

事務事業名	ふるさと応援寄附事業	事務事業No.	232 - 15
-------	------------	---------	----------

1. 基本情報						
担当部	担当課	担当係	作成者職名	作成者氏名	所属長職名	所属長氏名
経済部	特産品振興・ふるさと応援課	ふるさと応援係	主任	今田 浩二	課長	瓜生 敦之
施策体系	総合計画	政策	2	行政経営		
		施策	3	財政の健全化		
	基本事業	2	市税等自主財源の適切な確保			
その他の計画	個別計画	なし				
根拠法令・条例・要綱等	地方税法等の一部を改正する法律					
事業開始年度	平成20年度	事業終了年度	なし	事務事業類型	ソフト事業	
実施手法	一部委託	補助金等の支給	なし	実施計画期間	なし	

2. 事務事業の概要及び目的（決算成果説明書と運動）	
概要	飯塚市のまちづくりを応援したい、貢献したいと希望する人からの厚意を寄附という形で行っていただき、まちづくりの財源として活用するもの。
対象	働きかける相手・もの 飯塚市のまちづくりに対して、応援を希望する人（主に市外居住者）
手段	方法・働きかけ（活動指標） あらゆる機会を通じて、ふるさと応援寄附制度のPRや、ホームページでの制度の啓発活動を行うとともに、寄附者に対し、お礼の品を送付する。
意図	対象をどのようにしたいか（成果指標） 飯塚市ふるさと応援寄附制度への利用者拡充とともに、地場産品を返礼品に用いることで販路拡大に繋げる。

3. 活動指標（決算成果説明書と運動）					
指標名	単位	指標の説明（算式等）	前年度実績	本年度実績	次年度見込
ふるさと納税ガイドブックの配布数	部	地元高校同窓会等への配布	4,920	4,980	5,000
返礼品新規登録数	件	新たに返礼品を追加した数	322	145	200
返礼品事業者新規登録数	件	新たに返礼品事業者を追加した数	57	23	30

4. 成果指標（決算成果説明書と運動）						
指標	単位	達成目標値		前年度実績	本年度実績	次年度見込
寄附の申込件数	件	前年度目標値より増	目標値	500,000	869,566	311,719
説明	飯塚市ふるさと応援寄附制度の賛同者	方向性	達成目標年度	実績	780,189	872,784
		増加	毎年度			
指標	単位	達成目標値		前年度実績	本年度実績	次年度見込
寄附の申込金額	千円	前年度目標値より増	目標値	6,500,000	10,000,000	5,000,000
説明	飯塚市のまちづくりを応援するための寄附額	方向性	達成目標年度	実績	9,085,571	10,512,727
		減少	毎年度			
指標	単位	達成目標値		前年度実績	本年度実績	次年度見込
			目標値			
説明		方向性	達成目標年度	実績		

5. 事務事業実施にかかるコスト（決算成果説明書と運動）												
経費区分	一般会計	義務的経費				特別会計	-					
予算科目・事業	会計	1	一般会計	款	2	総務費	項	1	総務管理費	目	5	企画費
	大	6	ふるさと応援寄附事業費	中	1	ふるさと応援寄附事業費	他	0	事業			
投入人員 (当該事務事業に対して1年間に投入した人員)	(R2以降)	前年度実績(千円)		本年度実績(千円)		増減理由(10%以上の場合)		次年度予算(千円)				
	正職員	1.90	人	14,836	2.65	人	21,057			2.70	人	21,455
	任期付職員(保育士)	0.00	人	0	0.00	人	0			0.00	人	0
	任期付職員(子ども家庭支援員)	0.00	人	0	0.00	人	0			0.00	人	0
	任期付職員(CW・水質)	0.00	人	0	0.00	人	0			0.00	人	0
	再任用フル	0.00	人	0	0.00	人	0			0.00	人	0
	再任用短	0.00	人	0	0.00	人	0			0.00	人	0
	1級フル	0.00	人	0	0.00	人	0			0.00	人	0
	1級パート	1.00	人	1,982	1.00	人	2,100	新規返礼品の増、新規ポータルサイトの増等により、寄附件数及び寄附金額が大幅に増えたため、関連する記念品料・手数料等が増額となったもの。また、係員が1名増加したことによる人件費が増額となった。		1.00	人	2,100
	2級パート	0.80	人	2,125	0.80	人	2,196			0.80	人	2,196
人件費計(A)		18,943		25,353				25,751				
事業費	直接事業費(B)	5,946,674		6,327,499				2,500,000				
	総事業費(A+B)	5,965,617		6,352,852				2,525,751				
直接事業費のうち の主な歳出内訳	記念品料(返礼品費)	3,902,848		4,214,187				1,508,103				
	事務執行手数料・ポータルサイトサービス利用料	1,547,992		1,899,201				815,738				
財源内訳	使用料・手数料(受益者負担分)	0		0				0				
	国・県支出金	0		0				0				
	市債	0		0				0				
	一般財源	18,943		25,353				25,751				
	その他(ふるさと応援基金繰入金)	5,946,674		6,327,499				2,500,000				

