

作成日 令和 8 年 7 月 1 日作成

事務事業名		スポーツ合宿誘致事業		事業番号	担当課	シティセールス課					(3)指標の推移		5年度	6年度	7年度	8年度	9年度	10年度			
				768 1183 1184	担当G	セールスグループ					活動指標（実施状況）	単位	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)			
まちづくりプラン （基本目標）		振興計画体系	3	<産業経済>大地の力と海の恵みを生かした魅力あふれるにぎわいのまち		予算科目	会計	款	項	目	備考	ア	誘致訪問件数	件	4 6	4 4	4 5	4 /	4 /	4 /	
（個別目標）		振興計画体系	4	地域資源を生かした観光のまち		主な費目	負担金補助及び交付金					イ									
（施策）		振興計画体系	2	PR・誘客活動の推進		対象	スポーツ団体等					成果指標（成果・効果）		単位	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)	
（基本目標）		総合戦略	4	魅力的で、安心して暮らせるまちをつくる								ア	スポーツ合宿実施団体数 （奨励金ベース）	団体	150 77	150 102	150 131	150 /	150 /	150 /	150 /
（施策）		総合戦略	5	観光パワーアッププロジェクト		事業期間	年度～ 年度（ 年間）					イ	スポーツ合宿受入延泊数 （奨励金ベース）	泊	10,000 6,378	10,000 10,981	10,000 12,474	10,000 /	10,000 /	10,000 /	
(1) 総事業費の推移			単位	5年度 (実績・決算)	6年度 (実績・決算)	7年度 (実績・決算)	8年度 (計画・予算)	9年度 (計画・予算)	10年度 (計画・予算)		(4) 評価		所管課による評価								
年間トータルコスト	事業費	財源内訳	国県支出金	千円							有効性評価	・市民のニーズ ・事業の効果 ・政策との整合性 ・事業を廃止の影響 ・類似事業との連携 ・公平性	補助金交付を行うことで、本市を合宿選択先に選定していただいている。また、この事業において宿泊業者をはじめ、様々な業者への経済波及効果は高いものであるため、廃止した際の本市への影響は大きい。								
			その他特定財源	千円	7,621	13,404	18,808	18,808	18,808	18,808											
			一般財源	千円		101															
	事業費計 (A)		千円	7,621	13,505	18,808	18,808	18,808	18,808												
	所要人員 (年間)		人	0.200	0.300	0.300	0.300	0.300	0.300												
	人件費概算 (B)		千円	1,120	1,680	1,680	1,680	1,680	1,681												
(A) + (B)		千円	8,741	15,185	20,488	20,488	20,488	20,488	20,489												
(2) 事業概要												効率性評価	・事業効果向上 ・事業費削減 ・事務の効率化 ・費用対効果 ・財政負担の必要性 ・関係者との連携	誘致に関して、市観光特産品協会、宿泊施設、船舶事業者、旅行会社と連携して誘致を行っている。補助金の交付については、スポーツ団体誘致推進協会が行っているため、行政としては誘致活動を行っている状況であるが、本市に及ぼす費用対効果は十分な結果を得られると考える。							
事業目的	行政、民間が一体となった誘致活動や、スポーツ合宿等誘致奨励金を交付することによって、更なる合宿等の誘致を図るとともに、関係機関・団体と連携して歓迎、交流することによって競技スポーツの底辺拡大や地域経済への波及効果並びに観光振興に寄与する。																				
事業内容	志布志市スポーツ団体誘致推進協会へ補助金を交付し、キャンプ・合宿等を行うスポーツ団体を誘致しスポーツ観光の誘客と振興を図る。																				
開始経緯	平成20年度より、毎年夏に開催されていたサッカーフェスティバルや特に関西地区からの大学サークル等について、年々合宿団体が増加してきた中、旅行AGTや団体からの補助要望があった。									達成度評価	・数値目標 ・目指す状況 ・実現性 ・情勢、環境の変化 ・事業期間	新型コロナウイルス感染症が2類から5類に移行した後、前年度に引き続き合宿実施団体数は増加している。コロナ前の合宿形態に各団体戻りつつあるため、本市における合宿の優位性や受入体制を強化しながら、積極的なPRを行う必要がある。									
実施状況	【合宿誘致サポート会議】 年4回開催 【誘致活動】 5回、19箇所（中部・近畿地区、北海道地区、関西地区、東北地区の高校、大学、企業、旅行AGT等） 【歓迎事業】 Mon-Altius University（モンゴル男子バレーボール）北照高校野球部・サッカー部、・第4回 JBCF 志布志クリテリウム歓迎セレモニー実施 【大会・イベント】 SHIBUSHI FOOTBALL FESTIVAL 【合宿奨励金交付】 131件 12,474人 交付額13,042,090円																				
成果	スポーツ合宿だけに特化した誘致だけでなく、産官学連携による本市体育施設を活用したスポーツ合宿と本市で体験できる地域体験メニュー、大隅半島に立地する大学や高校と連携した修学メニュー、大阪住之江区との連携協定を生かし、さんふらわあで繋がる関西圏の企業団体との連携を組み合わせた本市独自の新たな「スポ学体験プログラム」を開発し、誘致活動につなげた。									改革改善案	拡充	○	現状維持	改善	効率化	廃止終了					
課題	市内体育施設（有明球場・屋内練習場・志布志体育館の空調設備）の改修は、更なる合宿誘致に必須の項目となっていることから生涯学習課と連携を図り、地元スポーツ団体との利用の在り方も含め取り組みを強化しなければならない。また、海外団体の受入れに関する市内合宿受入環境の整備にも着手する必要がある。										東京駐在所の首都圏におけるフロント機能を活かし、遠方地域からの誘客を図るため、スポーツ合宿誘致を軸とした交流人口の獲得に取り組む。特に冬季に雪の影響等により十分な練習環境の確保が困難な東日本から北日本地域を主なターゲットとし、本市の温暖な気候やスポーツ施設の優位性、スポーツ団体誘致推進協会による受け入れ態勢の強みを活かした誘致活動を展開する。また、関係団体と連携し、スポーツ合宿に学習及び地域体験要素を組み入れた「スポ学体験プログラム」を活用することで、付加価値の高い誘致提案を行い継続的な来訪及び関										

