

平成27年度事業評価シート(一般予算) ※26年度予算事業による

事業名	20917	移住交流促進事業		担当課	ブランド・海外戦略部	ブランド戦略課	内線
	種別						2278
予算	会計	1	一般会計	政策	3	「すみよさ」のあるまちをめざして	
	款	2	総務費	分野	4	住宅・公園	
	項	1	総務管理費	基本施策	1	誰もが安心して快適に住み続けられる居住環境を整備する	
	目	9	企画費	施策	2	定住への支援	
根拠計画							
実施計画事業 移住交流促進事業、ふるさと暮らし体感事業							

1 事業の目的・概要(Plan)

目的	誰を(対象)	移住希望者(都市住民など)	対象者数	95人
	どういった状態にしたいのか(意図)	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	事業の実施手法(手段)	1) 移住総合相談窓口の設置 2) 都市部でのプロモーション活動 3) 助成事業(住宅支援、就農移住支援) 4) 効果的なPR活動を展開 5) 就業体感ツアーの開催 6) 移住(就業)体感ツアーの開催 7) ふるさと暮らし体験施設「秋神の家」の開設		

2 事業の推移・結果(Do)

目的	H26の実績	・東京、大阪、名古屋を中心とした移住(就農)相談会・セミナーへの参加 ・確実な就農につなげるため、ネットワーク会議による面接を実施 ・移住情報誌「TURNS」(2回)、子育て情報誌「tocooco」(1回)に体感ツアー募集記事等を掲載 ・就業体感ツアー、地域資源体感ツアーの実施						
成果	指標名		単位	目標・実績	H24	H25	H26	
	活動指標	プロモーション活動の開催	回	目標値	15	15	15	
		実績値	7	9	6			
	算出根拠等	セミナー、相談会開催回数		達成率(%)	47	60	40	
	活動指標	各種体感ツアーの開催	回	目標値	4	4	4	
		実績値	3	4	3			
	算出根拠等	就業、地域資源体感ツアー開催回数		達成率(%)	75	100	75	
	成果指標	プロモーション活動への参加者	人	目標値	200	200	200	
		実績値	94	90	70			
	算出根拠等	プロモーション活動参加者実績		達成率(%)	47	45	35	
	成果指標	各種体感ツアーの参加者	人	目標値	80	80	80	
		実績値	44	33	35			
	算出根拠等	就業・地域資源体感ツアー参加者実績		達成率(%)	55	41	44	
	成果指標	ふるさと体験施設の利用者	世帯	目標値	50	60	60	
		実績値	39	22	15			
算出根拠等	ふるさと体験施設「秋神の家」利用者実績		達成率(%)	78	37	25		
成果指標	移住人口(まちなか居住、U/Iターン分を除く)	人	目標値	60	60	60		
	実績値	36	38	28				
算出根拠等	移住者実績		達成率(%)	60	63	47		
補足事項								
コスト	事業費(人件費を除き繰越・補正を含む)		H24 決算額	H25 決算額	H26 決算額			
	歳出(千円)		(A)	8,075	9,655	8,441		
	財源内訳	受益者負担(使用料・負担金等)		469	491	242		
		その他特定財源(国・県支出金・起債等)		1,200				
	一般財源		6,406	9,164	8,199			
コスト指標	受益者1件当たり(円)	(A/B)	224,306	254,079	301,464			
	受益者	移住者	(B)	36	38			

