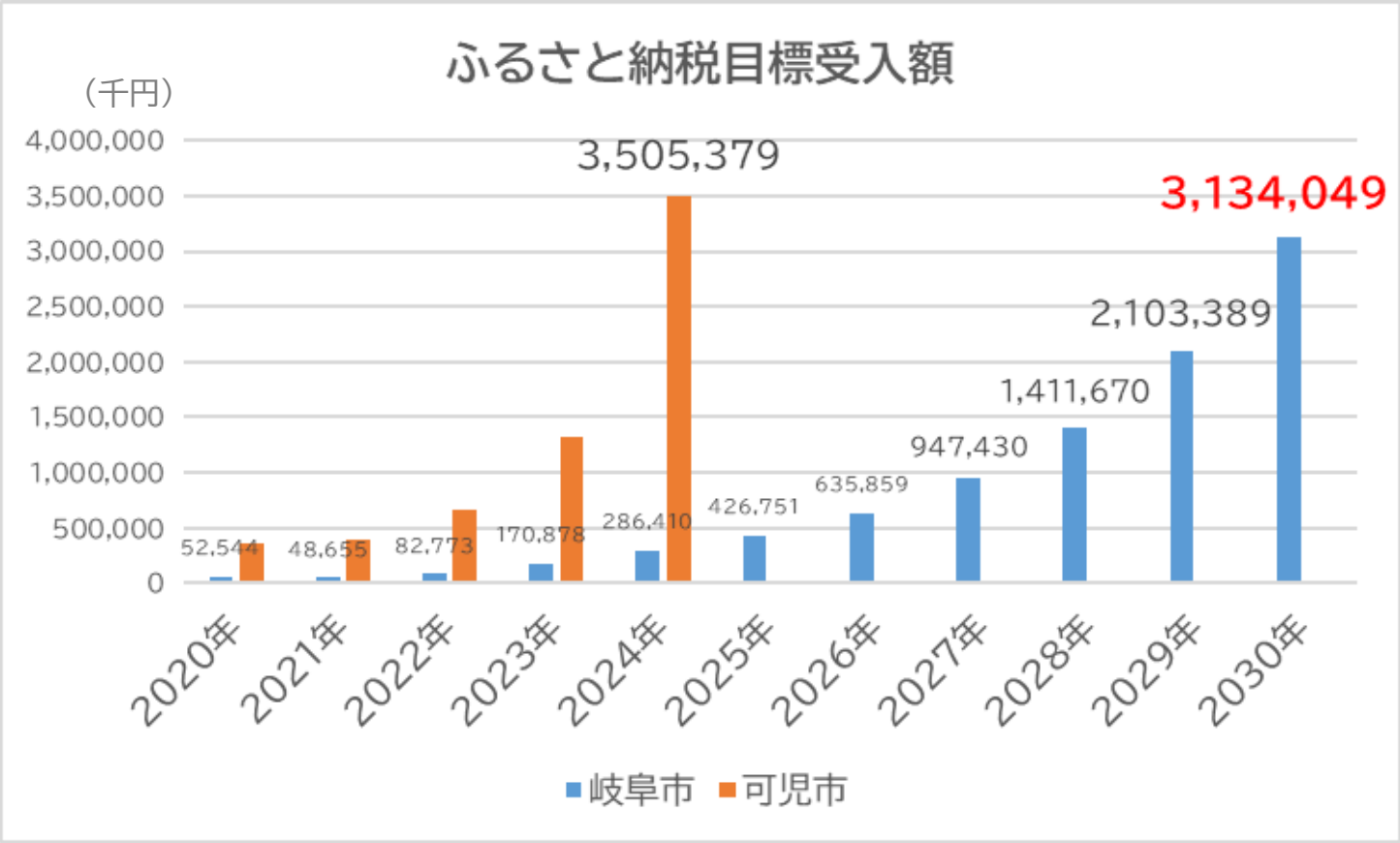
可児市は担当者一人で業務を行っている。「課」(人員配置)でなくてもいいのでは？

- ・可児市の「外部委託」「人員不足」というコメントから、ふるさと納税業務を一人で行うのは難しいことが窺える。さらに、岐阜市がめざすのはふるさと納税業務の遂行ではなく、経済循環と岐阜市の活性化。いまから組織的に取り組む必要がある。

岐阜市の現在地



ふるさと納税戦略 KPI



今期 2026年3月	【第1期】 2026年	【第2期】 2027年	【第3期】 2028年	【第4期】 2029年	【第5期】 2030年
➤ 募集や人事異動により、ふるさと納税戦略課を創設	➤ 前掲「主な日常業務リスト」も参考にしながら、実際に取り組んでみる	➤ 「主な日常業務リスト」100%遂行 ➤ 向こう3年間の戦略立案	➤ 寄附受入額14億円を達成	➤ 寄附受入額21億円を達成	➤ 寄附受入額31億円を達成

ご清聴ありがとうございました
