

事務事業名		佐野ブランド認証事業				評価区分(事前評価・事後評価)		事後評価(A・B表)		
政策体系	基本目標	3 魅力と活力ある産業づくり				担当	担当部	総合政策部	担当課	都市ブランド推進室
	政策	2 観光とコンベンションによる賑わいと活力あるまちづくり				組織	担当係	ブランド戦略係	担当課長名	落合 武史
	施策	3 都市ブランド戦略の推進				新規事業・継続事業		継続事業		
	基本事業	2 「佐野ブランド」の確立				実施計画事業・一般事業		実施計画事業		
予算科目	短縮コード	会計	款	項	目	予算細事業名				
	10724	一般	7	1	4	佐野ブランド認証事業				
	事業区分						市単独事業・国県補助事業	市単独事業		
事業計画	単年度繰り返し		事業期間	23年度～ 年度		根拠法令 条例等	佐野市佐野ブランド認証委員会設置要綱			
	事業区分						任意的事業・義務的事业	任意的事業		
	事業区分						実施方法	直営		
事業区分						事業分類	その他市民に対する事業			
事業区分						リーディングプロジェクト	該当			
事業区分						市長マニフェスト	3-9			

1. 事務事業の現状把握[DO]

(1) 事務事業の手段・目的・結果・各指標

①手段(事務事業の主な活動内容を記入します。)											
事業概要(具体的な事務事業の活動内容・進め方)			平成28年度実績(平成28年度に行った主な活動内容)								
<ul style="list-style-type: none"> 本市の地域資源を佐野ブランドとして認証し、市内外に広く発信することにより、本市の活性化と知名度向上、イメージアップを図る。 佐野ブランドの認証は、①伝統工芸・特産品(地域を代表する商品、特産品、製品、技術等)、②自然・風土、歴史・文化、観光資源などを対象とし、佐野ブランド認証委員会が市民調査協力員による意見等を参考に審査し、認証品を選定、結果を市長に報告して最終決定する。 佐野ブランドを市内外に広く周知するため、また、ブランド認証品の品質を確保するため、ブランドネーム「とどけます 佐野ごころ」(H23.2月)、ロゴマーク(H23.2月)を作成し、ブランド力の強化を進めている。 			<ul style="list-style-type: none"> 佐野ブランド認証委員会を7回、佐野ブランド認証委員会PR専門部会を6回開催、認証式を3月に実施 佐野ブランド認証委員会では、一次審査・二次審査を実施し、ブランド品を認証 第7回認証として特産品8品を認証 								
活動指標			単位	25年度(実績)	26年度(実績)	27年度(実績)	28年度(実績)	29年度(見込)			
佐野ブランド認証委員会開催回数			回	5	4	7	7	8			
②対象(この事務事業は誰・何を対象としていますか?)											
佐野市の地域資源(商品、特産品、製品、技術、自然、歴史・文化、観光等)			対象指標	単位	25年度(実績)	26年度(実績)	27年度(実績)	28年度(実績)	29年度(見込)		
			佐野ブランド認証品応募件数	件	37	11	15	18	60		
③意図(この事務事業によって、対象をどのような状態にしたいのですか?)											
<ul style="list-style-type: none"> 佐野ブランドとして認証し、その情報を市内外に広く発信することにより、市の知名度向上・イメージアップを図る。 佐野ブランドとして認証することで、認証品の付加価値を高める。 			成果指標	単位	25年度(実績)	26年度(実績)	27年度(実績)	28年度(実績)	29年度(目標)		
			佐野ブランド認証件数	件	21	1	10	8	25		
			佐野ブランド認証件数累計	件	77	77	87	95	135		
④結果(どのような結果に結びつきますか?)											
佐野ブランドを確立させることにより、佐野市の魅力度のアップを図る。			上位成果指標	単位	25年度(実績)	26年度(実績)	27年度(実績)	28年度(実績)	29年度(目標)		
			市区町村の全国認知度ランキング(全国1000市区町村)	位	391	360	399	415	50		
			市区町村の全国魅力度ランキング(全国1000市区町村)	位	397	356	365	609	150		
			佐野市に住み続けたいと思う市民の割合	%	82.6	81.0	80.8	79.2	86.0		

(2) 総事業費の推移・内訳

事業費 投入量	財源内訳	単位	25年度(実績)	26年度(実績)	27年度(実績)	28年度(実績)	29年度(目標)					
	国庫支出金	千円										
	県支出金	千円										
	地方債	千円										
	その他	千円	337									
	一般財源	千円	14,400	400	916	773	764					
	事業費計(A)	千円	14,737	400	916	773	764					
	事業費の内訳	千円	項目	事業費	項目	事業費	項目	事業費	項目	事業費	項目	事業費
			報酬	2,495	報償費	40	報償費	45	報償費	80	報償費	80
			共済費	42	需用費	317	需用費	290	委託料	393	需用費	17
			報償費	160	委託料	43	委託料	81	負担金	300	委託料	417
			旅費	247			負担金	500			負担金	250
需用費			802									
役務費			47									
委託料			1,672									
交付金	9,239											
公課費	33											
人件費	正規職員従事人数	人	4	2	2	2	2	2				
	のべ業務時間	時間	1,200	900	1,200	1,200	1,200	1,200				
	人件費計(B)	千円	4,669	3,547	4,673	4,610	4,610	4,610				
	トータルコスト(A)+(B)	千円	19,406	3,947	5,589	5,383	5,374	5,374				

前年度対比の予算の減少は、前年までは、シティプロモーション全般にわたる「佐野ブランド化推進事業」であったが、平成26年度から、事業を細分化し、ブランド認証にかかる単独事業となったため。

