

財源確保対策基本方針(案)



令和2年10月

総務部財産管理課資産活用室

目次

第1	策定の目的	1
1	人口等の状況	1
2	財政の状況	1
3	基本方針策定の目的	2
第2	本県を取り巻く経済状況等	3
第3	これまでの取組	6
1	歳入の確保	6
2	歳出の見直し	7
第4	取組の方向性	9
I	公有財産の有効活用の推進	9
(1)	経緯・現状	9
(2)	課題と今後の具体的な取組	9
①	未利用財産の積極的周知による処分・活用の推進	10
②	小規模未利用地の活用等の検討・誤信使用財産の適正処理	10
③	庁舎等への自動販売機の増設	11
④	使用料、貸付料等の適正化についての検討	11
⑤	小水力発電用地としての活用	11
II	新たな税外収入確保策の創出	13
1	広告事業	13
(1)	これまでの取組状況	13
(2)	課題と今後の具体的な取組	13

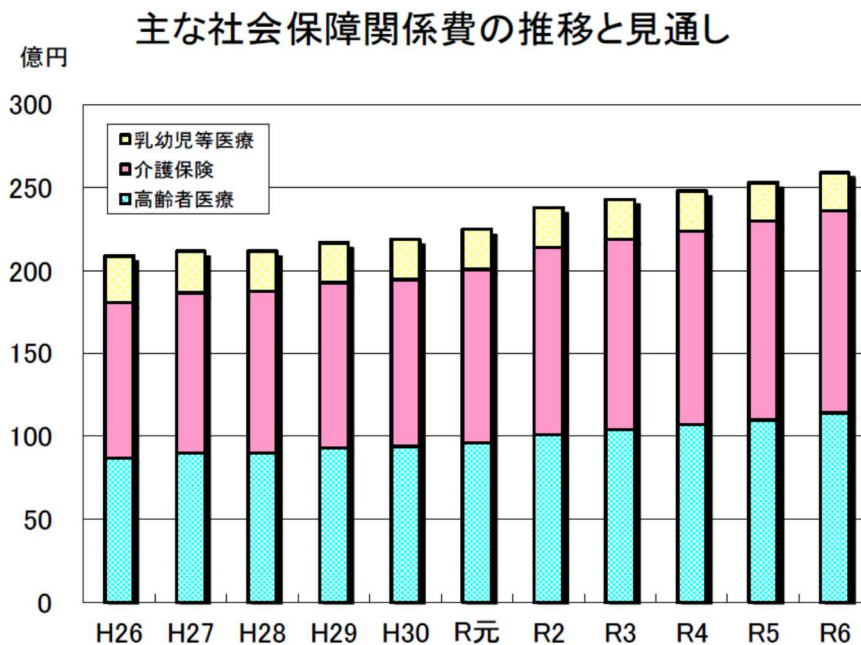
① 新たな媒体・施設の開拓	13
② 幅広い企業等への継続的周知	14
2 ふるさと納税の仕組みを活用したクラウドファンディング (CF)	15
(1) ふるさと納税と地方財政制度の関係	15
(2) 現状	15
(3) 寄附者アンケートの分析	16
(4) 課題と今後の具体的な取組	16
① 事業の予算計上方法・インセンティブの検討	17
② 対象事業・施策の掘り起こし、選定等	17
③ PR の強化・工夫	17
3 企業版ふるさと納税	18
4 YouTube を活用した県政広報等動画の収益化	19
(1) インターネット広告 (YouTube 等) の状況	19
① 広告としての市場規模等	19
② 検討の方向性	19
(2) 収益化の条件等	20
5 その他	20
Ⅲ その他歳入の確保	21
1 私法上の滞納債権の回収強化	21
2 歳計現金、基金の運用改善の検討	21
3 課税自主権の活用	22
第5 推進体制	23

第1 策定の目的

1 人口等の状況

本県の人口は、過去20年間減少が続き、令和2年1月現在で809,800人となるとともに、令和元年生まれの出生数が戦後最少を記録するなど、人口減少・少子化が急速に進みつつあり、行政サービスの財源である税の主要な担い手である生産年齢人口（15歳以上65歳未満）の大幅な減少など、社会経済活動への影響が懸念されています。

また、令和2年には、高齢化率が30%を超え、全国よりも早く高齢化が進展するとともに、75歳以上の後期高齢者が高齢者全体の52.6%に当たる131,264人となっており、医療・介護等の社会保障関係経費の大幅な増加が見込まれます。



更に、進学や就職のため、大学・企業等が数多く立地する東京圏（東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県）等の大都市圏へ転出することにより、県内で子育てを行う若年層が少なくなり、少子化に歯止めがかからないという負の循環が続いており、これらの世代の本県への移住等を促進する少人数教育の充実や良質な企業の誘致などの取組が求められます。

2 財政の状況

本県の一般会計の歳入決算額は、過去10年間、4,500億円から5,000億円で推移しており、このうち、県税等の自主財源比率は、38%から43%程度で推移しています。

一方、歳入総額の約20%を占める県税については、人口一人当たり税収額を見ると、全国平均を100とした場合、地方税計では本県は92.4、また、法人関係二税（法人県民税及び法人事業税）では本県は92.9と乖離があることから、地方拠点強化税制を活用し優

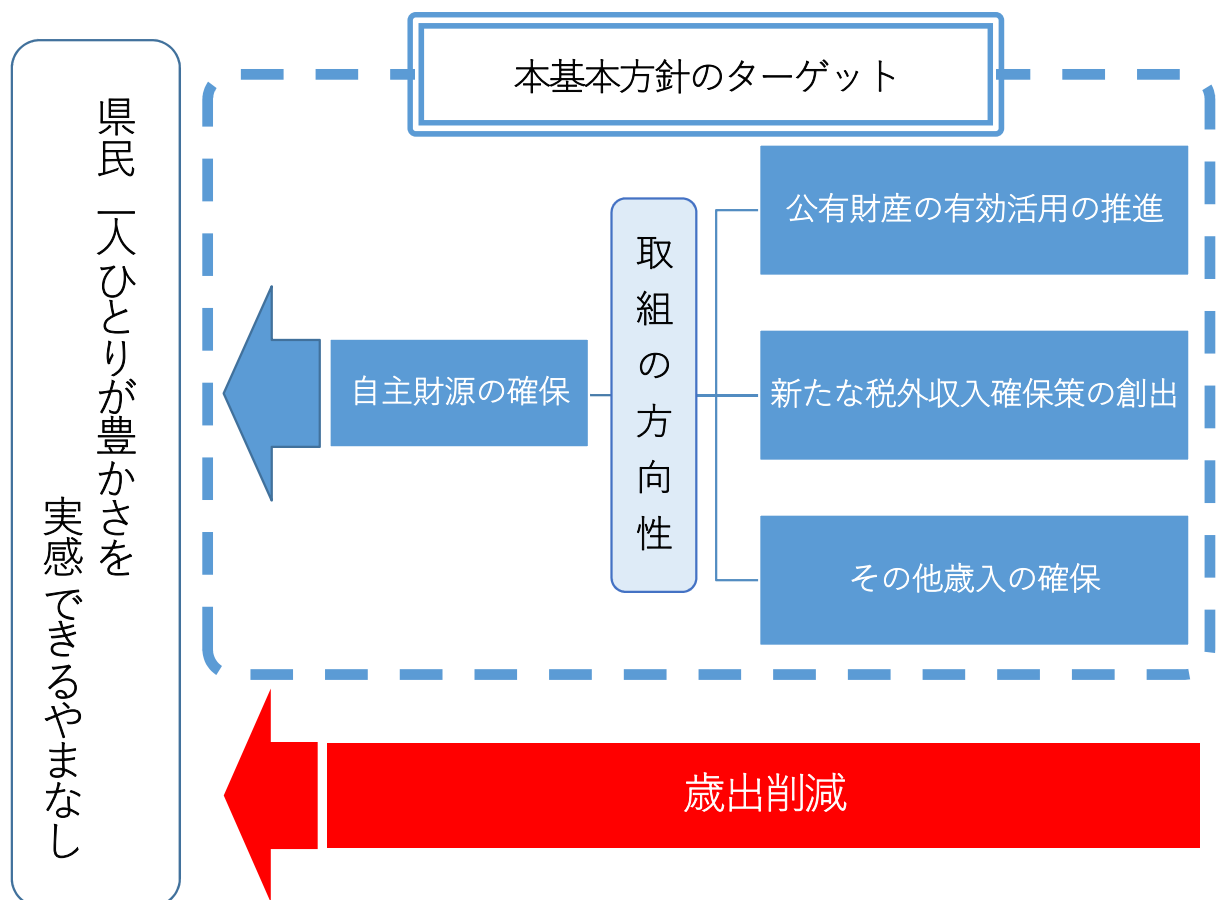
良企業を誘致するとともに、企業版ふるさと納税等の既存の制度を最大限に活用し、歳入増加を図る必要があります。

