

事業シート(平成30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	行財政運営		
					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	H29実績	H30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)		H29		H30		
		最終予算	決算 (a)	当初予算 (c)	最終予算	増減 (b)-(a)
		9,254	8,283	9,254	9,254	△ 1,407
特定財源	国費 ()					
	県費 ()					
	その他(職員派遣事業雑入)		396		168	△ 228
一般財源		9,254	7,887	9,254	6,708	△ 1,179
個票枝番	主な事業内容					
	運営費	5,054	4,083	5,054	2,676	△ 1,407
	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.平成31年度予算編成(Action)

(千円)

H31予算		実施計画額	9,600
要求額	財務部査定額	市長査定額(d)	増減 (d)-(c)
8,966	9,074	9,074	△ 180
8,966	9,074	9,074	△ 180
査定額	説明		
4,874			
4,200			

※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)	<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"/> H29完了 <input type="checkbox"/> 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持続的に発展させる。 ・外部の知見と人脈を積極的に各種施策に活用する。

5.平成30年度事業実績、評価等(Check) R1.8実施

事業実績	・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、在京の飛驒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	・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だいている。
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 ・東京事務所を拠点とし、首都圏側と地域側双方の多様な主体との連携・協働により、首都圏における「飛驒高山ブランド戦略」の各種取り組みを推進する。 ・経営資源(人、情報)を効果的に各種施策に活用する。

施策の実施方針	
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

03_ブランド戦略課.xlsx_1

事業シート(平成30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	・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		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	H29実績	H30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)		H29		H30		
		最終予算	決算 (a)	当初予算 (c)	最終予算	増減 (b)-(a)
		20,975	12,469	25,410	25,491	6,211
特定財源	国費 ()					
	県費 (販路開拓支援事業補助金 1/2 等)	2,000	2,000	2,000	2,700	700
	その他(飛騨高山ふるさと基金繰入金)	1,900	1,400	3,900	3,100	1,700
一般財源		17,075	9,069	19,510	12,880	3,811
個票枝番	主な事業内容					
	経済観光アドバイザー			1,650	938	938
	飛騨高山ブランド戦略会議等	580	216	580	276	60
◎ 1	インナーブランディングの推進	2,960	649	4,880	4,460	3,811
	新商品開発、見本市出展等のブランド展開に対する支援	17,435	11,468	18,300	13,006	1,538

※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31年度予算編成(Action)

(千円)

H31予算		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)
28,345	25,200	25,200	△ 210
2,000	2,000	2,000	0
	1,700	1,700	△ 2,200
26,345	21,500	21,500	1,990
査定額	説明		
1,650			
720			
4,530			
18,300	新商品開発、販路開拓等に対する支援		

※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必要がある。 ・飛騨高山製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)	<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"/> H29完了 <input type="checkbox"/> H30完了予定

5.平成30年度事業実績、評価等(Check) R1.8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(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	・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。 ・飛騨高山製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)	<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

施策の実施方針	・ブランド力の高いものづくりの推進
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に

03_ブランド戦略課.xlsx_2

主要事業個票(平成30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	<input type="checkbox"/> H30新規	<input 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
				<input checked="" type="checkbox"/> H30拡充	<input type="checkbox"/> H31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		<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	R1.8	

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の実施 ・ものづくりのまち飛騨高山の発信
----	---	----	---

【参考】H29決算(Do・Check) H30.8時点

(千円)

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

【参考】H30当初予算(Action) H30.3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

H30決算(Do・Check) R1.8時点

(千円)

予算額	当初	4,880
	繰越	
	補正等	108
	最終	4,988
決算額		4,460
対前年度増減額(決算)		3,811

H31当初予算(Action)

(千円)

予算額	当初	4,530
主な経費		
	・飛騨高山ブランド研修会講師(謝礼、旅費等)	
	・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)		△ 350

