

## 事務事業評価表（内部管理事務等）

1次評価日（主幹等） 31年3月31日

2次評価日（課長等） 31年3月31日

1 事業名	ブランド推進事業			コード	23301	
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	魅力と活力にあふれる、にぎわいのあるまち			
		政策	産業の振興	施策	観光の振興	
		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	*30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		
1 岡谷ブランドマネジメント事業	<p>①おかやブランドプロモーション協議会への支援（負担金）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・岡谷ブランドロゴ入りオリジナルバッグ製作</li> <li>・サイクルスタンドの製作及び設置</li> <li>・レンタサイクル事業</li> <li>・自転車遠乗りイベント「JAZOO-MANIA」をイルフ童画館と共同開催</li> </ul> <p>②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。</p>		
2 岡谷ブランド推進PR活動	<p>信州シルクロード連携協議会とのタイアップ事業（PRイベント等）への参加と協力、PR活動。長野県名古屋観光情報センター、八十二銀行名古屋支店ディスプレイを活用した岡谷ブランド発信、岡谷市の観光PR活動。</p> <p>市内の保育園児がイルフ童画館を見学するための送迎。</p>		
3 地域おこし協力隊導入事業	<p>岡谷ブランドの核となるシルク商品の確立や、岡谷ブランドブックのアクションプランの推進に向けた取り組みに従事する地域おこし協力隊の採用に向けて、各種マッチングイベント等を通じて協力隊員を募集した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・制度設計・周知活動（4月～8月）</li> <li>・隊員募集開始（8月1日～） 募集人員：2名</li> <li>養蚕農家と協力して養蚕の振興に関わる隊員1名</li> <li>岡谷シルクのブランド化に関わる隊員1名</li> <li>・各種募集活動実施（8月～31年1月）</li> <li>各種募集イベント等への参加、ホームページや移住専門誌への掲載、求人広告等</li> <li>・市内現地説明会開催（1月12日）</li> <li>・応募締め切り（1月23日）</li> <li>・地域おこし協力隊員2名を決定（2月8日）</li> </ul>		
前年度の課題への対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>・岡谷ブランド認知度向上のため、岡谷ブランドロゴ入りオリジナルバッグの製作し配布した。</li> <li>・イルフ童画館及び諏訪の国とのタイアップ事業の開催（サイクリングイベント「JAZOO MANIA開催」による諏訪湖周の認知度の向上及び首都圏などでPR・誘客活動を実施した。</li> <li>・イルフ童画館開館20周年記念イベントの開催や武井武雄作品を活用したオリジナル商品開発支援を行い、童画のまちづくりを推進した。</li> <li>・Facebook、報道機関を通じて岡谷ブランドの情報発信を積極的に行い、認知度の向上、岡谷ブランドの構築を推進した。</li> <li>・岡谷ブランドの核となるシルク商品の確立や、岡谷ブランドブックのアクションプランの推進に向けた取り組みに従事する地域おこし協力隊の採用に向けて、各種マッチングイベント等を通じて協力隊員を募集した。</li> </ul>		

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	28年度	29年度	30年度	31年度(予算)
① 直接事業費	9,311,083	1,319,161	7,613,139	17,205,000
経常経費	1,030,269	1,019,161	5,404,092	8,905,000
臨時的経費	8,280,814	300,000	2,209,047	8,300,000
* 臨時的経費の説明	地域おこし協力隊導入事業の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)	20,511,083	12,519,161	18,813,139	28,405,000
前年度比		61.0%	150.3%	151.0%
財源内訳				
一般財源	12,530,269	12,519,161	18,813,139	28,405,000
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		28年度	29年度	30年度	31年度(予算)
おかや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	3.22%	22.74%	3.94%	1.74%

●改善の内容 (ACTION)

7 具体的な課題と改善

課題	(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)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「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、岡谷の魅力を発信するため「岡谷ブランドブック」に沿ったアクションプランを実施し、特に女性及び若年層へのブランド化の推進による認知度の向上が必要。</li> <li>・ブランドブックに掲げるアクションプランの取り組みや、ブランドロゴの普及など、継続的な情報発信が必要。</li> <li>・豊かな自然資産をはじめ、ものづくり資産、シルク関連資産、食資産などに加え、本市出身の童画家である「武井武雄」を中心とした文化資産などを組み合わせ、岡谷ならではの体験価値などの提供が必要。</li> <li>・岡谷ブランドの核となるシルク関連商品の開発に向けた、情報提供や技術支援等が必要。</li> </ul>
改善方法	(上記の課題をふまえて31年度以降に実施する、具体的な改善の内容)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・諏訪湖をはじめとした豊かな自然や武井武雄アート、食など地域の特色ある資産の活用を通じ、おかやブランドプロモーション協議会とともに官民協働でアクションプランを推進し、岡谷ブランドの構築を図る。</li> <li>・蚕糸博物館を岡谷ブランド発信の拠点として、メディアやインターネットのほか、写真や動画による情報発信に有効なインスタグラムなどのSNSを通じて、岡谷ブランドロゴをはじめ、「岡谷らしさ」を官民一体となって全国に発信し、本市のブランド化の推進と認知度の向上を図る。</li> <li>・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する。</li> </ul>
改善開始時期	平成31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31年度の優先度 *H29年度施策評価表より転記すること	B
----------	--------	--	---