

事業シート(平成31年度決算)

03.ブランド戦略課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	まちづくりの方向性	着実な計画の推進	市長公約	・飛騨高山ブランドの大都市圏や海外への販路開拓を強化するとともに、どこにいても飛騨高山ブランド商品が購入できるeコマース(ネット通販、ネットショップ、インターネット通販など)の仕組みを構築します。 ・市役所及び関連機関が主体(企画・運営)となって、飛騨高山ブランドをPRする展示会などを大都市圏で開催します。
	款	2	総務費	まちづくり戦略									
	項	1	総務管理費	根拠計画									
	目	9	企画費										
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	<ul style="list-style-type: none"> ・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、飛騨高山ブランドの強化 	概要	<ul style="list-style-type: none"> ・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	H30実績	H31実績	R6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)	H30		H31		増減(b)-(a)
	最終予算	決算(a)	当初予算(c)	最終予算	
	9,254	6,876	9,074	9,074	
特定財源					
国費()					
県費()					
その他(職員派遣事業雑入)		199			11
一般財源	9,254	6,677	9,074	9,074	1,109
個票枝番	主な事業内容				
運営費	5,054	2,676	4,874	4,874	1,120
政策顧問の設置	4,200	4,200	4,200	4,200	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.令和2年度予算編成(Action)

(千円)

R2予算		実施計画額		9,070
要求額	財務部査定額(d)	市長査定額	増減(d)-(c)	
8,877	9,070	9,070	△ 4	
8,877	9,070	9,070	△ 4	
査定額	説明			
4,870				
4,200				

※入札に影響するため公開に通さないなど、記載省略(※)する場合があります。

3.平成30年度事業実績、評価等(Check) R1.8実施

事業実績	<ul style="list-style-type: none"> ・誘客促進関係 イベントでの誘客PR(9回)、メディアでの情報発信(6件)、市内旅行事業者の首都圏活動支援など ・物販支援関係 シェフ等招へい(2件)、レストランフェア実施(1件)、販路開拓支援及び物販イベント支援(17件)など ・交流促進関係 大学ゼミ合宿誘致(2件)、サテライトオフィス誘致営業(2件)、移住相談、東京オリンピック・パラリンピックホストタウン交流推進、在京の飛騨地域出身者との人脈拡大など ・市担当課業務支援 各課の首都圏業務の支援(52件)、戦略派遣職員の業務支援など ・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95回)
評価等	<ul style="list-style-type: none"> ・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、市の様々な担当課と連携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・関係機関・民間との橋渡し役として各種調整を担っていたい。
次年度以降の考え方(担当課)	<input checked="" type="checkbox"/> 維持・改善 <input type="checkbox"/> 拡大 <input type="checkbox"/> 縮小 <input type="checkbox"/> 廃止検討 <input type="checkbox"/> H30完了 <input type="checkbox"/> H31完了予定

5.平成31年度事業実績、評価等(Check) R2.8実施

事業実績	<ul style="list-style-type: none"> ・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(4件)、市内旅行事業者の首都圏活動支援など ・物販支援関係 シェフ等招へい(2件)、販路開拓支援及び物販イベント支援(11件)など ・交流促進関係 大学ゼミ合宿誘致(1件)、移住相談、東京オリンピック・パラリンピックホストタウン交流推進、在京の飛騨地域出身者との人脈拡大など ・市担当課業務支援 各課の首都圏業務の支援(51件)、戦略派遣職員の業務支援など ・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111回)
評価等	<ul style="list-style-type: none"> ・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、市の様々な担当課と連携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・関係機関・民間との橋渡し役として各種調整を担っていたい。
次年度以降の考え方(担当課)	<input checked="" type="checkbox"/> 維持・改善 <input type="checkbox"/> 拡大 <input type="checkbox"/> 縮小 <input type="checkbox"/> 廃止検討 <input type="checkbox"/> H31完了 <input type="checkbox"/> R2完了予定

担当課 予算要求 ポイント	・東京事務所の運営に必要な経費を計上
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に

