

令和2年度執行事務事業

施策名	基本事業	番号	事務事業名
都市ブランド戦略 の推進	「佐野ブランド」の価値の向上	1	佐野らーめん普及事業
		2	佐野ブランド認証事業

事務事業名		佐野らーめん普及事業				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	2 新たな流れの創造による賑わうまちづくり				事業区分	担当組織	担当部	観光スポーツ部	担当課	観光立市推進課	
	政策	4 誰もが住みたいと思う魅力あるまちづくり					担当係	観光事業係	担当課長名	高橋 利彰		
	施策	1 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」の価値の向上					実施計画事業・一般事業		一般事業			
予算科目	短縮コード	会計	款	項	目	予算細事業名						
	10566	一般	7	1	2	佐野らーめん普及事業						
事業計画	単年度繰り返し	事業期間	昭和62年度～ 年度		根拠法令 条例等	なし						
						市単独事業・国県補助事業		市単独事業				
						任意的事業・義務的事業		任意的事業				
						実施方法		一部委託				
						事業分類		その他直接サービス提供事業				
						リーディングプロジェクト		該当				
						市長市政公約		該当なし				

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)			令和2年度実績(令和2年度に行った主な活動内容)						
・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。 ・佐野らーめん会との連携 佐野らーめん会主催会議への参加。 ※佐野らーめん会は佐野らーめんの普及を目的とし、市内のラーメン店約70店舗を会員とする団体である。			・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。						
活動指標		単位	H29年度(実績)	H30年度(実績)	R1年度(実績)	R2年度(実績)	R3年度(見込)		
会議開催回数		回	4	7	6	0	7		
イベント参加回数		回	4	7	5	0	7		
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	H29年度(実績)	H30年度(実績)	R1年度(実績)	R2年度(実績)	R3年度(見込)	
		会員数	軒	69	68	66	67	67	
		関東地方と近県の人口(総務省人口推計10/1)	千人	47,397	47,469	47,533	47,572	47,600	
目的									
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?)			成果指標						
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。			単位	H29年度(実績)	H30年度(実績)	R1年度(実績)	R2年度(実績)	R3年度(目標)	
			マップ印刷部数	部	100,000	100,000	100,000	100,000	
④ 結果(どのような結果に結びつけますか?)									
国内に居住する人に佐野ブランドを知り、魅力を認知してもらう			上位成果指標						
			単位	H29年度(実績)	H30年度(実績)	R1年度(実績)	R2年度(実績)	R3年度(目標)	
			市区町村の全国地域資源ランキング順位(全国1,000市区町)	位	569	466	407	464	100

(2) 総事業費の推移・内訳

事業費 投入量	財源内訳	単位	H29年度(実績)	H30年度(実績)	R1年度(実績)	R2年度(実績)	R3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						
	一般財源	千円	300	100	100	100	100	
	事業費計(A)	千円	300	100	100	100	100	
	事業費の内訳	千円	項目	事業費	項目	事業費	項目	事業費
			作成委託料	100	作成委託料	100	作成委託料	100
			補助金	200				
人件費	人	2	2	2	2	2		
のべ業務時間	時間	35	35	35	35	35		
人件費計(B)	千円	134	134	134	127	127		
トータルコスト(A)+(B)	千円	434	234	234	227	227		

事務事業名	佐野らーめん普及事業	担当部	観光スポーツ部	担当課	観光立市推進課	担当係	観光事業係
-------	------------	-----	---------	-----	---------	-----	-------

(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？	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や合併前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、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)	新型コロナウイルス感染症の関係で各種イベントが中止となり、改善を図ることが難しかった。

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	ラーメンは佐野らーめん会の発足以降、佐野市の重要な観光資源の一つとして定着しており、「佐野らーめんマップ」の活用・配布は、観光誘客を図るといった目的に結びついている。
	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？	市が行わなければならない	理由・改善案	佐野らーめんは、佐野市の重要な観光資源の一つであり、佐野らーめんマップは観光キャラバン等、市内外での周知の場においては人気のパンフレットであり、有効活用するためにも作成業務委託は妥当である。
	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	対象・意図ともに妥当である。
有効性 評価	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	佐野らーめんの認知度アップにはまだ余地がある。マップの配布以外にも、らーめん会として「佐野らーめんの日」の当日イベントなど、お客様へのサービス向上が一つの手段となる。
	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
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	必要最低限の費用である。
	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？	受益者負担を求める必要がない	理由・改善案	佐野らーめんの普及は観光誘客に繋がっていき、観光客の増加による経済効果(経済波及効果)の受益者は全市民であるため。
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？)	佐野らーめん会がなくなったとき。		

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																							
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。(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。) ①新規企画やメディア露出の増加 ②会員の拡大	廃止・休止の場合は、記入不要×の領域は改革改善ではない。 <table border="1"> <tr> <td colspan="2"></td> <th colspan="3">コスト</th> </tr> <tr> <td colspan="2"></td> <th>削減</th> <th>維持</th> <th>増加</th> </tr> <tr> <th rowspan="3">成果</th> <th>向上</th> <td></td> <td>○</td> <td></td> </tr> <tr> <th>維持</th> <td></td> <td></td> <td>×</td> </tr> <tr> <th>低下</th> <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		×	×	さらなる普及促進のための企画やメディア露出、効果的なららーめんマップの配布を行う必要がある。
		コスト																							
		削減	維持	増加																					
成果	向上		○																						
	維持			×																					
	低下		×	×																					

