

令和7年度(令和6年度実施事業分)主要事業評価シート										No.	3-1
PDCA	主要事業名		広報事務		部課名		企画部企画課			担当	間壁
										内線	226
P 総合計画との関係性と予算根拠	総合計画： 5 - 1 - 1 単位施策： 情報共有										
	全体事業期間： 令和 6 年度 ～ 6 年度 全体事業費等： 23,202 千円										
	会計		一般会計			歳出科目： 02.01.02.02.01					
	事業概要等		事業概要： 様々な広報媒体を通じて行政に関する必要な情報を提供し、その理解と協力を得る。また、新聞やインターネット等の各種媒体を活用し広報活動を実施する。								
			事業目的： 様々な広報媒体を通じて行政に関する必要な情報を提供し、その理解と協力を得る。								
			事業内容： はんだ市報や市ホームページ・市公式LINEなどの様々な広報媒体を通じて、幅広い年齢層に市政に関する必要な情報を発信する。また、新聞やインターネット、テレビ等の各種媒体を活用し広報活動（パブリシティ）を実施する。								
			問題点・課題等： 提供する情報の内容により、適した広報媒体の選択が必要である。								
	予算額		主要事業とする理由								
	23,202 千円		市政に関する情報を市民に発信し、市政に対する理解・協力を得ることが重要であるため。								
	財源内訳		得られる成果								
市費		必要な情報を提供することで、市民と市の情報が共有され、市民の市政に対する理解・協力が得られる。									
20,344 千円		目標値や目指すべき状態		令和4年度		令和5年度		令和6年度		単位	
国費		ホームページのアクセス数（月間平均）		実績値	130,113	120,301	102,958	件			
84 千円				目標値	160,000	160,000	160,000	件			
県費		はんだ市報の満足度（市民アンケートでの「非常に満足」または「おおむね満足」の割合）		実績値	94.0	96.3	95.5	%			
0 千円				目標値	90.0	94.0	94.0	%			
その他											
2,774 千円											
D 実績値 得られた成果と	決算額		得られた成果								
	18,969 千円		様々な広報媒体を通じて市政等の必要な情報を提供したことで市民と情報共有でき、市民の市政に対する理解・協力を得られた。								
			成果指標						令和6年度	単位	
			ホームページのアクセス数（月間平均）		実績値	102,958		件			
					目標値	160,000		件			
			はんだ市報の満足度（市民アンケートでの「非常に満足」または「おおむね満足」の割合）		実績値	95.5		%			
					目標値	94.0		%			
C 課題の整理	事業の評価・課題		C ホームページのアクセス数の減少は、昨年度と比べると「はんだ山車まつり」に関するページへのアクセス数が約50,000件減少したことや、新型コロナウイルスに関するページへのアクセス数が約10,000件減少したことが要因である。その一方、ホームページの「イベントカレンダー」を充実させ、市報のイベント記事にQRコードを掲載したほか、市公式LINEで定期的にイベントカレンダーを発信するなど、様々な広報媒体と連携した結果、イベントカレンダーへのアクセス数は昨年度より約4,000件増加した。 市報については、読者プレゼントや高校生ライターなど市民参加型の企画に引き続き取り組んだほか、市報読者モデルを募集し、より市民に親しまれる市報を作成することができた。また、読者アンケートで得た意見の特集として取り上げるなど市報へ反映することで、市報の満足度向上を図った。								
A 課題の方向性 今後の事業の方向性	改善推進		ホームページについては、カラーセル画像や「よく利用されるページ」欄など、トップページの情報を定期的に更新するとともに、各ページを見直し、情報の整理を行うことで、市民が必要な情報を探しやすいホームページの構築に努める。 市報については、引き続き市民参加型の取組を行いながら、市民に情報が伝わる記事を作成することで、親しみのある市報を目指す。								
			必要性		有効性			効率性			
			①市の関与の妥当性 妥当		④上位施策への貢献 大きい			⑦コスト削減 減余地 ある			
			②市民ニーズ 高い		⑤成果向上の余地 ある						
			③休廃止の影響 大きい		⑥類似事業の有無 ない			⑧受益者負担適正化余地 -			
観点別評価											

目標項目（予算計上時に作成）	予算見積書で活用	主要施策の成果報告書で活用	評価項目（決算時に作成）

<

令和7年度(令和6年度実施事業分)主要事業評価シート

No.3-3

PDCA	主要事業名	ふるさと納税事務	部課名	企画部企画課	担当 内線	服部 226
------	-------	----------	-----	--------	----------	-----------

