

## 事務事業マネジメントシート

事務事業名		佐野らーめん普及事業				本年度担当課	観光推進課	
						前年度担当課	観光推進課	
政策体系	基本目標	02 新たな流れの創造による賑わうまちづくり				事業区分	新規・継続	継続事業
	政策	04 誰もが住みたいと思う魅力あるまちづくり					実施計画・一般	一般事業
	施策	01 都市ブランド戦略の推進					市単独・国県補助	市単独事業
	基本事業	02 「さのブランド」の価値の向上					任意・義務	任意的事業
予算科目	会計	款 項 目 予算事業名				実施方法	一部委託	
	一般	07	01	02	佐野らーめん普及事業	事業分類	その他市民に対する事業	
事業計画		単年度繰り返し		事業期間	昭和62年度 ~			
根拠法令・条例等		なし						

### 1. 事務事業の現状把握【D0】

#### (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) ・佐野らーめんの普及及びPR活動を行う。 ・佐野らーめんマップの作成業務委託。 ・佐野らーめん会と協力し、市内外で開催される各種イベントへの積極的な参加や、TV雑誌等メディア出演を促進する。				令和4年度実績 (令和4年度に行った主な活動内容)							
				・佐野らーめんマップの作成業務委託 (5.0円×20,000部) 及び各市有施設等での配布。 ・観光キャラバン等でのらーめんマップの配布							
				活動指標	単位	R3年度 (実績)	R4年度 (実績)	R5年度 (目標)	R6年度 (目標)	R7年度 (目標)	
会議開催回数	回	0	0	1	1	1					
イベント参加回数		0	0	1	2	3					
②対象 (この事務事業は誰・何を対象としていますか?)											
①佐野らーめん会 ②ラーメン嗜好者 ③関東地方及び近県住民 (新潟県+福島県)				対象指標	単位	R3年度 (実績)	R4年度 (実績)	R5年度 (目標)	R6年度 (目標)	R7年度 (目標)	
				会員数	軒	67	69	70	71	72	
				関東地方と近県の人口	千人	47,550	47,478	-	-	-	
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?)											
らーめん会の健全な運営と育成を目的とし、本市の町おこし、観光資源の核となる佐野らーめんの普及を図る。				成果指標	単位	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	
				マップ印刷部数	部	目標	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
						実績	100,000	100,000			
				目標							
実績											
④結果 (どのような結果に結びつきますか?)											
佐野市の魅力を知り、佐野市を訪れたい・佐野市で暮らしてみたいと思ってもらう。				上位成果指標	単位	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	
				インスタフォロワー数 (単年度)	人	目標	3,000	3,000	3,500	4,000	4,500
						実績	3,033	835			
				目標							
実績											

#### (2) 総事業費の推移・内訳

事業費投入量	財源内訳	単位	R3年度 (実績)		R4年度 (実績)		R5年度 (目標)		R6年度 (目標)		R7年度 (目標)	
	国庫支出金	千円	0		0		0		0		0	
	県支出金	千円	0		0		0		0		0	
	地方債	千円	0		0		0		0		0	
	その他	千円	0		0		0		0		0	
	一般財源	千円	100		100		0		0		0	
	事業費計(A)	千円	100		100		0		0		0	
	事業費の内訳	千円	項目	事業費								
					委託料	100						
	人件費	職員従事工数	人工	1		1		0		0		0
	人件費計(B)	千円	7,327		7,287		0		0		0	
	トータルコスト(A)+(B)	千円	7,427		7,387		0		0		0	

**B表（事後評価シート）**

事務事業名	佐野らーめん普及事業	本年度担当課	観光推進課
		前年度担当課	観光推進課

(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？	昭和62年、ラーメンで町おこしを行うため、市内ラーメン店有志により佐野らーめん会が結成された。
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と比べてどのように変化していますか？	市内のラーメン店は増えてきている。らーめん会としては、既存会員の廃業・脱退がある一方、新規入会店舗が少なく、会員数は減少している。田沼・葛生地区の会員が少ない。
③この事務事業に対して、当該年度中、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？	PRイベントを実施してほしい。味の向上、サービスの向上を図って欲しい。

