

令和3年度

事務事業評価シート

【事後評価】

会計	款	項	目	事業コード	事業名	
01	02	01	06	124170	イーハトーブ花巻応援寄附金推進事業費	
総合計画	分野	05	行政経営	政策	02 持続可能で健全な財政経営	
	施策	02	自主財源の確保			
目的	自主財源の確保と市の地場産品のPR・受注拡大を図るため、ふるさと納税制度を推進するとともに、寄附受入れに係る事務処理を行う。					
対象	イーハトーブ花巻応援寄附金寄附者					
意図	寄附額（自主財源）が増加し、地場産品のPRや花巻市の知名度が向上する。					
事業概要	寄附手続き 558,196千円 寄附の受付、税控除個人情報に関する事務処理 寄附者への返礼品贈呈 1,532,008千円 花巻市の地場産品等を寄附者へ返礼品として贈呈 寄附額の拡充を図るための情報発信 3,102千円 ふるさと納税にかかるイベント等への出展 インターネット広告の掲出 ふるさと納税取扱事務の外部委託 29,271千円 受領証明書の発送や返礼品発送取りまとめ事務等の外部委託 ウクライナ人道危機救援金 292千円					
市民参加の有無	対象外					
市民協働の形態	共催	実行委員会・協議会	事業協力・協定	後援・協賛	補助・助成	委託
活動指標		単位	区分	R02	R03	R04
1	PR回数	回	計画	10.00	10.00	
			実績	5.00	5.00	
2			計画			
			実績			
3			計画			
			実績			
成果指標		単位	区分	R02	R03	R04
1	寄附件数	件	目標	31,000.00	106,000.0	
			実績	215,928.0	322,752.0	
2	寄附金額	千円	目標	600,000.0	1,500,000	
			実績	2,960,368	4,392,402	
3			目標			
			実績			
成果指標の達成度		目標値より高い		概ね目標値どおり		目標値より低い

成果指標の達成度の要因分析（成果指標を設定しない場合は、その理由を記載）		
令和3年7月より新ポータルサイト「さとふる」を、同年9月より「ポケットマルシェ」を導入したことにより、これまで以上に多くの方の目に触れる機会が増え、寄附件数及び寄附額が増加した。また、令和2年から続くコロナ禍による巣ごもり需要も追い風となった。		
目的妥当性	公共関与の妥当性	ふるさと納税制度は所得税及び住民税からの寄附金控除の仕組みを利用したものであり、行政が関与することが妥当である。
	妥当である	
	見直し余地がある	
	妥当でない	
有効性	成果の向上余地	PR活動の強化による花巻市の知名度向上の取り組みや、返礼品の充実を一層図ることにより、寄附件数及び寄附金額の一層の増が見込まれる。
	向上余地がある	
	向上余地がない	
効率性	事業費・人件費の削減余地	事業費については、寄附件数に応じた規模の範囲内での事業実施となり、削減余地はない。人件費についても、寄附件数に対して、現行の人数が適正規模であることから、削減余地はない。
	事業費の削減余地がある	
	人件費の削減余地がある	
	どちらも削減余地がない	
公平性	受益と負担の適正化余地	他自治体の実施状況や総務省通知の内容に基づき、適正な範囲で実施している。
	受益機会の見直し余地がある	
	費用負担の見直し余地がある	
総合評価	今年度の振り返り	新しいポータルサイトを2つ導入したことにより、寄附件数・寄附額とも前年度の約1.5倍に増加した。また、随時既存返礼品の見直し、新規返礼品の開拓、時期に合わせた季節限定の返礼品を多く登録することができたことで、寄附の確保に貢献した。自主財源を確保しつつ、地場産品のPRをすることができるツールとして、本事業は有効であると考えられる。
	次年度に向けて	ふるさと納税の4大ポータルサイトのうち、当市では未導入となっていた「ふるなび」を早い時期に導入し、これまで以上の新規寄附者の開拓を図る。また、引き続き既存返礼品の見直し、新規返礼品の開拓を行い、効果的なPRを図る。