

観光の訴求も！

ふるさと納税

# 地域と納税者をつなぐ メディアプランニング

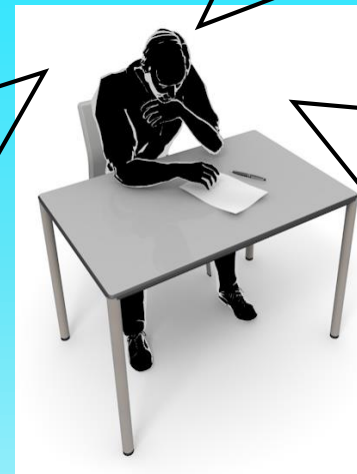
地方創生エキスポ 2019年2月27日～3月1日

2008年に始まった  
ふるさと納税。

税収を上げるために  
どうすればいいのか  
迷っている担当者様も  
多いのでは・・・？

せっかくふるさと納税の制度が始まったのに、  
うちは税収が上がらない。  
どうしたらいいのかな？

広告宣伝をやってみただけで  
まったく効果がなかった。



宣伝しなきゃいけないけど  
どんなふうに行うべきか  
まったくわからない。いろいろ  
か

そんなときは！

次のページへ



# ダイレクトマーケティングで長年の実績がある三栄広告社にお任せください！

私たち三栄広告社は70年以上に渡って、レスポンス（反響）を取るための広告に特化してきた、レスポンス広告のプロ集団です！

お客様のレスポンスを獲得するということでは  
通販の広告もふるさと納税の広告も基本は同じです。  
私たちが培ったノウハウで、ぜひ税収アップを達成してください！  
特にまだ「ふるさと納税」を利用している人が少ない  
シニア層を狙うのであれば、弊社のプランは最適です。

三栄広告社 通販連合広告

2009年 モトセレクトアワード 金賞受賞  
わがめ  
人気の4種を  
セットでお届け!  
1,980円 (税込)  
50%OFF

2018.12.14 毎日大阪夕刊  
ふるさと納税

兵庫県 新温泉町 ☎0796-82-3111  
寄付金額: 20,000円  
但馬牛  
モモじ焼き・  
しゃぶしゃぶ用  
カニもあるよ  
見てね!

ふるさと納税、まだ間に合います!  
実質2,000円で豪華な特産品をGET!!  
ワンストップ特例制度で面倒な確定申告も不要!!  
ふるさと納税 申請手順  
ふるさと納税の注目ポイント

暮れ発見  
1,980円  
2,980円  
1,780円  
1,980円

通販で「レスポンス（反響）をとる」ためには段階を踏んで  
じっくりと取り組む必要があります。  
ふるさと納税にも同じことが言えます。

役割の一つ一つが噛み合うことが成功の近道。



商品

潮流流行



認知拡大

受注体制



通販企業の広告における取組みは次のページでご紹介！

通販企業が広告で取り組んでいることはこんなこと。

メディア  
(出稿とプランニング)

- ①ターゲットの確認：男女、年齢（世代）、エリア
- ②媒体選択：テスト出稿→予算に応じて媒体拡大  
→刈り取り戦術（大規模投下）
- ③枠取り：商材に応じた原稿の大きさ  
出稿間隔の調整・面の選定（競合確認）

メディア戦略策定が必須

原稿  
(ターゲットとPDCA)

- ①原稿開発：掲載⇔反応を繰り返し検証し原稿を制作
- ②読者分析：掲載する媒体にあわせターゲットを分析（仮説）  
（顧客分析）
- ③PDCA：Plan（計画）→ Do（実行）→ Check（評価）→ Act（改善）  
繰り返し実施。  
2週間～4週間単位でミーティングを行い  
全スタッフの認識レベルを一定に保つ。  
掲載媒体、掲載枠の掲載タイミング見極める

こまめな原稿の検証と改善が必須

通販広告では、メディアと原稿は切っても切れない関係いつでも、両思いな関係が成功の近道

# 商品の成長過程を把握し的確な対応を・・・。

いま自分たちがどのフェーズにいるかを確認し、適切な対応をすることが必須。

	導入期 ブランディング	成長期 ブランドを高める	成熟期 ブランドを守る	衰退期 リブランディング
売上	低水準	急成長	維持・ピーク	低下
顧客	先駆者	初期採用者	市場全体	遅滞者
競合	少ない	増加	安定・低下	減少
返礼品	商品は多めに	人気商品に特化	返礼品見直しと 新商品テスト	新商品での プロモーション本格化

