

令和3年度葛飾区行政評価委員会 議事要旨

会議名	葛飾区行政評価委員会第3回第二分科会
開催日時	令和3年8月5日(木) 午後3時から5時まで
開催場所	葛飾区役所7階 701会議室
出席者	【委員8人】 小松原会長、折登委員、河村委員、鈴木委員、谷本委員、町田委員、水寄委員、村上委員 【区側5人】 事務局(政策経営部長、経営改革担当課長、事務局職員3人)

会議概要

1 開会

(事務局より資料の確認等を行った)

2 事務事業評価

葛飾ブランド創出支援事業

A 委員 : 成果指標の一つに売上高を入れることはできないか。

小松原会長 : 今後の方向性の「成果の把握」の項目に売上高の文言を追加するか。

B 委員 : 売上高でなくても、前年度から売上が何%上がったかでも良いのではないか。

A 委員 : 私も、売上高の伸び率などでも良いと思う。「葛飾区政策・施策マーケティング調査」を実施していると思うが、葛飾ブランドの知名度を測れる設問を追加すれば、成果指標の一つになるのではないかと。認定企業数の推移だけでは、成果が把握できないと思う。

小松原会長 : 今の意見は、今後の方向性に加えたいと思う。

C 委員 : 認知度を区内外に分けて、成果指標を設定してほしい。売上については、可能な範囲で設定してほしい。

D 委員 : 私も認知度が測れる成果指標があれば良いと思う。

小松原会長 : 意見をまとめると、現状の成果指標では成果の把握ができない。売上の伸び率や区内外の認知度が測れるような成果の把握ができる指標を設定しないと、事業を評価できないので、提言に加える。

E 委員 : コストの部分で、費用がかからないから評価できるという文言はおかしい。事業内容をより充実して実施するならば、費用をかけて

実施するべきではないか。中小企業の支援は大事なことであるにも関わらず、この事業内容で、費用がかからないから評価できるというのは違うと思う。

- A 委員：区外に出展した場合、いくら助成するかなどの一覧表はないのか。
- 小松原会長：所管課の話だと、出展事業の助成は30万円、ブランド認定企業は50万円と言っていたと思う。
- A 委員：出展する際にディスプレイなどを作ると思うが、その費用の助成はどうしているのか。
- 小松原会長：そういった助成は委託費のなかに入っていると思う。プレゼンテーションをするための動画を作る費用などは、助成費のなかでやっていくのだと思う。
- A 委員：出展にかかる経費はあると思う。助成をするのか、しないかなどが一目で分かるマトリクス図があれば、非常に分かりやすかった。
- 小松原会長：類似した事業があるならば、対比できる資料があると一番良いが、その場合、他の事業も理解する必要が出てくるので、散漫になってしまう部分もあると思う。
- C 委員：他事業との整理については、一回目の会議から意見が出ていたにも関わらず、比較した資料が出てこないのは、不審な感じがする。この事業だけ評価すれば良いという縦割り意識の弊害だと思う。また、「全体として評価できる」といった意見は一度も出てきていないと思う。出展や展示にかかる費用は整理して、この事業からは除き、今あるコストのなかで、紙媒体以外の動画や、子ども向けの事業を考えたほうが良いのではという意見にまとまっていたと思う。
- 小松原会長：全体として評価できるとは言えないというのが委員の皆様の意見である。「葛飾町工場物語集」については、認定企業は販売ツールとして活用できたりするので、広報ツールとして、低いコストで効果が上がっていたことは、認めていたように思うが、全体として評価できるという話ではなかったと思う。私は、他の助成事業との棲み分けを行い、この事業では、出展補助金は除いた方が良いと思う。以前の委員会で、廃止の答申をしたにも関わらず助成事業が残っているならば、集約させる必要があると思うので、他の助成事業との整理統合により、コストが削減できると思われるといった文言を入れることは了承いただきたい。

E 委員 : 30万円や50万円の補助金を企業に出しているにも関わらず、使用用途などのアンケートを企業に取っていないのはいかがなものか。
この事業の対象企業は、全体のほんの一部だと思うが、その一部の企業に対してアンケートも取っていないようでは、行政評価ではない。この事業は廃止したほうが良いくらいに考えている。

