

事業シート(令和3年度決算)

28.ブランド戦略課1

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	根拠計画		過疎地域持続的発展計画				
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"> <li>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。</li> </ul>	概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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</li> <li>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</li> </ul>
----	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

総合計画等	主な指標	R2実績	R3実績	R6目標

2.事業の実施結果等(Do)

歳出事業費 (職員人件費を除く)		R2		R3			(千円)
		最終予算	決算(a)	当初予算(c)	最終予算	決算(b)	増減(b)-(a)
		31,152	14,923	21,160	15,030	7,406	△ 7,517
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	0	2,000	2,000	0	
	その他( 飛騨高山ふるさと基金繰入金等 )	1,693	1,693				△ 1,693
一般財源		27,459	13,230	19,160	13,030	7,406	△ 5,824
個票枝番	主な事業内容						
	経済観光アドバイザー	1,980	1,210	1,980	1,980	655	△ 555
	飛騨高山ブランド戦略会議等	720	198	550	550	188	△ 10
	インナーブランディングの推進	12,652	10,575	5,330	5,200	3,539	△ 7,036
	新商品開発、見本市出展等のブランド展開に対する支援	15,800	2,940	13,300	7,300	3,024	84

※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4年度予算編成(Action)

R4予算		実施計画額		24,000
要求額	財務部査定額	市長査定額(d)	増減(d)-(c)	
18,221	18,250	18,250	△ 2,910	
18,221	18,250	18,250	△ 910	
査定額	説明			
2,040				
210				
3,200	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			
12,800				

※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.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"> <li>飛騨高山ブランド戦略会議の開催 1回</li> <li>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</li> <li>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)</li> <li>地場産業の販路開拓に対する支援(1件 600千円)</li> <li>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)</li> <li>メイド・バイ飛騨高山認証制度を運用し、3産品を認証</li> <li>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)</li> <li>デジタルアーカイブ事業(映像等記録作成)の実施</li> </ul>
評価等	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>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</li> </ul>
次年度以降の考え方(担当課)	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>
	<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

5.令和3年度事業実績・評価等(Check) R4.8実施

事業実績	<ul style="list-style-type: none"> <li>飛騨高山ブランド戦略会議の開催 1回</li> <li>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5回</li> <li>メイド・バイ飛騨高山認証産品事業者による販路開拓や高山産品のフードバリエーション化(コーシャ認証取得)などに対して支援(4件 2,558千円)</li> <li>地場産業の販路開拓に対する支援(1件 466千円)</li> <li>飛騨高山ブランドフォーラム、セミナー、研修会の開催(4回 330人参加)</li> <li>メイド・バイ飛騨高山認証制度を運用し、2産品を認証</li> <li>飛騨高山ものづくりオンライン展示会の実施</li> <li>デジタルアーカイブ事業(映像等記録作成)の実施</li> </ul>
評価等	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>ものづくりに関する若手人材の育成のため、オンラインによる展示会を開催した。</li> <li>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</li> </ul>
次年度以降の考え方(担当課)	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>
	<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"/> R3完了 <input type="checkbox"/> R4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
--------------	-------------

28.ブランド戦略課1

21550



事業シート(令和3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		移住戦略		
			目	15	ブランド戦略推進費		根拠計画		過疎地域持続的発展計画		
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	・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 ・移住コーディネーター制度の運用、移住者ネットワーク組織の運営(R4～)
----	-------------------------------------------------------------------------	----	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

総会計画等 主な指標	R2実績	R3実績	R6目標
新規移住者数(年間)	332人	307人	-

2.事業の実施結果等(Do)

