

〔総務部 市長公室 財政課 所管〕

02010606 ふるさとづくり寄附金事業

決算書P. 109

【財源内訳】

(単位：千円)

	平成30年度	令和元年度	差	主な名称
事業費	698,468	796,542	98,074	
国庫支出金				
県支出金				
地方債				
その他	47,169	775,563	728,394	ふるさとづくり寄附金
一般財源	651,299	20,979	△ 630,320	

【財源の主な増減】

平成31年4月に「守谷市ふるさとづくり寄附条例」を改正し、ふるさとづくり寄附金を直接事務費に充当できるようにしたことで、その他特定財源の額が増加している。

【目的及び期待する効果(誰(何)をどうしたいのか)】

寄附金の使い道の具体的な内容を明示することで、市政への理解、貢献結果がイメージしやすくなり、寄附者の満足度も増す。それにより更に寄附金が集まることになり、市の財源を確保することができる。

また、市内事業者から協力を得て市の多くの魅力的な商品を発信していくことで、市の認知度向上やイメージアップといったシティプロモーション、地域経済の活性化につながることも期待できる。

【今年度の取組】

要綱を制定しルールを明確化することで、事業者数の拡大やそれに伴う返礼品数の拡充を図った。また、既存の返礼品においても、消費者ニーズの多様化に対応すべく、定期便の設定など多様な返礼品等を設定し、魅力的な寄附環境を提供した。

守谷SAでのイベント、チラシ配布、DM、広告など、今まで取り組んでいなかった新しい方法によって、市の返礼品を周知した。

新たな寄附サイト「ふるなび」を追加し5サイトとした。

【指標】

指標名	単位	平成26年度	平成30年度	令和元年度	令和3年度
		(基準値)	(実績)	(実績)	(目標値)
返礼品業者数	業者	-	25	32	55
寄附金額	千円	-	1,159,252	1,492,234	2,000,000

【成果の動向】

令和元年度は、寄附サイトの拡大や様々な周知活動により、市の返礼品を多くの寄附者に周知することができた。また、ふるさとチョイス・楽天ふるさと納税など、大手のふるさと納税サイトで、スーパードライ(アサヒ)やR-1(明治)など、一般消費者にもブランドが浸透している返礼品等に多くのレビュー蓄積を獲得することができた。イーコマースサイトにおける多くのレビュー蓄積は、次なる寄附を誘導するための非常に効果的なインパクトを与えることが可能であり、寄附を連鎖的に生む有効な布石となる。このレビュー蓄積の布石により、令和2年度も自動的に寄附を誘導することができる。

【今後の事業の方向性】

寄附を拡大するために以下の事業を行っていく。

- ・返礼品等提供事業者の拡充
- ・返礼品・サービス返礼品等の拡充、配送パターンの多様化及び返礼品等写真の見栄えの改善
- ・リピート誘導
- ・寄附サイトの拡充
- ・他市町村好事例の引用など

また、ふるさとチョイスからの寄附に対しての返礼品等配送管理を委託している(株)JT Bとの契約を、NP O法人協働もりやに切り替えることにより大幅な経費削減を図る。