3 分析・評価(Check) ※平成26年度の実績を評価

評価項目	評価観点	評価基準	評価	評価内容の説明(評価の理由等)
① 市民ニーズの確認	・事業実施に対する市民ニーズの傾向はどうか ・社会情勢の変化など時の経過に伴いニーズは減少していないか	A (2) ニーズが高い	A	・都市住民等を移住させることにより、外部からの視点を活かした新しいまちづくりを推進することは、地域の活性化に資する。
		B (1) ある程度のニーズがある		
		C (0) ニーズが低い		
② 市が実施する必要性	・市が事業主体であることは妥当か ・国・県・民間の活動と競合していないか	A (2) 事業主体を見直す余地はない	B	・市域全体を対象とした移住施策を推進する必要があるため、市が事業主体となることは妥当であるが、今後は民間等とも連携しながら推進していく必要がある。
		B (1) 一部見直しが必要である		
		C (0) 市が実施する必要性が低い		
③ 活動内容の有効性	・目的とする成果があがっているか ・成果指標などの目標値の達成状況はどうか	A (2) 目的とする成果が十分にあがっている	B	・プロモーション活動や各種ツアーの参加者が減少傾向にあるため、移住希望者にとって魅力のある充実した施策内容の検討が必要である。
		B (1) 目的とする成果がある程度あがっている		
		C (0) 目的とする成果があがっていないため大幅な見直しが必要である		
④ 執行方法の効率性	・最小限のコストで事業を実施できているか ・委託化など事業の効率化・省力化に向け実施手法に改善の余地はないか ・国等の補助金の活用など市の財政負担を軽減する余地はないか ・受益者負担は適正か	A (2) 事業効率化・コスト削減等の改善の余地はない	B	・体感ツアー及び体験施設は、参加者及び利用者の負担を求めて事業を実施している。 ・他課所管の補助制度等を含めて整理し、移住施策を総合的に検証する必要がある。
		B (1) 事業効率化・コスト削減等がある程度図られている		
		C (0) 効率化が図られていないため大幅な見直しが必要である		
⑤ 政策面における効果	・事業の実施が市の政策、施策の推進に効果があったか ・総合計画及び主要計画等の目標達成を図る上で有効に機能したか ・市長公約の実現を図る上で有効に機能したか	A (2) 効果があった	B	・移住人口が減少傾向にあるため、より効果的な事業内容を検討する必要がある。
		B (1) ある程度効果があった		
		C (0) あまり効果が見られなかった		

合計	6 / 10	→	100点換算	60点
----	--------	---	--------	-----

分析・評価で明らかになった課題(FA)評価にするために何が必要なかを記入)

・全国的に田舎暮らしのニーズは高まっており、多くの自治体において様々な移住施策が実施されているため、移住希望者を引き付けるプロモーション活動の実施や、総合的な移住支援の展開による移住希望者の利便性の向上により、他の自治体との差別化を図ることが必要である。

(参考) H26事業評価結果(二次評価)

・移住実践者の声も聴きながら、より効果的なPR策について検討を行う。
 ・ふるさと体験施設秋神の家については、地元団体を巻きこんだ継続的、総合的な管理体制による運営を行う。
 ・独自性を高めた体感ツアーなどの取り組みを実施。

4 今後の方向性(Action)

課題等に対する27年度の対応状況

・他の自治体と差別化を図るべく、地域性を活かしたプロモーション活動を行う。
 ・補助制度のみならず、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。

次年度の実施方針(担当課評価)	○	維持・改善	拡大	縮小	廃止の検討	H26完了	H27完了予定
	・民間等との連携による総合的な移住支援を実施する。 ・近隣自治体と連携した移住政策の展開について検討する。						

二次評価(企画課・総務課・財政課評価)	○	維持・改善	拡大	縮小	廃止の検討	H26完了	H27完了予定
	(担当課評価に同じ)						

平成27年度事業評価シート(一般予算) ※26年度予算事業による

事業名	52207	飛騨牛ブランド振興事業補助金	担当課	ブランド・海外戦略部	ブランド戦略課	内線	2278
予算	会計	1 一般会計	総合計画	政策	4 「にぎわい」のあるまちをめざして		
	款	5 農林水産業費		分野	4 畜産業		
	項	2 畜産業費		基本施策	1 安定した畜産経営環境を整備する		
	目	2 畜産振興費		施策	1 競争力のある生産基盤の整備		
	根拠計画						
実施計画事業							

1 事業の目的・概要(Plan)