3 基本方針策定の目的

このような厳しい状況下にあるとはいえ、「県民一人ひとりが豊かさを実感できるやまなし」の実現に向けた施策・事業等をスピーディーに実行するとともに、持続可能な行政運営を図っていくためには、徹底的な歳出の削減と自主財源の確保の両面においてこれまで以上に取組を進めていく必要があります。

この基本方針は、職員の財源確保対策に対する意識を醸成するとともに、自主財源の確保について、「公有財産の有効活用の推進」、「新たな税外収入確保策の創出」、「その他歳入の確保」の3つの観点から、その取組の方向性を明示することで、全庁を挙げた継続的な取組を推進することを目的として策定するものです。

なお、本方針は、実際的な取組を進める中で顕在化した課題や、全庁に展開すべき先駆的事例等を踏まえ、逐次改定していくこととします。



※ 本基本方針は自主財源の確保をターゲットとし、歳出の見直しについては、行政改革推進本部において推進することとします。

第2 本県を取り巻く経済状況等

(景況感、雇用)

令和元年末に発生した新型コロナウイルス感染症は、令和2年には世界的に拡大しており、我が国及び本県経済に甚大な影響を及ぼしています。

まず、我が国全体の経済状況を見ると、消費増税の影響が残るなか、新型コロナウイルス感染症危機による経済収縮が直撃し、令和2年4～6月期のGDP成長率は、前期比で実質7.9%減(年率28.1%減)、家計最終消費支出は前期比8.3%減(年率29.4%減)と大きな落ち込みを見せています。

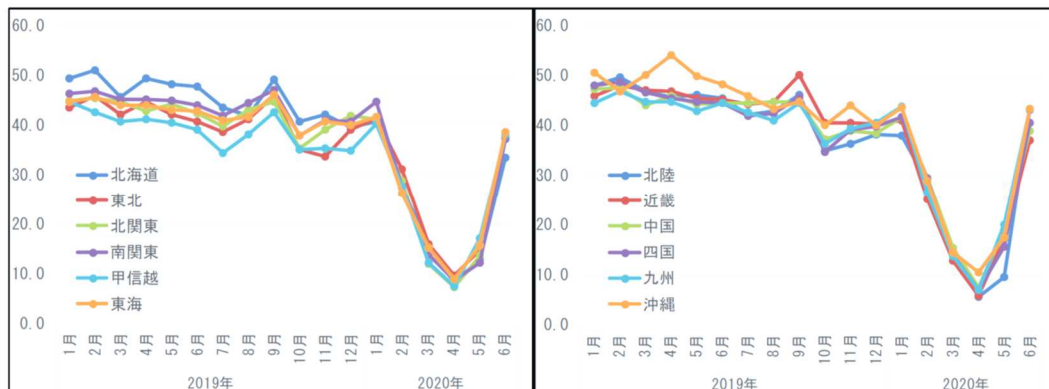
景気の現状判断DI(ディフュージョン・インデックス…変化の方向性を示す指数)についても、令和2年1月以降に急速に悪化し、3月にはリーマンショック時を下回る水準にまで低下し、緊急事態宣言が解除された5月、6月には回復傾向を見せたものの、新型コロナウイルス感染症まん延の終息時期が見通せないなか、日本経済が順調に正常化に向かうのか予断を許さない状況が続いています。

こうした状況は、本県でも同様であり、日本銀行甲府支店が10月に公表した企業短期経済観測調査(短観)によれば、企業を取り巻く状況の良し悪しを表す業況判断DIは、調査記録が残る過去41年間で最大の下げ幅となった6月をやや上回ったものの厳しい状況が続いています。

また、同支店が9月に公表した山梨県金融経済概観においても、持ち直しの動きが見られるものの、新型コロナウイルス感染症の影響が続き、極めて厳しい状態にあるとの認識が示されています。

更に、山梨労働局が公表した8月の有効求人倍率(季節調整値)は0.90倍と8か月連続の悪化で、平成27年9月以来5年ぶりに1倍を下回った6月から3か月連続で低下するなど、製造業をはじめ、サービス業や卸売・小売業等の幅広い業種で求人数が減っており、雇用情勢は厳しさを増しています。

地域別の景気の現状判断DI(季節調整値)の推移



(出典) 内閣府「景気ウォッチャー調査」

産業別に見ると、観光・運輸、飲食、イベント等の関連産業が甚大な影響を受けており、特に、本県観光産業の牽引役であったインバウンド需要は、世界的な感染症の流行に伴い、訪日外国人旅行者数が、令和2年4月、5月には連続で前年同月比99.9%減と大幅に減少しています。

これに加え、日本人の国内旅行者数も減少しており、東京圏からの観光客が多い本県では、感染症まん延の影響が特に大きく、上半期(1~6月)の県内の延べ宿泊者数は、前年同期比61.8%減と平成23年以降最少で、2~8月の県内観光関連の売上額(観光消費額)は前年同期から78.5%、2,064億円程度減少したと試算されています。

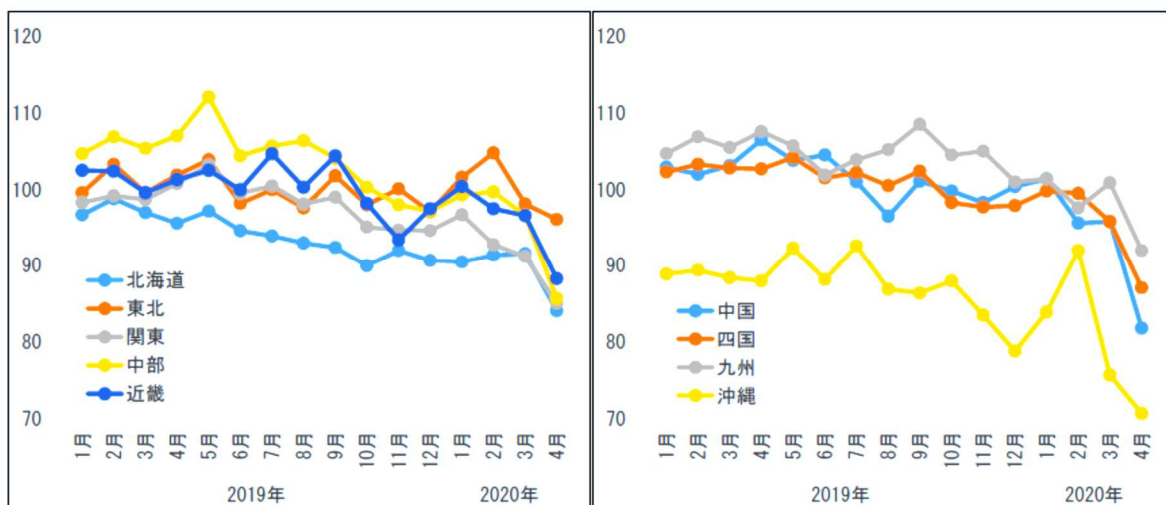
2019年以降の訪日外国人旅行者数と前年同月比の推移



(出典) 日本政府観光局「訪日外客統計」

また、本県の主要産業である製造業を含む鉱工業についても、海外経済において、需要の大幅な落ち込みや、サプライチェーンの寸断による供給制約が生じていることを背景に、県内企業の生産活動への影響も生じつつあります。

