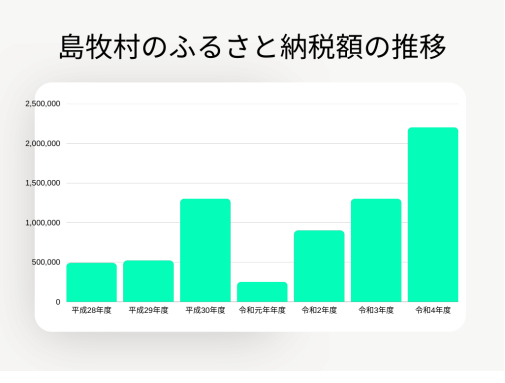
「豊かな自然が育むアスパラをE-COMMERCEで全国へ」

北海道島牧村の高品質な商材を、ふるさと納税サイトとD2C（ネット通販）を通じて全国のお客様にお届けします。

千走商会が推進するふるさと納税事業者の取り組みは、島牧村産アスパラガスを全国に届けることで、地域の魅力と資源を最適に利用します。

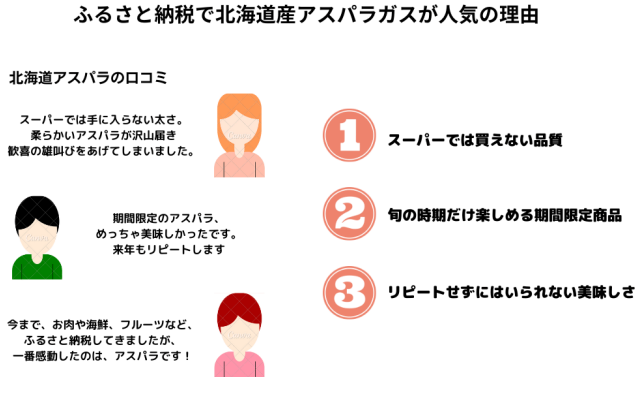
島牧村は北海道の中では納税額が最下位（2023年現在）です。

しかし、その裏では返礼品数を増やすだけで、納税額が上がっていることも確認できます。



事業は、北海道島牧村の地域資源を最大限に活用するものです。

特にアスパラガスは季節性があり、そのため繰り返し購入が確認されています。



ふるさと納税事業とE-COMの販売を行うことで、多角的な収益構造を築くことが可能です。

この二つのプラットフォームは、一見異なるように思えますが、実は多くのシナジー効果を生む可能性があります。

まず、ふるさと納税での成功がEC販売にも「波及効果」をもたらすでしょう。

アスパラの品質と地域への貢献が全国で認知されれば、それが新たな顧客をECサイトに引きつける力となります。

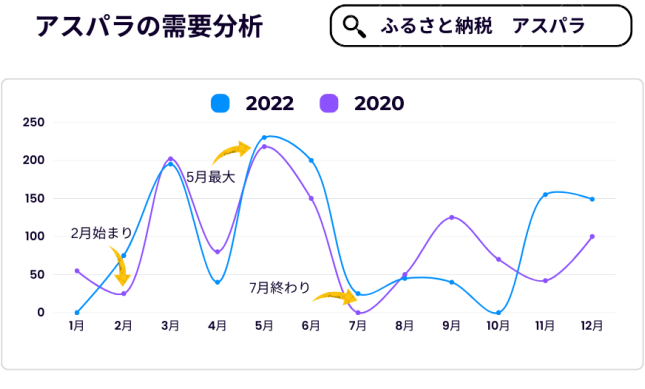
逆のパターンも予測しており、ECでの成功がふるさと納税のプロジェクトにも良い影響を与える可能性が高いです。

次に、「データ活用」です。ふるさと納税とEC販売で得られるお客様データは、マーケティング戦略や新たな商品開発に有益に働きます。

これにより、お客様のニーズに更に精度高く応えることが可能になります。

勘の強いかたならすでに気づいている可能性がありますが、同じアスパラを両方のプラットフォームで取り扱うことで、「効率的な在庫管理」が可能になります。

ふるさと納税の必要時期は年末だけど、アスパラ需要は2月（先行予約）からはじまる



千走商会のビジネスモデルは、ふるさと納税とアスパラガス販売の季節性を最大限に活用しています。

オフシーズンにふるさと納税で集めた事業資金を、5月からのアスパラガス販売に効率良く投入することで、資金の最適化と収益の安定化が見込まれています。

そして、ふるさと納税サイトでアスパラガスを出品する自治体が少ないという事実を基に、独自の市場戦略を展開しています。

この強みは、消費者が選択する際の選択肢を限定し、千走商会のアスパラガスに対するニーズを高める可能性があると言えます。

ふるさと納税でアスパラのライバル市町村は少ないのでチャンス！

都道府県別アスパラガス返礼品登録自治体

都道府県	市町村
北海道 (32)	富良野市 新十津川市 名寄市 美幌町 旭川市 北斗市 日高町 東神楽町 江差 町 今金町 上川町 網走市 千歳市 帯広市 下川町 赤平市 美唄市 むかわ町 倶知安町 美深町上富良野町 石狩市 当別町 浦河町 士幌町 苫前町 由仁町 本別町 乙部町 芽室町 大空町 新ひだか町
山形 (5)	尾花沢市 新庄市 川西町 長井市 鮭川村
福島 (2)	福島市 喜多方市
長野(8)	佐久穂町 長野市 飯田市 飯山市 高森町 宮田村 東御市 高山村
香川 (9)	まんのう町 高松市 土庄町 多度津町 東かがわ市 三木町 観音寺市 三豊市 さぬき市
福岡 (6)	小郡市 大川市 福津市 大木町 岡垣町 宗像市

消費者への価格メリット：お手頃な価格でのご購入

千走商会は規格外品の販売で生産者の「生産ロス」を削減し、消費者には「お手頃な価格」での購入を可能にしています。

廃棄品や、規格外品で商品開発することで、アスパラガスの季節的な需要の問題にも対応しています。

この戦略は、千走商会が特定の課題に対処し、地域資源を最大限に活用するというミッションを達成するための重要な一歩です。

刑部 広平　Kohei Osakabe
千走商会代表

osakabe@chihase.com