

## 答申内容をふまえた取組内容報告

### 【第一分科会】

令和3年度 答申内容をふまえた取組内容報告

評価対象事務事業名	緑と花のまちづくり事業	所管課	環境部 環境課
-----------	-------------	-----	------------

令和3年度 葛飾区行政評価委員会  
第2回全体会における評価結果

項目	提言内容
実績状況	<p><b>成果</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・官民学で協働している点が良い。また、花壇活動だけでなく、福祉的效果を狙うなど事業の目的意識も明確になっている点も良い。</li> <li>・この活動は結果として花いっぱいになるだけでなく、高齢者への支援や孤独になりがちな小さい子供を育てている母親への支援、地元企業の活性化にも繋がる点が良い。</li> <li>・副次的な効果を客観的に測るための材料が不足、評価しにくい部分がある。</li> </ul> <p><b>コスト</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・フラワーメリーゴーランドに発生している事業費が高く、費用対効果が低いように思われるため、抑える工夫が必要なのではないか。</li> <li>・全体的に消耗品費が高いため、抑える工夫が必要なのではないか。</li> <li>・地域が花いっぱいとなる活動をするために必要な経費は予算に計上すべきである。</li> </ul>
改善	<p><b>【団体活動への支援】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・フラワーメリーゴーランドの事業費や花苗の費用を削減することで、全体の事業費を増やすことなく、団体を補助する選択肢を増やすことができるのではないかと。</li> <li>・長く活動してもらうためにも、肥料や花苗等の支援だけでなく、団体が活動しやすくなる支援も大切ではないか。団体へ何が必要かをヒアリングしてはどうか。</li> </ul> <p><b>【個人活動への支援】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・区民から考えれば住宅地の中に緑や花がある方が喜ばしいが、現状は、イベント事業が中心になっていると思われる。今後は個人での活動がさらに広がる区民目線の事業を検討すべきではないか。</li> <li>・個人活動を推進する上で、歩道にプランターを並べないなど、ルールも作るべきである。</li> </ul> <p><b>【担い手の拡大】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・親子での花壇活動は親子のふれあいや植物を育てることを知ることに繋がり、教育に良いと考えるため、担い手の対象を幼稚園児や小学生にも広げてはどうか。幼少期から手伝いという形で花壇活動を経験することで、習慣ができ、将来的な若い人の参加にも繋がると考える。</li> <li>・海外の取組も参考にし、自宅の花壇活動におけるコンクールなどを実施してはどうか。</li> <li>・小学校の花壇活動は子どもにとって、物を大切に感じる感性が養われるなど教育の一環になると思う。今後は、学校単位にコンクールを実施するなど活性化させていくことが大切ではないか。</li> </ul>
今後の方向性	<p><b>【事業の検討体制】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・社会福祉協議会、民生委員、関係課が一堂に会し、事業について検討する機会を設けてはどうか。</li> </ul> <p><b>【フラワーメリーゴーランド】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・フラワーメリーゴーランドの設置場所は、駅前など、区民の目に付きやすい場所を選び、日々の生活の中で花をより身近に感じられるよう配慮すべきである。</li> </ul> <p><b>【花と緑のはがきコンクール】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・コンクールだけでなく、その結果の周知にも力を入れるべきである。例えば、はがきコンクールで応募される「はがき」は小さく、飾ってもインパクトがないため、大きくしてもらおうなど工夫し、小中学校や他施設にも貼り出してはどうか。</li> </ul> <p><b>【SDGsとの関連性】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・SDGsの視点を踏まえた事業展開をするべきではないか。</li> </ul> <p><b>【事業の周知】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・区公式ツイッターなどのSNSを積極的に活用し、周知を図るべきではないか。</li> </ul>



