

平成30年度行政評価シート【個表】

平成 30 年 7 月 6 日

評価対象事業		評価者	企画計画課	廣川 智久
共創-02	実施事業	ふるさと寄附金推進事業	■ 自治事務	主管課
	まち・ひと・しごと		□ 法定受託事務	企画計画課(ふるさと寄附金推進課)
総合計画上の位置付け	分野	行財政運営	施策の方針	行財政運営

1 事業の目的

対象	市民等
意図	ふるさと寄附金推進事業を円滑に実施するため。
効果	収入確保のみならず、本市が持つ自然環境、歴史、文化等多多彩な魅力の発信により、活力ある鎌倉のまちづくりに資するとともに、本市に対する継続的な支持を得る。

2 平成29年度に実施した事業の概要

<ul style="list-style-type: none"> ふるさと寄附金制度のPRを行った。 本市の魅力発信・地域振興に資する地域特産品を開拓した。 ふるさと寄附の申出を受けるとともに、希望する寄附者に向け、地域特産品を発送した。
--

3 事業費等基礎データ

データ区分	28年度決算	29年度決算	データ区分	30年度当初予算	備考
人口等のデータ	人口	176,869人	人口	176,308人	・各年3月31日(住民基本台帳)
	世帯数	80,928世帯	世帯数	81,763世帯	
	事業の対象者数		事業の対象者数		
運営資源状況	決算値(千円)	74,232	109,994	当初予算(千円)	160,130
	国県支出金			国県支出金	
	地方債			地方債	
	その他			その他	160,130
	一般財源	74,232	109,994	一般財源	0
	人員配置数	3.0	3.0	人員配置数	2.2
事業経費運営	人件費(千円)	23,651	24,854	人件費(千円)	18,375
	総事業費(千円)	97,883	134,848	総事業費(千円)	178,505
	市民1人当りの経費(円)	553	764	市民1人当りの経費(円)	1,012
	対象者1人当りの経費(円)			対象者1人当りの経費(円)	

4 評価結果

※「効率性」「妥当性」「有効性」「公平性」「協働」については、プルダウンで選択。

効率性	事業費に削減余地はないか	2. ない
	関連・類似事業との統合はできないか	3. 統合できない
妥当性	事業の実施に対する市民ニーズはあるか	2. 増大している
	事業の廃止・休止による市民生活への影響は大きい	3. 廃止・休止による影響は大きくある
	今後も市が実施すべき事業か	5. 豊かな市民生活に寄与することから、今後も市が実施する必要がある
有効性	事業の成果は得られているか	2. 成果は概ね出ているが、更なる努力は必要である
	事業の上位施策に向けた貢献度は大きい	3. 事業の方向性や手法は概ね適切であり、一定程度貢献している
公平性	受益者負担は公正・公平か	△-3. 受益者が特定できないため、受益者負担を求めることができない
協働	市民等と協働して事業を展開しているか	○-2. 既に市民等と協働して適切に事業を実施している
	協働実施済	協働実施済の場合のパートナー 鎌倉市地域特産品を提供する連携事業者

事業内容の方向性	<input checked="" type="checkbox"/> a: 事業内容を見直す → <input type="checkbox"/> b: 事業内容は現状通りとする <input type="checkbox"/> c: 事業を休止又は廃止する <input type="checkbox"/> d: 他事業と統合し、本事業は廃止する →	見直しの種類	<input checked="" type="checkbox"/> 拡大 <input type="checkbox"/> 縮小 <input type="checkbox"/> その他	見直しの内容	寄附額の増加を図るため、返礼品の新規開拓やイベント、広告などのプロモーション活動を更に充実させていく。
	事業内容・予算規模の方向性設定の理由	事業内容・予算規模の方向性設定の理由	寄附額の増加に伴い、歳入予算の増額を行うとともに、歳出予算についても、寄附に対する返礼品調達経費(寄附金額の3割)が自動的に増加となる。また、さらなる寄附額の増加を図るため、イベントや広告などのプロモーション経費も増加させる必要がある。		事業へ統合

