

事務事業の概要・計画 (PLAN)

事務事業名	地域ブランド力強化事業	会計名称	一般会計		担当課	地域創生課	
		予算科目	2 款 1 項 14 目	事業番号	491	所属長名	松本宏
事業評価の有無	<input checked="" type="checkbox"/> 評価対象事業 <input type="checkbox"/> 評価対象外事業 (事業の概要・結果のみ)				担当責任者名	山内由佳	
法令根拠等	伊予市ブランド認定制度実施要綱「ますます、いよし。ブランド」認定品支援補助金交付要綱				実施期間	【開始】	令和/平成 28 年度
総合計画での位置付け	産業振興都市の創造 食と食文化を生かしたまちづくり					【終了】	令和 年度(予定) <input checked="" type="checkbox"/> 設定なし
総合計画における本事業の役割	食と食文化を活かしたまちづくりを推進するため、伊予市の「食」と「食文化」を代表するような産品をブランド認定する。						
事業の対象	市産品 (原則として伊予市内で生産あるいは製造された農林水産物、加工食品、工芸品又は工業製品をいう。) を製造する事業者 (農林業、水産業、食品加工業若しくは製造業を営む個人、法人又はこれらを営む者で組織される法人若しくは団体であって、原則として市内に住所又は主たる事業所を有するものをいう。)			事業の目的	数ある伊予市の産品の中から、「伊予市ブランド」を選抜し、これを軸に周知イベント・販売イベント等を展開することにより、知名度の向上、販路開拓、担い手の発掘育成を図っていく。		
事業の内容 (整備内容)	ブランド認定を行うとともに、ブランド認定品のプロモーションを中心に周知イベント・販売イベント等を年間を通して開催していく。			昨年度の課題に対する具体的な改善策	ブランド認定品を新たに5品認定し、パンフレットをリニューアルするとともに、ポスターやショップカードを作成し啓発活動に注力した。また、アフターコロナに向けた新しい取組として「ライブコマース」を活用したオンラインツアーを実施することで、新規販路開拓と購買に繋げることができた。その他、ふるさと納税と連携し、積極的にブランド認定品のPRを行った。		

事業活動の内容・成果 (DO)

事業費及び財源内訳 (千円)							事業活動の実績 (活動指標)					
項目	前年度決算	当初予算額	補正予算額	継続費その他	翌年度繰越	決算額	項目	単位	前年度実績	4年度予定	9月末の実績	4年度実績
直接事業費	450	4,622	1,282	0	0	4,846	ブランド認定審査会	回	2	2	2	2
財源内訳												
国庫支出金	0	0	0	0	0	0						
県支出金	0	0	1,995	0	0	1,995						
地方債	0	0	0	0	0	0						
その他	0	0	0	0	0	0	ブランド認定品	商品	1	3	5	5
一般財源	450	4,622	△ 713	0	0	2,851						
職員の人工 (にんく) 数	0.40	0.40				0.40	ブランド認定品周知イベント	回	6	10	5	11
1人工当たりの人件費単価	7,841	7,794				7,794						
※ 直接事業費+人件費	3,586	7,740				7,964						
主な実施主体	直接実施		実施形態 (補助金・指定管理料・委託料等の記載欄)	ますます、いよし。ブランド 認定品支援補助金(500千円)								
向こう5年間の直接事業費の推移 (千円)					5 年度	6 年度	7 年度	8 年度	9 年度	5年間の合計		
					4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	20,000		
成果指標	指標	ブランド認定事業者数	単位	⇒	区分年度	前 年度	4 年度	5 年度	目標	毎 年度		
			社		目標	15	20	20	20			
	指標設定の考え方	ブランド認定制度は、市産品の中から特に優れたものを「ますます、いよし。ブランド」として認定し、市内外へその魅力を発信することで、優良産品の更なる育成をはじめ、本市の認知度をの向上を図ることを目的としているため、事業の取り組み初期においては、認定して欲しいと考える事業者の増加を目指す。			実績	15	18					
	指標で表せない効果	自社商品等をブランドとして位置付けてもらうことで、伊予市のイメージアップの一翼を担っているという意識づくりの醸成と、伊予市という知名度をアップさせる効果がある。										

事務事業評価 (CHECK)