B表(事後評価シート)

事務事業名	佐野ブランド認証事業	担当部	総合政策部	担当課	都市ブランド推進室	担当係	ブランド戦略係
-------	------------	-----	-------	-----	-----------	-----	---------

(3)事務事業を取り巻く環境変化・市民の意見等

①この事務事業は、いつ頃、どのようなきっかけで開始しましたか？	総合計画中期基本計画のリーディングプロジェクトとして「観光立市の推進」が位置づけられ、観光立市を推進するための重要な取り組みとして、平成22年度に「佐野市ブランド化推進基本計画」を策定し、市の地域資源をブランド認証する取り組みを開始した。
②事務事業を取り巻く環境(対象者や国・県などの法令等、社会情勢など)は事務事業の開始時期や合併前と比べてどのように変化していますか？	市の地域資源をブランド化することで、市のイメージアップや認証品の価値を高めて販路拡大等を行う取り組みは各自治体で行われるようになってきている。
③この事務事業に対して、関係者(市民、議会、事務事業対象者)からどのような意見・要望がありますか？	議会からは、観光立市を推進するための重要な取り組みとして、ブランド化を推進すべきとの意見がある。

(4)前年度の評価結果に対する改革・改善の取り組み

前年度の評価結果	評価結果を受けて行った具体的な改革・改善の取り組み
やり方改善(成果向上の見直し)	ブランド認証作業により多くの市民が関わることができるような仕組みの構築と分野別各認証品のPR方法等についての検討。

2. 事務事業の事後評価【Check】

目的 妥当性 評価	①政策体系との整合性 この事務事業の目的(対象・意図)は、政策体系(結果)に結びついていますか？	結びついている		理由・改善案	佐野市の地域資源をブランド化し、市内外に情報発信する取り組みは、認証品の付加価値を高め、消費者の信頼性確保、販路拡大につながり、結果として地場産業の発展に貢献するものである。
	②公共関与の妥当性 なぜこの事務事業を市が行わなければならないのですか？ 民間やNPO、市民団体などに委ねることはできませんか？	委ねられる・委ねられる可能性がある		理由・改善案	ブランド認証の取り組みは平成22年度から実施し、平成23年度から市民の意見も参考にできる制度を設けた。認証の決定は市が行うこととして、認証審査に市民が積極的に関わることができるような取り組みは今後も必要である。
	③対象・意図の妥当性 事務事業の現状や成果から考えて、対象と意図を見直す必要がありますか？	妥当である		理由・改善案	観光立市の推進を進めるうえで、地域資源をブランド化する取り組みとして実施しているため、対象と意図は妥当である。
	④事務事業の成果向上余地 事務事業の成果は出ていますか？ 事務事業のやり方・進め方を見直すことで成果を向上させることができますか？	成果向上余地がある程度ある		理由・改善案	・広報活動を進めるうえで、さのまるやブランド大使、ブランド姫等の活動は重要である。そして、これらが他の自治体や団体等と連携することによって、広域的にブランド認証品をPRしており、このような取り組みは、これまで以上に活用することが必要である。 ・各認証品ごとにPR内容・方法等が異なるため、PR方法を検討することが必要である。
有効性 評価	⑤類似事務事業との統合・連携の可能性 類似の目的や活動形態を持つ他の事務事業がありますか？ ある場合は、その事務事業との統合・連携ができますか？	類似事務事業はない		理由・改善案	類似事務事業名
	*類似事務事業があれば、名称を記入				
効率性 評価	⑥事業費・人件費の削減余地 事務事業の成果を低下させずに事業費・人件費を削減することができますか？	削減の余地はない		理由・改善案	佐野ブランドを広域的にPRするためにも事業を縮小することはできず、コスト削減の余地はない。
	⑦受益者負担の適正化余地 この事務事業の受益者は誰ですか？事務事業の目的や成果から考えて受益者負担を見直す必要がありますか？	現在の受益者負担は適正である		理由・改善案	この事業の受益者は直接的にはブランド認証を受けた事業者等であるが、ブランド認証の取り組みが市のイメージアップにつながることを考えると間接的には受益者は市民となることから、受益者負担は適正である。
総合 評価	⑧本事業の休止・終了条件(本事業はどんな状態になれば休止・廃止、事業終了となるか？)				
	地域資源をブランド化する取り組み以外で、観光立市推進に効果的な取り組みが採用されれば、この事業を終了することはできる。				

3. 評価結果の総括と今後の方向性【Action】

(1)今後の事務事業の方向性		(2)改革・改善による期待効果	(3)改革・改善を実現するうえで解決すべき課題(壁)とその解決策																						
やり方改善(成果向上の見直し)(有効性④の結果)		廃止・休止の場合は、記入不要 ×の領域は改革改善ではない。	各認証品ごとにPR内容・方法等が異なるため、PR方法を検討することが必要である。																						
*評価結果に基づいた改革改善案を記入します。 (複数ある場合は、①②・・・と記入します。現状維持の場合は記入しません。) 認証制度の在り方や、認証品のPR方法について検討する。		<table border="1"> <tr> <td colspan="2"></td> <td colspan="3">コスト</td> </tr> <tr> <td colspan="2"></td> <td>削減</td> <td>維持</td> <td>増加</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">成果</td> <td>向上</td> <td></td> <td>○</td> <td></td> </tr> <tr> <td>維持</td> <td></td> <td></td> <td>×</td> </tr> <tr> <td>低下</td> <td></td> <td>×</td> <td>×</td> </tr> </table>				コスト					削減	維持	増加	成果	向上		○		維持			×	低下		×
		コスト																							
		削減	維持	増加																					
成果	向上		○																						
	維持			×																					
	低下		×	×																					