地域別の鉱工業生産指数(季節調整値)の推移(2015年=100)



(出典) 各経済産業局、沖縄県「鉱工業指数」

このような状況にあることから、今後の県税収入は非常に厳しいものと予想されます。その一方で、社会保障関係費は高齢化の進展に伴う介護保険関係経費、高齢者医療費の増加など避けては通れない財政需要があります。また、リニア中央新幹線の開業の効果を全県的に波及させるための施策や、「やまなしグリーンゾーン構想」の実現に向けた取組等、県民の安全・安心の確保、県民生活の向上に資する事業を着実に実施していく必要があります。

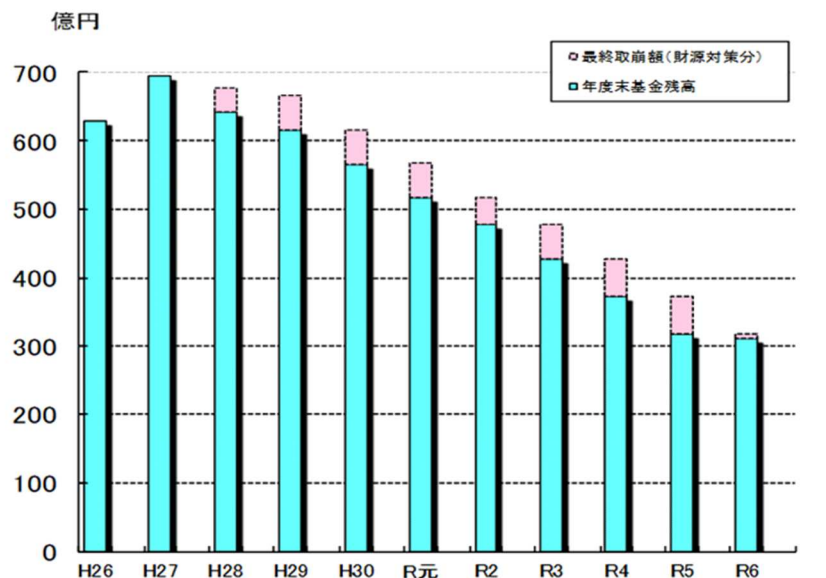
本県においては、当初予算編成に当たり、毎年、多額の財源不足が生じ、主要基金の取り崩しを余儀なくされております。今後の予算編成に当たっても財源不足が見込まれるため、主要基金の取り崩しが必要となることから、基金残高は暫時減少していく見通しとなっています。

更に、新型コロナウイルス感染症対応のため、感染拡大防止や医療提供体制の整備をはじめとする各種事業の実施による歳出が増え、県税収入の大幅な減少に伴う減収補填債の発行が見込まれるなど、危機的状況に追い込まれつつあります。

こうしたことから、今後も本県特有の地域課題等や新型コロナウイルス感染症等の想定できない緊急事態にも機動的に対応し、持続可能な行政運営を図っていくためには、一層の歳入確保を図るとともに、歳出の削減に向けた取組を積極的に行う必要があります。

山梨県財政の中期見通し（令和2年2月7日）

主要基金残高の推移と見通し



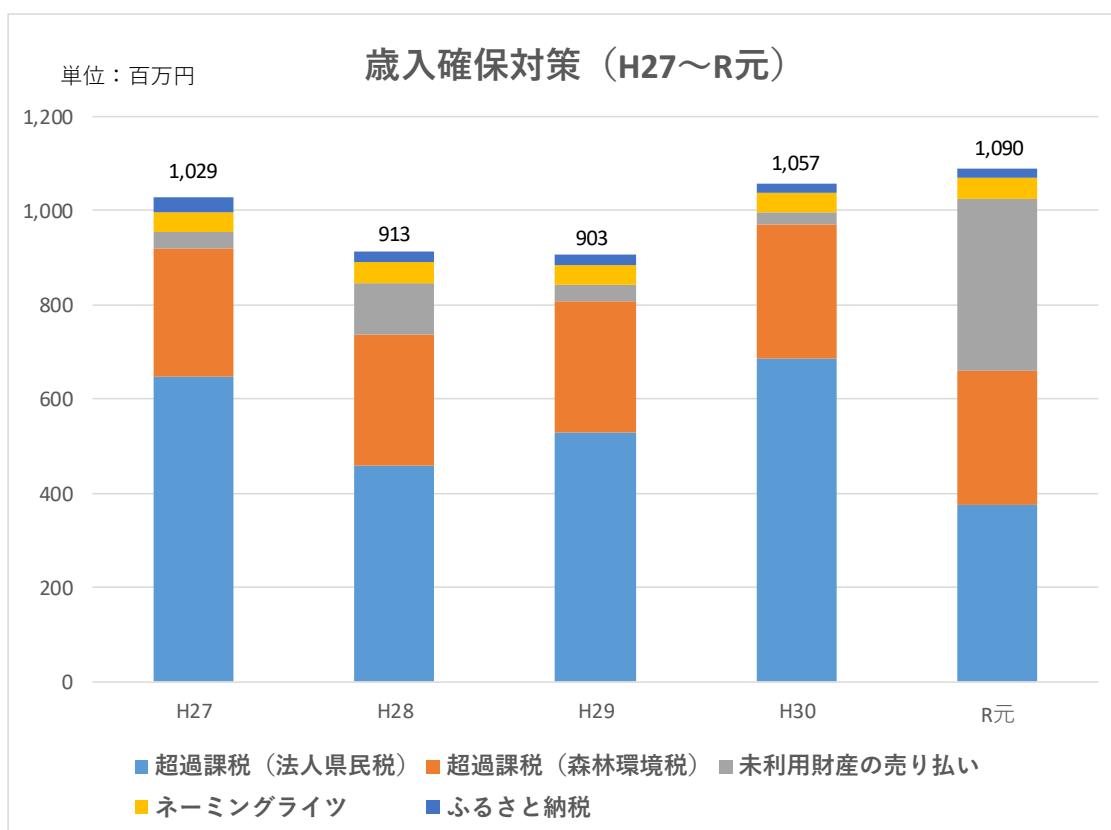
	H26	H27	H28	H29	H30	R元	R2	R3	R4	R5	R6
財源不足額	88	88	160	160	155	155	140	149	156	153	108
最終取崩額(財源対策分)	0	0	35	50	50	50	40	49	56	53	8
年度末基金残高	628	694	641	616	566	517	477	428	372	319	311

※主要基金＝財政調整基金、承継管理基金(満期一括償還の地方債に係る償還財源分を除く)、公共施設整備等準備基金
 ※財源不足額＝当初予算編成時に不足した財源を主要基金から繰り入れた額
 ※最終取崩額＝上記財源不足額のうち、実際に取り崩しを行った額(令和元年度以降は見込み額)
 ※年度末基金残高＝主要基金の残高の合計。令和元年度までは運用益その他の積立金を反映させた額
 令和2年度以降は運用益その他の積立金を反映させていない。

第3 これまでの取組

1 歳入の確保

歳入確保の取組としては、これまでも中小法人等を除く法人に対する超過課税や、県民税均等割の超過課税（いわゆる森林環境税）を導入したほか、未利用財産の売却、県有施設に対するネーミングライツの導入、ふるさと納税の拡大等に取り組んできました。しかしながら、長引く景気低迷の影響に加え、新型コロナウイルス感染症の拡大による景気の落ち込みも懸念されることから、これら既存の取組についても課題を検証し、改善を図っていく必要があります。



