

事務事業評価表（内部管理事務等）

1次評価日（主幹等） 2年3月31日

2次評価日（課長等） 2年3月31日

1 事業名	ブランド推進事業			コード	8101	
2 担当部課	部等	産業振興部	課等	ブランド推進室	作成者	伊藤 和彦
3 事業概要	目的体系	基本目標	人が集い、にぎわいと活力あふれるまち			
		政策	地域資源の活用	施策	ブランドの振興	
		予算科目	ブランド推進事業費	業務委託	一部委託	
		実施義務	その他（内部事務等）	国県補助	なし	
		根拠法令	なし			

●事業の実施内容（D0）

4 事業の概要等	*対象者（誰のため）、意図（どのような状態にしたいのか）				
事業の概要 （簡潔に）	シルクの歴史や文化、豊かな自然などの地域資源を活かした魅力ある地域づくりを進めるとともに、岡谷ブランドとして積極的に情報発信し、本市の認知度を高め、交流人口を増加させることで、移住、さらには定住意欲の醸成につなげる。				
目的	対象者	市民及び市外在住者			
	意図	地域外からの誘客と市民の地元に対する愛着心の醸成。地域経済の活性化。			

5 事業の実施内容

*元年度に、いつ・どこで・誰が・何を・どのように行ったか、という具体的な内容

- 岡谷ブランドマネジメント事業
 - おokayブランドプロモーション協議会への支援（負担金）
 - 活動実績の検証と今後の活動方針検討
 - レンタサイクル事業
 - 自転車遠乗りイベント「JAZOO-MANIA」をイルフ童画館と共同開催
 - 岡谷ブランド情報発信 Facebook、市ホームページ、報道等による情報発信。
 - 事業実績の検証
- 岡谷ブランド推進PR活動
 信州シルクロード連携協議会との連携によるPR活動。
 慶應義塾大学日吉キャンパスでの武井展の開催による岡谷ブランド発信、岡谷市の観光PR活動。
 武井武雄作品の商標登録調査及び出願申請。
 市内の保育園児がイルフ童画館を見学するための送迎。
- 地域おこし協力隊ブランド推進事業
 岡谷市地域おこし協力隊として、岡谷ブランドの核となる「オール岡谷産」のシルク商品の確立や新たなシルク文化の創出、岡谷ブランドブックのアクションプランの推進を図るとともに、任期中に培った知識を生かし3年後の起業や事業化により本市への定住・定着を図る。
 - 養蚕振興
 - 蚕室整備：蚕室・蚕具清掃、消毒
 - 桑園整備：春蚕用桑剪定・カミキリムシ被害株対応・除草・施肥
 - 箕輪桑園管理：除草・施肥
 - 配蚕 摘桑、給桑、成長に合わせての管理・環境管理
 - 上簇・営繭環境管理
 - 収繭・出荷（春蚕）約4.2kg
 - 箕輪桑園管理：桑株夏切り、枯れ株抜根、除草、施肥等
 - 養蚕関係者全体会議
 - ブランド化
 - 博物館HP操作研修・情報発信強化打合せ
 - 博物館・シルク・岡谷市関連情報発信の現状リサーチ・提案書作成
 - 岡谷絹の調査・岡谷周辺の絹製品リスト化
 - 絹工房 販売商品開発・製作・販売 アドバイス等
 - 2019シルクフェア 結果分析等
 - 「岡谷シルク」公式Facebook、Instagram立上げ
 - 銀座NAGANO岡谷シルクPRイベント及び来場者アンケート集計・分析
 - 慶應義塾大学 岡谷市のシルクを活用したブランディングについて講義
 - 岡谷シルク海外ゲスト向け手織りカード入れ製作（岡谷絹工房にて）

