

# 議会による事務事業評価

## 評価結果と政策提言

令和2年5月13日

登米市議会



# 議会による事務事業評価 評価結果と政策提言

## 《 目 次 》

〈事 業〉		〈評価結果頁〉		〈政策提言頁〉
市民バス等運行事業	-----	4	-----	12
登米ブランド推進事業	-----	6	-----	13
共通商品券運営事業補助金	-----	8	-----	14
観光誘客対策事業	-----	10	-----	15

## 1. 議会による事務事業評価結果

事業名	市民バス等運行事業 <span style="float: right;">〔総務企画常任委員会〕</span>		
委員会 評価	概ね適正である	理由	<p>高校生の通学需要は、輸送能力に見合った需要が認められる。この事業の対象としている、「移動手段を持たない者」にとっては、日常生活を支える移動手段である。本市は、このバス事業を選択しなければ別の施策が必要であり、いずれにしても、移動手段は確保せねばならない。</p> <p>民間ベースで収支が見込め、事業として成り立つことが理想であるが、残念ながら公共の手で担わなければならない。現状では本市が行う必要性が高い。</p> <p>平成30年度においては目標値（延べ乗客数 346,000人/年）に対しおよそ95%の乗客数があり、概ね想定通りの実績が挙げられている。今後令和2年度まで、利用者が毎年6,000人増とする右肩上がりの計画が掲げられているが、今後も利用拡大に向け努力されたい。</p>
今後の 方向性	改善	理由	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 必要とする人が一定程度いて、ほかの移動手段がない状況である以上、市民バス事業は必須である。しかしながら、市民ニーズは低いと考える。確かに交通弱者にとっては必須事業であるが、対象者を「交通弱者」に限定したことで、自ら移動できる者には必要性が希薄な移動手段と感じられている。市内を移動するすべての人を対象とした考え方が必要である。</li> <li>・ 収支が合わないことは考慮しなければならない。未だ余剰輸送能力がかなりあることは事実であり、日中時間帯の利用率は向上させる必要がある。 費用対効果の面でも大きな負担があり、それに見合う新たな付加価値が求められる。交通弱者の生命線として、将来のコンパクトシティ構想での位置付けを明確にし、収支に表れない価値を生み出す必要がある。</li> <li>・ 朝夕の通学路線において、料金体系は見直しの余地がある。しかしながら、極端な運賃値上げ策による国鉄離れは歴史が証明していることであり、一方的な価格転嫁とならないよう注意が必要である。</li> <li>・ 重複路線での同一時間運行や回送運転には大きな無駄を感じる。乗り継ぎバス停での運転停車（時間調整停車）なども取り入れた工夫が望まれる。</li> </ul>

# 登米市議会事務事業評価 委員会評価シート

委員会名	総務企画常任委員会	評価対象事業	市民バス等運行事業
------	-----------	--------	-----------

### ◆項目別評価結果…議員（委員）評価の積上げ

評価項目	評価基準	委員の評価数(人)
市民ニーズ	1 きわめてニーズが高い	
	2 ニーズが高い	3
	3 どちらかといえばニーズが高い	1
	4 どちらかといえばニーズが低い	3
	5 ニーズが低い	1
	6 ニーズがない	
市が行う必要性	1 きわめて必要性が高い	1
	2 必要性が高い	4
	3 どちらかといえば必要性が高い	2
	4 どちらかといえば必要性が低い	1
	5 必要性が低い	
	6 必要性がない	
費用に見合った効果	1 きわめて効果的である	
	2 効果的である	1
	3 どちらかといえば効果的である	1
	4 どちらかといえば効果的でない	4
	5 効果が少ない	2
	6 効果がない	
目標の達成状況	1 きわめて成果がある	
	2 成果がある	
	3 どちらかといえば成果がある	6
	4 どちらかといえば成果がない	1
	5 成果が少ない	1
	6 成果がない	

委員間討議

### ◆委員会項目別評価

評価基準	評価点	評価コメント(100字以内)
1 きわめてニーズが高い	25点	移動手段を持たない市民を対象に据えた場合、需要の増加が見込めない。全ての市民を対象に想定した公共交通誘導をしっかりと行う必要がある。
2 ニーズが高い	20点	
3 どちらかといえばニーズが高い	15点	
4 どちらかといえばニーズが低い	○ 10点	
5 ニーズが低い	5点	
6 ニーズがない	0点	
1 きわめて必要性が高い	25点	交通弱者にとって生命線の事業である。やらなければならない事業と捉え、裾野を広げる企画力が必要だ。今後想定されるコンパクトシティ構想の一翼となる位置づけが必要である。
2 必要性が高い	○ 20点	
3 どちらかといえば必要性が高い	15点	
4 どちらかといえば必要性が低い	10点	
5 必要性が低い	5点	
6 必要性がない	0点	
1 きわめて効果的である	25点	投資額が大きすぎる。利用者負担の増加を検討すべき時期に来ていると考えるが、まずは利用の拡大による収益の確保が最優先だ。
2 効果的である	20点	
3 どちらかといえば効果的である	15点	
4 どちらかといえば効果的でない	○ 10点	
5 効果が少ない	5点	
6 効果がない	0点	
1 きわめて成果がある	25点	路線・時間の見直しは市民ニーズに対応した取り組みであり、評価する。今後はさらなるニーズの把握、啓発活動の必要性があり、市民の意識に定着させることが必要だ。
2 成果がある	20点	
3 どちらかといえば成果がある	○ 15点	
4 どちらかといえば成果がない	10点	
5 成果が少ない	5点	
6 成果がない	0点	

