

事業シート(平成29年度決算)

03_ブランド戦略課.xlsx_1

事業名	20940 東京事務所運営事業費			予算	会計	1	一般会計	総合計画	基本分野	6	協働・行政	市長公約	
					款	2	総務費		個別分野	3	行政運営		
					項	1	総務管理費		施策概要	1	効率的・効果的な行政運営の推進		
					目	9	企画費		根拠計画				
担当課	企画部	ブランド戦略課	内線	2278									

1.事業の目的・概要(Plan)

目的	・首都圏における日常的な活動拠点の確保、情報収集・発信機能の強化 ・国内外での地場産品の販路拡大、飛驒高山ブランドの強化	概要	・東京事務所を設置し、府省や関係団体等との連絡調整を行うほか、情報収集及びシティセールスその他の市政推進に資する活動を行う
----	---	----	---

総合計画等 主な指標	H28実績	H29実績	H31目標

2.事業の実施結果等(Do)

(千円)

歳出事業費 (職員人件費を除く)		H28		H29		
		最終予算	決算 (a)	当初予算 (c)	最終予算	決算 (b)
		9,298	7,457	9,254	9,254	8,283
特定財源	国費 ()					
	県費 ()					
	その他(職員派遣事業雑入)		396			396
一般財源		9,298	7,061	9,254	9,254	7,887
個票枝番	主な事業内容					
	運営費	5,098	3,257	5,054	5,054	4,083
	政策顧問の設置	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200

※下段は主な事業内容を抜き出したものであり、計が歳出事業費に一致しない場合があります。

3.平成28年度事業実績、評価等(Check) H29.8実施

事業実績	・政策顧問の設置 ・市の首都圏活動支援、メディア仲介・市内旅行事業者サポートなど誘客促進、物販・レストランフェア・野菜の加工食品商品化・新規出店サポートなど販路開拓支援、市への投資関心の情報収集・フォロー、他都市や飛驒地域出身者との交流促進、戦略派遣職員の一元的管理など
評価等	・現地(東京)でないと難しいネットワークの拡大、維持を図り、高山市のプレゼンス向上にも寄与している。 ・主体的に行う誘客促進、販路開拓支援の活動にとどまらず、本庁の首都圏業務の調整等の窓口として機能している。
次年度以降の考え方(担当課)	☒ 維持・改善 ☐ 拡大 ☐ 縮小 ☐ 廃止検討 ☐ H28完了 ☐ H29完了予定 ・東京事務所を拠点とし、高山市の首都圏活動の調整や発信の窓口としての役割を果たしていくとともに、引き続き飛驒高山ブランドの情報発信や販路拡大を図る。

5.平成29年度事業実績、評価等(Check) H30.8実施

事業実績	・誘客促進関係 イベントでの誘客PR(7回)、メディアでの情報発信(11件)、市内旅行事業者の首都圏活動支援など ・物販支援関係 レストランフェア実施(5件)、販路開拓支援及び物販イベント支援(26件)など ・交流促進関係 大学ゼミ合宿誘致(3件)などの大学との連携推進、在京の飛驒地域出身者との人脈拡大、移住相談など ・市担当課業務支援 各課の首都圏業務の支援、戦略派遣職員の一元的管理など ・政策顧問 ブランド戦略・行政改革・地方創生等の重要政策推進に関する市長・関係部署等への指導や助言、人脈の仲介や情報収集など(延べ113回)
評価等	・東京事務所は、職員が東京に駐在することの時間的・場所的な優位性を生かし、主体的かつ機動的に各種営業を行うことで成果を上げるとともに、市担当課の首都圏業務の連絡調整窓口として幅広く機能している。 ・政策顧問は、高度な知見を生かして各種施策に適切な助言を行い、効果的な施策展開を促すとともに、豊富な人脈を生かして国や関係機関等との橋渡し役として各種調整を担っていただいている。
次年度以降の考え方(担当課)	☒ 維持・改善 ☐ 拡大 ☐ 縮小 ☐ 廃止検討 ☐ H29完了 ☐ H30完了予定 ・東京事務所を拠点とし、高山市の首都圏活動を継続的に発展させる。 ・外部の知見と人脈を積極的に各種施策に活用する。

