

事務事業評価シート

(平成 23 年度実施事業)

事務事業名	盛岡ブランド市民推進会議事業			事業コード	2288
所属コード	132600	課等名	ブランド推進課	係名	
課長名	吉田春彦	担当者名	佐藤明彦	内線番号	3741
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	地域資源をいかした観光・物産の振興	コード	4
	基本事業	観光地づくりと観光客の誘致	コード	1
予算費目名	一般会計 7 款 1 項 3 目 盛岡ブランド推進事業 (010-01)			
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	19 年度	
根拠法令等				

(2) 事務事業の概要

盛岡ブランド推進にかかる情報発信を行い、市民の自主的な活動を支援し、市民の盛岡ブランドについての意識啓発を行う。

(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）

盛岡ブランドを推進する市民活動を牽引・支援するため、盛岡ブランド推進の情報センター及び市民のブランド推進活動の支援センターとしての機能を持つ、市民参加型の市民協働組織を設置し、盛岡ブランドの推進を図ることを目的として実施。

(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。

地域間競争はさらに熾烈になってきており、他地域においても地域ブランドの確立に取り組んできている。

2 事務事業の実施状況 (Do)

(1) 対象（誰が、何が対象か）

市民

(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 市民の数	万人	30	30	30	30	30

B						
C						

(3) 23年度に実施した主な活動・手順

- ・盛岡ブランド市民推進会議のホームページの運営及びリニューアル検討
- ・試験的にフェイスブック上での運用も開始
- ・盛岡ブランドフォーラムの開催
- ・盛岡ブランド啓発パンフレットの作成

(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 盛岡ブランド市民推進会議運営委員への公募の数	人	5	2	2	2	2
B 市民企画の応募件数	件	1	1	3	0	5
C						

(5) 意図（対象をどのように変えるのか）

盛岡の価値・魅力を認識し、市民一人ひとりが積極的な対外に情報発信ができるようになる。

(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 盛岡ブランド市民推進会議ホームページの年間アクセス数	<input checked="" type="checkbox"/> 上げる <input type="checkbox"/> 下げる <input type="checkbox"/> 維持	件	146,699	223,367	160,000	430,354	500,000
B	<input type="checkbox"/> 上げる <input type="checkbox"/> 下げる <input type="checkbox"/> 維持						
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	2,700	2,500	0	0
	③地方債	千円	0	0	0	0
	④一般財源	千円	0	0	1,600	1,600
	⑤その他()	千円	0	0	0	0
	A 小計 ①～⑤	千円	2,700	2,500	1,600	1,600
人件費	⑥延べ業務時間数	時間	32	35	60	100
	B 職員人件費 ⑥×4,000円	千円	128	140	240	400

計	トータルコスト A+B	千円	2,8280	2,640	1,840	2,000
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

当事業は、もりおか暮らし物語賞で盛岡ブランド推進の貢献者の表彰やブランド推進のための市民企画を公募し助成を行うなど、ブランド推進計画を進めるため市民協働で推進しており、上位の施策と結びついている。

② 市の関与の妥当性

ブランド推進計画を市民協働で進めていくため、運営について負担金により活動を支えなければならない。

③ 対象の妥当性

広く市民を対象としており、対象としては妥当である。

④ 廃止・休止の影響

盛岡ブランドの推進は市民協働が原則であり、事業を廃止した場合は、ブランド推進事業が停滞することとなり、影響がある。

(2) 有効性評価 (成果の向上余地)

成果として一定の効果が現れているが、さらに市民への認知度を高めることにより、盛岡ブランド推進事業をより市民を巻き込んで推進することが期待できる。

(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)

特定の受益者はいない。

(4) 効率性評価

負担金以外に財源を確保することが困難であり、事業等にかかる最低限の人件費であり、削減は出来ない。

4 事務事業の改革案 (Plan)

(1) 改革改善の方向性

市民協働によるブランド推進を展開するためには、周知・PRを早い時期に行うとともに、市民推進リーダーが主体となったブランド推進展開を図る必要がある。

(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

・ブランド推進リーダーの人選について、市民推進会議運営委員会の意向を確認する必要がある。

- ・市民企画の早期公募
- ・盛岡ブランドフォーラムの企画の早期検討

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

市民協働で事業を展開している部分はあるものの、さらなる市民協働を図るため市民企画募集周知の不足などの反省を踏まえ、早期に市民企画，ブランドフォーラムの企画立案を図る。