

令和6年度

行政監査の結果に関する報告

(監査期間：令和6年10月4日から令和7年3月6日まで)

〔ふるさと納税業務に係る事務事業等について〕

令和7(2025)年3月6日提出

郡山市監査委員

6 郡監査第1111号
令和7(2025)年3月6日

郡山市議会議長
郡山市長

郡山市監査委員 藤橋桂市
郡山市監査委員 三部夕貴
郡山市監査委員 大城宏之
郡山市監査委員 折笠正

令和6年度行政監査の結果に関する報告について

地方自治法第199条第2項の規定に基づき行政監査を行ったので、同条第9項の規定により、その結果に関する報告を次のとおり提出する。

令和6年度 行政監査の結果に関する報告

目 次

第1	準拠基準	1
第2	監査の概要	1
1	監査の種類	1
2	監査のテーマ	1
3	監査の目的	1
4	監査の対象	1
5	監査の着眼点	2
6	監査の主な実施内容	2
7	監査の日程及び実施場所	2
第3	監査の結果	2
1	ふるさと納税制度の変遷	3
2	郡山市の推進体制	4
3	事業概要	5
4	庁内のふるさと納税に対する意識等調査	11
5	意見	12
第4	資料編 「中核市調査」	14

令和6年度 行政監査の結果に関する報告

第1 準 拠 基 準

郡山市監査基準

第2 監 査 の 概 要

1 監 査 の 種 類

地方自治法第199条第2項の規定に基づく行政監査

2 監 査 の テ ー マ

ふるさと納税業務に係る事務事業等について

3 監 査 の 目 的

平成20年度に開始された「ふるさと納税」は、全国的にその認知度の高まりもあり、利用者が飛躍的に増加している。本市においては令和6年度住民税の税額控除額は、令和5年度の寄附額に対して約4億5,000万円の超過となっている。

このような状況において、寄附の目標額を達成するために効率的、効果的な取組は行われているか、寄附に関する事務は適正に行われているか検証することを目的とする。

4 監 査 の 対 象

(1) 対象事務

ふるさと納税業務に係る事務

(2) 対象部局

全部局

5 監査の着眼点

- (1) 寄附の目標額を達成するために、効率的かつ効果的な取組は行われているか。
- (2) 寄附の受領、返礼品の贈呈、税額控除等に関する事務は、適正に行われているか。
- (3) 寄附募集等に必要な経費は、国の基準等に沿った適正なものであるか。
- (4) 寄附金は有効に活用されているか。

6 監査の主な実施内容

監査対象事務に関する調査票及び関係書類の提出を求め、監査の着眼点に基づき確認を行うとともに、関係職員からのヒアリングを行った。

7 監査の日程及び実施場所

- (1) 日程
 - ア 監査の期間 令和6年10月4日から令和7年3月6日まで
 - イ ヒアリング 令和7年2月18日
- (2) 実施場所
監査委員室
- (3) 講評に対する見解の聴取
令和7年3月6日

第3 監査の結果

事務が法令に適合し、正確に行われ、最少の経費で最大の効果を挙げるようにしているか、組織及び運営の合理化に努めているかについて監査した結果、**おおむね適正に執行されているものと認められたが、意見を付すので対応を検討されたい。**

なお、事務処理上改善又は留意すべき点で軽微なもの等については、口頭で措置を促した。

1 ふるさと納税制度の変遷

(1) ふるさと納税制度の概要

ふるさと納税制度は、「生まれ育ったふるさとに貢献できる制度」、「自分の意思で応援したい自治体を選ぶことができる制度」として創設され、自分の生まれ故郷に限らず、どの自治体にでもふるさと納税を行うことができるものである。

「納税」という言葉がついているふるさと納税であるが、実際には、都道府県、市区町村への「寄附」であり、原則として自己負担額の2,000円を除いた全額（限度額あり）が所得税及び住民税から控除されることとなる。

