

事務事業事後評価表

〈基本情報〉

事務事業の名称 【1】	玉名ブランド推進事業	所管課 【2】	ふるさとセールス課
		評価者(担当者)	池本 修明
総合計画での位置付け 【3】	基本目標(章)	④活力とにぎわいのある産業のまちづくり	
	主要施策(節)	(5)観光の振興	
実施の根拠 (複数回答可) 【5】	施策区分	(3)特産・物産品の開発と販路拡大	
	(市民意識調査結果)	<input checked="" type="checkbox"/> 【A】重点改善領域 <input type="checkbox"/> 【B】重点維持領域 <input type="checkbox"/> 【C】観察領域 <input type="checkbox"/> 【D】維持領域	
事業区分 【6】	<input checked="" type="checkbox"/> ソフト事業 <input type="checkbox"/> 義務的的事业 <input type="checkbox"/> 建設・整備事業 <input type="checkbox"/> 施設の維持管理事業 <input type="checkbox"/> 内部管理事務 <input type="checkbox"/> 計画等の策定事務		
会計区分 【7】	<input checked="" type="checkbox"/> 一般会計 <input type="checkbox"/> 特別・企業会計【 】 款 7 項 1 目 2 細目 2		

〈事務事業の目的〉

事務事業の実施背景(どのような問題又はニーズがあるのか) 【8】	ますます深刻化する過疎化や少子化による人口の減少、地方財政自立化促進への社会的動き、さらには厳しい財政状況のなか地域産業の振興と活性化を図るために、玉名地域を対外的に周知し認知度やイメージを向上させる必要がある。
対象(誰、何に対して) 【9】	玉名への来訪者、県内外イベント来場者、各企業パイヤー及び商工業者
意図(どのような状態にしたいのか) 【10】	玉名地域の知名度アップを図り、産業振興と地域活性化を図る。

〈事務事業の概要〉

事業期間 【11】	<input type="checkbox"/> 単年度のみ <input checked="" type="checkbox"/> 単年度繰返し <input type="checkbox"/> 期間限定複数年度 【 年度】 【 H19 年度から】 【 年度～ 年度まで】			
事業主体 【12】	<input type="checkbox"/> 国 <input type="checkbox"/> 県 <input checked="" type="checkbox"/> 市 <input type="checkbox"/> 民間 <input type="checkbox"/> その他【 】			
実施方法 【13】	<input checked="" type="checkbox"/> 直営 <input type="checkbox"/> 全部委託 <input checked="" type="checkbox"/> 一部委託 <input type="checkbox"/> 補助金等交付 <input checked="" type="checkbox"/> その他【 負担金 】			
事務事業の具体的内容 【14】	<table border="1" style="width:100%;"> <tr> <td style="width:60%;"> 玉名市ブランド戦略プランに基づき、ロゴマークやステートメント等をベースに地域ブランド戦略を推進する。また、玉名ブランド認定品のPR及び販路拡大のため、熊本県北3市物産商談会、広島フラワーフェスティバル、渋谷フェスティバル、大阪千里ふるさとフェアへの出店や視聴者プレゼントへの景品の提供を行う。 </td> <td style="width:5%; text-align:center; vertical-align:middle;">⇒</td> <td style="width:35%;"> 事務事業を構成する細事業 【15】 ① 玉名ブランドPR事業 ② 玉名ブランド販路拡大事業 ③ 熊本県北3市物産商談会事業 ④ オリジナルロゴマーク管理事業 ⑤ </td> </tr> </table>	玉名市ブランド戦略プランに基づき、ロゴマークやステートメント等をベースに地域ブランド戦略を推進する。また、玉名ブランド認定品のPR及び販路拡大のため、熊本県北3市物産商談会、広島フラワーフェスティバル、渋谷フェスティバル、大阪千里ふるさとフェアへの出店や視聴者プレゼントへの景品の提供を行う。	⇒	事務事業を構成する細事業 【15】 ① 玉名ブランドPR事業 ② 玉名ブランド販路拡大事業 ③ 熊本県北3市物産商談会事業 ④ オリジナルロゴマーク管理事業 ⑤
玉名市ブランド戦略プランに基づき、ロゴマークやステートメント等をベースに地域ブランド戦略を推進する。また、玉名ブランド認定品のPR及び販路拡大のため、熊本県北3市物産商談会、広島フラワーフェスティバル、渋谷フェスティバル、大阪千里ふるさとフェアへの出店や視聴者プレゼントへの景品の提供を行う。	⇒	事務事業を構成する細事業 【15】 ① 玉名ブランドPR事業 ② 玉名ブランド販路拡大事業 ③ 熊本県北3市物産商談会事業 ④ オリジナルロゴマーク管理事業 ⑤		

