

事業シート(令和2年度決算)

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	飛騨高山プロモーション戦略部	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	H31実績	R2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)	H31		R2				
	最終予算	決算(a)	当初予算(c)	最終予算	決算(b)	増減(b)-(a)	
	27,920	15,517	31,130	31,152	14,923	△ 594	
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	2,340	2,000	2,000	0	△ 2,340	
その他(飛騨高山ふるさと基金繰入金等)	1,700	1,400	200	1,693	1,693	293	
一般財源	24,220	11,777	28,930	27,459	13,230	1,453	
個票枝番	主な事業内容						
	経済観光アドバイザー	1,650	1,128	1,980	1,980	1,210	82
	飛騨高山ブランド戦略会議等	720	219	720	720	198	△ 21
◎ 1	インナーブランディングの推進	4,540	3,748	12,630	12,652	10,575	6,827
	新商品開発、見本市出展等のブランド展開に対する支援	18,300	9,579	15,800	15,800	2,940	△ 6,639
	聖火リレーPR事業	2,710	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3年度予算編成(Action)

(千円)

R3予算		実施計画額		24,000
要求額	財務部査定額(d)	市長査定額(d)	増減(d)-(c)	
24,195	21,160	21,160	△ 9,970	
2,000	2,000	2,000	0	
22,195	19,160	19,160	△ 9,770	
査定額	説明			
1,980				
550				
5,330	デジタルアーカイブ事業(映像等記録作成)、メイド・バイ・飛騨高山認証制度ほか			
13,300				

※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・バイ飛騨高山認証製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

5.令和2年度事業実績、評価等(Check) R3.8実施

事業実績	<ul style="list-style-type: none"> ・飛騨高山ブランド戦略会議の開催 1回 ・高山市経済観光アドバイザーの活用 全体会議1回 個別会議4回 ・メイド・バイ飛騨高山認証産品事業者による新商品開発や国内外web媒体を通じての販路開拓EC販売サイトリニューアルなどに対して支援(4件 2,340千円) ・地場産業の販路開拓に対する支援(1件 600千円) ・飛騨高山ブランドフォーラム、セミナー、研修会の開催(7回 323人参加) ・メイド・バイ飛騨高山認証制度を運用し、3産品を認証 ・ものづくりに関する若手人材の育成(市内・首都圏での展示会、パンフレットの作成) ・デジタルアーカイブ事業(映像等記録作成)の実施
評価等	<ul style="list-style-type: none"> ・メイド・バイ飛騨高山認証産品の作り手による講演会を開催し、市民へのインナーブランディングを図った。 ・ものづくりに関する若手人材の育成のため、市内および東京都において展示会を開催するとともに、ものづくり人材にフォーカスしたパンフレットを製作し、市内中学校、高等学校等に配布した。 ・市内に現存する有形無形の貴重な資源を、写真・映像・聞き書きにより記録するデジタルアーカイブ事業を実施
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、市民・事業者・行政が共通認識を持って飛騨高山ブランドを確立するため、インナーブランディングを推進するとともに、さまざまな機会やSNSを活用して匠の国としての魅力・価値の発信を行う。
	<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"/> R2完了 <input type="checkbox"/> R3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	・財務部査定のとおりに
--------------	-------------

主要事業個票(令和2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"/> R2新規	<input type="checkbox"/> R3新規	予算	会計	1	一般会計	担当課	飛騨高山プロモーション戦略部 ブランド戦略課
枝番・内容	1 インナーブランディングの推進		<input checked="" type="checkbox"/> R2拡充	<input type="checkbox"/> R3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	R3.8

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 ・ものづくりから紐解く飛騨高山再発見プロジェクト ・飛騨高山ブランドフォーラムの実施 ・ものづくりのまち飛騨高山の発信
----	--	----	---

【参考】H31決算(Do-Check) R2.8時点 (千円)