事務事業改善の取組
取組内容
<ul style="list-style-type: none"> <li>・緑と花のまちづくり事業は、葛飾区基本計画14の「葛飾・夢と誇りのプロジェクト」の一つの花いっぱいのまちづくり推進プロジェクトの中の事業として、地域社会が持続的に発展していくために、地域に集う多様な主体が協働して取り組むきっかけとなる事業である。本事業は、街中を花で彩るだけでなく、花壇活動をとおして、「人」と「人」とが結びつくことで、目に見えない副次的効果も期待できると考える。今後も、花と緑で彩られ、人と人との交流あふれる、花いっぱいのまちづくりの更なる活性化に取り組む。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・フラワーメリーゴーランドはかつしか花いっぱいのまちづくり推進協議会との協働で1から造り上げたもので、公共空間への新たな花の展開手法として、東京2020大会の関連施設でも採用され、全国に向け発信をしている。先進的なモデル事業として、東京都の「花の都プロジェクト」の補助を平成29年度から3年間受け、フラワーメリーゴーランドの導入を進めた。また、今後の区内の駅周辺などへの新規設置予定はなく、現状のフラワーメリーゴーランドや花のメンテナンスを区民ボランティアと一緒にしている。</li> <li>・消耗品の地域緑花推進事業における花壇団体に配付する花苗の経費については、一年草から多年草・宿根草・球根・種ヘシフトすることを促したり、より長く花を楽しめ・丈夫な苗を選択することにより経費を抑えることを進めている。</li> <li>・花壇活動をするための経費については、花壇団体の意見も聞きながら必要な経費を予算計上している。</li> </ul>
<p><b>【団体活動への支援】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・フラワーメリーゴーランドを区内の駅周辺などに新規設置予定はなく、現状のフラワーメリーゴーランドのメンテナンスを区民ボランティアと一緒に継続していく。団体への花苗などの活動支援は、活動団体の意見を聞き改善を図りながら推進する。</li> <li>・例年実施しているが、今年度も花壇団体を対象とした緑と花のまちづくり推進事業説明会の開催にあたり、団体にアンケートを実施し、必要な支援策や改善策を検討している。</li> </ul>
<p><b>【個人活動への支援】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・現行の事業費の中心は花いっぱいのまちづくりを推進する活動団体へ花苗を配付するための経費になっている。花と緑のはがきコンクールや花壇コンクールなどのイベントは緑化の推進や花いっぱいのまちづくりの啓発事業として今後も継続実施していく。また、スマートパネルの工作教室やオンライン講座など個人の活動への支援策もモデル実施していく。</li> <li>・事業実施にあたり歩道にプランターなどを置かないなど、すでにある施設管理上のルールを周知徹底して個人活動を推進していく。</li> </ul>