(2) ふるさと納税の理念（総務省ウェブサイトより）

ふるさと納税には次の三つの大きな意義があるとされる。

第一に、納税者が寄附先を選択する制度であり、選択するからこそ、その使われ方を考えるきっかけとなる制度であること。

それは、税に対する意識が高まり、納税の大切さを自分ごととしてとらえる貴重な機会になります。

第二に、生まれ故郷はもちろん、お世話になった地域に、これから応援したい地域へも力になれる制度であること。

それは、人を育て、自然を守る、地方の環境を育む支援になります。

第三に、自治体が国民に取組をアピールすることでふるさと納税を呼びかけ、自治体間の競争が進むこと。

それは、選んでもらうに相応しい、地域のあり方をあらためて考えるきっかけへとつながります。

自治体は納税者の「志」に応えられる施策の向上を。一方で、納税者は地方行政への関心と参加意識を高める。いわば、自治体と納税者の両者が共に高め合う関係です。

一人ひとりの貢献が地方を変え、そしてより良い未来をつくる。

全国の様々な地域に活力が生まれることを期待しています。

(3) 制度の変遷

年度	主な改正
平成 6 年度	地方公共団体に対する寄附金が個人住民税における所得控除に適用される。
平成 21 年度	寄附額のうち 5,000 円を超える部分について、一定上限まで、所得税・個人住民税から全額が控除されるいわゆる特例控除が適用される。
平成 24 年度	控除適用下限額が 2,000 円へ引下げられる。
平成 27 年度	控除上限が個人住民税所得割額の 2 割へと拡充され、確定申告をせずに住民税の控除が受けられる「ワンストップ特例制度」が適用される。
令和 元年度	特例控除の対象地方団体の総務大臣による指定制へ移行。「寄附金募集の適正な実施（寄附金額に占める経費総額 5 割以下等）」、「返礼割合 3 割以内」及び「返礼品は地場産品限定」といった基準が設けられる。
令和 5 年度	募集に要する費用について、ワンストップ特例事務や寄附金受領証の発行などの付随費用も含めて寄附金額の 5 割以下とする。（募集適正基準の改正）
令和 7 年度	寄附に伴いポイント等の付与を行う者を通じた募集の禁止

2 郡山市の推進体制

(1) 事務の分掌について

地方自治法第 158 条第 1 項の規定において、市長が自らの権限に属する事務を分掌させる直近下位の内部組織及び分掌する事務を条例により定めることとしており、本市においては郡山市部設置条例がこれにあたる。

郡山市部設置条例においては、ふるさと納税を分掌する直接的な規定は存在しない。しかしながら、ふるさと納税による都道府県や市区町村への寄附は、その後、住民税控除の事務につながることから、「市税に関すること。」に基づき、税務部においてこの事務を分掌していると思われる。

税務部が事務を担当することについては、平成 6 年度から地方公共団体に対する寄附金の個人住民税における所得控除が始まり、平成 21 年度の特例控除によるふるさと納税の本格開始や平成 27 年度の控除上限額の拡充、ワンストップ特例制度による全国的なふるさと納税利用者の増加といった経過においても変更はない。

(2) 部局横断の推進体制の有無

ふるさと納税の事務は、住民税の賦課をつかさどる税務部市民税課が担当しており、郡山市まちづくり基本指針実施計画では、こおりやま応援寄附金事業（ふるさと納税）における寄附の目標額を、前年度までの推移をもとに設定している。

しかしながら、ふるさと納税事務を全庁的に推進することを目的とした、部局横断的な組織や会議は設置されておらず、寄附の目標額の共有や、返礼品等に関する連携が行える体制にはなっていない。

寄附者数及び寄附額の目標と実績

年度	寄附者数(人)		寄附額(千円)	
	目標	実績	目標	実績
平成 28 年度	-	404	-	16,434
平成 29 年度	1,300	679	22,100	20,376
平成 30 年度	1,300	1,381	22,100	37,748
令和元年度	1,500	3,138	25,500	83,841
令和 2 年度	1,700	5,028	28,900	110,284
令和 3 年度	1,900	5,537	32,300	116,065
令和 4 年度	2,100	6,126	35,700	126,248
令和 5 年度	5,700	6,954	118,000	147,060

