

令和2年9月7日
予算決算委員会総務くらし建設分科会
たつせがある課説明資料

令和元年度コミュニティ活動事業費補助金

コミュニティ活動事業費補助金（決算9,430千円）

支出先	補助金
長湫地区長久手小学校区自治会連合会	973千円
長湫地区北部自治会連合会	2,180千円
南小学校区自治会連合会	1,463千円
市が洞小学校区自治会連合会	1,973千円
岩作区会	1,644千円
前熊区	369千円
大草区会	366千円
北熊区	462千円
合 計	9,430千円

令和元年度長久手市コミュニティ活動事業費補助金

申請者	総事業費 (円)	自己資金 (円)	交付金 (円)	令和元年活動実績	
長湫地区 長久手小学校区 自治会連合会	1,009,593	36,593	973,000	【防災資機材】	240,000
				【地域防災訓練】	395,593
				【防犯カメラ運用費】	374,000
長湫地区北部 自治会連合会	2,241,716	61,716	2,180,000	【防災・防犯講習会】	182,208
				【地域防災訓練】	319,734
				【地域防災活動】	139,966
				【地域防犯活動】	54,906
				【防犯カメラ運用に関する費用】	471,368
				【夏祭り開催費】	541,005
				【地域交流事業費】	369,147
				【環境美化活動】	19,372
				【連合会広報誌発行事業】	144,010
南小学校区 自治会連合会	1,464,499	1,499	1,463,000	【防災用品購入】	463,060
				【夏祭り開催費】	174,761
				【防災活動費】	315,265
				【防犯カメラ運用に関する費用】	511,413
市が洞地区 自治会連合会	3,058,104	1,086,099	1,972,005	【防犯カメラ運用に関する費用】	821,808
				【防災講習会】	821,359
				【防犯交通安全】	150,197
				【夏祭り開催費】	1,264,740
岩作区会	1,721,776	77,776	1,644,000	【伝統的地域行事に関する事業】	579,673
				【環境美化事業】	568,986
				【防犯カメラ運用に関する費用】	573,117
前熊区	375,703	6,703	369,000	【防犯カメラ運用に関する費用】	113,353
				【防災資機材購入費】	262,350
大草区会	424,325	58,325	366,000	【防犯カメラ運用に関する費用】	101,592
				【防災に関する事業】	322,733
北熊区	470,942	8,942	462,000	【防犯カメラ運用に関する費用】	260,472
				【各種地域行事に関する事業】	129,600
				【青少年健全育成に関する事業】	80,870
計	10,766,658	1,337,653	9,429,005		10,766,658

令和元年度まちづくり事業交付金

まちづくり事業交付金（決算 7,619 千円）

支出先	交付金	内訳
西小学校区 まちづくり協議会	4,982,826円	事業交付金 3,200,000円 運営交付金 1,782,826円
市が洞小学校区 まちづくり協議会	2,610,456円	事業交付金 326,003円 運営交付金 2,284,453円
北小学校区 まちづくり協議会設立準備会	24,793円	事業交付金 0円 運営交付金 24,793円
計	7,618,075円	

令和元年度まちづくり事業交付金実績

申請者	総事業費 (円)	自己資金 (円)	交付金 (円)	令和元年活動実績	
西小学校区 まちづくり協議会	5,768,368	785,542	4,982,826	【地域の活性化及び課題解決に関する事業】	1,441,941
				【スポーツ及びレクリエーションに関する事業】	565,981
				【健康づくりに関する事業】	20,000
				【防犯及び防災に関する事業】	686,118
				【生涯学習に関する事業】	188,505
				【各種情報発信に関する事業】	306,120
				【協議会の運営に関する必要経費等】	1,782,826
				【次年度繰越金】	776,877
市が洞小学校区 まちづくり協議会	2,610,456	0	2,610,456	【福祉に関わる活動】	91,483
				【環境に関わる活動】	87,762
				【子育てに関わる活動】	67,803
				【ステーションに関わる活動】	78,955
				【協議会の運営に関する必要経費等】	2,284,453
北小学校区 まちづくり協議会 設立準備会	24,793	0	24,793	【消耗品】	18,332
				【食料費】	6,461
計	8,403,617	785,542	7,618,075		8,403,617