前年度の課題への対応

- ・岡谷市（ブランド）認知度向上のため、地域おこし協力隊と岡谷絹工房の連携により銀座NAGANOで岡谷シルクPRイベントを2日間実施した。（来場者：）
- ・イルフ童画館による慶應義塾大学日吉キャンパスでの武井展の開催及び地域おこし協力隊による岡谷市のシルクを活用したブランディング講義など、岡谷ブランド発信や岡谷市の観光PRに努めた。
- ・蚕糸博物館では若年層への情報発信としてInstagramを新たに開設し、写真や動画による情報発信を全国に発信し、岡谷市の認知度向上を図った。
- ・シルク岡谷の歴史と文化を伝承するとともに、岡谷ブランドの核となるシルク関連商品の開発に向けて、地域おこし協力隊と連携し、養蚕から生糸生産、製品化など、新たなシルク文化の創出につながる取り組みを推進した。

6 ア) コストの推移

* この事業にかかる費用（人件費は、1人あたり年間800万円で換算）

[単位：円]

区分	29年度	30年度	元年度	2年度(予算)
① 直接事業費	1,319,161	7,613,139	15,432,777	16,479,000
経常経費	1,019,161	5,404,092	6,027,810	5,633,000
臨時的経費	300,000	2,209,047	9,404,967	10,846,000
* 臨時的経費の説明	地域おこし協力隊ブランド推進事業実施に伴う経費の増加			
② 人件費	11,200,000	11,200,000	11,200,000	11,200,000
正規職員の人数(人)	1.40	1.40	1.40	1.40
③ 合計コスト(①+②)	12,519,161	18,813,139	26,632,777	27,679,000
前年度比		150.3%	141.6%	103.9%
財源内訳				
一般財源	4,538,347	18,813,139	26,632,777	27,679,000
特定財源	7,980,814	0	0	0
* 特定財源の説明				
④ コストに関する補足説明	地域おこし協力隊制度の導入にあたり、隊員募集に伴う経費の増加			

イ) 負担金、補助金、交付金の状況

[単位：件、円、%]

負担金補助金		29年度	30年度	元年度	2年度(予算)
おokayブランドプロモーション協議会負担金	件数	1	1	1	1
	金額	300,000	300,000	300,000	300,000
	件数				
	金額				
	件数				
	金額				
	件数				
	金額				
ア)の①に含まれる負担金等合計金額及び割合	合計金額	300,000	300,000	300,000	300,000
	割合	22.74%	3.94%	1.94%	1.82%

●改善の内容 (ACTION)

7 具体的な課題と改善

課題	<p>(事務を正確に実施し、少ない費用で効率的に事業を行う上で、現在課題になっていること)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・岡谷ブランドの推進のため、「湖に映える、美しいものづくりのまち」をブランドコンセプトとしている「岡谷ブランドブック」のアクションプランを検証するとともに、社会情勢や地域の現況などを整理したうえで、おかやブランドプロモーション協議会を通じて再度、地域として岡谷ブランドの推進に取り組む意識共有を図る。 ・シルク岡谷の歴史と文化を伝承するとともに、養蚕から製糸、製品化までが市内で完結する、岡谷市ならではの環境を生かし、岡谷ブランドの核となる「オール岡谷産」のシルク製品開発と新たなシルク体験の創造を目指す。
	<p>(上記の課題をふまえて2年度以降に実施する、具体的な改善の内容)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・おかやブランドプロモーション協議会において、地域として岡谷ブランドの推進に取り組む意識共有を図るとともに、アクションプランのこれまでの活動実績を検証し、今後、岡谷ブランドを推進していくため事業全体の再確認と実施指標となる中期的なアクションプランの策定を目指す。 ・岡谷ブランドの核となる岡谷ならではのシルク関連商品やサービスの開発に向けて引続き、地域おこし協力隊と連携し、新たなシルク文化の創出につながる取り組みを推進する。また、国・県などの事業の支援メニューを確保する。
改善開始時期	令和2年4月

●次年度の計画 (PLAN)

8 次年度の方針	継続して実施	9 施策評価による2年度の優先度 *H30年度施策評価表より転記すること	B
----------	--------	---	---