

平成30年度 事務事業マネジメントシート

事業名	流山ファンづくり事業			会計	款	項目	大	小
政 策	05	5 節	賑わいと活気に満ちた流山（産業の振興）	主管課	マーケティング課			
施 策	5-1	商業の拠点づくりと地域密着型サービスの強化		主管課長	河尻 和佳子			

I 事務事業の目的・内容

事業目的	対象	全国のふるさと納税に興味のある人	意図	流山市へふるさと納税による寄附をしていただくとともに、寄附を通じて当市に興味を持っていただき流山のファンになっていただく。
事業内容	全国に展開する日本でトップクラスの百貨店と連携し、百貨店が全国の顧客宛てに発行しているふるさと納税の返礼品カタログに本市のページを設けPR活動を行うことで、本市へのふるさと納税寄附金額の増加と都市イメージの向上を図るとともに、寄附を通じて流山ファンづくりを推進する。			
事業開始から現在までの状況変化	平成29年10月より百貨店のふるさと納税返礼品カタログを活用したPRを開始し、平成30年度からは返礼品数を前年度の27品目から45品目に拡充した。しかしながら、総務省の返礼品に関する通知により、返礼品の見直し等を行った結果、大半の返礼品が対象外となってしまう、事業の継続が厳しくなってしまった。また、返礼品の担当部署一本化の業務改善もあり、本事業は平成30年度をもって終了とし、返礼品は商工振興課へまとめることとなった。			

II 事務事業の実績・現状及び成果を表す指標の動きとコストの状況

指標	名称	平成28年度	平成29年度	平成30年度	単位	目標方向	算定式（成果指標の場合）
	①	ふるさと納税寄附額		36,159,000	17,963,000	円	↑↑↑
②	総寄附件数		817	370	件	↑↑↑	
③	市外からの寄附額		32,390,000	15,886,000	件	↑↑↑	年度内に発注した分の寄付金総額
④	市外からの寄附件数		603	272	件	↑↑↑	
⑤	流山関連の返礼品		19	35	品	↑↑↑	
⑥							

指標で表すことができない定性的な成果	目的に対する現状（客観的事実・データに基づく現在の状況や取組状況）		
事務事業のコスト	平成28年度	平成29年度	平成30年度
事務事業の総コスト(a=b+c)		16,960,382	11,232,277
事業費(b)(円)		14,275,582	8,595,477
うち一般財源		14,275,582	8,595,477
職員給与費(c)(円)		2,684,800	2,636,800
人役・職員(人)		0.40	0.40
人役・再任用(人)			
人役・臨職(人)			
人役・嘱託(人)			
初期投資コスト(円)（建設又は取得年度のみ記入）			
想定耐用年数（年）（建設又は取得年度のみ記入）			

・平成30年度寄附額全体のうち、市外からの寄附は約9割を占めている。
 ・総務省の返礼品に関する通知により、返礼品の見直し等を行った結果、大半の返礼品が対象外となってしまう、事業の継続が厳しくなってしまった。また、返礼品の担当部署一本化の業務改善もあり、流山ファンづくり事業は平成30年度をもって終了とし、返礼品は商工振興課へまとめることとなった。

III 事務事業の評価、今後の方向性及び業務改善 <※主管課長記入>

(1) 事務事業についての評価及び今後の方向性

個別評価	必要性	今後の必要性	B 必要性は変わらない	有効性	目標達成度	B 達成できなかった
		市関与の必要性	A 市が担うべき	効率性	対象者の適切性	A 対象者は適切である
総合評価	VII 終了（事業を終了すべき）					

(2) 事務事業の業務改善について

①H30当初の改善計画(Plan)	さらなる地元事業者からの協力をいただき、地元産の返礼品を拡充し、新たな流山ファン獲得による認知度とイメージの向上及び寄附増額を目指す。	③取組における課題(Check)	総務省の返礼品に関する通知による見直しにより、本事業で扱う返礼品の大半が対象外となったため、今後の方針を検討する必要がある。
②H30に実施した取組(Do)	さらなる流山ファン獲得のため、地元事業者へ提案等を行い、流山市の店舗ないしはゆかりのある返礼品を19品目から35品目に拡充した。	④課題に対する今後(H31~)の改善計画(Action)	返礼品の見直しにより、事業の継続が厳しくなったこと、また返礼品の担当部署一本化の業務改善により、本事業は平成30年度をもって廃止とし、残った返礼品は商工振興課へまとめる。