03.ブランド戦略課1

20940

事業シート(平成31年度決算)

03.ブランド戦略課 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	まちづくりの方向性	1	多様な働き方と優れた産品、サービスで財を稼ぐ	市長公約	・メイド・バイ飛騨高山認証制度を推進し、商品の付加価値を高めるとともに、新たな商品・製品を創出する試みを支援します。 ・飛騨高山ブランドの大都市圏や海外への販路開拓を強化するとともに、どこにいても飛騨高山ブランド商品が購入できるeコマース(ネット通販、ネットショップ、インターネット通販など)の仕組みを構築します。
			款	2	総務費		まちづくり戦略	(3)	品質・価値の向上と情報発信		
			項	1	総務管理費	根拠計画	飛騨高山ブランド戦略				
			目	15	ブランド戦略推進費						
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	<p>・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。</p>	概要	<p>・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</p>
----	--	----	---

総合計画等	主な指標	H30実績	H31実績	R6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)	H30		H31			
	最終予算	決算(a)	当初予算(c)	最終予算	決算(b)	増減(b)-(a)
	25,491	18,680	25,200	27,920	15,517	△ 3,163
特定財源						
国費()						
県費(中小企業販路開拓等支援事業費補助金 1/2 等)	2,000	2,700	2,000	2,000	2,340	△ 360
その他(飛騨高山ふるさと基金繰入金)	3,900	3,100	1,700	1,700	1,400	△ 1,700
一般財源	19,591	12,880	21,500	24,220	11,777	△ 1,103
個票枝番	主な事業内容					
	経済観光アドバイザー	1,650	938	1,650	1,128	190
	飛騨高山ブランド戦略会議等	580	276	720	219	△ 57
	インナーブランディングの推進	4,988	4,460	4,530	3,748	△ 712
	新商品開発、見本市出展等のブランド展開に対する支援	18,273	13,006	18,300	9,579	△ 3,427
	聖火リレーPR事業			0	694	694

※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.令和2年度予算編成(Action)

(千円)

R2予算		実施計画額		31,130
要求額	財務部査定額(d)	市長査定額	増減(d)-(c)	
31,130	30,630	31,130	5,930	
2,000	2,000	2,000	0	
	200	200	△ 1,500	
29,130	28,430	28,930	7,430	
査定額	説明			
1,980				
720				
12,630	デジタルアーカイブ事業(映像等記録作成)、ものづくり人材ハンフレット作成			
15,800				

※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30年度事業実績、評価等(Check) R1.8実施

事業実績	<ul style="list-style-type: none"> ・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(6件 4,706千円) ・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 155人) ・飛騨高山ブランド講演会、セミナー、研修会の開催(5回 参加者数 193人) ・メイド・バイ飛騨高山認証制度を開始し、18の地場産品を認証した。
評価等	<ul style="list-style-type: none"> ・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必要がある。 ・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。
次年度以降の考え方(担当課)	<ul style="list-style-type: none"> ・平成30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、各種支援制度の利用促進や飛騨高山のものづくりを発展させる施策の充実を図っていく。
	<input checked="" type="checkbox"/> 維持・改善 <input type="checkbox"/> 拡大 <input type="checkbox"/> 縮小 <input type="checkbox"/> 廃止検討 <input type="checkbox"/> H30完了 <input type="checkbox"/> H31完了予定