		R2		R3		(千円)	
歳出事業費 (職員人件費を除く)		最終予算	決算(a)	当初予算(c)	最終予算	決算(b)	増減(b)-(a)
		13,660	12,029	12,970	23,035	22,086	10,057
特定財源	国費( )						
	県費( 空き家総合整備事業補助金 )	2,000	2,111	1,527	1,527	5,682	3,571
	その他( 財産収入、飛騨高山ふるさと基金繰入金等 )	514	514	514	1,514	1,372	858
一般財源		11,146	9,404	10,929	19,994	15,032	5,628
個票枝番	主な事業内容						
	ふるさと体験住宅の活用	1,310	600	1,210	1,208	660	60
	移住者の家賃、空き家の取得・改修に対する支援	8,000	9,858	9,000	19,000	19,197	9,339
	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)	2,000	0	1,000	1,000	600	600
	飛騨地域3市1村連携による移住・定住促進	2,200	1,431	1,600	1,600	1,170	△ 261
	移住コーディネーター設置						

4.令和4年度予算編成(Action)

		R4予算		実施計画額		15,840	
要求額	財務部査定額	市長査定額(d)	増減(d)-(c)				
13,643	13,583	13,683	713				
2,750	2,750	2,750	1,223				
514	514	514	0				
10,379	10,319	10,419	△ 510				
査定額	説明						
1,120							
9,000							
1,000							
1,400							
840							

※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。

※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.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)
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

5.令和3年度事業実績、評価等(Check) R4.8実施

事業実績	・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29件、取得・改修14件) ・東京圏からの移住に対する助成 1件 ・ふるさと体験施設「秋神の家」の利用(6世帯11人)
評価等	・移住実績は307人となった。うち、県外からの移住者は245人となり、県内市町村では4年連続で最多となった。
次年度以降の考え方(担当課)	・飛騨高山移住定住サポートセンター、移住コーディネーター制度、移住者ネットワーク組織の運営により、高山に移住したい方、移住した方に寄り添った支援を行っている。 ・市外での催し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 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"/> R3完了 <input type="checkbox"/> R4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・改修に対する支援や、移住コーディネーターによる移住相談対応など、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3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"> <li>・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。</li> <li>・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。</li> <li>・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。</li> </ul>	概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ふるさと寄附の申出受付、寄附金の採納</li> <li>・ふるさと寄附のPR</li> <li>・寄附者への贈呈品送付、寄附金の使途等のお知らせ</li> <li>・企業版ふるさと納税の推進 ほか</li> </ul>
----	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

総合計画等	主な指標	R2実績	R3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)	R2		R3				
	最終予算	決算(a)	当初予算(c)	最終予算	決算(b)	増減(b)-(a)	
	388,198	333,257	471,900	1,084,534	1,012,938	679,681	
特定財源							
国費( )							
県費( )							
その他(寄付金)							
一般財源	388,198	333,257	471,900	1,084,534	1,012,938	679,681	
個票枝番	主な事業内容						
	ふるさと寄附贈呈品	293,000	249,802	330,000	742,800	673,032	423,230
	高島屋カタログへの掲載	1,100	1,100	0	0	0	△ 1,100
	ポータルサイトの運営	84,578	75,037	97,000	227,465	225,453	150,416
◎ 1	ふるさと納税推進業務委託	8,800	6,600	44,000	113,000	113,188	106,588
	寄附者への受領証発送等	720	718	900	1,269	1,265	547

4.令和4年度予算編成(Action)

(千円)

R4予算		実施計画額		958,400
要求額	財務部査定額	市長査定額(d)	増減(d)-(c)	
938,360	957,520	958,400	486,500	
	957,520	958,400	958,400	
938,360	0	0	△ 471,900	
査定額	説明			
652,000				
0				
193,300				
90,200				
22,900				

※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。

※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.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"> <li>・ふるさと寄附金の採納 22,931件 834,463,087円</li> <li>・ふるさと寄附贈呈品送付件数 18,672件</li> <li>・ふるさと寄附贈呈品数の拡大 849品</li> <li>・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</li> <li>・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。</li> </ul>	<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"> <li>・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。</li> </ul>	
次年度以降の考え方(担当課)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・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プロモーションの展開を図る。</li> <li>・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。</li> </ul>	