総評(評価に対する考え方、根拠等)	ふるさと寄附金は、本市のまちづくりの充実に向け、必要不可欠な財源確保の手法である。現在、ふるさと納税の市場規模は年々拡大傾向にあることから、今後も引き続き魅力ある返礼品の提供とプロモーションに注力するとともに、いただいた寄附金の活用状況を報告し、さらに多くの鎌倉ファンからの寄附金を募ることで、本市のまちづくりを充実させるための財源を確保していく必要がある。
-------------------	---

平成29年度事業実施にあたっての課題 (前年度未解決の事項を含む)	制度発足から3年目を迎え、寄附額は順調に推移しているものの、ふるさと納税市場での鎌倉市の知名度は未だ低いことから、寄附者の多くが居住する関東圏に対して、広告媒体やイベント等のプロモーションの強化が求められていた。	
課題解決のために行った平成29年度の取組	訴求するターゲットを観光客として捉え、市内のみならず都内でのイベントに多数出展するとともに、雑誌や新聞等への広告を掲載するなど、広範なプロモーション活動に注力した。	<input type="checkbox"/> 解決 <input checked="" type="checkbox"/> 一部解決 <input type="checkbox"/> 未解決
未解決の課題、新たな課題とその理由	雑誌、新聞等への紙媒体での広告出稿に加え、WEB広告などの新たな流入経路を開拓し、メディアを活用した効果的なプロモーション活動を実施する必要がある。	

○ 他市比較・ベンチマーク(県内外自治体など他自治体や民間団体との比較値)

比較事項	平成29年度における寄附申出金額（円） ※下段については、鎌倉市の寄附申出金額を100%としたときの各市の寄附申出金額の割合									
団体名	鎌倉市	横浜市	藤沢市	逗子市	茅ヶ崎市	横須賀市	厚木市	海老名市	三浦市	
他市実績	260,442,929	150,335,000	84,114,400	69,969,000	80,503,000	48,933,000	201,174,000	152,272,000	179,136,000	
	100.0%	57.7%	32.3%	26.9%	30.9%	18.8%	77.2%	58.5%	68.8%	

比較事項	返礼品割合（割）									
団体名	鎌倉市	横浜市	藤沢市	逗子市	茅ヶ崎市	横須賀市	厚木市	海老名市	三浦市	
他市実績	3	-	3	3	3	3	4	3	3	
	100.0%	-	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	133.3%	100.0%	100.0%	

当該事業実施に伴う他市比較に関する考え方	全国の自治体の9割以上が返礼品を贈呈しており、自治体間の競争は激化の一途を辿っている状況において、本市の寄附金額は県内近隣市と比較しても健闘している状況である。
----------------------	--

◎ 事業実施に係る指標

指標の内容	寄附申出金額	単位	千円	指標の傾向	↗	備考	
当該指標を設定した理由	年次	H26	H27	H28	H29	H30	H31
より一層の歳入確保を図る上で、明確な指標となるため	目標値	-	3,000	194,000	260,000	300,000	350,000
	実績値	-	123,330	175,016	260,442		
	達成率	-	4111.0%	90.2%	100.2%		

指標の内容	返礼品割合	単位	割	指標の傾向	⇒	備考	
当該指標を設定した理由	年次	H26	H27	H28	H29	H30	H31
適正な返礼品の提供	目標値	-	3	3	3	3	3
	実績値	-	3	3	3		
	達成率	-	100.0%	100.0%	100.0%		

当該事業実施に伴う指標の推移に関する考え方	本事業の充実を図ることで、寄附金申出金額の増加に結びつき、充実したまちづくりのための財源として活用できる。また、総務省が推奨する適正な返礼品の割合を維持することは、ふるさと納税制度全体の安定的な継続に寄与する。
-----------------------	---