小松原会長 : 皆さんの意見をまとめると、広報紙に関しては、費用対効果を含め、それなりの効果が出ているが、助成金に関しては、削減する余地があるという意見だと思う。また、他自治体では、足立区、江東区、品川区、墨田区でも類似事業を実施していた。その中でも墨田区は、「地域ブランド戦略」という事業で、工業製品の墨田区ブランドと、飲食店のブランドの二本柱で立ち上げており、試供品を渡して、使ってみてよかったかどうかなどのモニタリングシートを活用して調査を実施していた。さらにタイアップした製品の一部に墨田区ブランドが使われているといったPRも区が実施している。他にもオンラインショップを立ち上げて墨田区ブランドの販売も行っていった。また、平成19年度に事業を開始してから10年経過したタイミングで、事業の総括をするために、公募を一旦中止し、新たな事業形態で実施している。葛飾区も葛飾ブランドを工業製品に限定せず、フードフェスタといった他事業との連携とった発想の転換が必要なのではと感じた。

C 委員 : 今の話を聞いて、この事業は、他自治体の良い事例は取り入れるなどの見直しが必要な時期に来ていると私も感じた。

小松原会長 : モニタリングシートには、モニターの応募以前に、認定商品を知っていたか、使用して満足したかといったことが設問になっている。葛飾区も同様のアンケート調査を実施できるはずである。

E 委員 : 所管課は本当にアンケート調査を実施していないのか。

A 委員 : 販売会や展示会でアンケート調査を実施したようなことを所管課は言っていた。

E 委員 : 一度、事業を廃止して再構築を目指すのが良いのではないかと。事業の廃止といった厳しい提言内容にしないと、5年度、10年後も事業の見直しが行われなと思う。

A 委員 : 実施内容のPDCAサイクルが行われていない。「葛飾町工場物語集」は葛飾区から商工会議所に送付されるのか。

F 委員 : 東京商工会議所の葛飾支部が取りまとめて、会員に郵送している。

A 委員 : 平成19年度には10社ほど認定していたと思うが、令和2年度の認定件数は2、3件程度になり、低下している。葛飾ブランドとして、

残っていけるのか考えないといけない。このまま事業を実施して、認定件数は伸ばせるのか、発掘の仕方が悪いのか、いくつまで認定するのかといった部分が見えてこない。その辺りを分析して、どういった方向性で事業を実施していくのか、所管課の意見が欲しかった。

小松原会長：区の方向性を所管課に確認したが、明確な回答がなかった。

F 委員：事業当初は盛り上がったと思うが、各企業頭打ちで、葛飾ブランド申請できる製品がないのではないかと。フードフェスタでも、葛飾ブランドと呼べるような食品も出展されているが、そういった物は葛飾ブランドに認定されていないので、工業製品以外の物も葛飾ブランドに認定するなど、事業を見直す時期だと思う。

A 委員：私は独自に、この事業を点数化して評価した。評価項目は、事業の必要性やコスト、事業のスピード、将来展望といった項目を設定して点数化すると、5点満点中、2.8点になった。行政評価は、以前点数化して評価していたが、所管課にインパクトを与えるためにも、点数化が改めて必要なのではないかと思う。

F 委員：葛飾ブランドの売上也出せると思うが、企業はあまり公表したくないと思う。

A 委員：認定した企業に対して、売上が伸びているといったことがわからないと、事業自体の存続が危ないのではないかと。行政評価の点数化は、「良い」と「やや良い」などの基準が曖昧だったために、やらなくなった。

小松原会長：確かに数字で評価されるとインパクトがある。今後どうするかは政策企画課で検討してほしい。

G 委員：私が携わっている仕事でも、業務評価を行っているが、以前が点数化していたが、「期待以上にできた」、「書かれている以上はできた」などの説明書きで評価している。点数化の評価も良いと思うが、あまりこだわりすぎて、本末転倒にならないようにした方が良いと感じた。

C 委員：事業を立ち上げた経緯は分かるが、売上が上がったなどの成果を把握できるデータがなく、事業の目的に対して、事業が進捗しているか分からない。認定件数もここ最近が1、2件であり、事業を見直す時期に入っているのではないかとというのが、全体的な意見だと思う。