5.令和3年度事業実績・評価等(Check) R4.8実施

事業実績	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ふるさと寄附金の採納 86,319件 2,266,110,300円</li> <li>・ふるさと寄附贈呈品送付件数 82,824件</li> <li>・ふるさと寄附贈呈品数の拡大 1,485品</li> <li>・企業版ふるさと納税制度の活用 協力企業6社 寄附金額16,700千円</li> <li>・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PRを図った。</li> </ul>	<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"/> R3完了 <input type="checkbox"/> R4完了予定
評価等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・寄附者に訴求する応援メニューとともに、民間事業者の有するノウハウやスキルを活用してふるさと寄附贈呈品の充実や効果的なPRを行った結果、多くの方に応援いただくことができ、寄附額・寄附件数とも過去最高となった。</li> </ul>	
次年度以降の考え方(担当課)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・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プロモーションの展開を図る。</li> <li>・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。</li> </ul>	

担当課 予算要求 ポイント	<ul style="list-style-type: none"> <li>・寄附額のさらなる増加を目指し、新規ポータルサイトの導入や民間のノウハウを活用した運営業務の実施に必要な経費を計上</li> <li>・ワンストップ特例制度に係る業務の円滑な実施に必要な経費を計上</li> </ul>
---------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

財務部 査定の 考え方	<ul style="list-style-type: none"> <li>・寄附受領証等に係る郵送料について、事業課とのヒアリングに基づき必要な金額を追加(総務行政事務費から移行)</li> </ul>
市長査定 の考え方	<ul style="list-style-type: none"> <li>・高額寄附者への感謝状贈呈に必要な金額を追加</li> </ul>

# 主要事業個票(令和3年度決算)

事業名	21580 ふるさと寄附推進事業費	区分	<input type="checkbox"/> R3新規	<input type="checkbox"/> R4新規	予算	会計	1	一般会計	担当課	驛高山プロモーション戦略部ブランド戦略	
			<input checked="" type="checkbox"/> R3拡充	<input type="checkbox"/> R4拡充		款	2	総務費			
枝番・内容	1 ふるさと納税推進業務委託	<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	R4.8		

## 事業の目的・概要(Plan)

目的	寄附額の更なる獲得のため、民間のノウハウを活用したふるさと寄附推進業務の実施	概要	令和2年度は、事業者へのWeb展開対策勉強会と4つある寄附受入ポータルサイトのうち2サイトを重点的にブラッシュアップいただく業務を民間に委託した。令和3年度は、更なる寄附獲得のため、寄附受入ポータルサイト5つ全てのブラッシュアップ、また寄附受入業務を全て委託し、事業者の開拓・お礼品の拡充・開発から、ふるさと納税のPRなど幅広く業務を展開していただく内容で民間会社に業務を委託する。
----	----------------------------------------	----	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### [参考] 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

### [参考] R3当初予算(Action) R3.3時点 (千円)

予算額	当初	44,000
主な経費	委託料	
	・お礼品のWeb展開対策	・事業者への勉強会
	・事業者、お礼品の拡充	・ふるさと納税PR活動
	・寄附受入管理業務	
	・寄附額4億円を超える部分の成功報酬	
対前年度増減額(当初予算)		35,200

※入札に影響するため公開に適さないなど、記載省略(※)する場合あり

### R3決算(Do・Check) R4.8時点 (千円)

予算額	当初	44,000
	繰越	
	補正等	69,000
	最終	113,000
決算額		113,188
対前年度増減額(決算)		106,588

### R4当初予算(Action) (千円)

予算額	当初	90,200
主な経費	委託料	
	・お礼品のWeb展開対策	・事業者への勉強会
	・事業者、お礼品の拡充	・ふるさと納税PR活動
	・寄附受入管理業務	
	・寄附額4億円を超える部分の成功報酬	
対前年度増減額(当初予算)		46,200

