

# 事務事業評価シート

(平成 26 年度実施事業)

事務事業名	特産品ブランド認証事業			事業コード	2263
所属コード	132000	課等名	観光課	係名	企画宣伝
課長名	小笠原 千春	担当者名	八重樫 信子	内線番号	3723
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 (旧)	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	魅力あふれる物産の振興	コード	3
予算費目名 (H26)	一般会計 7 款 1 項 2 目 盛岡特産品ブランド認証制度運営事業 (011-06)			
特記事項 (H26)				
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 (H26)				

(2) 事務事業の概要

確かな品質・技術を伝える盛岡生まれの地場産品である証となる認証ロゴマークを作成し、PR イベントの実施、認証品の宣伝や啓発を行う。

(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)

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。

認証事業所については、新規認証の伸びは鈍化した。今後は平成 27 年 3 月に策定された「次期ブランド推進計画」に基づき、認証商品の効果的な宣伝・販売方法、認証によるメリット等について、改善に向けた検討を進める予定となっている。

一部の認証事業者からは PR 効果が増したとの声があるが、全体的には更なる知名度向上が求められている。

## 2 事務事業の実施状況 (Do) . . . . .

### (1) 対象 (誰が, 何が対象か)

盛岡特産品ブランド認証業者

### (2) 対象指標 (対象の大きさを示す指標)

指標項目	単位	23年度 実績	24年度 実績	25年度 実績	26年度 見込み	26年度 実績
A 盛岡特産品ブランド認証業者数	事業所	108	122	124	115	124
B 盛岡特産品ブランド認証件数	件	803	820	828	1000	828
C						

### (3) 26年度に実施した主な活動・手順

盛岡デーや物産展のほか, 盛岡りんごフェア等の販売促進催事を開催するとともに, 認証商品のパンフレットを作成し啓発を行った。

### (4) 活動指標 (事務事業の活動量を示す指標)

指標項目	単位	23年度 実績	24年度 実績	25年度 実績	26年度 目標値	26年度 実績
A 販売促進催事開催回数	回	7	7	7	10	7
B パンフレット配布部数	部	2,000	1,000	1,500	2,000	3,000
C						

### (5) 意図 (対象をどのように変えるのか)

盛岡の特産品の普及により, 盛岡のブランドイメージ向上を図り, 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	23年度 実績	24年度 実績	25年度 実績	26年度 目標値	26年度 実績
A 盛岡特産品ブランド催事売上額 (盛岡デー, 盛岡りんごフェア)	<input checked="" type="checkbox"/> 上げる <input type="checkbox"/> 下げる <input type="checkbox"/> 維持	千円	36,851	14,379	15,201	50,000	20,710
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	23年度 実績	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	0
	②県	千円	0	0	0	0	0
	③地方債	千円	0	0	0	0	0
	④一般財源	千円	1,768	1,768	1,768	1,768	1,768
	⑤その他( )	千円	0	0	0	0	0
	A 小計 ①～⑤	千円	1,768	1,768	1,768	1,768	1,768
人件費	⑥延べ業務時間数	時間	400	400	400	400	200
	B 職員人件費 ⑥×4,000 円	千円	1,600	1,600	1,600	1,600	800
計	トータルコスト A+B	千円	3,368	3,368	3,368	3,368	2,568
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

盛岡特産品ブランド認証商品の普及により，特産品の振興に結びついている。

② 市の関与の妥当性

物産の振興による地場産業の浮揚は市がやるべき事業である。

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事業者を優先的に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

当該事業は特産品の宣伝・販売・販路拡大に効果を及ぼしており、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）

認証商品の宣伝・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。  
同時に同認証制度の実施メリットを検証し改善する必要がある。

(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）

盛岡市内の事業所や認証委員会が認める事業所であれば、認証申請することができる。  
認証申請については手数料を徴収しており、当該収入は宣伝広告用の認証商品カタログ作成に充当している。

(4) 効率性評価

特産品の更なる販路拡大を検討している中、事業費を節減する余地はない。  
盛岡特産品ブランド認証についての事務局は委託しているが、委託に係る事務やその他事務について業務時間数を削減する余地はない。

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）	観光の振興	コード	24
	小施策（推進項目）	観光地域づくりと滞在型観光の推進	コード	24-2

(2) 改革改善の方向性

次期ブランド推進計画に基づき、認証制度の運営を委託している事業者や関係者とともに、同制度の改善と新たなPR手法を検討・実施していく。

(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

事業者がメリットを感じられる制度として認識してもらえるかが課題。  
制度改善にあたっては、登録事業者へのアンケートや関係者への意見聴取に加え、改善に係る委員会を立ち上げ検討する予定である。

## 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

ブランド認証事業の改善を図り，認証商品の効果的な宣伝につなげることが必要である。

改善に当たっては，これまでの取組による成果や認証事業者の意見等を踏まえた検討を行うとともに，意見等を反映させつつ，より効果的な事業の展開が図られるよう，取り組む必要がある。