予算額	当初	4,530
	繰越	
	補正等	10
	最終	4,540
決算額		3,748
対前年度増減額(決算)		△ 4,368

【参考】R2当初予算(Action) R2.3時点 (千円)

予算額	当初	12,630
主な経費	・飛騨高山ブランドフォーラム等講師	
	・メイド・バイ飛騨高山認証制度の運用	
	・ものづくりから紐解く飛騨高山再発見プロジェクト	
	・デジタルアーカイブ事業	
対前年度増減額(当初予算)		8,100

※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

R2決算(Do-Check) R3.8時点 (千円)

予算額	当初	12,630
	繰越	
	補正等	22
	最終	12,652
決算額		10,575
対前年度増減額(決算)		6,827

R3当初予算(Action) (千円)

予算額	当初	5,330
主な経費	・飛騨高山ブランドフォーラム等講師	
	・メイド・バイ飛騨高山認証制度の運用	
	・ものづくり人材育成(市内展示)	
	・デジタルアーカイブ事業	
対前年度増減額(当初予算)		△ 7,300

※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	
[5/29-30 第3回 ものづくりから紐解く飛騨高山再発見プロジェクト実施 講師:山田遊 参加者:15名 (第4回は11/7-8)	
8/5 飛騨高山ブランドフォーラム開催 講師:経済観光アドバイザー(吉澤・矢ヶ崎・高橋) 参加者:220名	
7月 飛騨高山ブランド写真コンテスト募集開始	
8月末 メイド・バイ飛騨高山認証制度 申請締切(審査 12月)	
次年度以降の考え方(担当課)	・ものづくりから紐解く飛騨高山再発見プロジェクトの市外への発展を図るとともに、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 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

事業内容、スケジュール	
[事業内容]	
・飛騨高山ブランドフォーラム等 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、市内の地場産業の担い手等によるセミナーを実施。	
・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、認証した産品の積極的なPRを実施。	
・ものづくりから紐解く飛騨高山再発見プロジェクト 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。 東京、高山の展示会等での実践。	
・デジタルアーカイブ事業 飛騨高山の風土と飛騨人の暮らしや行事・風景・地域への想いなどを写真・映像・音声として記録し、活用する。	
・ものづくりを行う人材に焦点を当てたパンフレット作成	
[スケジュール] 新型コロナウイルス感染症の影響により今後検討	
当初スケジュール ・飛騨高山ブランドフォーラム等:随時実施 ・メイド・バイ飛騨高山認証制度の運用:4月募集、11月審査会、2月認定 ・ものづくりから紐解く飛騨高山再発見プロジェクト 9月ものづくり実践塾開催、11月ものづくり実践塾・市内展示会開催、2月 東京展示会開催 ・デジタルアーカイブ事業 5月記録地点の選定、7月～2月撮影、3月公開 ・ものづくりを行う人材に焦点を当てたパンフレット作成 7月作成開始、12月データ納品、冊子印刷	
次年度以降の考え方(担当課)	・ものづくり人材育成については、作り手たちの人的ネットワークを構築し、今後の自発的な取り組みに波及させる。 ・デジタルアーカイブ事業については、インナーブランディングとしてだけでなく、プロモーション活動にも活用できるよう取り組む。
	<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"/> R2完了 <input type="checkbox"/> R3完了予定