<p><b>【担い手の拡大】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・活動団体の中には学校地域応援団や保育園・幼稚園といった施設を母体とした団体もあり、そのような団体では子どもと一緒に花壇活動をしている。令和2年度には地域教育課主催の学校地域応援団を対象とした研修で花いっぱいのまちづくり活動について紹介した。今後もそのような機会を捉え花いっぱい活動の啓発をしていく。</li> <li>・今後の事業として、個人による花いっぱい活動の新しい事業を検討している中で、コンテナやハンギングバスケットのコンクールを検討している。</li> <li>・幼少期に花や緑に親しみ、育てる機会をとおして、やさしさや美しさを感じる気持ちを育む事は大切である。各校に対して開催している花壇コンクールに参加を促していく。</li> </ul>
<p><b>【事業の検討体制】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・かつしか花いっぱいのまちづくり推進協議会では、区民、団体、事業者及び区が相互に連携・協働のパートナーとして活動する仕組みをつくり、花いっぱいのまちづくり活動の拡大及び活性化を図ることを目的として、平成26年9月に発足した。令和4年1月1日現在、活動団体56団体、支援団体3団体、緑化推進協力員4名、区職員2名で構成されている。今後、当該協議会に社会福祉協議会や民生委員にも参画していただけるか調整していく。</li> </ul>
<p><b>【フラワーメリーゴーランド】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・フラワーメリーゴーランドについては亀有駅、金町駅、新小岩駅、新柴又駅周辺や区役所や総合スポーツセンターなどに設置し、区民の目に付きやすい場所を選定している。今後は、より区民に喜ばれるよう、植栽デザインをより良いものを検討する。</li> </ul>
<p><b>【花と緑のはがきコンクール】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・はがきコンクールは絵画展ではなく、また電子媒体での通信が普及する中で、地元の郵便局と連携し「はがき」で相手に気持ちを伝えるということを狙いとしている。よってその優秀作品の展示も受賞作品そのものを展示している。現在、地区センターなど区内9箇所を12月から2月上旬までの間、優秀作品を巡回展示し、周知を図っている。入賞作品の展示もしており、受賞作品そのものを展示し、巡回後は本人に返却している。今後も広報かつしか、区ホームページ等の電子媒体は元より、より多くの方に展示作品をみていただけるよう周知方法を検討していく。</li> </ul>
<p><b>【SDGsとの関連性】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・令和3年8月に策定された新基本計画においては、各政策・施策にSDGsの17のゴールを位置づけた。花壇活動団体にはSDGsのバッジの配付を行ったが、花いっぱいのまちづくり活動が持続可能な社会づくりにつながることの啓発を花いっぱいのホームページや花いっぱいのまちづくり推進協議会加入団体に配付している花いち通信などで行っていく。</li> <li>・より具体的にSDGsにつながる取組として、豊かな土壌の大切さを普及し作り方を啓発する。また、花壇団体に配付する花苗を一年草から多年草・宿根草・球根・種ヘシフトすることを促したり、来年度から花苗を入れるトレーを回収し、再利用につなげることを実施していく。</li> </ul>
<p><b>【事業の周知】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事業の周知については、花いっぱいのホームページやインスタグラムを活用している。今後は提言のとおり区公式ツイッターも活用し、周知を図っていく。</li> </ul>