事務事業マネジメントシート

作成日 令和 8 年 7 月 1 日作成

事務事業名			特産品振興事業 (特産品販売所運営事業、特産品販路拡大事業、特産品開発推進事業)		事業番号 707	担当課 担当G	シティセールス課 セールスグループ					(3)指標の推移		5年度	6年度	7年度	8年度	9年度	10年度			
							活動指標（実施状況）					単位	(目標)	(目標)	(目標)	(目標)	(目標)	(目標)				
予算科目					会計	款							項	目	備考	(実績)	(実績)	(実績)				
まちづくりプラン (基本目標)			振興計画体系	3	＜産業経済＞大地の力と海の恵みを生かした魅力あふれるにぎわいのまち					主な費目	委託金、負担金、補助及び交付金					回	5	5	5	5	5	5
(個別目標)				5	食を中心とした特産品の販売が促進されるまち						0	0	17									
(施策)				1	特産品PRの推進																	
(基本目標)			総合戦略		対象					市内観光・特産品事業者					単位	(目標)	(目標)	(目標)	(目標)	(目標)	(目標)	
(施策)																1	事業期間					年度～年度（ 年間）
(1) 総事業費の推移			単位		5年度 (実績・決算)	6年度 (実績・決算)	7年度 (実績・決算)	8年度 (計画・予算)	9年度 (計画・予算)	10年度 (計画・予算)	(4) 評価		所管課による評価									
年間 トータル コスト	事業費	財源内訳	国県支出金	千円							有効性 評価	・市民のニーズ ・事業の効果 ・政策との整合性 ・事業を廃止の影響 ・類似事業との連携 ・公平性	本市特産品の認知度向上により、市内事業の活性化へ繋がっており、出品事業者や出品数が増加傾向にある中、事業廃止により、事業者の販路が縮小されるため影響は大きい。 一般社団法人志布志市観光特産品協会への委託及び補助事業であるため公平である。									
		その他特定財源	千円	18,360	27,652	28,159	113,250	113,250	113,250													
		一般財源	千円	1	1																	
		事業費計 (A)	千円	18,361	27,653	28,159	113,250	113,250	113,250													
		所要人員 (年間)	人	0.050	0.050	0.050	0.500	0.500	0.500													
		人件費概算 (B)	千円	280	280	280	2,800	2,801	2,801													
(A) + (B)			千円	18,641	27,933	28,439	116,050	116,051	116,051													
(2) 事業概要																						
事業目的	本市特産品の国内外への販路拡大及び消費拡大により特産品事業者の所得向上を図ることを目的とする。																					
事業内容	本市の特産品振興策として、特産品販売所及びインターネットショッピングサイトの安定的な運営を行うとともに、一般社団法人志布志市観光特産品協会の行う特産品全般の国内外に向けた販売促進及び商品開発等を目的とする事業に対し助成を行う。																					
開始経緯	観光入込客100万人を目標に本市の観光振興に取り組む中で、リピーターを増やす意味でも観光客を迎え入れた際のおもてなしが重要であること。また、特産品の認知度を向上させることで、地域経済の活性化を図る必要があったため。																					
実施状況	【特産品販売所運営事業】アピア内港湾通り運営 売上4,531,249円 販売件数795件 【特産品振興・販路拡大事業】ECサイト運営販売促進PR 12回 特産品ブラッシュアップ事業 生協かごしまとのブラッシュアップセミナー開催 首都圏・近県イベント、志布志の夏そば事業の開催 【特産品開発推進事業】食品衛生管理状況調査実施、食品衛生管理ガイドライン作成ふるさと納税商品開発会議の開																					
成果	令和6年度4月に発生したふるさと納税返礼品の不適正表示事案を受けて、ふるさと納税返礼品を対象とした食品衛生ガイドラインを作成するとともに、ふるさと納税参画事業者のガイドラインに沿った食品衛生管理を徹底するため、協会内にふるさと納税返礼品開発会議を設置し、出品しようとする工場・返礼品の調査、審査を行い市と契約するスキームを構築した。また、特産品全般の情報収集及び販売機能を充実させ、販売促進を行いながら特産品事業者の所得向上に寄与した。																					
課題	本市ふるさと納税食品衛生管理ガイドラインの基準を特産品販売所で取り扱う商品にも適用するなど、公的で販売PRする商品については、HACCP（ハサップ）の導入が義務化されていない農産物についても生産管理や出荷管理を徹底していただくなど、適切な食品衛生管理の環境づくりに引き取り組んでいく必要がある。																					