事業実績・評価等	
[事業実績]	
・飛騨高山ブランドフォーラム等 メイド・バイ飛騨高山認証産品の作り手による講演会や高校でのセミナーのほか、経済観光アドバイザーを講師に迎えた民間事業者主催によるフォーラムを開催し、市民へのインナーブランディングを図った。	
・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3産品を認証するとともに、デジタルアーカイブ事業やふるさと寄附推進事業においてメイド・バイ飛騨高山認証産品を活用し、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 市内の若手職人の存在をアピールするための展示会を市内・東京都で開催した。あわせて、ものづくりを行う人材に焦点を当てたパンフレットを製作・配布し、市民のインナーブランディングを推進するとともに、「ものづくりのまち飛騨高山」のPRを実施した。	
・デジタルアーカイブ事業 市内に現存する有形無形の貴重な資源を、写真・映像・聞き書きで記録・保存するデジタルアーカイブ事業を実施した。 写真:歴史的景観をテーマに撮影地を選定し、市民ボランティア8名に協力いただき撮影した。 映像:ものづくり(メイド・バイ飛騨高山認証産品)から選定し、飛騨一位一刀彫、飛騨さしこ、宮笠、有道しやくしの製作工程を記録した。 聞き書き:清見地域、高根地域から各2名を選定し、公募による聞き書き作者により記録した。	
[評価等] ・様々な手法により飛騨高山ブランドの魅力・価値の理解を深め、意識の醸成を図ることができた。	
次年度以降の考え方(担当課)	・ものづくり人材育成については、作り手たちの人的ネットワークを構築し、今後の自発的な取り組みに波及させる。 ・デジタルアーカイブ事業については、インナーブランディングとしてだけでなく、プロモーション活動にも活用できるよう取り組む。
	<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"/> R2完了 <input type="checkbox"/> R3完了予定

事業内容、スケジュール	
[事業内容]	
・飛騨高山ブランドフォーラム等 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、市内の地場産業の担い手等によるセミナーを実施する。	
・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。	
・ものづくり人材育成(市内展示) 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ため、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、人的ネットワークを構築しながら市内展示会を実施する。	
・デジタルアーカイブ事業 飛騨高山の風土と飛騨人の暮らしや行事・風景・地域への想いなどを映像等のデジタル媒体で記録し、活用する。	
[スケジュール] ・飛騨高山ブランドフォーラム等:随時実施 ・メイド・バイ飛騨高山認証制度の運用 4月募集、11月審査会、2月認定 初年度(平成30年度)に認証した18産品の継続認証に向けた審査 ・ものづくり人材育成(市内展示) 6月プロポーザル審査により委託事業者の選定、10月市内展示会開催 ・デジタルアーカイブ事業 7月記録対象の選定、8月～2月記録	

事業シート(令和2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	・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	飛騨高山プロモーション戦略部	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
----	---	----	---

総合計画等 主な指標	H31実績	R2実績	R6目標
新規移住者数(年間)	361人	332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)	H31		R2				
	最終予算	決算(a)	当初予算(c)	最終予算	決算(b)	増減(b)-(a)	
	16,528	9,530	13,660	13,660	12,029	2,499	
特定財源							
国費()							
県費(空き家総合整備事業補助金)	8,000	1,666	2,000	2,000	2,111	445	
その他(財産収入、飛騨高山ふるさと基金繰入金)	514	437	614	514	514	77	
一般財源	8,014	7,427	11,046	11,146	9,404	1,977	
個票枝番	主な事業内容						
	ふるさと体験住宅の活用	1,183	1,001	1,310	1,310	600	△ 401
	移住者の家賃、空き家の取得・改修に対する支援	8,000	8,257	8,000	8,000	9,858	1,601
	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)	7,045	0	2,000	2,000	0	
	飛騨地域3市1村連携による移住・定住促進			2,200	2,200	1,431	1,431

※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3年度予算編成(Action)

(千円)

R3予算		実施計画額		15,000
要求額	財務部査定額(d)	市長査定額(d)	増減(d)-(c)	
15,701	12,970	12,970	△ 690	
3,721	1,527	1,527	△ 473	
514	514	514	△ 100	
11,466	10,929	10,929	△ 117	
査定額	説明			
1,210				
9,000				
1,000				
1,600				

※入札に影響するため公開に適さないなど、記載省略(※)する場合があります。

3.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)	・人口減少や少子高齢化社会への対応に加え、働き方の変化や関係人口の創出など、新型コロナウイルス感染症の対応も踏まえた移住戦略を策定し、総合的な移住支援に取り組む。 <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

