

取り組み内容	目標	連携先	担当	2017												2018			合計	評価
				4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月					
もーりーブランド化事業	出演100回 商品22品	守山市駅前 総合案内所	鈴木	計画	8	10	10	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	出演100回 商品20品	目標達成度 出演 101% 商品 113% もーりーの人気も子供達を中心に定着し、関連グッズも拡大しています。イベントや式典における「もーりー」の出演は勿論のこと、もーりーグッズ等の販売による地域経済への効果を促す取り組みも検討していきます。	
				実績	10	15	11	8	15	7	11	8	4	7	1	4 やまもりいち 26	出演101回 商品25品			
				取組みのポイント	駅前で開催する「やまもりいち」に出演した。												駅前で開催する「やまもりいち」に出演した。	もーりー担当のスタッフを増員し、市や関係機関からの出演要請に出来るだけ応えることができた。		
				進捗状況 課題 改善ポイント														次年度から市の委託業務もなくなりますが、守山市のイメージキャラクターとしてイベント等に出演します。		
地域資源を活用した商品開発	4品	食のまちづくりプロジェクト、守山市駅前総合案内所	鈴木	計画													4品	目標達成度 325% 守山メロンに続く特産品としてイチゴに注目し、年中守山のイチゴが食べられるようパウダーとピューレを作り、市内の菓子店や飲食店に提案した。また、守山カラーとして琵琶湖のブルーに特化し、青色の食品を7店舗が考案し、もりやまブルーとして売り出します。		
				実績					2								9		2	13品
				取組みのポイント													もりやまブルー商品		もりやまのイチゴを使っの加工品2種類を製造	
				進捗状況 課題 改善ポイント													生姜ドレッシング 生姜ジャム		今後も地域資源を活用した新商品を提案し、地産地消と地域ブランドの定着に努めていく。	
邪馬台国近江説を活用した地域振興事業	イベント 来場 3500人	守山市 守山市教育委員会 守山市観光物産協会 地元自治会 メディア等	柴田	計画	イベント企画	PR活動	イベント準備	3,500人			PR活動	PR活動			PR事業	PR活動		3500人	目標達成度 来場者数 86% 守山で一番集客のあとと言われているイベントに合わせて、邪馬台国近江説のイベントを開催することで多くの集客につながった。商品開発については、現在中止しており、再開について検討する必要がある。	
				実績	イベント企画	6代目卑弥呼イベント出演	イベント準備	3000人			出演台風により取りやめ					普及グッズの制作	7代目卑弥呼のイベント・シンポジウム出演			3000人
				取組みのポイント	邪馬台国近江説の市民への認知度アップと経済への波及効果の両立させる対策として、コンテスト以外に邪馬台国近江説にちなんだ商品開発を展開。						夏まつり駅前メイン会場にコンテスト会場を移して3回目の卑弥呼コンテストを実施。大勢の来場者があり邪馬台国近江説の普及に努めた。	10月に開催された、青年部近畿ブロック大会近江守山大会にてもりやま卑弥呼をクローズアップした。司会や分科会で登場することで、近畿一円の参加者に「守山＝卑弥呼」をPRした。	ロゴ入菓子などを配布することでPR							
				進捗状況 課題 改善ポイント	市内事業者を取り込んでの商品開発が出来ておらず、検討が必要。						次年度も邪馬台国近江説にちなんだ卑弥呼コンテスト(7回目)を開催し、まちのにぎわいに貢献。	各種イベントでの7代目卑弥呼の出演依頼に対応するだけでなく、関連商品の普及PRに注力する必要がある。	年間を通してPR。	外部からの卑弥呼出演オファーが減少傾向にあり、啓発活動に再度力を入れる必要がある。						
もりやま冬ホテル	イベント 来場270人		柴田	計画						イベント準備	告知	→				250人	目標達成度 92% 年々魅力が薄くなっている感があります。守山市の玄関口であり、守山市のイメージが感じられる装飾を実行委員会を立ち上げて検討します。 点灯イベント 11月17日 点灯期間 11月17日～1月31日			
				実績							イベント準備	告知	→					230人		
				取組みのポイント							年間を通してホテルのまち守山をアピールするため、電球をホテルの光に見立てもので、11月17日から1月末まで間点灯した。									
				進捗状況 課題 改善ポイント							不良になった電飾を毎年若干は補充しているものの、全体として数は減っており、統一感もなく、見直す必要がある。									