答申内容をふまえた取組内容報告

**【第二分科会】**

令和3年度 答申内容をふまえた取組内容報告

評価対象事務事業名	葛飾ブランド創出支援事業	所管課	産業観光部 商工振興課
-----------	--------------	-----	----------------

令和3年度 葛飾区行政評価委員会 第2回全体会における評価結果	
項目	提言内容
実績状況	成果 <ul style="list-style-type: none"> <li>区内企業を育てることは大切なことであり、事業の趣旨は評価できる。</li> <li>「販路の拡大、産業の活性化につなげる」という本事業の目的が達成できているか把握できない。</li> </ul>
	コスト <ul style="list-style-type: none"> <li>「葛飾町工場物語集」による事業のPRは必要だが、出展経費の助成については、他の助成事業と整理統合すべきである。</li> <li>葛飾ブランド創出につながるような事業内容を検討し、それに対して重点的にコストを費やすべきである。</li> </ul>
改善	<b>【葛飾ブランドの見直し】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>葛飾ブランドの認知度が低く、認定件数も伸びていないことから、事業が停滞していると思われる。認定の対象を工業製品に限定せず、飲食部門や観光部門など、他の分野にも拡大するなど、事業の根本的な見直しをするべきである。(事業を改善するために、一旦休止して、再構築するべきという意見もあった。)</li> </ul>
	<b>【成果の把握】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>事業目的の達成度合いを把握するために、売上の伸び率や、区内外の認知度などを成果指標に設定するべきである。</li> </ul>
	<b>【アンケート・聞き取り調査】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>事業の成果を把握するために、「活性化や販路の拡大につながったか」、「売上が上がったか」等の聞き取り調査を、認定企業に対して、実施してはどうか。</li> <li>認定製品の試供品をモニターに渡して、使用した満足度などを測るためのモニタリング調査を実施してはどうか。</li> <li>事業内容の効果を測るために、「展示会」、「葛飾町工場物語集」の評価アンケートを取ってはどうか。</li> <li>区民の認知度を測るために、葛飾区政策・施策マーケティング調査を活用して、葛飾ブランドの認知度調査を毎年実施してはどうか。</li> </ul>
	<b>【認知度の向上】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>葛飾ブランドの区民認知度が向上するような事業を検討してはどうか。</li> <li>葛飾ブランド認定企業が自社のホームページに掲載したり、展示会で閲覧したりできるような、動画を活用した広報戦略を取り入れても良いのではないか。</li> <li>小・中学生は一人一台iPadを持っている。葛飾ブランドの動画を閲覧してから、産業フェアに行くなどの使い方もできるので、動画による周知に力を入れても良いのではないか。</li> </ul>
	<b>【葛飾ブランド認定製品の展示】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>観光客が多く来る場所に、葛飾ブランドのコーナーを設置してはどうか。</li> <li>テクノプラザに全ての認定製品を並べて展示してPRしてはどうか。</li> </ul>
	<b>【葛飾ブランドロゴマーク】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>葛飾ブランドの認知度向上のために、認定製品に、ロゴマークシールを貼付してはどうか。</li> <li>葛飾ブランド認定企業と一目で分かるようなロゴマークシール等を作成して、工場の玄関などの目立つ箇所に、貼付してはどうか。</li> </ul>
	<b>【葛飾町工場物語集】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>小学生が読んでも面白い内容なので、区立小学校の全児童に配付してPRしてはどうか。</li> <li>子どもが読めるように、振り仮名を振ってはどうか。</li> <li>葛飾ブランド認定製品の販売情報や企業のホームページのURLを冊子に掲載してはどうか。</li> </ul>
	<b>【認定企業同士の交流】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>商品開発等の勉強会の支援を区が実施してはどうか。</li> <li>認定企業同士の輪を広げ、共同で商品開発するきっかけを作るような支援策を検討してはどうか。</li> </ul>
今後の方向性	<b>【葛飾ブランドへの応募】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>葛飾ブランドへの応募数を増やすために、広報や区ホームページ以外に、企業が受動的に葛飾ブランドの情報を受け取れるような仕組みを作ってはどうか。</li> </ul>
	<b>【販売促進】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>販売できる製品は、テクノプラザかつしかなどで販売を行えば、より活性化するのではないか。</li> <li>葛飾ブランドのホームページのなかに、一括して企業に問い合わせができるページを作成して、興味がある企業にメッセージを送れるような仕組みができるとういのではないか。</li> <li>他自治体で実施しているように、国内外へ認定製品を販売できるようなオンラインサイトを作成してはどうか。</li> <li>産業フェアで、認定証をブースに掲示するなりして、葛飾ブランド認定企業をPRしてはどうか。</li> </ul>