※郡山市まちづくり基本指針実施計画 事務事業マネジメントシートより

※平成 28 年度の寄附者数及び寄附額の目標値は未設定

(3) 事務担当の人員

税務部市民税課

正職員 1 人

3 事業概要

(1) 寄附額及び翌年度市民税税額控除額（以下「控除額」という。）の推移

年度	寄附 件数 (件)	寄附額 (千円)	控除額 (千円)	寄附額－ 控除額 (千円)	寄附額－ 控除額 (地方交付税 算入) (千円)	寄附受入に 係る費用 (千円)
平成 28 年度	404	16,434	144,816	-128,382	-10,557	3,944
平成 29 年度	679	20,376	197,468	-177,092	-19,770	5,983
平成 30 年度	1,381	37,748	252,934	-215,186	-28,991	14,472
令和元年度	3,138	83,841	264,959	-181,118	-25,486	36,673
令和 2 年度	5,028	110,284	358,000	-247,716	17,601	54,387
令和 3 年度	5,537	116,065	464,084	-348,018	20,784	55,962
令和 4 年度	6,206	190,303	563,132	-372,829	44	58,329
令和 5 年度	7,017	209,616	660,334	-450,719	49,520	76,539

※寄附件数、寄附額、控除額及び寄附受入に係る費用については総務省公表値からの転記であり、ふるさと納税以外の寄附を含む。

※地方交付税算入については控除額の 75%が措置されるものとして推定した。

※寄附受入に係る費用の内訳は、返礼品の調達、送付、広報、決済及び事務に係る費用である。

(2) 受付件数・ワンストップ特例の申請処理

本市に対する寄附は、従来、ふるさと納税を含め直接の申込みが必要であったが、後述のふるさと納税ポータルサイト（以下「ポータルサイト」という。）の出現により、ふるさと納税による寄附は現在、ほとんどがポータルサイト経由での申込みとなっている。

令和5年度ふるさと納税受入件数 6,954 件中

ポータルサイト経由 6,921 件(99.5%) 直接申込み 33 件(0.5%)

寄附受領証明書の送付やワンストップ特例申請の受領といった月別の各種処理件数は、次表のとおりである。

寄附金税額控除適用の区切りとなる12月末は寄附の駆け込み需要があり、寄附受領証明書の送付件数が多くなる傾向にあるが、ふるさと納税に関して総務省の定めるルールが切り替わる9月末についても同様の傾向にある。

本市では、ポータルサイトの管理及び返礼品の送付を業務委託しているが、寄附受領証明書の送付やワンストップ特例申請の受領は仕様に含めていない。

本市と同規模の中核市を調査したところ、寄附受領証明書の送付を業務委託している割合は7割を超えている。（参照：16頁）

令和5年度ふるさと納税に係る各種月別処理件数

月	寄附受領証明書 送付件数(件)	ワンストップ特例 申請受領件数(件)	調定 起票数(回)	調定金額 (千円)
4月	232	11	12	9,440
5月	253	28	9	4,188
6月	315	47	11	5,861
7月	357	48	9	6,621
8月	434	66	9	6,610
9月	990	107	13	11,249
10月	1,074	263	12	29,004
11月	754	211	15	7,408
12月	1,952	470	20	15,931
1月	162	709	14	41,034
2月	204	11	15	5,473
3月	312	12	13	4,241
総計	7,039	1,983	152	147,060
平均	586.6	165.3	12.7	12,255

