

平成21年度事務事業評価シート (20年度実施事業分)

事業番号		02 01 02	中期総合計画主要施策番号		2-02、2-07		担当課	部・課	企画部企画課		
事業名		信州ブランド推進事業				内線		3751			
						E-mail		kikaku@pref.nagano.jp			
事業の概要等	事業の目的	長野県のブランド力向上に向けたイメージアップのため情報発信を行うとともに、意識醸成・環境整備を図るため、産学官の連携強化や各種フォーラムの開催、個別地域・事業者のブランド創出の支援を行う。									
	事業の必要性	[現状(事業の目的との間にどのようなギャップがあるか)] ・都道府県ブランドランキングにおいて本県順位がH19まで3年間連続低下していたが、H20は全国10位(H19は14位)と順位が上がった。 ・地域ブランドづくりに対する意識は高まってはいるものの、具体的な地域ブランド確立に向けた動きをさらに活発化する必要がある。 [原因分析(ギャップが発生している原因は何か)] ・地域間競争激化の中で、商品やサービスの差別化が難しくなり、本県のブランドイメージが伝わりにくい状況にある。 ・事業者や市町村の地域ブランドづくりに関するスキル(デザイン力、情報発信力)が不足している。 [課題の特定(事業の実施により解決しようとする課題は何か)] ・長野県の魅力を効果的に情報発信するイメージアップ戦略を推進し、県全体のブランド力向上が必要である。 ・さらなる意識醸成や大学やデザイン産業界など各界のノウハウを活かした支援体制の確立が求められている。									
		事業内容	・本県のイメージアップのため、メールマガジンの配信、長野カフェの開催、広報印刷物デザイン作成支援を実施 ・地域ブランドづくりに関する意識醸成やスキルアップを目的とした、信州ブランドフォーラム・アワードの開催								
		実施期間	H15 ~	根拠法令等	-						
成果と達成状況	事業の目指す成果		達成度(期待どおり)の判定基準(H20)			達成状況		評価			
	本県の魅力を効果的に情報発信し、県全体のブランド力向上を図る。		メルマガ読者5000人×月1回 長野カフェ 来店者10000人 訴求力(県政をよりわかりやすくアピールする)の高い印刷物の作成			メルマガ読者5,986人(3/26現在) 長野カフェ 来店者16,257人 デザイン専門業者への委託18件、各 部局へのアドバイス10件		a.期待以上 b.期待どおり			
	地域ブランドづくりに関する意識醸成やスキルアップを図る。		信州ブランド・フォーラムを開催し、前年並み(400人)の参加を得る。			前年並み(400人)の参加が得られた。		c.やや下回る d.期待以下			
事業コスト	区 分		単位	19年度	20年度	21年度(当初)	20年度の概要				
	最終予算額 (A)		千円	6,582	8,997	9,142	国庫・県単	県単			
	決 算 額 (B)		千円	6,168	8,871		実施方法	直接、委託、負担金			
	B(H21はA)のうち一般財源		千円	6,168	8,871	8,806	歳出節別内訳等	報償費:38、旅費:18、 役務費:38、委託料:8,277、 負担金:500			
	概 算 人件費	従事する職員数	人	4.00	4.00	4.00	(単位:千円)				
	概算人件費 (C)		千円	28,560	28,596	28,596					
概算事業費 (B(H21はA)+C)		千円	34,728	37,467	37,738						
事業実績	内 容		単位	19年度	20年度	21年度(予定)	左記以外の20年度の実績				
	メールマガジン「週刊信州」配信延数		通	-	158,119	282,000					
	長野カフェ 来店者数		人	-	16,257	9,000					
	委託作成した印刷物		件	14	18	16					
	信州ブランドフォーラム参加者		人	400	400	400					
事業の課題	区 分		判 定 ・ 説 明								
	事業のニーズの変化		増加	横ばい	減少	判定の説明	・メールマガジン読者の増加、長野カフェへの来店者数が予想以上であったため、本県からの情報発信のニーズは高いものがある。 ・県デザイン振興協会など民間事業者等のノウハウを活かした支援体制の確立を図る余地がある。 ・本県の魅力を発信し、イメージアップを図るために、有効かつ効率的にイメージアップ戦略を推進する必要がある。				
	県の関与を見直す余地		余地なし	当面余地なし	余地あり						
	有効性を高める余地		余地なし	当面余地なし	余地あり						
	効率性を高める余地		余地なし	当面余地なし	余地あり						
	課題の総括		・本県の魅力を効果的に情報発信するイメージアップ戦略をより一層推進し、県全体のブランド力を高める必要がある。 ・地域ブランドづくりのニーズは着実に高まっているので、より具体的な地域ブランドづくりのスキルアップ(デザイン力、情報発信力)等が必要である。								