5.平成31年度事業実績、評価等(Check) R2.8実施

事業実績	<ul style="list-style-type: none"> ・飛騨高山ブランド戦略の見直し ・飛騨高山ブランド戦略推進本部会議の開催 2回 ・飛騨高山ブランド戦略会議の開催 3回 ・ブランド確立計画に基づく海外での展示会出品事業及びメイド・バイ飛騨高山認証産品のイベント開催などに対して支援(5件 1,279千円) ・地場産業の販路開拓に対する支援(2件 8,300千円) ・飛騨高山ブランドフォーラム、セミナー、研修会の開催(5回 339人参加) ・メイド・バイ飛騨高山認証制度を運用し、7産品を認証した。 ・東京2020オリンピック聖火リレーのPR事業用懸垂幕等の作成
評価等	<ul style="list-style-type: none"> ・飛騨高山ブランド戦略の見直しを行い、今後重視していく取り組みを具体的に盛り込んだ。 ・飛騨高山ブランドフォーラム開催とあわせ、経済観光アドバイザーや市内事業者とともに、まちづくりについて高校生と語る会を実施した。 ・経済観光アドバイザーを活用し、高山市の域外資本対策における助言をいただき、産業振興基本条例の見直しに反映することができた。
次年度以降の考え方(担当課)	<ul style="list-style-type: none"> ・飛騨高山ブランド戦略に基づき、関係部局と連携しながら市民・事業者とともに、飛騨高山ブランドの確立を図っていく。
	<input checked="" type="checkbox"/> 維持・改善 <input type="checkbox"/> 拡大 <input type="checkbox"/> 縮小 <input type="checkbox"/> 廃止検討 <input type="checkbox"/> H31完了 <input type="checkbox"/> R2完了予定

担当課 予算要求 ポイント	・インナーブランディング事業の促進に必要な経費を計上
---------------------	----------------------------

財務部 査定の 考え方	・積算内容を精査
-------------------	----------

市長査定 の考え方	・インナーブランディング事業を増額
--------------	-------------------

03.ブランド戦略課 2

21550

事業シート(平成31年度決算)

03.ブランド戦略課.3

事業名	21555 飛騨高山応援事業費	予算	会計	1	一般会計	総合計画	まちづくりの方向性	1	多様な働き方と優れた産品、サービスで財を稼ぐ	市長公約
			款	2	総務費		まちづくり戦略	(3)	品質・価値の向上と情報発信	
			項	1	総務管理費		根拠計画			
			目	15	ブランド戦略推進費					
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	・観光客や移住者の増加及び地場産品の消費拡大等を図る。	概要	・会員の増加を狙い、効果的な広告等を実施する。 ・観光や産品などの各種情報を提供し、会員による飛騨高山ブランドの発信に繋げる。 ・市内見学会や交流会を実施する。 ・外部人材の活用による飛騨高山ブランドの発信に繋げる。
----	-----------------------------	----	---

総合計画等 主な指標	H30実績	H31実績	R6目標

2.事業の実施結果等(Do)

(千円)

歳出事業費 (職人件費を除く)	H30		H31				
	最終予算	決算(a)	当初予算(c)	最終予算	決算(b)	増減(b)-(a)	
	3,000	2,173	3,120	6,110	2,232	59	
特定財源							
国費()							
県費()							
その他(飛騨高山ふるさと基金繰入金)	900	500	500	400	400	△ 100	
一般財源	2,100	1,673	2,620	5,710	1,832	159	
個票枝番	主な事業内容						
	飛騨高山「めでたの会」のPR	2,000	1,710	1,700	1,690	1,667	△ 43
	会員市内見学会、意見交換会	400	84	430	430	66	△ 18
	飛騨高山「めでたの会」会員交流会	600	379	490	490	359	△ 20
◎ 1	飛騨高山アンバサダーの設置			500	500	140	140
	飛騨高山応援活動補助金(令和2年度繰越)			0	3,000	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.令和2年度予算編成(Action)

(千円)

R2予算		実施計画額		3,170
要求額	財務部査定額(d)	市長査定額	増減(d)-(c)	
4,234	3,170	3,170	50	
	100	100	△ 400	
4,234	3,070	3,070	450	
査定額	説明			
1,600				
420				
800				
350				

