

令和8年（2026年）度事業評価シート

令和 8 年 6 月 30 日

評価対象事業	文観 - 22	ふるさと寄附金推進事業	☐ 法定受託事務
所管課	文化観光部産業課		評価者 産業課長 角田 如生
一般	会計	款 10	項 5
総合計画上の位置付け	分野名	行財政運営	施策の方針名 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 事業工程と運営資源配分

☐ 単年度事業 ☐ 終期のある事業 （事業終了予定年度： 年度） ☒ 単年度繰返

	令和7年度	令和8年度	令和9年度（未定）
事業工程	・ふるさと寄附金に係る周知、受付、地域特産品（返礼品）の採用等の実施	・ふるさと寄附金に係る周知、受付、地域特産品（返礼品）の採用等の実施	・ふるさと寄附金に係る周知、受付、地域特産品（返礼品）の採用等の実施
予算額（千円）	1,389,725	1,505,868	
国県支出金			
地方債			
その他	1,389,725	1,505,868	
一般財源	0	0	0
当初人員配置数	4.5	5.0	0.0
人件費（千円）	0	0	0
事業実績	・ふるさと寄附金に係る周知、受付、地域特産品（返礼品）の採用等の実施		
決算額（千円）			
国県支出金			
地方債			
その他			
一般財源	0	0	0
人員配置実績数	4.5	0.0	0.0
人件費（千円）	0	0	0

3 活動結果（アウトプット）指標

No	活動結果（アウトプット）指標		単位	初期値	目標値 目指す方向	R7	R8	R9
						（上段実績、下段経費（千円））		
活1	指標名	ふるさと寄附金周知に向けたイベントへの出展回数	回	4	⇒	7		
	実績につながる活動	寄附者に対する訴求力の高いイベントへの出展				2,317		
活2	指標名	ふるさと寄附金周知に向けた広告掲載回数	回	3	⇒	4		
	実績につながる活動	寄附者に対する訴求力の高い広告への掲載				11,110		
活3	指標名	地域特産品（返礼品）の新規採用件数	件	50	⇒	22		
	実績につながる活動	寄附者に本市を寄附先として選定してもらえるよう地域特産品（返礼品）の採用				-		
活4	指標名		-					
	実績につながる活動							
活5	指標名		-					
	実績につながる活動							

活動結果指標の実績に影響を与えた外部要因	総務省において、地域特産品（返礼品）に関する基準及び審査が厳格化された。
本事業実施に伴う活動結果指標の達成状況に対する評価	令和7年度は、寄附者に対する訴求力の高いイベントや広告を選定し実施することができた。総務省の地場産品基準が年々厳格化されることに伴い、地域特産品（返礼品）の開拓が思うように増やせなかったが、既存の事業者になたな商品がないかを丁寧に確認し追加している。

4 成果（活動による直接アウトカム）指標

No	成果（アウトカム）指標の内容	単位	初期値	目標値 目指す方向	R7	R8	R9	関連する活動結果指標No （最大3つ）
成1	ふるさと納税の寄附申出金額（寄附受入額）	千円	2,487,606	↗	2,869,017			1 2 3
成2	ふるさと寄附の寄附人数（年間延べ人数）	人	43,934	↗	48,176			1 2 3
成3								

成果指標の実績に影響を与えた外部要因	令和7年（2025年）9月をもって、ふるさと納税ポータルサイトを經由したポイント付与（楽天ポイント、ふるなびコイン、PayPayポイント等）が終了したことにより、同月までの寄附額が増加した。これにより、今後の寄附意欲を妨げることが想定される。
本事業実施に伴う成果指標の達成状況に対する評価	ふるさと納税市場は年間約10%ほど拡大している中、本市の寄附申出金額（寄附受入額）は前年度に比べて約15%程度増加しており、市場規模よりも増加していることは評価できる。
活動結果指標と成果指標結果の比較分析（寄与度）	訴求力の高いイベントへの出展及び広告掲載並びに魅力的な地域特産品（返礼品）の追加により、ふるさと納税の寄附申出金額（寄附受入額）が増加したものと捉えている。