※年度末に寄附申込みがあった分は翌年度の受入（調定）となることがあるため、寄附受領証明書の送付件数と当該年度の寄附受入件数は異なる。

(3) 寄附者とのつながり

ア 分析の有無

寄附者のリストを元に、寄附者の属性やふるさと納税に関する行動傾向を分析する有用性が考えられるが、それらは行われておらず、人気の返礼品の集計にとどまっていた。

イ リポート寄附の依頼

今年度の寄附が未確認の前年度寄附者に対して、再度の寄附をお願いするダイレクトメールを平成30年度から郵送していたが、令和3年度をもって取りやめている。

なお、令和元年度については、令和元年東日本台風の影響を考慮し、発送を中止した。

平成30年度発送	745件
令和元年度発送	－件
令和2年度発送	1,673件
令和3年度発送	1,946件

e-mail等でのダイレクトメールの実施については、寄附申込時の個人情報の目的外使用となり、許諾する寄附者限定の送付となるため、実施には至っていない。

(4) ポータルサイト

ア ポータルサイトの変遷

平成28年9月からポータルサイトを利用し、寄附を募っている。

令和2年1月に国内で初めて新型コロナウイルスの感染が確認され、その後の生活様式の変化による巣ごもり需要が増加した。そのような影響もあり、ふるさと納税の市場が拡大したことを受け、寄附のしやすい環境を整備するためにポータルサイトの数を増やしている。

令和5年10月からは、従来の返礼品選択型ポータルサイトの利用のみでなく、現地決済型ポータルサイトの利用も開始した。

イ 契約ポータルサイト(令和6年11月末時点)

- ふるさとチョイス (平成28年9月開始)
- 楽天ふるさと納税 (令和元年9月開始)
- さとふる (令和元年11月開始)
- ANAのふるさと納税 (令和3年4月開始)
- JRE MALLふるさと納税 (令和3年12月開始)
- ふるさと応援納税 (DMC a i z u) (令和5年10月開始：現地決済型)
- ふるなび (令和5年11月開始)
- マイナビふるさと納税 (令和5年11月開始)
- ふるさと納税百選 (令和5年11月開始)
- JALふるさと納税 (令和5年11月開始)

(5) ガバメントクラウドファンディング

ア 制度概要

自治体が抱える問題解決のため、寄附金の使いみちを具体的にプロジェクト化し、そのプロジェクトに共感した方々から寄附を募る仕組みである。

イ 実施所属との事務分担について

事業実施所属においては、プロジェクトに共感した方からの寄附を募るため、ポータ

ルサイトのページ作成案をふるさと納税の担当である税務部市民税課と協議し、作成を依頼している。事業のプロモーションや寄附受領後の返礼品の送付については、事業実施所属において行っている。

税務部市民税課では、ページ作成案を基に寄附ページの作成、入力フォームの設定、事業実施所属を含めたポータルサイト事業者との調整などを行い、寄附受領後は通常のふるさと納税と同様に寄附受領証明書、ワンストップ特例申請書の発送を行っている。

ウ 実施事業（令和5年度 2事業実施）

- “シン” 郡山シティーマラソン応援プロジェクト（寄附額 55,000 円）
- 郡山市制施行 100 周年オリジナルラッピングピアノを製作して、「楽都郡山」を盛り上げたい!!（寄附額 383,000 円）

(6) 返礼品について

ア 返礼品種類数の推移

年度	返礼品種類数（品）
平成 29 年度	80
平成 30 年度	120
令和元年度	140
令和 2 年度	203
令和 3 年度	210
令和 4 年度	282
令和 5 年度	394
令和 6 年度	451

イ 返礼品協力事業者

(ア) 登録制度

返礼品の協力事業者を募集しており、「こおりやま応援寄附金（ふるさと納税）返礼品協力事業者募集要項」を定めている。

(イ) 事業者の開拓

協力事業者となることを自ら希望する場合のほか、委託しているポータルサイトの中間事業者による開拓が主なものとなっている。本市の提案をもとにした協力事業者候補への働きかけなどは確認できなかった。