※委員の評価数は、委員評価による数をそのまま転記したもの。

委員会項目別評価点数 **55** →総合評価で区分

※委員会項目別評価点数は、レーダーチャートに表示し事業バランスを確認してください。

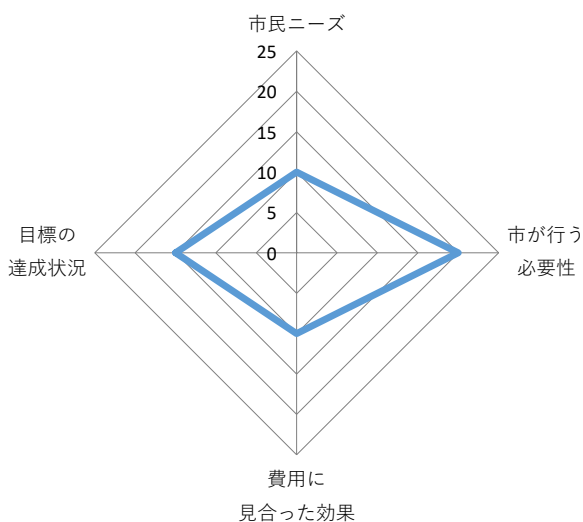
### ◆総合評価…議員（委員）評価の積上げ

評価	委員の評価数(人)
A きわめて良好であるもの	
B 良好である	
C 概ね適正である	7
D 問題がある	1
E かなり問題がある	
F 不適正である	

### ◆委員会評価

評価	評価点	委員会全体評価	評価コメント(100字以内)
A きわめて良好であるもの	91~100点	<b>C</b>	当該バス事業を選択しないならば、別の施策が必要であり、いずれにしても、公共移動体は確保する必要がある。現状では市が行う必要性は高い。目標値に近い実績が見られるが、今後の計画については注視が必要。
B 良好である	71~90点		
C 概ね適正である	51~70点		
D 問題がある	26~50点		
E かなり問題がある	11~25点		
F 不適正である	0~10点		

#### 【参考】委員会評価レーダーチャート



### ◆今後の方向性

方向性(該当欄に○)	理由(政策・施策的見地、予算に関する実情等も含む。)500字以内
拡充	必要とする人が一定程度あり、他の手段がない状況である以上市民バス事業は必要である。しかしながら市民ニーズは低いと映る。確かに交通弱者にとっては必須事業であるが、ユーザーを交通弱者に限定することで、自ら移動できる者には必要性が希薄な移動手段と感じられている。市内で移動するすべての人を対象とした考え方が必要である。
継続	収支が合わないことは考慮しなければならない。未だ余剰輸送能力がかなりあることは事実であり、日中時間帯の利用率は向上させる必要がある。費用対効果の面でも大きな負担となっており、新たな付加価値を生み出すことが必要だ。「交通弱者の生命線」、「将来のコンパクトシティ構想」での位置付けを明確にし、収支に表れない価値を生み出す必要がある。
改善 ○	朝夕の通学路線でも収支の均衡がない料金体系は、見直しの余地がある。しかしながら運賃値上げによる国鉄離れは歴史が証明していることでもあり、一方的価格転嫁とならないよう注意が必要だ。重複路線での同一時間運行や回送運転には大きな無駄を感じる。乗り継ぎバス停での運転停車(時間調整停車)なども取り入れた工夫が望まれる。
民間・市民協働	
縮小・廃止	
完了	

事業名	登米ブランド推進事業 <span style="float: right;">〔産業建設常任委員会〕</span>	
委員会 評価	概ね適正である	<p>理由</p> <p>「登米市」の安全安心な農産物をPRすることは、市が行うべきことであり、ブランド化も有効な手法である。しかし、現行認証制度が始まってから、認証事業者数・認証品目ともに変化がなく、毎年一部事業者の商談会への出展が繰り返されており、市事業として公平性が保たれているとは言い難い。</p> <p>また、成果指標（達成すべき目標）は、総合的な結果として表せる指標に見直すべきである。</p>
今後の 方向性	継続	<p>理由</p> <p>登米ブランドは、環境保全型農業で生産される作物を高品質であることで他産地と差別化を図る「登米ブランド」と、環境に配慮した生産活動による農林産物や農林産加工品の普及を図る「登米地域認証品」がある。まずは市民に認知され、市外の人に自信を持ってお勧めできるブランド品となるよう、市民に向け登米ブランド認証制度を周知し認識して頂くことが必要だ。また、広く登米ブランド認証品や登米地域認証品を宣伝する際には、それぞれのロゴマークだけでなく、キャッチコピーも用いて消費者の印象に残り購買意欲を高める工夫も必要になる。手間暇をかけて農産物を育てるのと同様に、ブランドも長い時間をかけ認知され知名度を獲得し消費者に育てられるものである。市民で登米ブランドを育てる意識の醸成も行いながら、引き続き安全安心の印、品質管理の証である『登米ブランド』のPRを続けるべきである。</p> <p>登米ブランドの認知度を向上させるのと同時に、認証品目の底上げを行っていかなければならない。ブランド認証がゴールではなく、新たな認証品や認定事業者の掘り起こしに向け、市や既認定事業者が地域事業者への支援を行い、地域一丸となった生産意欲の向上の取り組みが必要である。</p>

