

事務事業評価シート

(平成 24 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	120600	課等名	広聴広報課	係名	広報ブランド戦略室
課長名	大倉慎澄	担当者名	佐々木渉	内線番号	3642
評価分類	☒ 一般 ☐ 公の施設 ☐ 大規模公共事業 ☐ 補助金 ☐ 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	☐ 単年度 ☒ 単年度繰返 ☐ 期間限定複数年度		開始年度	18 年度
根拠法令等				

(2) 事務事業の概要

盛岡ブランド推進に係る情報発信を行い、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ための市民組織である「盛岡ブランド市民推進会議」に対し負担金を支出することにより、盛岡ブランドの推進に向けた市内の活動を支援する。

(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）

「盛岡ブランド市民推進会議」が、平成 18 年度に、盛岡ブランドを推進する市民活動を牽引・支援するための組織として設置されたことに伴い、負担金の支出を開始した。

(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。

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やシティプロモーション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）

- ・盛岡ブランド市民推進会議（直接）
- ・市民（間接）

(2) 対象指標（対象の大きさを示す指標）

指標項目	単位	22 年度 実績	23 年度 実績	24 年度 計画	24 年度 実績	26 年度 見込み
A 市の人口	人	298,148	298,853	298,853	299,220	299,220
B						
C						

(3) 24 年度に実施した主な活動・手順

- ・負担金の支出
- ・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
- ・「もりおか暮らし物語」フェイスブックページの運営
- ・盛岡ブランドフォーラムの開催
- ・盛岡ブランド推進市民企画への助成
- ・もりおか暮らし物語読本刊行への助成

(4) 活動指標（事務事業の活動量を示す指標）

指標項目	単位	22 年度 実績	23 年度 実績	24 年度 計画	24 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会の開催回数	回	3	3	3	3	3
B 市民企画の応募件数	件	1	0	5	4	5
C						

(5) 意図（対象をどのように変えるのか）

盛岡ブランド市民推進会議の活動に必要な財源が確保され、活動が円滑に実施される。

(6) 成果指標（意図の達成度を示す指標）

指標項目	性格	単位	22 年度 実績	23 年度 実績	24 年度 計画	24 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	☒ 上げる ☐ 下げる ☐ 維持	件	223,367	430,354	400,000	290,294	500,000
B	☐ 上げる ☐ 下げる ☐ 維持						
C	☐ 上げる ☐ 下げる						

	□維持						
--	-----	--	--	--	--	--	--

(7) 事業費

項目	財源内訳	単位	22 年度実績	23 年度実績	24 年度計画	24 年度実績
事業費	①国	千円	0	0	0	0
	②県	千円	2,500	0	0	0
	③地方債	千円	0	0	0	0
	④一般財源	千円	0	1,600	1,600	1,600
	⑤その他()	千円	0	0	0	0
	A 小計 ①～⑤	千円	2,500	1,600	1,600	1,600
人件費	⑥延べ業務時間数	時間	35	100	100	100
	B 職員人件費 ⑥×4,000 円	千円	140	400	400	400
計	トータルコスト A+B	千円	2,640	2,000	2,000	2,000
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

盛岡ブランド市民推進会議は、盛岡ブランドの推進に貢献した個人や団体の表彰やブランド推進のための市民企画の公募・助成を行うなど、市民協働で盛岡ブランドを内外に発信するための事業を実施しており、上位の施策の意図と結びついている。

② 市の関与の妥当性

盛岡ブランド市民推進会議は、盛岡ブランドの推進を市民協働で進めていくための中核的組織となっており、市としても積極的に活動を後押ししていく必要がある。

③ 対象の妥当性

盛岡ブランド市民推進会議は、市民協働で盛岡ブランドを進めていくための推進組織として盛岡ブランド推進計画に位置づけられている唯一の組織であり、負担金の支出対象として妥当である。

④ 廃止・休止の影響

事業を廃止した場合、盛岡ブランド市民推進会議が活動するために必要な財源がなくなるため、盛岡ブランドフォーラムや市民企画助成など市民協働で盛岡ブランドを推進するための中核的事業が行われなくなり、市民協働による盛岡ブランド推進事業が停滞する。

(2) 有効性評価 (成果の向上余地)

盛岡ブランドについての情報発信等がより高い成果を上げるよう、盛岡ブランド市民推進会

議の事業対象の見直しや事業手法の見直しを同会議に働きかけていくことで、より成果を向上させる余地がある。

(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）

盛岡ブランド市民推進会議は、盛岡ブランド推進計画に位置づけられている唯一の市民協働組織であることから、公平性は保たれている。

(4) 効率性評価

盛岡ブランド推進市民会議に対し、盛岡ブランドフォーラムの内容や市民企画助成の枠組みなどの見直しを働きかけることで、負担金を財源としたより費用対効果の高い事業実施に結びつける余地がある。

4 事務事業の改革案（Plan）・・・・・・・・・・・・・・・・

(1) 改革改善の方向性

盛岡ブランド市民推進会議の活動に関心を持ったり、活動に関わる市民を増やすために、事業内容の見直しを盛岡ブランド市民推進会議に働きかけていく。

(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

事業内容の見直しに当たっては、市民に広く活動に関わっていただくという趣旨から、市民の方が参加しやすい事業内容を検討する必要がある。盛岡ブランド市民推進会議の委員とも協議しつつ、有効な事業実施の手法を検討していく必要がある。

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

「盛岡ブランド」が市民に浸透しているとはいえない状況となっている。盛岡ブランド市民推進会議の活性化を図り、市民協働で事業を展開するという趣旨に近づけるような見直しが必要である。

今年度は、市民推進会議と協議しながら、ブランドフォーラムの内容の充実を図ることとしたい。