令和元年度長久手市協働まちづくり活動補助金
 交付額一覧表

	団体名	事業名	交付額（円）
1	特定非営利活動法人デジタルライフ サポーターズネット	地域IT相談会	29,000
2	子づれ備災クラブ	子連れ防災サロンと防災イベント	41,000
3	ういういの会	「まちセンわいがやの場」提供プロジェクト	150,000
5	キッズボランティアサークルあそびすと	中学生による「長久手流ビブリオバトル」プロジェクト	4,000
4	あいち手作り甲冑サポート塾	歴史的な地域資源を活用した地域づくり・まちづくり事業（段ボールで甲冑を手作り制作）	42,000
6	まざってエコ	まざってエコ	79,000
7	長久手ねこ救部	のら猫を減少させる為の地域猫活動	150,000
			495,000

2019年度長久手市プレミアム付商品券事業 実施結果

1 目的

2019年10月からの消費税引き上げが低所得者・子育て世帯の消費に与える影響を緩和し、地域における消費喚起・下支えのため、低所得者・子育て世帯向けプレミアム付商品券事業を実施した。

2 事業概要

対象者	①住民税非課税者 2019年1月1日時点の住民で、2019年度住民税非課税者 (住民税課税者と生計同一の配偶者・扶養親族、生活保護受給者除く) ②子育て世帯 2019年6月1日時点の住民で2016年4月2日以降に生まれた子が属する世帯の世帯主(3歳未満の子を持つ世帯主) + (追加)2019年6月2日～9月30日生まれの子が属する世帯の世帯主
商品券額面 ※1冊あたり	1枚500円×10枚綴り(売価4,000円で利用可能額は5,000円分)割増率25%
購入可能数	①1人あたり5冊まで(1冊から購入可) ②(世帯主×同一世帯の該当の子どもの数)×5冊 ※①②は併給可能
販売期間 使用期間	販売期間 2019年9月24日～2020年1月31日 使用期間 2019年10月1日～2020年2月29日
商品券 販売場所	市内郵便局4箇所(長久手、長久手岩作、長久手口、長久手片平) ピアゴ ラフーズコア長久手南店、アピタ長久手店、イオンモール長久手、 長久手温泉ござらっせ 計8箇所
商品券 取扱店舗	329店舗 市商工会が市補助金を受けて、参加店舗の募集・登録、店舗PR事業実施。

3 対象者数(実績)

【住民税非課税者】★申請必要(購入希望者のみ)

①想定対象者への申請書送付	9,241人	非課税と想定される世帯に申請書を送付
②購入希望者から申請書受付	2,422人	○申請書の返送率 26.21%
③申請書の要件確認・審査		・申請者が申告により税額変更で課税者になったため非該当 ・申請者が課税者の扶養に入っていたことが確認され非該当
④要件が合致する者へ「購入引換券」を送付	1,700人	○対象者に対する割合 18.40% (1700人/9241人) ○申請受付分に対する割合 70.19% (1700人/2422人)

【子育て世帯】★申請不要(全件)