（単位：百万円）

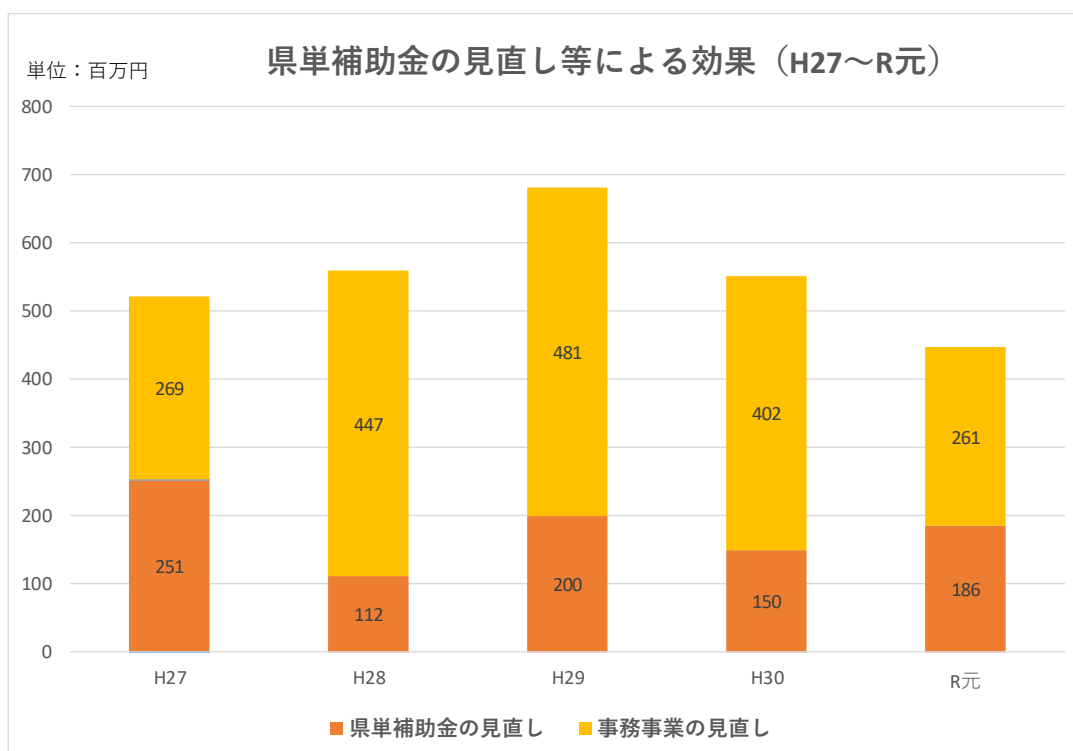
項目	H27	H28	H29	H30	R元
超過課税（法人県民税）	648	460	528	687	374
超過課税（森林環境税）	273	279	281	285	286
未利用財産の売り払い	33	108	33	24	365
ネーミングライツ	43	43	43	43	44
ふるさと納税	32	24	22	18	20
合計	1,029	914	907	1,057	1,089

2 歳出の見直し

歳出についても、既存の県単補助金や事務事業の見直し等により、財源の重点的・効率的配分を実施しているほか、平成 19 年度に策定した定員適正化計画等により、人件費の更なる抑制を図ってきました。

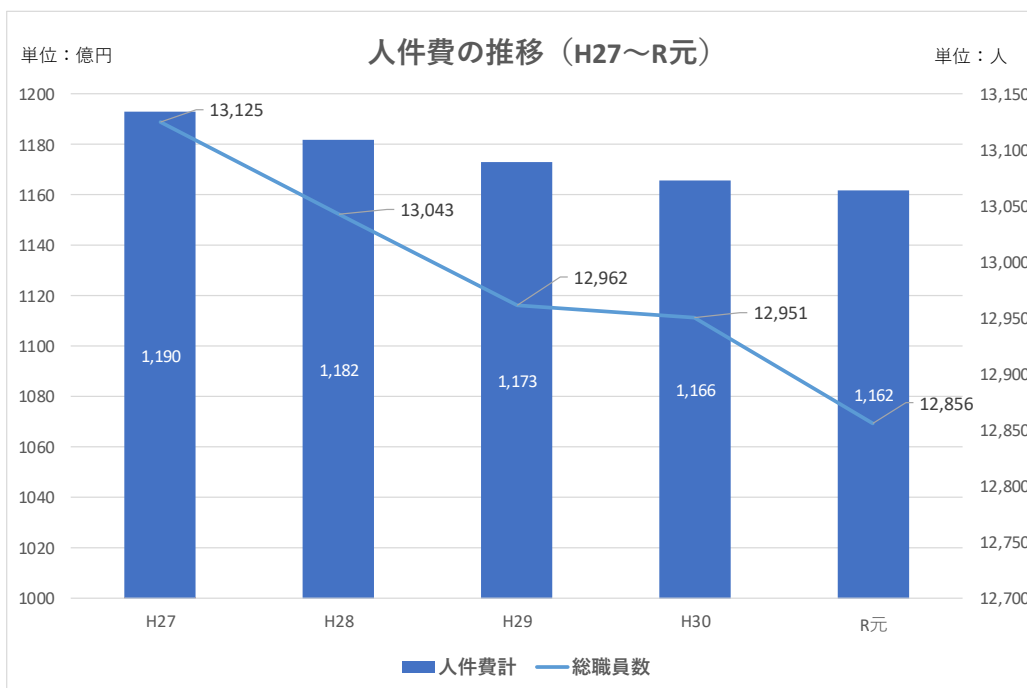
また、平成 27 年度に策定した山梨県公共施設等総合管理計画に基づく県有施設のあり方検討を実施し、施設の集約化や市町村等への移譲、廃止等により、施設規模の適正化を図ることで、維持管理費等の縮減にも取り組んでいますが、今後の財政需要等を見据えると、引き続き歳出の見直しを行いつつ、これまで以上に歳入の確保に取り組んでいくことが必要となります。

歳出の見直しについては、行政改革推進本部を中心に、各部局において事業の総点検を行い、廃止、縮小、簡素化等に聖域なく取り組んでいくこととします。



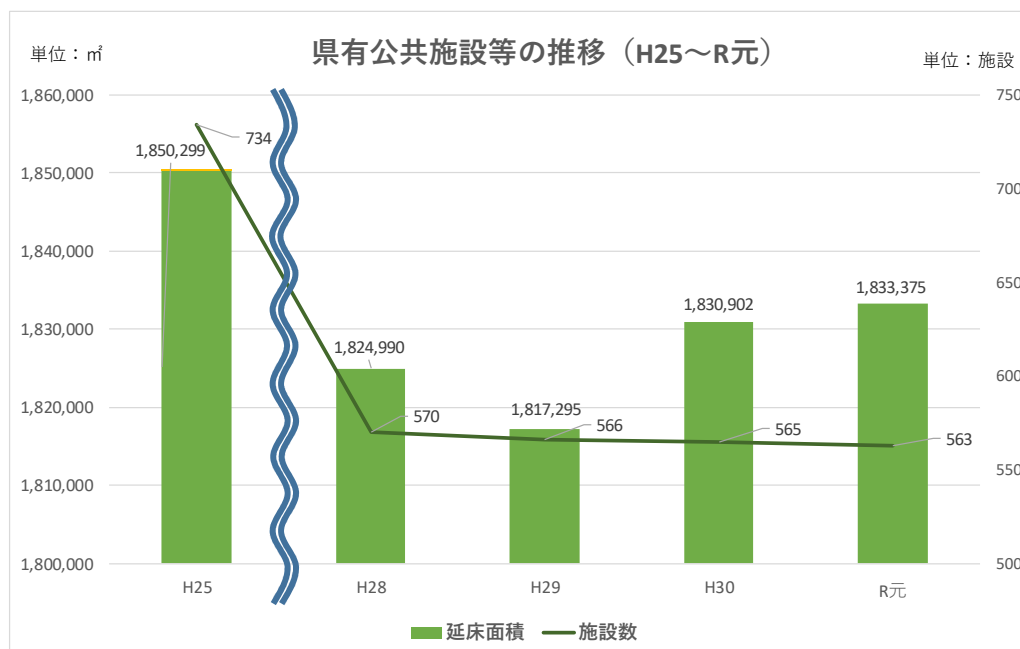
(単位：百万円)

