

事務事業評価シート

(平成 23 年度実施事業)

事務事業名	ブランド推進・6次産業化事業			事業コード	1725
所属コード	141000	課等名	農政課	係名	農村振興係
課長名	佐々木 和則	担当者名	工藤 博貴	内線番号	6046
評価分類	<input checked="" type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 公の施設 <input type="checkbox"/> 大規模公共事業 <input type="checkbox"/> 補助金 <input type="checkbox"/> 内部管理				

1 事務事業の基本情報

(1) 概要

総合計画 体系	施策の柱	活力ある産業の振興	コード	5	
	施策	活力ある農林業の振興	コード	1	
	基本事業	生産意欲と技術の向上	コード	1	
予算費目名					
特記事項					
事業期間	<input type="checkbox"/> 単年度 <input checked="" type="checkbox"/> 単年度繰返 <input type="checkbox"/> 期間限定複数年度			開始年度	平成 17 年度
根拠法令等	盛岡ブランド推進計画				

(2) 事務事業の概要

平成 18 年 1 月 27 日の盛岡ブランド宣言を受け、盛岡市内で生産される農畜産物のブランド化を図る。

(3) この事務事業を開始したきっかけ（いつ頃どんな経緯で開始されたのか）

平成 18 年 1 月 27 日のブランド宣言により、元気なまち盛岡の全国的な知名度アップにつながるため。

(4) 事務事業を取り巻く現在の状況はどうか。(3)からどう変化したか。

ブランド化による商品の有利販売を図る生産者による「盛岡りんごフェア」などのイベント参加の体系が出来上がった。事業の拡充には商業、工業の面からも付加価値を加えていく新たな取り組み体制を整える必要がある。

2 事務事業の実施状況 (Do)

(1) 対象 (誰が, 何が対象か)

盛岡ブランド認証商品

(2) 対象指標 (対象の大きさを示す指標)

指標項目	単位	21年度 実績	22年度 実績	23年度 計画	23年度 実績	26年度 見込み
A 盛岡りんご・津志田芋	種	2	2	2	2	2
B						
C						

(3) 23年度に実施した主な活動・手順

ブランド認証に向けた関係機関等との会議・認証者商品のPR活動

(4) 活動指標 (事務事業の活動量を示す指標)

指標項目	単位	21年度 実績	22年度 実績	23年度 計画	23年度 実績	26年度 目標値
A PR活動・会議の開催	回	3	3	4	4	4
B						
C						

(5) 意図 (対象をどのように変えるのか)

盛岡市内で生産される農畜産物における産地間競争力を強化する

(6) 成果指標（意図の達成度を示す指標）

指標項目	性格	単位	21年度実績	22年度実績	23年度計画	23年度実績	26年度目標値
A 農産物フェアによる売上げ （盛岡りんご）	<input checked="" type="checkbox"/> 上げる <input type="checkbox"/> 下げる <input type="checkbox"/> 維持	千円	301	483	500	766	800
B 農産フェアによる売上げ(津志田芋)	<input checked="" type="checkbox"/> 上げる <input type="checkbox"/> 下げる <input type="checkbox"/> 維持	千円	106	0	100	0	100
C	<input type="checkbox"/> 上げる <input type="checkbox"/> 下げる <input type="checkbox"/> 維持						

(7) 事業費

項目	財源内訳	単位	21年度実績	22年度実績	23年度計画	23年度実績
事業費	①国	千円	0	0	0	0
	②県	千円	0	0	0	0
	③地方債	千円	0	0	0	0
	④一般財源	千円	0	0	0	0
	⑤その他()	千円	0	0	0	0
	A 小計 ①～⑤	千円	0	0	0	0
人件費	⑥延べ業務時間数	時間	10	10	10	10
	B 職員人件費 ⑥×4,000円	千円	40	40	40	40
計	トータルコスト A+B	千円	40	40	40	40
備考						

3 事務事業の評価 (See)

(1) 必要性評価（評価区分が「内部管理」の事務事業は記入不要）

① 施策体系との整合性

盛岡ブランドを推進することにより、盛岡で生産される農畜産物のイメージアップとなり農業者の生産意欲の向上につながることから施策体系に結びついている。

② 市の関与の妥当性

市として取り組むことにより、農林業だけでなく商業、工業などの他産業や市全体への波及効果が見込まれる。

③ 対象の妥当性

市内で生産される農畜産物に付加価値を与え、産地間競争への有利性を見出すものであり、現状で妥当と考えられる。

④ 廃止・休止の影響

既に認証を受けている商品の産地間競争力と盛岡産農畜産物の情報発信につながる機会が減少する。

(2) 有効性評価（成果の向上余地）

農畜産物をブランド化、高付加価値化することにより、全国への情報発信・産地間競争における有利性を確保することにより販路が拡大され売上が向上していく施策の取り組み方については成果向上の余地はある。

(3) 公平性評価（評価区分が「内部管理」の事務事業は記入不要）

盛岡ブランド認証制度にもとづき実施されているので公平・公正である。

(4) 効率性評価

現時点で事業費、人件費とも最低減で実施している。

4 事務事業の改革案 (Plan)

(1) 改革改善の方向性

農産物フェアにおける取り扱い農産物の品種や開催時期・場所の検討。

(2) 改革改善に向けて想定される問題点及びその克服方法

限りある予算の中での効果的なPR方法について、市場の需要等を研究することにより効果的な手法を検討する。

5 課長意見

(1) 今後の方向性

- 現状維持（従来どおりで特に改革改善をしない）
- 改革改善を行う（事業の統廃合・連携を含む）
- 終了・廃止・休止

(2) 全体総括・今後の改革改善の内容

生産基盤の整備のほかに、流通を含めた出口対策が必要である。また、6次産業化をはじめとしたブランド化による農林業の振興は、農家所得に繋がるため、今後、ブランド化が予定されている農産物があることから、振興も含めて継続する。