

令和4年度 主要事業評価シート

① 基本事項	計画コード	22064	事業名	亀山ブランド推進事業		評価分類	A1		
	事業手法	<input checked="" type="checkbox"/> 直営 <input type="checkbox"/> 一部委託 <input type="checkbox"/> 全部委託 <input type="checkbox"/> 補助等 <input type="checkbox"/> その他()							
	施策体系	施策の大綱	03:交通拠点性を生かした都市活力の向上			予 算 科 目	会計	01:一般会計	
		基本施策	02:地域に根ざした商工業の活性化				款	07:商工費	
		施策の方向	03:市内事業者の経営安定化と事業活動の活性化				項	01:商工費	
重点プロジェクト	03:「しなやか田園都市」プロジェクト			目	02:商工業振興費				
事業期間	R 4 年度 ~ R - 年度		主な根拠法令等	-					

担当部署	
部	産業環境部
課	商工観光課 観光・地域ブランドG

② 事業概要 (P)	事業の必要性(経緯・背景等)	事業の対象(誰に、何に対して)	事業の目的(どのような状態にしたいのか)	事業の内容(どのような取組を行うのか)
	近年、価値観が多様化する中で、いかに「選ばれるまち」となるかは、他の地域にはない、東海道の宿場町の面影を残す閑宿をはじめ、豊かな自然や歴史、伝統、特色ある文化に恵まれた地域など、この地域ならではの魅力的な価値をつくり、磨き上げ、発信していく必要がある。	市内事業者及び市内外の人	本市がもつ様々な地域資源や優位性を発掘・磨き上げ、市内外に戦略的に情報発信し市のブランド力の向上を図ることで、生産者の生産意欲や販売意欲を高めるとともにシビックプライドの醸成につなげ、産業振興と地域の活性化を図る。	市内事業者や関係団体、行政等で構成する亀山市地域ブランド推進協議会を中心に、特産品を認定するブランド認定や、特産品の魅力や価値にさらに磨きをかけるステップアップ支援、戦略的な情報発信の展開により、地域ブランディングに取り組む。

年度		令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	
③ 事業の実施状況 (P・D)	事業計画	○ブランド認定 ○ステップアップ支援 ○戦略的な情報発信 ○イベントの企画・実施	○ブランド認定 ○ステップアップ支援 ○戦略的な情報発信 ○イベントの企画・実施	○ブランド認定 ○ステップアップ支援 ○戦略的な情報発信 ○イベントの企画・実施	○ブランド認定 ○ステップアップ支援 ○戦略的な情報発信 ○イベントの企画・実施	
	活動実績 (計画通り実施できたか)	新たに8社17品目を認定し、百貨店及び関係自治体等のPRイベントにおいて、亀山ブランドを含む地元産品のPR販売を行うことで、本市の魅力を発信した。また、百貨店と連携して特産品の発掘・磨き上げを行った他、三重茶農業協同組合と協働して亀山茶ペットボトルを復活させた。				
計画額	事業費	4,900千円	4,600千円	3,200千円	7,600千円	3,800千円
		国・県支出金				
		地方債				
		その他	70千円	75千円	140千円	110千円
	一般財源	4,830千円	4,525千円	3,060千円	7,490千円	3,620千円
決算額	事業費		4,260千円			
		国・県支出金				
		地方債				
		その他		120千円		
	一般財源		4,140千円			
①期間内事業費(R4-7)		19,500千円	②期間外事業費(R8-)	-	①+②総事業費	-

(令和4年度予算額の内訳)

前年度からの繰越額	0千円
当年度の最終予算額	4,600千円
次年度への繰越額	0千円

指標名	説明等	種別	単位	区分	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
④ 指標 (C)	亀山ブランド認定品数(累計)	成果	品目	計画値	27	37	47	57
				実績値	34			
ステップアップ支援件数(累計)	亀山ブランドの認定や、認定事業者の更なるレベルアップに向けた事業者への支援件数	活動	件	計画値	3	6	9	12
				実績値	3			
情報発信回数	各種媒体を活用した亀山ブランドに関する情報発信回数	活動	回	計画値	24	24	24	24
				実績値	32			

⑤ 成果 (C)	事業実施により得られた成果(誰に(何に)対してどのような効果があったか)
A	亀山ブランド認定品目数は、17事業者で34品目となり、それらを認定事業者や新たに設置した亀山ブランドフォロワーなどが各種イベントに一丸となってPRしたことによって、本市の魅力を生内外に積極的に発信することができた。また、認定と同時に本事業の柱となるステップアップ支援事業とコミュニケーション戦略9についても、百貨店との連携や亀山茶ペットボトルの復活など更なる取組を展開したことにより、シビックプライドの醸成や市のブランド力の向上につながった。
十分な成果を得た	

事業の対象	事業の目的
市内事業者及び市内外の人	本市がもつ様々な地域資源や優位性を発掘・磨き上げ、市内外に戦略的に情報発信し市のブランド力の向上を図ることで、生産者の生産意欲や販売意欲を高めるとともにシビックプライドの醸成につなげ、産業振興と地域の活性化を図る。

(再掲)

⑥ 課題 (C)	事業の達成状況等を踏まえた課題事項
	認定品の数は、計画値を上回る34品目となったが、要件を満たす特産品がどの程度出てくるかが未知数である。今後、ブランド力を向上させながら、亀山ブランドを発展させていくためには、継続して百貨店等との連携による新たな特産品の発掘や認定品の磨き上げを行うとともに、積極的にPRイベントに参加するとともに、戦略的な情報発信を行うことが必要である。また、認定品を活用した新たな取り組みにより、生産者の生産意欲や販売意欲の向上と市の知名度の向上につなげていく必要がある。

⑦ 事業の展開 (A)	方向性	
	継続(拡大)	施策の更なる推進に向け、事業の拡大・充実を図る。
	改善・見直し内容	
	令和5年度で対応する(した)もの	令和6年度以降で対応するもの
	新たな特産品の発掘と認定品の磨き上げを行う。また、ステップアップ支援事業の制度化を進めるとともに、認定品を活用した新たなイベント企画の調査・研究を行う。	調査・研究に基づいたステップアップ支援及びイベントを行う。

【履歴】		令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
	成果判定	A			
事業展開	継続(拡大)				

1次評価者	産業環境部 商工観光課 観光・地域ブランドGL 早川 博人
最終評価者	産業環境部 商工観光課長 井上 和哉