項目	H27	H28	H29	H30	R元
県単補助金の見直し	251	112	200	150	186
事務事業の見直し	269	447	481	402	261
合計	520	559	681	552	447



(単位：億円、人)

項目	H27	H28	H29	H30	R元
人件費計	1,190	1,182	1,173	1,166	1,162
総職員数	13,125	13,043	12,962	12,951	12,856



(単位：㎡、施設)

項目	H25	H28	H29	H30	R元
延床面積	1,850,299	1,824,990	1,817,295	1,830,902	1,833,375
施設数	734	570	566	565	563

第4 取組の方向性

I 公有財産の有効活用の推進

(1) 経緯・現状

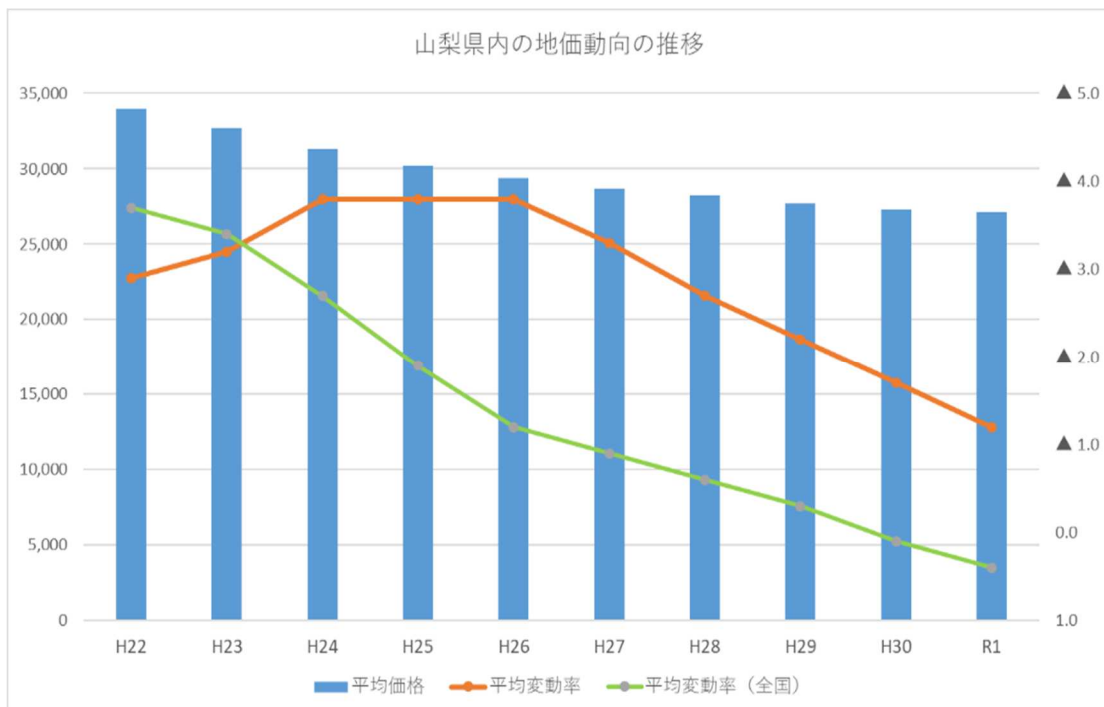
総務部所管の普通財産（他部局に処分指定を行うものを含む。）については、平成13年度に「県有未利用地売却要綱」を定め、公共的利用優先の考え方を基本としつつも、将来にわたり利用目的のない土地については、厳しい財政状況に対応し、維持管理費の負担軽減と財産収入の確保を図るため、積極的に処分を進めることとしました。

また、平成21年度には、「県有未利用財産の利活用等基本方針」を定めるとともに、インターネット公売（平成20年度から）や宅建業者への媒介依頼（平成25年度から）、一時貸付（平成23年度から）等を実施し、未利用財産の売却、有効活用を推進してきました。

さらに、庁舎等への自動販売機の設置について、行政財産の有効活用と民間事業者の参入機会の公平性の確保を図るため、平成24年以降、従前の使用許可から、競争入札による貸付を実施しています。

(2) 課題と今後の具体的な取組

全国的な地価動向は、近年、都市部を中心に上昇傾向に転じたものの、本県では、下落幅の縮小にとどまっており、不動産需要の低迷が継続しています。



この影響もあり、民間への売却に当たり、入札に付しても応札がない、又は、不
落となる物件が増加しています。

このような状況のなか、今後、山梨県公共施設等総合管理計画に基づく総量抑制
方針や施設のあり方検討の結果による施設の統廃合等により用途廃止となる物件が、
順次生じてくることを見込まれていることから、これまで以上に積極的、効果的な
有効利用、処分の方策を検討、推進していく必要があります。

また、恩賜県有財産など、総務部所管外の県有財産についても、未利用となっ
ている貸付返還地等が存在しています。

さらに、これまで特に利活用を検討してこなかった狭小県有地なども含め、全庁
を挙げて積極的に有効活用策を検討していく必要があります。

以上を踏まえ、今後、未利用財産については、公共的利用優先の考え方を基本と
しつつ、財源確保対策の観点から、次の方針に基づき更なる有効活用を推進してい
くこととします。

① 未利用財産の積極的周知による処分・活用の推進

従前、未利用財産については、公共的利用優先の考え方から、積極的な公表は行
っていませんでした。このことが、売却入札に付しても応札がない一因になってい
るものと考えられます。

このため、今後は、将来的に公共的利用が予定されているものを除き、県のウェ
ブサイトや国土交通省の公的不動産ポータル等において県有未利用地の周知を図る
とともに、公共的利用優先であることを前提としたうえで、サウンディング型市場
調査^{*1}等により、民間事業者からの利活用策や買受・借受希望についての情報を収
集するなど、より積極的な周知、働き掛け^{*2}を実施していきます。

② 小規模未利用地の活用等の検討・誤信使用財産の適正処理

県が保有する土地の中には、小規模、地形狭長等、通常の利活用が困難な土地が
存在していますが、歳入確保に向けた取組として、当該土地についても貸付等の有
効活用策^{*3}について検討していくこととします。

また、誤信使用や不法占有されている土地についても、現状把握の上、方針を定
め、使用者・占有者に対して買い取りを求めていくなど、適正な処理を進めていく
こととします。

^{*1} 県有未利用地の活用方法等について、公募した民間事業者等との対話を通じて市場性等を調査すること

^{*2} 商工団体等への情報提供や現地への掲示、指定金融機関等の協力を得た首都圏事業者等への情報提供など

^{*3} 廃道敷等への自動販売機設置、野立て看板、隣接地又は近隣土地の駐車場、コインパーキングなど

③ 庁舎等への自動販売機の増設

庁舎等における飲料自動販売機設置のための貸付について、台数の増設、食品など飲料以外の自動販売機の設置について検討を進め、順次実施していきます。

④ 使用料、貸付料等の適正化についての検討

i 使用料

行政財産、特に公の施設は、地方公共団体の住民の利用に供するための施設であり、収益を目的としないものであることから、その使用料は、当該財産につき必要とする経費を賄うに足りることをもって限度とすることが原則とされています。

使用料については、これまでも各施設を取り巻く社会情勢の変化等に伴う見直しを行ってきたところですが、歳入確保と、県民の受益と負担の適正化の観点から、各施設の利用実態（主に県民以外の利用が多い等）や性質（民間施設との代替性、公的に設置する必要性等）を踏まえた見直し^{*4} について、検証・検討していく必要があります。

ii 貸付料

県有財産の民間への貸付においては、貸付料として、地方自治法に定める適正な対価を設定する必要がありますので、特に長期間にわたり貸付が継続している場合、一時金受領の有無や当初貸付時点からの状況の変化等を適切に反映した貸付料となるよう、慎重に検討する必要があります。

⑤ 小水力発電施設用地としての活用

県有地を活用し、エネルギーの地産地消、自然エネルギーによる二酸化炭素の排出抑制に向けた小水力発電施設の設置を促進するとともに、適正な収益分配について検討を進めていくこととします。