※入札に影響するため公開に適さないなど、記載省略(※)する場合あり

事業実績、評価等	
[事業実績]	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・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。</li> </ul>	
[評価等]	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul>	
次年度以降の考え方(担当課)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul>
	<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"> <li>・お礼品のWeb展開対策               <ul style="list-style-type: none"> <li>全ての寄附受入ポータルサイト(ふるさとチョイス、楽天、ふるなび、さとふる、三越伊勢丹※令和3年度新規導入予定)のネット対策を実施する。お礼品名称から、文章、中身、写真などすべての項目を修正し、寄附者に訴求する内容への更新する。</li> </ul> </li> <li>・事業者への勉強会               <ul style="list-style-type: none"> <li>定期的に事業者への勉強会を実施し、寄附者に訴求するためのネット販売ノウハウを事業者に行う。ブラッシュアップのみではなく、事業者側の自主的なお礼品開発や写真修正を促す。</li> </ul> </li> <li>・事業者、お礼品の拡充               <ul style="list-style-type: none"> <li>事業者への営業活動の上、事業者数の増加、お礼品の数の増加を図る。</li> </ul> </li> <li>・ふるさと納税PR活動               <ul style="list-style-type: none"> <li>各サイトのメルマガを使用した寄附者へのリピーター促進活動。各サイトでのイベントや特集への掲載や、高山市独自のイベント等を行い、寄附増加を図る。</li> </ul> </li> <li>その他、プロポーザル契約により提案事業を実施</li> <li>・寄附受入管理業務など               <ul style="list-style-type: none"> <li>各サイトからの寄附の受入管理、お礼品の受発注、事業者、寄附者の対応。またクレーム対応など。※寄附受入状況に合わせ、効果的なPR活動や施策を実施するうえで、本業務を委託することで合理化を図る。</li> </ul> </li> </ul>	
[スケジュール]	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ふるさと寄附の推進のための業務委託(R3年度内)</li> </ul>	
次年度以降の考え方(担当課)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul>
	<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"/> R3完了 <input type="checkbox"/> R4完了予定

事業実績、評価等	
[事業実績]	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・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充実やPRを図った。</li> <li>・寄附者に訴求する応援メニューとともに、民間事業者の有するノウハウやスキルを活用してふるさと寄附贈呈品の充実や効果的なPRを行った結果、多くの方に応援いただくことができ、寄附額・寄附件数とも過去最高となった。</li> </ul>	
[評価等]	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ふるさと納税ポータルサイトの掲載内容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。</li> </ul>	
次年度以降の考え方(担当課)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul>
	<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"/> R3完了 <input type="checkbox"/> R4完了予定

事業内容、スケジュール	
[事業内容]	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・お礼品のWeb展開対策               <ul style="list-style-type: none"> <li>全ての寄附受入ポータルサイト(ふるさとチョイス、楽天、ふるなび、さとふる、三越伊勢丹)のネット対策を実施する。お礼品名称から、文章、中身、写真などすべての項目を修正し、寄附者に訴求する内容への更新する。</li> </ul> </li> <li>・事業者への勉強会               <ul style="list-style-type: none"> <li>定期的に事業者への勉強会を実施し、寄附者に訴求するためのネット販売ノウハウを事業者に行う。ブラッシュアップのみではなく、事業者側の自主的なお礼品開発や写真修正を促す。</li> </ul> </li> <li>・事業者、お礼品の拡充               <ul style="list-style-type: none"> <li>事業者への営業活動の上、事業者数の増加、お礼品の数の増加を図る。</li> </ul> </li> <li>・ふるさと納税PR活動               <ul style="list-style-type: none"> <li>各サイトのメルマガを使用した寄附者へのリピーター促進活動。各サイトでのイベントや特集への掲載や、高山市独自のイベント等を行い、寄附増加を図る。</li> </ul> </li> <li>その他、プロポーザル契約により提案事業を実施</li> <li>・寄附受入管理業務など               <ul style="list-style-type: none"> <li>各サイトからの寄附の受入管理、お礼品の受発注、事業者、寄附者の対応。またクレーム対応など。※寄附受入状況に合わせ、効果的なPR活動や施策を実施するうえで、本業務を委託することで合理化を図る。</li> </ul> </li> </ul>	
[スケジュール]	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ふるさと寄附の推進のための業務委託(R4年度内)</li> </ul>	