令和 4年度 事務事業マネジメントシート

事業の基本情報			
事務事業名		ふるさとづくり寄附金事業	担当課 財政課
総合計画	政策	地域自治	計画期間 平成20年度～
	施策	信頼できる行政運営の推進	種別 任意の事務
	基本事業(取組)	健全な財政運営の推進	市民協働 その他
予算科目コード	01-020106-06 単独	根拠法令・条例等	守谷市ふるさとづくり寄附条例 守谷市ふるさとづくり寄附条例施行規則

なぜ、この事業を実施しているか？ 何をどうするための事業か？	
背景（なぜ始めたのか）	内容（何の業務活動をどのような手法で行うか）
<p>善良な社会貢献意欲のある方からの寄附金を財源として個性あるまちづくりを行い、市民生活の付加価値を高めていくことを目的とし、平成20年にふるさとづくり寄附条例を制定し事業を開始した。ふるさと納税に対する全国的な関心の高まり、税制改正による控除限度額の倍増や手続簡素化等を好機と捉え、平成28年度に返礼品等を拡充した。その後、令和元年6月に国の大幅な制度改正等を踏まえて返礼品等を見直した。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・前年度に引き続き、ふるさと納税返礼品等未登録事業者を訪問し、返礼品等協力事業者への登録を促す。 ・Webを中心とした広告や、市外在住者が往来する施設等での周知等により返礼品等を広く周知する。 ・包括連携協定を締結している企業等に協力いただき、寄附未経験者へ寄附誘引のアプローチを行い新たな市場を開拓する。 ・リピート施策として、これまでに寄附をいただいた方へダイレクトメール等を送付する。 ・寄附者への返礼品代、寄附ポータルサイト利用料、返礼品等寄附管理業務委託料、寄附管理システム利用料、運送費、その他関連事務費等に利用する。 ・高額の寄附を集める先進自治体との交流を図り、他自治体好事例の引用や、市での運用施策の改善を行う。 ・LINEやインスタグラム等SNSを活用した情報発信により、市返礼品が寄附者の目に触れる機会を増やす。 ・寄附サイト上の返礼品写真など、寄附者への訴求力を高めるための返礼品説明ページ等の改善を行う。
目的及び期待する効果（誰（何）をどうしたいのか）	
<p>寄附金を募り、寄附金の使い道を明示することで、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が増す。それによりさらなる寄附金が集まることが期待され、市の財源確保を図れる。</p> <p>また、返礼品等協力事業者から協力を得て守谷市の多くの魅力的な返礼品等を発信していくことで、市の地場産品の認知度向上や、イメージアップといったシティブロモーション、地域経済の活性化につながることも期待できる。</p>	
（参考）基本事業の目指す姿	
<p>最小限の予算で無駄のない、効率的な財政運営を行う。</p>	

事業の課題認識、改善の視点（次年度にどう取り組むか）	
目的達成のための課題（問題点、現状分析、課題設定）	具体的内容とスケジュール
改善内容（課題解決に向けた解決策）	
次年度のコストの方向性（→その理由）	
☐ 増加 ☐ 維持 ☐ 削減	

R03年度の評価（課題）を受けて、どのように取り組んだか（R04年度の振り返り）	
R03年度の評価（課題）	R04年度の取組（評価、課題への対応）
<p>県の共通返礼品拡充などを踏まえ、返礼品等協力事業者数と返礼品数を増大させる。</p> <p>寄附の増大や経費の削減を目的に、市の特設サイト開設、中間管理事業者の変更、関連事業者との協業などに取り組む。</p> <p>募集に係る費用を寄附額の50%以内とする総務省ルールがあるため、必要経費削減を実施しつつ、費用対効果の高い効率的な施策を打たなければならない。</p>	<p>県共通返礼品ルールを積極的に活用し、果物・野菜などを返礼品に取り入れることで、返礼品等協力事業者数と返礼品数を増大させた。</p> <p>市の特設サイトを開設、中間管理事業者の変更により、手数料の低減、送料の大幅圧縮、寄附者問い合わせ対応の迅速化、効果的な施策展開が実現できた。</p> <p>ワンストップ特例のオンライン申請を導入し、事務のDX推進や寄附者の利便性を向上させた。</p> <p>市制施行20周年記念事業の一環として、アサヒスーパードライ守谷市市制施行20周年デザイン缶を返礼品として出品し、市のPRに寄与した。</p>

評価（指標の推移、今後の方向性）							
指標名	基準値（R02）	H30年度	R01年度	R02年度	R03年度	R04年度	目標値（R08）
返礼品等協力業者数（電子感謝券のみの取扱い業者を含む）（業者）	66.00	25.00	32.00	66.00	90.00	101.00	120.00
寄附金額（千円）	2539701.00	1159252.00	1492234.00	2539701.00	3471139.00	5561236.00	9999999.00
成果の動向（→その理由）							
☒ 向上 ☐ 横ばい ☐ 低下	中間管理事業者の変更に伴った返礼品ページの改善や共通返礼品採用による返礼品数の増大等により、成果を向上させることができた。今後も、関連企業との協業を増やし、庁内にとらわれない知見を活用することで、成果を向上させていく。 ※令和8年度目標値である寄附金額はシステムの都合上9,999,999千円としている。						
今後の事業の方向性（→その理由）							
☒ 拡大 ☐ 縮小 ☐ 維持	☒ 改善・効率化 ☐ 統合 ☐ 廃止・終了	市内外の動向を能動的に確認し、市場の動きを的確に捉える。その上で、中間管理事業者と連携し、機動的に対応できる体制を整え、寄附の増額を目指す。 包括連携協定や地域活性化起業者人制度の活用、関連企業との協業など、外部資源を活用した事業遂行体制を整える。 手薄となっていた施策の一つであるSNSを用いた情報発信を強化していく。					

コストの推移						
項目		R02年度決算	R03年度決算	R04年度決算	R05年度予算	R06年度見込
事業費	計	1,352,337	1,997,797	2,966,249	3,418,455	4,565,600
	国・県支出金	0	0	0	0	0
	地方債	0	0	0	0	0
	その他	1,337,300	1,982,407	2,949,444	3,412,855	4,560,000
	一般財源	15,037	15,390	16,805	5,600	5,600
正職員人工数（時間数）		6,053.00	4,490.00	4,935.00	0.00	0.00
正職員人件費		24,503	17,372	19,029	0	0
トータルコスト		1,376,840	2,015,169	2,985,278	3,418,455	4,565,600