※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30年度事業実績、評価等(Check) R1.8実施

事業実績	<ul style="list-style-type: none"> ・会員募集のためチラシ、フェイスブック広告等を実施 ・特別会員を対象とした市内見学会を実施(2回) ・特別会員やサポート会員に施設優待券付きの名刺や会報誌等を配付 ・フェイスブックによる各種情報発信の実施 ・特別会員82名、サポート会員155名、一般会員約25,000名 計25,237名 	<input checked="" type="checkbox"/> 維持・改善 <input type="checkbox"/> 拡大 <input type="checkbox"/> 縮小 <input type="checkbox"/> 廃止検討 <input type="checkbox"/> H30完了 <input type="checkbox"/> H31完了予定
評価等	<ul style="list-style-type: none"> ・SNS等を活用し高山の魅力を発信することで、会員数の増加を図った。 ・特別会員を対象に実施している市内見学会は、会員相互の親交を深めるとともに、地域の取り組みや課題を知ってもらい、情報発信や意見をいただく機会となっている。 ・会員からの意見を「めでたの会」の活動や市の施策などに活かすため、会員及び会員相互の交流を深めることができた。 	
次年度以降の考え方(担当課)	<ul style="list-style-type: none"> ・引き続き、SNS等で市の魅力を発信し、会員の増加を図る。 ・方面別の交流会を開催し、会員同士の交流を深め市への思いを共有することで応援の機運を高める。また、市に対する思いや意見を広く聴き、市の施策へ繋げる。 ・飛騨高山を応援してくれる発信力のある人材を活用し、飛騨高山の魅力や価値の発信力を高める。 	

5.平成31年度事業実績、評価等(Check) R2.8実施

事業実績	<ul style="list-style-type: none"> ・会員募集のためのチラシ作成、フェイスブック広告を実施 ・特別会員を対象とした市内見学会を実施(1回) ・特別会員、サポート会員との都市部での交流会を実施(関東、中部) ・特別会員やサポート会員に施設優待券付きの名刺や会報誌を配布 ・フェイスブックによる各種情報発信の実施 ・特別会員87名、サポート会員178名、一般会員約33,000名 計33,265名 ・飛騨高山アンバサダーの委嘱 3名 	<input checked="" type="checkbox"/> 維持・改善 <input type="checkbox"/> 拡大 <input type="checkbox"/> 縮小 <input type="checkbox"/> 廃止検討 <input type="checkbox"/> H31完了 <input type="checkbox"/> R2完了予定
評価等	<ul style="list-style-type: none"> ・SNS等を活用し高山の魅力を発信することで、会員数の増加を図った。 ・特別会員を対象とした市内見学会は、会員相互の親交を深めるとともに、地域の取り組みや課題を知ってもらい、情報発信や意見をいただく機会となっている。 ・飛騨高山アンバサダーに3名を委嘱し、飛騨高山ブランドの魅力・価値を発信していただいた。 	
次年度以降の考え方(担当課)	<ul style="list-style-type: none"> ・更なる飛騨高山ブランドの発信と会員との関係深化を図る。 ・飛騨高山アンバサダーを活用し、飛騨高山の魅力や価値の発信力を高める。 ・飛騨高山応援活動補助金(飛騨高山宿泊促進事業補助金)により経済活動と地域の活性化を促すとともに、本市を応援してくれる方との関係を一層深める。 	

担当課 予算要求 ポイント	
---------------------	--

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に
--------------	-------------

03.ブランド戦略課.3

主要事業個票(平成31年度決算)

事業名	21555 飛騨高山応援事業費	区分	<input type="checkbox"/> H30新規	<input checked="" type="checkbox"/> H31新規	予算	会計	1	一般会計	担当課	企画部 ブランド戦略課
枝番・内容	1 飛騨高山アンバサダーの設置		<input type="checkbox"/> H30拡充	<input type="checkbox"/> H31拡充		款	2	総務費		
			<input type="checkbox"/> その他重要事業			項	1	総務管理費	内線	2278
			<input type="checkbox"/>			目	15	ブランド戦略推進費	作成年月	R2.8

事業の目的・概要(Plan)

目的	・観光客や移住者の増加及び地場製品の消費拡大等を図る。	概要	・飛騨高山を積極的に応援する意向があり、高い技能と知名度を持つ外部人材を「飛騨高山アンバサダー」に任命し、飛騨高山ブランドの魅力・価値を発信いただく
----	-----------------------------	----	--