## 登米市議会事務事業評価 委員会評価シート

委員会名	産業建設常任委員会	評価対象事業	登米ブランド推進事業
------	-----------	--------	------------

### ◆項目別評価結果…議員（委員）評価の積上げ

評価項目	評価基準	委員の評価数（人）
市民ニーズ	1 きわめてニーズが高い	
	2 ニーズが高い	1
	3 どちらかといえばニーズが高い	5
	4 どちらかといえばニーズが低い	
	5 ニーズが低い	
	6 ニーズがない	
市が行う必要性	1 きわめて必要性が高い	
	2 必要性が高い	2
	3 どちらかといえば必要性が高い	4
	4 どちらかといえば必要性が低い	
	5 必要性が低い	
	6 必要性がない	
費用に見合った効果	1 きわめて効果的である	
	2 効果的である	
	3 どちらかといえば効果的である	6
	4 どちらかといえば効果的でない	
	5 効果が少ない	
	6 効果がない	
目標の達成状況	1 きわめて成果がある	
	2 成果がある	
	3 どちらかといえば成果がある	6
	4 どちらかといえば成果がない	
	5 成果が少ない	
	6 成果がない	

委員間討議

### ◆委員会項目別評価

評価基準	評価点	評価コメント（100字以内）
1 きわめてニーズが高い	25点	15 「登米」を「とめ」と読める人は少ない。「登米市」の名前を知って頂くという意味では必要。
2 ニーズが高い	20点	
3 どちらかといえばニーズが高い	15点	
4 どちらかといえばニーズが低い	10点	
5 ニーズが低い	5点	
6 ニーズがない	0点	
1 きわめて必要性が高い	25点	15 現在、8事業者9品目認証されている。H26から変わりなく、一部の事業者（個人）が恩恵を受けている状況で、公平さが保たれているか疑問。
2 必要性が高い	20点	
3 どちらかといえば必要性が高い	15点	
4 どちらかといえば必要性が低い	10点	
5 必要性が低い	5点	
6 必要性がない	0点	
1 きわめて効果的である	25点	15 首都圏で開催される商談会への出展がメインとなり、毎年繰り返し行われている。
2 効果的である	20点	
3 どちらかといえば効果的である	15点	
4 どちらかといえば効果的でない	10点	
5 効果が少ない	5点	
6 効果がない	0点	
1 きわめて成果がある	25点	15 一定の売り上げはあるものの、達成すべき目標「前年度から売り上げが増加した品目の割合 目標50%」の設定が分かりにくい。
2 成果がある	20点	
3 どちらかといえば成果がある	15点	
4 どちらかといえば成果がない	10点	
5 成果が少ない	5点	
6 成果がない	0点	

※委員の評価数は、委員評価による数をそのまま転記したもの。

委員会項目別評価点数 **60** →総合評価で区分

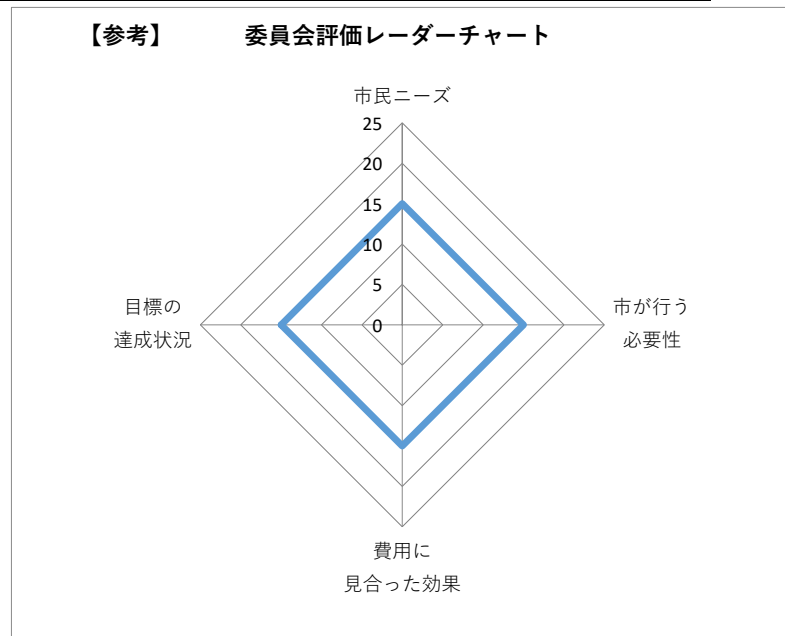
※委員会項目別評価点数は、レーダーチャートに表示し事業バランスを確認してください。