令和 8 年度 事務事業マネジメントシート

作成日 令和 8 年 7 月 1 日作成

事務事業名		特産品振興・特産品販路拡大事業 (R 8 特産品振興事業から分離)		事業番号 1, 182	担当課	シティセールス課					(3)指標の推移		5年度	6年度	7年度	8年度	9年度	10年度											
					担当G	セールスグループ					活動指標 (実施状況)		単位	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)										
まちづくりプラン (基本目標)		振興計画体系	3	＜産業経済＞大地の力と海の恵みを生かした魅力あふれるにぎわいのまち		予算科目	会計	款	項	目	備考	ア	商談件数	回	300 0	350 285	300 622	300	300	300									
(個別目標)		振興計画体系	5	食を中心とした特産品の販売が促進されるまち		主な費目	委託金、負担金、補助及び交付金					イ	商談会社数	回	15 1	15 7	15 16	15	15	15									
(施策)		振興計画体系	1	特産品PRの推進		対象	市内観光・特産品事業者					成果指標 (成果・効果)		単位	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)									
(基本目標)		総合戦略										成果指標 (成果・効果)		単位	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)									
(施策)		総合戦略	1			事業期間	年度～ 年度 (年間)					ア	商談会成約数	千円	30 0	35 2	40 29	40	40	40									
												イ	販売額	千円	12,000 156	15,000 2,177	2,000 8,857	18,000	18,000	18,000									
(1)総事業費の推移		単位		5年度 (実績・決算)	6年度 (実績・決算)	7年度 (実績・決算)	8年度 (計画・予算)	9年度 (計画・予算)	10年度 (計画・予算)	(4)評価		所管課による評価																	
年間 事業費 内訳 コスト	財源	国県支出金	千円							有効性 評価	・市民のニーズ ・事業の効果 ・政策との整合性 ・事業を廃止の影響 ・類似事業との連携 ・公平性	農林水産業と並ぶ基幹産業の商工業の振興を図ることは、市の重要課題の1つである。 現在設けている制度では、1事業者につき2回まで補助金申請を可能としているが、商談成立には2回では足りないことが多いため、複数回利用可能な制度にして欲しいという声もあがっている。																	
	財源内訳	その他特定財源	千円				4,591	4,591	4,591																				
	財源内訳	一般財源	千円																										
	事業費計 (A)	千円	0	0	0	4,591	4,591	4,591																					
	人件費	所要人員 (年間)	人				0.025	0.025	0.025																				
	人件費概算 (B)	千円	0	0	0	140	140	140		効率性 評価	・事業効果向上 ・事業費削減 ・事務の効率化 ・費用対効果 ・財政負担の必要性 ・関係者との連携	個々の事業者への補助率や補助額を削減することで、商談会等へ参加しようとしていたものが、参加できなくなる。実際に成約できるほどの実績もあり、商工業振興には欠かせない事業の1つである。																	
(A) + (B)	千円	0	0	0	4,731	4,731	4,731																						
(2)事業概要																													
事業目的	本市特産品の国内外への販路拡大及び消費拡大により特産品事業者の所得向上を図ることを目的とする。																			達成度 評価	・数値目標 ・目指す状況 ・実現性 ・情勢、環境の変化 ・事業期間	事業の周知PRにもっと力を入れ、市外貨獲得・事業者の収益増を図るため、積極的に商談会・物産展への参加を促すよう商工会と連携していきたい。							
事業内容	市内商工業者に対する販路拡大のため、出展料、旅費及び配送費の一部に対し助成を行い、本市のPR及び市内産品の販路開拓と地場産業の振興を図る。																												
開始経緯	年々、地域における人口は減少し、このことは市内経済の流通にも大きく影響している。新たな販路を市外に求めなければ、廃業に追い込まれる恐れが生じてきたため。																												
実施状況	助成内容：①出展料・参加料の2/3以内、②旅費（2人分）の各1/2以内 助成限度額：1回当たり250,000円（上記①及び②の合計額） 申請回数：1事業所あたり年度内2回まで 助成対象者：市内に住所のある事業所で市商工会会員 申請件数：13件（1月末現在）																												
成果	補助金を活用し展示会等へ出店したことにより、事業所及び商品の認知度向上や新たな顧客獲得につなげることができた。									改革改善案	拡充	○	現状維持	改善	効率化	廃止終了													
課題	申請者が、店舗を休業しなくても物産展や商談会に参加できる、ある程度の規模を有する事業者に偏る傾向がある。										適切な食品衛生管理を徹底するなど、質や価値（ストーリー性）のある高付加価値商品の開発に取り組む。																		

