

～ こうち Koubai project presents 『the Seller vol.3』 ～

【こうち Koubai project について】

平成 27 年（26 年度）より続いている合同公売会については、平成 29 年（28 年度）からは各機構が事務局を担当し、4 機構が主催というような取扱いとなっている（別紙参照）。4 機構主催で今後も継続していくことが想定されるが、広報活動をするにあたって、4 機構を主催と併記したところで、住民やメディアからすると「ん？何だコレ」という感覚で浸透（認識）しづらい（4 機構が何なのか認識しているのは同業だけ。自治体職員でも部署が違くと知らない職員も多いのでは？）。

そのため、今後の運営について、主催を統一し事務局を各機構持ち回りにした方が、住民等への浸透（認識）が深まるのではないかと推測する。

そのため、動産公売会の運営主体として任意に『こうち Koubai project』を立ち上げ（設置）することとする。

例えば、主催：こうち Koubai project, 事務局：安芸機構 というような形式にする。高知県徴収ネットワーク研修実行委員会のようなものだが、規約などで枠組みを作ると、自由な発想や運営の妨げになることが想定されるので、作成する予定はないが、どうしても必要であれば作成する。

いろいろ書いたが、複雑な話ではなくて、単純に動産公売会を運営する 4 機構の総称を設定すると捉えてもらえばよい。

【企画の目的】

インターネット公売が終焉（予定だった）した後の換価手段として考案された窓口公売会であるが、過去 2 回（3 回）の結果、反響を見ると、やはり（結局終わらなかった）インターネット公売に比べると、宣伝・集客効果が弱い。

かといって、窓口公売のノウハウを捨ててしまうのは極めてもったいないので、さらなるバージョンアップのため、ゼロベースで再構築しリニューアルを図る。

本企画の最終的な目的は、グローバルな集客が推しであるインターネット公売に対抗する換価手法として、『地方特化型』の換価手法を確立し、『高知方式』を全国発信する。

成功すれば、納税意識の改善、徴収率の向上はもちろん、多くの自治体での政策目標の柱の一つでもある『地方からの発信』に寄与することができ、地域の発展に繋げることが期待される。

また、将来的な展望として、成功事例をパッケージとして PR すれば、地方を拠点とする IT 企業（システムベンダー）や起業家とコラボ（業務提携）し、雇用創出、企業誘致などの地域発展の基盤となることを想定している。

【これまでの改善点と概要】

これまでの公売会において、地方特化型公売の基礎、方向性は築けたかに思えるが、行政主催事業の弱点である広報活動について克服することができたとは言い難い。

内容としては、一般的なバザーやオークションと大差はないと捉えているが、顧客となる住民の方々からすると、「行政機関がやっていること」ということで、一歩引いた目線で受け止めている感は否定できない。

それらのいわゆる偏見を払拭しない限りは、公売会の企画の発展は望めないと推測する。

まずは、偏見の根元にある『行政＝堅苦しい』のイメージを改善するため、「高知県市町村合同窓口公売会」というネーミングを取り払い、いわゆる行事（催事）という取り扱いで、そのイベントタイトルを作成する。

次に、今後も継続していくことを想定して、

1 イベントタイトル

2 マスコットキャラ

3 ネット入札（インターネット公売に対抗するための必須ツールとしてインターネットを通じた入札参加方法を構築する。）

これらを改善の3本柱として、よりフランクに、よりポップなイメージ戦略により、新たなスキームを創出する。

— 暫定事項 —

【イベントネーミング】 the Seller vol.3 ～Autumn Collection～

【キャッチコピー】 高知発！日本一カンタンな公売会

【オリジナルキャラクター】 公募で決定

- 【注目ポイント】
- 1 差し押え物品+α（公有財産を検討）
 - 2 入札方法の多様化
窓口+郵送+インターネット（入札フォームを作成）
 - 3 ネーミングとマスコットキャラの作成
 - 4 Twitterの拡散、物品紹介動画のUP
 - 5 滞納整理講座（動画）のUP（←おまけ要素）