### ◆総合評価…議員（委員）評価の積上げ

評価	委員の評価数（人）
A きわめて良好であるもの	
B 良好である	
C 概ね適正である	4
D 問題がある	2
E かなり問題がある	
F 不適正である	

### ◆委員会評価

評価	評価点	委員会全体評価	評価コメント（100字以内）
A きわめて良好であるもの	91～100点	<b>C</b>	現行認証制度が始まってから、認証事業者数・認証品目ともに変化はない。商談会への出展が毎年繰り返されており、市事業として公平性が保たれているとは言い難い。成果指標（達成すべき目標）は、総合的な結果として表せる指標に見直すべき。
B 良好である	71～90点		
C 概ね適正である	51～70点		
D 問題がある	26～50点		
E かなり問題がある	11～25点		
F 不適正である	0～10点		



### ◆今後の方向性

方向性（該当欄に○）	理由（政策・施策的見地、予算に関する実情等も含む。）500字以内	
拡充	登米ブランドは、環境保全型農業で生産される作物を高品質であることで他産地と差別化を図る「登米ブランド」と、環境に配慮した生産活動による農産物や農産加工品の普及を図る「登米地域認証品」がある。まずは市民に認知され、市外の人に自信を持ってお勧めできるブランド品となるよう、市民に向け登米ブランド認証制度を周知し認知して頂くことが必要だ。また、広く登米ブランド認証品や登米地域認証品を宣伝する際には、それぞれのロゴマークだけでなく、キャッチコピーも用いた消費者の印象に残り購買意欲を高める工夫も必要になる。手間暇をかけて農産物を育てると同様に、ブランドも長い時間をかけ認知され知名度を獲得し消費者に育てられるものである。市民で登米ブランドを育てる意識の醸成も行いながら、引き続き安全安心の印、品質管理の証である『登米ブランド』のPRを続けるべきである。登米ブランドの認知度を向上させるのと同時に、認証品目の底上げを行っていかねばならない。ブランド認証がゴールではなく、新たな認証品や認定事業者の掘り起こしに向け、市や認定事業者が地域事業者への支援を行い、地域一丸となった生産意欲の向上の取り組みが必要である。	
継続		○
改善		
民間・市民協働		
縮小・廃止		
完了		

事業名	共通商品券運営事業補助金		〔産業建設常任委員会〕
委員会 評価	問題がある	理由	<p>市民の認知度が低い。事業主体である振興協同組合組合員数や売り上げ金額も年々減少しており、共通商品券のメリットが感じられない。商品券の利用が市内2事業者に偏っており、地元商店街の活性化にはつながっていない。</p>
今後の 方向性	改善	理由	<p>『とめっこマネー』の市民認知、加盟店、販売額とすべてにおいて低調である。販売額も市内2業者が大半を占めており個人商店の利用はほとんどない。このまま事業を継続していたのでは、商品券利用の伸びは見込めないが、実施主体との意見交換会を行ったところ、購買者視点に立った商品券事業を展開したいとの意欲を感じられた。加盟店からすれば、地域で買い物をしてもらえない、年会費や換金手数料の負担が大きい。買い物客からすれば、給食費等公金の支払いや大手スーパーでも使えると便利。とのそれぞれの立場からの要望や課題が見えて来ている。全国の様々な取り組みを参考に、利用者である市民にとって使い勝手が良く使いたくなる商品券、事業主体である地元商店にとっては地域経済の活性化につながる商品券にするための知恵と工夫が必要である。今後、市補助金の見直しも予定されていることから、事業主体と市で事業内容について十分話し合い、地域で資金を循環させる仕組みに転換していくべきである。</p>



# 登米市議会事務事業評価 委員会評価シート

委員会名	産業建設常任委員会	評価対象事業	共通商品券運営事業補助金
------	-----------	--------	--------------

### ◆項目別評価結果…議員（委員）評価の積上げ

評価項目	評価基準	委員の評価数（人）
市民ニーズ	1 きわめてニーズが高い	
	2 ニーズが高い	
	3 どちらかといえばニーズが高い	1
	4 どちらかといえばニーズが低い	2
	5 ニーズが低い	3
	6 ニーズがない	
市が行う必要性	1 きわめて必要性が高い	
	2 必要性が高い	1
	3 どちらかといえば必要性が高い	1
	4 どちらかといえば必要性が低い	4
	5 必要性が低い	
	6 必要性がない	
費用に見合った効果	1 きわめて効果的である	
	2 効果的である	
	3 どちらかといえば効果的である	1
	4 どちらかといえば効果的でない	3
	5 効果が少ない	2
	6 効果がない	
目標の達成状況	1 きわめて成果がある	
	2 成果がある	
	3 どちらかといえば成果がある	1
	4 どちらかといえば成果がない	4
	5 成果が少ない	1
	6 成果がない	