4.平成30年度予算編成(Action)

(千円)

H30		実施計画額	9,500
要求額	財務部査定額	市長査定額(d)	増減 (d)-(c)
9,214	9,254	9,254	0
9,214	9,254	9,254	0
査定額	説明		
5,054			
4,200	政策顧問報償費		

※入札に影響するため公開に適さないなど、記載省略(※)する場合があります。

施策の実施方針	
担当課 予算要求 ポイント	

財務部 査定の 考え方	・要求どおり
市長査定 の考え方	・財務部査定のとおり

03_ブランド戦略課.xlsx_1

事業シート(平成29年度決算)

03_ブランド戦略課.xlsx.2

事業名	21550 飛騨高山ブランド戦略推進事業費			予算	会計	1	一般会計	総合計画	基本分野	1	産業・労働	市長公約	・優れたメイド・イン飛騨高山の商品・製品を創出する試みを支援します。 ・メイド・イン飛騨高山の商品・製品・技術であることの認証基準を策定し、審査と飛騨高山ブランドの認証を進めます。また、大都市圏へのセールス強化やインターネット通販の立ち上げなどを通じ、市場開拓を強化します。
					款	2	総務費		個別分野	2	商業		
					項	1	総務管理費		施策概要	3	新たな商業の創出		
					目	15	ブランド戦略推進費		根拠計画		飛騨高山ブランド戦略		
担当課	企画部	ブランド戦略課	内線	2278									

1.事業の目的・概要(Plan)

目的	・飛騨高山ブランドコンセプト「飛騨高山の風土と飛騨人の暮らしが生み出す本物 それが飛騨高山ブランド」に基づき、市内の事業者や団体等の飛騨高山ならではの商品やサービスのブランド化の取り組みを支援するとともに、飛騨高山の有する様々な魅力や価値を市民や事業者とともに再評価し、磨き上げることで、飛騨高山に対する誇りの醸成や地域経済と地場産業の活性化を図る。	概要	・飛騨高山ブランドコンセプトに基づいたインナーブランディングの推進 ・外部有識者を活用し、ブランド戦略およびメイド・バイ飛騨高山認証制度の策定、運用 ・地域団体商標制度を活用したブランド展開事業または地域ブランド確立に向けた新商品開発・販路開拓事業等に対して補助金を交付
----	---	----	---

総合計画等 主な指標	H28実績	H29実績	H31目標

2.事業の実施結果等(Do)

(千円)

歳出事業費 (職員人件費を除く)		H28		H29		
		最終予算	決算 (a)	当初予算 (c)	最終予算	決算 (b)
		28,770	15,387	21,840	20,975	12,469
						増減 (b)-(a)
						△ 2,918
特定財源	国費 ()					
	県費 (販路開拓支援事業補助金 1/2 等)	2,000	3,000	2,000	2,000	△ 1,000
	その他(飛騨高山ふるさと基金繰入金)	10,170	5,372	1,900	1,900	△ 3,972
一般財源		16,600	7,015	17,940	17,075	9,069
2029	1					
個別枝番	主な事業内容					
	経済観光アドバイザー	2,120	1,133			
	飛騨高山ブランド戦略会議	620	770	580	580	216
	インナーブランディングの推進			2,960	2,960	649
	新商品開発、見本市出展等のブランド展開に対する支援	19,300	8,830	18,300	17,435	11,468
	飛騨高山フェアの開催、飛騨高山ブランドのPR映像の制作	5,230	4,654	0	0	

※下段は主な事業内容を抜き出したものであり、計が歳出事業費に一致しない場合があります。

4.平成30年度予算編成(Action)

(千円)

