

地域住民生活等緊急支援のための 交付金事業参照資料

- ・プレミアム付商品券
- ・ふるさと名物商品・旅行券
- ・U I J ターン助成金

プレミアム付商品券参照資料

平成27年1月
まち・ひと・しごと創生本部事務局

1. 目的

市区町村（市区町村単位で実施できない場合は都道府県単位の場合もあり得る）に所在し、地域振興に貢献する商店等において共通して使用できるプレミアム付商品券（以下、「商品券」）を発行することにより、地元消費の拡大、地域経済の活性化に資することを目的とする。

2. 交付金の充当対象経費について

交付金の充当対象経費については、以下の経費などが想定される。

○商品券のプレミアム分経費

○事務経費

- ・商品券等印刷・発行費用
- ・換金・取次手数料（換金・取次を行う金融機関等に支払う費用）
- ・カード読取機（OCR）等の設置費用
- ・店舗用端末機、管理サーバー、チャージ用機器、プリンタ、ルーター、ケーブル、システム開発費等のプリペイドカード型商品券に係る費用
- ・消費喚起効果の測定（後述）の実施に係る事務経費

3. 商品券の販売額等

- （1）販売額：現金10,000円で例えば11,000～12,000円分の商品券（500円×22～24枚綴り等）で、購入上限の設定（例えば、1人5セット50,000円分まで購入可能であること）が一般的。
- （2）発行総額：億円単位での発行が一般的。
- （3）販売方法：商品券は先着順に自治体の指定する窓口にて受付販売し、完売次第終了。（※）必要に応じて予約販売、窓口に来られない人への対応を別途行う。
- （4）使用方法：取扱店で現金と同様に使用することが可能。（ただし、500円以下の買い物をしても釣銭がでないことを基本とする。）また、商品券は地域振興に貢献する商店等の商品、サービスが対象。ただし、次のものは対象外とする。

<例>

- ・出資や債務の支払い
- ・商品券、ビール券、酒券、図書券

- ・切手、官製はがき、印紙
- ・仕入れ等の事業資金

4. 取扱事業者等

- (1) 地元消費の拡大、地域経済活性化の観点から、商品券を取り扱う事業者（以下、「取扱店」）は、地域振興に貢献する商店等とする。
- (※) 商品券は、地域振興の観点から、全国の商店街、商工会等の地元商店等により構成される組織体において多くの発行実績があり、発行主体の多くは、地元自治体からプレミアム分の経費及び商品券印刷費等の事務経費に係る補助を受けている。
- (2) 商品券の取扱を希望する事業者は、申込書に必要事項を記入・捺印の上、商品券発行事務局（以下、「事務局」）に提出する。事務局は、会員証を作成し、ステッカー等必要物品を取扱店に渡すこととする。取扱店は、必ず、「取扱店ステッカー」を店頭の目立つところに表示する。
- (3) 取扱店は、商品券の提示を受けた際は現金と同様に扱う。また、取扱店は地元の金融機関（信用金庫、信用組合等）において商品券の換金・取次を行う。そのため、取扱店は当該金融機関の口座をあらかじめ開設しておく必要がある。

5. 商品券の内容

- (1) 使用期間は、商品券発行から6ヶ月以内を基本とし、期限後は無効とする。
- (2) 商品券使用の際の注意事項は以下のとおり。
 - ① 取扱店のみでの使用とする。
 - ② 現金とは引き換えない。
 - ③ 釣銭は支払われない。
 - ④ 発行者印、番号のない商品券は無効。
 - ⑤ 盗難、紛失又は滅失等に対し、発行者はその責を負わない。
- (※) 必要に応じて適宜偽造防止等の措置を図る。

6. 換金・取次手続き

- (1) 取扱店は、消費者より受け取った商品券を換金・取次期間内に指定の金融機関に持参する。その際、商品券裏面の取扱店欄に店名を押印、又は記入する。
- (2) 金融機関では取扱店より提出された商品券の額面金額を受付日後に、取扱店の指定口座に振り込むこととする。

7. 換金・取次期間

商品券発行から8～9ヶ月以内を基本とする。

8. 換金・取次手数料

額面の1～2%を商品券発行者側の負担とする例が多い。

(※1) 交付金の充当対象とすることも可能。

(※2) 事業者の規模に応じて換金・取次手数料に差を設ける（会員で中小企業の場合：0%、組合員で大企業の場合：4%、非組合員で中小企業の場合：3%、非組合員で大企業の場合：10%）例もある。

9. 消費喚起効果

プレミアム付き商品券発行事業の消費喚起・誘発効果を測定するため、利用者アンケート等を実施することが望ましい（利用者アンケートの例は別添参照）。

効果を測定する方法としては、例えば利用者アンケートや産業連関表を用いるなどの方法が考えられる。

(例1) 自治体Aの消費喚起効果推計方法

- ・利用者アンケートにより、「商品券の使用金額のうち、商品券の使用により、通常（予定）よりも多め・高めに消費した金額（または商品券がなければ消費しなかったであろう金額）」を質問したところ、回答者1人あたり17,805円との回答が得られた。

これを回答者1人あたりの商品券購入冊数7.26冊で除し、商品券1冊あたり2,452円の消費喚起効果があったと推計。これに総販売冊数30万冊を乗じ、事業全体の消費喚起効果は、約7億3,571万円と推計。

(例2) 自治体Bの消費喚起効果推計方法

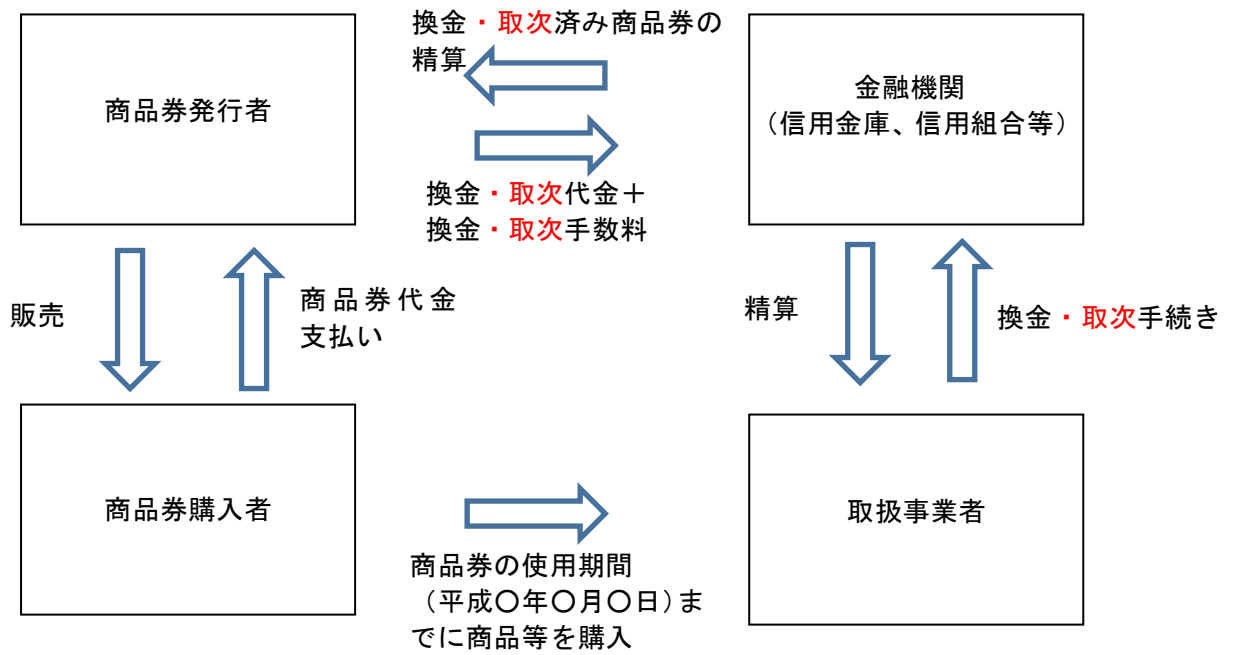
- ・利用者アンケートにより、商品券の利用金額のうち「a:日常の消費額（商品券の購入がなくても、通常通り購入していた財・サービス）」、「b:商品券事業で喚起された消費のうち商品券による支出分（商品券の購入をきっかけとして、上記a以外の財・サービスを商品券で購入した分）」、「c:地域振興券事業で喚起された消費のうち現金による追加支出分（上記bを購入するために地域振興券に加え現金で支払いを行った分）」の回答割合をそれぞれ算出（a:回答数中73.7%、b:同26.3%）。一方cは商品券利用額の8.2%であった。これらの構成比を利用総額に乘じ、事業規模の各金額を推計。a:約8億5千万円、b:約3億円、c:約9300万円と算出された。
- ・商品券事業による消費喚起効果は、このうちbとcの金額を合算した約3億

9300 万円と推計。

(例 3) 自治体 C の消費喚起効果推計方法

- ・利用者アンケートより、商品券利用者 985 名に対し、商品券を使って買物をした内訳を聞いた結果、商品券の使用額の合計は 4,252 万円、商品券の使用に伴う買物の合計は 5,321 万円 (5,321 万円のうち、新たな消費に結びついた額は 1,675 万円) との回答を得た。
- ・商品券発行総額が 18.2 億円であるため、985 名のアンケートを元に試算すると、商品券の使用に伴う消費総額は 22.8 億円 ($18.2 \text{ 億円} \times 5,321 \text{ 万円} / 4,252 \text{ 万円}$) であり、このうち新たな消費に結びついた額 (=消費効果額) を 7.2 億円 ($1,675 \text{ 万円} \times 18.2 \text{ 億円} / 4,252 \text{ 万円}$) と推計。

10. 商品券発行と回収手順のフロー



11. 「ご当地カード（電子媒体）」を活用したプレミアム付き商品券発行事業について

プレミアム付き商品券において、紙媒体の商品券の代わりに「ご当地カード（電子媒体）」を活用することで、地方自治体による商品券発行等の運営コストを抑えるとともに、消費行動のデータ分析がしやすくなり、加えて、地域における各種カード決済インフラの整備に繋がり、中長期的視点からも地域の消費活性化が見込まれる。

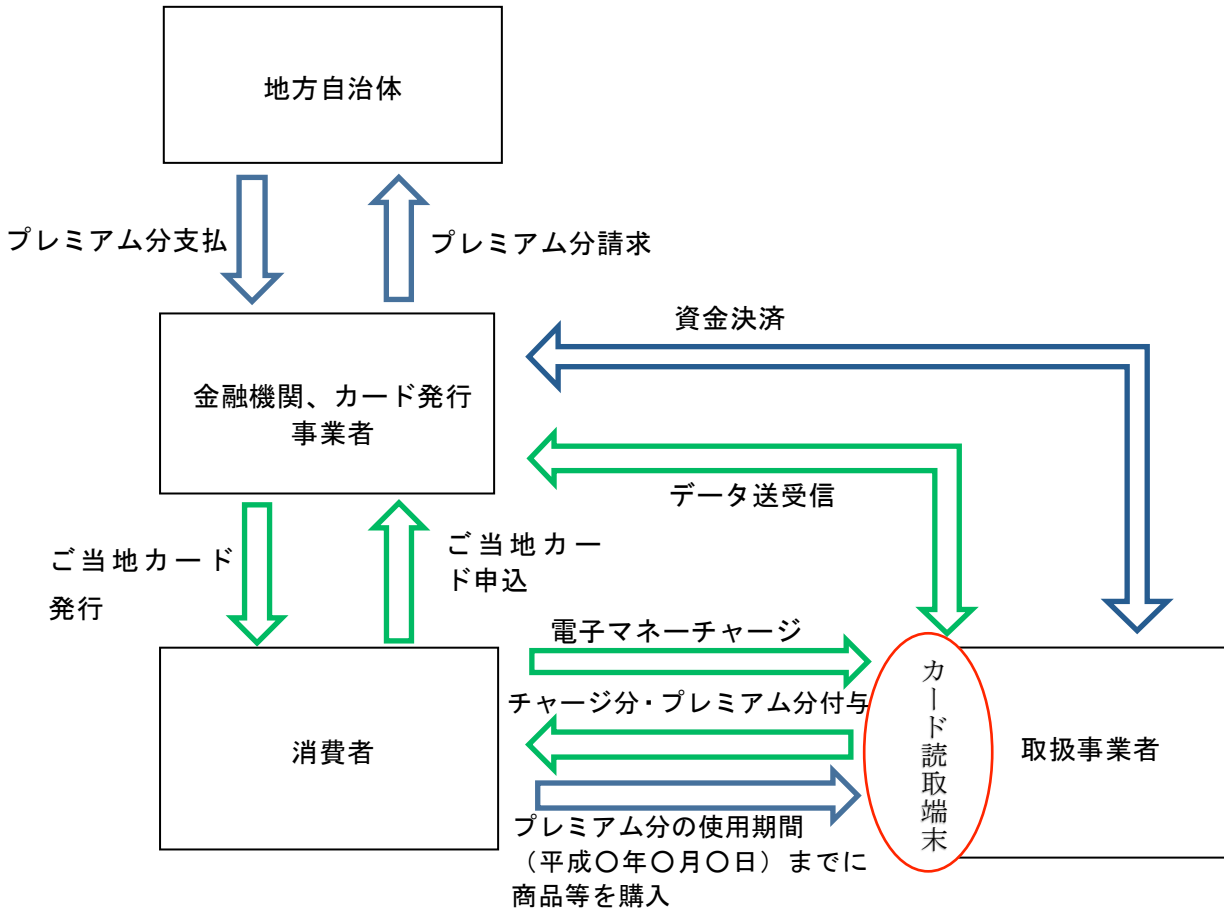
ご当地カードについては、様々な形態のカード（プリペイド型電子マネー・デビットカード・クレジットカード等）の活用が考えられるが、下記に「プリペイド型電子マネー」における回収手順のフローを掲げたので参考とされたい。