委員間討議

### ◆委員会項目別評価

評価基準	評価点	評価コメント（100字以内）
1 きわめてニーズが高い	25点	市民が「とめっこマネー」の存在を知らない。とめっこマネーで買い物するお得感を感じられない。
2 ニーズが高い	20点	
3 どちらかといえばニーズが高い	15点	
4 どちらかといえばニーズが低い	10点	
5 ニーズが低い	5点	
6 ニーズがない	0点	
1 きわめて必要性が高い	25点	市民向け「とめっこマネー」の周知や地域での消費促進の呼びかけにおいて、市の関わりを高めるべき。
2 必要性が高い	20点	
3 どちらかといえば必要性が高い	15点	
4 どちらかといえば必要性が低い	10点	
5 必要性が低い	5点	
6 必要性がない	0点	
1 きわめて効果的である	25点	一部の市民の利便性、一部の事業者の売り上げにはつながっているかも知れないが、地元購買力の向上にはつながっていない。
2 効果的である	20点	
3 どちらかといえば効果的である	15点	
4 どちらかといえば効果的でない	10点	
5 効果が少ない	5点	
6 効果がない	0点	
1 きわめて成果がある	25点	加盟店数の減少により、目標が達成できていない。
2 成果がある	20点	
3 どちらかといえば成果がある	15点	
4 どちらかといえば成果がない	10点	
5 成果が少ない	5点	
6 成果がない	0点	

※委員の評価数は、委員評価による数をそのまま転記したもの。

委員会項目別評価点数 **40** → 総合評価で区分

※委員会項目別評価点数は、レーダーチャートに表示し事業バランスを確認してください。

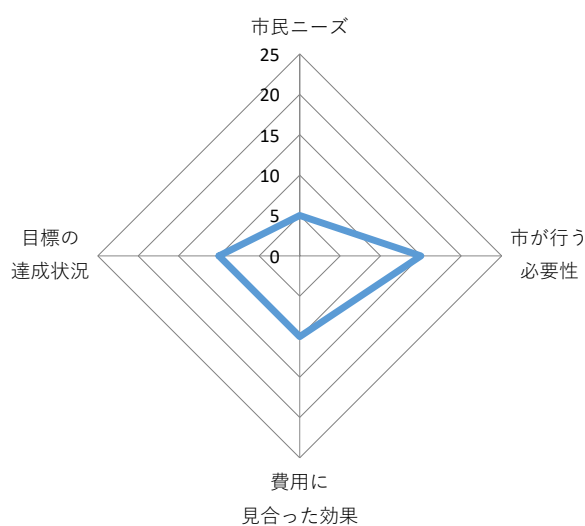
### ◆総合評価…議員（委員）評価の積上げ

評価	委員の評価数（人）
A きわめて良好であるもの	
B 良好である	
C 概ね適正である	1
D 問題がある	3
E かなり問題がある	2
F 不適正である	

### ◆委員会評価

評価	評価点	委員会全体評価	評価コメント（100字以内）
A きわめて良好であるもの	91～100点	<b>D</b>	市民の認知度が低い。事業主体である振興協同組合組合員数や売り上げ金額も年々減少しており、共通商品券のメリットが感じられない。商品券の利用が市内2事業者に偏っており、地元商店街の活性化にはつながっていない。
B 良好である	71～90点		
C 概ね適正である	51～70点		
D 問題がある	26～50点		
E かなり問題がある	11～25点		
F 不適正である	0～10点		

【参考】 委員会評価レーダーチャート



### ◆今後の方向性

方向性（該当欄に○）	理由（政策・施策的見地、予算に関する実情等も含む。）500字以内
拡充	『とめっこマネー』の市民認知、加盟店、販売額とすべてにおいて低調である。販売額も市内2業者が大半を占めており個人商店の利用はほとんどない。このまま事業を継続していたのでは、商品券利用の伸びは見込めないが、実施主体との意見交換を行ったところ、購買者視点に立った商品券事業を展開したいとの意欲を感じられた。加盟店からすれば、地域で買い物をしてもらえない、年会費や換金手数料の負担が大きい。買い物客からすれば、給食費等公金の支払いや大手スーパーでも使えると便利。とのそれぞれの立場からの要望や課題が見えて来ている。全国のような取り組みを参考に、利用者である市民にとって使い勝手が良く使いやすくなる商品券、事業主体である地元商店にとっては地域経済の活性化につながる商品券にするための知恵と工夫が必要である。今後、市補助金の見直しも予定されていることから、事業主体者と市で事業内容について十分話し合い、地域で資金を循環させる仕組みに転換していくべきである。
継続	
改善	
民間・市民協働	
縮小・廃止	
完了	

