

事務事業名	雲南ブランド化プロジェクト・雲南ブランド確立事業	所属部	政策企画部	所属課	政策推進課	
総 計 画 体 系	政策名	(VI)推進計画・地域経営によるまちづくりの推進	所属G	雲南ブランド推進G	課長名	熱田勇二
	施策名	(39)計画的なまちづくり	担当者名	鳥谷健二	電話番号	0854-40-1011
	目的 対 象	施策	意図	計画的に目標を達成する。	(内線)	3512
	基本事業名	(117)横断的プロジェクトの進行管理	予算科目	会計 款 大事業 大事業名 0 1 1 0 0 1 項 目 中事業 中事業名 0 5 3 5 0 8	企画総務管理事業 雲南ブランド化プロジェクト	
目的 対 象	各部局にまたがる事業	意図	計画的に事業を推進する。			

1 現状把握 [DO]

(1) 事業概要

① 事業期間
<input type="checkbox"/> 単年度のみ <input checked="" type="checkbox"/> 単年度繰返 (19 年度～)
<input type="checkbox"/> 期間限定複数年度 (年度～ 年度)
② 事業内容 (期間限定複数年度事業は全体像を記述)
雲南市総合計画に定める優先プロジェクトとして、第1期(H19～21年度)は、ブランドシンボル「幸運なんです。雲南です。」ロゴの露出をはじめ、ブランドブックの発刊、WEB発信など、雲南市としての一体感の醸成を図る活動を展開。 第2期(H22～26年度)は、「住みたい」「産業振興」「交流人口拡大」の各プロジェクトの具体的成果を出すための取り組みを推進すると共に、各プロジェクトの効果を相乗的に高めていくために、「見える化」として取り組み状況の発信等を行っている。

(2) 事務事業の手段・指標

手 段	① 主な活動	25年度実績(25年度に行った主な活動)	26年度計画(26年度に計画する主な活動)			
	② 活動指標	単位	23年度(実績)	24年度(実績)	25年度(実績)	26年度(計画)
	ア プロジェクトチーム会議開催回数	回数	11	10	10	10
	イ 連携したプロジェクト数	回数	13	13	13	13
	ウ					
	エ					

(3) 事務事業の目的・指標

目 的	① 対象(誰、何を対象にしているのか)	③ 対象指標	単位	23年度(実績)	24年度(実績)	25年度(実績)	26年度(計画)
	①市民 ②市外人口	ア 人口(推計人口)	人	41,159	40,548	40,055	39,949
		イ 市外人口	千人	127,758	127,474	127,258	126,908
		ウ					
	② 意図(対象がどのような状態になるのか)	④ 成果指標	単位	23年度(実績)	24年度(実績)	25年度(実績)	26年度(計画)
	①まちづくりに参加してもらう。 ②雲南市を知ってもらう。	ア まちづくりに関心がある市民の割合	%	77.3	74.7	73.7	80.0
イ ブランドサイトのアクセス数		件数	217,720	245,602	274,614	280,000	
ウ 観光入込客数		万人	95.0	96.6	143.8	143.8	

(4) 事務事業のコスト

① 事業費の内訳 (25年度決算)	② コストの推移	単位	23年度(決算)	24年度(決算)	25年度(決算)	26年度(計画)
・報償費 298千円(ブランドサイト謝礼) ・旅費 228千円 ・需用費 366千円(消耗品・燃料費・印刷費) ・使用料 441千円(サイト管理) ・委託料 2,181千円(専門家・企業招聘・サイト改修) 合計 3,514千円	事業費	国庫支出金	千円			
		県支出金	千円			
	地方債	千円				
	その他	千円	7,841	4,179	3,514	3,724
	一般財源	千円				
	事業費計(A)	千円	7,841	4,179	3,514	3,724
	人件費	正規職員従事人数	人	3	3	2
	延べ業務時間	時間	771	800	800	
	人件費計(B)	千円	3,039	3,134	3,114	
	トータルコスト(A)+(B)	千円	10,880	7,313	6,628	

(5) 事務事業の環境変化、住民意見等

① 環境変化 (この事務事業を取り巻く状況(対象者や根拠法令等)はどう変化しているか? 開始時期あるいは5年前と比べてどう変わったのか?)	② 改革改善の経緯 (この事務事業に関してこれまでどのような改革改善をしているか?)	③ 関係者からの意見・要望 (この事務事業に対して市民、議会、事業対象者、利害関係者等からどんな意見や要望が寄せられているか?)
プロジェクトも多様になるとともに関わる市民の輪も広がり、市外からのまちづくり支援の動きも大きくなってきた。また、志ある若者による活動が活発化し、市内外の若者によるネットワークも広がってきている。	財源的には特定財源の確保に取り組んできた。庁内でのプロジェクトの連携がより密になるよう努めてきた。	プロジェクトの更なる充実を求める意見があり、ふるさと教育や農商工連携など、地域の人々の営みや地域文化、風土など地域資源を使った取り組みを更に進めるべきとの声が高まってきている。