作成日 令和 8 年 7 月 1 日作成

事務事業名		食品衛生管理推進支援事業 (R8特産品振興事業から分離)		事業番号	担当課	シティセールス課					(3)指標の推移		5年度	6年度	7年度	8年度	9年度	10年度				
				1, 181	担当G	セールスグループ					活動指標（実施状況）	単位	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)				
まちづくりプラン (基本目標)		振興計画体系	3	<産業経済>大地の力と海の恵みを生かした魅力あふれるにぎわいのまち	予算科目	会計	款	項	目	備考	ア	港湾通り販売フェア実施状況	回	5 2	5 0	5	5	5	5			
(個別目標)		振興計画体系	5	食を中心とした特産品の販売が促進されるまち	主な費目	委託金、負担金、補助及び交付金					イ	インターネットショッピングサイト販促活動	回	5 0	5 0	5	5	5	5			
(施策)		総合戦略	1	特産品PRの推進	対象	市内特産品事業者					成果指標（成果・効果）		単位	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)			
(基本目標)											ア	港湾通り販売額	千円	13,000 18,056	13,000 16,887	20,000	20,000	20,000	20,000			
(施策)			1		事業期間	令和6年度～ 年度（ 年間）	イ	インターネットショッピングサイト販売額	千円	2,000 300	2,000 1,675	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	20,000					
(1)総事業費の推移				単位	5年度 (実績・決算)	6年度 (実績・決算)	7年度 (実績・決算)	8年度 (計画・予算)	9年度 (計画・予算)	10年度 (計画・予算)	(4)評価		所管課による評価									
年間トータルコスト	事業費	財源内訳	国県支出金	千円							有効性評価	・市民のニーズ ・事業の効果 ・政策との整合性 ・事業を廃止の影響 ・類似事業との連携 ・公平性	本市は全国有数の魅力のある特産品を誇るまちであることから特産品をきっかけとした関係人口や交流人口の施策に力を入れている。一方で特産品については、食品衛生管理の徹底を行うことでより安全安心が図られ、好循環につながる。									
			その他特定財源	千円				1,500	1,500	1,500												
			一般財源	千円																		
	事業費計 (A)		千円	0	0	0	1,500	1,500	1,500													
	所要人員 (年間)		人			0.025	0.025	0.025	0.025													
	人件費概算 (B)		千円	0	0	140	140	140	140													
(A) + (B)		千円	0	0	140	1,640	1,640	1,640														
(2)事業概要																						
事業目的		本市特産品の食品衛生管理を徹底し、より安全安心な特産品振興を図ることを目的とする。										効率性評価	・事業効果向上 ・事業費削減 ・事務の効率化 ・費用対効果 ・財政負担の必要性 ・関係者との連携	食品の衛生管理については、一般社団法人観光特産品協会に事務委託を行っているが、組織内には食品衛生管理におけるノウハウを持ち合わせる企業も複数いることから、効率的に人材を活用し、組織全体でスキルアップを図っている。								
事業内容		食品衛生管理状況調査実施、食品衛生管理ガイドライン作成、特産品開発会議の開催																				
必要性	開始経緯	令和6年度4月に発生したふるさと納税返礼品の不適正表示事案を受けて、特産品を対象とした食品衛生ガイドラインを作成するとともに、参画事業者のガイドラインに沿った食品衛生管理を徹底する必要がある。										達成度評価	・数値目標 ・目指す状況 ・実現性 ・情勢・環境の変化 ・事業期間	特産品を対象とした食品衛生ガイドラインを作成するとともに、参画事業者のガイドラインに沿った食品衛生管理を徹底するため、協会内に特産品開発会議を設置し、出品しようとする工場・返礼品の調査、審査を行い市と契約するスキームを構築した。また、特産品全般の情報収集及び販売機能を充実させ、販売促進を行いながら特産品事業者の所得向上に寄与した。								
実施状況		【食品衛生管理推進支援事業】食品衛生管理状況調査実施、食品衛生管理ガイドライン作成、特産品開発会議の開催																				
成果	令和6年度4月に発生したふるさと納税返礼品の不適正表示事案を受けて、特産品を対象とした食品衛生ガイドラインを作成するとともに、参画事業者のガイドラインに沿った食品衛生管理を徹底するため、協会内に特産品開発会議を設置し、出品しようとする工場・返礼品の調査、審査を行い市と契約するスキームを構築した。また、特産品全般の情報収集及び販売機能を充実させ、販売促進を行いながら特産品事業者の所得向上に寄与した。											改革改善案		拡充	○	現状維持		改善		効率化		廃止終了
課題	本市食品衛生管理ガイドラインの基準を特産品販売所で取り扱う商品にも適用するなど、公式で販売PRする商品については、HACCP（ハサップ）の導入が義務化されていない農産物についても生産管理や出荷管理を徹底していただくなど、適切な食品衛生管理の環境づくりに引き取り組んでいく必要がある。												適切な食品衛生管理を徹底するさせ、質や価値（ストーリー性）のある高付加価値商品の開発に取り組む。また、ファンサイト運営強化に取り組み、集客力のあるインターネットショッピングサイトの運営が可能となるよう、シティセールス事業と連動した取り組みを実施する。									

令和 8 年度 事務事業マネジメントシート

作成日 令和 8 年 7 月 1 日作成

事務事業名			東京駐在所運営事業			事業番号	担当課	シティセールズ課			(3)指標の推移		5年度	6年度	7年度	8年度	9年度	10年度					
						837	担当G	セールズグループ			活動指標（実施状況）		単位	(目標)	(目標)	(目標)	(目標)	(目標)	(目標)				
								会計	款	項	目	備考		(実績)	(実績)	(実績)							
まちづくりプラン（基本目標）			振興計画体系	3	＜産業経済＞大地の力と海の恵みを生かした魅力あふれるにぎわいのまち			予算科目	1	7	1	3		ア	企業訪問件数	件	50	50	250	250	250	250	
(個別目標)				5	食を中心とした特産品の販売が促進されるまち			主な費目	委託料					イ	取引斡旋数（年間商談件数）	件	40	100	150	150	150	150	
(施策)				2	市内外の販路拡大と増進			対象	一般社団法人志布志市観光特産品協会					成果指標（成果・効果）		単位	(目標)	(目標)	(目標)	(目標)	(目標)	(目標)	
(基本目標)			総合戦略												(実績)	(実績)	(実績)						
(施策)								事業期間	令和3年度～ 年度（ 年間）					ア	首都圏取引事業者数	件	30	30	30	30	30	30	
														イ									