事務事業改善の取組
取組内容
<ul style="list-style-type: none"> <li>3年ごとの再認定時の企業ヒアリングにおいて、「ロゴマーク等、営業ツールとしての活用方法や取引先からの評判」や「企業の活性化や販路拡大につながっているか」、「展示会・葛飾町工場物語集について」など、聞き取り調査を行い、事業目的が達成できているかを把握できるようにする。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>令和4年度予算から、認定特典の見本市出展助成(50万円上限)は、既存の見本市等出展助成事業費に統合した。</li> <li>令和3年度から販路拡大のために百貨店等での販売会を行うなど事業内容を見直しながら実施してきている。令和4年度以降も引き続き、効果的な事業内容を検討していく。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>本区は23区で第3位の工場数を誇っており、それら町工場の下請体質脱却のために始めた事業である。飲食や観光事業に関してはフードフェスタ実施やかつしか観光推進事業で支援している。本事業に関しては、今後も中小・零細企業が多い本区の製造業を一層支援し、産業の活性化につなげていく。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>売上の伸び率については、総合的な企業努力によるものであり、本事業は、その一助であると考えている。また、特に活性化につながったかが重要であると企業側も捉えており、成果指標は聞き取り調査を活用した「認定企業の満足度」としていく。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>(再掲)3年ごとの再認定時の企業ヒアリングにおいて、「ロゴマーク等、営業ツールとしての活用方法や取引先からの評判」や「企業の活性化や販路拡大につながっているか」、「展示会・葛飾町工場物語集について」など、聞き取り調査を行い、事業目的が達成できているかを把握できるようにする。</li> <li>モニタリング調査については、認定企業が販路拡大につながるよう独自で実施をしている。</li> <li>区民の認知度測定の手法として、葛飾区政策・施策マーケティング調査の中に取り込めるか、実施部署の政策企画課と検討していく。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>葛飾区産業フェアやかつしかミライテラスの開催を通じて、区民へ引き続きにPRしていく。</li> <li>葛飾ブランドとして出展する展示会や販売会の機会を捉えて、認定企業のPR動画を作成し、各社のホームページや各展示会等で映像を流しており、今後も継続して実施していく。</li> <li>令和3年度の葛飾区産業フェアでは、感染症拡大防止の観点から小学生の見学を見送った。葛飾区産業フェアのホームページの中に葛飾ブランド認定を含めた各産業の動画を作成しており、開催前には教育委員会から各学校に向けて、葛飾の産業についての学習として、授業の中で有効活用するよう依頼し、連携を行った。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>国内有数の観光地である柴又の観光案内所において、一部製品の販売を行っており、販路だけでなく製品PRに寄与しており、今後も継続していく。</li> <li>テクノプラザかつしかに全ての認定製品(令和3年度認定含めて94製品・技術)を並べて展示するコーナーの設置を検討したが、スペースの関係もあり、新規認定品を展示している。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>製品パッケージにロゴマークを刷り込んでいる企業も一部あるが、ロゴマークを名刺に刷り込む企業が多く、名刺交換時には目につきやすく話題のきっかけにつながる時、認定企業の評価も高い。引き続き、ロゴマークを活用して、葛飾ブランドの認知度向上を図っていく。</li> <li>各企業においては、認定時に作成するロゴマーク・製品の入ったパネルを応接室等に掲示し、取引先にアピールしている。また、展示会に出展する際にもブースにパネルを掲示するなどで活用し、葛飾ブランドの認知度向上に寄与している。今後もパネルの積極的な活用を働きかける。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>メーカーやバイヤー向けのPRツールとして作成し、配布していることから、業界向け専門用語の記載もあり、小学生向けの冊子とはしていない。しかし、その中でもマンガ形式や写真を多く掲載することによって目で見てわかるようにしている。</li> <li>企業のホームページにアクセスする際に、URLを入力するのではなく、Google等の検索サイトで単語を入力する方法が主流になっていると考えるため、企業個別のURLは掲載せず、企業や一般消費者が興味を持ち、検索したくなるような記事になるよう今後も工夫をしていく。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>葛飾ブランド認定者交流会をつくっており、認定後は認定者間の横のつながりが広がり、企業側の大きなメリットになっている。認定企業であることの信用があることから、短期間で協力企業や共同製品開発に結び付くことも多い。認定者交流会の中だけではなく、それぞれの企業が持つネットワークも広がってきており、引き続き、新規認定や認定者交流会の運営を通じて支援していく。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>葛飾ブランドは応募数や認定数を増やすことが目的ではなく、一定の水準を超えた優れた製品や技術に葛飾ブランドを付与している。また、広報やホームページ以外で情報を受け取る仕組みはないか引き続き検討をしていく。今では認定企業からの口コミによる伝達が多くなってきている。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>販売促進については、これまでも葛飾区産業フェアやかつしかミライテラス、区外会場での販売会の開催や令和2年度からは百貨店での販売会を行ってきている。葛飾ブランド公式ホームページからの一斉問い合わせ機能や、オンラインサイトの作成についても検討したが、認定製品を自動的に区が販売するのではなく、企業が主体的に販売する力を身につけることこそ、総合的な企業体力につながるものとの考えから、本業務の委託事業者が行う各企業の販売サイトの構築相談や区のホームページ作成費助成などの活用を図り、民間企業の企業努力を側面から支援していく。</li> <li>葛飾区産業フェアでは葛飾ブランドブースを設け、新規認定企業を中心に展示する既存認定企業のパネル掲示や、これまで作成した動画を流すことでPRしており、令和4年度以降も継続していく。</li> </ul>