目的	誰を(対象)	畜産農家(肉用牛繁殖、肉用牛肥育)、ブランド推進協議会会員	対象者数	262 戸
	どういった状態にしたいのか(意図)	・全国ブランド飛騨牛を基軸とした首都圏等内外への農畜産物のPR及び販路拡大・販売拡大		
概要	事業の実施手法(手段)	・飛騨高山食材ブランド推進協議会事業での飛騨牛を基軸とした食材イベント・フェア等のプロモーション		

2 事業の推移・結果(Do)

成果面	H26の実績	・飛騨高山食材PRイベント及び飛騨高山食材を使用したフェアの開催 ・飛騨高山食材の新規販路開拓 ・シェフ及びバイヤー等の飛騨高山食材視察の招聘					
	指標名		単位	目標・実績	H24	H25	H26
	成果指標	フェア開催店舗数	店舗	目標値		5	5
				実績値		3	1
				算出根拠等	達成率(%)	60	20
	成果指標	販売拡大店舗数	店舗	目標値		5	5
				実績値		5	2
				算出根拠等	達成率(%)	100	40
	成果指標	イベント報道数	紙	目標値			3
				実績値			3
				算出根拠等	達成率(%)		100
	成果指標			目標値			
				実績値			
				算出根拠等	達成率(%)		
	成果指標			目標値			
実績値							
算出根拠等				達成率(%)			
補足事項							
コスト面	事業費(人件費を除き繰越・補正を含む)		H24 決算額	H25 決算額	H26 決算額		
	歳出(千円)		(A)	9,029	1,000	1,000	
	受益者負担(使用料・負担金等)						
	その他特定財源(国・県支出金・起債等)						
	一般財源			9,029	1,000	1,000	
コスト指標	受益者1件当たり(円)		(A/B)	41,801	4,630	3,817	
	受益者	畜産農家・ブランド推進協議会会員	(B)	216	216	262	

3 分析・評価(Check) ※平成26年度の実績を評価

評価項目	評価観点	評価基準	評価	評価内容の説明(評価の理由等)
① 市民ニーズの確認	・事業実施に対する市民ニーズの傾向はどうか ・社会情勢の変化など時の経過に伴いニーズは減少していないか	A (2) ニーズが高い	A	・飛騨牛のみならず、特色のある食材等の販路を拡大していくことに対するニーズは高い。
		B (1) ある程度のニーズがある		
		C (0) ニーズが低い		
② 市が実施する必要性	・市が事業主体であることは妥当か ・国・県・民間の活動と競合していないか	A (2) 事業主体を見直す余地はない	B	・飛騨高山食材ブランド推進協議会を設立し、飛騨牛以外の食材を含めた取り組みを始めたところであるが、協議会の体制や事業内容については課題も多く、今後検証が必要である。
		B (1) 一部見直しが必要である		
		C (0) 市が実施する必要性が低い		
③ 活動内容の有効性	・目的とする成果があがっているか ・成果指標などの目標値の達成状況はどうか	A (2) 目的とする成果が十分にあげられている	B	・PRイベント等の開催により、販路拡大・販売拡大にある程度の成果があがっている。 ・成果指標達成に向け、さらなる販売促進策の推進が必要である。
		B (1) 目的とする成果がある程度あがっている		
		C (0) 目的とする成果があがっていないため大幅な見直しが必要である		
④ 執行方法の効率性	・最小限のコストで事業を実施できているか ・委託など事業の効率化・省力化に向け実施手法に改善の余地はないか ・国等の補助金の活用など市の財政負担を軽減する余地はないか ・受益者負担は適正か	A (2) 事業効率化・コスト縮減等の改善の余地はない	B	・食材をPR・販売拡大するにあたり、個々の利益も発生することから、参加企業への受益者負担の見直しが必要である。
		B (1) 事業効率化・コスト縮減等がある程度図られている		
		C (0) 効率化が図られていないため大幅な見直しが必要である		
⑤ 政策面における効果	・事業の実施が市の政策、施策の推進に効果があつたか ・総合計画及び主要計画等の目標達成を図る上で有効に機能したか ・市長公約の実現を図る上で有効に機能したか	A (2) 効果があつた	A	・飛騨高山食材の首都圏への販路拡大に効果があつた。
		B (1) ある程度効果があつた		
		C (0) あまり効果が見られなかった		