H30		実施計画額	25,000
要求額	財務部査定額	市長査定額(d)	増減 (d)-(c)
26,675	25,410	25,410	3,570
2,000	2,000	2,000	0
	3,900	3,900	2,000
24,675	19,510	19,510	1,570
査定額	説明		
1,650	商工費より移行		
580			
4,880	ものづくりから紐解く飛騨高山再発見プロジェクト		
18,300			

※入れに影響するため公開に適さないなど、記載省略(※)する場合があります。

3.平成28年度事業実績、評価等(Check) H29.8実施

事業実績	・飛騨高山ブランド戦略推進本部会議の開催 3回 ・飛騨高山ブランド戦略会議の開催 3回 ・経済観光アドバイザー有識者会議の開催 3回 ・飛騨高山フェアの開催(イオン名古屋ドーム前店) 延べ4日間開催 ・ブランド確立計画に基づく見本市の出展事業及び人材育成事業に対して支援(2件 530千円) ・飛騨高山PR映像の制作 ・飛騨高山ブランド研修会、出前講座等の開催(第1回飛騨の家具、第2回飛騨の酒等 参加者421人)
評価等	・市民や事業者へのブランド戦略を浸透させるために広報たかやま等による情報発信や地域になじみのある地場産業の取り組みを知っていただく研修会、出前講座等を実施してきたが、まだまだインナーブランディングの取り組みが不足している。研修会のアンケート等では、実施内容の評価が好評だったこともあり、引き続き内容を精査し、地道に取り組んでいくことが必要である。 ・補助金を活用して、飛騨高山産品のブランド力の強化を図っていただいたが、まだまだ補助金の活用件数が低い。 ・ブランド戦略会議等を通じて認証制度の構築を目指したが、制度の創設に至らなかった。
次年度以降の考え方(担当課)	・市民が気軽にブランド戦略を意識できるような参加型事業(ブランド再発見ツアーワークショップ等)の実施や各部局の事業を通じてブランド戦略をしっかりとPRしていく。 ・ブランド戦略について、次世代を担う高校生等の若年層にも周知していく。 ・飛騨高山ブランド振興補助金の活用促進を図るため、広報等を通じて事業者にPRしていく ・市内の事業者団体と積極的に意見交換を行い、インナーブランディングの推進やメイド・イン・飛騨高山認証制度の創設に繋げていく。

5.平成29年度事業実績、評価等(Check) H30.8実施

事業実績	・飛騨高山ブランド戦略推進本部会議の開催 3回 ・飛騨高山ブランド戦略会議の開催 5回 ・ブランド確立計画に基づく見本市の出展事業及び新商品開発事業に対して支援(4件 3,168千円) ・地場産業の販路開拓に対する支援(2件 8,300千円) ・地域の魅力体感ツアーの開催(4回 参加者数 159人) ・飛騨高山ブランド講演会、セミナーの開催(4回 参加者数 264人)
評価等	・新たにインナーブランディング事業として、地域の魅力体感ツアーや高校生ワークショップ等を実施した。参加者に好評だったこともあり、評価の結果を踏まえて、関係部局と連携しながら、引き続き飛騨高山ブランド戦略の浸透に地道に取り組んでいくことが必要である。 ・飛騨高山産品のブランド力強化のための市補助制度のPRを広報や事業者団体との意見交換等を通じて行ったところ、補助金の活用件数は若干上昇したが、まだまだ活用状況は低い状況である。 ・ブランド戦略会議等を通じて認証制度を創設し、平成30年度より運用を開始することとなった。
次年度以降の考え方(担当課)	・平成29年度のインナーブランディング事業の結果を踏まえ、引き続き関係部局と連携しながら、飛騨高山ブランド戦略の浸透に地道に取り組んでいく。 ・メイド・バイ飛騨高山認証制度の運用に伴い、各種支援制度の見直しや飛騨高山のもののづくりを発展させる施策の充実を図っていく。

施策の実施方針	・ブランド力の高いもののづくりの推進
担当課 予算要求 ポイント	・インナーブランディング事業費の増

財務部 査定の 考え方	・積算内容を精査 経済観光アドバイザーに要する経費は商工費より移行
市長査定 の考え方	・財務部査定のとおり

03_ブランド戦略課.xlsx.2

主要事業個票(平成29年度決算)