令和3年度 葛飾区行政評価委員会評価表

事業名	緑と花のまちづくり事業	担当部	環境部
		担当課	環境課

基本情報

施策番号	1302	豊かな自然を守り育てます
事業の目的	区民の自主的な活動により区内に緑と花を一層広めるとともに緑化意識の高揚を図る。	

実施内容	<p>地域で緑と花を育てる活動団体に対する花の苗や種などの緑化材料の補助や、身近な地域の緑化を推進する事業を行うことにより、街並みの景観及び美観を向上させる。</p> <p>1. 緑と花のまちづくりを推進する団体に対する支援を行い、区民の自主的な活動により区内に緑と花を一層広める。                  2. 区民と区の協働による花いっぱいのまちづくりを推進するため、区、活動団体、事業者等で構成する「かつしか花いっぱいのまちづくり推進協議会」を設置し、運営を行う。                  3. 花いっぱいのまちづくりホームページの開設、運営を行う。                  4. 緑花生活を推進するため、各種事業を実施する。                  ・指導者向け花壇管理講習会の開催                  ・イベント等での花苗などの緑化材料の配布                  5. 花と緑のはがきコンクールや花壇コンクールを実施する。</p>
------	--

実績情報

成果指標								
目標・実績	指標	指標の根拠	単位	区分	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
	目標・実績	緑と花のまちづくりの推進事業にかかる植栽面積合計	活動実績報告書による緑と花のまちづくり推進事業対象地面積の合計(累計)	㎡	目標	1,626	2,638	2,935
				実績	2,930	2,956	2,973	
実績の評価・分析	花いっぱいのまちづくりプロジェクトに係る事業については、平成30年度まで急増してきたが、令和元年度から活動団体数及び活動面積の伸びが横ばいになっている。新型コロナウイルスの感染拡大により、活動を休止した団体や花壇活動も制限を受けていることも一つの要因として挙げることができる。令和元年から令和2年で新規で2団体が増えた。花いっぱいのまちづくり推進協議会との協働は、フラワーメリーゴーランドを考案し、亀有駅前等に設置することで街の新たな修景手法として展開しており、現在区内の駅前や区施設などに51基が設置されている。また、東京2020大会において「花いっぱいでおもてなし」を合言葉に機運醸成を図り、花いっぱいのまちづくり活動を盛り上げている。							



活動指標								
目標・実績	指標	指標の根拠	単位	区分	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
	目標・実績	活動団体への補助	花苗等支援団体数	件	目標	55	63	75
				実績	58	59	61	
目標・実績	緑花生活の推進のための緑化材料配布	緑化材料配布数	個	目標	2,000	2,000	2,000	2,000
				実績	1,286	1,742	2,130	
目標・実績	花と緑のはがきコンクール	応募人数	人	目標	1,500	1,500	1,500	1,500
				実績	1,304	1,406	1,326	
				目標				
				実績				