①該当者へ「購入引換券」送付	2,511人	該当者世帯全てに引換券を送付
----------------	--------	----------------

4 実施結果

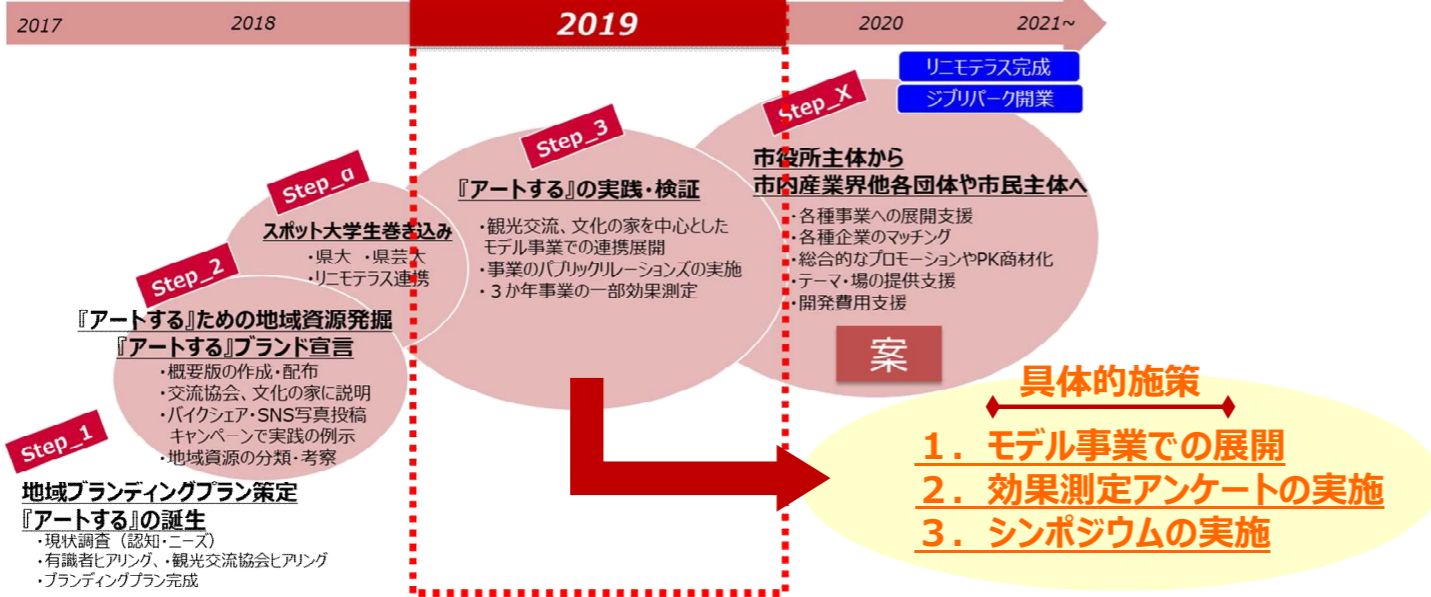
引換券 発送数	4,211人	○非課税者1,700人+子育て世帯2,511人
商品券 販売実績	16,930冊	○引換券に対する購入割合 16,930冊÷(4,211人×5冊)=80.41% ○販売金額 67,720,000円(4,000円/冊) ○販売冊数 アピタ長久手店 6847冊(40%) イオンモール長久手 4791冊(28%) 郵便局(4局合計) 3180冊(18%)
商品券 利用実績	168,704枚	○利用割合 168,704枚÷(16,930冊×10枚)=99.65% ○参加店舗への換金額 84,352,000円(168,704枚×500円) ○取扱実績 大型ショッピングセンター 27,890千円(33%) スーパー 26,128千円(31%) ドラッグストア 11,847千円(14%)

5 決算状況

費目	決算額(円)	備考
職員手当等	302,378	
一般事務賃金	1,282,080	3名雇用
消耗品費	148,745	データ印、事務用品
通信運搬費	2,000,967	申請書・引換券送付、返信用封筒に係る費用
プレミアム付商品券事務委託	29,406,465	
包括業務委託	20,785,600	委託先:日本旅行グローバルソリューションズ
システム構築委託	5,802,500	委託先:NECネクサソリューションズ
封入業務委託	2,818,365	委託先:NECネクサソリューションズ
プレミアム付商品券事務用備品購入費	69,120	キャビネット、事務机、椅子
プレミアム付商品券換金交付金	84,352,000	参加店舗に支払う商品券換金代 使用枚数168,704枚×500円=84,352,000
プレミアム付商品券事業補助金	2,134,195	商工会補助金 登録店舗募集案内や説明会に係る経費、 PR資材(ポスター、のぼり、取扱店シール)
合計	119,695,950	

これまでの事業展開と今年度の施策

★ 3か年計画のうち、最終年度となる本年では、ブランディングコンセプト『アートする』を実践し、検証する。



1. モデル事業での展開

★ 複数部門による連携事業に、『アートする』というブランディングコンセプトをラベリングする“モデル事業”を実施。事業前段では、『アートする』のロゴを、様々な広報物で使用しやすいよう、シンプルなデザインに修正。また、常設サインージを文化の家、イオンモールに設置し、ブランディング事業の動画を掲出して新たな訴求方法を試みた。



<①ベルギーナイト>

日時：2019年7月27日(土) 16:00～(雨天)
 主催：長久手市文化の家(協力：市文化の家・国際交流協会、観光交流協会)
 来場者：222人
 内容：「ベルギーナイトでアートしちゃおう!プロジェクト」として、スタッフが積極的に「アートする」の訴求、SNS連携を実践。



▶▶▶ **・本来の目的を明確にすることと適切なプロモーション、ラベリングが必要**
・イベント上でのパブリックリレーションズの手法の1つに。

<②光の切り絵>

日時：2019年11月2日(土) 17:00～20:00(晴天)
 主催：観光交流協会、石作神社(協力：長久手市文化の家) 来場者：1,600人
 内容：石作神社を巻き込んだ3年かかりのプロジェクトに『アートする』をラベリング。



▶▶▶ **・『アートする』に代わるワードへの変換もOK**
・SNSやサインージ等プロモーションにおいてもデジタルデバイスを駆使したい

◀ 光の切り絵事業前段では、長久手市観光交流協会が考える『アートする』を、『暮らすまちから楽しむまちへ』に変換し、楽しむ人にスポットをあてたポスターを作成。

2. 効果測定アンケートの実施

★ 以下主に5つの観点より、効果測定のためWEBアンケートを収集、分析。(回答数：3,100、内長久手市民300)