^{*4} 特に観光用施設などの場合、他県住民に県民と異なった使用料とすること、使用料の算定原価に整備費の償却費等を含めること、用途廃止し普通財産とすることなどを含めた検討が考えられます。

(参考)公有財産(土地・建物)の状況 (令和元年度末現在)

(単位：㎡)

区 分		土 地	建 物 (延面積)			
			木 造	非木造	計	
行政 財 産	本 庁 舎	29,309.61	4.25	63,317.61	63,321.86	
	その他の行政 機関	警察(消防)施設	221,707.55	1,891.58	107,928.76	109,820.34
		その他の施設	3,112,275.69	6,653.04	234,982.78	241,635.82
	公共 財 産	高 等 学 校	1,706,994.25	1,068.51	549,057.00	550,125.51
		公 営 住 宅	736,337.29	220.67	508,900.99	509,121.66
		公 園	2,849,075.36	2,926.13	84,464.46	87,390.59
		その他の施設	1,366,119.93	1,806.04	228,028.58	229,834.62
	山 林	1,515,969,109.00				
	計	1,525,990,928.68	14,570.22	1,776,680.18	1,791,250.40	
	普 通 財 産	宅 地	19,069.63			
更 地 貸 付 地		更 地	19,069.63			
		貸 付 地	519,834.87	10.73	6,348.23	6,358.96
事務所等建物貸付		58,891.05	29.41	7,178.69	7,208.10	
その他(土地・建物)		277,362.21		5,915.39	5,915.39	
原 野		178.00				
防 備 林		3,944.00				
山 林		66,855,461.00				
廃川・廃道敷地	88,219.99					
計	67,822,960.75	40.14	19,442.31	19,482.45		
合 計	1,593,813,889.43	14,610.36	1,796,122.49	1,810,732.85		

Ⅱ 新たな税外収入確保策の創出

1 広告事業

(1) これまでの取組状況

民間事業者等の事業活動を促進し、地域経済の活性化を図るとともに、新たな財源を確保することを目的として、平成 20 年度から広告事業実施要綱及び広告事業掲載基準を定め、令和 2 年度現在、次の広告事業を実施しています。

印刷物	広報誌「ふれあい」、自動車税納税通知書封筒、セーフティドライブチャレンジ 1 2 3 申込書、職員録、給与支給明細
インターネット広告	県ホームページ上のバナー広告
ネーミングライツ	小瀬スポーツ公園陸上競技場、県民文化ホール、森林総合研究所八ヶ岳薬用植物園、小瀬スポーツ公園野球場
その他の広告	本庁エレベーター内のポスター掲示、雑誌カバーや書架への掲示(図書館)、デジタルサイネージの設置(本館 1F、総合交通センター)

(2) 課題と今後の具体的な取組

これまでも様々な媒体を用いて広告事業を実施しているところですが、ネーミングライツに関しては、通年で提案募集を行っているものの、平成 30 年度以降新規の応募がない状況が続いています。

さらに、新型コロナウイルス感染症の影響による経済減速などから、今後、県内企業等が広告費を削減していくことも予想されます。

このような状況を踏まえ、次の方針により今後、一層の財源確保に努めていくこととします。

① 新たな媒体・施設の開拓

他の自治体の事例や、令和 2 年 5 月に全庁に照会した新たな財源確保対策のアイデアで寄せられたものなど、新たな広告掲載やネーミングライツの導入を積極的に検討することとします。

また、利用者数等の一般的な指標だけではなく、主な利用者層や地域でターゲットを絞ることにより効果的な広告が期待できる施設等^{*5}について、想定される対象事業者へ働き掛けるなど、様々な切り口で導入を検討していくことも必要となります。

^{*5} 登山客が多く利用する林道や登山道への登山用品企業、歩道橋への近隣商業施設等のネーミングライツなど

② 幅広い企業等への継続的周知

ネーミングライツについては、現状、県のウェブサイトへの掲載が主な周知方法となっているところですが、県外企業など、より幅広い周知を図るため、国土交通省の公的不動産ポータルに掲載するとともに、県人会連合会や県内金融機関、商工団体等を通じた周知や、直接的な依頼等を継続的に実施していくこととします。

2 ふるさと納税の仕組みを活用したクラウドファンディング（CF）*6

(1) ふるさと納税と地方財政制度の関係

ふるさと納税の受領団体においては、地方交付税算定上の基準財政収入額に当該寄附金（ふるさと納税）は算入されず、寄附金を受けた分、交付税が減少することなく、その全額が収入増となります。*7

このため、過度な返礼品競争に陥ることは避けるべきですが、財源確保の観点からは、CFなど様々な取組により、ふるさと納税を増やしていくことが必要となります。

(2) 現状

全国及び本県のふるさと納税による寄附額及び件数は次のとおりです。

	全国・金額 (単位：億円)	全国・件数 (単位：万件)	本県・金額 (単位：千円)	本県 全国順位	本県・件数 (単位：件)
H28	2,844.1	1,271.1	24,051	26	971
H29	3,653.2	1,730.2	22,091	28	866
H30	5,127.1	2,322.4	18,330	34	644
R元	4,875.4	2,333.6	20,211	34	567

本県では、従来、寄附者が、使途の「分野」について指定する形としていましたが、令和元年度から、より具体的な「プロジェクト」名についても指定できる形に変更したところです。

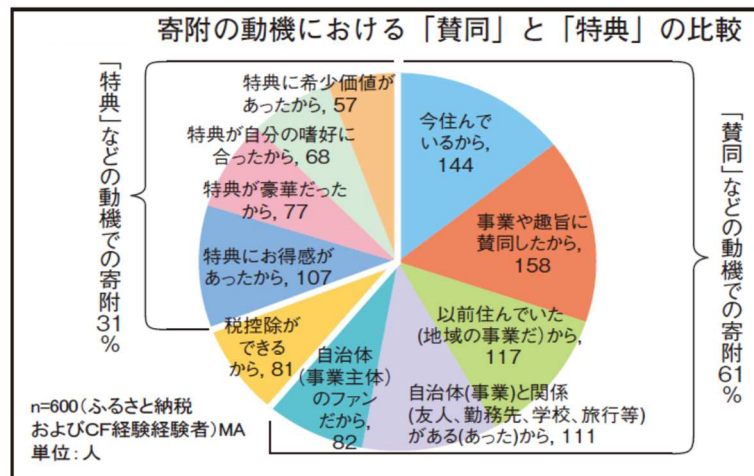
年度	対象プロジェクト名	受入額(千円)	歳出予算額(千円)
R元	バリ・オペラ座エトワール招聘交流事業費	230	21,342
	人と動物の共生社会推進事業費	1,209	1,183
	富士山クリーンアップ事業費補助金	900	1,000
	松くい虫等総合対策事業費	140	6,080
	青少年長期自然体験活動事業費	290	2,301
R2	人と動物の共生社会推進事業費	1,038	761
	子どもの貧困対策推進事業費	現在、募集中	3,500

*6 県のウェブサイトやふるさと納税のポータルサイトにおいて、県の事業を紹介し、その事業に関心を持った不特定の人から、ふるさと納税として寄附金を募り、事業の財源とする仕組み

*7 他方、ふるさと納税を行った者の住所地の地方公共団体（不交付団体を除く）においては、住民税の減少分のうち、75%分は交付税措置があるものの、残りの25%は減収となります。

(3) 寄附者アンケートの分析

東京都市町村自治調査会が全国の寄附者 600 人を対象に行ったインターネットアンケートによると、ふるさと納税で寄附をした理由は返礼品などの“特典”等よりも「賛同」や「ファン」、「以前の居住地」等のいわゆる“愛着”によるものが多く、なかでも「事業や趣旨に賛同したから」が各選択肢の中で最も多い結果となっています。