P

総合計画との関係性と予算根拠

総合計画：5-3-2 単位施策：財政運営

全体事業期間：令和6年度～6年度 全体事業費等：41,959千円

会計一般会計 歳出科目：02.01.06.02.02

事業概要等

事業概要：「生まれ育ったふるさと」や「ゆかりのあるまち」を応援したいという方が、都道府県や市町村に寄附した場合、寄附金額に応じて、一定額が個人住民税・所得税から控除される制度で、控除された部分は、寄附先の自治体への納税と同様の効果がある。また、寄附時に使い道を指定することが可能で、寄附者の意向をまちづくりに反映している。

事業目的：自主財源を確保するとともに、地場産品である返礼品を贈呈することで、半田市をPRし、地域産業の振興を図る。

事業内容：市ホームページ、チラシなどによりふるさと納税制度を周知する。また、ふるさと納税ポータルサイトなどにより半田市の返礼品の魅力を発信し、市外在住の寄附者には金額に応じて返礼品を贈呈する。

問題点・課題等：ふるさと納税増加のため、魅力的な地場産品を掘り起こし、返礼品とする必要がある。主な対象者が市外在住者であるため、PRの工夫が必要。

予算額
41,959千円

財源内訳

市費
0千円

国費
0千円

県費
0千円

その他
41,959千円

主要事業とする理由

市政に必要な自主財源を確保しながら、半田市や地場産品のPRや市内事業者の売上を増加させるため。

得られる成果

自主財源を確保するとともに、半田市及び地場産品を広くPRすることができる。

目標値や目指すべき状態		令和4年度	令和5年度	令和6年度	単位
ふるさと納税寄附額	実績値	84,949,690	77,693,888	97,714,588	円
	目標値	100,000,000	100,000,000	100,000,000	円
返礼品事業者数（3月末時点）	実績値	62	104	111	事業者
	目標値	—	—	120	事業者

D

得られた成果と実績値

決算額
38,721千円

得られた成果

いずれの指標も目標値には届かなかったものの、返礼品事業者数を前年度から7者増加させるとともに、目標額1億円に迫る過去最高の寄附額を達成できた。これにより、本市の自己財源が確保、拡大されるとともに、併せて、本市の魅力的な農産品や醸造品、飲食店を始めとした地場産品等を全国に幅広くPRすることができた。

成果指標		令和6年度	単位
ふるさと納税寄附額	実績値	97,714,588	円
	目標値	100,000,000	円
返礼品事業者数（3月末時点）	実績値	111	事業者
	目標値	120	事業者

C

課題の整理

事業の評価・課題

C

本市のふるさと納税事業を取り巻く環境と本市への影響は、次の2点であった。
①国の返礼品基準が厳格化されたことにより、5事業者・25品の返礼品が出品停止となった。その結果、全品が停止された2事業者が返礼品事業者から除外された。
②知名度が高い物品や生活必需品への需要が依然として高い傾向にあった。
このような状況下でも事業者数や寄附額を増加させるために、市内で製造される物品を市外の卸売事業者等が返礼品として出品できるよう本市の制度を変更した。この効果として、3事業者、5,240千円の寄附の増加につながった。
今後の課題として、さらなる寄附額、寄附者数の増加を図るために、魅力的な返礼品の掘り起こしや、寄附の使い道及び返礼品のPRを進めていく必要がある。

A

課題解決に向けた今後の方向性

改善推進

令和6年度の寄附傾向として、特に県内在住者からの寄附においては、本市の飲食店で使用できる食事券や共通商品券の返礼品需要が高かった。これら返礼品への寄附拡大は、寄附額の増加だけでなく、本市を訪れるきっかけとして関係人口の創出にも大きく寄与することから、新たな飲食店の掘り起こし等、新規出品につながる取組を行う。
また、自治体を寄附で応援するというふるさと納税の本旨をふまえて、寄附の使い道を整理するとともに、返礼品紹介ページの見直しを図り、寄附者に選ばれる自治体となるための取組を進めていく。

観点別評価

		有効性		効率性	
①市の関与の妥当性	妥当	④上位施策への貢献	中程度	⑦コスト削減余地	ない
②市民ニーズ	—	⑤成果向上の余地	ある	⑧受益者負担適正化余地	ない
③休廃止の影響	大きい	⑥類似事業の有無	ない		