2 事後評価【SEE】

A 目的 妥当性	① 政策体系との整合性	この事務事業の目的は市の政策体系に結びつくか？ 意図することが結びついているか？	見直し余地があると理由
	<input type="checkbox"/> 見直し余地がある	<input checked="" type="checkbox"/> 結びついている	* 余地がある場合 →
	② 公共関与の妥当性	なぜこの事業を市が行わなければならないのか？ 税金を投入して達成する目的か？	
	<input type="checkbox"/> 見直し余地がある	<input checked="" type="checkbox"/> 妥当である	* 余地がある場合 →
	③ 対象・意図の妥当性	対象を限定・追加する必要はないか？ 意図を限定・拡充する必要はないか？	
	<input type="checkbox"/> 見直し余地がある	<input checked="" type="checkbox"/> 適切である	* 余地がある場合 →
B 有効性	④ 成果の向上余地	成果を向上させる余地はあるか？ 成果を向上させるため現在より良いやり方はないか？ 何が原因で成果向上が期待できないのか？	
	<input checked="" type="checkbox"/> 向上余地がある	<input type="checkbox"/> 向上余地がない	理由 プロジェクトチーム内の役割分担によりブランドサイトの記事を増やすなど、情報発信に関して取り組むべきことは多い。
	⑤ 廃止・休止の成果への影響	この事務事業を廃止・休止した場合の影響の有無とその内容は？	
	<input type="checkbox"/> 影響無	<input checked="" type="checkbox"/> 影響有	理由 休止した場合は、総合計画に定める優先プロジェクト(雲南ブランド化)を具現化する手段を失ってしまう。
	⑥ 類似事業との統廃合・連携の可能性	目的達成には、この事務事業以外の手段(類似事業)はないか？ ある場合、その類似事業との統廃合・連携ができるか？	
	<input type="checkbox"/> 他に手段がある	* ある場合 → (具体的な手段や類似事業名)	
	<input type="checkbox"/> 統廃合・連携ができる	<input type="checkbox"/> 統廃合・連携ができない	理由 総合計画の優先プロジェクトであり、類似事業との統廃合はない。
	<input checked="" type="checkbox"/> 他に手段がない		
C 効率性	⑦ 事業費の削減余地	成果を下げずに事業費を削減できないか？ (仕様や工法の適正化、住民の協力など)	
	<input checked="" type="checkbox"/> 削減余地がある	<input type="checkbox"/> 削減余地がない	理由 サイト維持に関しては既存コンテンツ(教育委員会の作成する「雲南こども応援団」含む)の整理を図ることによる減額の可能性がある。
	⑧ 人件費(延べ業務時間)の削減余地	成果を下げずにやり方の工夫で延べ業務時間を削減できないか？ 正職員以外や外部委託ができないか？	
	<input type="checkbox"/> 削減余地がある	<input checked="" type="checkbox"/> 削減余地がない	理由 平成23年度から雲南ブランド推進グループを新設し「見える化」に注力しており、情報発信の充実を図るため削減余地はない。
D 公平性	⑨ 受益機会・費用負担の適正化余地	事業内容が一部の受益者に偏っていて不公平ではないか？ 受益者負担が公平・公正か？	
	<input type="checkbox"/> 見直し余地がある	<input checked="" type="checkbox"/> 公平・公正である	理由 本プロジェクトは、雲南市自体のブランド化を目指し、市全体の施策効果を高めていくものであるため、適正である。
評価 の 総 括	① 1次評価者としての評価結果		② 1次評価結果の総括(根拠と理由)
	A 目的妥当性	<input checked="" type="checkbox"/> 適切 <input type="checkbox"/> 見直し余地あり	雲南ブランドが徐々に浸透し、市民による地域資源を活かした活動も活発化してきた。こうした取り組みを通じ、交流人口の拡大を更に進めていくため、ブランドサイトや幸あり月による情報発信に力を入れて取り組みたい。
	B 有効性	<input type="checkbox"/> 適切 <input checked="" type="checkbox"/> 見直し余地あり	
	C 効率性	<input type="checkbox"/> 適切 <input checked="" type="checkbox"/> 見直し余地あり	
	D 公平性	<input checked="" type="checkbox"/> 適切 <input type="checkbox"/> 見直し余地あり	

3 今後の方向性【PLAN】

① 1次評価者としての事務事業の方向性(改革改善案)・・・複数選択可	② 改革・改善による期待成果																							
<input type="checkbox"/> 廃止 <input type="checkbox"/> 休止 <input type="checkbox"/> 目的再設定 <input type="checkbox"/> 事業統廃合・連携 <input checked="" type="checkbox"/> 事業のやり方改善(有効性改善) <input checked="" type="checkbox"/> 事業のやり方改善(効率性改善) <input type="checkbox"/> 事業のやり方改善(公平性改善) <input type="checkbox"/> 現状維持(従来通りで特に改革改善をしない)	<table border="1"> <tr> <td></td> <td></td> <td colspan="3">コスト</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>削減</td> <td>維持</td> <td>増加</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">成果</td> <td>向上</td> <td>●</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>維持</td> <td></td> <td></td> <td>×</td> </tr> <tr> <td>低下</td> <td></td> <td>×</td> <td>×</td> </tr> </table>			コスト					削減	維持	増加	成果	向上	●			維持			×	低下		×	×
			コスト																					
		削減	維持	増加																				
成果	向上	●																						
	維持			×																				
	低下		×	×																				
<p>○プロジェクトチーム会議を開催し、担当者間の共通理解を図り、各プロジェクトがブランド化プロジェクトの理念に添って推進できるようチーム全体で支援する。</p> <p>○ブランド理念、プロジェクトの活動のプロセスや成果を伝えるために、ブランドサイトを中心に情報発信を行い、市内外に理解者、応援団を増やしていく。</p> <p>○サイトの整理等による経費削減を検討する。</p>	<p>廃止・休止の場合は記入不要。 コストが増加(新たに費やし)で成果が向上しない、もしくはコスト維持で成果低下では改革・改善とはならない。</p>																							