なお、ご当地カードを活用したプレミアム付き商品券の運営事業者の検討に当たっては、当該カード発行のコストや利便さ（利用対象の範囲）のみならず、

- ・プレミアム付き商品券の事業が、地元消費の拡大、地域経済の活性化といった観点から適切に運用されることについての、運用事業者側におけるの協力等体制
- ・マネーロンダリング対策やセキュリティ対策といった、同カードの悪用防止についての運用状況

といったことを総合的に判断して選定が行われることが望まれる。

<回収手順のフロー>〔プリペイド型電子マネー（参考）〕



(別紙1)

会員証

〇〇共通商品券

取扱店証

取扱店コード

店名

代表者名

取扱店ステッカー (例)

〇〇共通商品券

取扱店

ご利用下さい。

商品券

(別紙2)

商品券取扱店一覧

商品券は、以下の取扱店において、使用することができる。

商店名	業種	電話番号
〇〇商店		

(別紙3)

取扱金融機関一覧

〇〇信用金庫 (金融機関コード:)

支店名	支店コード	住所	電話番号

〇〇信用組合 (金融機関コード:)


支店名	支店コード	住所	電話番号

〇〇銀行 (金融機関コード:)

支店名	支店コード	住所	電話番号

商品券の例

(表面)

〇〇共通商品券	
500円	
発行：〇〇〇	
使用有効期限：平成〇年〇月〇日まで ※有効期限を過ぎた商品券は使用できません。	

(裏面)

「〇〇共通商品券」のご利用について	
この商品券は、の商品券取扱店にて、商品とお引換え します。 この商品券は、現金と引換え致しません。 この商品券は、おつり銭の出ないようにご注意ください この商品券に、発行者印、番号のないものは無効です。 この商品券の盗難、紛失又は滅失等に対しては、 発行者はその責を負いません。	販売店
	引換店 <small>※換金期間は平成〇年〇月〇日までです。</small>
この商品券は、表面記載の有効期限を経過したものは無効です。	
発行者	

(注) 表面は、点線に沿って切り取る。(切り取られた商品券は無効となる。)
裏面は、引換店の欄にスタンプ又は商店名を記載する。

(別紙5)

商品券換金・取次申込書の例

(1枚目)

商品券換金・取次申込書			
金融機関 御中			
換金申込日		取扱店コード	
加盟店名			お申込印
<指定預金口座及びご入金額> ※換金・取次単価は500円です。			
口座番号		換金枚数	ご入金額
普通当座			

(注) お申込印には金融機関への届け印を捺印する。ご入金額には、換金・取次枚数×500円を記入。

(2枚目)

商品券回収伝票			
回収年月日		取扱店コード	
金融機関コード	支店コード	※金融機関コード、支店コードは各金融機関でご記入下さい。	
	口座番号	回収枚数	受付印 検印
普通当座			

(別添)

プレミアム付き「〇〇商品券」 利用実態に関するアンケート調査

このアンケート調査は、プレミアム付き「〇〇商品券」の利用の実態等を調査し、地域経済に対しどの程度の影響・効果があったのかを把握することを目的としております。

この調査票に記入された内容は、コンピュータ集計により統計的に処理し、本調査目的以外には使用いたしません。個人にご迷惑が掛かることは一切ございませんので、率直なご意見をお聞かせ下さい。

ご多忙のところ誠に恐縮ですが、ご協力の程、よろしくお願い致します。

※アンケートのご回答は、〇月〇日(〇)までをお願いいたします。

<アンケートについてのお問い合わせ先>

〒

住所：

〇〇商店街

連絡先：

<記入要領>

- ・ 選択式の場合、お答えは、当てはまる番号に○をつけて下さい。なお、「その他」を選択された場合は、()内に具体的内容をご記入下さい。
- ・ 直接回答を記入していただく場合は()などの記入欄にご記入下さい。

平成〇年〇月

はじめにあなたご自身のことについておたずねします。

性別	① 男性	② 女性	
年齢	① 20歳代以下	② 30歳代	③ 40歳代
	④ 50歳代	⑤ 60歳代以上	

問1. 『プレミアム商品券（以下、商品券）』を何円分入手されましたか。

① 11,000円分（1冊）	② 22,000円分（2冊）	③ 33,000円分（3冊）
④ 44,000円分（4冊）	⑤ 55,000円分（5冊）	⑥ 66,000円分（6冊）
⑦ 77,000円分（7冊）	⑧ 88,000円分（8冊）	⑨ 99,000円分（9冊）
⑩ 110,000円分（10冊）	⑪ その他（	円分（冊））

問2. 商品券を主に利用したのは、次のどのようなお店ですか。あてはまるもの全てに○印をつけて下さい。

① 食品スーパー・総合スーパー	② 衣料品店	③ 飲食店・食事処
④ 学習塾・教育施設等	⑤ 娯楽・レジャー施設、宿泊施設等	⑥ 理美容店
⑦ タクシー等	⑧ その他（	）

問3. 商品券を使った店舗では、実際にどのような目的で商品・サービスを購入されましたか。以下にあてはまるおおよその金額（千円単位）をそれぞれ数字でお書きください。なお、振興券の利用期間が残っていますので、予定を含めてお答えください。

商品券の使用目的	商品券での支払い	商品券での支払いにあわせ追加支出した現金等
a. 普段の買い物を商品券で支払った	① 千円	
b. 商品券の入手がきっかけとなった商品・サービスの購入	② 千円	④ 千円
合計	③ (①+②) 千円	

※ここでは、以下のケースでの商品・サービスの購入金額を合計してください。
 これまで欲しかった商品・サービスを購入した場合やいつもより多少高価な商品・サービスを購入した場合、いつもより多めに購入した場合

⇒ 上記で「b」に金額を記入された方は、「問4」にお進みください。

問4. 問3の「b. 商品券の入手がきっかけとなった商品・サービスの購入(②及び④)」について、該当する項目へ分類し、内訳金額(千円単位)をそれぞれ数字でお書きください。

※ 分類できない商品等があれば、金額の高い順に2つまで「その他()」にご記入ください。

番号	分類	②振興券の入手がきっかけとなった商品・サービスの購入 ＜振興券での支払い分＞	④振興券での支払いにあわせ追加支出した現金等 ＜振興券以外での支払い分＞
(例)	家電製品	115 千円	20 千円
1	生鮮食料品	千円	千円
2	加工食品、飲料等	千円	千円
3	衣類、寝具	千円	千円
4	家具・建具等	千円	千円
5	家電製品	千円	千円
6	宝飾品、かばん、革製品	千円	千円
7	時計、眼鏡	千円	千円
8	化粧品、医薬品	千円	千円
9	台所用品	千円	千円
10	自動車、自転車本体	千円	千円
11	自動車関連部品	千円	千円
12	玩具・娯楽用品	千円	千円
13	住宅関連	千円	千円
14	娯楽・レジャー	千円	千円
15	外食	千円	千円
16	美容、エステ等	千円	千円
17	教養、教育	千円	千円
18	その他()	千円	千円
19	その他()	千円	千円

問5. 購入した商品・サービスのうち 10,000円程度以上のものがあれば具体的な品名をお書きください。

(例)液晶テレビ、ソファ、自転車 など

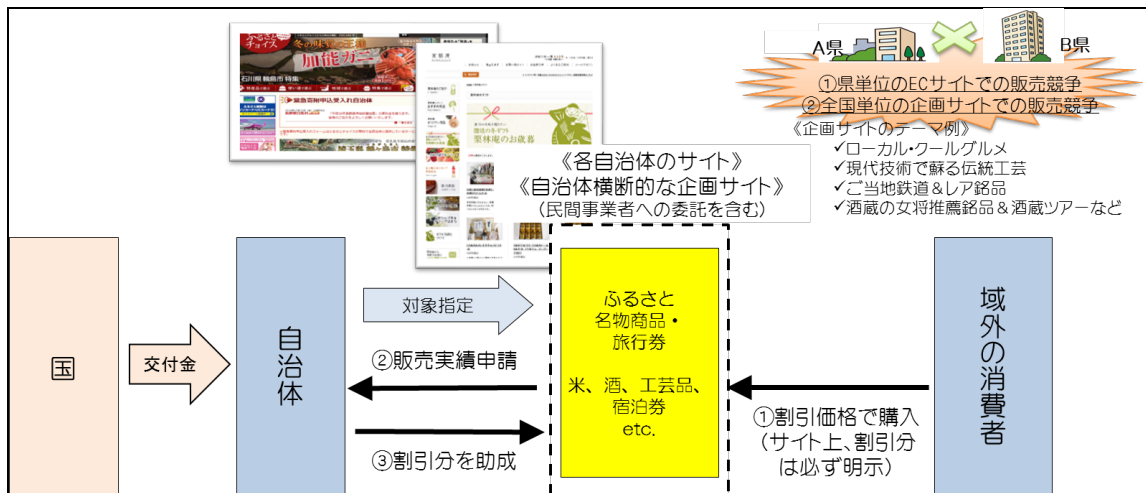
これでアンケート調査は終わりです。ご協力ありがとうございました。

1. 目的・概要

地域の名物商品・観光資源に対する消費を、購入者への助成により、喚起・拡大を図るもの。知名度向上、マーケティング戦略強化など、ローカル・クールジャパン戦略の強化や観光地域づくりにも貢献する。

具体的には、ネットの通販サイト等で、自治体が指定した、「ふるさと名物商品や地元を旅行できる「ふるさと旅行券」を対象に、消費者が本来の価格から割引かれた価格で購入できるよう、その販売実績に応じて割引分を事業者等に助成する仕組みを導入する（消費者へは間接補助）。

指定された「ふるさと名物商品」や「ふるさと旅行券」は、各自治体が提携したサイト等で販売する。加えて、国は、各地域がそのふるさと名物商品等を競いあえる企画サイトを掘り起こし、各地域自慢の名物を出展、販売競争できる市場も用意する。



2. 交付金の充当対象経費について

交付金の充当対象経費については、以下のような経費が想定される。

○割引金額（販売実績×割引率）

・ふるさと名物商品の割引率

域内消費の喚起を促すプレミアム商品券の一般的なプレミアム率（1～2割）を踏まえ、域外からのふるさと名物商品の消費を促すことが目的のため、例えば3割程度を想定。

・ふるさと旅行券の割引率

域外から観光客を呼び込むためには大胆な割引率の設定を想定。例えば、茨城県のプレミアム付宿泊券は、額面5000円を2500円で購入できる（割引率5割）。ただし、購入限度は1人あたり8枚まで、使用限度は1泊1人あたり1枚までなどの限定あり。なお、ふるさと旅行券には宿泊以外の食事、買い物、交通費などを組み込んでも良い。

○各自治体のサイトの構築・改修費用（各自治体が外部の通販サイト等に委託する場合は、委託費用を含む。また、各自治体が連携して、ふるさと名物商品等を競い合う企画サイトに出展等する場合は、その出展費用を含む）

※販売価格の10%程度をサイト運営費に充てることとし、売れば売れるほど、サイト運営者がインセンティブを受ける仕組みとする。

○生産者や宿泊施設等のサイトへリンクを設定するための改修費

○ふるさと旅行券印刷費用

○紙媒体のふるさと名物商品カタログ・宿泊施設リストの製作費

○域外消費者への広告費用

○販売窓口の設置費

○問合せ等対応員・販売員の研修費用、マニュアル作成費

○問合せ等対応員・販売員の人件費

○消費喚起効果の測定（後述）の実施に係る事務経費

3. ふるさと名物商品・旅行券の条件

ふるさと名物商品・旅行券については、以下の（１）、（２）のような要件に該当する商品・旅行券が対象となる。

ただし、今回の事業では、ふるさとに眠る価値ある商品・旅行を、単に指定・販売するばかりでなく、こうしたふるさと名品を市場にアピールするようなテーマやストーリーを発掘し、それと一緒にアピールすることで、ローカルブランドの確立を加速することも大きな狙いとしている。

例えば、同じ地域の名品グルメをアピールする場合でも、「方言とじめし」、「かつて大名の愛したグルメ」、「女性杜氏が薦める地元の名品」など、共通のテーマで掘り起こしアピールする方が、単に食材や食料加工品を単体でアピールするよりも効果が高く、販売促進効果も向上すると考えられる。

