

今日勝ち行きたい強化地域隊

塩トマトで阿寒を 知ってもらおう ～阿寒このままじゃアカン～

北海道釧路湖陵高等学校

大森陽向
後藤葵

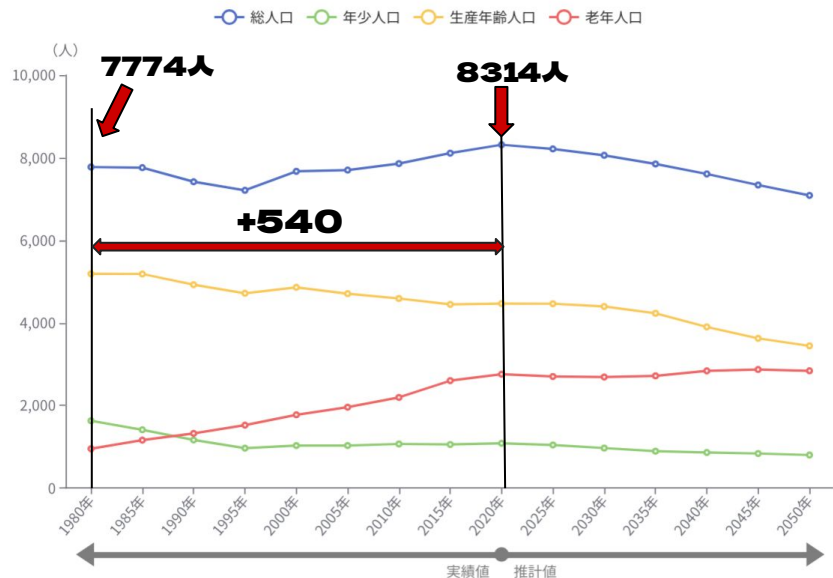
菊池芽唯
渡邊琴柙

現状分析 ~人口推移~

東川町

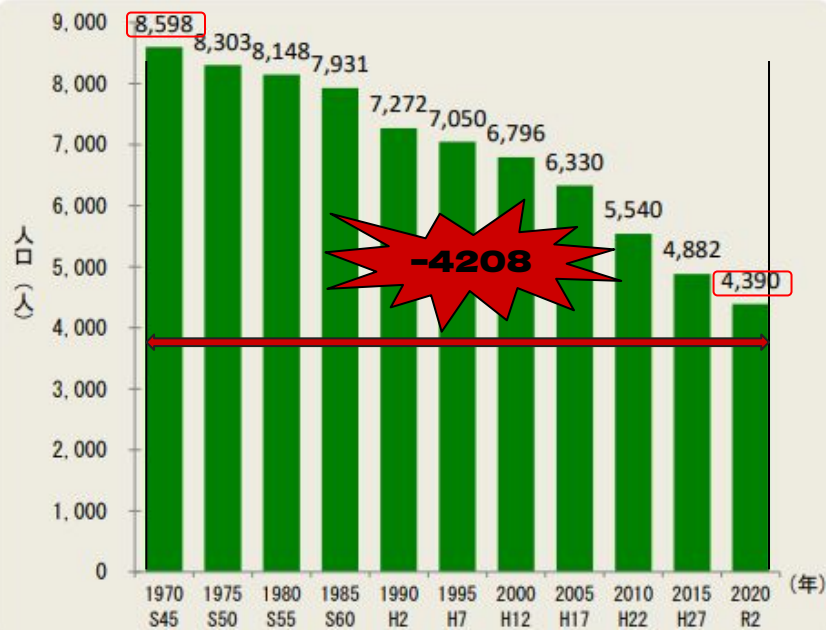
人口推移グラフ

北海道東川町



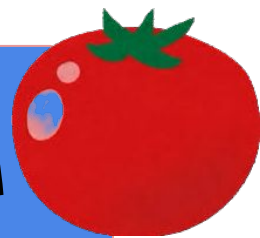
<https://www.resas.go.jp/population-composition/?pref=01&city=01458&tab=1&year=2020&level=city&lat=43.6988772&lng=142.510128&zoom=10&opacity=0.8&left=2020&right=2050>