メディアを利用して  
認知拡大



ブランディング継続  
新規獲得施策



既存顧客の囲い込み  
(ダイレクメール)  
新製品の開発



新製品の広告テスト  
既存顧客を作る

## ふるさと納税利用に関するアンケート

新聞で行ったアンケート結果

(※名古屋、大阪エリアで実施) (表1)  
から30代~80代まで幅広い世代で  
利用している事が分かります。  
また、ふるさと納税を利用していない人は、  
全ての年代において6~9割以上にのぼり、  
潜在的なふるさと納税利用者へ向けた  
認知拡大や行動喚起をする事で  
税収アップに繋がる可能性があります。

ふるさと納税をしていない理由として  
「興味はあるが制度・利用の仕方が  
分からない」との回答が最も多く(表2)、  
ふるさと納税の制度や利用方法の啓発を  
行うと同時にふるさと納税の魅力のアピール  
する事で納税アップに繋がる可能性が  
あります。

ふるさと納税を利用した方がもらった  
返礼品は食品が最も多く(表3)、競合品も  
多いことから、独自の宣伝が重要である事が  
分かります。

表1 『ふるさと納税』を利用している

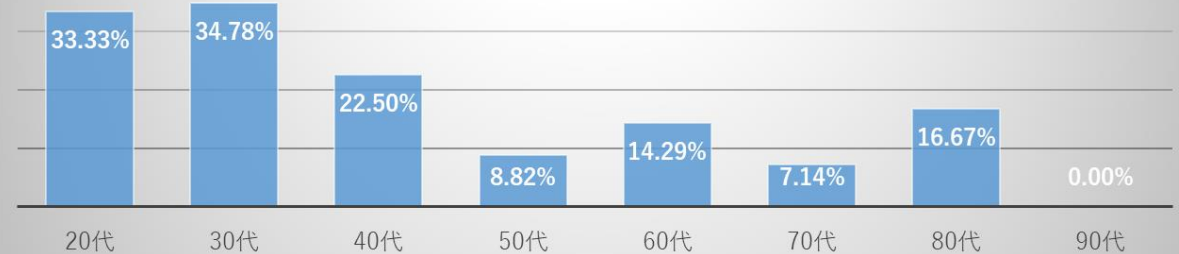