(1)総事業費の推移		単位	5年度 (実績・決算)	6年度 (実績・決算)	7年度 (実績・決算)	8年度 (計画・予算)	9年度 (計画・予算)	10年度 (計画・予算)	(4)評価		所管課による評価		
年間トータルコスト	事業費	財源内訳	千円						有効性評価	・市民のニーズ ・事業の効果 ・政策との整合性 ・事業を廃止の影響 ・類似事業との連携 ・公平性	ふるさと納税を契機とした関係人口の創出・拡大、特産品の販路開拓及び交流人口の獲得を通じて、地域経済の活性化と外貨獲得を推進するものであり、本市が抱える人口減少や地域間競争の激化といった課題への対応として有効性が認められる。また、志布志市シティセールズ戦略及び施政方針との整合性が図られているほか、観光、移住・定住、ふるさと納税等の関連施策との連携による相乗効果も期待される。さらに、首都圏における情報発信や関係構築を通じて、市民及び事業者への波及効果が見込まれることから、公益性及び公平性の観点からも必要性の高い取組であると評価する。		
		国県支出金	千円										
		その他特定財源	千円	15,864	15,022	22,305	25,733	25,733					25,733
	一般財源	千円		1									
	事業費計（A）	千円	15,864	15,023	22,305	25,733	25,733	25,733					25,733
	所要人員（年間）	人	0.050	0.050	0.050	0.050	0.050	0.050					0.050
人件費	人件費概算（B）	千円	280	280	280	280	280	280	効率性評価	・事業効果向上 ・事業費削減 ・事務の効率化 ・費用対効果 ・財政負担の必要性 ・関係者との連携	東京駐在所を首都圏における実行拠点として位置付け、本庁シティセールズ課との役割分担及び連携のもとで事業を推進することにより、限られた人的・財政的資源の有効活用を図るものである。また、ふるさと納税、特産品振興、観光、移住定住等の関連施策を一体的に展開することで、事業間の相乗効果が期待される。さらに、民間事業者や関係機関との連携による情報収集及び事業展開を行うことで、事務執行の効率化と費用対効果の向上が見込まれることから、財政負担に対する妥当性及び効率性は確保されているものと評価する。		
	(A)＋(B)	千円	16,144	15,303	22,585	26,013	26,013	26,013					
	(2)事業概要												
事業目的	中央省庁への陳情・調整拠点という従来型の出先機関ではなく、「ふるさと納税をしていただいた方との継続的なつながりを持つこと」や、「関係機関（受付サイト運営企業、観光、移住定住関係機関、在京メディア、志布志関係団体）との関係を強化」する一方、ふるさと納税のその先にある「特産品振興、観光、移住定住を視野に入れた本市発展」を目的にひと・もの・お金・情報の集まる首都圏を主戦場とするべく活動を行う。												
事業内容	従来の中央省庁対応型の出先機関ではなく、志布志市シティセールズ戦略に基づき、首都圏を主戦場とした「地の利を生かした攻めの営業拠点」として位置付ける。特に、昨今の本市ふるさと納税寄附の減少を踏まえ、安定的な財源確保の一助となるよう、シティセールズを基軸とした施策を推進する。また、ふるさと納税を契機として形成された関係性を最大限に活用し、「寄附⇄ファン化（関係人口）→消費→来訪→定住」という好循環を創出することにより、本市の外貨獲得及び持続的な経済発展に寄与するため、本庁シティセールズ課と一体的に取り組む「フロント機能」として、首都圏における情報収集・発信・人的ネットワーク形成の中核を担う業務を一般社団法人志布志市観光特産品協会へ委託している。												
開始経緯	平成25年度地方税法改正により、ふるさと納税制度返礼品の過熱化・競争化が問題視されるようになった。令和元年度地方税法改正により示された募集適正基準により、ふるさと納税経費から東京駐在所経費は除外したが、東京という大きなマーケットに進出できる機会を確保する上で、重要な拠点となっている。また、令和6年度よりふるさと納税寄附が減少したため、安定的な財源の確保の一助となるよう関係法令を遵守した首都圏におけるシティセールズを基軸とした関係人口創出の中でふるさと納税寄附の推奨を行う必要がある。												
実施状況	特産品新規開拓事業者数 10社 ファンミーティング開催数 7回 会員支援 35社 ふるさと納税イベント開催数 5回 移住定住イベント 7回 物販イベント 10回 取引額（協会口座経由）約10,500,000円 百貨店・イベント等販売額（協会口座経由）約4,600,000円 首都圏売上額合計約15,000,000円												
成果	ファンサイトを構築後、首都圏における関係人口の創出を起点としたファンミーティングを開催することで、本市との継続的な接点づくりを推進した。これにより、ファンサイトへの会員誘導や本市特産品の認知度向上を図るとともに、ECサイトへの送客を通じた購買機会の創出など、関係人口の拡大から外貨獲得につなげる仕組みを構築した。また、地元事業者が生産・加工する特産品の販路開拓及び販売機会の拡大にも取り組み、新たな取引先の開拓や販売チャネルの確保など、地域産業の振興に向けた一定の成果を上げることができた。												
課題	ファンサイトの機能について、会員登録までの導線の簡素化や利用状況等の効果測定を通じたロイヤリティ向上の仕組みづくりなど、機能拡充に取り組むことで、首都圏における関係人口創出事業の効率化と成果の最大化を図る必要がある。また、関係人口創出や地方創生関連施策を推進するに当たり、首都圏におけるフロント機能としての役割を十分に発揮できるよう、市本庁との情報共有や事業連携を一層強化し、より効果的な事業展開につなげていく必要がある。												

改革改善案	拡充		○	現状維持	改善	効率化	廃止終了
	東京駐在所における事業成果の更なる向上を図るため、首都圏における営業活動、関係人口創出及び情報発信等の分野において専門的知見や人的ネットワークを有する複業人材の活用を推進するとともに、活動量のみならず、関係構築件数やマッチング実績、寄附・物産購入・来訪等の成果につながる指標を設定し、定期的な効果検証を行うなど、成果を重視した事業運営の強化を図る必要がある。（活動指標と成果指標の再設定） 活動指標→①首都圏企業・関係機関訪問談話数 ②イベント実施回数 成果指標→①東京駐在所の活動を契機とした成果創出件数（ふるさと納税寄附件数・特産品取引・ファンサイト誘導数） また、東京駐在所が首都圏における関係人口との接点機能を持っていることを踏まえると、将来的には移住定住施策との連携についても検討の余地があると考えられる。特に、二地城居住やお試し移住等の分野に専門的知見を有する人材の活用や関係部署との連携の在り方について研究を進めることで、関係人口から移住定住へとつながる施策展開の可能性を探り、東京駐在所の更なる機能強化につなげていく必要がある。						