【参考】H30決算(Do・Check) R1.8時点 (千円)

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

【参考】H31当初予算(Action) H31.3時点 (千円)

予算額	当初	500
主な経費	・飛騨高山アンバサダー任命に要する経費	
	対前年度増減額(当初予算)	
		500

※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

H31決算(Do・Check) R2.8時点 (千円)

予算額	当初	500
	繰越	0
	補正等	0
	最終	500
決算額		140
対前年度増減額(決算)		140

R2当初予算(Action) (千円)

予算額	当初	350
主な経費	・飛騨高山アンバサダー任命に要する経費	
	対前年度増減額(当初予算)	
		△ 150

※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	
【事業実績】	
次年度以降の考え方(担当課)	<input type="checkbox"/> 維持・改善 <input type="checkbox"/> 拡大 <input type="checkbox"/> 縮小 <input type="checkbox"/> 廃止検討 <input type="checkbox"/> H30完了 <input type="checkbox"/> H31完了予定

事業内容、スケジュール	
【事業内容】	
市と関係があり、全国的にも高い評価を得ている技能と知名度を持つ方のうち、市が認める方を選出 職種: 料理人、デザイナー、建築家、舞蹈家、作家、大学教授など 任期: 特に定めない	
【スケジュール】	
・適宜委嘱する	

事業実績、評価等	
【事業実績】	
・令和元年6月6日付で、高い技能と知名度を持つ外部人材3名を飛騨高山アンバサダーに委嘱 ・それぞれの専門分野において、飛騨高山ブランドの魅力・価値の発信に協力いただいた	
【評価等】	
・高橋俊宏 メイド・バイ飛騨高山認証委員委員長、DiscoverJapanの発行による情報発信など ・ドミニク・コルビ 都内での飲食関係イベントでの飛騨高山食材の紹介、セミナー講師など ・山崎志保 飛騨高山食材の店頭PRなど	
次年度以降の考え方(担当課)	<input checked="" type="checkbox"/> 維持・改善 <input type="checkbox"/> 拡大 <input type="checkbox"/> 縮小 <input type="checkbox"/> 廃止検討 <input type="checkbox"/> H31完了 <input type="checkbox"/> R2完了予定

事業内容、スケジュール	
【事業内容】	
市と関係があり、全国的にも高い評価を得ている技能と知名度を持つ方のうち、市が認める方を選出 職種: 料理人、デザイナー、建築家、舞蹈家、作家、大学教授など 任期: 特に定めない	
【スケジュール】	
・適宜委嘱する	

事業シート(平成31年度決算)

事業名	21570 移住交流促進事業費	予算	会計	1	一般会計	総会計画	まちづくりの方向性	1	多様な働き方と優れた産品、サービスで財を稼ぐ	市長公約	・国内外の大学生などのUターン、高山市出身者のUターン、元気な熟年層(担い手・起業家候補)の移住促進などに取り組みます。 ・関係人口(高山市に関りを持ち、短時間でも移住する人口=大学生、企業インターンシップ、研究者、他)増加による地域活性化を目指します。
			款	2	総務費		まちづくり戦略	(2)	地域産業の担い手確保と生産性の向上		
			項	1	総務管理費		根拠計画				
			目	15	ブランド戦略推進費						
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」の運営
----	---	----	---

総会計画等 主な指標	H30実績	H31実績	R6目標
新規移住者数(年間)	327人	361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)	H30			H31			
	最終予算	決算(a)	当初予算(c)	最終予算	決算(b)	増減(b)-(a)	
	19,231	15,225	19,504	16,528	9,530	△ 5,695	
特定財源							
国費()							
県費(ふるさと暮らし・移住促進事業費 1/3 等)	500	3,333	8,000	8,000	1,666	△ 1,667	
その他(財産収入、飛騨高山ふるさと基金繰入金)	514	390	514	514	437	47	
一般財源	18,217	11,502	10,990	8,014	7,427	△ 4,075	
個票枝番	主な事業内容						
	ふるさと体験住宅の活用	1,104	855	1,404	1,183	1,001	146
	移住者の家賃、空き家の取得・改修に対する支援	18,027	14,193	8,000	8,000	8,257	△ 5,936
◎ 1	東京23区からの移住に対する支援(移住者の就業に対する支援)			10,000	7,045	0	
	飛騨地域3市1村連携による移住・定住促進						