出典：(公財)東京都市町村自治調査会ニュースレターVol.4

実際に、本県で令和2年4月30日から募集を行った「医療従事者にエールを！新型コロナウイルス対策支援寄附金」では、3カ月間で例年のふるさと納税の総額を超える申出(860件、31,888,500円。この他に法人からの寄附として90件、118,326,706円)があるなど、本県との関係性に訴えることや、寄附募集の目的や事業・プロジェクトへの賛同を得ることが、ふるさと納税の増加に繋がる重要な要素といえます。

(4) 課題と今後の具体的な取組

現状の対象プロジェクトの件数、導入経緯等をみると、職員のCFやCFを導入した場合のメリット(インセンティブ)に対する理解が不足していること、更には、職員の外部資金獲得に対する意識が希薄であることなどから、CFの活用が十分に検討されているとはいえない状況にあると考えられます。

また、寄附募集のPRについて、これまでは、募集サイトへの掲載以外に効果的・積極的なPRが行われていないことなどから、寄附実績が伸び悩んでいる可能性があります。

これらを踏まえ、次の方針により、各部局の新規事業及び継続事業において、CFを積極的に導入・活用し、歳入の確保に努めることとします。

① 事業の予算計上方法・インセンティブの検討

CF に対する職員の意識を高め、積極的な活用が図られるよう、CF を財源とする事業を予算要求する際のルール作りを検討するとともに、新たな財源確保に着目したインセンティブの付与等を引き続き行っていきます。

② 対象事業・施策の掘り起こし、選定等

調整会議等を通じ、アンケート分析や他自治体の事例等について各部局に紹介等することにより、事業担当課における導入検討を促していきます。

また、資産活用室、地域創生・人口対策課及び財政課が連携し、翌年度当初予算編成に向けた候補事業・施策の照会や、予算編成作業と並行しての導入事業・施策の絞り込み、追加拾い込み等を行う仕組みづくりを進めていきます。

③ PRの強化・工夫

事業の必要性や寄附金の使途を分かりやすく伝える工夫^{*8}を行うとともに、従来の指定代理納付者や県のウェブサイトへの掲載に加え、SNS を活用^{*9}するなど、より効果的な周知方法を検討・実施することとします。

また、寄附者に対し、事業の実施状況報告や受益者の感謝の手紙や動画、県情報誌等を送り、地域や事業と寄附者に継続的な繋がりをつくる取組により、本県への愛着や事業への共感を深め、継続的な寄附に繋げていくことについても検討していくこととします。

^{*8} YouTube の活用など

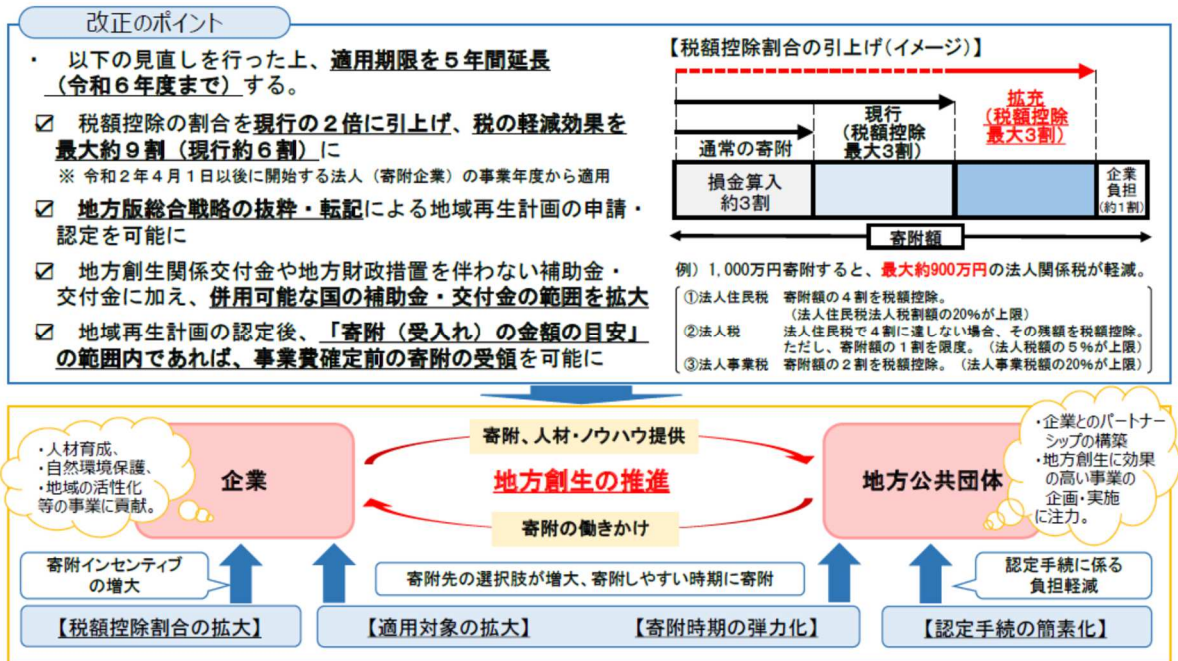
^{*9} 県人会会員、やまなし大使などに対し、県公式 SNS へのフォローや投稿記事のリツイートなどを積極的に依頼し、情報を拡散させることなどが考えられます。

3 企業版ふるさと納税

平成 28 年度から、志のある企業が地方創生を応援する税制として地方創生応援税制（企業版ふるさと納税）が始まっています。

当該制度は、自治体が申請し、国が認定した地域再生計画に基づき実施する取組に対し、企業が寄附をした場合に税制上の優遇措置が受けられる制度であり、企業としては、SDGs の達成等の社会貢献、企業のイメージアップ、地方公共団体との新たなパートナーシップなどのメリットが考えられ、平成 30 年度の寄附件数は全国で 1,359 件、寄附額は 34 億円を超え、年々増加しています。

令和 2 年度には、地方創生の更なる充実・強化に向け、地方への資金の流れを飛躍的に高める観点から、税額控除割合の引き上げや手続きの簡素化等、大幅な見直しが行われたところです。



本県では、総合計画（地方版総合戦略）の目標を転記した地域再生計画が認定済みであり、総合計画に記載された施策（大括り化した事業）に関連する事業であれば、計画変更等を経ずに企業版ふるさと納税の対象事業となるなど、今回の改正により、行政の手続きについても大幅に簡素化されています。

個人のふるさと納税を活用した CF 同様に、企業版ふるさと納税についても、制度の内容についての理解不足等から、これまで導入が進んでいないと考えられるため、CF と併せて企業版ふるさと納税についても活用を推進していくこととします。

4 YouTube を活用した県政広報等動画の収益化

県政動画掲載の目的は、一義的には県政広報、誘客、遠隔教育等ですが、YouTube には、動画掲載者が広告収入を得られる「YouTube パートナープログラム」等があることから、次の点について検討を進め、これを活用した収益化を図ることを目指していくこととします。

(1) インターネット広告（YouTube 等）の状況

① 広告としての市場規模等

令和 2 年 3 月に広告代理店から公表された「2019 日本の広告費」によれば、我が国の総広告費は 6 兆 9,381 億円で、8 年連続のプラス成長となっており、このうち、インターネット広告費が 6 年連続の 2 桁成長でテレビメディア広告費を超え、初めて 2 兆円超えとなりました。

また、一般社団法人日本インタラクティブ広告協会が、令和元年 12 月に公表した「インターネット広告に関するユーザー意識調査」によれば、インターネットの利用時間は、テレビや新聞等の他のメディアを大きく上回り、ユーザーにとって生活に欠かせない存在となっているとともに、インターネット上に広告があることで得られる役割・メリットに共感し、90%を超えるユーザーが広告を受け入れる姿勢を示しているとのことでした。

② 検討の方向性

YouTube は、動画のタイトル、カテゴリ、コメントやユーザーの閲覧履歴等を基に、視聴ユーザーの興味・関心に合わせた広告を自動的に表示する仕組みとなっており、YouTube の広告掲載ポリシーに従い、県では表示される広告の内容を選択することはできません。