事務事業名		さのブランド認証事業					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	2 新たな流れの創造による賑わうまちづくり					事業区分	担当組織	担当部	総合政策部	担当課	都市ブランド推進課
	政策	4 誰もが住みたいと思う魅力あるまちづくり						担当係	ブランド戦略係	担当課長名	新里 昌弘	
	施策	1 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」の価値の向上						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	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							
							市単独事業・国県補助事業		市単独事業			
							任意的事業・義務的事業		任意的事業			
						実施方法		直営				
						事業分類		その他市民に対する事業				
						リーディングプロジェクト		該当				
						市長市政公約		2-①-2				

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)		令和2年度実績(令和2年度に行った主な活動内容)					
<ul style="list-style-type: none"> 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。 認証品を効果的に活用するため、PRの方法や認証制度の在り方について検討する。 		<ul style="list-style-type: none"> 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 さのブランド認証委員会における募集要項の検討及び認証品の募集・審査 パンフレットやSNSなどを活用した認証品のPR 					
活動指標		単位	H29年度(実績)	H30年度(実績)	R1年度(実績)	R2年度(実績)	R3年度(見込)
さの(佐野)ブランド認証委員会開催回数		回	8	8	5	3	8

② 対象(この事務事業は誰・何を対象としていますか?)

①国内に居住する人 ②市民	対象指標	単位	H29年度(実績)	H30年度(実績)	R1年度(実績)	R2年度(実績)	R3年度(見込)
	国内に居住する人	千人	126,706	126,443	126,167	125,708	123,252
	市民	人	120,018	119,348	118,450	117,702	113,000

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さの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。 ②さの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	H29年度(実績)	H30年度(実績)	R1年度(実績)	R2年度(実績)	R3年度(目標)
	さの(佐野)ブランド応募件数	件	-	103	-	82	130

④ 結果(どのような結果に結びつきますか?)

①さのブランドを知り、魅力を認知してもらう。 ②認知されていない地域資源の魅力を再認識してもらう。	上位成果指標	単位	H29年度(実績)	H30年度(実績)	R1年度(実績)	R2年度(実績)	R3年度(目標)
	さの(佐野)ブランド認証品の認知度	%	8.0	8.4	24.1	32.4	15.0
	市区町村の全国地域資源ランキング(全国1000市区町村)	件	569	466	407	464	100

(2) 総事業費の推移・内訳

事業費 投入量	財源内訳	単位	H29年度(実績)		H30年度(実績)		R1年度(実績)		R2年度(実績)		R3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										
	一般財源	千円	692		732		713		725		740	
	事業費計(A)	千円	692		732		713		725		740	
	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
			報償費	90	報償費	100	報償費	50	報償費	55	報償費	60
			需用費	0	需用費	0	需用費	0	需用費	0	需用費	6
委託料			352	委託料	382	委託料	413	委託料	420	委託料	424	
負担金			250	負担金	250	負担金	250	負担金	250	負担金	250	
正規職員従事人数	人	2		2		2		2		2		
のべ業務時間	時間	1,200		1,200		1,200		1,200		1,200		
人件費計(B)	千円	4,579		4,585		4,578		4,364		4,578		
トータルコスト(A)+(B)	千円	5,271		5,317		5,291		5,089		5,318		

事務事業名	さのブランド認証事業	担当部	総合政策部	担当課	都市ブランド推進課	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、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組として、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)	さのブランド認証事業者によるプロモーションの取組を実施するため、事業者による協議会を設立した。しかし、コロナウイルス感染症対策のため活動が実施できなかった。

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組は、認証品の付加価値を高め、本市のイメージアップにつながるるとともに、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？			
有効性 評価	市が行わなければならない	理由・改善案	ブランド認証は平成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組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組として実施しているため、対象と意図は妥当である。	
効率性 評価	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	・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。 ・認証事業者との連携を強化し、相乗効果によるPRを検討することが必要である。	
	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？			
公平性 評価	類似事務事業はない	理由・改善案		
	*類似事務事業があれば、名称を記入			
	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？			
総合 評価	削減の余地はない	理由・改善案	さの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？			
	受益者負担を求める必要はない	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、ブランド認証の取組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、見直す必要はない。	
	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本事業より効果的な事業が実施できれば、本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																							
事業のやり方改善(成果向上の見直し)	廃止・休止の場合は、記入不要 ×の領域は改革改善ではない。	効果的なPR方法については、時代のニーズ等を良く検証する。また、協議会を活用し、認証事業者同士の情報交換やマッチングを積極的に行う。																							
* 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。)																									
①個々の認証品の効果的なPR方法を検討する。 ②認証事業者との連携を強化する。	<table border="1"> <tr> <td></td> <td></td> <td colspan="3">コスト</td> </tr> <tr> <td></td> <td></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>①②</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		①②		維持			×	低下		×	×	
		コスト																							
		削減	維持	増加																					
成果	向上		①②																						
	維持			×																					
	低下		×	×																					