※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.令和2年度予算編成(Action)

(千円)

R2予算		実施計画額		13,660
要求額	財務部査定額(d)	市長査定額	増減(d)-(c)	
18,424	13,660	13,660	△ 5,844	
4,583	2,000	2,000	△ 6,000	
514	614	614	100	
13,327	11,046	11,046	56	
査定額	説明			
1,310				
8,000				
2,000				
2,200				

※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30年度事業実績、評価等(Check) R1.8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、京都1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20件、取得・改修12件) ・ふるさと体験施設「秋神の家」の利用(21世帯52人) ・移住者向け空き家バンクの活用(成約件数12件)
評価等	・移住者実績は327人となり昨年度より増加した。 ・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。 ・Uターン者は昨年度よりも増加はしたものの、若者定住家賃補助金(商工課)の利用者が伸び悩んでおり、今後は若者(U・I・Jターン)を増やす取り組みも推進していく必要がある。
次年度以降の考え方(担当課)	<input checked="" type="checkbox"/> 維持・改善 <input type="checkbox"/> 拡大 <input type="checkbox"/> 縮小 <input type="checkbox"/> 廃止検討 <input type="checkbox"/> H30完了 <input type="checkbox"/> H31完了予定

5.平成31年度事業実績、評価等(Check) R2.8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22件、取得・改修6件) ・ふるさと体験施設「秋神の家」の利用(19世帯53人) ・移住者向け空き家バンクの活用(成約件数5件)
評価等	・移住実績は361人となり昨年より増加した。 ・県外からの移住者は254人となり、県内市町村では2年連続で最多となった。 ・東京圏からの移住支援金については、条件に該当する申請者がいなかったことにより、実績は0件であった。
次年度以降の考え方(担当課)	<input checked="" type="checkbox"/> 維持・改善 <input type="checkbox"/> 拡大 <input type="checkbox"/> 縮小 <input type="checkbox"/> 廃止検討 <input type="checkbox"/> H31完了 <input type="checkbox"/> R2完了予定

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
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に

主要事業個票(平成31年度決算)

事業名	21570 移住交流促進事業費	区分	<input type="checkbox"/> H30新規	<input checked="" type="checkbox"/> H31新規	会計	1	一般会計	担当課	企画部 ブランド戦略課
枝番・内容	1 東京23区からの移住に対する支援(移住者の就業に対する支援)		<input type="checkbox"/> H30拡充	<input type="checkbox"/> H31拡充		2	総務費		
			<input type="checkbox"/> その他重要事業		項	1	総務管理費	内線	2278
			<input type="checkbox"/>		目	15	ブランド戦略推進費	作成年月	R2.8

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	・県のマッチングサイトを活用した移住者の就業・起業に対する支援
----	---	----	---------------------------------

[参考] H30決算(Do・Check) R1.8時点 (千円)

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

[参考] H31当初予算(Action) H31.3時点 (千円)

予算額	当初	10,000
主な経費	・ふるさと暮らし・移住定住促進事業補助金	
対前年度増減額(当初予算)		10,000

※入札に影響するため公開に適さないなど、記載省略(※)する場合あり

H31決算(Do・Check) R2.8時点 (千円)

予算額	当初	10,000
	繰越	0
	補正等	△ 2,955
	最終	7,045
決算額		0
対前年度増減額(決算)		0

R2当初予算(Action) (千円)