(ウ) 現地消費や地域クーポン

寄附に対する返礼を「品」の送付だけではなく、地域での「体験」や「消費」に拡大していくために、今年度新たに現地決済型の寄附受付等のサービスを提供する事業者と契約している。地域の地場産品などの購入で利用できる共通地域クーポンなどは利用していない。

(7) 寄附募集に係る国の基準への適合

ア 返礼割合 3割以下基準

返礼品等の調達に要する費用については、個別の返礼品等の調達に要する費用の額が、受領する寄附金の額の3割に相当する金額以下であることを求められている。

本市において令和6年度現在登録されている返礼品に関しては、すべてこの基準を満たしている。

イ 経費総額 5割以下基準

寄附金の募集に要する費用の合計額は、寄附金受領額の5割に相当する金額以下であることが求められている。

本市において、令和5年度寄附金の募集に要する費用の合計額は、この基準を満たしている。

令和5年度寄附受入額総額に占める割合

区分	金額 (円)	令和5年度の入金額に占める費用の割合 (%)
寄附受入額総額	209,615,529	—
返礼品の調達に係る費用	41,408,072	19.8
返礼品等の送付に係る費用	7,538,862	3.6
広報に係る費用	0	0.0
決済等に係る費用	2,423,033	1.2
事務に係る費用	25,168,748	12.0
合計	76,538,715	36.5

※各区分の金額については、総務省公表値からの転記である。

(8) 寄附の使いみち・公表

ふるさと納税は、寄附申込時に寄附者が使いみちを選択できるようになっている。本市における令和5年度の寄附の使いみちについて確認したところ、寄附者が選択した使いみちに応じた基金にそれぞれ積み立てられていた。

基金はそれぞれ定められた目的に限定して取崩し、事業に要する経費に充てられる。令和5年度においても、一例としては、すこやか子育て基金を取崩し、子育て環境整備促進事業や子ども食堂支援事業の経費に充てられており、これは結果的に、ふるさと納税による寄附が「子ども・子育て」を用途として活用されたと言える。

しかしながら、寄附が基金へ積み立てられたことや、その基金がどのように事業に用いられたのかについては、本市ウェブサイト等で公表をしておらず、寄附者が知る機会はない。

なお、ふるさと納税の活用状況等の公表について、本市と同規模の中核市を確認したところ、ウェブサイト等により公表をしている自治体が多数となっている。

ア 令和5年度分野別寄附件数及び寄附額

スポーツ・文化振興	141 件	2,969,000 円
健康・医療・福祉	533 件	10,265,000 円
環境・衛生	520 件	10,631,300 円
教育・人づくり	407 件	8,858,000 円
子ども・子育て	1,626 件	35,445,000 円
地域・産業振興	1 件	5,000,000 円
安心・安全・防災	222 件	4,077,000 円
災害支援・復興	280 件	5,342,000 円
市制施行 100 周年記念事業	1,375 件	24,289,000 円
自治体におまかせ	1,849 件	40,183,346 円
合計	6,954 件	147,059,646 円

イ 令和5年度充当先一覧

きずな基金	22,069,000 円
環境基金	38,992,646 円
すこやか子育て基金	35,445,000 円
福祉基金	3,730,000 円
高齢化社会対策基金	6,535,000 円
公共施設等総合管理基金	4,172,000 円
文化体育振興基金	2,969,000 円
(一般財源へ)	33,147,000 円)
合計	147,059,646 円

ウ ふるさと納税の活用状況等の公表について

(総務省ウェブサイト『令和6年度ふるさと納税に関する現況調査について』より)

選択肢	回答数	割合(%)
活用状況(事業内容等)を公表している	21	84.0
・寄附者に対して、寄附金を充当する事業の進捗状況・成果について報告している	(11)	
活用状況(事業内容等)を公表していない	4	16.0