作成日 令和 8 年 7 月 1 日作成

事務事業名		観光特産品協会運営事業			事業番号	担当課	シティセールス課					(3)指標の推移		5年度	6年度	7年度	8年度	9年度	10年度		
					836	担当G	セールスグループ					活動指標（実施状況）		単位	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)	
まちづくりプラン （基本目標）		振興計画体系	3	＜産業経済＞大地の力と海の恵みを生かした魅力あふれるにぎわいのまち			予算科目	会計	款	項	目	備考	ア	会員事業者数	件	180 181	180 181	239 207	239	239	239
（個別目標）			4	地域資源を生かした観光のまち				主な費目	負担金、補助及び交付金							イ	受託事業及び補助事業数	事業	10 11	10 13	10 8
（施策）		総合戦略	2	PR・誘客活動の推進			対象	一般社団法人志布志市観光特産品協会					成果指標（成果・効果）		単位	(目標) (実績)			(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)
（基本目標）								事業期間	年度～ 年度（ 年間）					ア	会員増減数	件	10 13	10 8	50 26	50	50
（施策）																					

(1)総事業費の推移		単位	5年度 (実績・決算)	6年度 (実績・決算)	7年度 (実績・決算)	8年度 (計画・予算)	9年度 (計画・予算)	10年度 (計画・予算)
年間 トータル コスト	事業費 内訳	財源内訳	千円					
		国県支出金	千円					
		その他特定財源	千円	37,556	43,402	33,364	42,851	42,851
	人件費	一般財源	千円	1	1			
		事業費計（A）	千円	37,557	43,403	33,364	42,851	42,851
		所要人員（年間）	人	0.050	0.050	0.050	0.050	0.050
		人件費概算（B）	千円	280	280	280	280	280
(A)＋(B)		千円	37,837	43,683	33,644	43,131	43,131	

(2)事業概要		事業目的	事業内容	必要性	実施状況	成果	課題
		市と両輪となり、本市の観光・特産品の振興を担う一般社団法人志布志市観光特産品協会における人件費、組織運営・強化等に要する費用を運営事業として助成する。	一般社団法人志布志市観光特産品協会職員等の組織強化のため、職員の人件費や専門的知識を有するアドバイザー及び専門家の活用に要する費用に対し補助金を交付する。	令和2年度まで各事業ごとに職員等の人件費を計上していたが、委託又は補助金交付事業について、事業ごとのスクラップ＆ビルドを行う必要があることから、令和3年度より人件費等の経費を運営事業として補助することとなった。	(1)総合事業、観光事業、特産品事業の推進 26,831,285円 正規職員8名 パート1名 (2)運営支援組織強化事業 6,533,511円 物産総合アドバイザー、輸出支援アドバイザー、衛生管理アドバイザー	市からの委託事業、補助事業及び自主事業等を行うことで、本市の観光振興に大きく寄与している。 (1) 総合事業の推進 (2) 観光事業の推進 (3) 特産品事業の推進 (4)総合アドバイザー事業 (5) 外部専門家事業	数多くの委託事業等を受託しているため、人的業務量がかなりひっ迫している状況にある。そのため、正職員の確保など、協会職員が安心して働くことができる環境づくりに課題がある。

(4)評価		所管課による評価					
有効性 評価	・市民のニーズ ・事業の効果 ・政策との整合性 ・事業を廃止の影響 ・類似事業との連携 ・公平性	市と両輪となり、観光特産品振興に寄与する機関であるため、今後も支援は必要であるが、効果的な事業展開と自主事業の実施により、収益を増やすことも可能と考える。他に類似する事業者はなく、公平な立場で事業には取り組んでいる。					
		効率性 評価	・事業効果向上 ・事業費削減 ・事務の効率化 ・費用対効果 ・財政負担の必要性 ・関係者との連携	既存事業を精査することで、事業の効率化や事業費削減は可能と考えるが、そのためには、自主事業実施による収益を伸ばすことが必要となる。事業実施に当たり人的業務量に課題はあるが、自立した運営が可能となれば、財政負担も減少する。 会員報を発行し、会員にも協会の事業を周知するなど良好な関係を築いている。			
				達成度 評価	・数値目標 ・目指す状況 ・実現性 ・情勢、環境の変化 ・事業期間	外部からの受入体制の強化という視点から、市の政策実現及び会員の利益のために実施事業において内容を精査し、民間出身者の活用も視野に入れた運営を検討する。	
改革 改善 案	・拡充 ○ 現状維持 改善 効率化 廃止終了	自主事業を増やし、協会自体の収益力の向上を図ることで、事業費削減につながる。観光特産品振興のための受入体制の強化を図り、自主事業実施による収益増を目指すことで、自走可能な組織づくりを行う必要がある。					

