

## 予 算 要 求 資 料

令和4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

1 事業費 40,432 千円 (前年度予算額：40,648 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	40,648	0	0	0	0	0	0	0	40,648
要求額	40,432	0	0	0	0	0	0	0	40,432
決定額	40,432	0	0	0	0	0	0	0	40,432

## 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、映画等、県の様々な施策のPRにも寄与。令和3年度上半期（4～8月まで）は141回派遣、約78千人にPRした。
- ・平成26年度より運営しているミナモオフィシャルサイト「ミナモTV」及び、各種SNSにおいて、ミナモを活用した「清流の国ぎふ」のPRをほぼ毎日投稿。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。
- ・将来にわたる持続的な地域振興を目指し、県民の郷土愛の醸成や、岐阜県に魅力や愛着を感じてもらうことによる関係人口の創出を「清流の国ぎふ」PRの主目的であると再確認し、その広告塔としてマスコットキャラクターを効果的に活用する事業であり、令和4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やSNS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	40,389	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	40,432	

決定額の考え方

**4 参考事項**

**(1) 国・他県の状況**

《令和3年度当初予算》

熊本県：約259,000千円

「くまモン」を活用した情報発信、くまモン隊活動費、プロモーション活動

群馬県：約343,000千円

情報発信業務体制の構築、「ぐんまちゃん」コンテンツのブランド化推進

愛媛県：約32,000千円

「みきゃん」を活用した愛媛の魅力発信、コンテンツ作成、管理運営

**(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」のPRに係る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。

# 事業評価調査書（県単独補助金除く）

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 (R)	R1-2年度 累計実績	R1-3年度 累計目標	R1-4年度 累計目標	終期目標 (R1-5)	達成率
①チーム派遣イベント参加者数	-	275万人	840万人	1,120万人	1,400万人	19.6%

### ○指標を設定することができない場合の理由

### （これまでの取組内容と成果）

令和2年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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、福祉など様々な県施策のPRにも寄与。</li> <li>・新型コロナウイルス感染症の影響により、県内外への派遣業務が制限される中で、オンラインによる非接触型の派遣事業を新たに開始したほか、SNSや動画投稿等の情報発信業務をより充実させ、新型コロナウイルス感染症拡大防止に係る啓発と、ウィズコロナやアフターコロナを見据えた「清流の国ぎふ」の認知度向上に努めた。</li> </ul> <p>○派遣回数：393回、参加者数：355千人</p>
令和3年度	<p>令和5年度当初予算にて追加</p> <p>指標① 目標：___ 実績：___ 達成率：___ %</p>
令和4年度	<p>令和6年度当初予算にて追加</p> <p>指標① 目標：___ 実績：___ 達成率：___ %</p>

## 2 事業の評価と課題

### (事業の評価)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業の必要性(社会情勢等を踏まえ、前年度などに比べ判断) 3：増加している 2：横ばい 1：減少している 0：ほとんどない</li> </ul>	
(評価) 2	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。
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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) 3：期待以上の成果あり 2：期待どおりの成果あり 1：期待どおりの成果が得られていない 0：ほとんど成果が得られていない</li> </ul>	
(評価) 1	令和3年度は、4～8月の4か月間で141回派遣、約78千人に広報PR。 (新型コロナウイルスの影響とそれに伴う緊急事態宣言等により派遣回数は減少している)
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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) 2：上がっている 1：横ばい 0：下がっている</li> </ul>	
(評価) 1	「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)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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・回数を見直しをするとともに、情報発信業務の充実を図る。</li> </ul>
---

### (次年度の方向性)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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 県民の郷土愛の醸成や、岐阜県に魅力や愛着を感じてもらうことで将来にわたる関係人口を創出するきっかけづくりが「清流の国ぎふ」PRの主目的であると今一度確認し、その「清流の国ぎふ」づくりの広告塔として「ミナモ」を効果的に活用していく。 引き続きSNSや動画などのデジタルコンテンツも積極的に利用しながら、効率的に「清流の国ぎふ」をPRする。</li> </ul>
--

### (他事業と組み合わせて実施する場合の事業効果)

組み合わせ予定のイベント 又は事業名及び所管課	【〇〇課】
組み合わせる理由 や期待する効果 など	