具体的には別添２＜ふるさと名物商品・旅行券名品指定の方法に関する参照資料＞に示したような考え方をヒントに、名品を指定するにあたって必要なテーマやストーリーを、人、場、文化などのカテゴリから特定。そのテーマとセットで名品を指定することで、自治体サイトの内部コーナーを、そのテーマに沿ってデザインしアピールしたり、テーマに即した全国ベースでの企画へ出店していくことが期待される。

具体的には、地域として積極的にアピールすべきテーマ、ストーリーを事前に特定できれば、（１）、（２）の要件に該当するような名物商品やふるさと旅行を公募、指定するにあたって、こうしたテーマやストーリー別に募集し、指定することができる。

テーマや名品の具体的な設定は、本事業の実施期間中に追加していくことも可能である。また、自治体からのニーズに応じて、来年度以降も随時、国として企画別テーマの追加を準備する予定もある。今回のふるさと名物商品・旅行券を機会に、こうしたローカルブランドを支えるテーマやストーリー探しにも取り組んでみていただきたい。

（１）ふるさと名物商品

- 自治体内で製造・加工・提供されている商品。
- 地元では特産品として広く認められている商品。
- 一方で全国的に知名度不足のもの。
- マーケティング戦略（潜在顧客の特定、商品力の強化等）の弱さから市

場化できずにいる商品。

○その他必要に応じて

- ・食品については、賞味期限が2週間以上であること。
- ・運搬に耐えうる商品であること。

(2) ふるさと旅行券

- 自治体内にある宿泊施設で使える旅行券。
- 宿泊施設は、旅館業法第3条第1項の営業許可など、当該施設を運営する上で必要な許可を得ていること。
- 宿泊施設は、風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律第2条第6項第4号に規定される施設でないこと。
- 宿泊施設は、都道府県の暴力団排除条例等を順守すること。
- その他公序良俗に反しないこと。
- 企画とセットでPRし、リピーターを増やす取組みを行うもの。

(3) ふるさと名物商品・旅行券に関する企画サイトへ出展する場合

- 各自治体が連携してローカル・クールジャパン戦略の強化や観光地域づくりを促進することに貢献するため、国は、例えば、以下のようなテーマ（現段階ではあくまでも例示）のサイトを、あらかじめ掘り起こしておくこととする（もちろん、自治体自ら提案することも可）。
- (1)及び(2)の要件を満たす、こうしたサイトへの出展も、対象とする。

(ふるさと名物商品等の企画例)

- ・ローカル・クール・グルメ
地方の有名レストランと食材を堪能しよう・・・地域の人のみぞ知る有名レストランとそのレストランが利用している食材を肝に企画。有名レストラン含む周辺周遊旅行券と当地の食材等銘品をネットで販売。
- ・ママ簡単ごはんセット
家族で食べよう・・・地域の隠れた美味しいレトルト食品や缶詰。ちょっと温め、白いご飯だけ炊けば、子供達と幸せ晩御飯！料理を作る時間のない、働くママ応援と食育を推進。都心のアンテナショップカフェと連携。
- ・現代技術で蘇る伝統の銘品
古くからある技術が現代に合わせた新しいデザインで蘇った製品とその製造工程を旅行・販売・・・数百年に及ぶ歴史のある職人の技を現代の生活様式に応じて新しいデザインで生み出されている地方の銘品を堪能。
- ・殿様・サムライセット

昔の殿様やサムライが食していた地域の食べものや地酒を、器や小物もセットで販売、酒蔵ツアーや城ツアーと連携。

- ・酒蔵の女将セット

杜氏など男社会の酒蔵だが、実は女将の料理やアイデア品が結構ある。粕で作るラーメン、化粧品等。

- ・日本版メドックマラソン

ワイナリーツアーマラソンの日本版。酒蔵や地域産品や名所をまわるマラソン大会ツアー。

- ・デジタル・デトックスツアー

スマホも時計も一切禁止の大人キャンプ（アメリカで話題）。都会のデジタルライフに疲れた老若男女が豊かな自然の中で、リアルなつながりを取り戻す。様々な自然アクティビティや地域の食事を用意。地方、田舎ならではのツアーを用意。

- ・GCB47

地元ソングを作詞作曲演奏するキャラバンド。1人人間で残りはキャラ。地元の名産品等を紹介する曲を地元の人達と作り、ネット配信し通販。地域でのライブや参加型コンテストも。

- ・ご当地ゲームアプリ

ご当地キャラが薦める地元産品等のネット販売を絡めたゲームアプリを構築。

- ・イベント参加者限定宿泊券

地域開催のマラソン大会など、域外からの参加者に対象を限定して発行。

- ・連泊限定宿泊券

地域への滞在を促進するため、2泊以上連泊する場合に限定し、周辺観光施設の周遊プランとセットで発行。

4. 販売方法・使用方法

- 各自治体のサイトや、委託先である外部通販サイトでの販売を基本とし、必要に応じてカタログ（行政機関や観光協会の窓口等に設置）による販売も併用する。また、販売窓口（都市圏の物産館や百貨店、旅行会社等）を設定することも可能とする。
- ふるさと名物商品等を競い合える企画サイトに商品等を出展し、販売競争することも可能とする。
- サイトやカタログ、販売窓口では、交付金事業であることを明らかにするとともに、本来の価格と割引後の価格（助成後の価格）を明示し、その差額に対し助成があることを消費者が明確に認知できるようにする。

- 先着順に販売し、完売次第終了。必要に応じて、窓口に来られない人への対応を別途行う。
- ふるさと旅行券は、宿泊施設の清算において、現金と同様に使用することが可能（ただし、釣銭がでないことを基本とする。）

5. 事業者や宿泊施設の募集

- 都道府県が、ふるさと名物商品（数の上限設定あり）やふるさと旅行券を利用できる宿泊施設（数の上限設定あり）を公募する。
- 市町村も、ふるさと名物商品（数の上限設定あり）やふるさと旅行券を利用できる宿泊施設（数の上限設定あり）を公募して、都道府県に提案できる。
- ふるさと名物商品については、1社〇商品まで（数の上限設定あり）とする（同一商品で入数違いは同じ商品とするが、味や仕様違いは別商品とする。）。また、複数品製造できるものであることとする（一点ものの商品は対象外）。
- ふるさと旅行券については、1施設当たりの使用制限は設定しない。

6. 事業期間

- 自治体によるふるさと名物商品や宿泊施設の選定、サイトの構築・委託事業者の決定等については、**2～3か月程度が必要**。加えて、事業開始前1ヶ月程度前には、サイト等を立上げ周知活動を行うことが望ましい。
- このため、**事業期間は、指定する名物商品や旅行の季節性にもかんがみ、2015年5・6月頃～年度末頃までとし、一部必要に応じて終期を2016年度に延長することとする。**
- また、ふるさと名物商品やふるさと旅行券の期間内消費・利用に促しつつ、全国同時に様々な企画・話題を作っていくことで、地域のローカルブランドの確立加速と、市場創出・消費喚起を確実なものとする。

7. ふるさと旅行券の内容・換金

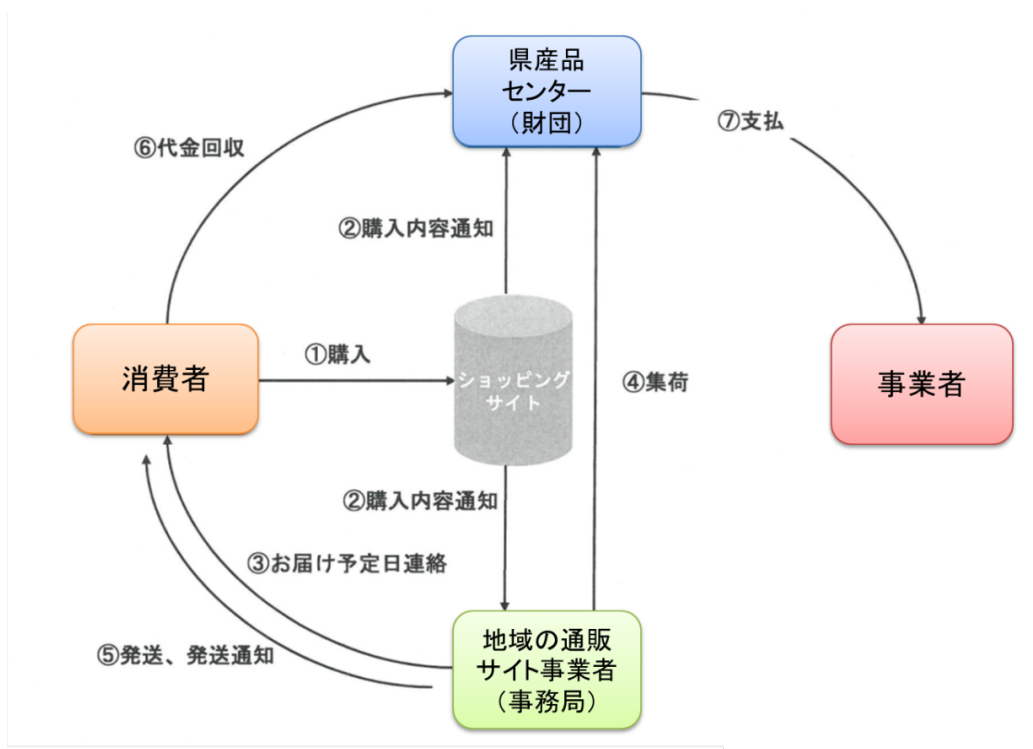
(1) ふるさと旅行券の使用の際の注意事項

- 利用可能な宿泊施設のみでの使用とする。
- 現金とは引き換えない。
- 釣銭は支払われない。
- 発行者の印や番号がない旅行券は無効とする。
- 盗難、紛失又は滅失等に対し、発行者はその責を負わない。

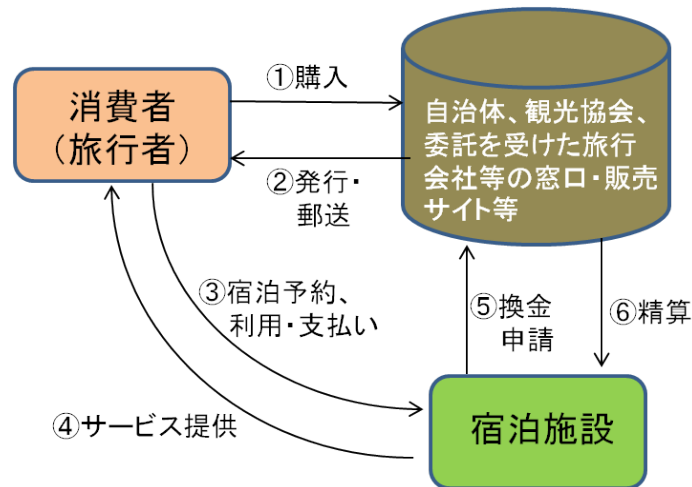
(2) ふるさと旅行券の換金

- 宿泊施設は、ふるさと旅行券の購入者より受け取った旅行券を換金期間内（事業期間及びその後1～2ヶ月間）に所定の様式を添えて発行者に持参又は郵送により換金の申請を行う。その際、ふるさと旅行券裏面の宿泊施設欄に宿泊施設名を押印又は記入する。
- 発行者は、宿泊施設より提出された旅行券をチェック後、額面金額を受付日以降に口座振込により支払うこととする。

8. ふるさと名物商品の運用の流れの例



9. ふるさと旅行券の運用の流れの例



10. 消費喚起効果等

- ふるさと名物商品・旅行券の消費喚起・誘発効果を測定するため、サイトの購入情報の分析をするとともに、アンケート調査等を実施する。
- また、サイトの購入情報等をデータベースとして整備し、地域自らが今後のマーケティング戦略に役立てるようになる。
- 自治体のふるさと名物商品・旅行券のサイト情報を一元化したポータルサイトを地域活性化統合事務局（P）のHPに設置し、全国に対し統一的に情報発信を行う。
- 消費喚起効果推計方法は以下のようなものが想定される。
 - （例）利用者アンケートにより、「ふるさと名物商品等を割引価格で購入することに加え、通常（予定）よりもめ・高めに消費した金額（または、ふるさと名物商品等を割引価格で購入できるサイトがなければ、消費しなかったであろう金額）」を質問し、回答者1人あたりの金額を得る。この回答者1人あたりの金額に、ふるさと名物商品等を購入した全体人数を乗じ、事業全体の消費効果を推計。

（参考）「ふるさと名物応援事業」について

- 中小企業庁（経済産業省）は、中小企業・小規模事業者が地域資源を活用して「ふるさと名物商品」を商品開発・販路開拓する取組みを支援し、地域発の魅力ある商品・サービスの供給を促進する。

○具体的には、以下の支援を行う。

- ・ 中小企業・小規模事業者が、地域資源活用促進法（注）の認定を受けた事業計画に基づき行う商品・サービスの試作開発等の費用の補助（補助上限 500 万円等、補助率 2/3）

（注）中小企業による地域産業資源を活用した事業活動の促進に関する法律（平成 19 年法律第 166 号）

- ・ 中小企業グループが、地域資源を活用した「ふるさと名物」のブランド化のための取組などの費用を補助（補助上限 2,000 万円、補助率 2/3）。
- ・ 小売事業者やネット事業者が行う、「ふるさと名物」に関する消費者嗜好の把握や、特徴を活かした販路開拓などの取組の費用を補助（補助上限 1,000 万円、補助率 1/2、2/3）