(4) 前年度の評価結果に対する改革・改善の取組

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・改善の取組
事業のやり方改善（成果向上の見直し）	スマートセーフシティ推進に向けた取り組みを行った。 2/25の佐野らーめんの日では各店舗でサービスを行っている。

2. 事務事業の事後評価【Check】

①政策体系の整合性	②実施主体の妥当性	③対象・意図の妥当性	④事業費・人件費の削減余地
結びついている	市でなければできない	妥当である	削減の余地はない
⑤類似事務事業との統合・連携の可能性	⑥類似事務事業の名称	⑥成果向上余地前年度評価結果	⑦左記に対する取組結果
類似事務事業はない		成果向上余地がある程度ある	向上した
⑧取組結果の理由			⑨事務事業の成果向上余地
スマートセーフシティ推進に向けた取り組みを行った。 2/25の佐野らーめんの日では各店舗でサービスを行っている。			成果向上余地がある程度ある
⑩A表の成果指標の目標が達成できた理由、できなかった理由		⑪目標達成に向けて必要となる取組内容	
マップ印刷部数は予定通り印刷して各イベントで配布して普及を図れた。インスタフォロワー数に関しては、アカウントが凍結し、新規アカウントを作成したため、フォロワー数が減少してしまった。		SNSやイベント、メディアを通じてより佐野らーめんをPRする。	

3. 評価結果の総括と今後の方向性【Action】

(1) 事務事業の評価結果				(2) 今後の事務事業の方向性	(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
目標達成度	大			事業のやり方改善（成果向上の見直し） * 評価結果に基づいた改革改善案を記入します。 ①新規企画やメディア露出の増加 ②会員の拡大	さらなる普及促進のための企画やメディア露出、効果的ならーめんマップの配布を行う必要がある。
	中		○		
	小				
	成果向上余地				

## 事務事業マネジメントシート

事務事業名		さのブランド認証事業				本年度担当課	広報ブランド推進課	
						前年度担当課	広報ブランド推進課	
政策 体系	基本目標	02	新たな流れの創造による賑わうまちづくり			新規・継続	継続事業	
	政策	04	誰もが住みたいと思う魅力あるまちづくり			実施計画・一般	実計計画事業	
	施策	01	都市ブランド戦略の推進			市単独・国県補助	市単独事業	
	基本事業	02	「さのブランド」の価値の向上			任意・義務	任意的事業	
予算 科目	会計	款	項	目	予算事業名			
	一般	07	01	04	さのブランド認証事業			
事業計画		単年度繰り返し		事業期間	平成23年度 ~			
根拠法令・条例等								

### 1. 事務事業の現状把握【D0】

#### (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)				令和4年度実績 (令和4年度に行った主な活動内容)								
本市の特産品をさの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。  さのブランド認証品を身近に感じる情報発信、体験・参加型企画を実施することに加え、認証事業者による積極的な情報発信、販売促進策を企画、実施できるよう支援する。また、さのブランド認証制度の価値を高めるとともに、制度自体を周知し、多くの商品の応募に結び付ける。				・さのブランド認証委員会及びさのブランドPR戦略委員会の開催 ・パンフレット作成、配布及びSNSなどを活用した認証品のPR ・さのブランドフェアの開催								
				活動指標		単位	R3年度 (実績)	R4年度 (実績)	R5年度 (目標)	R6年度 (目標)	R7年度 (目標)	
				さのブランド認証委員会開催		回	3	2	3	3	3	
				さのブランドフェア開催		回	4	7	5	5	5	
さのブランド認証品募集		回	1	0	1	0	0					
②対象 (この事務事業は誰・何を対象としていますか?)												
①市外の住民 (特に関東地方居住者) ②市民				対象指標		単位	R3年度 (実績)	R4年度 (実績)	R5年度 (目標)	R6年度 (目標)	R7年度 (目標)	
関東地方に居住する人				千人			43,561	43,535	43,114	42,919	42,725	
市民				人			116,982	115,700	113,710	113,018	112,327	
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?)												
①購買、来訪のきっかけになるよう、さのブランドを知ってもらう。 ②さのブランド認証制度に応募する ③さのブランドを市内外の人におすすめしてもらう				成果指標		単位	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	
				さのブランドの認知度		%	目標	15	30	40	45	50
				さのブランド認証品応募数 (単年度)		品	実績	25	28.3			
							目標	130	130	130	130	130
			実績	83	0							
④結果 (どのような結果に結びつきますか?)												
①購買、来訪のきっかけになるよう、さのブランドを知ってもらう。 ②さのブランド認証制度に応募する ③さのブランドを市内外の人におすすめしてもらう				上位成果指標		単位	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	
				インスタフォロワー数 (累計)		人	目標	-	3,000	3,500	4,000	4,500
				さのブランド認証品応募数 (単年度)		品	実績	3,033	835			
							目標	130	130	130	130	130
			実績	83	0							