※資料「令和5年度受入額の実績等」のうち、本市との住民基本台帳登録人口比が20%以内の中核市25市を対象とした。

※回答数括弧内表記は内数を表す。

4 庁内のふるさと納税に対する意識等調査

小中学校、保育所及び地区公民館を除く全所属（101 所属）を対象に、下記の項目によりふるさと納税の意識等調査を実施したところ、本市のふるさと納税の現状に対し「寄附額を増加させる何かしらの手立てはあるように思う。」と回答のあった所属の割合が 7 割という結果であった。

また、ふるさと納税に関しての提案を求めたところ「返礼品に関するもの」、「組織、体制に関するもの」、「広報に関するもの」に多くの提案が寄せられた。

(1) 調査項目

- Q 1 ふるさと納税に関わる事務の有無
- Q 2 (Q 1 で「有」と回答した場合の内容)
- Q 3 係等の事務分担
- Q 4 ふるさと納税担当課と自所属との連携
- Q 5 本市の現状（寄附額及び住民税流出額）に対する認識
- Q 6 ふるさと納税に関しての提案
- Q 7 ふるさと納税事務を自所属にて担当する場合の強みや弱み

(2) 調査結果（一部抜粋）

Q 5 本市において、令和 6 年度住民税の税額控除額が、令和 5 年度の寄附額に対して約 4 億 5,000 万円の超過となっている事実についてどのように考えるか。

選択肢	所属数	割合 (%)
寄附額を増加させる何かしらの手立てはあるように思う。	71	70.3
寄附額増加に向けた事務を実施中又は準備中である。	2	2.0
制度上税額控除額の超過はやむを得ず、打つ手はない。	28	27.7

Q 6 ふるさと納税に関しての提案（62 所属から 85 件の提案、複数提案あり）

種別	提案
返礼品に関するもの (38 件 44.7%)	本市独自製品の充実
	農産品の充実
	体験型の充実
	魅力ある商品の開発 など
広報に関するもの (19 件 22.3%)	SNS の活用
	アンバサダーの活用
	寄附金の使いみちの PR など
組織、体制に関するもの (20 件 23.5%)	シティセールスを絡めてのアピール
	本市の魅力発信など含め、総合的に事業を展開するため、全庁の事業を把握している部署が業務を行う
	専門セクションでの外部人材の登用
	庁内への PR とともに職員からのアイデア募集 など
ガバメントクラウドファンディング等に関するもの (8 件 9.4%)	市全体の魅力の向上
	知名度向上の取り組み
	寄附者が共感できるプロジェクトの実施 など

5 意見

1 事業推進体制について

地方公共団体に対する寄附が所得税・住民税の所得控除として認められるようになり、さらに、自己負担額の2,000円を除いた全額（限度額あり）が所得税及び住民税から控除されるいわゆる特例控除の適用を経て、ふるさと納税制度は、納税者が希望する自治体への住民税の移転を実現するものとなった。

本市における事業推進体制については、ふるさと納税の制度開始当初、寄附があった後の税控除が主な事務であったことから、住民税の事務を所管する税務部市民税課において当該業務を担当するようになり、そのまま現在に至ったものと思われる。

しかしながら、現在、国民のふるさと納税への関心が高まる中、ふるさと納税の事務は、単なる「住民税の自治体間の移転」から自治体が国民に取組をアピールし、ふるさと納税を呼びかける言わば「自治体間のシティセールス競争」へと変容しており、国もこの自治体間競争が促進されることを求めている。

そのような状況の変化があることから、**事業の推進にあたっては、返礼品の選定、企画、広報、税控除、寄附金の有効利用といった各役割の強みを持つ部局間との連携を軸に戦略を立て、オール郡山市で取り組む組織体制を構築すべきと考える。**

2 返礼品について

本市においては返礼品の選定にあたり登録制をとっており、「こおりやま応援寄附金（ふるさと納税）返礼品協力事業者募集要項」を定めている。ウェブサイトにて協力事業者を募り、希望する事業者を受付けているが、新規の返礼品や協力事業者の開拓については、主にポータルサイトの中間事業者からの提案によるものとなっている。