○ふるさと名物応援事業による事業者支援と交付金事業である「ふるさと名物商品・旅行券」による消費者支援が、車の両輪となり、相乗効果を発揮して、「ふるさと名物商品」をテコとした地域経済の好循環の実現を図る。

旅行券の例

(表面)

NO.000	〇〇〇〇ふるさと旅行券
	10,000円
発行：〇〇〇	印
使用有効期限：平成〇年〇月〇日まで ※有効期限を過ぎた商旅行券は使用できません。	

(裏面)

「〇〇ふるさと旅行券」のご利用について	
この旅行券は、〇〇の宿泊施設にてご利用できます。 この旅行券は、現金と引換え致しません。 この旅行券は、おつり銭の出ないようにご注意ください。 この旅行券に、発行者印、番号のないものは無効です。 この旅行券の盗難、紛失又は滅失等に対しては、 発行者はその責を負いません。	宿泊施設名
※換金期間は平成〇年〇月〇日までです。	
この旅行券は、表面記載の有効期限を経過したものは無効です。	
発行者	

(注) 表面は、点線に沿って切り取る。(切り取られた旅行券は無効となる。)
裏面は、宿泊施設の欄にスタンプ又は記載する。

旅行券換金申込書の例

(1枚目)

旅行券換金申込書			
【発売者】 御中		換金申込日：平成〇〇年〇〇月〇〇日	
宿泊施設名			お申込印
＜預金口座及び申請額＞			
普通当座	口座番号	被利用枚数	申請額

(注) お申込印には金融機関への届け印を捺印する。

(2枚目)

旅行券回収伝票					
受付年月日	振込日	宿泊施設コード			
金融機関コード	支店コード	※金融機関コード、支店コードは各金融機関でご記入下さい。			
	口座番号	回収枚数	換金額	受付印	検印
普通当座					

「ふるさと名物商品」サイト 利用実態に関するアンケート調査

このアンケート調査は、「ふるさと名物商品」サイトの利用の実態等を調査し、地域経済に対しどの程度の影響・効果があったのかを把握することを目的としております。

この調査票に記入された内容は、コンピュータ集計により統計的に処理し、本調査目的以外には使用いたしません。個人にご迷惑が掛かることは一切ございませんので、率直なご意見をお聞かせ下さい。

ご多忙のところ誠に恐縮ですが、ご協力の程、よろしくお願い致します。

※アンケートのご回答は、○月○日(○)までお願いいたします。

<アンケートについてのお問い合わせ先>

連絡先：

<記入要領>

- ・ 選択式の場合、お答えは、当てはまる番号に○をつけて下さい。なお、「その他」を選択された場合は、()内に具体的内容をご記入下さい。
- ・ 直接回答を記入していただく場合は()などの記入欄にご記入下さい。

平成○年○月

はじめにあなたご自身のことについておたずねします。

性別	① 男性	② 女性	
年齢	① 20歳代以下	② 30歳代	③ 40歳代
	④ 50歳代	⑤ 60歳代以上	

問1. 『ふるさと名物商品』サイトでいくらのお品物を購入されましたか。

本来価格での購入金額：	円、割引後の価格での購入金額：	円
-------------	-----------------	---

問2. 実際にどのような目的でふるさと名物商品を購入されましたか。以下にあてはまるおおよその金額（千円単位）をそれぞれ数字でお書きください。

購入別	割引かれた商品の購入金額	割引かれた商品の購入にあわせ、割引かれていない商品も同時に購入した場合、その購入金額
a. 日常の買い物を割引価格で購入できるサイトを通じて購入	① 千円	
b. 割引価格で購入できるサイトがあることによる商品・サービス（ふるさと名物商品以外も含む）の購入	② 千円	④ 千円
合計	③ (①+②) 千円	

→ ※ここでは、以下のケースでの商品・サービスの購入金額を合計してください。

これまで欲しかった商品・サービスを購入した場合やいつもより多少高価な商品・サービスを購入した場合

⇒ 上記で「b」に金額を記入された方は、「問3」にお進みください。

問3. 問2の「b. 割引価格で購入できるサイトがあることによる商品・サービス（ふるさと名物商品以外も含む）の購入（②及び④）」について、該当する項目へ分類し、内訳金額（千円単位）をそれぞれ数字でお書きください。

※ 分類できない商品等があれば、金額の高い順に2つまで「その他（ ）」にご記入ください。

番号	分類	②割引かれた商品の購入金額	④割引かれた商品の購入にあわせ、割引かれていない商品も同時に購入した場合、その購入金額
(例)	家電製品	115 千円	20 千円
1	生鮮食料品	千円	千円
2	加工食品、飲料等	千円	千円
3	衣類、寝具	千円	千円
4	家具・建具等	千円	千円
5	家電製品	千円	千円
6	宝飾品、かばん、革製品	千円	千円
7	時計、眼鏡	千円	千円
8	化粧品、医薬品	千円	千円
9	台所用品	千円	千円
10	自動車、自転車本体	千円	千円
11	自動車関連部品	千円	千円
12	玩具・娯楽用品	千円	千円
13	住宅関連	千円	千円
14	娯楽・レジャー	千円	千円
15	外食	千円	千円
16	美容、エステ等	千円	千円
17	教養、教育	千円	千円
18	その他()	千円	千円
19	その他()	千円	千円

問4. 購入した商品・サービスのうち 10,000 円程度以上のものがあれば具体的な品名をお書きください。

(例) 液晶テレビ、ソファー、自転車 など

これでアンケート調査は終わりです。ご協力ありがとうございました。

「〇〇ふるさと旅行券」 利用実態に関するアンケート調査

このアンケート調査は、「〇〇ふるさと旅行券」の利用の実態等を調査し、地域経済に対しどの程度の影響・効果があったのかを把握することを目的としております。

この調査票に記入された内容は、コンピュータ集計により統計的に処理し、本調査目的以外には使用いたしません。個人にご迷惑が掛かることは一切ございませんので、率直なご意見をお聞かせ下さい。

ご多忙のところ誠に恐縮ですが、ご協力の程、よろしくお願い致します。

※アンケートのご回答は、〇月〇日(〇)までをお願いいたします。

<アンケートについてのお問い合わせ先>

〒

住所：

〇〇〇〇市区町村

連絡先：

<記入要領>

- ・ 選択式の場合、お答えは、当てはまる番号に○をつけて下さい。なお、「その他」を選択された場合は、()内に具体的内容をご記入下さい。
- ・ 直接回答を記入していただく場合は()などの記入欄にご記入下さい。

平成〇年〇月

はじめにあなたご自身のことについておたずねします。

性別	② 男性	② 女性			
年齢	② 20歳代以下	② 30歳代	③ 40歳代	④ 50歳代	⑤ 60歳代以上
居住地	都・道・府・県		市・区・町・村		

問2. 『ふるさと旅行券（以下、旅行券）』を何円分入手されましたか。

円（	円分の旅行券）
----	---------

問2. 旅行券を主に利用したのは、どのような目的ですか。また、何人でのご旅行ですか。

目的	① 家族旅行	② 友人・知人との旅行	③ 出張等仕事	④ その他（	）
人数	人				

問3. 旅行券が無かった場合でも旅行は実施していましたか。

実施していた ⇒問4へ	・	実施していなかった ⇒問5へ
-------------	---	----------------

問4. 問3で「実施していた」を選択した方は、始めから〇〇〇へ行く予定でしたか。

予定していた	・	他の地域を予定していた	⇒具体的に（	）
--------	---	-------------	--------	---

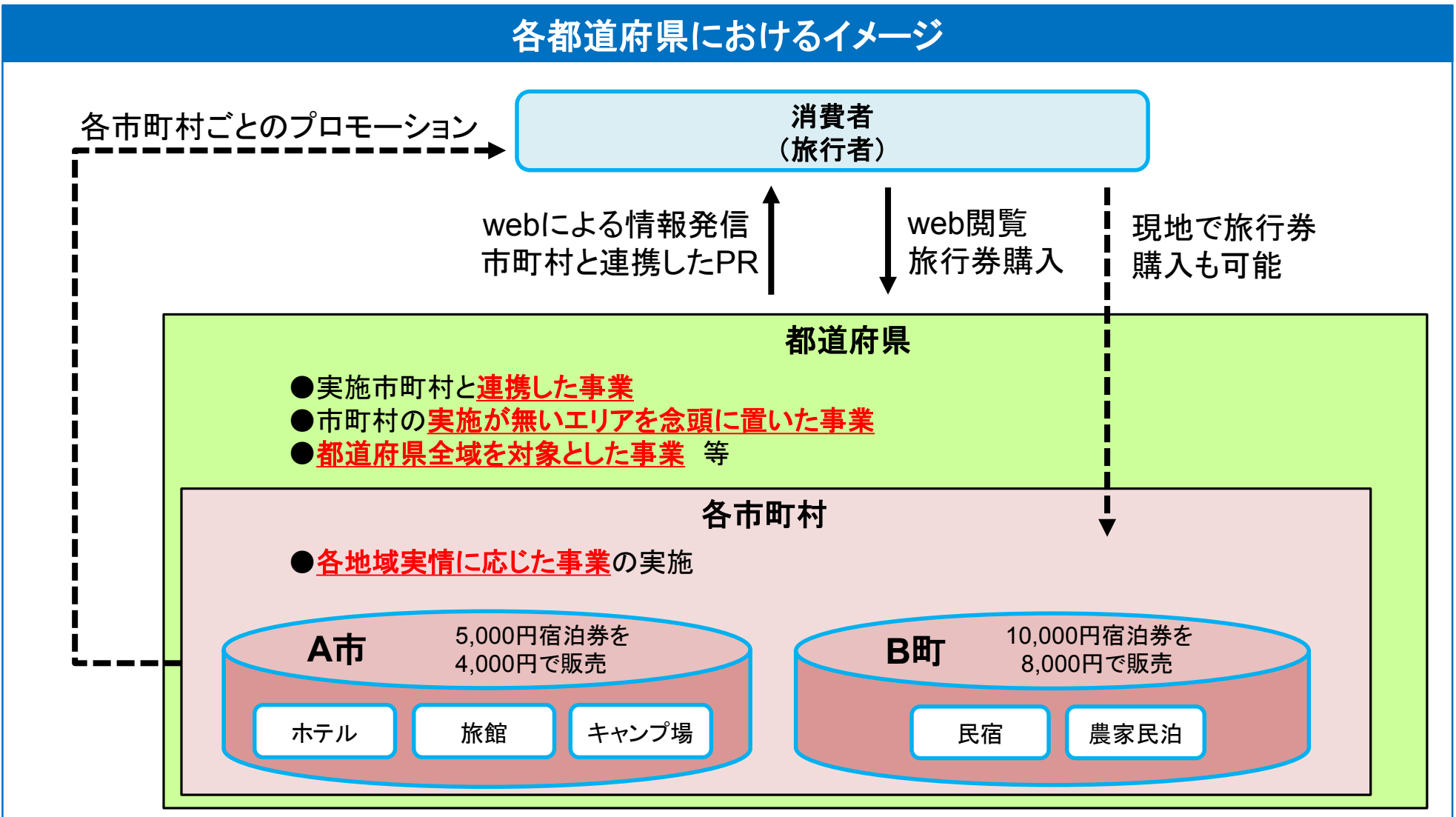
問5. 旅行券を使った旅行では、どれくらい商品・サービス等購入されましたか。

以下にあてはまるおおよその金額（千円単位）をそれぞれ数字でお書きください。

商品券の使用目的	旅行券での支払い	追加・旅行券以外で支出した現金等
a. 宿泊費	千円	千円
b. お土産		千円
c. お食事 (宿泊費に含まれないもの)		千円
d. テーマパークや 体験メニュー等		千円
e. その他		千円
合計	千円	千円

【参考】ふるさと旅行券(都道府県イメージ)

各市町村の事業内容や観光情報を一括して発信等を行うほか、実施が無いエリアを念頭においた事業の実施、都道府県全域を対象とした事業の実行などを行う。



【参考】ふるさと旅行券(各地域における実施例)

- 各市町村は地域の観光資源等を活かした宿泊客を対象とした事業を行い域外消費を喚起
- 利用者を対象としたアンケート調査を行い、経済効果の検証を行うとともに今後のマーケティング戦略等に役立てる