予算見積書で活用

主要施策の成果報告書で活用

目標項目（予算計上時に作成）

評価項目（決算時に作成）

令和7年度(令和6年度実施事業分) 主要事業評価各課総括表・2次評価表

2次評価者

企画部企画課

企画部長 大木 康敬

整理No.	主要事業名	事業の評価・課題		今後の事業の方向性	
		自己評価	評価内容	方向性	内容
3-1	広報事務	C	ホームページのアクセス数の減少は、昨年度と比べると「はんだ山車まつり」に関するページへのアクセス数が約50,000件減少したことや、新型コロナウイルスに関するページへのアクセス数が約10,000件減少したことが要因である。その一方、ホームページの「イベントカレンダー」を充実させ、市報のイベント記事にQRコードを掲載したほか、市公式LINEで定期的にイベントカレンダーを発信するなど、様々な広報媒体と連携した結果、イベントカレンダーへのアクセス数は昨年度より約4,000件増加した。 市報については、読者プレゼントや高校生ライターなど市民参加型の企画に引き続き取り組んだほか、市報読者モデルを募集し、より市民に親しまれる市報を作成することができた。また、読者アンケートで得た意見を特集として取り上げるなど市報へ反映することで、市報の満足度向上を図った。	改善推進	ホームページについては、カラーセル画像や「よく利用されるページ」欄など、トップページの情報を定期的に更新するとともに、各ページを見直し、情報の整理を行うことで、市民が必要な情報を探しやすいホームページの構築に努める。 市報については、引き続き市民参加型の取組を行いながら、市民に情報が伝わる記事を作成することで、親しみのある市報を目指す。
3-2	シティプロモーション推進事業	D	本市の露出度を高めるために、テレビやラジオなどのメディアに直接アプローチするプロモート活動やプレスリリース配信サービス「PRタイムズ」への配信を行い、情報発信を強化した。これにより、認知度調査では「半田市を知っている人」・「半田市に良いイメージを持つ人」の割合が上昇しており、これらの取組が認知度・イメージ向上に寄与したといえる。また、SNS（市公式Instagram）を活用した広報やはんだの魅力発見ツアーなどを通して、本市のPRと市民の愛着醸成につなげることができた。しかし、周辺市町と比較すると本市の人口減少率は高いため、定住人口の獲得が大きな課題である。	改善推進	メディアへのアプローチなどをさらに強化し、本市の魅力を発信していくことで、認知度向上や愛着醸成を図る。特に、仕事と家庭の両立等を支援する「はたらく親を応援するまち」として、子育て支援や教育環境、働く場所が充実しているという都市イメージを前面に押し出していく。また、データに基づいた施策を展開していくために、デジタルマーケティングによるデータ分析等を進める。 これらの取組により、本市を知る・本市を訪れる交流人口・関係人口を拡大し、将来的な定住人口の獲得につなげていく。
3-3	ふるさと納税事務	C	本市のふるさと納税事業を取り巻く環境と本市への影響は、次の2点であった。 ①国の返礼品基準が厳格化されたことにより、5事業者・25品の返礼品が出品停止となった。その結果、全品が停止された2事業者が返礼品事業者から除外された。 ②知名度が高い物品や生活必需品への需要が依然として高い傾向にあった。 このような状況下でも事業者数や寄附額を増加させるために、市内で製造される物品を市外の卸売事業者等が返礼品として出品できるよう本市の制度を変更した。この効果として、3事業者、5,240千円の寄附の増加につながった。 今後の課題として、さらなる寄附額、寄附者数の増加を図るために、魅力的な返礼品の掘り起こしや、寄附の使い道及び返礼品のPRを進めていく必要がある。	改善推進	令和6年度の寄附傾向として、特に県内在住者からの寄附においては、本市の飲食店で使用できる食事券や共通商品券の返礼品需要が高かった。これら返礼品への寄附拡大は、寄附額の増加だけでなく、本市を訪れるきっかけとして関係人口の創出にも大きく寄与することから、新たな飲食店の掘り起こし等、新規出品につながる取組を行う。 また、自治体を寄附で応援するというふるさと納税の本旨をふまえて、寄附の使い道を整理するとともに、返礼品紹介ページの見直しを図り、寄附者に選ばれる自治体となるための取組を進めていく。
課等長	1次評価（令和6年度の総括評価）				
C	広報事務については、ホームページの情報の充実及び各広報媒体との連携や、市報の市民参加型企画等により、適時適切な広報ができています。今後も、市民に情報が伝わる広報を意識し改善を重ねるとともに、全庁的な広報力の向上を図る必要があります。 シティプロモーション推進事業については、「PRタイムズ」による情報発信の強化やSNSの活用による市のPRのほか、各種イベントの開催により市民の愛着醸成に取り組むことができています。一方、目的である定住人口の獲得のため、データ分析の有効的な活用により改善を図る必要があります。 ふるさと納税事務については、返礼品の出品停止等による影響も受けるなか、返礼品の充実等の改善策をとったことは評価できる。前年と比べ、寄附額は増額しているものの、住民税の流出額が増加していることから、返礼品発掘を始めとした増額策を継続しながら、寄附者に選ばれる自治体となるためにPRしていく必要があります。				

部等長	2次評価（令和6年度の総括評価並びに今後の方針及び指示事項）
C	事業全体としては、改善を図りながら概ね事業推進ができていると評価するが、各事業の効果を高めるために、下記2点に注力すること ・職員研修の実施等により、職員の情報発信力を向上させるとともに、各事業や各課の取組と連携し、効果的なPRに取り組むこと ・各種データの分析を行い、効果的な事業実施につなげること