阿寒町



出典：国勢調査

**魅力的なまちなのに人口が
減少し続けている！！！！**



**そうだ！！！！おいしい塩トマトで地域
おこししよう！！**

塩水で育てるトマト？！



実際にロコミなどにも普通のトマトとは違うなどの声がある

阿寒町の山崎農園で育てられている塩トマトは塩水を与えて育てられている！

そのため、普通のトマトより甘味が増し、トマトの味が濃くなる！

ふるさと納税を使って阿寒をアピールしたい！

阿寒のフルーツ塩トマトを
ふるさと納税の返礼品とし
て出し、選んでもらうこと
で阿寒をアピールする



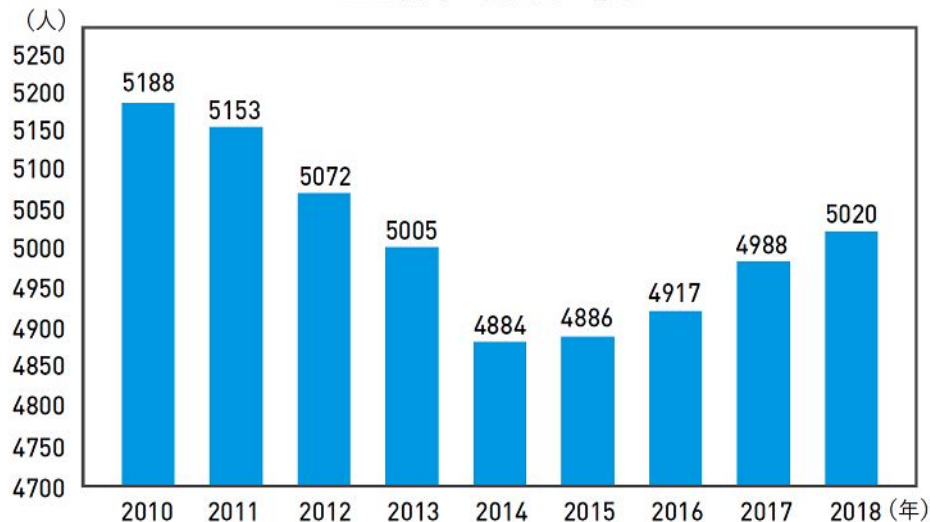
ふるさと納税によって人口増加 北海道上士幌町

2008年 ふるさと納税を導入。しかし人口減少が止まらなかった。

2015年 ふるさと納税の納付金を利用して子供・子育て支援新制度を施行。

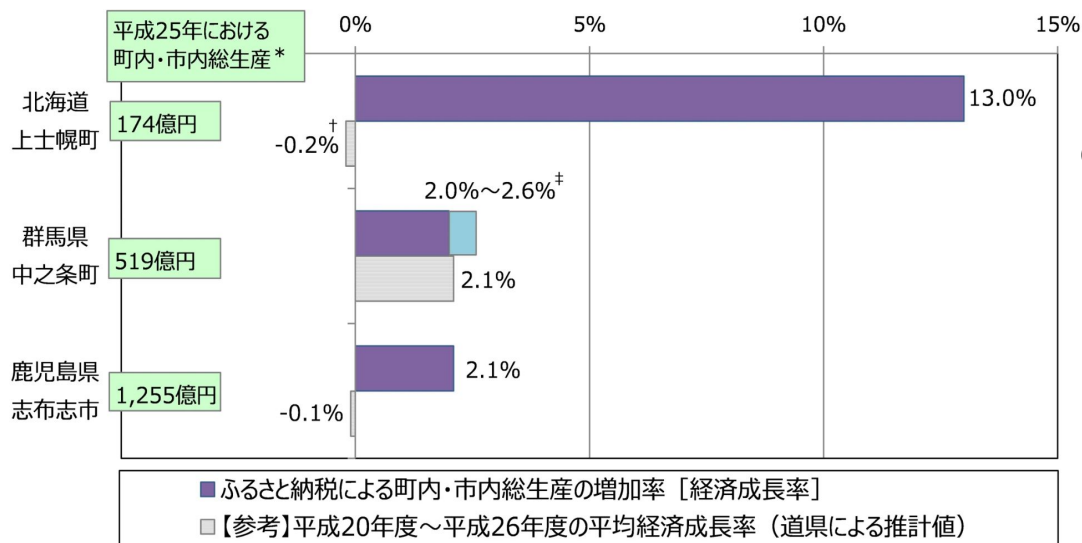
2015年 人口が増加し続けている

上士幌町の総人口の推移



https://www.furusato-tax.jp/feature/a/katsuryoku_column-vol20?srsId=AfmbOopIXRh6rqlSv-3FvmUgxxYoCuWOEhynSMZbZwajdx4uGJDcn3Dw

★ふるさと納税が地域に与える影響★

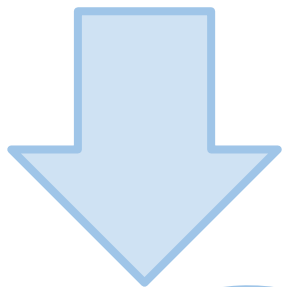


ふるさと納税を始めたことにより、町内総生産が増加し、経済が活発化した

※株式会社チェンジ

現在の阿寒フルーツ塩トマトは...

デザインが他の返礼品よりシンプル



選んでもらうには？



※阿寒地域おこし協力隊

『現状』

袋に詰めて売っていることで普段スーパーで売っているトマトと違いがなく、特別感がない

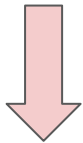
『改善策』

箱に詰めて高級感を出す

- 箱の色を黒色にする ➡ 「黒」には高級感や重厚感といったイメージを与える効果がある
- 文字や模様の色を金色にする ➡ 「金」には豪華、力強さなどを与える効果がある

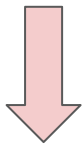
ふるさと納税への取り組み

①事業計画の策定・提案



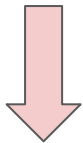
何を返礼品として、どのくらいのコストで提供するのか考え、自治体に提案する

②返礼品の審査・評価



品質・安全性・地域性などで評価され、審査をする

③契約とプロモーション



供給量や価格などを契約し、プロモーション活動を行う

④返礼品として出品

～実際にプロモーション活動をどのように行うのか～

現在 山崎農園の直売所や阿寒町内のコンビニにしか売っていない

→阿寒町内でしか購入できず、他地域に広まらない

解決策 自治体のふるさと納税特設HPやSNS、広告を利用して他地域への認知拡大を行う。特に広告の利用は日本全国に届けることができる。



認知拡大を行えて、納税者が増える

今後の課題と取り組み

○ふるさと納税で阿寒町の認知拡大

➡阿寒町への旅行者や定住者の増加を図る。

○ふるさと納税での寄付金の活用

➡定住者が増えるような、子育てがしやすい環境づくり

○認知拡大・人口増加を実現させ、地域活性化させる

【今後の課題】

- ・寄付金がどのくらい子育て支援に使われるか
- ・塩トマトをどのようにプロモーションすると全国に届くのか
- ・定住者だけでなく、旅行者を増やして経済の活発化を実現させる