寄附を寄せていただく方に対して、いかに魅力的な返礼品を用意するかについては、選ばれる返礼品や寄附者の傾向等の分析が有用と思われるが、返礼品の開拓は本市の潜在的なアピールポイントを掘り起こす機会となり、本市の認知度やブランド力の向上に結びつく可能性があるものとする。

そのため、**返礼品や協力事業者の開拓にあたっては、先に述べた「ふるさと納税を戦略的に取り組む組織体制」の下、農商工、文化、スポーツ、観光の分野に精通する部門の強みを生かし、市内の企業や生産者との協働により寄附者への返礼を「品」に限らず、地域での「体験」、「消費」の拡大に結び付く多面的な構成となるよう努められたい。**

また、本市を含む17市町村では、こおりやま連携中枢都市圏を形成しており、人口減少、少子高齢社会の進展を見据え、圏域内の連携を図っていることから、共同で返礼品の開発を行うことも視野に入れ、先進事例に対する調査・研究を進められたい。

3 寄附金の使途（ふるさと納税を財源として実施する事業等）と公表について

寄附金の使途は寄附申込時に寄附者自らが希望する使途を選択できるようになっている。

本市においては、寄附金を選択された使途に対応する基金にそれぞれ積み立てているが、本市のウェブサイトにおいて、寄附金の使途は公表されていなかった。

寄附者の地方行政への関心と参加意識を高める上では、自身の寄附金がどのように使

われたかを確認できるよう、ウェブサイトを始めとして各種SNS等の利用により、寄附金の使途を公開すべきであり、また、寄附金が充当された基金が取り崩され、実際の事業に充てられた場合も同様であると考え。

なお、市広報紙等により、市民に対して報告することについても、寄附者の本市を応援する想いや、寄附金が充てられて実施した事業についての理解を深めることにもつながると考える。

第4 資料編 「中核市調査」

1 調査の目的

本市と同規模の中核市を対象に、ふるさと納税業務に係る推進体制等について参考にするため調査を行った。

2 調査対象

本市との住民基本台帳登録人口比が20%以内の中核市25市

3 調査日時

令和7年1月10日～令和7年1月28日

4 調査方法

インターネットによる照会・回答（郡山市オンライン申請サービス）

5 調査内容及び調査結果

(1) ふるさと納税業務推進に係る体制について

ふるさと納税担当所属はどの部門に属しますか。

選択肢	回答数	割合 (%)
総務	4	16.0
企画	9	36.0
財務	6	24.0
税務	1	4.0
商工	1	4.0
観光	1	4.0
その他 ・部局で実施（財務・観光） ・市民部 ・商工、観光	3	12.0

(2) 他部局との連携について

通常のみるさと納税での他部局との連携	回答数
<p>返礼品の選定については、他部局との連携はない。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ イベント等でみるさと納税PRチラシの配布依頼をする。 ・ 他部局の首都圏イベントで、みるさと納税関係のチラシを配布してもらっている。 ・ 市主催のイベント等でみるさと納税のPR活動・販促活動ができるよう協力を依頼する場合がある。 ・ 他部署が県外で実施するイベントに同行し、共同でみるさと納税のPRを行っている。 ・ 市の大型イベント開催時の返礼品見本市の実施や、リピーター確保に向けた取組の検討を、観光事業担当部署やシティプロモーション事業担当部署と連携しながら進めている。 	18
<p>返礼品の選定も含め、他部局と連携をしている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 通常のみるさと納税における返礼品の選定やトップセールスのほか、地場産品ブランド企画向上に関して他部局との連携を行っている。 ・ 全庁に対し返礼品のアイデア募集を行い、日頃より各部等につながりのある市内施設と連携した体験型返礼品開発を行うなど、みるさと納税を通じた部局横断的な魅力の発信に努めている。 ・ 観光系の催し（花火大会等）のチケット等の返礼品については担当部局と連携している。 ・ 農政部局等の提案などにより進める場合もある。 ・ 農業、観光、スポーツ等の関連部署と連携して新たな返礼品開発も行っている。 ・ 産業部門から返礼品の提供事業者の紹介を受けることがある。 ・ 通常期は、シティプロモーションに関する広報部署と連携を取りながら進めていますが、繁忙期の11月、12月は、全庁的な部署横断によるプロジェクトチームを結成し、通常期の広報部署との連携に加えて、返礼品選定や啓発に関しても、商工農政関係部署や総合政策部署等、広く協力を仰ぎました。 	7

