

令和元年度事務事業評価シート					取組みコード	62215
区分	事務事業	担当課	財政課	作成日	令和元年5月15日	
事業名	ふるさと納税推進事業費		開始年度	平成28年度	予算科目	2.1.5.1.3

1 事業の概要

総合計画での位置づけ			
部	第6部 確かな未来を拓く協働のまちづくり	章	第2章 人口減少社会に対応した行政経営
節	第2節 安定的で持続可能な財政運営	基本施策	1_財源の確保
取組みの基本方向 (5)ふるさと納税制度の推進			
根拠法令等	地方税法		
目 的 (誰・何を対象に、何のために)	ふるさと納税制度は、自分のふるさとや、特定の地域を応援したいという善意の気持ちをより具現化するために、平成20年度の税制改正により導入されたもので、地域活性化の有効な手段として、多くの自治体が地域産品などの返礼を通じて対外的なPRや財源の獲得に活用している状況である。 本町においても平成28年度からふるさと納税制度を導入し、愛川ブランドを中心とした返礼品を取り揃え、町内産品のPRと財源の確保に努めている。		
内容・方法 (何を行っているのか)	現在、36品目の返礼品を用意し、ふるさと納税専用ポータルサイト「さとふる」、「ふるさとチョイス」へ掲載するとともに、寄附の受付や配送業務等を関連業者へ委託することで、事務の簡素化を図りつつ、財源の獲得に努めている。		

2 指標(事業の成果・活動内容等を数字で表します)

		指標名		基準年度		令和4年度	
本事業が属する総合計画の節の成果指標		『財政の健全運営』について「満足」と感じる住民の割合		H28:21.9%		31.0%	
		経常収支比率		H26:96.6%		95.0%未満	
(A) 総合計画の節の目標を達成するため本事業に求められる成果		魅力的な返礼品を取り揃え、多くの寄附を獲得していくこと					
(A)の成果をあげられているか測るための指標(成果指標)	増減	指標の説明	項目	基準年度 (平成28年度)	平成29年度	平成30年度	令和元年度
寄附額	増	本町への寄附額の増加は本町や地域産品の知名度が向上していることであるとともに、自主財源の確保に寄与する。 ※計画値は予算額	計画値		5,000	9,500	12,000
			実績値(見込値)	5,355	6,540	7,431	12,000
			達成度※自動計算		130.8	78.2	100.0
(B) 成果指標の目標を達成するため本事業において町が行う活動		魅力的な返礼品を発掘、追加し、メニュー数を増やす。					
(B)の活動状況を知るための指標(活動指標)	増減	指標の説明	項目		平成29年度	平成30年度	令和元年度
寄付件数	増	より多くの寄付件数を獲得し、成果指標の達成を目指す。(総合戦略ではH27～H31の5年間で1,000件を目標)	計画値		600	800	1,000
			実績値(見込値)		792	1,182	1,916
			達成度※自動計算		132.0	147.8	191.6

※ 増減欄は、指標の値について、増加が望ましい場合に「増」、減少が望ましい場合に「減」を記入する。

3 事業費の推移と財源内訳

				(E) 平均人件費(円/年)	8,300,000
年 度		基準年度(決算) (平成28年度)	平成29年度(決算)	平成30年度(決算見込)	令和元年度(予算)
(A) 事業費(円)		2,704,398	3,302,539	3,723,882	6,575,000
(B) 概算職員数(人)		0.300	0.150	0.300	0.150
(C) = (B) × (E) 人件費(円) ※自動計算		2,490,000	1,245,000	2,490,000	1,245,000
(D) = (A) + (C) 総事業費(円) ※自動計算		5,194,398	4,547,539	6,213,882	7,820,000
単位当たりコスト※自動計算		970.0	695.3	836.2	651.7
財源内訳 (円)	特定財源	国庫支出金	0	0	0
		県支出金	0	0	0
		地方債	0	0	0
		その他	0	0	0
	一般財源※自動計算	5,194,398	4,547,539	6,213,882	7,820,000

4 事業の項目別評価(分析)

項 目	判定基準	判定 ※一部自動判定	評価 ※自動判定
妥当性 (公費を投入して実施することが妥当な事業か)	法令等で義務付けられた事業である		B
	民間サービスで同様の事業は実施されていない、市場原理に委ねることができない	○	
	国や県において実施している事業との重複がない		
	事業開始時から事業目的や町民のニーズの低下や変質がない		
	事業・サービスの提供時間帯及び場所は公平に提供されている	○	
	受益に応じた負担は適正である	○	
	事業の実施による効果が不特定多数の人に広く及ぶ性質である	○	
	事業・サービスの対象者の日常生活に必要な事業である		
上記のいずれにも当てはまらない			
有効性 (基準年と比較して成果が上がっているか)	成果指標について平成30年度の目標を達成している	×	B
	基準年度と比較して成果が向上している	○	
効率性 (なるべく費用をかけずに成果を上げているか)	基準年度と比較して費用の縮減ができている (費用の縮減率が成果の向上率以上か)	費用増≦成果アップ	B
有用性 (施策の成果指標の目標達成に貢献しているか)	総合計画の節の目標達成のための本事業の効果	直接的	B
	総合計画の節内での本事業の優先順位	高くない	
総合評価 ※自動判定		改善の余地がある	

5 特記事項

ふるさと納税制度は、平成20年度の税制改正で導入以降、全国の自治体で活用され、資産性の高いものや高額なもの、また返礼率の高いものを取り揃えるなど、自治体間競争が激しくなり、制度本来の趣旨を損なう状況となったため、返礼率3割以内、地場産品に限定、資産性の高いものを禁止した上で、国の指定を受けた自治体が活用できるようにすることなどを内容とする改正地方税法が令和元年6月1日から施行される。

6 自己評価(担当課)

評価結果	改善
理由	町民が他自治体へふるさと納税することにより、町税から寄附控除され減収となることは町の判断で避けられることではなく、仮に町が制度を廃止した場合は、財源が町から出ていくのみとなることから、寄附額を増やしていくこととしたい。
今後の方向性	魅力的な返礼品を発掘、追加し、ふるさと納税ポータルサイトを通じた継続的なPRを行うことで、リピーターを増やしていくとともに、シティセールス担当部署や観光担当部署と連携し、他の媒体の活用や、都市部での物産展など、機を捉えたPRを展開し、本町の知名度を向上していくことにより、寄附件数及び寄附額の増加を目指す。

7 1次評価(庁内行政評価委員会)

評価結果	改善
今後の方向性に係る意見等	所管課の方向性に加え、本町の観光資源を最大限に活用した「体験型返礼品」の提供についても検討するべきである。

8 2次評価(外部評価:行政改革推進委員会)

評価結果	改善
今後の方向性に係る意見等	

9 2次評価(実施のない場合は1次評価)を踏まえた対応案(担当課)

体験型を含め、返礼品を充実することが、より多くのふるさと納税を獲得するための最善策であることから、魅力的な返礼品を多く取り揃えることができるよう取組みを強化していく。
取組みを進めるにあたり、返礼品の情報収集・調査・発掘、事業者との調整、PRなどの事務については、迅速かつ効率的な対応が望まれるため、愛川ブランドや商工業者、観光などを所管する部署への移管など、所掌事務の見直しを検討する。

10 町の最終方針(行政改革推進本部会議)

評価結果	改善
理由・改善方針	体験型を含め、魅力的な返礼品を多く取り揃えることができるよう取り組むものとする。 なお、迅速かつ効率的に取り組むを進めるため、庁内の関連部署間の連携強化を図るものとする。