事業名	21550 飛騨高山ブランド戦略推進事業費	区分	☒ H29新規	☐ H30新規	予算	会計	1	一般会計	担当課	企画部 ブランド戦略課
			☐ H29拡充	☐ H30拡充		款	2	総務費		
枝番・内容	1 インナーブランディングの推進		☐ その他重要事業			項	1	総務管理費	内線	2278
			☐			目	15	ブランド戦略推進費	作成年月	H30.8

事業の目的・概要(Plan)

目的	・飛騨高山ブランドコンセプト「飛騨高山の風土と飛騨人の暮らしが生み出す本物 それが『飛騨高山ブランド』」に基づき、飛騨高山の有する様々な魅力や価値を市民や事業者とともに再評価し、磨き上げることで、飛騨高山に対する誇りの醸成や地域経済と地場産業の活性化を図る。	概要	・メイド・バイ飛騨高山認証制度の運用 ・地域の魅力体感ツアーの実施 ・ものづくりから紐解く飛騨高山再発見プロジェクト ・飛騨高山ブランド研修会等の実施 ・ものづくりのまち飛騨高山の発信
----	---	----	--

【参考】H28決算(Do・Check) H29.8時点 (千円)

予算額	当初	0
	繰越	0
	補正等	0
	最終	0
決算額		0
対前年度増減額(決算)		

【参考】H29当初予算(Action) H29.3時点 (千円)

予算額	当初	2,960
主な経費	・飛騨高山ブランド研修会講師(謝礼、旅費等) ・地域の魅力体感ツアーの実施(バス借上げ料等) ・メイド・バイ飛騨高山認証制度の検討、運用(印刷製本費等)	
対前年度増減額(当初予算)		2,960

※入札に影響するため公開に適さないなど、記載省略(※)する場合あり

H29決算(Do・Check) H30.8時点 (千円)

予算額	当初	2,960
	繰越	0
	補正等	0
	最終	2,960
決算額		649
対前年度増減額(決算)		649

H30当初予算(Action) H30.5時点 (千円)

予算額	当初	4,880
主な経費	・飛騨高山ブランド研修会講師(謝礼、旅費等) ・地域の魅力体感ツアーの実施(バス借上げ料等) ・メイド・バイ飛騨高山認証制度の運用(印刷製本費等) ・ものづくりから紐解く飛騨高山再発見プロジェクト(委託料)	
対前年度増減額(当初予算)		1,920

※入札に影響するため公開に適さないなど、記載省略(※)する場合あり

事業実績、評価等		
次年度以降の考え方(担当課)		☐ 維持・改善 ☐ 拡大 ☐ 縮小 ☐ 廃止検討 ☐ H28完了 ☐ H29完了予定

事業内容、スケジュール	
【事業内容】 ・飛騨高山ブランド研修会 飛騨高山のもつ魅力や価値を再認識し、磨き上げるために、市外の有識者や市内の地場産業の担い手等による研修会を実施。また、市内高校と連携し、将来の飛騨高山を担う高校生と飛騨高山ブランドについてのワークショップを行う。 ・地域の魅力体感ツアー 地域住民が選定した地域の魅力を体感できる市民ツアーを実施し、他地域の住民による地域資源の評価や発見により、地域の誇りを醸成する。 ・メイド・バイ飛騨高山認証制の検討、運用 飛騨高山ブランド戦略会議、飛騨高山ブランド戦略推進本部員会議等を通じて、認証制度を構築し、制度を運用する。	
【スケジュール】 ・飛騨高山ブランド研修会(H29年度秋～冬) ・地域の魅力体感ツアー(H29年度夏～秋) ・メイド・バイ・飛騨高山認証制の検討、運用(H29年度内)	

