

小山市事務事業評価シート

平成30年度版

No.	31
-----	----

1. 基本情報				
<1> 事業・業務名	おやまブランド創生・発信・啓発事業		<2> 事業・業務の別	事業
<3> 選定基準	② 平成29年度新規・継続重点事業		<4> 継続評価・新規評価の別	新規評価
<5> 総合計画基本計画での体系	大項目	6 にぎわい活力 元気が出るまちづくり	<6> 担当部(局)	産業観光部
	中項目	6-1 恵まれた立地条件を最大限に生かした活力と魅力にあふれた産業・地域振興	<7> 担当所属	商業観光課
	小項目	6-1-2 商業	<8> 担当係等	ブランド創生推進室
	施策	おやまブランド開発・普及事業、おやまブランド全国発信事業、おやまグルメフェスタ事業		
<9> 根拠法令・計画等	「おやまブランド」創生・発信推進計画		<10> 関連・類似事業	なし
<11> 会計	一般	会計	<12> 予算科目	7 款 1 項 4 目
<13> 実施期間	年度	～ 年度	<14> 全体事業費	千円
<15> 実施手法	直営		「その他」の場合 ()	

2. Do - 実施 -									
<16> 事業・業務の概要	豊かな自然環境と人々の高い技術のもとに生産される小山産品、観光資源等のうち特に優れたものを「おやまブランド」として認定し、啓発イベントの開催、市内外のイベント等への参加により発信・啓発に努め、「おやまブランド」の創生を推進する。								
目的	<17> 事業・業務の目的	「おやまブランド」を市内外に発信・啓発することにより、市民の地域への愛着と認知度向上イメージアップを図り、地域経済の活性化に寄与する。							
	<18> 事業・業務の対象	・創生 豊かな自然と高い技術のもと生産される優れた小山産品、伝統工芸、文化財等の地域資源 ・発信、啓発 「おやまブランド」の浸透定着が図られていない地域や人々							
手段	<19> 平成29年度の活動内容	【創生事業】おやまブランドの公募を2回実施。おやまブランド創生協議会において、新規申請の選定及び既存ブランドの見直しについて検討し、新たに1件を認定。桑の実、桑の葉を活用した商品開発。 【啓発事業】ブランドまつり、開運小山うどんまつり、うまいものおやま評定の開催 【発信事業】市外及び関東・全国規模のイベントへの参加、とちまるショップでの小山市企画展の開催。							
	<20> 活動指標 (アウトプット)	指標名	単位	平成28年度		平成29年度			
				計画	実績	計画	実績	達成率(%)	
		啓発イベント開催	件	3	3	3	4	133.3%	
		発信事業参加	件	20	16	20	19	95.0%	
成果	<21> 事業・業務の成果	優れたものを「おやま」ブランド」として認定することにより、「おやまブランド」の付加価値を高め、市内外に発信・啓発することにより、市民の地域への愛着と小山市の認知度高揚・イメージアップを図り、地域の活性化に寄与する。							
	<22> 成果指標 (アウトカム)	指標名	単位	平成28年度		平成29年度			
				計画	実績	計画	実績	達成率(%)	
		おやまブランド選定数	件	90	76	90	77	85.6%	
		啓発イベント来場者		56,000	54,000	55,000	50,000	90.9%	
コスト ～資源の投入量	<23> 投入指標 (インプット)	区分	単位	平成28年度		平成29年度			
				計画	実績	計画	実績	投入率(%)	
		コスト	千円	32,084	31,677	32,879	32,487	98.8%	
		事業費等	千円	14,770	14,363	15,611	15,219	97.5%	
		財源内訳	国・県補助金	千円					
			地方債	千円					
			その他	千円					
	一般財源		千円	14,770	14,363	15,611	15,219	97.5%	
	人件費	千円	17,314	17,314	17,268	17,268	100.0%		
	正職員	千円 × 人役	7,214 × 2.4	7,214 × 2.4	7,195 × 2.4	7,195 × 2.4			
	他の職員		×	×	×	×			

3. Check - 評価 -

実績評価	妥当性	<24> 目的・対象の 妥当性	1.妥当である	理由	本事業は第7次小山市総合計画において、重点事業として位置づけられており、第2期「おやまブランド創生・発信推進計画(計画期間H26~30)」に基づくものであり、目的、対象及び手段については、これらの計画と齟齬はなく、妥当であるが、実施方法について、SNS、マスコミの活用など改善の余地があると思われる。	
		<25> 手段や実施手法の 妥当性	3.実施手法を見直す必要がある			
	有効性	<26> 成果の向上余地	2.向上の余地がある	理由		平成14年から実施されている事業で、これまでの取り組みにより、「おやまブランド」に対する市民の認知度の向上、市外への浸透は図られきたが、今後も、魅力あるブランドの開発、積極的なPR等、「おやまブランド」の付加価値を高める取り組みの強化が必要と思われる。また、啓発イベントの来場者数が減少傾向であるため、マンネリとならないようイベント内容の工夫が必要と思われる。
	効率性	<27> 事業費や人件費の 削減余地	3.人件費の削減余地がある	理由		啓発イベントについては、実行委員会主催であるが、実行委員会の事務局は商業観光課であり、事務は職員が担っており事務量は多い。主催の民間への移管、あるいはイベント運営全般の業務委託について、検討の余地があると思われる。
	公平性	<28> 受益者負担の 適正化余地	1.適正	理由		「おやまブランド」は、小山市が他都市と異なる魅力的な個性を形成する手段であり、認定要領に基づき、厳正な審査の結果、優れた産品が認定される。小山市で生産、製造されたものであれば、申請はだれでも可能であり、公平性は確保されている。
		<29>総合評価	2.改善の余地がある	理由	事業の目的、対象、手段については適正であると思われるが、普及発信にSNS、マスコミを積極的に活用する等の実施手段の検討、啓発イベントの実施主体及び実施方法の検討を行い、更なる成果の向上、効率化を目指したい。	

事業の改善	<30> 事業の課題 事業の改善点 今後の進め方等	「おやまブランド」の認定については、優れたものを認定し、基準を満たさなくなったものを除外することにより、ブランドの価値を高め、維持し、啓発、発信においては、SNSの有効的な活用を検討し、啓発イベントについては、内容の充実を図る一方、民間への移管、運營業務委託の可能性について検討し、効率化を図りたい。			
-------	------------------------------------	--	--	--	--

事業の方向性	<31> 1次評価	所属長	2.変更	理由	事業そのものについては、今後も内容の充実に努めていただきたい。イベントの実施方法については、「働き方改革」の一環として、民間への移管、運營業務委託等の可能性を十分検討し、実現に向けて業務を進めて欲しい。
	<32> 2次評価	所管部長	2.変更	理由	「働き方改革」の一方で、質の高い行政運営を維持するために、また市民中心の行政の実現のためには、イベントの実施主体の見直しは不可欠であるので、よく検討、協議し、業務を進めて欲しい。

5 Plan - 計画 -

事業の計画	<33>実施計画	啓発イベントの内容の充実を図り、併せて実施主体見直しのための検討、協議を行う。SNSの効果的な活用方法を検討し、実施する。	<35>コスト	区分	単位	平成30年度 計画	平成31年度 計画
	<34>活動・成果目標	啓発イベントの来場者増。「おやまブランド」の市内外の認知度の向上。		コスト	千円	35,743	32,314
				事業費等	千円	15,544	15,000
				人件費	千円	20,199	17,314