5.令和2年度事業実績、評価等(Check) R3.8実施

事業実績	・移住相談会の実施(オンライン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21件、取得・改修7件) ・ふるさと体験施設「秋神の家」の利用(1世帯2人) ・移住者向け空き家バンクの活用(成約件数6件)
評価等	・移住実績は332人となった。うち、県外からの移住者は264人となり、県内市町村では3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)	・令和3年4月に策定した移住戦略に基づき、飛騨高山移住定住サポートセンターを開設し、移住に関する窓口を一元化することで移住検討者に寄り添った相談対応を行い、多様な移住スタイルを支援する。今後、移住後のサポート体制も構築し、定住に繋げるよう取り組みを推進する。 ・物産展等さまざまな機会を捉えて、当市の自然環境や子育て環境をはじめとする市独自の魅力を伝え、全国から人を呼び込む。 <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"/> R2完了 <input type="checkbox"/> R3完了予定

担当課 予算要求 ポイント	移住者の家賃、空き家の取得・改修に対する支援など、移住定住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	・財務部査定のとおりに

事業シート(令和2年度決算)

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						
				目	15	ブランド戦略推進費		根拠計画				
担当課	飛騨高山プロモーション戦略部	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	H31実績	R2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)	H31			R2			
	最終予算	決算(a)	当初予算(c)	最終予算	決算(b)	増減(b)-(a)	
	152,746	141,094	184,220	388,198	333,257	192,163	
特定財源							
国費()							
県費()							
その他()							
一般財源	152,746	141,094	184,220	388,198	333,257	192,163	
個票枝番	主な事業内容						
	ふるさと寄附贈呈品	119,000	110,115	134,000	293,000	249,802	139,687
	高島屋カタログへの掲載	3,200	1,100	1,100	1,100	1,100	0
	ポータルサイトの運営	26,366	25,902	39,600	84,578	75,037	49,135
◎ 1	ふるさと納税推進業務委託			8,800	8,800	6,600	6,600

※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3年度予算編成(Action)

(千円)

R3予算		実施計画額		472,000
要求額	財務部査定額(d)	市長査定額(d)	増減(d)-(c)	
476,437	471,900	471,900	287,680	
476,437	471,900	471,900	287,680	
査定額	説明			
330,000				
0				
97,000				
44,000				

※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品) ・企業版ふるさと納税制度の活用 協力企業4社(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。 	

5.令和2年度事業実績、評価等(Check) R3.8実施

事業実績	<ul style="list-style-type: none"> ・ふるさと寄附金の採納 22,931件 834,463,087円 ・ふるさと寄附贈呈品送付件数 18,672件 ・ふるさと寄附贈呈品数の拡大(440→849品) ・企業版ふるさと納税制度の活用 協力企業4社 寄附金額16,500千円 ・民間事業者の有するノウハウやスキルを活用し、ふるさと寄附贈呈品の充実や掲載内容の刷新を行った。 	<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"/> R2完了 <input type="checkbox"/> R3完了予定
評価等	<ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染症拡大による巣ごもり需要の高まりや災害被災地への支援が全国的にも広がった。このような社会情勢の中、民間事業者の有するノウハウやスキルを活用し、ふるさと寄附贈呈品の充実やふるさと納税ポータルサイトの刷新を行い、寄附額・寄附件数とも過去最高の結果となった。 	
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、事業者や返礼品の登録を行い、寄附の獲得ならびに寄附者との関係深化を図る。 ・ふるさと納税返礼品をきっかけとした地場産品やシティブロモーションの展開を図る。 ・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	<ul style="list-style-type: none"> ・寄附額のさらなる増加を目指し、お礼の品の充実やPRの強化など、民間のノウハウを活用した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	<ul style="list-style-type: none"> ・積算内容を精査 ・高島屋カタログへの掲載については、実績等を踏まえ見送り
-------------------	--

