

平成 29 年度 行財政調査会 行財政最適化支援専門部会長 報告

平成 30 年 2 月 14 日

所掌事項

財政最適化支援に關すること。

行財政最適化支援に係る提言や意見を建議し、又は答申すること。

市の活動を評価し、今後の運営に役立てるため、平成 13 年度から、「行政評価」を実施してきたが、一方で、コスト削減を主眼とした従来の事業仕分け的な手法であった行政評価は、その意義が薄れつつあった。そのため、本年度からは、「行政評価」を「行財政最適化支援」に改め、行政評価における事業支援の側面を強化し、秦野市の各施策について最適化を図ることとした。

1 平成 29 年度のテーマ

「秦野名水のブランド活用」

平成 28 年 3 月に秦野市の地域資源である「秦野名水」のペットボトル「おいしい秦野の水・丹沢の雫」が環境省で行った名水百選 30 周年記念「名水百選」選抜総選挙「おいしさがすばらしい名水部門」で全国第 1 位を獲得した。

そこで、限りある経営資源の特色を生かした効率的・効果的な活用の観点から「秦野名水のブランド活用」を本年度のテーマとし、秦野名水に係る施策の最適化支援を実施することにした。

2 検討経過

今回の検討に当たっては、関係する秦野市の事業について調査を行い、関係事業（延べ 70 事業）中から、特に秦野名水のブランド活用を検討するうえで重要と考えられる 4 つの事業を選定し、これらの事業について、各所管課へのヒアリングを実施し、集中的に審議を行い、それらを踏まえ、最適な秦野名水のブランド活用について検討した。

No.	ヒアリング対象事業	担当課
1	地下水保全の取組みについて	環境産業部 環境保全課
2	ペットボトル事業について	上下水道局 営業課
3	地域ブランド育成事業について	環境産業部 産業政策課
4	シティプロモーション事業について	市長公室 広報課

3 部会意見概要

《事業別意見》 ヒアリング対象事業の最適化について

(1) 地下水保全の取組みについて

- ・ 地下水の成り立ち、また、その保全の取組は非常に特徴的であり、秦野名水は、秦野のブランドの中核を成すものといえるので、積極的な周知を図るべきである。

- ・ 地下水保全と関連する施策との連携を充実していくべきである。

(2) ペットボトル事業について

- ・ 秦野名水ブランド確立のためのツールとして位置付けるべきである。

- ・ 「日本一おいしい水を水道水として飲めるまち」として戦略的なPRが重要である。

(3) 地域ブランド育成事業について

- ・ はだのブランドについて、他の商品と差別化されるための付加価値を示す必要がある。

- ・ 秦野名水をブランド体系の柱の一つとして位置付けることが有効である。

(4) シティプロモーション事業について

- ・ シティプロモーションという新しい広報分野に対し、積極的に挑戦していくべきである。

- ・ 「山・名水・桜」の3つの地域資源の連関を念頭に、秦野名水に関するシティプロモーションについても積極的に取り組むべきである。

《総括意見》 秦野名水のブランド活用の最適化について

(1) 秦野名水を固有の地域資源として位置付け施策を展開すべきである。

(2) 秦野名水を活用し、秦野のブランド化、市民の郷土愛等の醸成と個別商品のブランド力の強化を図るべきである。

(3) 秦野名水の活用は、情報発信と民間事業者への支援・調整が要となる。

(4) 秦野名水の統一的な活用戦略等を共有し、事業推進していくことが重要である。

(5) 費用対効果の検証は必要である。