予算額	当初	2,000
主な経費	・ふるさと暮らし・移住定住促進事業補助金	
対前年度増減額(当初予算)		△ 8,000

※入札に影響するため公開に適さないなど、記載省略(※)する場合あり

事業実績、評価等	
次年度以降の考え方(担当課)	<input type="checkbox"/> 維持・改善 <input type="checkbox"/> 拡大 <input type="checkbox"/> 縮小 <input type="checkbox"/> 廃止検討 <input type="checkbox"/> H30完了 <input type="checkbox"/> H31完了予定

事業内容、スケジュール	
<p>[事業内容]</p> <p>・国の「わくわく地方生活実現政策パッケージ」に基づく制度として、東京圏からの移住支援金を創設</p> <p>【対象者】 本市へ移住し、県内の中小企業等に就業、又は県内で起業したもので、下記の①又は②を満たすもの ①住民票を移す直前に、連続して5年以上東京23区に在住していた者 ②住民票を移す直前に、連続して5年以上東京23区への通勤をしていた者</p> <p>中小企業等：県が構築する就業支援マッチングサイトに掲載されている企業</p> <p>【補助額】 ・単身者：600千円 ・2人以上の世帯：1,000千円 (財源：県支出金 3/4)</p>	
[スケジュール]	

事業実績、評価等	
<p>[事業実績]</p> <p>・東京圏からの移住支援金は、国の「わくわく地方生活実現政策パッケージ」に基づく制度で、地方創生推進交付金が活用されている。 ・令和元年12月に、県を通じて内閣府より対象者の取り扱いを変更する通知があり、次の通り緩和する制度改正を行ったが、条件が厳しく、当該補助金申請者はいなかった。</p> <p>【対象者】 本市へ移住し、県内の中小企業等に就業、又は県内で起業した者で、下記の①、②を満たすもの ①住民票を移す直前の10年間のうち、通算5年以上東京23区または東京圏に居住し、かつ、東京23区内の事業所などに通勤していた者 ②住民票を移す直前に、連続して1年以上、東京23区または東京圏に居住し、かつ、東京23区内の事業所などに通勤していた者</p> <p>中小企業等：県が構築する就業支援マッチングサイトに掲載されている企業 ※補助額は変更なし</p>	
次年度以降の考え方(担当課)	<p>・移住戦略を策定し、総合的な移住促進に取り組む。</p> <input checked="" type="checkbox"/> 維持・改善 <input type="checkbox"/> 拡大 <input type="checkbox"/> 縮小 <input type="checkbox"/> 廃止検討 <input type="checkbox"/> H31完了 <input type="checkbox"/> R2完了予定

事業内容、スケジュール	
<p>[事業内容]</p> <p>・東京圏からの移住支援金およびふるさと暮らし・移住促進事業補助金制度の周知・活用による移住促進を図る。</p>	
[スケジュール]	

事業シート(平成31年度決算)

03.ブランド戦略課.7

事業名	21580	ふるさと寄附推進事業費	予算	会計	1	一般会計	総合計画	まちづくりの方向性	着実な計画の推進		市長公約	・企業版ふるさと納税制度(行政が計画した地方創生に係る事業に対して、企業が寄附する制度)の実施に向けて、企業にも魅力がある社会貢献性の強い新規事業の企画・実施に取り組みます。
				款	2	総務費		まちづくり戦略				
				項	1	総務管理費	根拠計画					
				目	15	ブランド戦略推進費						
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	<ul style="list-style-type: none"> ・高山市を応援してくださる方の想い、願いを受け止め、市を特徴付ける主要な事業を推進する。 ・財源確保を図るとともに、贈呈品の発注による地場産品、サービスの販売促進による地域内産業の活性化を図る。 ・企業とのパートナーシップによる地方創生の推進を図る。 	概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ふるさと寄附の申出受付、寄附金の採納 ・ふるさと寄附のPR ・寄附者への贈呈品送付、寄附金の使途等のお知らせ ・企業版ふるさと納税の推進 ほか
----	---	----	---