※入札に影響するため公開に適さないなど、記載省略(※)する場合あり

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。 8/27「高根地域」参加者数 40人 9/23「久々野地域」参加者数 41人 10/8「国府地域」参加者数 39人 10/15「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の推進に繋がった。		
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。	<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"/> H29完了 <input type="checkbox"/> 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研修会を行う。 ・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、信頼性のある商品を認証し、認証した商品を積極的に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～冬) ・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。		
9/25「地産地消プレゼンテーション」参加者数 13人(市内飲食業者)		
1/30「飛騨春慶」参加者数 60人(市民、事業者等)		
3/19「飛騨一位一刀彫」40人(市民、事業者等)		
10/23・26「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 40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。		
4/22「朝日地域」参加者数 39人		
8/2「清見地域」参加者数 40人		
9/23「上宝地域」参加者数 37人		
10/21「一之宮地域」参加者数 39人		
・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18の地場産品を認証し、認証した産品のPRを実施した。		
・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った。		
11/15/16 参加者数 10人		
1/17/18 参加者数 24人		
2/7・2/8 参加者数 26人		
【評価】		
・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の推進に繋がった。		
次年度以降の考え方 (担当課)	・H30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取り組む。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る。	<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

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研修会を行う。 ・飛騨高山ブランド写真コンテストの開催 若年層への飛騨高山ブランドの浸透を目的として、市内小中学校の児童・生徒が自分が伝えたい飛騨高山の様々な魅力を探し出し、その素材を市内外へ発信していく。 ・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、信頼性のある地場産品を認証し、認証した産品を積極的にPRする。 ・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(H31年度内) ・飛騨高山ブランド写真コンテスト(H31年度 夏募集開始) ・メイド・バイ飛騨高山認証制度の運用(H31年度内) ・ものづくりから紐解く飛騨高山再発見プロジェクト(H31年度 春)	

事業シート(平成30年度決算)

03_ブランド戦略課.xlsx_4

事業名	20910	飛騨高山応援事業費	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	
				款	2	総務費		個別分野	1	観光		
				項	1	総務管理費		施策概要	1	地域の魅力が伝わる観光地づくり		
				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	・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。 ・観光案内などの各種情報を提供する。 ・市内視察や交流会を実施する。 ・広く市に対する意見を聴取する。
----	-----------------------------	----	--

総合計画等 主な指標	H29実績	H30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)		H29		H30		
		最終予算	決算 (a)	当初予算 (c)	最終予算	増減 (b)-(a)
		2,400	2,103	3,000	3,000	70
特定財源	国費 ()					
	県費 ()					
	その他(飛騨高山ふるさと基金繰入金)	1,000	1,400	900	500	△ 900
一般財源		1,400	703	2,100	1,673	970
個票枝番	主な事業内容					
	飛騨高山「めでたの会」のPR	2,000	1,822	2,000	1,710	△ 112
	特別会員市内見学会、意見交換会	400	281	400	84	△ 197
◎ 1	飛騨高山「めでたの会」会員交流会			600	379	379
	飛騨高山アンバサダーの設置					

※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31年度予算編成(Action)

(千円)

H31予算		実施計画額	2,400
要求額	財務部査定額	市長査定額(d)	増減 (d)-(c)
3,905	3,120	3,120	120
	500	500	△ 400
3,905	2,620	2,620	520
査定額	説明		
1,700	会員募集チラシ等		
430	市内見学会、意見交換会		
490	めでたの会交流会(東京、名古屋、大阪)		
500	飛騨高山アンバサダーの委嘱		

※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29年度事業実績、評価等(Check) H30.8実施

事業実績	・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2回実施 ・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65名、サポート会員86名、一般会員15,480名 計15,631名
評価等	・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、意見をいただく機会になっている。 ・サポート会員の意見を「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ていく必要がある。
次年度以降の考え方(担当課)	・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。 <div><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"/> H29完了 <input type="checkbox"/> H30完了予定</div>

5.平成30年度事業実績、評価等(Check) R1.8実施

事業実績	・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2回実施 ・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25,000名 計25,237名
評価等	・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視察は、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)	・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。 <div><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</div>

施策の実施方針	・地域の魅力が伝わる観光地づくりの推進
担当課 予算要求 ポイント	・会員募集や会員活動の推進 ・市内視察や交流会開催に伴う経費を計上

財務部 査定の 考え方	・積算内容を精査
市長査定 の考え方	・ブランド戦略推進費へ移行

03_ブランド戦略課.xlsx_4

主要事業個票(平成30年度決算)

事業名	20910 飛騨高山応援事業費	区分	<input type="checkbox"/> H30新規	<input 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
			<input checked="" type="checkbox"/> H30拡充	<input type="checkbox"/> H31拡充		款	2	総務費		
枝番・内容	1 飛騨高山「めでたの会」会員交流会		<input type="checkbox"/> その他重要事業			項	1	総務管理費	内線	2278
			<input type="checkbox"/>			目	9	企画費	作成年月	R1.8

