

事務事業評価票

担当課	産業観光部	商工労政課	ブランド振興担当係	事務事業No.	17115				
事務事業名	ブランド振興事業			会計	一般会計				
まちづくりのテーマ	第2 活力あふれる産業と地域の魅力を活かしたにぎわいのあるまち			款	7	項	1	目	1
施策目標	移住・定住促進策等の充実強化								
施策項目	信濃大町ブランドの戦略的展開								
前期計画掲載頁	59~62	頁	個別計画	信濃大町ブランド戦略				全	頁
事業期間	平成	28	年	~	平成	32	年	根拠法令・要綱等	

事業の目的	信濃大町ブランド戦略に基づき、基本戦略を構築する、それぞれの地域ブランドの振興を図ることを目的とする。								
事業内容	(1) 信濃大町ブランド戦略の推進・事業進捗管理：信濃大町ブランド戦略推進委員会開催（年3回）、信濃大町ブランド戦略講演会開催（2月5日開催） (2) アンテナショップ「信濃大町アルプスプラザ」の運営：受託事業者変更、新体制によるリニューアルオープン、売上目標達成、約900万円超 (3) 物産展等への出展状況：特産品のPR、販売（いーすら大町特産館への委託事業含め、約30回出展） (4) おおまびょん活用事業：おおまびょんの人気を高め、未永く愛され続けるよう、各種イベントへの参加、SNS等での情報の拡散を図る。 (5) 黒部ダムカレーの推進：北アルプス国際芸術祭期間中にスタンプラリーを実施、黒部ダムカレーのPRを兼ね、大町市のソウルフードとして定着を図る。								
事業費	年度		平成27年度		平成28年度		平成29年度		
	総事業費（決算額）		15,238,002 円		17,929,817 円		13,204,599 円		
	財源内訳	国庫支出金	円		円		円		
		県支出金	円		円		円		
		起債	円		円		円		
		その他財源	1,023,316 円		965,325 円		670,024 円		
一般財源		14,214,686 円		16,964,492 円		12,534,575 円			
活動指標			平成27年度	平成28年度	平成29年度	前年度（H29）	達成率	次年度（H30）	
	指標名		実績値	実績値	実績値	目標値	(%)	目標値	
	①	物産展出展	回	21	27	33	30	110.0%	35
	②	キャラクター出演	回	181	172	126	180	70.0%	180
成果指標	1. 数値で表せる指標		平成27年度	平成28年度	平成29年度	前年度（H29）	達成率	次年度（H30）	
	指標名		実績値	実績値	実績値	目標値	(%)	目標値	
	①	認知度県内順位（19市中）	位	13	12	13	10		10
	②	魅力度県内順位（19市中）	位	10	9	9	8		8
	③								
	2. 数値で表せない効果（指標）								

【事業の評価と今後の方向性】

評価	項目	必要性		有効性		効率性		今後の方向性	方向性	評価点合計
		事業の必要性	市民ニーズ	上位施策への貢献度	他事業との重複	事業の効率性	実施主体の適正化			
	評価	高い	高い	高い	一部重複	普通	改善の余地あり			
点数	3	3	3	2	2	2		18		

【具体的な課題と改善】

事業に対する課題について（目的に対する現状など）	
(2) アンテナショップの運営について、売上げ的には目標を上回る結果となったが、積極的な外部イベント等への出展が少なく、本来のアンテナショップとしての機能がやや弱い。 (3) いーすら大町特産館と委託契約を締結して物産展への出展を実施している。特産館のネットワークの弱体化が否めない。 (4) おおまびょんは大町市をPRすることを主たる目的として活動している。さらに露出を高め、人気の高まりを、地域の経済活動に役立てたい。 (5) 黒部ダムカレーの推進 北アルプス国際芸術祭期間中にスタンプラリーを実施、黒部ダムカレーのPRを兼ね、大町市のソウルフードとして定着を図る。	
改善の方法等（上記の課題をふまえて30年度以降に実施する具体的な改善の内容）	
(1) 信濃大町ブランド戦略の推進：事業進捗管理 戦略中間年度であり、事業の進捗状況を踏まえ、再検証を図る予定。 (2) アンテナショップ「信濃大町アルプスプラザ」の運営 外部出展を強化し、首都圏における信濃大町ブランドの発信拠点の役割を果たす。 (3) 物産展等への出展状況 いーすら大町特産館での物産展出展事業に加え、やる気のある事業者を集い、マーケティング調査を含めた活動を支援したい。 (4) おおまびょん活用事業 今後開催される「信州花フェスタ」や次回の国際芸術祭等への積極的な参加や機動力を向上させるため、エアータ입を作成。 (5) 黒部ダムカレーの推進 トロリーバスラストイヤーに合わせ、黒部ダムカレーのPRにも相乗効果を持たせ、効果的に情報発信を行う。	