作成日 令和 8 年 7 月 1 日作成

事務事業名		シティセールス事業		事業番号	担当課	シティセールス課					(3)指標の推移		5年度	6年度	7年度	8年度	9年度	10年度				
				952	担当G	セールスグループ					活動指標（実施状況）	単位	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)				
						会計	款	項	目	備考												
まちづくりプラン （基本目標）		振興計画	3	＜産業経済＞大地の力と海の恵みを生かした魅力あふれるにぎわいのまち	予算科目	1	7	1	3		ア	志布志ファンサイトからの情報発信件数	件	0 0	10 8	50 19	55	60 65				
（個別目標）		計画体系	4	地域資源を生かした観光のまち	主な費目	委託料					イ	志布志ファンサイトSNSからの情報発信数	件	0 0	0 0	50 71	70	90 110				
（施策）		体系	2	PR・誘客活動の推進	対象	ふるさと納税寄附者、観光客、関係人口（ファン）、潜在顧客、市観光特産品協会					成果指標（成果・効果）		単位	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)				
（基本目標）		総合戦略	2	ひとや企業とのつながりを築く							ア	志布志ファンサイト会員数(フォロー数)	人	0 0	500 434	1,000 1,151	2,000	3,000	4,000			
（施策）		戦略	4	関係人口創出・拡大プロジェクト	事業期間	5年度～ 年度（ 年間）					イ	志布志ファンサイトSNS会員数(フォロー数)	任	0 0	0 0	3,000 3,012	4,500	6,000	7,500			
(1) 総事業費の推移		単位	5年度 (実績・決算)		6年度 (実績・決算)		7年度 (実績・決算)		8年度 (計画・予算)		9年度 (計画・予算)		10年度 (計画・予算)		(4) 評価				所管課による評価			
年間トータルコスト	事業費	財源内訳	国県支出金	千円											有効性評価	・市民のニーズ ・事業の効果 ・政策との整合性 ・事業を廃止の影響 ・類似事業との連携 ・公平性	本市特産品を軸として、志布志ファンサイトを通じて観光、ふるさと納税、特産品のプロモーションを行うことによって、市場がファンサイトに集客され、更なる志布志市ファンの増加を見込むことができる。					
			その他特定財源	千円	19,998		52,429		60,593		81,305		78,305								78,305	
			一般財源	千円	0		1		0		0											
	人件費	事業費計 (A)	千円	19,998		52,430		60,593		81,305		78,305		78,305								
		所要人員 (年間)	人	3,000		3,000		3,000		3,000		3,000		3,000								
		人件費概算 (B)	千円	16,800		16,800		16,800		16,800		16,803		16,806								
(A) + (B)		千円	36,798		69,230		77,393		98,105		95,108		95,111									
(2) 事業概要																						
事業目的	本市特産品を突破口としたイメージアップや志布志ファン創出等のシティセールス事業に取り組むことで「志布志ファンサイト」への誘客を促し、かつ効率的な顧客管理と運用により外部からの人材・物財・資金・情報を呼び込み本市経済の活性化を図る。																					
事業内容	・志布志ファンサイトの構築と運用【「新たな志布志ファン」獲得のため展開するファンサイト及びそれに連なる各サイト（サブサイト）の効率的な販促・運用（顧客管理含む）と、セキュリティ対策を講じた構築と管理】 ・本市が持つ様々な資源（人・モノ・自然・企業）を活用したシティプロモーション（広報物制作・発信） ・ふるさと納税や首都圏（東京駐在所）の拠点を活用したセールス（特産品の小売・飲食店・業務販促等を通じた外貨獲得及び志布志の認知度向上）																					
開始経緯	人口減少や少子高齢化、また、今後国からの地方交付税が減少し地方経済の衰退が心配される中、自治体が国に頼るのではなく「外貨を獲得することによる地方経済の活性」や、それを推進する過程で相互波及が期待できる雇用創出や交流人口・関係人口といった地方創生（人口ビジョン）の取り組み、特産品の販路拡大、観光誘客、企業誘致、移住定住の促進など、地域特性（強み）を活かしながらまちを売り込む「シティセールス」を総合的に行っていくことが求められている。																					
実施状況	①シティセールス・メディアミックス広告宣伝業務（ファンサイトを核とした広告展開）、②志布志ファン獲得（首都圏）業務（ABCスタイルによる食をメインにしたイベント実施）、③特産品PR促進業務（インターネットにおける本市特産品PR、認知度向上）、④観光パンフレット作成業務（既存パンフレットの新規改修）⑤ファンサイト運用業務（ファンサイト版SNSの運用、ファンサイト記事投稿、EC等連動企画の実施、ファンサイト機能追加等）、SNSの課題整理を行い外部人材を活用した運用の見直しを行う。																					
成果	本市のシティセールス戦略の方針を定め、本市特産品を突破口にしたイメージアップを行った。また、本市の特設ランディングページのデザイン等を見直し、Google等の検索エンジンのリスティング広告やSNS広告などを駆使し、令和6年10月に公開した「志布志ファンサイト」への誘客策に取り組むことで、本市の認知度向上並びに今後の志布志ファン（顧客）の効率的な運用を可能とする基盤構築に取り組んだ。																					
課題	志布志ファンを囲い込むためのソフト事業の構築及び特産品を突破口にした企業誘致や移住定住など、外貨取得及び関係人口創出のための取り組みを検討する必要がある。また、情報発信においても、職員が独学で配信していることからより効果的な情報発信を行うために外部人材を起用し、情報発信の高度化に取り組む。																					
												拡充	○	現状維持	改善		効率化		廃止終了			
国は、ふるさと住民登録制度を創設し、今後、地方創生に絡んだ関係人口創出施策の打ち出しが予想される中、これまでの事業実績等を生かし、効率かつ効果的な施策実施が望まれる。																						