〈事務事業実施に係るコスト〉

			H25年度決算	H26年度決算	H27年度決算	H28年度予算	全体計画
投入コスト	事業費 (千円)	国庫支出金			6,066	3,000	
		県支出金					
		起債					
		受益者負担					
		その他					
		一般財源	9,661	5,795	512	3,153	
	【16】 小計	9,661	5,795	6,578	6,153	0	
		[再掲]臨時・非常勤職員人件費(千円)	0	0	0	0	
職人 員 の 費	職員人工数	1.00	1.03	1.08	1.08		
	職員の年間平均給与額(千円)	5,424	5,761	5,761	5,761		
	【17】 小計	5,424	5,934	6,222	6,222		
合 計		15,085	11,729	12,800	12,375		

《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	H25実績	H26実績	H27実績	H28計画
① 玉名ブランドPR事業	大阪、東京での観光物産展の開催	イベントでの物産品販売額	円	2,790,950	1,912,125	2,252,370	2,500,000
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	5	5	2	2
③ 熊本県北3市物産商談会事業	県北3市合同商談会を実施する。	商談会回数	回	1	1	1	
④ 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	23	25
⑤							

《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	H24目標	H25目標	H26目標	H27目標
			H24実績	H25実績	H26実績	H27実績
1 観光物産展の売上	観光物産展における、事業者の販売額	件	—	—	—	2,500,000
			2,790,950	1,912,125	2,252,370	
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	20	25
			18	15	23	

《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】	市が実施すべき事業か。また、民間やNPO等他の団体では実施できない事業か。 <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】	税金を使って達成する目的か。また、市民ニーズの低下により役割が薄れていないか。 <input type="checkbox"/> 問題あり <input checked="" type="checkbox"/> 問題なし	
	廃止・休止の影響【22】	事業を止めた場合、受益者に不利益が生じる等の影響があるか。 <input checked="" type="checkbox"/> 影響あり <input type="checkbox"/> 影響なし	
有効性 (判定) A	目標の達成度【23】	成果指標の目標値は達成できたか。 <input checked="" type="checkbox"/> 達成 <input type="checkbox"/> 未達成	
	成果向上の余地【24】	成果がもっと上がる余地はないか。 <input type="checkbox"/> 余地あり <input checked="" type="checkbox"/> 余地なし	
	上位施策への貢献度【25】	上位施策の目的達成に貢献しているか。 <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】	コストの低減について、これ以上検討の余地はないか。 <input type="checkbox"/> 余地あり <input checked="" type="checkbox"/> 余地なし	
	民間の活用の余地【27】	民間委託など民間活力の活用について、これ以上検討の余地はないか。 <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】	事務事業の執行上、簡素化又は改善できるプロセスはないか。 <input type="checkbox"/> 余地あり <input checked="" type="checkbox"/> 余地なし	
公平性	事業統合の余地【29】	類似する他の事務事業との統合について、これ以上検討の余地はないか。 <input type="checkbox"/> 余地あり <input checked="" type="checkbox"/> 余地なし	
	受益者負担の余地【30】	受益者負担について、これ以上検討の余地はないか。また、対象、負担額等は適切か。 <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 checked="" 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 type="checkbox"/> 細事業の効率化【 <input 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	催事やイベントへの参加業者が固定化しているため、6次産業の事業者を含め催事・イベントへの参加者数の増加を図る。
昨年からの見直し・改善状況【32】	「玉名ブランド協議会」、「玉名物産振興協会」の双方に加入している会員も多く、7月に合併協議会を設置し合併に向け協議を進めている。

■評価責任者記入欄■

評価責任者(課長)の所見【33】	様々なイベント等にて玉名のブランド認定品の販売をととして玉名市をPRすることは知名度アップのために必要なことである。また、その中で事業の効率化を図るうえでは「玉名ブランド協議会」と「玉名物産振興協会」との組織統合は喫緊の課題である。	評価責任者 清水 千尋
------------------	--	----------------