事業名	観光誘客対策事業		[産業建設常任委員会]
委員会 評価	概ね適正である	理由	東北風土マラソンがあるから、登米フードフェスティバルも盛り上がる。イベント・出店・催事の相乗効果でイベントが盛り上がり、客足の伸びも期待できる。
今後の 方向性	継続	理由	東北風土マラソン・登米フードフェスティバルは知名度も上がり、交流人口の拡大の目的を果たしている。一方、目的を市全体の交流人口の拡大に置きながら、春の一事業のみである。成果指標を年間入込客数とするならば、年間を通した事業展開にしなければならない。市内には、季節毎に民間が行うイベントもある。更なる交流人口の拡大を目指すのであれば、イベントを主催する民間団体と連携し、市が中心となって積極的に情報発信を行い、登米の観光をアピールすべきである。

# 登米市議会事務事業評価 委員会評価シート

委員会名	産業建設常任委員会	評価対象事業	観光誘客事業
------	-----------	--------	--------

### ◆項目別評価結果…議員（委員）評価の積上げ

評価項目	評価基準	委員の評価数(人)
市民ニーズ	1 きわめてニーズが高い	1
	2 ニーズが高い	
	3 どちらかといえばニーズが高い	5
	4 どちらかといえばニーズが低い	
	5 ニーズが低い	
	6 ニーズがない	
市が行う必要性	1 きわめて必要性が高い	1
	2 必要性が高い	1
	3 どちらかといえば必要性が高い	4
	4 どちらかといえば必要性が低い	
	5 必要性が低い	
	6 必要性がない	
費用に見合った効果	1 きわめて効果的である	
	2 効果的である	2
	3 どちらかといえば効果的である	4
	4 どちらかといえば効果的でない	
	5 効果が少ない	
	6 効果がない	
目標の達成状況	1 きわめて成果がある	1
	2 成果がある	2
	3 どちらかといえば成果がある	3
	4 どちらかといえば成果がない	
	5 成果が少ない	
	6 成果がない	

委員間討議

### ◆委員会項目別評価

評価基準	評価点	評価コメント(100字以内)
1 きわめてニーズが高い	25点	15 登米フードフェスティバルは賑わっている。出店者も潤っている。地域挙げて盛り上げている。
2 ニーズが高い	20点	
3 どちらかといえばニーズが高い	15点	
4 どちらかといえばニーズが低い	10点	
5 ニーズが低い	5点	
6 ニーズがない	0点	
1 きわめて必要性が高い	25点	15 市が中心となり、他団体や民間、大学等と一体になってやるべき。ただし、アウトソーシングではなく。
2 必要性が高い	20点	
3 どちらかといえば必要性が高い	15点	
4 どちらかといえば必要性が低い	10点	
5 必要性が低い	5点	
6 必要性がない	0点	
1 きわめて効果的である	25点	20 目標は達成しているのので、効果は出ていると言える。
2 効果的である	20点	
3 どちらかといえば効果的である	15点	
4 どちらかといえば効果的でない	10点	
5 効果が少ない	5点	
6 効果がない	0点	
1 きわめて成果がある	25点	20 市内の年間入込客数を目標としているが、目標設定や基準を変更すべき。
2 成果がある	20点	
3 どちらかといえば成果がある	15点	
4 どちらかといえば成果がない	10点	
5 成果が少ない	5点	
6 成果がない	0点	

※委員の評価数は、委員評価による数をそのまま転記したもの。

委員会項目別評価点数 **70** →総合評価で区分

※委員会項目別評価点数は、レーダーチャートに表示し事業バランスを確認してください。

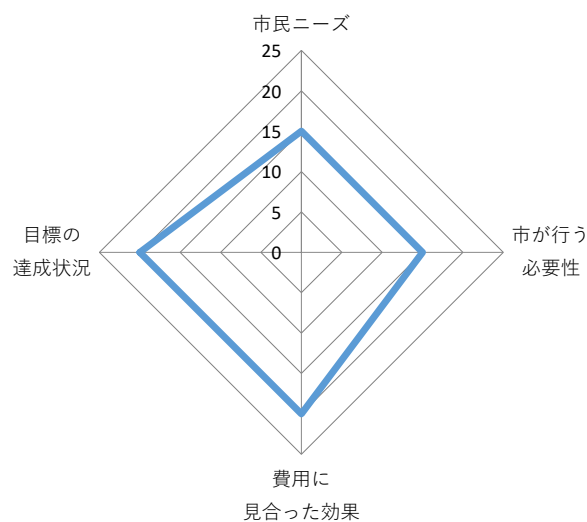
### ◆総合評価…議員（委員）評価の積上げ

評価	委員の評価数(人)
A きわめて良好であるもの	
B 良好である	2
C 概ね適正である	3
D 問題がある	1
E かなり問題がある	
F 不適正である	

### ◆委員会評価

評価	評価点	委員会全体評価	評価コメント(100字以内)
A きわめて良好であるもの	91~100点	<b>C</b>	東北風土マラソンがあるから、登米フードフェスティバルも盛り上がる。イベント・出店・催事の相乗効果でイベントが盛り上がり、客足の伸びも期待できる。
B 良好である	71~90点		
C 概ね適正である	51~70点		
D 問題がある	26~50点		
E かなり問題がある	11~25点		
F 不適正である	0~10点		