実施例 ①

新たに開業する新幹線駅からの送客を促進し、開業効果を高める



バスや鉄道運賃、レンタカー利用者を対象とした高速道路料金の負担



実施例 ②

地方空港を活用し、国内外からの団体ツアーを誘客



ツアーバス代金の一部負担



実施例 ③

温泉地周辺の飲食店やお土産店等へ観光客を誘客し、消費を促進



地域限定商品券や施設利用券の配布



実施例 ④

スキー場周辺のホテルや旅館、ペンション等への観光客誘客を促進する



レンタル料金減額やリフト券配布



複数地域・民間事業者との連携を図り、事業効果を高めることも可能

ふるさと名物商品・旅行券
プレミアム付商品券 について

平成27年1月
まち・ひと・しごと創生本部事務局

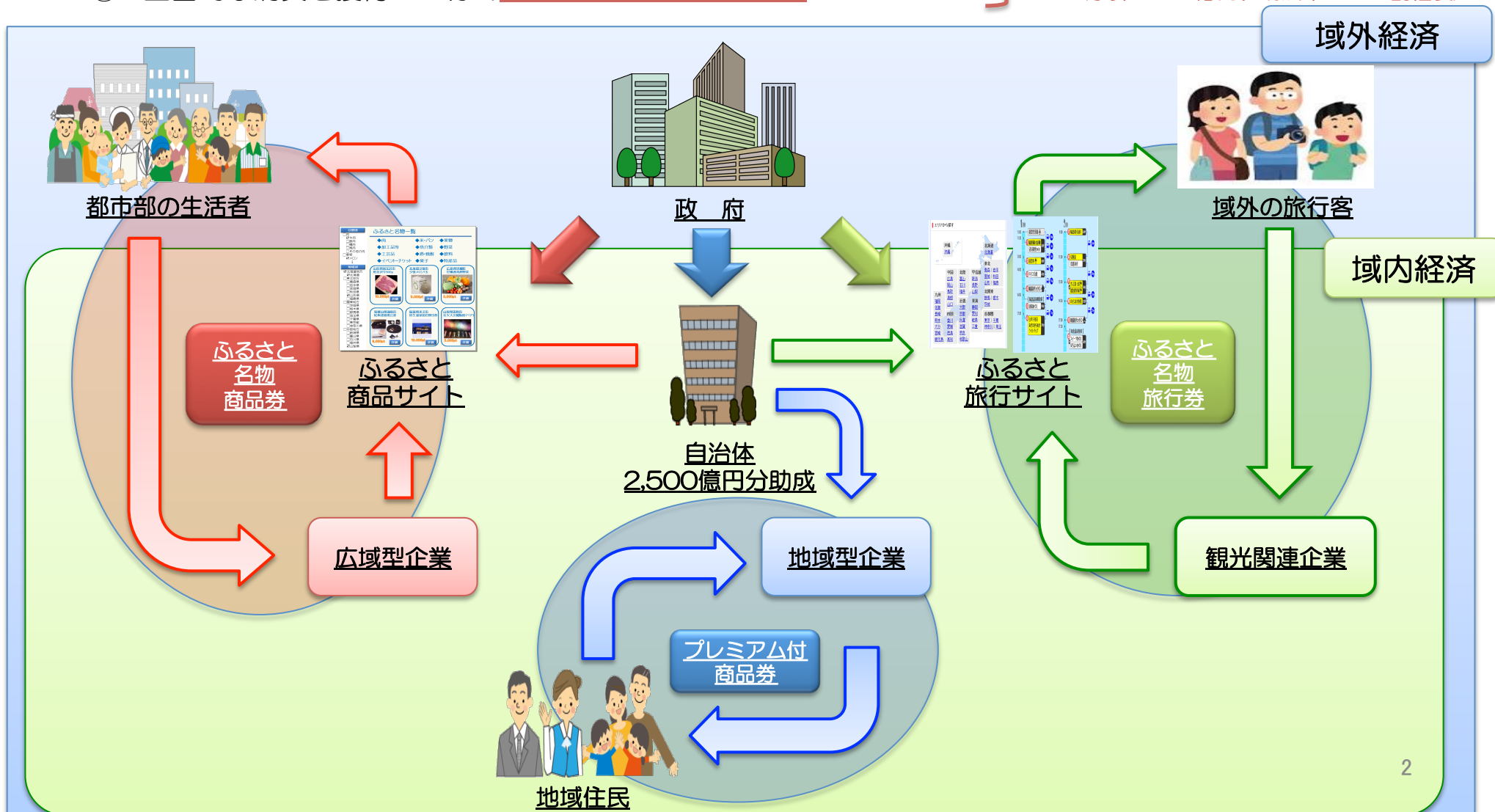
地方創生の消費喚起に向けた「3本の矢」

■ 地方の消費喚起に向け、以下3つの商品券等により、お買い物の1～3割程度（自治体が自由に設定）を助成し、助成金額の数倍の消費喚起を目指す。

- ① 域内消費を活性化する「プレミアム付商品券」
- ② 観光を通じ域外からの消費を呼び込む「ふるさと名物旅行券」
- ③ 全国的な消費を獲得しに行く「ふるさと名物商品券」

1兆円程度の消費喚起

(予算2500億円、助成率2～3割程度)



ふるさと名物商品・旅行券の基本的な仕組み

- ① 域外に向け、ふるさと名物商品・旅行券を販売する通販サイトを整備（実店舗での販売も可）。
- ② 「本来の販売金額」＊「割引後の価格」の形で価格表記を義務付け、その割引分について、販売実績に応じ販売店に助成する制度（消費者への間接補助）。同事業の統一ロゴも表示。
- ③ 各自治体は、既存の自治体サイトや民間サイトを活用しつつ、販売コーナーを整備。補助率、対象製品、対象者等を自由に設定（域内向け、外国人向け販売も可）
- ④ 自治体自らが整備するサイトの他に、全国単位での企画サイトも別途整備し、Idea競争の場に。



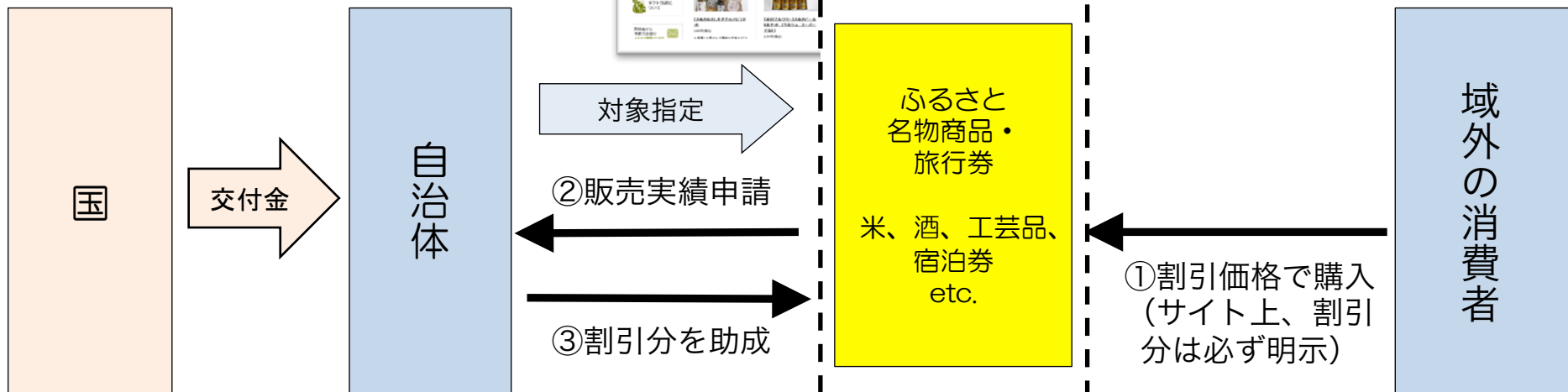
《各自治体のサイト》
《自治体横断的な企画サイト》
(民間事業者への委託を含む)

A県 X B県

① 県単位のECサイトでの販売競争
② 全国単位の企画サイトでの販売競争

《企画サイトのテーマ例》

- ✓ ローカル・クールグルメ
- ✓ 現代技術で蘇る伝統工芸
- ✓ ご当地鉄道&レア銘品
- ✓ 酒蔵の女将推薦銘品&酒蔵ツアーなど



都道府県別のサイト(香川県が活用を予定しているサイト)



香川特産産物
栗林庵
オンラインショップ

お問い合わせ | 買い物カゴ | マイページ

文字サイズ 標準 大 特大

送料全国一律 650円
(北海道・沖縄は別) | カード決済 | 年中印刷 | 銀行振込

お知らせ | 商品を探す | お買い物ガイド | お客様の声 | よくあるご質問 | メールマガジン

商品検索 ようこそゲスト様！ 会員登録はこちらからログインしてください。 新規会員登録はこちらから。

栗林庵のご紹介
R:uring1

栗林庵スタッフ
おすすめ商品
Recommend

栗林庵
オリジナル商品
Original

香川の美味を贈りたい
讃岐の冬ギフト
栗林庵のお歳暮

さぬき産フルーツ

香川産
調味料
Rare sugar

香川漆器
伝統工芸品

香川の
オリーブオイルと谷風油


オリーブ牛&
オリーブはまち

ギフト包装に
ついて

栗林庵から
季節のお便り
メルマガ登録はこちら


HOME > 栗林庵のギフト

栗林庵のギフト



香川の美味を贈りたい
讃岐の冬ギフト
栗林庵のお歳暮

29件の商品がございます。 価格順 並び順

 <p>【殊】歳暮別荘】年越しそばと年明けうどんセット 3,240円(税込)</p> <p>年末年始に欠かせない、年越しそばと年明けうどんのセットです。半生麺に焼つけそばつけ付きます。</p>	 <p>あったかお湯セット 2,284円(税込)</p> <p>瀬戸内のこだわり素材でつくる、あったかお湯のセットです。</p>	 <p>缶少糖セット1 4,040円(税込)</p> <p>レアシュガースウィートミニボトルとレアシュガースウィートを使ったケーキやカフェオレベース、いちごジャムの詰め合わせセットです。</p>
 <p>【さぬきのさしすせせりりり】セット 3,423円(税込)</p> <p>お歳暮にも喜ばれる讃岐を代表する「さしすせせ」の調味料に、いりこを合わせ</p>	 <p>【香川ブルワリー】さぬきビール 8本セット (ケルシュ スーパーアルト) 2,741円(税込)</p> <p>それぞれに味わいのある菅長をもつ、ケ</p>	 <p>【香川ブルワリー】さぬきビール 10本セット (ケルシュ スーパーアルト) 3,329円(税込)</p> <p>それぞれに味わいのある菅長をもつ、ケ</p>

全国の自治体が活用可能なサイトの例



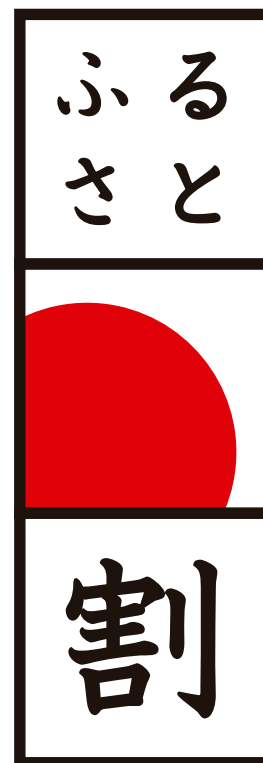
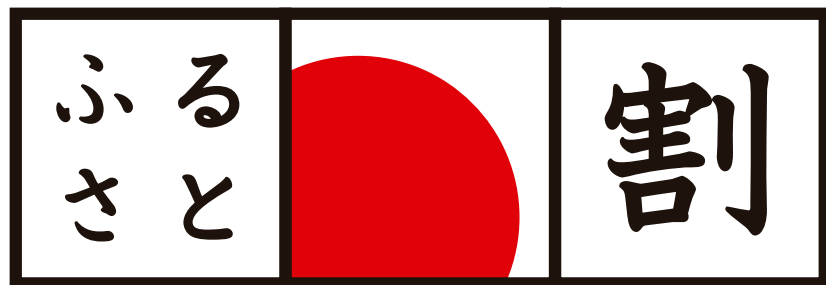
全国商工会連合会による
「NIPPON SELECT」

株式会社トラストバンク（ベンチャー企業）によるふるさと納税のポータルサイト



統一ロゴマークの案(1)

- 検討当初は、全国レベルで商品券を発行することを予定していたが、財源等の都合上、商品券は発行せず、割引分を助成する制度となったため、統一ロゴも、国が支援する統一の割引制度であることが明確となるようなロゴ・名称とするのが一案か。
- 現在検討中の一案を例示すれば、以下のとおり。



統一ロゴマークの案(1-2)

ふるさとが、
お求めやすく
なりました。

ふるさとは、それぞれのすばらしさがあります。
ちめしにちぎけ、見たこともない景色。

触れたことのない体験や奥の深い歴史と文化。

あなたの知らない日本が、まだまだ眠っています。

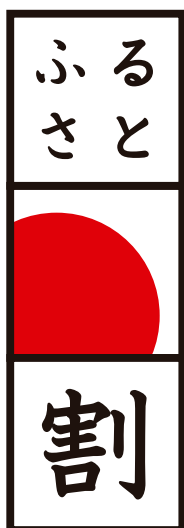
「ふるさと割」は、地域ならではの「よい」ものを、

「探し、広める」ことを目的にした取り組みです。

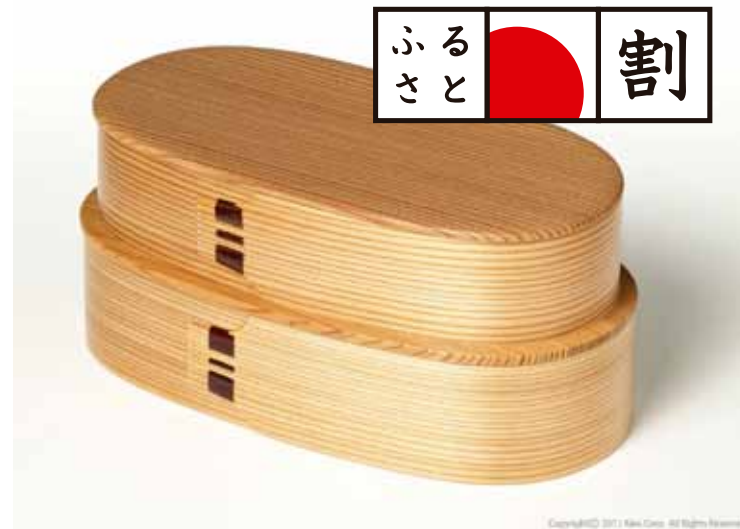
全国の自治体で認定された、ふるさとの「よいもの」が
一年間、お求めやすくなりました。

