

《事務事業の手段と活動指標》【18】

事務事業を構成する細事業	手段(細事業の具体的内容)	活動指標	単位	H23実績	H24実績	H25実績	H26計画
① 玉名ブランドPR事業	イベントの開催・参加やマスコミへの情報提供	イベントの開催・参加回数	回	14	14	14	14
② 玉名ブランド販路拡大事業	商談会に参加し、スーパー・百貨店に商品を紹介	商談会参加回数	回	9	5	5	10
③ 熊本県北3市物産商談会	県北3市合同商談会を実施する。	商談会回数	回		1	1	1
④ 地域ブランド戦略プロジェクト事業	玉名市ブランドに関するパンフレット等を作成する。	パンフレット等作成部数	部			5,000	
⑤ オリジナルロゴマーク管理事業	オリジナルロゴマークの作製及び使用申請の審査・許可を行う。	作製及び使用申請審査件数	件			18	20

《事務事業の成果》【19】

成果指標(意図の数値化)	計算方法又は説明	単位	H23目標	H24目標	H25目標	H26目標
			H23実績	H24実績	H25実績	H26実績
1 物産商談会成約件数	商談会において、新規に販売契約した件数	件	5	5	5	5
2 玉名市ブランドロゴマーク作製及び使用許可件数	玉名市ブランドロゴマークの作製及び使用を許可した年間件数	件			20	20

《事務事業の評価》

評価項目	評価の視点	評価	評価の説明
妥当性 (判定) A	実施主体の妥当性【20】	<input type="checkbox"/> 問題あり <input checked="" type="checkbox"/> 問題なし	玉名市のイメージや認知度を向上させる手段の1つが失われ、産業振興や地域活性化に支障をきたすおそれがある。
	目的の妥当性【21】	<input type="checkbox"/> 問題あり <input checked="" type="checkbox"/> 問題なし	
	廃止・休止の影響【22】	<input checked="" type="checkbox"/> 影響あり <input type="checkbox"/> 影響なし	
有効性 (判定) C	目標の達成度【23】	<input type="checkbox"/> 達成 <input checked="" type="checkbox"/> 未達成	ロゴの積極的な活用について周知を図ったが、商品化につながらなかった。広報による継続的な周知や活用、商品化等の実践的な取り組みが必要である。
	成果向上の余地【24】	<input checked="" type="checkbox"/> 余地あり <input type="checkbox"/> 余地なし	
	上位施策への貢献度【25】	<input checked="" type="checkbox"/> 十分 <input type="checkbox"/> 不十分	
効率性 (判定) A	コスト低減の余地【26】	<input type="checkbox"/> 余地あり <input checked="" type="checkbox"/> 余地なし	
	民間の活用の余地【27】	<input type="checkbox"/> 余地あり <input checked="" type="checkbox"/> 余地なし	
	執行方法改善の余地【28】	<input type="checkbox"/> 余地あり <input checked="" type="checkbox"/> 余地なし	
	事業統合の余地【29】	<input type="checkbox"/> 余地あり <input checked="" type="checkbox"/> 余地なし	
公平性	受益者負担の余地【30】	<input type="checkbox"/> 余地あり <input checked="" type="checkbox"/> 余地なし	

《今後の方向性と改善》

今後の方向性【31】	<input type="checkbox"/> 拡充して継続 <input type="checkbox"/> 現状のまま継続 <input type="checkbox"/> 縮小を検討 <input type="checkbox"/> 休止・廃止を検討 <input checked="" type="checkbox"/> 細事業の効率化【 <input checked="" type="checkbox"/> 改善・見直し <input type="checkbox"/> 民間活用 <input type="checkbox"/> 他事業と統合 <input type="checkbox"/> 廃止 】
判断理由及び見直し・改善の具体的内容	玉名市のイメージアップにつなげるため、「玉名市ブランド化戦略プラン」を策定し「キラリかがやけ玉名」をブランドメッセージとしたブランドロゴを作製したが、商品化等の実践的な活用につながっていないため、広報による周知や、物産PRイベント等で積極的活用し玉名市の知名度アップにつなげる。
昨年からの見直し・改善状況【32】	広報等でブランドメッセージロゴの積極的な周知を図ったが実践的な活用がみられなかったため、イベントポスターや催事チラシ、パンフレット等で活用しさらなる周知を図った。

■評価責任者記入欄■

評価責任者(課長)の所見【33】	玉名ブランド認定品をイベントに出店、販売などすることにより、玉名の知名度アップに繋がるため推進する必要がある。	評価責任者 平野 博幸
------------------	---	----------------