<①モデル事業の魅力度・認知度>

- ◆ これまで実施した全事業とも、**興味がある人(参加した、参加したかった)が半数**近い数字を誇り、魅力度としては十分評価できる。
- ◆ **長久手市内でも事業の認知が20%に届かず**、市外近隣地域にいたっては4%程度で、チラシや広報誌等のプロモーション手法に課題が残る。

<②サインージ接触状況>

- ◆ 市内回答者の**21.7%が接触**できている。
- ◆ 市内回答者のうち設置場所についていないのは17%のみ
- ◆ ほとんどの人が**イオンモール長久手で見て**いる。

	長久手市	長久手市外
長久手市文化の家、イオンモール長久手の両方で見たことがある	5	25
長久手市文化の家で見たことがある	3	13
イオンモール長久手で見たことがある	57	269
長久手市文化の家やイオンモール長久手には行ったが、見ていない	122	497
長久手市文化の家やイオンモール長久手に行っていない	51	1,514
覚えていない	62	492
総数	300(人)	2,800(人)

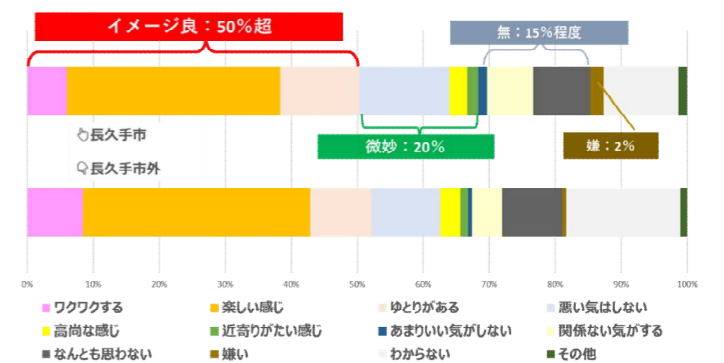
見た人は300人中65人
市外でも見た人は372人

<③ブランディング事業のコンセプトイメージ>

- ◆ 日常を楽しむという“人”にフォーカスをあてたブランドコンセプトにおいて、楽しむ行為に多様性がうかがえた。
- ◆ 長久手においては地域のイベントやボランティアも平均以上、**街の施策である笑顔や挨拶も平均以上**。

<④ブランドコンセプト『アートする』の整合性・支持状況>

- ◆ 『アートする』の合言葉、市内回答者**約半数は良いイメージ**。
- ◆ 一方で**無関心層も15%程度**あり、わからない層あわせ、違うワードでの変換アプローチも必要。



<⑤ブランド事業そのものの達成度・現状把握>

- ◆ **好意的な回答が60%を超え**、ブランディング事業の達成度として一定の評価ができるが、もともと住みやすい印象もあるため、**経年で効果を見ていく必要がある**。
- ◆ 市外からの印象も悪くなく、特にお店や観光スポットに行きたいなど、**関係人口を増やすチャンスが大いにある**。

▶▶▶ **ブランディングの浸透には...**
◎ 施策企画段階における主催者側の継続的な意識づけが必要
◎ 事業の継続的な記録と効果検証が必要

3. シンポジウムの実施

● 日時：2020年1月11日(土) 12:30～15:30 来場数：70名

● 場所：イオンモール長久手4階 イオンホール

* 基調講演 シビックプライドの醸成と地域ブランディングの必要性 「市民の手でつくるまち」のブランド

>> 井澤知旦氏(名古屋学院大学 現代社会学部長・教授)

* 討議・座談会 企画バトル >> ナガクテクテクチーム vs. 南木曾町地域おこし協力隊

* ミニピアノコンサート presented by 文化の家など



▶▶▶ **◎ 効果的なパブリックリレーションズとなり、参加者の好意的な意見からも、ブランディング事業の方向性に一定の評価を得た。**

まとめ

★ ブランディング事業コンセプト『アートする』が関係者、一部市民に共有され、一定の評価も確認できている。今後は、各施策への『アートする』のラベリングや、違うワードへの変換等も有効に行っていくながら、“楽しむ人”にフォーカスをあてた各種事業への展開を図る。観光交流協会や文化の家に留まらず、各種市民団体や市内企業などがビジネス化等も視野に入れ、発展させることができるよう、継続的な啓発を行うとともに支援体制の強化を図ることが望ましい。