目印はこのマークです。この一年は、

あなたの知らない日本を存分にお楽しみください。



統一ロゴマークの案(1-3)



統一ロゴマークの案(2)



Local Good



Local
Good



Local
Good



Local Good



はっけん
にっぽん
よいもん

ふるさとは、それぞれのすばらしさがあります。
ちめしにぢざけ、見たこともない景色。

触れたことのない体験や奥の深い歴史と文化。

あなたの知らない日本が、まだまだ眠っています。

ローカルグッドは、地域ならではの「よい」ものを、

「探し、広める」ことを目的にした取り組みです。

全国の自治体で認定された、ふるさとの「よいもの」が

一年間、お求めやすくなりました。

目印はこの「よい」マークです。この一年は、

あなたの知らない日本を存分にお楽しみください。



Local Good

ふるさと名物商品・旅行券
名品指定の方法に関する参照資料

150118

本参照資料の性格と利用方法

本参照資料は、ふるさと名物を指定するにあたり、その考え方のヒントを取りまとめたものであり、実際に、各自治体による名品指定作業を拘束するものではない。

ふるさと名物や旅行を指定するにあたっては、域内から公募等により指定すべき商品・旅行の候補を募集することが一般的には想定される。何の制約もなくオープンに募集を行うのも一案であるが、本参照資料は、より効果的に外部にアピールするような、ふるさと名品・旅行を集めるため、公募の際にテーマを立てて行うことを想定し、そのテーマの立て方について、ヒントを集めたものである。

自治体自身や地域社会そのものが良いと思うものと、都市部の消費者が良いと思うものにはギャップがあることも多く、また全国統一のテーマのもとに各地方の名品を集めることで、より効果的な販売促進活動が可能となる側面もあることから、各自治体においては、本資料を参照し、当該地域の実情に即したテーマ別の名品の収集にもチャレンジすることが期待される。

まさに、「ローカル・クールジャパン戦略」立ち上げの好機とも考えられるこのタイミングで、各地域が積極的に、本名物商品・旅行券を機会に、自らの地域をアピールするテーマをご検討いただければありがたい。

なお、例示では、商品と旅行を極力一体的にアピールする方法を中心に紹介しているが、その方がより継続的な消費喚起効果を誘発しやすいためであり、商品のみ、旅行のみの名品指定を、無論拒むものではない。

まち・ひと・しごと創生本部では、現在、全国レベルでの企画サイトの整備に向け調整を行っている。各地域からみて有望なテーマ設定があれば、そのテーマに絞った調整を行うことも考えられるため、各自治体において良い名品が収集できそうなテーマがあれば、前広に、担当者までご連絡をいただきたい。

担当：まち・ひと・しごと創生本部

参事官	村上敬亮	keisuke.murakami@cas.go.jp
補佐	半谷英里子	eriko.hantnai@cao.go.jp

(電話)03-3581-4207

手引き1

新しい地域資源(モノ/体験)の発掘する視点を！

今回の「ふるさと名物商品・旅行券」の施策は、地域の名物商品・観光資源に対する消費を「購入者への助成」により喚起・拡大するものです。地域や地域の名物等に興味がある人々の購入を後押しします。

現在売れている商品や認知されている場所の普及よりも、新しい消費を生み出す新しい商品/体験を発掘することが目的です。つまり通常から売れているものをさらに売るというよりも、地域外の人々にまだ知られていない、地域の魅力・価値をもったモノ・体験を発掘して、この機会に広げていきます。

ふるさと名物商品

地域ならではの商品など「お取寄せ商品」のネットを通じた販売

(農産物(青果)、畜産・行業品、加工品、お菓子、飲み物、伝統工芸品、地場産業品、キャラクターグッズ、おみやげなど)

ふるさと旅行券

地域に訪れて利用可能な宿泊券や旅行券や地域商品券等のネット販売

【例】地域で使える宿泊券、ローカル線チケット、地域商品券などの発行、イベントチケット

■あたらしい視点を見つける5つのカテゴリー

新しい物の発掘に大切なのは、新しい視点。5つのカテゴリーから地域の価値を見直してみましよう。

人	場	営み	文化	歴史
女将 作家 料理人 生産者 キャラクタ アイドル 無精 杜氏 タレント 等	旅館 観光 料亭 鉄道・駅 農城 大学 農園 ダム パワース ポット 等	農産業 地場産業 技術 着物 菓子 調味料 麵 陶芸 青果 等	方言 風習・習慣 お祭り グルメ (・ぢめし ・ぢざけ 等) 等	ストーリー 神話 古代 江戸 明治 戦前戦後 等

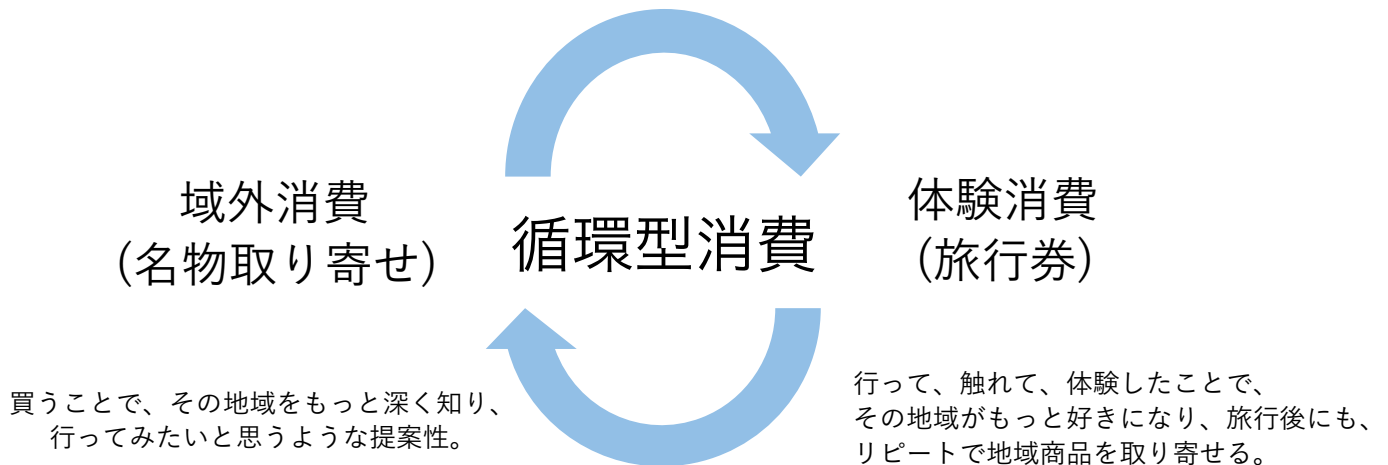
手引き2

さらに、モノと体験を分けずに考える！

モノ（商品）と体験（旅行）をそれぞれ販売してしまうと、一過性で終わってしまう可能性が高くなります。今回の交付金を一過性の消費活性で終わらせてしまっはもったいないので、もっと長期的に地域のためになる消費に、今回の施策を活用していくことが大切です。

買うことで、いってみたいくなる。行ったあとで、好きになって、リピート購入をする。そうすることで、循環型の消費を生み出すことで、サステイナブル（継続的）な地域活性を目指す。

サステイナブルな経済効果を誘発



手引き3

あたらしい体験価値を生み出す方程式

$$\text{名産品} \times \boxed{\text{?}} \times \text{旅}$$

「ふるさと名産品」と「ふるさと旅行」を組み合わせることで相乗効果を生み出すことが重要です。今はバラバラに存在している「産品」と「旅」をつなぐ要素を考えることで、今までになかった地域のあたらしい体験価値を生み出しましょう。

企画例 1

例えば「人」で考えてみる

名産品 × 人 × 旅(体験)



名産品 × **生産者** × 旅

例えば、「人」をいれてみる。地域にいる人と言えば「生産者」。
生産者の価値から考えることで、産品と旅行の両方を繋いだ企画を検討する。
他にも、料理人やソムリエなど、いろいろな「地域の人」を基点に考えてみる。

名産品 × **生産者** × 旅

■女性杜氏がつくる日本酒 × 酒蔵ツアー

生産者である「女性杜氏」を活かした商品開発と体験ツアー。酒だけでなく、作り手の知識や愛着をもってもらいファンをつくる。

名産品 × **ソムリエ** × 旅

■地元の日本酒ソムリエが選ぶ 地元名産×日本酒のマリアージュ

「ソムリエ」を選者として地域の名産/日本酒の組み合わせを。

名産品 × **料理人** × 旅

■ローカルスーパーシェフの限定レストラン

地域で活躍しているシェフを取り上げる。地域の食材を使った、最高の地域料理を体験できる。

■田崎真也が選ぶ 地元名産×ワインのマリアージュ

ユ

例えば地元に関連のある「著名人」を活用した企画も

企画例 2

例えば「文化」で考えてみる

名産品 × **文化** × 旅(体験)

名産品 × **方言** × 旅

■「方言」と「名産品」

例えば、「ばっけみそ」秋田・露のとうみそ/「ひつつみ」岩手・岩手版すいとん
その土地にいったときにちょっとした方言を知っているとうれしいし、旅が楽しくなる。
ただ商品を販売するのではなく、地域をちょっと深く知ってもらえることで
より好きになってもらうことができます。

名産品 × **伝統食器** × 旅

■伝統食器 × 一流料亭の盛りつけ

地域の伝統食器を、地域の一流料亭料理で楽しむ。
例え伝統食器の販売と、地域の料亭を結びつけて考えることで、
あたらしい体験を生み出すことができます。

例えば「歴史」で考えてみる

名産品 × **歴史** × 旅(体験)

名産品 × **大名** × 旅

■各藩「大名好み」特選名品ベスト30

“歴史” = 殿様こそ、豊かな地方文化の推進役。
大名セレクトとして、歴史好きにアプローチする
例えば、松江 = 「不昧公好み」鯛めしなど

自治体の横連携

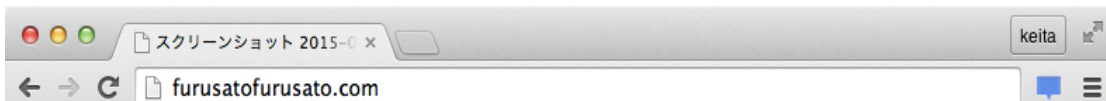
他の自治体、民間企業と共同して取り組む企画も

単一の自治体だけでなく、他の自治体と組合わさる企画。
例えば「みんなで選ぶ！世界遺産総選挙(世界遺産候補を横につないで盛り上げる)」

自治体の横のつながりで、旅行パッケージをつくるなど、
より地域をめぐることが楽しくなるような企画の検討も。

また、自治体だけでなく、民間の大手通販サイトや、
大手出版社の雑誌など連携して、拡散させていく。

※サイトイメージ

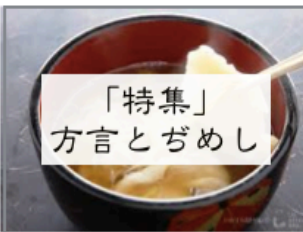


女性杜氏がつくる日本酒 × 酒蔵ツアー

女性杜氏がつくる日本酒が人気です。京都、千葉、和歌山、青森…
全国各地の女性杜氏のお酒を集めました。しかも酒蔵ツアーも楽しめます。
今ならなんと25%オフ

[【詳細をみる】](#)

千葉 京都 青森 岩手



【特集】知るほど美味しい！「方言とちめし」

例えば、「ばっけみそ」秋田・蕎麦のとうみそ/「ひつつみ」岩手・岩手版すいとん
その土地にいったときにちょっとした方言を知っているとうれしく、おいしくなる！
まめ知識と一緒に「ちめしツアー」にご招待します！

※出版社の雑誌特集

[【詳細をみる】](#)

