



2024年12月19日

各位

会社名 株式会社チェンジホールディングス
代表者名 代表取締役兼執行役員社長 福留 大士
(コード番号：3962 東証プライム)
問合せ先 取締役兼執行役員CFO 山田 裕
(TEL. 03-6435-7347)

当社グループのふるさと納税事業について

本日、Amazon 社がふるさと納税サービスを正式に開始するとの発表がありました。当社グループ事業への影響について多くの株主や投資家の皆さまが関心を持たれていると思われまますので、改めて当社グループのふるさと納税事業およびその戦略についてご理解をいただくため、以下のとおりお知らせいたします。

<ふるさと納税事業の位置付け>

当社グループの株式会社トラストバンクが運営する「ふるさとチョイス」は、2012年9月に国内初のふるさと納税総合サイトとして開設され、全国約95%となる1700自治体超の76万点（いずれも2024年10月時点）を超える返礼品を掲載している業界最大級のふるさと納税サイトとして安定した運営基盤を有しています。その運営基盤をもとに、当社の4つの事業領域のうち地方創生領域において中核的な役割を担っておりますが、当社グループはその制度趣旨に基づき、サービスの普及と寄付者の利便性向上を図ることで、自治体と寄付者の双方に価値を提供しています。

<競争環境への対応>

ふるさと納税は、地方自治体への寄付を通じて地域活性化を図る国の制度であり、その趣旨に沿った適正な運営が求められます。2025年10月からは、仲介サイトによるポイント付与が禁止されることが決定しており、制度運用の厳格化が進行しています。

当社グループは、これまで制度趣旨に沿った地域活性化に資する運営を一貫して実施してきました。具体的には、クラウドファンディング型ふるさと納税（GCF）や災害支援特化型ふるさと納税を国内で初めて立ち上げ、さらに地域の事業者・生産者の支援や返礼品開発をサポートすることで、寄付募集にとどまらない取り組みを推し進めています。また、ふるさと納税黎明期から築いてきた自治体や地域の事業者との関係性に加えて、より多くの地域に貢献するために取り組みを続けた結果、掲載数業界最多の返礼品を揃える事が出来ています。

これらの活動は、今後の制度運用の厳格化においてサービスの魅力に繋がることから有利に働くとともに、公共DX領域をはじめとする当社グループ内の各事業とのシナジーを創出し、地域社会の発展や持続可能性の向上に寄与しています。

また、ふるさと納税市場では、これまで顧客基盤を有する様々な業種の大手企業が参入していますが、主要なプレイヤーはふるさとチョイスを含め数社に留まっている状況であり、先行者メリットが高い競争環境が特徴です。そして来年度にはポイント付与の禁止など経済的利益の提供による寄付募集が禁止されるため、この傾向は益々強くなると予想しています。当社グループは、引き続き制度趣旨を遵守し、今後も継続的に自治体と寄付者双方に価値を提供するサービスを展開するとともに、地方創生の実現に向け当社グループ内でのシナジー創出にも引き続き取り組んでいきます。

<当社グループの戦略>

当社は、今後の競争環境を見据えて、既存戦略（以下、1～3）の強化に加えてコミュニティ戦略を推進していきます。

1. アライアンス（OEM）戦略

アライアンス戦略は当社グループの中核をなす重要な戦略です。地方創生に関心を持ち、豊富な顧客基盤を有する企業（例：鉄道、航空、通信キャリア、クレジットカード会社など）は多い一方で、約2,000の全国地方自治体との契約や数十万点におよぶ返礼品の提供には、収益性と営業・管理コストのバランスという課題があり、後発企業にとってふるさと納税事業への参入障壁となっています。当社はこうした状況を踏まえ、地方創生を志す数千万人規模の顧客基盤を有する企業とのOEM連携を積極的に推進しています。既に連携しているNTTドコモ、KDDI、クレディセゾンなどの企業に加え、直近3か月で無印良品、東日本旅客鉄道（JR東日本）、カブ&ピースなどとの協業を進めています。これらの企業群とのOEM連携を軸に、業界や業種を超えた独自の“企業連合経済圏”を構築しています。この経済圏は、競合他社の自社単独で主導する経済圏とは一線を画すモデルとして差別化を図り、新規寄付者の獲得に繋がっています。

2. プロダクト戦略

掲載数業界最多である返礼品において、これまで培ったマーチャンダイジングのノウハウや企業アライアンスを通じて魅力的な限定の品を拡充するとともに、高所得者層向け限定品や宿泊・体験型返礼品の開発を強化しています。最近では、日本最高峰の家具ブランド「アルフレックス」のチョイス限定品を提供するほか、体験型お礼品を紹介する専門サイト「チョイストラベル」のリニューアルや全国の厳選宿を紹介する『ハイクラスな宿』の開設を通じて、ニーズが高まっている観光領域における付加価値の高い選択肢を提供しています。

3. リアルチャネル戦略

当社グループのシナジーを活かした銀行や証券会社のプライベートバンキング部門との連携を通じ、富裕層向けの提案をさらに強化しています。また、全国に展開する事業者が対面で寄付者に説明・提案を行うなど、リアルチャネルを活用した寄付募集も展開しています。既存の通信キャリアとの協業に加えて、大規模な顧客基盤を有する他業種の大手企業とのアライアンスも推進します。

4. コミュニティ戦略

同じ価値観、趣味、ライフスタイルなどを共有する結束力の強いコミュニティとのロイヤリティ向上施策を強化しています。ふるさとチョイスを通じて寄付することでスポーツチームやアイドルなどを応援できるプログラムを展開しています。この領域を強化することで、帰属性の高い継続的な寄付スキームの確立や成功モデルのGCFへの応用などを通じて、事業を成長させます。

<今後の展望>

当社グループは、ふるさと納税制度の趣旨に沿って、独自性を活かした事業展開を継続していきます。これらの戦略は他社が容易に模倣できないものであり、地域と寄付者により一層の付加価値を提供することで競争を乗り越え、ふるさと納税事業の安定的な成長を実現していきます。

以上

<参考：2024年10月以降にトラストバンクが発表した主要なアライアンス関連のニュース>

ふるさとチョイス、日本最高峰ブランド「アルフレックス」の家具をふるさと納税のお礼の品として初めて寄付受付開始

<https://www.trustbank.co.jp/newsroom/newsrelease/press831/>

ふるさとチョイス、「JRE MALLふるさと納税」とOEMサービスにおいて連携を開始

<https://www.trustbank.co.jp/newsroom/newsrelease/press835/>

ふるさとチョイス、前澤友作氏代表の株式会社カブ&ピースが立ち上げた「KABU&ふるさと納税」とOEM連携を開始

<https://www.trustbank.co.jp/newsroom/newsrelease/press846/>

ふるさとチョイス、ふるさと納税を活用した地域で活動するアイドル応援プロジェクトを11月21日から始動

<https://www.trustbank.co.jp/newsroom/newsrelease/press847/>

DAZNとふるさとチョイス、ふるさと納税を活用したサッカークラブ応援プロジェクトで協力開始 寄付者が選ぶサッカークラブへの“応援金”で活動支援

<https://www.trustbank.co.jp/newsroom/newsrelease/press848/>

ふるさとチョイス、ふるさと納税を活用したB.LEAGUEクラブ応援プロジェクトを開始 寄付者が選ぶB.LEAGUEクラブに支援金拠出で活動支援

<https://www.trustbank.co.jp/newsroom/newsrelease/press849/>