【参考】 委員会評価レーダーチャート



### ◆今後の方向性

方向性(該当欄に○)	理由(政策・施策の見地、予算に関する実情等も含む。) 500字以内	
拡充	東北風土マラソン・登米フードフェスティバルは知名度も上がり、交流人口の拡大の目的を果たしている。一方、目的を市全体の交流人口の拡大に置きながら、春の一事業のみである。成果指標を年間入込客数とするならば、年間を通じた事業展開にしなければならない。市内には、季節毎に民間が行うイベントもある。更なる交流人口の拡大を目指すのであれば、イベントを主催する民間団体と連携し、市が中心となって積極的に情報発信を行い、登米の観光をアピールすべきである。	
継続		○
改善		
民間・市民協働		
縮小・廃止		
完了		

## 2. 事務事業評価に基づく政策提言

事業名	市民バス等運行事業 <span style="float: right;">〔総務企画常任委員会〕</span>
事務事業に対する提言	<p><b>■底辺の拡大、需要喚起による公共交通誘導</b></p> <p>これまで順調に利用者数を伸ばしてきたが、平成30年度になって伸び足が鈍った。市民バスの最大需要者は高校通学者であるが、一方でバス通学学生が1名減少すれば、年間実績で500名以上の差が生じる。</p> <p>自家用車移動が可能な者に対して、これまで積極的なアプローチがされてこなかった。運賃100円は利用しやすいはずであり、市民の足として認知される必要がある。積極的な公共交通誘導が必要である。</p> <p><b>■ノンステップバスへの転換とバスサイズの最適化</b></p> <p>バスへの乗り降り自体に不便を感じる声もある。高齢者などは、バスのステップさえも転倒などの危険がある。ノンステップバスへの転換を検討すべきである。</p> <p>また、今では多くの自治体により小型バスによるコミュニティバスが運行されている。登米市における輸送需要を分析し、実情に応じたサイズに最適化すべきである。</p> <p><b>■バスの自己所有の検討</b></p> <p>住民バス等の運行は、車両持ち込みの仕様で委託業務が行われているが、費用は契約の都度に増している。自前でバスを所有した場合との費用比較を行い、その費用対効果を研究すべきである。</p> <p>また、新たな財源の確保策として、広告収入の可能性についても研究されたい。</p> <p><b>■交通網の創意工夫（停留所のハブ機能化）</b></p> <p>乗り換え需要を見越して、異路線相互の乗り継ぎを図るほか、同時刻重複の減少を目指す工夫が必要である。基幹停留所での運行停車の考えを取り入れ、乗り継ぎや、重複運行を避けるダイヤを工夫すべきである。</p> <p><b>■利用料金の確保、新たな料金体系</b></p> <p>一日券・回数券などを導入し、単なる帰着点の往復利用にとどまらない需要の呼び起こしを検討すべきである。また、距離別運賃への転換なども研究されたい。</p> <p><b>■新たな価値の創出</b></p> <p>残念ながら現時点で収支を均衡させるレベルの需要はない。単に金額に表現されない価値の付加が必要である。将来想定されるコンパクトシティ構想での位置づけを明確にして、居住機能区域と都市機能区域を結ぶ手段としての価値を盛り込むべきである。</p>

事業名	登米ブランド推進事業 〔産業建設常任委員会〕
事務事業に対する提言	<p>登米市で行われている環境保全型・資源循環型の農業により生産される、安全安心な農産物を「登米ブランド」として市内外にPRしている。平成19年度に認証制度を開始し、平成25年度に制度の見直しを行い、県内でもトップクラスの出荷量を誇る13品目を戦略品目に選定し「登米ブランド」として認証、現在8事業者9品目が認証されている。認定事業者や認定品目に変化がなく販売額も減少している伸び悩みの現状を脱し、登米市の魅力向上と農畜産物の消費の拡大につながる取り組みとされたい。</p> <p><b>■登米ブランドの認知度アップ</b></p> <p>登米市の農産物を知って頂くのに有効な手法であるが、認知度は高くない。市民をはじめ全国に「登米」の環境保全型・資源循環型農業で出来る登米ブランドを知って頂く必要がある。登米ブランドのロゴマークに加え、「登米」の環境保全型・資源循環型農業や農産物の質の良さをイメージさせるキャッチコピーを用い、市民や全国の消費者に興味を持ってもらうこと。</p> <p>さらに、登米地域の特色である環境保全型農業や耕畜連携の資源循環型農業の取り組みについて、広報誌やホームページ、SNS等を活用しこれまで以上に情報発信に取り組むこと。</p> <p><b>■認証品候補等の底上げ</b></p> <p>県内トップクラスの生産量で厳しい認証基準をクリアした登米ブランドであるが、認定品目や認定業者が増えていない。市内にはブランド認証に値する農産物がたくさんあり、多くの生産者や事業者が生産に関わっている。一部の事業者だけがブランド認証の恩恵を受けるのではなく、市内生産者や事業者が公平にブランド認証に取り組める環境が必要である。新たな農産物や加工品の掘り起こしに努めるとともに、県内での生産量1、2位の品目としている選定基準のハードルを下げ認証品を増やすための底上げを図ること。</p>

