

事務事業評価シート

(平成 26 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	三上 幸廣	担当者名	松田 泰彰	内線番号	6047
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 (旧総合計画体系における位置づけ)

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	17 年度	
根拠法令等				

(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 月に策定した盛岡ブランド推進計画の中で、主要 4 プロジェクトの 1 つに「盛岡特産品ブランド認証」を位置づけ認証制度を導入するとともに、伝統と暮らしに根ざした数多くの工芸品や農産物、名物料理の一層のブランド化を進めることとした。

(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。

ブランド化による有利販売を図るためりんご生産者による「盛岡りんご推進協議会」が組織され、盛岡りんごフェアなどのイベント参加を実施している。

しかし、ブランド化すべき対象が個人的に参加している者のだけとなっているため、盛岡地域全体への広がりとしては不十分などところがある。

2 事務事業の実施状況 (Do)

(1) 対象 (誰が, 何が対象か)

盛岡ブランド認証を受けた農産物, 加工品

(2) 対象指標 (対象の大きさを示す指標)

指標項目	単位	24年度 実績	25年度 実績	26年度 計画	26年度 実績	27年度 見込み
A 盛岡特産品ブランド認証事業者数 (農産物等)	件	22	22	22	22	22
B 盛岡特産品ブランド認証件数 (農産物等)	件	40	40	40	40	40
C						

(3) 26年度に実施した主な活動・手順

- ・ 盛岡デー, 特産品ブランドフェア, 盛岡りんごフェアや農業まつり等の催事に参加するとともに, 「津志田芋の子給食の日」に合わせた食材提供を行った。
- ・ 盛岡りんごについては, ブランド認証を取得している農家の取り組みや品質の良さなどを総合的にPRするチラシやポスターを制作し, 首都圏での販売のほか, 各農家における販売促進ツールとして活用し, 盛岡りんごの品質や安全性のPRに努めた。
- ・ 庁内横断的なワーキング・グループを立ち上げ, 事業者等を交えた意見交換や勉強会を実施し, 異業種連携による農畜産物の付加価値化を検討する取り組みを行った。

- ・りんごフェア・・・2回 (文京区, 銀座)
- ・農業まつり
- ・広域観光イベント (川口市)
- ・芋の子給食の日
- ・盛岡デー (うるま市)

(4) 活動指標 (事務事業の活動量を示す指標)

指標項目	単位	24年度 実績	25年度 実績	26年度 計画	26年度 実績	27年度 見込み
A 販促催事開催数	回	7	7	7	6	6
B						
C						

(5) 意図 (対象をどのように変えるのか)

盛岡のブランドイメージ向上を図り, かつ農産物等の売上向上につなげる。

(6) 成果指標（意図の達成度を示す指標）

指標項目	性格	単位	24年度実績	25年度実績	26年度計画	26年度実績	27年度目標値
A 盛岡りんごフェアの売上	<input checked="" type="checkbox"/> 上げる <input type="checkbox"/> 下げる <input type="checkbox"/> 維持	千円	833	542	700	579	700
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	24年度実績	25年度実績	26年度計画	26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	30	25	30	100
	B 職員人件費 ⑥×4,000円	千円	120	100	120	400
計	トータルコスト A+B	千円	120	100	120	400
備考						

3 事務事業の評価 (See)

(1) 必要性評価（評価分類が「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

盛岡ならではの商品として認証を受けた農産物、加工品等を優先的にPRすることで、特産品振興につなげることから妥当である。

④ 廃止・休止の影響

宣伝・販売・販路拡大に効果をあげており事業の廃止・休止は施策の成果に悪影響である。

(2) 有効性評価（成果の向上余地）

- ・ 商品の宣伝・販売についてさらに効果的な手法を検討する必要がある。
- ・ 庁内横断的なワーキング・グループを核とした異業種連携の取組みを深めることで、新たな手法や発想による付加価値を発信できる余地がある。

(3) 公平性評価（評価分類が「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よるものであり公平・公正である。

(4) 効率性評価

ワーキング・グループの活動について、メンバーが連携しながら役割分担を進めることで、業務時間を削減できる余地がある。

4 事務事業の改革案 (Plan)

(1) 概要（新しい総合計画体系における位置付け）

総合計画 体系（新）	施策（方針）	農林業の振興	コード	21
	小施策（推進項目）	経営力・生産意欲の向上と後継者の育成	コード	1

(2) 改革改善の方向性

- ・ 認証商品のPRと、より効果的な宣伝・販売に努める。
- ・ 26年度に設置した庁内部局横断的なワーキング・グループを活用し、市内の農業者と商工業者との連携を推進したり、新たな商品開発の支援を行う。

(3) 改革改善に向けて想定される問題点及びその克服方法

- ・ 盛岡りんご推進協議会として目指す方向を改めて決めてもらうとともに、ブランド認証のメリットを享受できる方法（規格や商標登録など）について、会員と一緒に検討する。
- ・ ワーキング・グループにおいて、異業種連携のためにどういう情報を持ち寄ったら良いのかという気づきが不十分であることから、勉強会や現地研修、事業者等との意見交換を行って有機的な情報を収集・共有できる組織体にしていく。

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、流通を含めた対策が必要であるため、他の部署を巻き込んだ対応が必要である。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、農家収入に直接繋がるため、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継続する。