クラウドファンディングについて	回答数
事業担当課からの依頼を受け、ふるさと納税担当課でサイト制作等を行っている。	6
事業担当課からの依頼を受け、ふるさと納税担当課でサイト制作等を行う予定である（実績がない場合を含む）。	2
事業担当課でサイト制作等を行っている。	2
サイト利用や制度の運用に関して当室から事業課に助言を行うが、基本的には事業担当課自らが返礼品の選定、寄附の受付、発送、ワンストップ申請の受付まで行っている。	1
事業担当課からの依頼を受け、応募内容の検討やサイト制作等において相互に連携をしている。	2
クラウドファンディングでは実施団体の窓口となる他部局と連携し、受付期間や予算などについて、お互いに情報共有している。	1
サイト制作含めた事務は、各事業担当課で実施していますが、実施前の打ち合わせや返礼品の紐づけ等、相談しながら進めています。	1
内部で定めたガイドラインに従い、担当部署の職員のほか、事業担当者及び予算担当者と連携をとりながら実施している。	1

※クラウドファンディングについての回答記載あり 16市

(3) 委託業務の範囲について

外部委託はどの業務まで行っていますか。

選択肢	回答数	割合 (%)
A：サイト管理、返礼品送付まで	4	16.0
B：Aのほか寄附者への寄附受領証明書及びワンストップ特例申請書の発送まで	3	12.0
C：Bのほか寄附者から郵送されたワンストップ特例申請書の事務処理まで	15	60.0
D：その他（自由記載） ・返礼品の送付 ・委託は行っていない ・寄附金受領証明書・ワンストップ特例申請書の発送及びワンストップ特例申請書の事務処理	3	12.0

(4) PR方法について

ア ふるさと納税に結び付けるためのPRはどのように行っていますか。(複数回答)

選択肢	回答数
ふるさと納税サイトでのPR	19
市ウェブサイト	22
観光ノートのウェブサイト	1
YouTubeでのPR	1
インスタグラム	1
X(旧:ツイッター)	1
課金制バナー広告	2
チラシ・リーフレット	7
発送用封筒へのQR印刷	1
PR雑誌	2
プレスリリース	2
ふるさと納税大使によるPR	1
市内外のイベントへの出展	2
その他 ・中間事業者へ一任(メールマガジンの配信)	1

イ ウェブサイトでのトップページの掲載の有無について

選択肢	回答数	割合(%)
有	7	31.8
無 ・クラウドファンディング募集期間中は市のトップページにバナーを掲載	15	68.2

(5) 前年度寄附者への働きかけについて

前年度寄附者への働きかけは行っていますか。

選択肢	回答数	割合 (%)
行っている。 ・ポータルサイト経由でなく、直接、市へ寄附の申込があった方については、カタログを送付している。 ・メール等による働きかけ ・寄附の使いみちを示したふるさと納税通信を送付している。 ・過去にリーフレットを送付した寄附者に対し、希望する方へは定期的に新しい内容のリーフレットを送付している。 ・寄附の使いみちや返礼品等を記載したパンフレットを送付している。 ・前年度寄附者で今年度寄附をいただけてない方のうち一部の方に、年末にリーフレット等案内資料を送付している。 ・本年の返礼品情報を含むシティプロモーションハガキを送付した。 ・ふるさと通信（ふるさと納税に関する情報や市の現況など）の送付とともに、返礼品カタログや申込書の送付を募っている。	8	32.0
行っていない。	17	68.0