6. 事務事業の事後評価★		
評価視点	評価	評価の理由、または認識している課題を記載
妥当性評価	高い	飯塚市のまちづくりに対して応援を希望する全国の方からの寄附であり、財政の健全化及び地域経済の活性化につながるため妥当である。
効率性評価	やや高い	市のホームページや複数の民間のポータルサイトを利用して寄附を募っており、手段としては最適である。観光・移住定住政策等市全体の取組みとして連携を行うことにより、さらなる省力化が可能である。
有効性評価	高い	寄附件数・寄附金額ともに見込みを上回っており、自主財源確保の観点から、次年度以降も事業継続は必要である。

7. 前年度評価時の計画と実績			
前年度評価★		前年度記載した改善策（課題解決や改革・改善に向けて、予算を含めた具体的な方策）★	
評価区分	方向性	改善策	結果
一次評価	①コスト・成果ともに拡充	次年度以降に予算（コスト）を必要とせず、直ちに実施できる改善策	新たな地場産品の開発等による返礼品の拡充、従来掲載している返礼品の魅力を引き出せるようなページ作成など返礼品情報の充実を図り、ポータルサイトのサービスで出来るPRを積極的に活用する。
		次年度以降に予算（コスト）増を必要とし、中長期的に実施する改善策	広告を活用したPR強化や新規ポータルサイトの検討。
前年度改善策に対する実績 ★ ※上記の改善策に対して今年度にも実施できたこと、などを記入			
SNS（Instagram、LINE）を活用し、返礼品の紹介、認知の拡大に努めた。また、新規のポータルサイトを2つ導入し、寄附の間口・裾野の拡大を行った。			

8. 今年度評価における成果と課題（決算成果説明書と連動）★	
〔成果〕	返礼品の増（開拓）、サイト事業者のサービスでのPR、申込みサイトの追加等により、寄附件数・寄附金額ともに見込みより大幅増となった。また、ポータルサイトのイベントに参加し、返礼品のPRを行った。
〔課題〕	令和5年10月からの総務省基準の改正により、返礼品基準の見直し、経費率の厳格化が行われたが、引き続き、新たな地場産品の開発・経費削減等をしながら、基金の用途について、寄附者を含む全国の方々に発信し、返礼品の魅力だけでなく趣旨に対する賛同を募り、飯塚市全体のPR強化に努める。

9. 今後の事業の方向性と改善策	
成果の方向性	理由
縮小	令和5年10月からの総務省基準の改正により、大半の返礼品で必要寄附額の引き上げを行った。制度の趣旨によらず寄附者の多くがネットショッピング感覚で申し込みを行っている現状から、競争力の観点で寄附金額が減少すると見込まれる。
コスト投入の方向性	理由
縮小	令和5年10月からの総務省基準の改正により、募集に要する経費のすべてを寄附金額の5割以下とすることとなった。上記のとおり寄附金額が減少する見込みであることから、コストについても減少となる見込みである。
次年度以降の改善策（課題解決や改革・改善に向けて、予算を含めた具体的な方策）★	
コスト（人・予算等）を必要とせず、ただちに実施できる改善策	経費削減等をしながら、新たな地場産品の開発等による返礼品の拡充、従来掲載している返礼品の魅力を引き出せるようなページ作成など返礼品情報の充実を図り、ポータルサイトのサービスで出来るPRを積極的に活用する。
コスト（人・予算等）を必要とし、中長期的に実施する改善策	広告を活用したPR強化のほか、リアルイベントでは寄附実績の多い関東圏を中心に範囲を拡げ、更なるPRを行う。また新規ポータルサイトの検討を行う。

評価変更理由	成果の方向性	<ul style="list-style-type: none"> 「成果の方向性」は拡充、「コスト投入の方向性」は縮小とする。 費用対効果の観点で、いかにコストをかけずに成果の拡充を目指すこと。
	拡充	
	コスト投入の方向性	
	縮小	