合計	7 / 10	→	100点換算	70 点
----	--------	---	--------	------

分析・評価で明らかになった課題(FA)評価にするために何が必要なのかを記入)	・飛騨高山食材ブランド推進協議会の体制や事業内容の検証。
--	------------------------------

(参考) H26事業評価結果(二次評価)	・事業の効果を検証した上で、農産物とも合わせて飛騨高山ブランド力の向上、生産・販路拡大に取り組むことが必要である。 ・市と団体の適正な役割分担が必要である。
----------------------	---

4 今後の方向性(Action)

課題等に対する27年度の対応状況	・前年度の実施結果を検証し、より効果的な事業となるよう対象者や内容の改善を図る。 ・新規会員の開拓を検討する。 ・東京事務所との連携により、首都圏での取り組みを強化する。
------------------	---

次年度の実施方針(担当課評価)	○ 維持・改善	○ 拡大	○ 縮小	○ 廃止の検討	○ H26完了	○ H27完了予定
	・事業の成果が継続・拡大していくよう、飛騨高山食材ブランド推進協議会の体制及び事業内容の見直しを随時行いながら実施していく。					

二次評価(企画課・総務課・財政課評価)	○ 維持・改善	○ 拡大	○ 縮小	○ 廃止の検討	○ H26完了	○ H27完了予定
	(担当課評価に同じ)					

平成27年度事業評価シート(一般予算) ※26年度予算事業による

事業名	61147	飛騨高山ブランド振興事業補助金		担当課	ブランド・海外戦略部	ブランド戦略課	内線
							2278
予算	会計	1	一般会計	総合計画	政策	4	「にぎわい」のあるまちづくりを目指す
	款	6	商工費		分野	6	工業
	項	1	商工費		基本施策	1	時代の流れに対応した活力ある工業の振興を図る
	目	1	商工振興費		施策	1	経営体質の強化
根拠計画	高山市産業振興計画						
実施計画事業	飛騨高山ブランド振興事業						

1 事業の目的・概要(Plan)

目的	誰を(対象)	市内中小企業者	対象者数	6,467 事業所
	どういう状態にしたのか(意図)	市内の事業者や団体等が行う地域団体商標制度を活用したブランドの展開を支援することにより、飛騨高山ブランドの更なる強化を促進し、地域産業の活性化を図る。		
概要	事業の実施手法(手段)	地域ブランド確立計画の実施に必要な販路開拓事業、または地域団体商標制度を活用したブランド展開に取り組み事業に対して補助金を交付		

2 事業の推移・結果(Do)

成果面	H26の実績	ブランド確立計画に基づく国際見本市への出展事業及び人材育成事業に対して支援					
		指標名	単位	目標・実績	H24	H25	H26
	活動指標	海外見本市への出展助成の申請件数	件	目標値	2	2	2
				実績値	2	2	2
	算出根拠等			達成率(%)	100	100	100
	活動指標	飛騨高山ブランドの新商品開発助成の申請件数	件	目標値	2	2	2
				実績値	2	1	0
	算出根拠等			達成率(%)	100	50	0
	成果指標	海外見本市における商談・情報収集件数	件	目標値	300	300	600
				実績値	345	544	446
	算出根拠等			達成率(%)	115	181	74
	成果指標	飛騨高山ブランドの新商品開発件数	件	目標値	2	2	2
実績値				2	0	0	
算出根拠等			達成率(%)	100	0	0	
			目標値				
			実績値				
			達成率(%)				
			目標値				
			実績値				
			達成率(%)				
補足事項							
コスト面	事業費(人件費を除き繰越・補正を含む)		H24 決算額	H25 決算額	H26 決算額		
	歳出(千円)		(A)	5,659	9,042	8,247	
	受益者負担(使用料・負担金等)						
	その他特定財源(国・県支出金・起債等)			1,500	3,500	2,000	
	一般財源			4,159	5,542	6,247	
コスト指標	受益者1件当たり(円)		(A/B)	823	1,423	1,275	
	受益者		(B)	6,876	6,356	6,467	