秋田 岩手 佐賀 沖縄 高知



ソムリエが選んだ 地元名産×ワインのマリア

地元一流ソムリエが選んだ、地域の名産とワインの
ソムリエの話聞きながら、最高の食事を楽しむこと

山梨 福島 群馬 大阪



平成27年1月
まち・ひと・しごと創生本部事務局

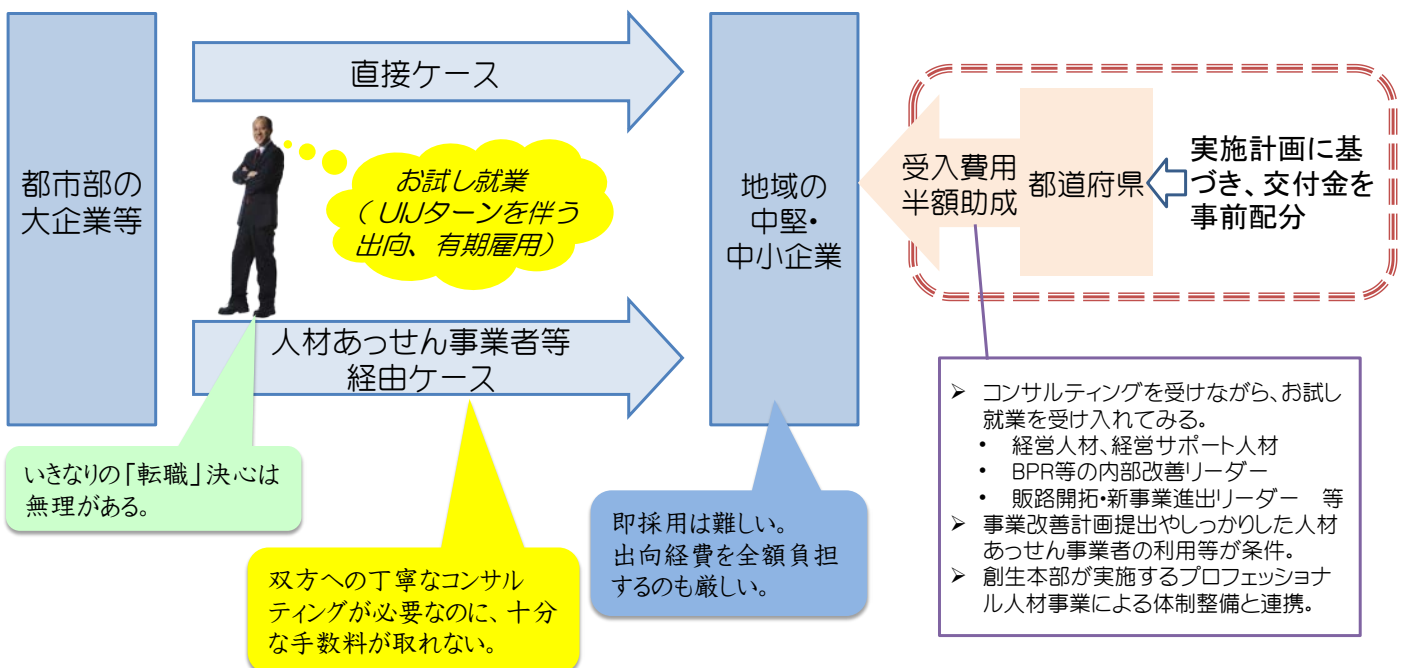
1. 目的・概要

地域の中堅・中小企業では、経営等に携われるプロフェッショナル人材の不足が目立つ一方、都市部の大企業等においては30代から50代で事業企画・運営に実績のある人材に余裕がある状況にある。地方創生を実現していくためにはこうした人材のUIJターンを促進していくことが重要であるが、現実には、移住による生活環境の変化、受入企業及び人材双方のマッチング不全などにより、地方への転職が進んでいない。

この問題を解決するためには、人材コンサルティングを活用した丁寧なマッチングの徹底と、正式雇用前の「お試し就業」の活用が必要となるが、基本的には給与が下がる方向の転職となるため、人材コンサルティングへの手数料が出にくく、加えて、お試し就業費用もなかなか捻出できないという課題が残る。

このため、地域の中堅・中小企業が、大都市のプロフェッショナル人材を受け入れるための「お試し就業」を実施する際、一定期間、企業の受入費用の半額を助成するUIJターン助成金制度を創設する。

受入側の費用負担を大胆に助成することで、地方への転職マーケットを一気に創出し、受入企業側にはその意義と人材確保の見通しを、求職者には自分にあった転職先が確保できるとの予見可能性を、広めることを狙う。



2. 「お試し就業」とは

お試し就業とは、プロフェッショナル人材と受入企業の双方が正式雇用の採否を判断するために、有期の雇用契約または出向契約に基づいて、一定期間、受入企業で就業することを言う。

受入企業での就業に当たっては、求職者側が、現在勤務している企業を退職する場合、既に求職中である場合、在籍出向の場合など、様々な形態が考えられる。

3. お試し就業期間

成功事例を見ると、一般的には3か月程度で、プロフェッショナル人材と受入企業の双方での見極めが済むことが多いことから、3か月をお試し就業期間の上限とすることを推奨する。

ただし、地域の実情や個別事情により、見極めにはさらに長い期間が必要となることも考えられるため、最長で6か月までをお試し就業期間とすることも考えられる。

4. プロフェッショナル人材の対象

受入対象となるプロフェッショナル人材は、都市部において、大手企業等での事業企画・運営などの実績を有し、かつ、受入企業である地方の中堅・中小企業において事業創出力の強化に繋がるような活躍が期待できる人材とする（主に、30代から50代の人材を想定）。具体的なイメージについては以下のとおり。

○経営人材・経営サポート人材

経営者や経営者を支える右腕として企業マネジメントに携わる人材（将来の経営幹部候補も含む）。

例：企業経営や大手企業での事業部管理等のマネジメント経験者 等

○販路開拓人材

新規事業や海外現地事業の立ち上げなど、企業にとって新たな販路を開拓し、売上増等の効果を生み出す人材。

例：商社等での営業や新規事業の立ち上げ経験者、海外事業企画等のグローバルビジネスの経験者 等

○事業再生人材

企業価値の向上に向けて、企業が抱える課題を解決（財務再構築、事業再編等）し、事業再生を推進する人材。

例：金融機関のOB等で事業再生に係る案件をマネジメントとして手がけた経験を有する者 等

○生産性向上人材

開発や生産等の現場で新たな価値（改善による生産性向上、新たな製品開発に取り組む等）を生み出すことのできる人材。

例：大手企業の工場長等の経験者、技術者として開発リーダー等の経験者 等

○その他の人材

受入先で求められるスキルについて10年以上の職業経験を有していることを一つの目安として、その地域の実情に応じて、プロフェッショナルとみなすことのできる人材（特に、ITスキルなどについては、必ずしも年限によらないため個別に判断）。

5. U I J ターン助成金額の算出

都市部からのプロフェッショナル人材の還流を促進する助成金であるため、「都道府県域外で就業していたプロフェッショナル人材が、域内の企業でお試し就業すること」を、助成金支出の原則とする（大企業の現地工場の工場長経験者で、そのまま当該地元で暮らしている人材を雇用する場合など、やむを得ない場合は、域内のプロフェッショナル人材も対象となりうる）。

また、基本的には、民間の人材紹介事業者¹の利用が想定されるが、プロフェッショナル人材と受入企業とが直接交渉してお試し就業を行うケースを排除するものではない。

助成金額の支払いは、経費の積み上げを積算して一定金額払う方法も考えられるが、基本的には、「お試し就業」のために受入企業がプロフェッショナル人材に対して、その期間支払う基本的給与の半額を助成することとする、簡素な形式を推奨する。

< U I J ターン助成金額の計算式 >

$$[\text{助成金額}] = [\text{お試し就業期間中に、受入企業が支払った給与額}^*]$$

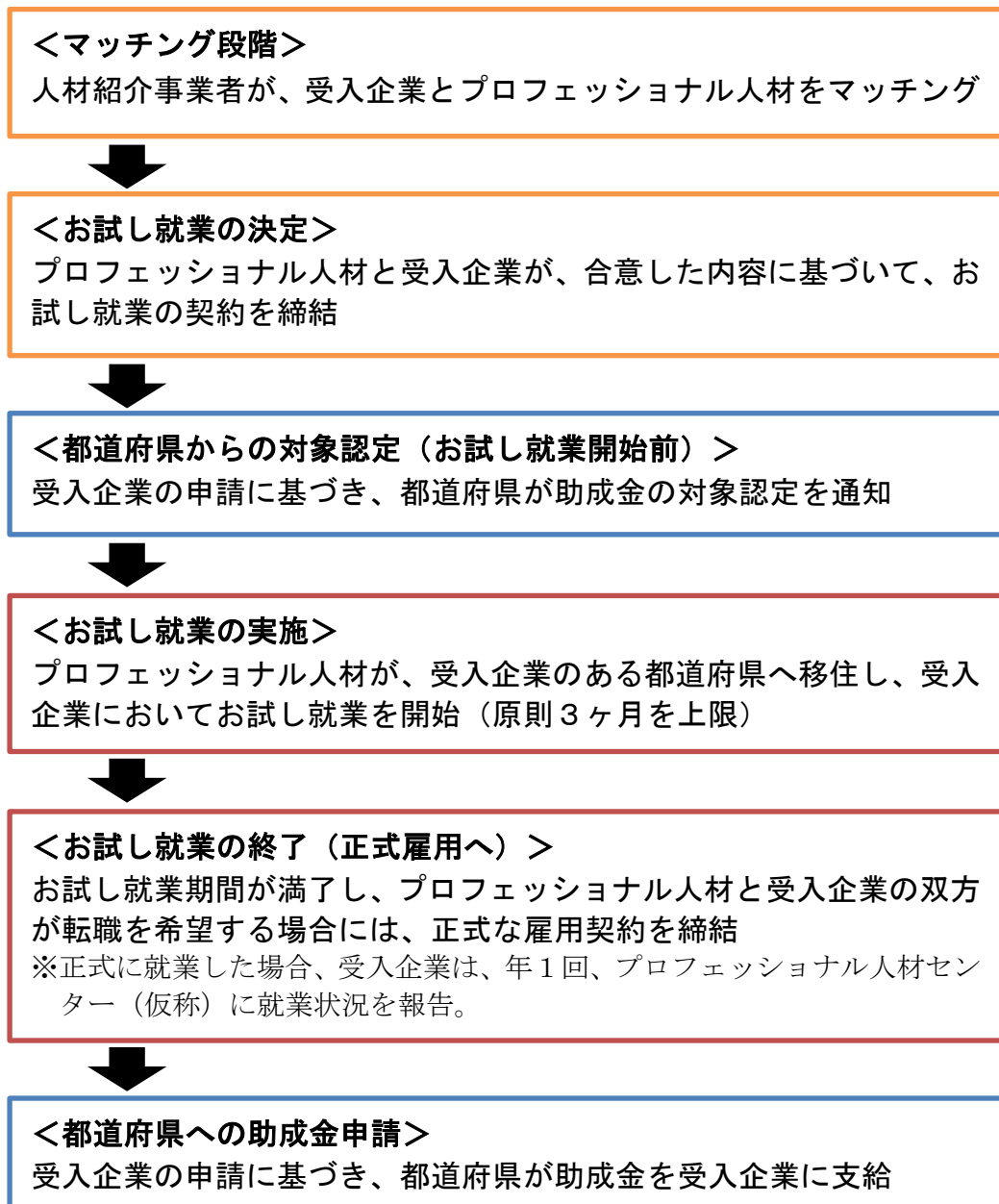
× 50%（助成率）

※各受入企業の事情により異なるが、給与には、域外からの転職を受け入れる場合に基本的に支払われる手当も含まれる。その手当として、例えば、引越費用など移転のための費用、新居を見つけるまでのホテル宿泊料、住宅補助、通勤手当、社会保険料の企業負担分が想定される。

¹ 厚生労働大臣により有料職業紹介事業の許可を受けている民間の職業紹介事業者。

6. お試し就業の開始から助成金支給までの主な流れ

(1) UIJターン助成金支払いまでの主な流れ（イメージ）



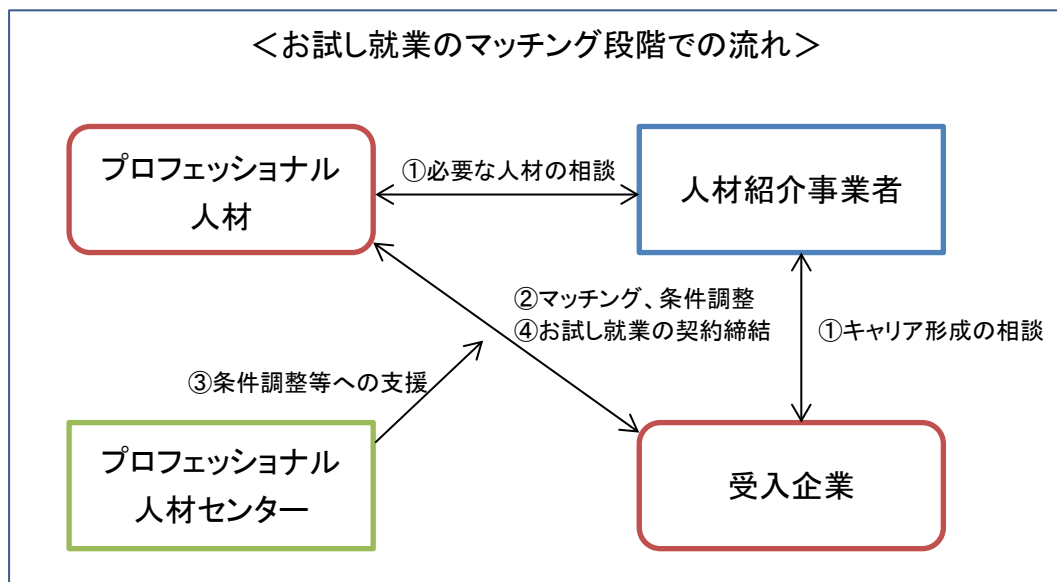
(2) 各段階における詳細の流れ

① お試し就業のマッチング

人材紹介事業者が、プロフェッショナル人材と受入企業をマッチングし、転職後のポジション、業務内容、給与、時期等の条件を調整する。調整が進んできた段階で、UIJターン助成金の対象の可否について、プロフェッショナル人材センターの支援を受けつつ、都道府県のUIJターン助成金担当との相談を開始する。なお、人材紹介事業者を利用しない場合は、プロフェッショナル人材と受入企業が、直接、条件調整を行う。