表2 「ない」と答えた方へ、利用していない理由を教えてください

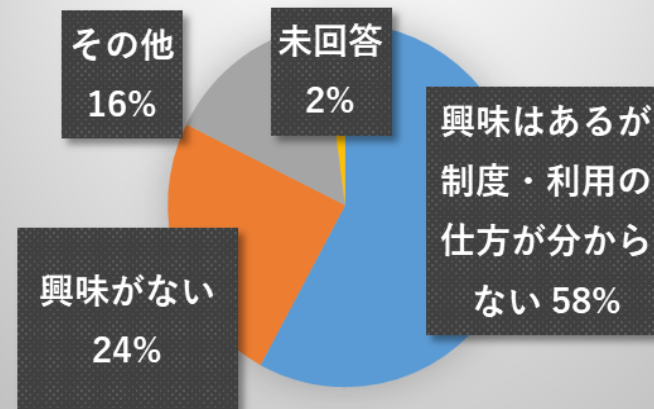
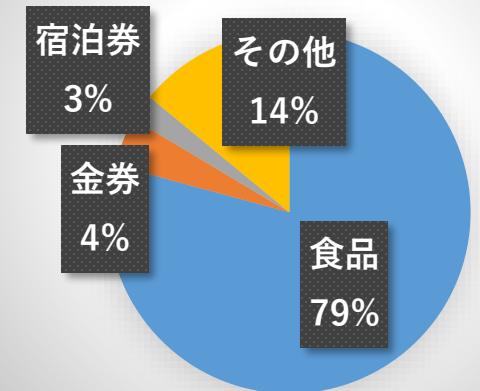
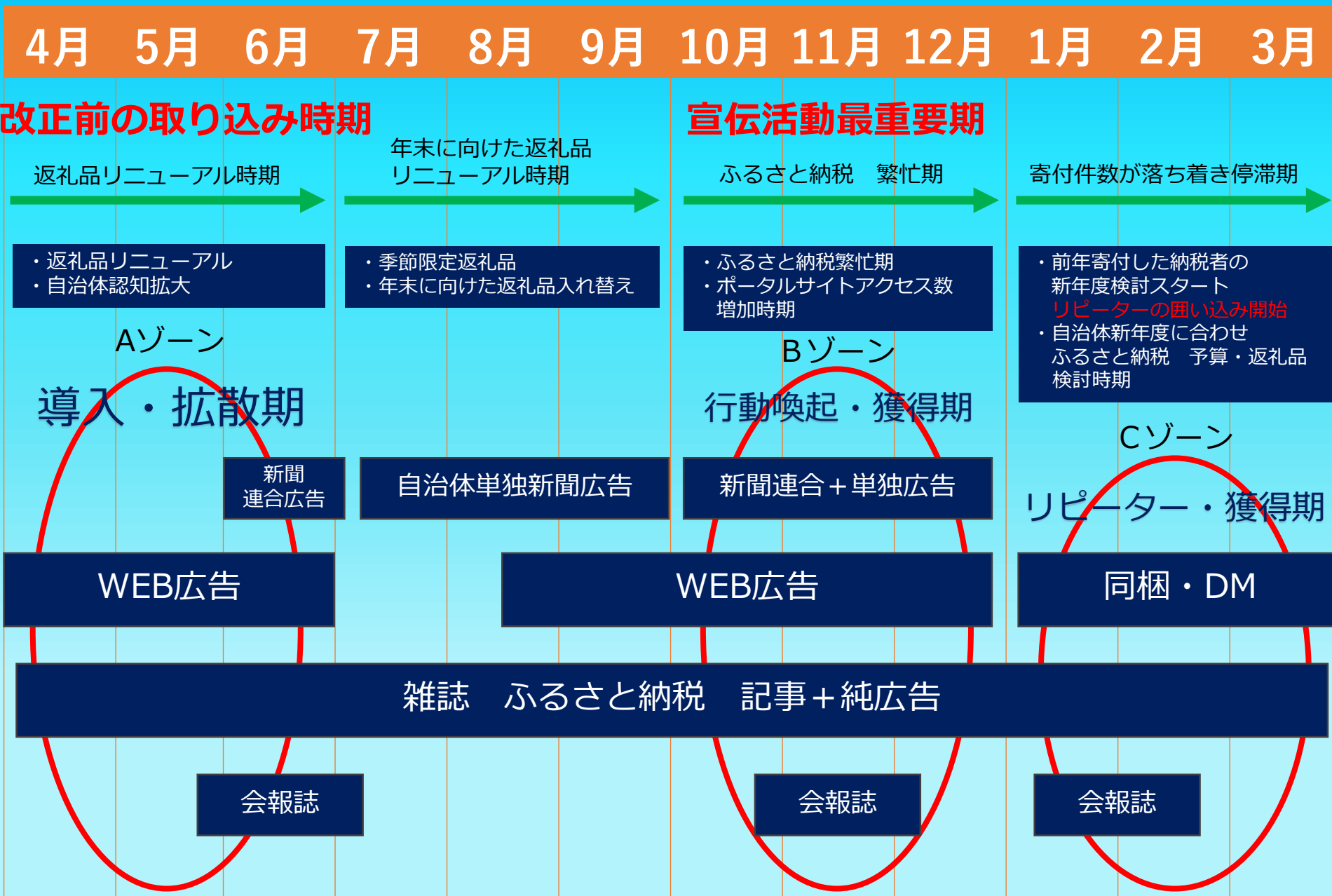


表3 利用した方で、今までもらった返礼品を教えてください※複数回答可



# 三栄広告社がおすすめる宣伝プラン



**Aゾーン・・・**  
返礼品がリニューアルされる時期に、新聞広告を利用し返礼品の魅力のアピールと認知拡大を図ります。  
おすすめプラン（次頁）・・・  
エコノミープラン/スタンダードプラン/プレミアムプラン

**Bゾーン・・・**  
Aゾーンで認知された返礼品への申込みが最盛期を迎え、納税者の獲得と更なる、ふるさと納税の活性化を目指します。  
おすすめプラン（次頁）・・・  
ゴールド/シルバー/ブロンズ

**Cゾーン・・・**  
リピーターを確実に獲得し、次年度以降、納税を継続する確度を上げる事を目指します。  
おすすめプラン（次頁）・・・  
ゴールド/シルバー/ブロンズ



三栄広告社おすすめプラン例(カッコ内は税別料金)