#### (2) 総事業費の推移・内訳

事業費 投入量	財源内訳	単位	R3年度 (実績)		R4年度 (実績)		R5年度 (目標)		R6年度 (目標)		R7年度 (目標)		
	国庫支出金	千円	0		0		0		0		0		
	県支出金	千円	0		0		0		0		0		
	地方債	千円	0		0		0		0		0		
	その他	千円	0		0		0		0		0		
	一般財源	千円	649		692		0		0		0		
	事業費計(A)	千円	649		692		0		0		0		
	事業費の内訳	千円	項目	事業費									
					委託料	407							
					負担金、補助及び	250							
				報償費	35								
人件費	職員従事工数	人工	0.5		0.55		0		0		0		
	人件費計(B)	千円	3,664		4,008		0		0		0		
	トータルコスト(A)+(B)	千円	4,313		4,700		0		0		0		

**B表（事後評価シート）**

事務事業名	さのブランド認証事業	本年度担当課	広報ブランド推進課
		前年度担当課	広報ブランド推進課

(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組として、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事業を開始した。
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組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、当該年度中、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？	認証事業者から、「さのブランド」自体の認知度をもっと高めて欲しいとの意見がある。

(4) 前年度の評価結果に対する改革・改善の取組

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・改善の取組
事業のやり方改善（成果向上の見直し）	<ul style="list-style-type: none"> <li>佐野餃子に注目し、店舗協力のもと作成風景の動画、市長とブランド大使等による試食動画を撮影、編集、公開した。</li> <li>認証事業者協議会を開催し「さのブランド」PRIについて事業者との意見交換を実施した。</li> </ul>

2. 事務事業の事後評価【Check】

①政策体系の整合性	②実施主体の妥当性	③対象・意図の妥当性	④事業費・人件費の削減余地
結びついている	市でなければできない	妥当である	削減の余地はない
⑤類似事務事業との統合・連携の可能性	⑥類似事務事業の名称	⑥成果向上余地前年度評価結果	⑦左記に対する取組結果
類似事務事業はない		成果向上余地がある程度ある	向上した
⑧取組結果の理由			⑨事務事業の成果向上余地
<ul style="list-style-type: none"> <li>アンケート結果では、さのブランドの認知度が微増した。</li> <li>SNS上にて、佐野餃子という言葉が増えてきている。</li> </ul>			成果向上余地がある程度ある
⑩A表の成果指標の目標が達成できた理由、できなかった理由		⑪目標達成に向けて必要となる取組内容	
<ul style="list-style-type: none"> <li>さのブランドの認知度向上は、手に取りやすいサイズ、新たなデザインのパンフレットを作成のうえ、首都圏向け配布を行ったことが要因の一つと考えられる。（配布：佐野新都市パスタミル、王子駅ほか）</li> <li>さのブランド認証品応募について、令和4年度は応募の年ではないため、応募はなかった。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>多くの人の目に触れる取組、SNSやデジタルサイネージの活用。また、市民にも「さのブランド」を身近に感じてもらう取組の検討、実施。</li> <li>事業者協議会との連携、事業検討</li> </ul>	

3. 評価結果の総括と今後の方向性【Action】

(1) 事務事業の評価結果				(2) 今後の事務事業の方向性	(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
目標達成度	大			事業のやり方改善（成果向上の見直し） * 評価結果に基づいた改革改善案を記入します。 ・認証事業者協議会との連携を強化し、意見交換の場から、事業を組み立てる。	新たなPR事業を展開するにあたっては、予算の確保が必要となる。→さのブランドPR戦略委員会において、認証事業者からの負担金を検討する。
	中		○		
	小				
大      中      小 成果向上余地					