事業実績、評価等		
【事業実績】 ・飛騨高山ブランド講演会、セミナーの開催 市民、事業者、若年層向けにそれぞれの対象ごとの講演会・セミナーを実施した。 「飛騨の食」参加者数 24人(高山の料理業、酒造関係者等) 「飛騨牛」参加者数 80人(市民、事業者等) 「飛騨高山ブランドについて」高校生とのワークショップ 参加者数 80人×2回 (飛騨高山高校ビジネス科) ・地域の魅力体感ツアーの実施 地域のまちづくり協議会と連携し、ツアー内容の企画、運営を行っていただくことで、地域住民が自らの地域の魅力や価値を再発見し、地域資源の磨き上げに繋げていく。 「高根地域」参加者数 40人 「久々野地域」参加者数 41人 「国府地域」参加者数 39人 「荘川地域」参加者数 39人 ・メイド・バイ飛騨高山認証制度の検討、運用 約40の事業者団体との意見交換を通じて、飛騨高山ブランド戦略会議等で議論し、制度を創設した。 平成30年より運用を開始する。 【評価】 ・メイド・バイ飛騨高山認証制度については、課題が多く、平成29年度中の運用は為しえなかったが、その他の事業については、それぞれの事業のアンケートの結果からも事業内容の評価は良好であり、インナーブランディング推進に繋がった。		
次年度以降の考え方(担当課)	・好評であったツアーの横展開を図るとともに、講演会・セミナーの更なる充実を図る。 ・メイド・バイ飛騨高山認証制度の運用に伴い、飛騨高山のものづくりの継承発展に繋がる事業を検討していく。	☐ 維持・改善 ☒ 拡大 ☐ 縮小 ☐ 廃止検討 ☐ H29完了 ☐ H30完了予定

事業内容、スケジュール	
【事業内容】 ・飛騨高山ブランド研修会 飛騨高山のもつ魅力や価値を再認識し、磨き上げるために、市民向けの講演会や市外の有識者や市内の地場産業の担い手等による研修会を実施。また、市内高校と連携し、将来の飛騨高山を担う高校生等と飛騨高山ブランドについてのセミナーを行う。 ・地域の魅力体感ツアー 地域住民が選定した地域資源や価値を地域外の市民が体感できるツアーを実施し、地域資源の魅力や価値を共有するとともに、地域資源を活かした地域づくりに繋げる。 ・メイド・バイ飛騨高山認証制度の運用 飛騨高山ブランドを構成する独自性、信頼性のある産品を認証し、認証した産品を積極的にPRしていく。 ・ものづくりから紐解く飛騨高山再発見プロジェクト 若者を中心とした飛騨高山のものづくりの担い手を対象に飛騨高山の文化や各種スキルに関する研修や異業種間交流を行い、飛騨の匠の伝統と精神の継承、新しいものづくりの機運の醸成を図る。	
【スケジュール】 ・飛騨高山ブランド研修会(H30年度内) ・地域の魅力体感ツアー(H30年度春～秋) ・メイド・バイ飛騨高山認証制度の運用(H30年度4月開始) ・ものづくりから紐解く飛騨高山再発見プロジェクト(平成30年度内)	

事業シート(平成29年度決算)

03_ブランド戦略課.xlsx_4

事業名	21570	移住交流促進事業費		予算	会計	1	一般会計	総合計画	基本分野	6	協働・行政	市長公約	
					款	2	総務費		個別分野	2	交流		
					項	1	総務管理費		施策概要	2	移住の促進		
					目	15	ブランド戦略推進費		根拠計画				
担当課	企画部 ブランド戦略課			内線	2278								

1.事業の目的・概要(Plan)

目的	・都市住民の移住を促進し、都市住民と地域住民との交流の場を増加させ、移住者の知識、経験等を活かした新たな地域づくりによって地域力の向上を図る。	概要	・移住相談窓口の設置 ・助成事業(住宅支援、就農移住支援) ・効果的なPR活動を展開 ・ふるさと暮らし体験施設「秋神の家」の開設
----	---	----	---