小松原会長：今の事業のやり方だと、認定企業数も増えず、マンネリ化が進むと思う。今後の方向性の一つとして、アンケートなりモニタリング調

査を実施して、葛飾ブランドの認知度が上がっているか把握し、上がっていないのであれば、事業内容も変わってくるのではないかと。墨田区のように、食品など、区内の製造業者以外にも葛飾ブランドとして認定し、多様な業種のブランドを併設し、工業ブランドとしてではなく、事業を実施してはどうかというのが委員の皆様の見解だと思う。

E 委員 : 多くの中小企業を抱えている区が、中小企業を守る事業を実施しなければいけないにも関わらず、このような実施内容では良くないと思うので、厳しい評価をする必要がある。

小松原会長 : 事業を一旦休止し、総括したうえで、事業を再構築する必要もあると思う。

B 委員 : この事業は、区内の町工場数が減少しており、何か町工場を助ける方策がないかということで、立ち上げた事業だと思う。当初は、盛り上がったと思うが、現在は一桁の認定数しかないということは、応募も少なく、葛飾ブランドが認知されていないのではないかとと思う。

E 委員 : 一番の問題は、なぜ認定件数や応募数が少なくなったのか、分析していないことである。

B 委員 : 事業を立ち上げた当初の原点に戻って、応募数が少ない理由は何か、多くの企業が応募したいと思えるような事業にしないといけない。そのためには、葛飾ブランドに認定されたメリットをもっと考えないといけない。コストをかけても良いので、より充実した事業内容にするべきである。展示会にコストをかけているが、展示会はあまり意味がないと思う。

D 委員 : この事業をこのまま続けても大きな変化はないように思う。他の事業と組み合わせた新しい活動を考えないといけないと思う。葛飾区は多くの町工場があるが、ブランド認定数が一割にも満たない。葛飾ブランドを企業に周知できていない部分があれば、周知をより一層行うことで、応募数も増え、認定数が増える。そうすれば、一番の事業目的である区内産業の活性化につながると思う。

B 委員 : 町工場を活性化させるという目的で、事業が立ち上がったと思うが観光地も含めて、葛飾ブランドとした方が、事業が活性化するのではないかと。展示会の出展にコストを多くかけているが、従業員数が2、3人の企業もあるので、30万円や50万円の助成をもらっても、相当の負担になると思う。助成は別事業でやり、認定した際の支援をもっと行うべきだと思う。また事業の方向性を変えて、少

なくとも区内企業の3割程度が認定されるような事業にしたほうが、事業を実施する意味もあると思う。

A 委員 : 評価結果のなかに、今後の方向性のなかに他自治体を参考にして、ある時期に事業の総括を実施すべきということ、葛飾ブランドの将来展望を一つ入れると良いと思う。また今後の方向性の中で、「区民認知度の向上」という項目があるが、「動画による周知」の項目と合わせても良いのではないか。他にも、「成果の把握」と「アンケート・聞き取り調査」は調査の充実を図るべきだという形で統一しても良いのでは。「葛飾ブランドのロゴマーク」と、「葛飾ブランドへの応募」は、「葛飾ブランドへの要望」として統一しても良いのではないか。「葛飾町工場物語集」、「認定企業同士の交流」、「展示会への出展経費助成」はこのままで良いと思う。「販売促進」の項目はなくても良いのではないか。

小松原会長 : 「ロゴマーク」は、今後対象企業を広げるのであれば、変えていく必要がある

E 委員 : 質を高く保つために、認定数は少ないままなのか、応募数を増やして認定数を増やすのか、結論が出ていない。

小松原会長 : 工業製品のみを認定する事業内容のままでは、認定数は増えない。認定数を増やしたいのであれば、工業製品以外の物も、認定しないといけない。

A 委員 : 葛飾区は事業者向けの工場が多いと思う。葛飾ブランドの認知度を上げるためには、消費者向けの商品開発が重要になるが、そちらに重きを置けるかどうかだと思う。