令和 8 年度 事務事業マネジメントシート

作成日 令和 8 年 7 月 1 日作成

事務事業名		ふるさと納税推進事業 (R8～：ワンストップ関連事業含む)		事業番号	担当課	シティセールス課						(3)指標の推移		5年度	6年度	7年度	8年度	9年度	10年度		
				713	担当G	セールスグループ						活動指標（実施状況）		単位	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)	
まちづくりプラン (基本目標)		振興計画体系	3	＜産業経済＞大地の力と海の恵みを生かした魅力あふれるにぎわいのまち		予算科目	会計	款	項	目	備考	ア	返礼品登録数[総務省指定申出時]	品	1,000 618	1,000 815	1,000	1,000	1,000	1,000	
(個別目標)			5	食を中心とした特産品の販売が促進されるまち		主な費目	需用費、役務費、委託料						イ	イベント回数	回	3 3	4 3	4 4	4 4	4 4	4 4
(施策)		総合戦略	2	市内外の販路拡大と増進		対象	志布志市へのふるさと納税寄附者及び志布志への未寄附者						成果指標（成果・効果）		単位	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)	(目標) (実績)
(基本目標)			2	ひとや企業とのつながりを築く									ア	寄附件数	件	300,000 313,224	300,000 232,427	300,000	300,000	300,000	300,000
(施策)			4	関係人口創出・拡大プロジェクト									事業期間	H27 年度～ 年度（ 年間）	イ	寄附額	千円	6,000,000 6,765,194	6,000,000 5,190,500	6,000,000	6,000,000
(1) 総事業費の推移				単位	5年度 (実績・決算)	6年度 (実績・決算)	7年度 (実績・決算)	8年度 (計画・予算)	9年度 (計画・予算)	10年度 (計画・予算)	(4) 評価		所管課による評価								
年間トータルコスト	事業費	財源内訳	国県支出金	千円							有効性評価	・市民のニーズ ・事業の効果 ・政策との整合性 ・事業を廃止の影響 ・類似事業との連携 ・公平性	・継続を望んでいる。 ・市の特産品振興に大きく寄与している ・地方税法に基づくため、整合性有 ・政策実現に影響がある ・特産品販路拡大 ・地方税法の基準に基づき出品しているため公平である								
		その他特定財源	千円	3,566,230	2,477,201	2,779,586	1,639,074	1,639,074	1,639,074												
		一般財源	千円																		
		事業費計 (A)	千円	3,566,230	2,477,201	2,779,586	1,639,074	1,639,074	1,639,074												
		所要人員 (年間)	人	4.250	4.250	4.250	4.250	4.250	4.250												
	人件費	人件費概算 (B)	千円	23,800	23,800	23,800	23,800	23,804	23,809												
		(A) + (B)	千円	3,590,030	2,501,001	2,803,386	1,662,874	1,662,878	1,662,883												
	(2) 事業概要																				
事業目的	本市の特産品（返礼品）の魅力を活かしたふるさと納税寄附を推奨することにより安定的な財源の確保に取り組むとともに、ふるさと納税制度をきっかけとした本市並びに本市特産品の認知度向上につなげる。また、将来的な交流人口や移住定住人口増対策に必要となる志布志ファン（顧客獲得）の創出を行い、本市のシティセールスの基盤づくりを行う。											効率性評価	・事業効果向上 ・事業費削減 ・事務の効率化 ・費用対効果 ・財政負担の必要性 ・関係者との連携	事業効果において、平成27年から毎年寄附件数も向上していることからある一定の効果は出ている。事業費の削減について、総務省が令和5年度にこれまで対象外であった募集に付随して生ずる事務に要する費用も含めて、寄附額の50%以内に収めるように通達があった。出店先のポータルサイトが手数料の割合を増やしていく中、事業内容を見直し、事業の効率化とあわせて早急に事業費の削減に取り組む必要がある。そのことも踏まえ、ポータルサイト運営者及び市内生産者など今後も連携しながら、より効率的な事業運営に向けて取り組む。							
事業内容	志布志市へふるさと納税をされた方々へ市の地場産品をお届けするというふるさと納税の仕組みを活用することで特産品振興を図り、志布志市のファンを増やす。																				
開始経緯	平成25年度地方税法改正、平成27年6月より市の財源確保及び特産品の販路拡大、地域経済への波及効果を狙いとして事業を開始。令和元年度の税法改正により、指定自治体、適正募集、返礼3割、地場産品の基準を遵守しながら運用していかなければならない。											達成度評価	・数値目標 ・目指す状況 ・実現性 ・情勢、環境の変化 ・事業期間	令和6年度は、災害関係の支援寄附の増加や物価高による日用品の需要増加、本市返礼品の主要返礼品カテゴリの需要減少、経費率50%以内に取り組むための寄附額増加により、令和5年度の寄附金額と比較し約75%と減少している。令和6年度は新たにさとふるのイベントに参加し、人気返礼品や寄附金の使い道といったふるさと納税だけでなく、志布志市のPRを行うことができた。ふるさと納税の情勢については、物価高に伴う日用品への寄附が多くなっている。また、経費率50%や地場産品基準の遵守、令和7年10月からポータルサイトのポイント付与禁止など制度が厳しくなっている。このような背景があることから、新たに開設した特設サイトなども活用し、さらに寄附者とのつながりを重要視し、市のPRとなる情報発信に努めていきたい。							
実施状況	寄附及び寄附者獲得のために掲載サイトを8つに展開(その他、契約サイトのサブサイト4つ有り)、その他広告やメールマガジンの送信、リアルイベントへのPRブースの出店のなかで志布志市のファンとの交流や更なる魅力のPRを実施している。一方、志布志市内では魅力ある返礼品の開発を行いながら、既存返礼品のブラッシュアップも図っていく。																				
成果	直近3年間では、20万件以上の寄附件数があり、全国の方々へ志布志市の地場産品のPR及び消費拡大に寄与している。本市寄附の8割を占める楽天及びふるさとチョイスでは、これまでの継続的な取り組みの成果として、2つサイト合わせて7万人のメルマガ会員登録がある。月2回の頻度でメルマガを配信し、志布志の旬の情報を伝えながら継続的な繋がりを図っている。また、ポータルサイト等の運営する事業者主催のリアルイベントにてファンとの交流や年4回発送する志布志だよりの中で旬の志布志や新規事業者等の紹介を実施しながら継続的な繋がりを図っている。											改革改善案	拡充	○	現状維持	改善	効率化	廃止終了	これまで実施してきたふるさと納税事業において生まれた志布志ファンとの繋がりを大切に、更に地場産品の掘り起こしをしながら運用していく。一方、外向けには志布志市に足を運ぶきっかけとなる旅行や体験型の返礼品開発を進めていきたい。経費率50%以下を達成し続け、指定自治体から除外されないためにも、令和8年度も事業費の見直し、縮減に取り組みつつ、関係部署と連携した取組も検討していきたい。		
課題	寄附額の増加に伴いその使い道も注目されるようになってきた。今後は寄附者向けの外への情報発信だけでなく、寄附金の使い道などのふるさと納税事業への理解促進や新規事業者の獲得を図るため、市内向けにも積極的に情報発信を行っていく必要がある。また、制度改正により、経費率や地場産品基準などが年々厳格化されており、同制度の指定自治体となるためにも、その対応を的確に行っていく必要がある。さらに、市に残る財源を確保するため、寄附額を伸ばし、かつ、事業費削減の工夫を検討していく必要がある。																				