

# 予 算 要 求 資 料

令和 3 年度当初予算 支出科目 款：総務費 項：企画開発費 目：地域振興対策費

## 事業名 チーム清流ミナモ派遣等事業費

(この事業に対するご質問・ご意見はこちらにお寄せください)

清流の国推進部 地域振興課 地域プロモーション係

電話番号：058-272-1111 (内 2395)

E-mail：[c11143@pref.gifu.lg.jp](mailto:c11143@pref.gifu.lg.jp)

1 事業費 40,648 千円 (前年度予算額：45,172 千円)

### <財源内訳>

区 分	事業費	財 源 内 訳							
		国 庫 支出金	分担金 負担金	使用料 手数料	財産 収入	寄附金	その他	県 債	一 般 財 源
前年度	45,172	0	0	0	0	0	0	0	45,172
要求額	40,648	0	0	0	0	0	0	0	40,648
決定額									

## 2 要求内容

### (1) 要求の趣旨 (現状と課題)

- ・PRキャラバン隊「チーム清流ミナモ」を県内外各所に派遣し、ステージショーやダンス等を披露することで「清流の国ぎふ」のPR活動を実施。また、各部局からの派遣依頼を受け、観光や県産品、福祉等、県の様々な施策のPRにも寄与。令和2年度上半期(4~8月まで)は103回派遣、約39千人にPRした。
- ・平成26年度に開設したミナモオフィシャルサイト「ミナモTV」において、ミナモの活動をブログ等でほぼ毎日配信。また「清流の国ぎふ」の認知度向上及びブランド浸透を図ることを目的とした、動画による情報発信も展開。
- ・「清流の国ぎふ」を含む県全般のPRとミナモを求める県民ニーズが合致した事業であり、令和3年度も継続して実施する必要がある。

### (2) 事業内容

- ・チーム清流ミナモの編成・派遣  
ミナモ及びチームメンバーによる「チーム清流ミナモ」を編成し、要請に応じてチームを県内外に派遣して「清流の国ぎふ」や県の施策等のPRを行う。
- ・ミナモのおみせの出店  
チーム清流ミナモ派遣現場等で、ミナモグッズの出張販売を実施。
- ・ミナモオフィシャルサイト等を活用した情報発信事業の実施  
ミナモの活動を紹介するブログや動画配信、イベント実施等により、県内外

に「清流の国ぎふ」をPRする効果的なキャンペーン活動を行う。

### (3) 県負担・補助率の考え方

県が掲げる「清流の国ぎふ」づくりの効果的なPR手法として不可欠な事業であるため、県10/10負担が妥当

### (4) 類似事業の有無

無

## 3 事業費の積算内訳

事業内容	金額	事業内容の詳細
報償費	32	審査会委員報償費
旅費	11	審査会委員費用弁償
委託料	40,605	スタッフ人件費、企画実施費、派遣活動費、管理諸経費等
合計	40,648	

### 決定額の考え方

## 4 参考事項

### (1) 国・他県の状況

熊本県のキャラクター「くまモン」による情報発信、くまモン隊活動費、プロモーション活動として、186,000千円を令和2年度当初予算に計上

### (2) 後年度の財政負担

「清流の国ぎふ」PR活動の実施、及び各部局の様々な施策PRにも対応していくため、継続して体制の整備を図っていく。

### (3) 事業主体及びその妥当性

「清流の国ぎふ」マスコットキャラクターを県内外で効果的に活用・派遣するには、プロモーション企画・イベント実施に長けた民間企業への委託が妥当

# 事業評価調書

新規要求事業

継続要求事業

## 1 事業の目標と成果

### (事業目標)

- ・何をいつまでにどのような状態にしたいのか  
チーム清流ミナモの派遣等により「清流の国ぎふ」の認知度を向上させる。

### (目標の達成度を示す指標と実績)

指標名	事業 開始前	指標の推移		現在値 (前々年度末時点)	目標	達成率
チーム派遣イベントの参加者数	(H )	250 万人 (H27)	1,353 万人 (H27-R1)	239 万人 (R1)	1,400 万人 (R1-R5)	17.1%

### ○指標を設定することができない場合の理由

--

### (前年度の取組)

- ・事業の活動内容（会議の開催、研修の参加人数等）  
令和2年度上半期（4～8月）実績  
派遣回数：103回  
参加人数：約39千人

### (前年度の成果)

- ・前年度の取組により得られた事業の成果、今後見込まれる成果  
県内外へチーム清流ミナモを派遣し、全国に「清流の国ぎふ」をPRしている。また、ミナモを通じて、観光や県産品、福祉など様々な施策のPRにも寄与。加えて動画発信等を昨年度より充実させ、ミナモの認知度向上に努めた。  
平成26年度からミナモに関する情報を集約したオフィシャルサイト「ミナモTV」を開設し、情報発信と県民等によるミナモの利用を促進した。  
県内5圏域それぞれの大規模集客イベントにて、ミナモのステージを披露するなど、「清流の国ぎふ」をPRした。

## 2 事業の評価と課題

### (事業の評価)

・ 事業の必要性（社会経済情勢等に沿った事業か、県の関与は妥当か） ○：必要性が高い、△：必要性が低い	
（評価） ○	県が推進する「清流の国ぎふ」づくりの盛り上げ及び効果的なPR手法として必要不可欠な事業である。
・ 事業の有効性（指標等の状況から見て事業の成果はあがっているか） ○：概ね期待どおり又はそれ以上の効果が得られている、△：まだ期待どおりの成果が得られていない	
（評価） △	令和2年度は、4～8月の4か月間で103回派遣、約39千人に広報PR。 (新型コロナウイルスの影響により派遣回数は減少している)
・ 事業の効率性（事業の実施方法の効率化は図られているか） ○：効率化は図られている、△：向上の余地がある	
（評価） ○	「チーム清流ミナモ派遣の手引き」に基づき、派遣依頼を審査し、PR効果の高い案件に絞って派遣している。それ以外は、着ぐるみの貸出によるミナモのPRを行っている。また、オフィシャルサイトなどを活用して派遣現場に留まらない効果的な情報発信を実施。

### (今後の課題)

・ 事業が直面する課題や改善が必要な事項 常に費用対効果を意識しながら、効果的なPRを検討していく必要がある。 新型コロナウイルスの影響を勘案し、派遣の方法・回数の見直し、ミナモTVの積極的活用を図る。
---

### (次年度の方向性)

・ 継続すべき事業か。県民ニーズ、事業の評価、今後の課題を踏まえて、今後どのように取り組むのか ステージショー上演やグリーンティング等県内外での地道な活動を継続するとともに、WEBを活用した効果的なPRを実施し、更なる好感度向上、ファン獲得による広告塔としての機能強化を図る。また、県の様々な施策の効果的なPR方法としても有効に活用していきたい。 派遣時の新型コロナウイルス感染防止の徹底、Withコロナや感染防止対策を啓発する取組みの実施、「ミナモTV」による動画配信やSNSによる情報発信等を積極的に実施する。
---