E 委員 : 消費者向けの企業数も知りたい。漠然と2000社と言われても、分からない。

小松原会長 : 事業者向けに販売を行っている会社であっても、販売方法やPR方法はあると思う。

C 委員 : 事業者向けの製品と、消費者向けの製品を取り扱っている企業が混在しており、整理が必要だと思う。立ち上げ当初は町工場を発展させることを目的として事業が開始されたと思うが、区民や消費者側からは葛飾区の製品は質が良いと思ってもらうためにどうするかも含めて、整理が必要だと思う。墨田区では、スカイツリーに常時展示するスペースがあり、職人もそこで木を削ったりしている。葛飾区は金属製品が多いので難しいかもしれないが、観光客が多く来る場所に葛飾ブランドのコーナーを置くといった戦略も考えられる。

- F 委員 : テクノプラザでも認定製品を展示はしているが、説明もなくガラスケースの中に飾ってあるだけである。
- A 委員 : 「葛飾町工場物語集」の中身を変えれば、子どもの教材になるか。
- E 委員 : 今は、漫画は大人が読む物なので、子どもは見ないと思う。
- A 委員 : 将来の葛飾ブランドの担い手育成のために、小学校や中学校で、カリキュラムとして取り入れることはできるのか。
- F 委員 : 小、中学生は一人一台 iPad を持っているので、「葛飾町工場物語集」を動画にすれば、カリキュラムに取り入れることはできると思う。
- A 委員 : 月に1、2回程度小学生に工場見学を実施している企業もある。
- 小松原会長 : 教育に活用するということであれば、製作過程を動画見せるということになると思う。皆さんの意見をまとめると、現状では先細りなので、葛飾ブランドを今の枠にこだわらずに広く発信できるものとするならば、食品など、工業製品にこだわらずに、葛飾ブランドとして発信できる物を取り込んで、再構築することが根本になると思う。当然そのなかで、事業のスリム化も行っていかなければいけないので、出展企業の助成は、別の助成事業に統合する必要がある。
- A 委員 : 私は見本市出展企業に助成を統合してほしいとは言っていない。分かりやすくしてほしいだけである。助成金は必要だと思うが、区分けが分からない。それよりも認定された際のメリットを考えないといけないと思う。
- F 委員 : 飲食部門、観光部門など多様な部門を設定して、事業を実施すれば、葛飾ブランドがより一層広まるのではないか。
- E 委員 : 墨田区は専門的なことを煮詰めて実施している。区も葛飾ブランドに本気になって取り組まないと、他区と差がついてしまう。
- 小松原会長 : 地域ブランド戦略は、工業製品の他にも葛飾区に来てもらうためのブランドも必要だと思う。
- G 委員 : 工業製品以外にも目を向けるといった事業展開は良いと思う。
- 小松原会長 : フードフェスタに出展している飲食店や葛飾元気野菜などを掘り起こすことになると思う。
- C 委員 : 葛飾ブランドを整理する時期になっているのではないかという提案にして、葛飾ブランドの町工場部門、飲食店部門といった整理統合が必要であるといった方向性で良いのではないか。他にも、認定企業同士の交流するきっかけを区が作るといった部分は、方向性として入れてほしいと思った。
- F 委員 : テクノプラザで全ての認定製品を並べて展示しても良いのではな

いかと思う。

- A 委員 : 海外への販売はないのか。町工場の多い区を束ねて海外へ出展するなど、販売促進をより充実するべきだと思う。
- 小松原会長 : 区も墨田区のようにオンラインサイトを作れば、海外への販売もできると思う。販売促進にコストをかける、認定企業同士の横のつながりを作るきっかけを区が支援する、企業同士が連携してオリジナル製品を作るきっかけを作り、作った物に対して積極的に取り上げて、周知する方法を考える
- E 委員 : 事業を白紙に戻すことも答申に加えてほしい。
- 小松原会長 : 今まで実施してきたことを総括するために、一旦立ち止まって、良い事業に改善することは必要だと思う。
- F 委員 : 事業を見直すために、一旦事業を休止した後、新しい事業を立ち上げた場合、区としては予算を立てづらいのか。
- 事務局 : そのようなことはない。事業を改善するために、一旦事業を休止することも有り得る。
- C 委員 : 事業の方向性としては良いと思う。ごく一部の企業のためだけにコストをかける事業になっているという現状を書いたうえで、今出てきた方向性の意見を入れれば、先が見えなくなっていることがわかるのではないか。
- D 委員 : 販路の拡大で海外を視野に入れることはとても良いことだと思う。

3 その他

事務局より事務連絡

4 閉会