市長査定 の考え方	<ul style="list-style-type: none"> ・財務部査定のとおりに
--------------	---

主要事業個票(令和2年度決算)

事業名	21580 ふるさと寄附推進事業費	区分	<input checked="" type="checkbox"/> R2新規	<input type="checkbox"/> R3新規	予算	会計	1	一般会計	担当課	飛騨高山プロモーション戦略部 ブランド戦略課
枝番・内容	1 ふるさと納税推進業務委託		<input type="checkbox"/> R2拡充	<input type="checkbox"/> R3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	R3.8

事業の目的・概要(Plan)

目的	<ul style="list-style-type: none"> ・インターネット等において、ふるさと寄附贈呈品の魅力がより伝わりやすい表現へと見直すことにより、寄附者の増加につなげる。 ・ふるさと寄附贈呈品の提供事業者の拡大、新たな贈呈品の発掘・開発等により、地場産品の消費拡大による地域活性化を図る。 	概要	・民間事業者の有するノウハウやスキルを活用し、ふるさと寄附贈呈品のeコマース戦略の展開、提供事業者や新規アイテムの拡充等をすすめる。
----	--	----	--

【参考】H31決算(Do-Check) R2.8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】R2当初予算(Action) R2.3時点 (千円)

予算額	当初	8,800
主な経費	ふるさと納税推進業務の委託	
	対前年度増減額(当初予算)	

※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

R2決算(Do-Check) R3.8時点 (千円)

予算額	当初	8,800
	繰越	
	補正等	
	最終	8,800
決算額		6,600
対前年度増減額(決算)		6,600

R3当初予算(Action) (千円)

予算額	当初	44,000
主な経費	返礼品の拡充やインターネット対策などを行う寄附獲得推進業務および寄附管理業務	
	対前年度増減額(当初予算)	

※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]	
[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"/> 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]	<ul style="list-style-type: none"> ・ふるさと納税推進業務委託 選定方法:プロポーザル方式 業務内容:ふるさと寄附贈呈品の発掘・新商品等の開発、インターネット掲載情報の充実、提供事業者向けの研修会の開催ほか
[スケジュール]	6月 募集開始(告示) 7月 プロポーザル審査 10月 委託業務の開始

事業実績・評価等	
[事業実績]	<ul style="list-style-type: none"> ・当市への寄附者を増加させるとともに、返礼品事業者の機運の醸成、地域経済の好循環の創出につなげるため、返礼品提供事業者向け研修会の開催、返礼品の拡充、ふるさと納税ポータルサイトの掲載内容の刷新を行った。 ・新型コロナウイルス感染症拡大による巣ごもり需要の高まりや災害被災地への支援が全国的にも広がった。このような社会情勢の中、民間事業者の有するノウハウやスキルを活用し取り組みを進めたことで、寄附額・寄附件数ともに過去最高の結果となった。
[評価等]	<ul style="list-style-type: none"> ・ふるさと納税ポータルサイトの掲載内容の刷新や返礼品の充実により、過去最高の寄附を獲得することができた。
次年度以降の考え方(担当課)	<ul style="list-style-type: none"> ・様々な創意工夫により、本制度を活用した財源確保、地域経済の活性化に取り組む。 <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"/> R2完了 <input type="checkbox"/> R3完了予定

事業内容、スケジュール	
[事業内容]	<ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍の影響を受けている市内事業者のネットでの販路拡大を支援し需要を喚起するとともに、当市への更なる寄附の獲得を目指すため、業務受託者をプロポーザル方式にて選定し、以下の業務を推進。 (1) 寄附受付、返礼品管理など寄附管理業務 (2) ふるさと納税ポータルサイトへの返礼品登録情報のブラッシュアップ、返礼品提供事業者および返礼品の拡充、事業者向け研修会の開催など寄附獲得推進業務
[スケジュール]	1月 募集開始(告示) 2月 プロポーザル審査 4月 委託業務の開始