今後の方向性

参考資料

評価の視点	<p>重要プロジェクトの一つとして「花いっぱいのまちづくり」を全庁的に推進し、区民との協働で進めてきました。この花いっぱいのまちづくり活動の拡大及び活性化を図ることを目的として、平成26年9月に花いっぱいのまちづくり推進協議会を発足しました。平成26年1月時点のボランティアによる花壇は、95団体・98花壇でしたが、各課の支援制度を受けながら、令和3年1月現在では130団体・150花壇にまで広がりを見せています。</p> <p>また花いっぱいのまちづくり推進協議会が考案したフラワーメリーゴーランドは、区内外から評価を受け、世田谷区・新宿区・調布市等の区外にも設置が進み、東京2020大会期間中にオリンピックプロムナードが設定される臨海副都心のシンボルプロムナード公園にも設置される予定。さらに同時期に東京スカイツリータウンで開催予定のソサエティ5.0科学博(内閣府主催)にも出展予定となっている。</p>
「改善」に向けた所管課の見解	<p>緑と花のまちづくりの推進事業におけるボランティア団体による花壇数は、ある程度の実績を上げることができた。今後は花いっぱいのまちづくり活動を更に推進するために、その担い手を団体から個人や家庭単位まで広げていく必要があると考えています。</p> <p>そのために道路に面する公開性の高い場所を管理する「個人」や「家庭」を対象に、「(仮称)まちかどマイガーデン」を募集し、より身近に花を感じられる空間の創出を図っていきたい(実施要綱等未定・令和4年試行・令和5年実施予定)</p>

コスト内訳(決算)(千円)

項目	平成30年度	令和元年度	令和2年度	コストの主な内訳
収入				
特定財源				
国庫支出金				
都道府県支出金	6,560	4,038	0	花の都プロジェクト事業補助金(都) ※R1で補助金終了
その他				
一般財源(a)	61,911	55,409	62,191	

事業費	平成30年度	令和元年度	令和2年度	
直接事業費(b)	47,931	38,907	32,161	
報償費	417	460	280	花いっぱいレポーター謝礼、講習会講師謝礼
消耗品費	22,065	24,505	24,362	地域緑花及びフラワーメリーゴーランド用花苗等
印刷製本費	520	446	216	リーフレット・コンクールポスター印刷代
食糧費	13	13	0	花壇コンクール審査員昼食代
通信運搬	81	101	74	花壇団体連絡用通信運搬費
手数料	1	1	0	受講料振込み手数料
委託料	17,871	12,764	7,229	江戸川堤防植栽管理委託・フラワーメリーゴーランド設置委託等
自動車借上料	55	176	0	花壇コンクール審査会バス借上げ等
使用料・賃借料	250	250	0	日比谷ガーデニングショー出展料
工事請負費	6,601	0	0	江戸川堤防シバザクラ植栽工事
備品費	0	165	0	花苗運搬用キャスト購入費
負担金	57	26	0	講習会受講費用負担分
職員人件費(c)	20,540	20,540	30,030	
人件費	20,540	20,540	30,030	
	2.60人	2.60人	3.85人	
旧再雇用職員	0.00人	0.00人	0.00人	
間接費(d)				
調整額(e)	2,600	2,340	3,658	
減価償却費				
金利				
退職給与引当	2,600	2,340	3,658	
(控)コスト対象外				
トータルコスト(f=b+c+d+e)	71,071	61,787	65,849	

単位あたりコスト	平成30年度	令和元年度	令和2年度	コスト増減の理由
単位の定義	緑と花のまちづくりの推進事業にかかる植栽面積合計(㎡)			R2は新型コロナウイルスの感染拡大により、花壇コンクールや日比谷ガーデニングショーが中止になり印刷製本費・自動車借上料等の関連経費が減となっている。
実績数値(g)	2,930	2,956	2,973	
単位あたり区単コスト(a/g)	21,130.03円	18,750.93円	20,918.60円	
単位あたりコスト(f/g)	24,256.31円	20,909.31円	22,149.01円	

令和3年度 葛飾区行政評価委員会評価表

事業名	葛飾ブランド創出支援事業	担当部	産業観光部
		担当課	商工振興課

基本情報

施策番号	1401	新たな技術や事業の創出を支援するとともに、区内産業の魅力を広くアピールして、産業を活性化します
事業の目的	区内で製造された優れた製品や技術を「葛飾ブランド」として認定し、区内外に発信することにより、区内製造業者の誇りとやる気を喚起するとともに町工場の魅力を伝えることで、販路の拡大など、活性化につなげることを目的とする。	

