

令和元年度（2019年度）行政評価シート【個表】

令和 元 年 7 月 5 日

評価対象事業		評価者	企画計画課	持田 浩史
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
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30年度(2018年度)に実施した事業の概要

- ・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付けるとともに、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	29年度(2017年度)決算	30年度(2018年度)決算	データ区分	01年度(2019年度)当初予算	備 考
人 口	176,466人	176,308人	人 口	176,436人	・各年3月31日 (住民基本台帳)
世 帯 数	81,150世帯	81,763世帯	世 帯 数	82,444世帯	
事業の対象者数			事業の対象者数		
決算値(千円)	109,994	199,621	当初予算(千円)	237,662	
国県支出金			国県支出金		
地方債			地方債		
その他	10,994	199,621	その他	237,662	
一般財源			一般財源		
人員配置数	3.0	2.2	人員配置数	2.2	
人件費(千円)	24,854	19,739	人件費(千円)	17,178	
総事業費(千円)	134,848	219,360	総事業費(千円)	254,840	
市民1人当りの経費(円)	764	1244	市民1人当りの経費(円)	1,444	
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
有 効 性	事業の成果は得られているか	3. 十分な成果が出ている
	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（返礼品）を提供する連携事業者
事業内容の方向性	☒ a: 事業内容を見直す ☐ b: 事業内容は現状通りとする ☐ c: 事業を休止又は廃止する ☐ d: 他事業と統合し、本事業は廃止する	見直し類の ☒ 拡大 ☐ 縮小 ☐ その他
	見直し類の	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。
予算規模の方向性	☒ A: 予算規模を拡大する ☐ B: 予算規模は現状維持とする ☐ C: 予算規模を縮小する	事業内容・予算規模の方向性設定の理由
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30年度(2018年度)事業実施にあつての課題 (前年度未解決の事項を含む)	ふるさと納税市場における本市の認知度をさらに向上させるため、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った。		
課題解決のために行った平成30年度(2018年度)の取組	本市への寄附者の大半を占める関東圏在住者は、観光客とも捉えられることから、インターネットの鉄道路線検索で、「鎌倉駅」を到着地として検索した画面に本市ふるさと寄附金のバナー広告を掲出することで、WEB経由での寄附申込みの流入経路を構築した。	☐ 解決 ☒ 一部解決 ☐ 未解決	
未解決の課題、新たな課題とその理由	国によるふるさと納税制度の改正に伴い、寄附金の募集に係る経費が寄附額の5割以内という上限が設けられたことから、広告やイベント等のプロモーションに要する経費について、媒体の取捨選択や費用対効果を勘案することで、最小経費で最大の効果が発揮できるよう事業を展開する必要がある。		

○ 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30年度(2018年度)における寄附申出金額（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	山北町	厚木市	箱根町	小田原市	南足柄市	開成町	湯河原町	大井町
他市実績	424,391	526,229	492,269	479,583	342,125	317,579	271,654	236,790	219,738
	100.0%	124.0%	116.0%	113.0%	80.6%	74.8%	64.0%	55.8%	51.8%

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(4月末現在) ※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	大井町	厚木市	小田原市	横須賀市	三浦市	伊勢原市	中井町	秦野市
他市実績	380	341	272	272	264	261	242	222	217
	100.0%	89.7%	71.6%	71.6%	69.5%	68.7%	63.7%	58.4%	57.1%

比較事項	ふるさと寄附金の選べる使途の数 ※下段は、鎌倉市の使途の数を100%としたときの各市の割合								
団体名	鎌倉市	川崎市	横浜市	逗子市	厚木市	大和市	茅ヶ崎市	横須賀市	相模原市
他市実績	20	35	22	20	19	17	16	15	12
	100.0%	175.0%	110.0%	100.0%	95.0%	85.0%	80.0%	75.0%	60.0%

当該事業実施に伴う 他市比較に関する 考え方	本市の寄附申出金額については、神奈川県内において、市のみでは1位、また町村を含めて4位となり、プロモーションの充実や寄附金を活用した事業の報告等により年々着実に増加している。また、返礼品数についても県内で最も多く、本市の多彩な地域資源の掘り起こしにより、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。さらに、使途の数についても県内でも高い水準にあり、寄附者の意向に沿ったまちづくりの充実に向けて、細やかに対応している。
--	---

◎ 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(2014)	H27(2015)	H28(2016)	H29(2017)	H30(2018)	R01(2019)				
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	470,000				
	実績値	-	123,330	175,016	260,443	424,391					
	達成率	-	4111.0%	90.2%	100.2%	141.5%					
当該事業実施に伴う 指標の推移に関する 考え方	当該事業の実施により、本市に対するふるさと寄附金額が増加することは、今後の本市のまちづくりの充実のための活用できる財源の確保に資するものである。										