

平成 26 年度 基礎評価シート

		担当部課等名	産業振興課					
基本構想	環境と風景が息づくまちづくり		重点的方針	2. 「二宮ブランド」の開発と活性化				
分野別方針	(6) 魅力ある二宮ブランドづくりの推進		実施計画事業	二宮ブランド推進事業 (No.55)				
予算等事業名	二宮ブランド推進事業							
目的	町内中小企業の健全な育成振興を目的とし、町商工会を始め、各商店の機能が十分発揮されるよう組織の育成・強化を図る。							
内容	町内中小企業の健全な育成振興を目的とし、町商工会を始め、各商店の機能が十分発揮されるよう組織の育成・強化を図る。							
根拠法令・条例等	—							
体制	<input type="checkbox"/>	町職員実施	<input checked="" type="checkbox"/>	一部委託あり	<input type="checkbox"/>	全部委託	<input type="checkbox"/>	その他

中間評価(10月1日現在)

1) 実施計画に示す事業内容どおりに進捗しているか								
<input type="checkbox"/>	① 計画どおりに進捗している		<input type="checkbox"/>	② 計画より遅れている		<input type="checkbox"/>	③ 未実施	
②、③に対する理由								

2) 現時点の状況から次年度以降の経費の削減等は検討できるか								
<input type="checkbox"/>	① 検討できる			<input type="checkbox"/>	② 削減は困難			
理由								

3) 今まで以上の事業の効率化は図れるか								
<input type="checkbox"/>	① 検討できる			<input type="checkbox"/>	② 効率化は困難			
理由								

中間評価	A: 妥当性、有効性、効率性は良好のため現状維持 B: 妥当性・有効性・効率性は良いが、さらに改善の余地がある C: 事業の見直しが必要 D: 計画未実施のため継続の必要性がない(休止・廃止)						
	【説明】						

総合評価

実績	二宮ブランド推進協議会の開催(4回)、認定事業者打合せ会の開催(5回)、第5期認定(1品目)、町内外における催事販売(24回)、認定商品のブラッシュアップ(1品目)						
中間評価との相違点							
事業指標(数値指標)	二宮ブランド推進協議会開催回数						
前期(27年度)目標値	4回			【目標値の根拠または数値で表わせない指標】			
実績値	平成25年度	平成26年度	平成27年度	過去の開催実績			
	4回						

事業費の推移と財源の内訳

(単位:千円)

		平成25年度		平成26年度		平成27年度	
		予算	決算	予算	決算	予算	決算
直接事業費		3,764	3,764				
財源内訳	一般財源						
	国庫支出金						
	県支出金	3,764	3,764				
	その他						

事業の項目別評価

妥当性	(1) 公費を投入して実施することが妥当な事業か A: 妥当 B: どちらかといえば妥当 C: 妥当ではない	A
	【説明】 当事業は、町の商工・観光振興と町そのもののブランド化につながる事業であるため、公費の投入は妥当と考える。	
	(2) 町が主体となって実施する必要があるか A: 町が行わなければならない B: 町が行ったほうがよい C: 委託等の必要がある	B
	【説明】 事業主体は商工会や事業者へシフトしつつも、一次産業や観光との連携の側面から、町の関与は必要である。	
有効性	成果が上がっているか A: 十分成果が上がっている B: 成果が上がっている C: 成果が上がっていない	B
	【説明】 二宮町らしさを表現できるツールとして、素材が整ってきている。	
効率性	費用をかけずに成果をあげているか A: 適切である B: 改善の余地がある C: 効率的ではない	B
	【説明】 事業ボリュームから考えれば、費用はそれほど高額ではない。また、補助金等の活用も図れている。今後は事業者負担の導入が課題。	
総合評価	A: 妥当性、有効性、効率性は良好のため現状維持 B: 妥当性・有効性・効率性は良いが、さらに改善の余地がある C: 事業の見直しが必要 D: 事業継続の必要性がない(休止・廃止)	B
	【説明】 町のブランド化を目指し、継続的な取り組みは必要だが、事業主体の事業者への更なるシフトと、受益者でもある事業者からの負担導入を検討する。	
今後の方針 (課題・意見等を箇条書き)	町民への認知度を更に高めていくため、町の様々な場でブランド商品等が取り上げられるよう、横の連携も図っていく。	

◎評価者[担当主管課長]

<input type="checkbox"/> ① 現状維持 <input type="checkbox"/> ② 改善して町が実施 <input checked="" type="checkbox"/> ③ 改善して町以外が実施 <input type="checkbox"/> ④ 廃止	
理由	ブランド認定事業者の自主性を促し、商工会が中心となって運営することが望ましい。
今後の方向性	ブランド推進事業は、認定品目が50近くまで達し、事業主体を商工会の自主運営に移行していく。