総合計画等 主な指標	H28実績	H29実績	H31目標
新規移住者数(年間)	308人	293人	200人

2.事業の実施結果等(Do)

(千円)

歳出事業費 (職員人件費を除く)		H28		H29		
		最終予算	決算(a)	当初予算(c)	最終予算	決算(b)
		9,006	8,184	10,242	11,107	10,760
特定財源	国費()					
	県費(ふるさと暮らし・移住促進事業費 1/3)					1,333
	その他(財産収入 ほか)	4,414	4,037	4,414	4,414	7,348
一般財源		4,592	4,147	5,828	6,693	2,079
個票枝番	主な事業内容					
	ふるさと体験住宅の活用	920	408	1,692	1,692	1,492
	移住者の家賃、空家の購入改修に対する支援	8,000	7,676	8,000	8,865	8,883

※下段は主な事業内容を抜き出したものであり、計が歳出事業費に一致しない場合があります。

4.平成30年度予算編成(Action)

(千円)

H30		実施計画額	9,000
要求額	財務部査定額	市長査定額(d)	増減(d)-(c)
13,151	9,204	9,204	△ 1,038
600	500	500	500
514	514	514	△ 3,900
12,037	8,190	8,190	2,362
査定額	説明		
1,104			
8,000			

※入札に影響するため公開に適さないなど、記載省略(※)する場合があります。

3.平成28年度事業実績、評価等(Check) H29.8実施

事業実績	・移住相談会、セミナーでの移住相談の実施(東京、大阪、名古屋) ・飛騨高山ふるさと暮らし・移住促進事業補助金の交付(家賃補助16件、取得・改修7件) ・ふるさと体験施設「秋神の家」の利用(9世帯19人)
評価等	・ふるさと暮らし・移住促進事業補助金については目標値に達し多くの方にご利用いただけている。 ・移住者実績は308人(県外からの移住者は242人)となり、県内においては1位という結果になった。
次年度以降の考え方(担当課)	・他の自治体との差別化を図るべく、地域性を活かしたプロモーション活動を行う。 ・補助制度のみではなく、受入体制の構築など、総合的な移住支援を民間等と連携しながら検討していく。 ☒維持・改善 ☐拡大 ☐縮小 ☐廃止検討 ☐H28完了 ☐H29完了予定

5.平成29年度事業実績、評価等(Check) H30.8実施

事業実績	・移住相談会、セミナーでの移住相談の実施(名古屋2回) ・飛騨高山ふるさと暮らし・移住促進事業補助金の交付(家賃補助15件、取得・改修7件) ・ふるさと体験施設「秋神の家」の利用(21世帯53人) ・ふるさと体験施設「秋神の家」CATV・インターネット環境の整備 ・ものづくり人材をターゲットとした移住促進パンフレット作成
評価等	・移住者実績は293人となり昨年度より若干減少した。Uターン者が減っているため、今後はUターン者を増やす取り組みも推進していく必要がある。 ・ふるさと暮らし・移住促進事業補助金については年々利用者が増加し、多くの方にご利用いただいている。 ・ものづくり人材をターゲットとした移住促進パンフレットを活用し、ものづくりの後継者につながる移住者の獲得を目指す。
次年度以降の考え方(担当課)	・Uターン希望者やものづくりに関心のある方にターゲットを絞り、関係部署と連携したプロモーション活動を行う。 ・補助制度のみではなく、民間等と連携して、総合的な移住支援を行える仕組みづくりを検討していく。 ・関係部局と連携し、「関係人口」を意識した取り組みを進める。 ☒維持・改善 ☐拡大 ☐縮小 ☐廃止検討 ☐H29完了 ☐H30完了予定

施策の実施方針	・移住定住の促進
担当課 予算要求 ポイント	・ふるさと体験施設の管理に必要な経費を計上 ・飛騨高山のものづくりの担い手となる人材の移住定住の促進に要する経費を計上

財務部 査定の 考え方	・積算内容を精査
市長査定 の考え方	・財務部査定のとおり

03_ブランド戦略課.xlsx_4