事業の目的・概要(Plan)

目的	・会員の相互交流や高山市との結びつきを深めることにより、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	・会員の親睦を深める交流会を開催する。
----	--	----	---------------------

[参考] H29決算(Do・Check) H30.8時点 (千円)

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

[参考] H30当初予算(Action) H30.3時点 (千円)

予算額	当初	600
主な経費	・旅費	
	・会場借上	
対前年度増減額(当初予算)		600

※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

H30決算(Do・Check) R1.8時点 (千円)

予算額	当初	600
	繰越	
	補正等	
	最終	600
決算額		379
対前年度増減額(決算)		379

H31予算要求(Action) (千円)

予算額	当初	490
主な経費	・旅費	
	・交流会消耗品	
対前年度増減額(当初予算)		△ 110

※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"/> H29完了 <input type="checkbox"/> H30完了予定

事業内容、スケジュール	
[事業内容] ・サポート会員等(市外特別会員を含む)を対象に交流会を開催 ・全国3都市(東京・名古屋・大阪)を会場とし、関東、中部、関西の方面別会員の参加を予定 ・交流会は毎年開催(継続)の予定で、今回(初回)は方面別の会として発会式を兼ねる。	
[スケジュール] ・4月～ サポート会員の募集強化(東京飛騨会等への働きかけ) ・7月 関東方面(東京会場)開催予定 ・11月 中部方面(名古屋会場)開催予定 ・2月 関西方面(大阪会場)開催予定	

事業実績、評価等	
[事業実績] ・7/25 関東めでたの会発足 22名参加 ・11/30 中部めでたの会発足 23名参加 ・2/21 関西めでたの会発足 12名参加 【評価等】 ・方面別の交流会を開催し、会員同士の交流を深めることで、市への思いを共有し、応援の機運を高めることができた。	
次年度以降 の考え方 (担当課)	・引き続き会員同士の親睦を深めるとともに、交流会で築いた方面別のコミュニティーを活用し、市の施策に協力いただけるよう検討していく。 <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

事業内容、スケジュール	
[事業内容] ・方面別交流会の開催 会員同士の交流を深めることで、市への思いを共有し、市への応援の機運を高めるとともに、市事業との連携を検討する。	
[スケジュール] ・関東めでたの会の開催(夏) ・中部めでたの会の開催(秋) ・関西めでたの会の開催(冬)	

事業シート(平成30年度決算)

03_ブランド戦略課.xlsx_6

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	・国内外の大学生などのUターン、高山出身者の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(高山市に関わりを持ち、短期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		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		

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、就業移住支援) ・東京圏からの移住支援金(H31～) ・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
----	---	----	---

総合計画等 主な指標	H29実績	H30実績	H31目標
新規移住者数(年間)	293人	327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)		H29		H30		
		最終予算	決算(a)	当初予算(c)	最終予算	決算(b)
		11,107	10,760	9,204	19,231	15,225
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	500	500	3,333
	その他(財産収入 ほか)	4,414	7,348	514	514	390
一般財源		6,693	2,079	8,190	18,217	11,502
個票枝番	主な事業内容					
	ふるさと体験住宅の活用	1,692	1,492	1,104	1,104	855
	移住者の家賃、空家の購入改修に対する支援	8,865	8,883	8,000	18,027	14,193
	移住者の就業に対する支援					

※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31年度予算編成(Action)

(千円)

H31予算		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)
15,279	19,504	19,504	10,300
3,333	8,000	8,000	7,500
514	514	514	0
11,432	10,990	10,990	2,800
査定額	説明		
1,204			
8,000			
10,000	東京23区からの移住に対する支援		

※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。 ・H29完了 ・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。

5.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)
評価等	・ふるさと暮らし・移住促進事業補助金は、年々利用者が増加し、多くの方にご利用いただいている。 ・移住相談会や、広報等による支援制度等のPRにより、移住者実績は327人となり昨年度より増加した。 内、県外からの移住者は238人で、県内の移住実績では1位となった。
次年度以降の考え方(担当課)	・岐阜県と連携し、東京圏からの移住支援金の補助を行う。 ・移住戦略の策定と、民間等と連携した組織を構築し、総合的な移住支援を行える仕組みづくりを行う。 ・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。 ・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。

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 ・飛騨高山ふるさと暮らし・移住促進事業補助金の増額

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_6