事業名	共通商品券運営事業補助金 <span style="float: right;">〔産業建設常任委員会〕</span>
事務事業に対する提言	<p>           地元商店での買い物を促すため地域共通商品券を発行し、地域経済を活性化させるための共通商品券事業は、登米市振興協同組合が事業主体となって取り組んでいる。地域経済を活性化させるための目的であるが、加盟店の減少、利用店の偏りなど課題がある。利用者、取扱加盟店双方にとって使い勝手が良い商品券事業や買い物支援事業に転換し、地域経済が循環する仕組みを強化されたい。         </p> <p> <b>■登米市共通商品券運営事業補助金の見直し</b> </p> <p>           市財政健全化中期行動計画において補助金見直しの対象となっており、5年後までに補助金を削減する予定である。共通商品券事業は市補助金が大きな財源となっていることから、新たな取り組みへの展開を図る必要がある。事業主体との意見交換を通じ、現状打破したい意欲を感じたことから、財政面や運営面について実施主体と丁寧に協議を重ね、その改善意欲を後押しすること。         </p> <p> <b>■共通商品券事業の推進体制</b> </p> <p>           市振興協同組合員数が年々減少し、商品券の使用が2事業所に固定化しており、地元商店の活性化には繋がっていない現状である。共通商品券事業に対する市民の認知度も低く、市民に『とめっこマネー』を知ってもらい使ってもらおう工夫すること。         </p> <p>           さらに、市振興協同組合組合員の年会費を負担感のない金額に見直し、より多く地元の商店や飲食店の参加を促し、組合員と事務手数料で差別化し大型店の加盟を進め、市内どこでも利用できる環境をつくること。         </p> <p>           また、市から支給される報酬・手当や各種助成を地域商品券での支給、公金の地域商品券での納付について可能性を探るなど、利用者目線で共通商品券事業の改善策を調査研究すること。         </p> <p> <b>■地元で買い物することへの付加価値の可能性</b> </p> <p>           本市では、独り暮らしの高齢者や運転免許を持たない高齢者世帯が増加している。共通商品券に日用品や食料品の配達や御用聞きなどの買い物サポートを付加するなど、共通商品券を単なる物の購入とせず、地域交流や見守りなど共助支援要素を加えられないか検討すること。         </p> <p>           また、スマホ決済やQR決済、電子マネーなどキャッシュレス化への対応について、市振興協同組合や商工会と連携しながら、利用者の利便性はもちろんのこと事業者の生産性が向上する環境整備に取り組むこと。         </p>

事業名	観光誘客対策事業 〔産業建設常任委員会〕
事務事業に対する提言	<p>登米市内には、年間 300 万人の観光客が訪れ、豊かな自然や歴史、買い物や飲食等を楽しまれている。三陸道の整備等により広域アクセス環境が格段に良くなる一方、従来の観光や立ち寄りスポットから客足が遠のき賑わいがなくなっている地域もある。地域の特色を生かし年間を通して観光を楽しんでもらえるよう、メリハリのある事業展開を期待する。</p> <p><b>■東北フードフェスティバルの継続</b></p> <p>今や春の風物詩となった東北風土マラソンに併せて行われる東北フードフェスティバルは、世界各地から集まる大勢のマラソン参加者や観覧者に、本市の農畜産物や食文化を知っていただく絶好の機会である。国際的に本市の魅力を発信できるイベントとして今後も継続的な開催について市が積極的に関わっていくこと。</p> <p><b>■関係団体との連携、情報発信</b></p> <p>観光施設や道の駅等の多くが指定管理制度により運営されている。</p> <p>また、観光イベントの多くが民間団体の主催で行われており、外部への依存度が高まっている。</p> <p>施設管理者であり事業主体である市の役割として、指定管理者、観光物産協会、イベント主催者等関係団体との連携と情報の共有を図り、SNS等を積極的に活用した情報発信に努め交流人口の拡大を図ること。</p> <p><b>■観光施設の管理と利活用</b></p> <p>観光施設の多くが合併前の各町で整備されたものであり、老朽化が課題となっている。観光客に不便をかけないように計画的な修繕・改修に努めること。</p> <p>現在、公共施設等総合管理計画個別計画の策定の中で行政財産の見直しが進められている。特に費用対効果が見込めない施設については、地域の理解を得ながら地域や企業等に活用されるよう情報提供し、早急に民間譲渡や除却を進めること。</p> <p>また、市内の観光施設の多くが指定管理者制度で運営されている。施設維持管理や事業運営について、指定管理者と十分な話し合いの場を設け、施設設置者として運営をサポートすること。併せて、観光施設の管理運営制度についても調査研究し、施設に応じた最適な運営手法を検討すること。</p>