	A 導入・拡散期 (獲得期の効果を増すために)			B 行動喚起・獲得期 (最重要)			C リピーター獲得期 (次年度以降の対策に)		
	エコノミープラン	スタンダードプラン	プレミアムプラン	ブロンズ	シルバー	ゴールド	ブロンズ	シルバー	ゴールド
1-1 新聞 (ふるさと納税企画) ※1 企画内容は変更の場合はございます	● (¥337,500)	● (¥337,500)	● (¥657,500)	● (¥657,500)	● (¥1,137,500)	● (¥1,137,500)			
1-2 新聞 (三栄オリジナル企画)	● (¥300,000)	● (¥650,000)	● (¥900,000)	● (¥900,000)	● (¥900,000)	● (¥900,000)			
1-3 新聞 (連合から単独へ)	-	-	● (都度見積もり)	● (都度見積もり)	● (都度見積もり)	● (都度見積もり)		● (都度見積もり)	● (都度見積もり)
2-1 会報誌 UCカード会員誌「てんとう虫」 & セゾンカード会員誌「express」	-	-	-	-	● (¥600,000)	● (¥600,000)			
2-2 会報誌 歯科トレンドNOW	-	-	-	-	-	● (¥398,000)			
2-3 会報誌「GoodShop」	-	-	-	-	-	● (¥1,400,000)			
3-1 会報誌「ゆこゆこ」・「ゆこゆこプレミアム」	-	-	-	-	▲※2 (¥650,000)	● (¥2,300,000)			
3-2 定期購読誌「ノジュール」	-	-	-	-	-	● (¥500,000)			
4-1 拡販誌「はいからエスト」	-	-	-	-	● (¥1,250,000)	● (¥1,250,000)			
4-2 拡販誌「糖売ファミリー」	-	-	-	● (¥2,000,000)	● (¥2,000,000)	● (¥2,000,000)			
4-3 毎日新聞休刊裏チラシ	-	-	-	-	-	● (¥850,000)			
5-1 Webメディア grape	-	● (¥600,000)	● (¥600,000)	● (¥600,000)	● (¥600,000)	● (¥600,000)		● (¥600,000)	● (¥600,000)
5-2 grape 地方創生スペシャル×FB POポストセット	-	-	● (¥900,000)	-	● (¥900,000)	● (¥900,000)			● (¥900,000)
6-1 雑誌「懸賞なび」	-	-	● (¥300,000)	● (¥300,000)	● (¥300,000)	● (¥300,000)	● (¥300,000)	● (¥300,000)	● (¥300,000)
6-2 映像製作	-	-	● (¥2,000,000)	-	-	-			
6-3 日本の美子ちゃんを起用したオリジナルマンガ	-	-	● (都度見積もり)	-	-	-			● (都度見積もり)
合計 (新聞単独・美子ちゃんは除く)	¥637,500	¥1,587,500	¥5,357,500	¥4,457,500	¥8,337,500	¥13,135,500	¥300,000	¥900,000	¥1,800,000

◆個別の実施も可能です。

◆ご予算に応じてプランを作成いたしますのでご相談ください。

※1 新聞連合企画は変更になる場合がありますが、予算感に変更はございません。

※2 ゆこゆこプレミアムのみ

メニュー詳細は別紙「広告宣伝メニュー一覧」をご覧ください。

簡単ではございますが、私たちのお手伝いできる事業内容について説明させていただきました。まず「認知」してもらい、「利用」してもらおう。そしてそのお客様に対しては、次年度以降にまた寄付をいただけるようにDM送付やメールマガジンなどのフォローが必要になります。この繰り返しがお客様と長くお付き合いを続けるポイントです。

**DM制作代行、特設サイト** の制作等も承りますので、ご相談ください。

詳しいお問い合わせは下記、三栄広告社 までどうぞ。

東京本社 〒102-0072 東京都千代田区飯田橋1-12-17

03-3264-7821 (代表)

大阪支社 〒530-0001 大阪府大阪市北区梅田2-5-6桜橋八千代ビル7階

06-6345-5606

お問い合わせメール [expo@sanei-ad.co.jp](mailto:expo@sanei-ad.co.jp)