一方、広告の種類としては、動画画面上のインストリーム広告や、関連動画上部のディスカバリー広告、短時間のバンパー広告等から自由に選択できます。

このため、導入に当たっては、動画の最初や途中に表示するスキップできないインストリーム広告や動画横のディスカバリー広告ではなく、動画の最後に 6 秒間だけ表示されるバンパー広告等^{*10}を選択するなど、掲載動画の内容・性質等を踏まえ、県政広報という本来の目的を妨げないよう配慮^{*11}した上で試行を重ね、その結果を踏まえ、対象とする動画や広告の種類を拡大していきます。

^{*10} 次に再生する候補を表示する画面右上に表示されるディスカバリー広告など

^{*11} 予め「YouTube により表示される広告からの収入は県の財源確保に役立っている」等のテロップを挿入し、広告表示の目的について視聴者の理解を促すことなどが考えられます。

(2) 収益化の条件等

収益化のためには、「YouTube パートナープログラム」参加条件（チャンネルの過去 12 ヶ月の総再生時間数が 4 千時間、登録者数が 1 千人）をクリアする必要があります。

このため、視聴回数（時間）の増加に繋がる魅力的な動画掲載を継続していくことが必要ですが、これは、本来の県政広報においても重要な要素であることから、全庁的に工夫をこらした動画作成等を進めていくこととします。

5 その他

これらの外、特別会計・企業会計余剰金の有効活用や、補助金等の収益納付、近隣都県との共同による事業実施（水源林の整備）等、既存の取組を拡大・強化していくとともに、不要備品の売却など各部局から寄せられたアイデア等についても、担当所属に対して、情報提供等をして検討・実施を促していきます。

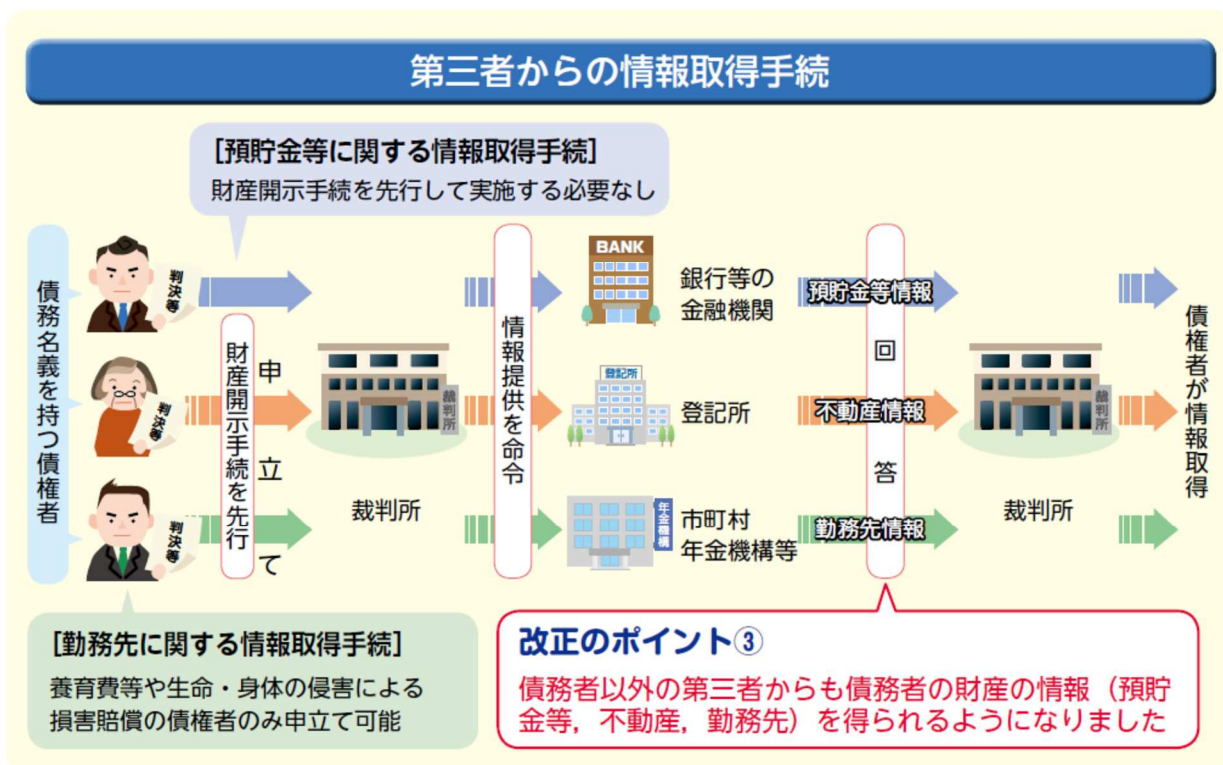
Ⅲ その他歳入の確保

1 私法上の滞納債権の回収強化 (改正民事執行法による財産調査の施行等)

滞納債権の処理については、出納局の「山梨県滞納債権処理方針」及び「山梨県債権回収及び処理マニュアル」に基づき、滞納の縮減を図っているところです。

令和2年の民事執行法の改正により債務者財産の開示制度の実効性の向上を目的として、債務者以外の第三者からの情報取得手続の新設と、現行の財産開示手続の見直しが行われました。

これに伴い、債権回収及び処理マニュアルを改定し、新設された第三者からの情報取得手続等の活用を試行するなどして、滞納債権の回収を強化していくとともに、従来から実施している公的債権の徴収強化についても継続していくこととします。



2 歳計現金、基金の運用改善の検討

歳計現金、基金の運用については、出納局の運用方針に従い各所管部局において運用していますが、近年、国・日銀の異次元緩和策に伴う低金利が続いており、運用実績が低迷しています。

そのため、地方公共団体金融機構による研修会の実施や、先進他自治体の運用方法の研究等により、運用改善を図っていくこととします。

3 課税自主権の活用

これまでも、森林環境税としての超過課税など課税自主権を活用した財源確保に取り組んできたところですが、平成 31 年 3 月に「地下水に着目した法定外税導入に関する政策提言」が県議会で可決、提言が行われるなど、新たな税源を創設し、財政の安定強化を図っていくべきとの意見があり、財源対策の観点からも大きな論点となっています。

他方、地下水税など法定外税の新設については、公平・中立・簡素の租税原則や法定税との関係、県内経済への影響等に関し、厳密な議論が求められることから、庁内関係課との連携を密にするとともに、有識者や関係団体などの意見等を踏まえ、慎重に検討を進めていくこととします。

第5 推進体制

➤ 財源確保対策調整会議

全庁における財源確保対策を進めていくため、各部署の調整主幹等を構成員とする「財源確保対策調整会議」を設置し、先進事例等を参考にしつつ、各部署が取り組むべき財源確保策の提案・整理・総合調整を図るとともに、各所属における先駆的な取組（トップランナー）の速やかな全庁展開、PDCA サイクルによる継続的な取組を推進していきます。

財源確保対策調整会議開催要綱

（設置）

第1条 新たな財源確保に向けた取り組みの推進等の財源確保対策を図るため、山梨県財源確保対策調整会議（以下、「調整会議」という。）を開催する。

（所掌事項）

第2条 調整会議は、次に掲げる事項を所掌する。

- （1）財源確保対策の総合調整・進捗管理に関すること。
- （2）県有財産の有効活用に関すること。
- （3）その他歳入を確保する上で必要な事項に関すること。

（組織）

第3条 調整会議は、別表の構成員をもって組織する。

2 調整会議に座長を置き、座長には総務部理事（資産活用）をもって充てる。

（会議）

第4条 調整会議は、座長が招集し、これを主宰する。

（庶務）

第5条 調整会議の庶務は、総務部財産管理課資産活用室において行う。

（その他）

第6条 この要綱に定めるもののほか、調整会議の運営等に関し、必要な事項は、座長が定める。

附則 この要綱は、令和2年5月11日から施行する。

未利用財産利用促進会議設置要綱は、令和2年3月31日をもって廃止する。

➤ 提案・アイデアの常時募集

財源確保対策に係るアイデアについては、職員ポータル文書キャビネット掲載の「アイデアポスト」でも随時募集し、所管課等へ検討を依頼していきます。