

重要取組シート

財政局 財政部 資金課

取組項目	ふるさと納税の取組の推進																																				
現状・課題	<p>【現状】</p> <p>個人版ふるさと納税については、主力返礼品の寄附受入額減等により、令和 6 年度は約 14.8 億円と減少した。</p> <p>また、企業版ふるさと納税については、寄附募集事業の PR パンフレットを作成するなど企業へのアプローチを強化したことで、令和 6 年度の寄附受入件数は 24 件、寄附受入額は約 45 百万円となり、前年度と比較して寄附件数、金額ともに増加した。</p> <p>個人版ふるさと納税実績の推移（過去 5 年間） (単位：百万円、件)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>R2</th> <th>R3</th> <th>R4</th> <th>R5</th> <th>R6</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>金額</td> <td>80.9</td> <td>205.6</td> <td>1,157.4</td> <td>1,554.1</td> <td>1,480.7</td> </tr> <tr> <td>件数</td> <td>2,772</td> <td>5,765</td> <td>17,742</td> <td>31,302</td> <td>24,823</td> </tr> </tbody> </table> <p>企業版ふるさと納税実績の推移（過去 5 年間） (単位：百万円、件)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>R2</th> <th>R3</th> <th>R4</th> <th>R5</th> <th>R6</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>金額</td> <td>0</td> <td>2.3</td> <td>5.2</td> <td>42.8</td> <td>44.9</td> </tr> <tr> <td>件数</td> <td>0</td> <td>5</td> <td>4</td> <td>14</td> <td>24</td> </tr> </tbody> </table> <p>※R2 年度に地域再生計画の内閣府認定を受ける</p> <p>【課題】</p> <p>令和 6 年度はターゲット層を意識した広報展開や現地決済型ふるさと納税の導入、体験型返礼品の拡充等、多角的な施策を講じたが、前年度と同水準の寄附受入額であった。</p> <p>安定的な歳入確保のためには、更なる寄附の獲得に向けた取組を推進する必要がある。</p>		R2	R3	R4	R5	R6	金額	80.9	205.6	1,157.4	1,554.1	1,480.7	件数	2,772	5,765	17,742	31,302	24,823		R2	R3	R4	R5	R6	金額	0	2.3	5.2	42.8	44.9	件数	0	5	4	14	24
	R2	R3	R4	R5	R6																																
金額	80.9	205.6	1,157.4	1,554.1	1,480.7																																
件数	2,772	5,765	17,742	31,302	24,823																																
	R2	R3	R4	R5	R6																																
金額	0	2.3	5.2	42.8	44.9																																
件数	0	5	4	14	24																																
取組の内容	<ul style="list-style-type: none"> ○ 壴らしい魅力的な返礼品の更なる充実 <ul style="list-style-type: none"> ・事業者に直接訪問するなど、積極的なアプローチ ・壻への誘客につながる体験型返礼品の企画立案 ○ ふるさと納税ポータルサイト等を活用した PR の実施 <ul style="list-style-type: none"> ・ふるさと納税ポータルサイト等を活用し、本市の取組や返礼品情報を効果的に発信 ・会員数の多いサイトや社会的課題の解決に特化しているなど、特色あるポータルサイトを導入 ○ 企業版ふるさと納税制度の積極的な活用 <ul style="list-style-type: none"> ・地域再生計画に位置付けられる地方創生事業の所管局と連携の上、積極的な寄附募集を実施 ・寄附募集事業の PR パンフレットを活用し、関係局と連携した企業訪問を実施 																																				

(様式 4)

スケジュール	前期 (~9月)	<input type="checkbox"/> 関係局と連携の上、ふるさと納税返礼品の募集・協力事業者へのアプローチ（隨時） <input type="checkbox"/> ふるさと納税ポータルサイト等を活用した PR の実施（隨時） <input type="checkbox"/> 各種イベント等で本市ふるさと納税を案内（隨時） <input type="checkbox"/> 新たなふるさと納税ポータルサイトの導入（隨時） <input type="checkbox"/> 企業版ふるさと納税 PR パンフレットの作成（4月） <input type="checkbox"/> 関係局と連携した企業版ふるさと納税寄附募集事業の PR を実施（隨時） <input type="checkbox"/> 企業版ふるさと納税の寄附獲得に向けた、電話・訪問による企業へのアプローチ（隨時）	
	後期 (~3月)	<input type="checkbox"/> 関係局と連携の上、ふるさと納税返礼品の募集・協力事業者へのアプローチ（隨時） <input type="checkbox"/> ふるさと納税ポータルサイト等を活用した PR の実施（隨時） <input type="checkbox"/> 各種イベント等で本市ふるさと納税を案内（隨時） <input type="checkbox"/> 関係局と連携した企業版ふるさと納税寄附募集事業の PR を実施（隨時） <input type="checkbox"/> 企業版ふるさと納税の寄附獲得に向けた、電話・訪問による企業へのアプローチ（隨時）	
	次年度 以降	<input type="checkbox"/> 引き続き、寄附の獲得に向けた取組を推進する。	
進捗の状況	前期 (~9月)	<input type="checkbox"/> 関係局と連携の上、ふるさと納税返礼品の募集・協力事業者へアプローチし、返礼品を拡充（隨時） <input type="checkbox"/> ふるさと納税ポータルサイトでの効果的な広告（隨時）やふるさと納税を特集した冊子へ本市返礼品を掲載（7月及び9月）等の PR を実施 <input type="checkbox"/> 首都圏開催のふるさと納税 PR イベントで現地決済型ふるさと納税を導入し、本市返礼品の展示や試食等を通じて、本市返礼品の魅力を発信（5月及び9月） <input type="checkbox"/> 新たなふるさと納税ポータルサイトとして、「Amazon ふるさと納税」（5月）、「さとふる」（6月）及び「一休.com ふるさと納税」（9月）を導入 <input type="checkbox"/> 企業版ふるさと納税 PR パンフレットの作成（4月） <input type="checkbox"/> 東京事務所と連携し、首都圏開催の企業と自治体のマッチングイベントへの参加等、企業版ふるさと納税寄附募集事業の PR を実施（8月） <input type="checkbox"/> 企業版ふるさと納税の寄附獲得に向けた、電話・訪問による企業へのアプローチを実施（隨時）	
	後期 (~3月)		
2025 堺市基本 計画	該当する 施策	—	
	寄与する KPI	—	目標値（2025 年度） —
未来都市 SDGs 計画	最も貢献する SDGsのゴール	ゴール番号 —	—
	寄与する KPI	—	目標値（2025 年度） —