新たな課題や当初の改善策に対する対応状況 (今年度の途中経過)		工芸品も含めたブランド認定品の発掘・拡充を目指し、ふるさと納税の担当者とも連携し、積極的な営業活動を実施する必要がある。																			
事務事業評価	自己判定 (担当責任者)	妥当性	目的の妥当性	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	4	合計点が	A	事業成果・工夫した点 事業の苦勞した点・課題	工芸品を含む、新たに5品をブランド認定した他、認定期間が満了した15品の商品について、継続認定の手続きを行うなど、事業の安定的な継続に向けた取り組みを行い、引き続き、特産品を媒介した伊予市のPR及びイメージアップに努めた。 「ますます、いよし。ふるさと特産品フェア」では、ブランド認定品を中心とした、市内特産品のPRを行い「食と食文化のまち伊予市」のイメージ醸成に大きく貢献した。 さらに、「ライブコマース」を活用したオンラインツアーの実施や、ブランド認定品パンフレットのリニューアル等、ふるさと納税とも連携した新たなRRを実施した。						
			社会情勢等への対応	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1						5 4 3 2 1	3	14~15 : S 10~13 : A 8~9 : B 5~7 : C 3~4 : D			
			市の関与の妥当性	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1						5 4 3 2 1			4	14~15 : S 10~13 : A 8~9 : B 5~7 : C 3~4 : D	
		有効性	事業の効果	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	4	合計点が			A	新型コロナウイルス感染症の影響や物価の高騰など、ブランド認定事業所の経営に深刻な影響が出ている。今後も引き続き事業に参画してもらうためには、経営の安定化や事業継承者等を含め長期的な視点に立った補助制度の確立が求められている。 また、ブランド認定品支援事業補助金制度を活用し、広報啓発活動や、パッケージリニューアル等を積極的に行ってもらえるよう、さらなる伴走支援が必要である。				
			成果向上の可能性	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1							3	14~15 : S 10~13 : A 8~9 : B 5~7 : C 3~4 : D		
			施策への貢献度	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1									4	14~15 : S 10~13 : A 8~9 : B 5~7 : C 3~4 : D
		効率性	手段の最適性	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	3	合計点が			A					
			コスト効率	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1							3	14~15 : S 10~13 : A 8~9 : B 5~7 : C 3~4 : D		
			市民(受益者)負担の適正	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1									4	14~15 : S 10~13 : A 8~9 : B 5~7 : C 3~4 : D
		一次判定 (所属長)	妥当性	目的の妥当性	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	4	合計点が			A		■ 事業継続と判断する。 <input type="checkbox"/> 事業縮小と判断する <input type="checkbox"/> 事業廃止と判断する (判断の理由) ブランド認定品の積極的なPR活動を展開することは、本市の魅力度・知名度向上というシティプロモーションに大きく貢献していることから、事業の継続は必要であると判断する。			
				社会情勢等への対応	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1								5 4 3 2 1	4	14~15 : S 10~13 : A 8~9 : B 5~7 : C 3~4 : D
				市の関与の妥当性	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1								5 4 3 2 1		
有効性	事業の効果		5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	4	合計点が	A								
	成果向上の可能性		5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1				4	14~15 : S 10~13 : A 8~9 : B 5~7 : C 3~4 : D						
	施策への貢献度		5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1						4			14~15 : S 10~13 : A 8~9 : B 5~7 : C 3~4 : D		
効率性	手段の最適性		5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	4	合計点が	A								
	コスト効率		5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1				3	14~15 : S 10~13 : A 8~9 : B 5~7 : C 3~4 : D						
	市民(受益者)負担の適正		5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1						3	14~15 : S 10~13 : A 8~9 : B 5~7 : C 3~4 : D				

施策を踏まえた判断	二次判定	<input type="checkbox"/>	一次判定結果は以下の点について良好と評価し、更なる事業推進を求める。	⇒ 指摘事項を踏まえ、事務改善、事業推進に努め、今年度の事務事業評価シートに反映させること。
		<input type="checkbox"/>	一次判定結果のとおり事業継続と判断する。	
		<input type="checkbox"/>	一次判定結果のとおり事業継続と判断するが、以下の課題を新たに追加する。	
		<input checked="" type="checkbox"/>	一次判定は以下の点について外部評価が必要と判断し、行政評価委員会に諮ることとする。	
			【行政評価委員会委員選定事業】 ブランド認定品の認知度向上に向け、より効果的な手法を検討すること。	
			<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	一次判定結果のとおり事業廃止と判断し、行政評価委員会に諮ることとする。			
<input type="checkbox"/>	既に事業廃止が決定していることから、廃止に向けた手続を行う。			

行政評価委員会の答申	外部評価	<p>答申の内容</p> <ul style="list-style-type: none"> ・作り手側の想いが伝わるパンフレットになっており、好印象である。今後もストーリー性を大切に展開してもらいたい。 ・ブランド認定は事業者支援の意味合いが強いと思うが、担い手の発掘育成という点は道半ばという感じである。 ・パンフレットのデザインがとても素敵で、若い人たちにも手に取ってもらえそうな感じである。 ・成果指標について。ブランド認定事業者の増加が認知度向上につながるのか。事業の目的に合致するものを設定すべき。 ・事業承継に関するサポートも並行実施していかないと、ブランド認定事業は思ったように進まなくなるだろう。 ・合併後の新伊予市という視点で、食品に限らない分野にも光を当てていく必要がある。また、市内3地域の産物をかけ合わせて売り出せば、地域性や地域間のバリアを低くすることができるだろう。
------------	------	--

今後の方向性 (ACTION)

の経営者判断	事業の方向性		コメント欄 ブランド創出の意義を再度関係課で共通認識すること。併せて、ブランド品のPR強化及び新規事業者の参画促進に努めること。
	<input type="checkbox"/>	さらに重点化する。	
	<input checked="" type="checkbox"/>	現状のまま継続する。	
	<input type="checkbox"/>	見直しの上、継続する。	
	<input type="checkbox"/>	事業の縮小を検討する。 事業を縮小する。	
	<input type="checkbox"/>	事業の休止、廃止を検討する。 事業を休止、廃止する。	