

平成30年度事務事業評価シート

取組みコード 52241

区分	事務事業	担当課	総務課	作成日	平成30年5月10日
事業名	愛川ブランド推進事業費	開始年度	平成27年度	予算科目	2.1.3.6.1

1 事業の概要

総合計画での位置づけ			
部	第5部_多彩な産業の活力あるまちづくり	章	第2章_産業の継承と雇用の創出
節	第2節_ビジネス創出とブランド育成	基本施策	4_地域ブランドの創出・育成
取組みの基本方向 (1)「愛川ブランド」の魅力発信と販路拡大に向けた取組み			
根拠法令等	(参考)愛川ブランド認定制度実施要綱		
目的 (誰・何を対象に、何のために)	愛川町の豊かな自然や文化などに育まれてきた素材と、優れた技術・技法から生み出された数多くの町産品の中から、特に優れたものについて、町が「愛川ブランド」として認定し、優良産品のさらなる育成や本町の知名度向上、観光物産の振興、地域産業の活性化を図るために、町内外へその魅力を発信することを目的とする。		
内容・方法 (何を行っているのか)	①愛川ブランド認定審査委員会の開催、②愛川ブランドPRアドバイザーの派遣、③愛川ブランドパンフレット、PRカード、のぼり旗等広告物の作成、④愛川ブランドPR支援補助金の交付(愛川ブランド認定事業者が、愛川ブランド認定品のPRを行った場合、その経費の一部を補助する制度)、⑤ウェブサイトやソーシャル・ネットワークキング・サービス(SNS)を通じた、愛川ブランド認定品の情報発信		

2 指標(事業の成果・活動内容等を数字で表します)

本事業が属する総合計画の節の成果指標		指標名		基準年度	平成34年度		
		『ビジネス創出とブランド育成』について「満足」と感じる住民の割合		31.8%	37.0%		
		ふるさと納税件数(累計)		-	1,600件		
(A)総合計画の節の目標を達成するため本事業に求められる成果			愛川ブランドの認知度が向上すること。				
(A)の成果をあげられているか測るための指標(成果指標)	増減	指標の説明	項目	基準年度 (平成27年度)	平成28年度	平成29年度	平成30年度
フェイスブックページ「愛川ブランド劇場」のいいね！数	増	愛川ブランド認定品や事業者を紹介する記事を配信する購読者数	計画値		75.0	150.0	225.0
			実績値(見込値)	0.0	70.0	149.0	225.0
			達成度※自動計算		93.3	99.3	100.0
(B)成果指標の目標を達成するため本事業において町が行う活動			愛川ブランド認定品だけでなく、認定品を生産・製造する事業者への取材も行い、それぞれの魅力を積極的に配信する。				
(B)の活動状況を測るための指標(活動指標)	増減	指標の説明	項目		平成28年度	平成29年度	平成30年度
フェイスブックページ「愛川ブランド劇場」の投稿数	増	取材に基づき、ページ内で配信する動画・画像付記事の配信数	計画値		16.0	75.0	110.0
			実績値(見込値)		25.0	106.0	110.0
			達成度※自動計算		156.3	141.3	100.0

※ 増減欄は、指標の値について、増加が望ましい場合に「増」、減少が望ましい場合に「減」を記入する。

3 事業費の推移と財源内訳

(E) 平均人件費(円/年) 8,300,000

年 度		基準年度(決算) (平成27年度)	平成28年度(決算)	平成29年度(決算見込)	平成30年度(予算)
(A)事業費(円)		4,259,178	670,249	463,036	643,000
(B)概算職員数(人)		0.504	0.252	0.252	0.252
(C)=(B)×(E) 人件費(円) ※自動計算		4,183,200	2,091,600	2,091,600	2,091,600
(D)=(A)+(C) 総事業費(円) ※自動計算		8,442,378	2,761,849	2,554,636	2,734,600
単位当たりコスト※自動計算		#DIV/0!	39,455.0	17,145.2	12,153.8
財源内訳 (円)	特定財源	国庫支出金	0	0	0
		県支出金	0	0	0
		地方債	0	0	0
		その他	0	0	0
	一般財源※自動計算	8,442,378	2,761,849	2,554,636	2,734,600

4 事業の項目別評価(分析)

項 目	判定基準	判定 ※一部自動判定	評価 ※自動判定
妥当性 (公費を投入して実施することが妥当な事業か)	法令等で義務付けられた事業である		B
	民間サービスで同様の事業は実施されていない、市場原理に委ねることができない	○	
	国や県において実施している事業との重複がない		
	事業開始時から事業目的や町民のニーズの低下や変質がない	○	
	事業・サービスの提供時間帯及び場所は公平に提供されている	○	
	受益に応じた負担は適正である	○	
	事業の実施による効果が不特定多数の人に広く及ぶ性質である	○	
	事業・サービスの対象者の日常生活に必要な事業である		
上記のいずれにも当てはまらない			
有効性 (基準年と比較して成果が上がっているか)	成果指標について平成29年度の目標を達成している	×	B
	基準年度と比較して成果が向上している	○	
効率性 (なるべく費用をかけずに成果を上げているか)	基準年度と比較して費用の縮減ができている (費用の縮減率が成果の向上率以上か)	費用減、成果アップ	A
有用性 (施策の成果指標の目標達成に貢献しているか)	総合計画の節の目標達成のための本事業の効果	直接的	A
	総合計画の節内での本事業の優先順位	高い	
総合評価 ※自動判定		良好に実施できている	

5 特記事項

・フェイスブックページ開設が平成28年度のため、有効性、効率性の基準年度を平成28年度に変更する。
 ・「愛川ブランド」の創設年度が平成27年度のため、制度設計、認定審査会の設立、初回の認定審査等の事務量が大きかったため、概算職員数の数値が他年度に比べ大きい。

6 自己評価(担当課)

評価結果	現状維持
理由	町外への認知度は少しずつであるが向上している。
今後の方向性	愛川ブランド認定品のみならず、愛川ブランド認定事業者の魅力を発信することや、新たなブランド価値の芽生えを促進し活動的で心惹かれるものとするにより、認知度の向上を図るとともに、お客様が呼べる地域ブランドにすることを目指す。

7 1次評価(庁内行政評価委員会)

評価結果	現状維持
今後の方向性に係る意見等	所管課の方向性のとおり現状維持とするが、愛川ブランド認定による町産品の販売や来訪者への効果を把握するほか、「愛川ブランドPRアドバイザー」や「愛川ブランドPR支援補助金」等を最大限に活用し、効果的かつ戦略的な事業展開を実施することで、さらなる認知度向上に努めるべきである。

8 2次評価(外部評価:行政改革推進委員会)

評価結果	現状維持
今後の方向性に係る意見等	愛川町の産品を町外に広くPRできる有用な事業であるため、引き続き工夫を凝らした事業を展開するとともに、生産者・販売者の意欲・意識の向上や売上げの増加など、具体的な成果に繋がるよう実施してほしい。

9 2次評価(実施のない場合は1次評価)を踏まえた対応案(担当課)

現状のまま引き続き事業を実施するほか、愛川ブランドPRアドバイザーの積極的な活用を図るとともに、認定事業者間の連携をさらに密にして、新たなコラボ品の開発などの取り組みを進めていく。

10 町の最終方針(行政改革推進本部会議)

評価結果	現状維持
理由・改善方針	現状のまま引き続き事業を実施するほか、愛川ブランドPRアドバイザーの積極的な活用や、認定事業者間の連携によるコラボ品の開発など、具体的な成果につながる取り組みを進めていく。