プロフェッショナル人材と受入企業との間で、お試し就業を行う合意が得られた場合には、双方間でお試し就業の契約を締結する。具体的には、プロフェッショナル人材と受入企業間での有期雇用契約、もしくは、プロフェッショナル人材が勤務している企業と受入企業間での出向契約を締結する。

なお、受入企業が人材紹介事業者を活用する場合、人材紹介事業者に申し込む求人条件については、原則として、雇用対策法第10条に基づき年齢の限定をかけることができない点に留意する。



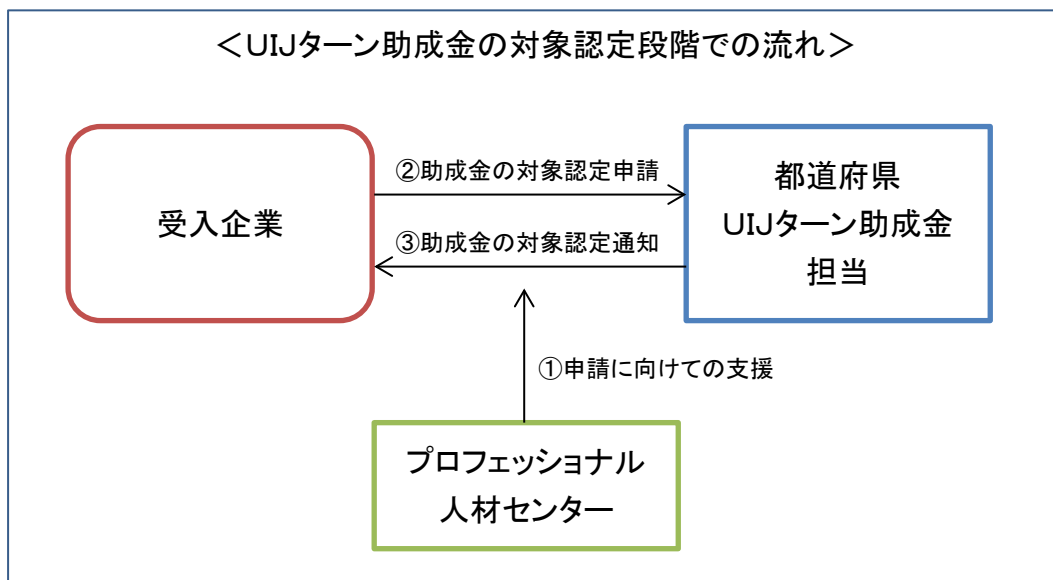
② UIJターン助成金の対象認定

プロフェッショナル人材の受入企業は、UIJターン助成金が確実に支払われることを担保するため、プロフェッショナル人材センターの支援を受けつつ、都道府県のUIJターン助成金担当に「お試し就業計画 申請書」を提出する。申請書を受け取った都道府県の担当は、申請書の内容を確認した後すみやかに、当該お試し就業がUIJターン助成金の対象認定を受けたことを、受入企業に通知する。

「お試し就業計画 申請書」には、別紙に示すとおり、簡潔に、以下の4項目の記載を求めるとともに、雇用契約書の写しなどの書類添付を求める。

- ① プロフェッショナル人材の経歴
- ② プロフェッショナル人材を採用して行う事業の概要
- ③ 利用した職業紹介事業者
- ④ UIJターン助成金の申請見込み金額

本助成金が、目的外に利用されることのないよう、助成金の対象となるプロフェッショナル人材の範囲、受入企業の範囲、対象者の受入企業での勤務中の住所の範囲等について、その客観的な基準とそれを確認する方法を各都道府県で定めておく必要がある。

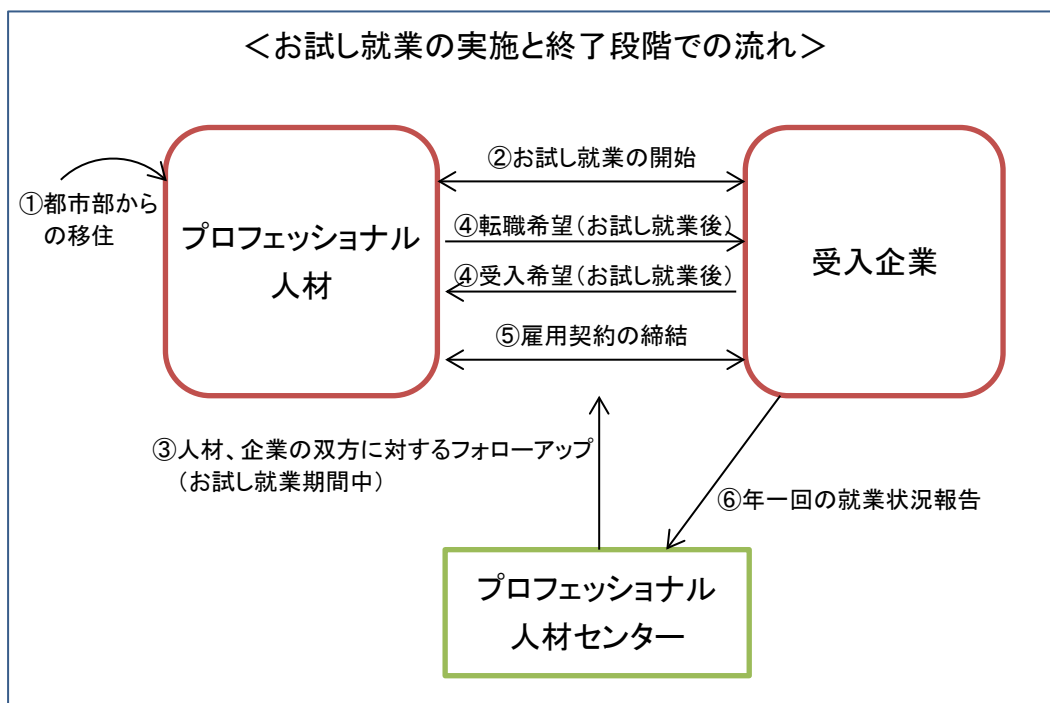


③ お試し就業の実施と終了

プロフェッショナル人材が、受入企業がある都道府県に移住した後、受入企業においてお試し就業を開始する。お試し就業期間が満了し、プロフェッショナル人材と受入企業の双方がその後も就業を希望する場合には、改めて雇用契約を締結する。その場合、受入企業は、年1回、プロフェッショナル人材センターに就業状況を報告する。

残念ながら、プロフェッショナル人材もしくは受入企業のいずれかが就業の継続を希望しない場合には、その後の雇用契約は締結しない。プロフェッショナル人材、受入企業が、別のお試し就業を希望する場合にも、UIJターン助成金の支給対象となる（プロフェッショナル人材が、同一都道府県で次の仕事探しをする場合でも、改めてUIJターン助成金の支給対象となる）。

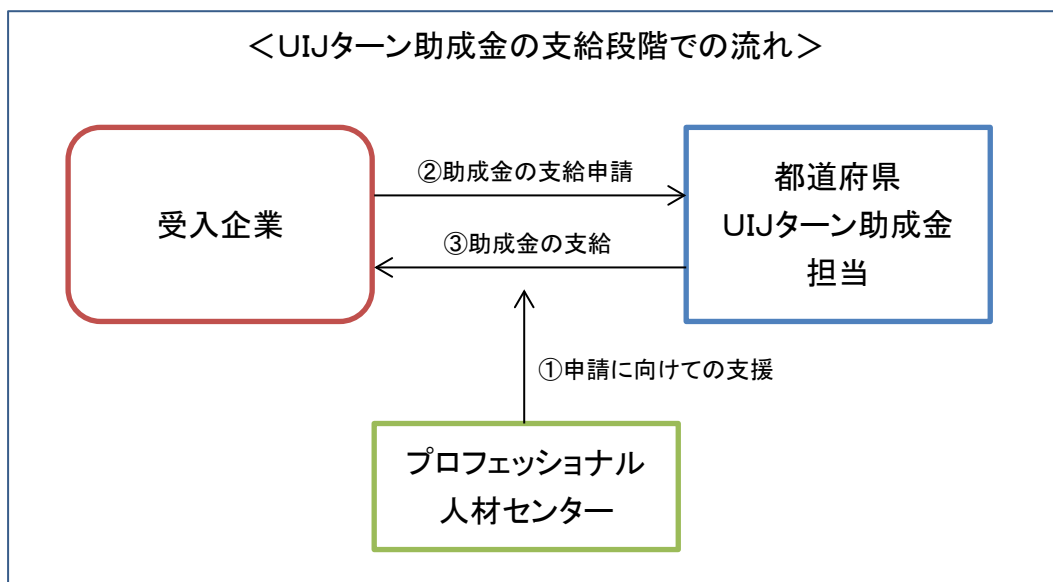
プロフェッショナル人材センターは、お試し就業が成功するよう、お試し就業の状況について、受入企業、プロフェッショナル人材の双方にフォローアップを行う。また、お試し就業後の雇用契約の締結に至らなかった場合、プロフェッショナル人材の就職のために、プロフェッショナル人材センターが支援を行う。



④ U I J ターン助成金の支給

受入企業は、プロフェッショナル人材センターの支援を受けつつ、お試し就業期間中にプロフェッショナル人材に対して受入企業が支払った給与額を確認できる給与支払明細書等の確認書類を用意して、都道府県のU I J ターン助成金担当に、U I J ターン助成金の支給を申請する。

申請を受けた都道府県の担当は、確認書類の内容を確認した後すみやかに、必要額のU I J ターン助成金を、受入企業に支給する。不正受給を防止するため、原則として、お試し就業終了後の清算による1回払いでの支給とするが、都道府県の業務負担上で可能な場合には、月に1回の頻度で遅滞無く清算手続きを行って、助成金を支給し、受入企業の負担を軽減する。



〇〇〇知事 〇〇 〇〇 殿

住 所
企業名
代表者名 印

お試し就業計画 申請書

1. 申請内容

<p>(1) プロフェッショナル人材の経歴</p> <p>(記載例)</p> <p>■氏名／生年月日： 〇〇 〇〇 (ふりがな) / 昭和〇〇年〇月〇日生 〇〇歳</p> <p>■概要： A商社において海外事業企画部門での10年以上の経験あり。特に海外法人の立ち上げなどグローバルビジネスの経験・ノウハウを有している。アメリカ駐在経験もあり。</p> <p>■U I Jターンの状況： 今回は、A商社（東京勤務）を退職し、東京都から〇〇県へのUターン転職を希望し、当社においてお試し就業を実施する。</p>
<p>(2) プロフェッショナル人材を採用して行う事業の概要</p> <p>(記載例)</p> <p>■配置先及び役職： 海外事業企画部 本部長</p> <p>■自社の今後の事業計画とプロフェッショナル人材採用の関係： 当社は、電子部品関連の製造販売を行っているが、自社の成長のためには既存の取引先への販売に加えて、新興国での新たな販売網を構築することが生き残りの生命線であり、海外現地で事業を立ち上げる計画である。しかしながら海外現地事業の立ち上げ経験のある従業員がいないため、経験・ノウハウを有したプロフェッショナル人材の獲得がどうしても必要であった。 今回、お試し就業により当社が求める人材であると見極めることができれば、海外現地事業の責任者（海外事業企画本部長 執行役員待遇）として正式に迎えたいと考えている。</p>
<p>(3) 利用した職業紹介事業者</p> <p>(記載例)</p> <p>■企業名：株式会社〇〇〇〇〇〇〇</p> <p>プロフェッショナル人材センターへの登録 <input checked="" type="checkbox"/> 有・無</p> <p>(※センターに登録していない事業者でも可)</p>
<p>(4) U I Jターン助成金の申請見込み金額</p> <p>(記載例)</p> <p>■給与月額 (A)： 50万円</p> <p>■交付対象期間 (B)： 3ヶ月</p> <p>■申請金額 計算式 (A) × (B) × 1/2 50万円 × 3ヶ月 × 1/2 = <u>75万円</u></p>

2. 添付書類

- (1) 雇用契約書等の写し
- (2) その他参考資料（自社の事業概要がわかるパンフレット等）