総合計画等	主な指標	H30実績	H31実績	R6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)	H30			H31			
	最終予算	決算(a)	当初予算(c)	最終予算	決算(b)	増減(b)-(a)	
	126,372	74,989	149,480	152,746	141,094	66,105	
特定財源							
国費()							
県費()							
その他()							
一般財源	126,372	74,989	149,480	152,746	141,094	66,105	
個票枝番	主な事業内容						
	ふるさと寄附贈呈品	105,000	60,521	119,000	119,000	110,115	49,594
	ふるさと寄附PR	3,800	3,240	3,200	3,200	1,100	△ 2,140
	ポータルサイトの運営	13,392	7,435	23,100	26,366	25,902	18,467
	ふるさと寄附の推進のための業務委託						

※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.令和2年度予算編成(Action)

(千円)

R2予算		実施計画額		184,220
要求額	財務部査定額	市長査定額(d)	増減(d)-(c)	
152,720	184,220	184,220	34,740	
152,720	184,220	184,220	34,740	
査定額	説明			
134,000				
1,100				
39,600				
8,800				

※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30年度事業実績、評価等(Check) R1.8実施

事業実績	<ul style="list-style-type: none"> ・ふるさと寄附金の採納 4,860件 209,573,000円(災害支援を含む) ・ふるさと寄附贈呈品送付件数 5,844件 ・ふるさと寄附贈呈品数の拡大(286→344アイテム) ・11月よりふるさと納税ポータルサイト(さとふる・楽天)を追加 ・次年度からの企業版ふるさと納税の実施に向け、国より地域再生計画を認定(5事業) 	<input checked="" type="checkbox"/> 維持・改善 <input type="checkbox"/> 拡大 <input type="checkbox"/> 縮小 <input type="checkbox"/> 廃止検討 <input type="checkbox"/> H30完了 <input type="checkbox"/> H31完了予定
評価等	<ul style="list-style-type: none"> ・返礼割合の見直しの影響により寄附金は減少傾向にある。 ・ふるさと納税ポータルサイトの追加により受入窓口が拡大した。 ・企業版ふるさと納税制度が活用できる環境を整えた。 	
次年度以降の考え方(担当課)	<ul style="list-style-type: none"> ・寄附メニューを高山を特徴づける個別事業へと見直し、クラウドファンディング的に実施することにより、寄附者との関りを深め、寄附の増加や関係人口の獲得を図る。 ・企業版ふるさと納税を活用し、官民のパートナーシップによるまちづくりを進める。 	

5.平成31年度事業実績、評価等(Check) R2.8実施

事業実績	<ul style="list-style-type: none"> ・ふるさと寄附金の採納 9,223件 352,001,000円 ・ふるさと寄附贈呈品送付件数 9,185件 ・ふるさと寄附贈呈品数の拡大(344→440アイテム) ・企業版ふるさと納税制度の活用 協力企業4社1グループ 寄附金額10,200千円 ・クラウド型のふるさと納税管理システム導入、送料の一括清算、契約の見直しなど、総合的かつ抜本的な見直しを実施 	<input type="checkbox"/> 維持・改善 <input checked="" type="checkbox"/> 拡大 <input type="checkbox"/> 縮小 <input type="checkbox"/> 廃止検討 <input type="checkbox"/> H31完了 <input type="checkbox"/> R2完了予定
評価等	<ul style="list-style-type: none"> ・ふるさと納税ポータルサイトの受入窓口の拡大により、寄附件数・寄附金額ともに増加した。 ・企業版ふるさと納税について、国から地域再生計画の認定を受け、飛騨高山文化芸術祭開催事業など5事業に活用した。 	
次年度以降の考え方(担当課)	<ul style="list-style-type: none"> ・民間のノウハウを活用したeコマース戦略の展開、ポータルサイトの見直し、事業者や返礼品の拡充を行い、寄附の増加や関係人口の獲得を図る。 ・企業版ふるさと納税を活用し、官民のパートナーシップによるまちづくりを進める。 	

担当課 予算要求 ポイント	・ふるさと寄附の推進に必要な経費を計上
---------------------	---------------------

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に
--------------	-------------

03.ブランド戦略課.7