5 評価結果

評価	妥当性	事業に対するニーズ	■ 増えている	□ 変わらない	□ 減少している
		事業実施の主体となるべき者	■ 市	□ 国・県	□ 民間事業者 □ なし
	有効性	事業の成果	■ 十分に出ている	□ 概ね出ている	□ 出ていない
	効率性	事業費削減余地	□ ある	■ なし	
		関連・類似事業との統合	□ できる	■ できない	
	公平性	受益者負担	□ 導入済	□ 導入予定	■ 導入できない

		評価実施年度の方向性 ⇒	評価実施翌年度以降の方向性	
方向性	事業内容の方向性	☒ 事業内容は現状通り ☐ 事業内容は見直し済 ☐ 事業を休止又は廃止済 ☐ 他事業と統合済	⇒	☒ ① 事業内容は現状通りとする ☐ ② 事業内容は見直す → ☐ 拡大 ☐ 縮小 ☐ その他 ☐ ③ 事業は休止又は廃止する ☐ ④ 他事業と統合し、本事業は廃止する → 事業へ統合
	予算規模の方向性	☐ 予算規模は現状維持 ☒ 予算規模は拡大済 ☐ 予算規模を縮小済	⇒	☐ ① 予算規模は現状維持とする ☒ ② 予算規模は拡大する ☐ ③ 予算規模は縮小する
今後の取組方針（見直し方針）	課題への対応		結果	具体的な内容
	前年度の新たな課題への対応結果		前年度は新たな課題なし	
	活動結果指標や成果指標の達成状況に影響を与える新たな課題		新たな課題あり	神奈川県内における寄附申出金額（寄附受入額）について、他市においてもふるさと寄附金の周知が進み、寄附受入先として本市を選んでもらうための競争が激化している。
	新たな課題に対応するための新規事業の必要性		新規事業の必要性はない	本市の寄附申出金額（寄附受入額）については年々増加しており、令和7年度（2025年度）においては過去最高額となる見込みであり、引き続き他市にはない本市ならではの魅力を全国にPRし続けていく。
総評		寄附額の増加を図るため、返礼品の新規採用、ターゲティング、マーケティングの調査分析を徹底して行い、広告やイベント出展などのプロモーション活動を行った結果、この度の成果につながったことから、今後も同様の対応を更に充実させていく。		
		上位施策への寄与度		
		A		

○ 他市比較・ベンチマーク（県内外自治体や民間団体との比較値）

比較事項	令和7年度（2025年度）における寄附申出金額（千円） ※下段は、鎌倉市の寄附申出金額を100%としたときの各市の割合								
団体名	鎌倉市	藤沢市	茅ヶ崎市	平塚市	小田原市	横須賀市	横浜市	川崎市	箱根町
他市実績	2,869,017	1,033,365	176,171	144,169	1,000,294	791,352	4,175,126	4,360,392	3,307,256
	100.0%	36.0%	6.1%	5.0%	34.9%	27.6%	145.5%	152.0%	115.3%

比較事項	ポータルサイト「ふるさとチョイス」掲載の返礼品数（令和8年4月現在） ※下段は、鎌倉市の返礼品数を100%としたときの各市の割合								
団体名	鎌倉市	藤沢市	茅ヶ崎市	平塚市	小田原市	横須賀市	横浜市	川崎市	箱根町
他市実績	1,408	794	1,175	334	1,262	1,614	1,188	1,082	193
	100.0%	56.4%	83.5%	23.7%	89.6%	114.6%	84.4%	76.8%	13.7%

当該事業実施に伴う他市比較に関する考え方	本市の返礼品については既存事業者からの新規返礼品提供により、県内他市と比較しても比較的優位な返礼品数を提供している。そのため、寄附者の選択肢を豊富に揃えていることが強みである。結果として、寄附者へ魅力的な返礼品を提供するとともに地域産業の振興に寄与している。なお他市の寄附申出金額及び経費率は、総務省が8月頃に公表する調査票を基に入力予定。
----------------------	--