3 分析・評価(Check) ※平成26年度の実績を評価

評価項目	評価観点	評価基準	評価	評価内容の説明(評価の理由等)
① 市民ニーズの確認	・事業実施に対する市民ニーズの傾向はどうか ・社会情勢の変化など時の経過に伴いニーズは減少していないか	A (2) ニーズが高い	A	高付加価値化や販路拡大のため、商品のブランド化に関する取り組みは依然として多く、その支援に対するニーズは高い。
		B (1) ある程度のニーズがある		
		C (0) ニーズが低い		
② 市が実施する必要性	・市が事業主体であることは妥当か ・国・県・民間の活動と競合していないか	A (2) 事業主体を見直す余地はない	A	・新商品開発や新たなブランドづくり、販路開拓などのブランド強化の取り組みは高いリスクを伴うため、市がそうした市内事業者の取り組みに対して支援を行うことは、市内産業の発展のために重要かつ不可欠である。
		B (1) 一部見直しが必要である		
		C (0) 市が実施する必要性が低い		
③ 活動内容の有効性	・目的とする成果があがっているか ・成果指標などの目標値の達成状況はどうか	A (2) 目的とする成果が十分にあげられている	B	・地域団体商標登録制度に関する支援制度の利用はないものの、国内外の見本市への出展等に対する支援により、販路拡大や人材育成等の成果はでている。
		B (1) 目的とする成果がある程度あがっている		
		C (0) 目的とする成果があがっていないため大幅な見直しが必要である		
④ 執行方法の効率性	・最小限のコストで事業を実施できているか ・委託化など事業の効率化・省力化に向け実施手法に改善の余地はないか ・国等の補助金の活用など市の財政負担を軽減する余地はないか ・受益者負担は適正か	A (2) 事業効率化・コスト縮減等の改善の余地はない	A	・当該対象事業においては、事業主体が高いリスクを背負うこととなるため、補助率としては適正である。 ・対象となる事業に関しては県の補助金を活用するなど、財源の確保に努めている。
		B (1) 事業効率化・コスト縮減等がある程度図られている		
		C (0) 効率化が図られていないため大幅な見直しが必要である		
⑤ 政策面における効果	・事業の実施が市の政策、施策の推進に効果があったか ・総合計画及び主要計画等の目標達成を図る上で有効に機能したか ・市長公約の実現を図る上で有効に機能したか	A (2) 効果があった	B	・国内外の見本市への出展助成により、地場産業の販路拡大等に関しては成果を出しているが、新商品開発等のブランドの強化に関する取り組みをさらに促進していく必要がある。
		B (1) ある程度効果があった		
		C (0) あまり効果が見られなかった		

合計	8 / 10	→	100点換算	80 点
----	--------	---	--------	------

分析・評価で明らかになった課題(FA)評価にするために何が必要なのかを記入)	・地域団体商標登録制度の活用や新商品開発等、ブランドの確立や強化に対する取り組みをさらに進めていく必要がある。
--	---

(参考) H26事業評価結果(二次評価)	・事業効果を検証し、より効果的な補助を行う必要がある。
----------------------	-----------------------------

4 今後の方向性(Action)

課題等に対する27年度の対応状況	・新商品開発や販路拡大の取り組みを促進するため、意欲のある事業者や団体等に対して支援制度の周知を図る。
------------------	---

次年度の実施方針(担当課評価)	○ 維持・改善	拡大	縮小	廃止の検討	H26完了	H27完了予定
	・飛騨高山ブランド戦略の内容を踏まえ、支援制度の内容を検証する。					

二次評価(企画課・総務課・財政課評価)	○ 維持・改善	拡大	縮小	廃止の検討	H26完了	H27完了予定
	(担当課評価に同じ)					