実施内容	<p>【主な実施内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇葛飾町工場物語集(マンガ)の発行 区内製造業者の優れた製品や技術を葛飾ブランド「葛飾町工場物語」に認定し、その製品等が産み出された背景やエピソードをストーリー性豊かに物語集(マンガ)で紹介。</li> <li>◇国際雑貨EXPOへの出展 東京ビッグサイトで開催する国際展示会に葛飾ブランドとして出展。</li> <li>◇葛飾町工場百貨市の開催 KITTE丸の内イベントスペースで販売会を実施。</li> <li>◇機械要素技術展でのマンガ配布 東京ビッグサイトで開催する区内製造業者と区が共同出展しており、葛飾区ブースにおいてマンガを配布。</li> <li>◇葛飾区産業フェアへの出展</li> <li>◇認定者交流会の実施 認定者どうしの交流を深めることで、企業間ネットワークを拡げる。</li> </ul>
------	---

実績情報

成果指標									
目標・実績	指標	指標の根拠	単位	区分	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	目標
	認定製品・技術数			件	目標	94	92		
				実績	87	88	90		
実績の評価・分析	着実に認定を続け、令和2年度には90件に達している。								



活動指標									
目標・実績	指標	指標の根拠	単位	区分	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	目標
	新規認定数	年度の新規認定数		件	目標	5	5		
				実績	3	3	3		
展示会出展数			回	目標	4	4	4	3	
				実績	4	4	3		
独自展示会開催数			回	目標	1	1	1	1	
				実績	1	1	1		
				目標					
				実績					

今後の方向性

参考資料

評価の視点	認定企業の特典として、ストーリーマンガを作成・配布するほか、東京ビッグサイトで行われる国際展示会への出展や、KITTE丸の内での販売会を開催することでPRを行ってきている。より一層のPRを図るための、今後の取り組みについて評価をいただきたい。
「改善」に向けた所管課の見解	マンガによる認定製品・技術のPRは他に見えない方法であり、継続していく。国際展示会への出展や販売会開催によりPRするほか、認定企業どうしの連携強化やコラボレーションによる相乗効果策を図っていきたい。

コスト内訳(決算)(千円)

項目		平成30年度	令和元年度	令和2年度	コストの主な内訳
収入	特定財源	0	0	0	
	国庫支出金	0	0	0	
	都道府県支出金	0	0	0	
	その他	0	0	0	
一般財源 (a)		11,606	14,820	13,625	

事業費	直接事業費 (b)	6,866	10,080	8,945	
	報償費	138	125	138	審査会委員謝礼
	消耗品費	30	30	31	見本市、展示即売会用消耗品
	印刷製本費	900	932	994	物語集(マンガ)、チラシ、認定証
	通信運搬費	5	6	6	会議用通知発送
	手数料	27	27	27	審査員手数料(都産業技術研究センター)
	保険料	2	2	2	KITTE丸の内販売会来場者賠償保険
	委託料	4,184	5,467	5,516	業務委託、設営委託、マンガ原稿制作委託
	使用料及び賃借料	1,080	2,155	2,231	国際雑貨EXPO出展料
	補助金	500	1,336	0	認定企業見本市出展経費助成
人件費等	職員人件費 (c)	4,740	4,740	4,680	
	人件費	4,740	4,740	4,680	
		0.60人	0.60人	0.60人	
	旧再雇用職員	0.00人	0.00人	0.00人	
	間接費 (d)				
	調整額 (e)	600	540	570	
	減価償却費	0	0	0	
金利	0	0	0		
退職給与引当	600	540	570		
(控) コスト対象外	0	0	0		
トータルコスト (f=b+c+d+e)		12,206	15,360	14,195	

単位あたりコスト	項目	平成30年度	令和元年度	令和2年度	コスト増減の理由
	単位の定義	新規認定数 (件)			
	実績数値 (g)	3	3	3	
	単位あたり区単コスト (a/g)	3,868,666.67円	4,940,000.00円	4,541,666.67円	
	単位あたりコスト (f/g)	4,068,666.67円	5,120,000.00円	4,731,666.67円	