

別記様式（第3条関係）

事務事業評価調査書（26年度）

No.	25		作成日	平成26年9月24日		
総合計画	章	2	活力ある町づくり	年	度	平成25年度事業
	項	4	大子ブランドの確立	課等名	及び係名	農林課 農務係
	節	1	豊富な地域資源の付加価値の向上	記入者	職氏名	係長 藤田 貴則

【事務事業の概要】

I 事務事業の内容

実施方法	直営	一部委託	全部委託	補助等
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
事務事業名	大子町農畜産ブランド化推進事業			
事業概要	対象	大子町の農畜産品等		
	目的	大子町の農畜産品をPR等することによりブランド化を図る。		
	実施内容	ブランド認証制度を設定し、カタログ作成や認証シールの貼付など		

II 予算区分及び過疎計画における区分

予算区分	会計名	一般会計		過疎計画	施策区分	
	款	5	農林水産費		事業名 (施策名)	
	項	1	農業費			
	目	3	農業振興費			
	事業名	大子町農畜産物等ブランド化推進事			根拠法令	

【事務事業の実施状況】

III 事業費の推移及び終期

事業期間	開始	終了				
	平成25年度	年度				
年度	事業費（決算・予算）	財源内訳（単位：千円）				
		国支出金	県支出金	地方債	その他	一般財源
22年度実績						
23年度実績						
24年度実績						
25年度実績	200					200
26年度当初	900					900

特定財源の種類	国支出金		県支出金		その他	
	名称	補助率	名称	補助率	名称	補助率
25年度分						

IV 執行状況

執行状況	推進中	完了	新規
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

状況説明	平成25年度末にブランド認証制度をスタートさせ、現在40品が認証を受けている。今後は、認証品を町が特化してPRしていく。
------	--

V 問題点の概要

問題点	認証品は大子町のブランドであり、認証数量が多ければ良いものではなく、個々の品物が消費者に求められ認められるものになれるか。
-----	---

VI 成果指標

成果指標名	単位	25年度		26年度		27年度		28年度		対28年度 目標達成率
		実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	
認証品目	品	45	10	—	10	—	10	—	10	450.0%
指標に表われない効果	認証品以外でもイメージアップの相乗効果が期待できる。 大子町の農業や観光への振興につながる。									

【事務事業の評価】

◎一次評価（担当課においての評価）

Ⅰ 評価基準ごとの評価

	評価基準	評価	評価理由
目的妥当性	○目的が総合計画や国の計画の政策体系に結びついているか。 ○対象・意図を見直す余地はあるか。 ○町が実施又は関与すべき目的であるか。	<input checked="" type="checkbox"/> 妥当である <input type="checkbox"/> どちらともいえない <input type="checkbox"/> 妥当でない	大子町の農業及び観光等の振興に寄与している。
有効性	○成果向上の余地があるか。 ○同じ目的を持つ他の事務事業があるか。 ○目的が達成されたか。	<input checked="" type="checkbox"/> 有効である <input type="checkbox"/> どちらともいえない <input type="checkbox"/> 有効でない	大子町の農業及び観光等の振興に寄与している。
効率性	○成果を低下させずにコストを削減することは可能か。 ○コストを圧迫している、又は増大させている要因はあるか。 ○他の事務事業との統合は可能か。	<input checked="" type="checkbox"/> 効率的である <input type="checkbox"/> どちらともいえない <input type="checkbox"/> 効率的でない	大子町の農業及び観光等の振興に寄与している。
公平性	○サービスの受益者が一部に偏っていないか。 ○負担者（納税者）の理解は得られているか。	<input type="checkbox"/> 公平である <input checked="" type="checkbox"/> どちらともいえない <input type="checkbox"/> 公平でない	ブランド認証を受けられない物はサービスを享受できない。

Ⅱ 総合評価

今後の方向性	1								
<p>※今後の方向性について、次の項目から選択してください。</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;">1 継続（事業規模を拡充する）</td> <td style="width: 50%;">5 他事業と統合する</td> </tr> <tr> <td>2 継続（現行どおり）</td> <td>6 休止又は廃止</td> </tr> <tr> <td>3 継続（実施方法、実施主体等を変更する）</td> <td>7 終了</td> </tr> <tr> <td>4 見直し（実施規模を縮小する）</td> <td></td> </tr> </table>		1 継続（事業規模を拡充する）	5 他事業と統合する	2 継続（現行どおり）	6 休止又は廃止	3 継続（実施方法、実施主体等を変更する）	7 終了	4 見直し（実施規模を縮小する）	
1 継続（事業規模を拡充する）	5 他事業と統合する								
2 継続（現行どおり）	6 休止又は廃止								
3 継続（実施方法、実施主体等を変更する）	7 終了								
4 見直し（実施規模を縮小する）									
<p>【総合評価】※理由、具体策及び今後の課題等を記入してください。</p> <p>大子町はブランド認証制度がスタートして間もないが、県内の銚田市や笠間市などの先進地は、認証制度により農産品等の知名度アップやブランド化が図られている。 大子町の基幹産業である農業及び観光の観点からも、今後なお一層の振興を図る必要がある。</p>									
<p>【所属長意見】</p> <p>大子町農畜産品のブランド品としての認証を受けた品目について、どのようにPRしていくかが今後の課題となる。</p>									

