

平成26年度事務事業評価シート

◎基本情報

事務事業名	地場産品振興事業		担当部署	経済建設部商工政策課	
総合計画体系			根拠法令計画など	伝統的工芸品産業の振興に関する法律及び同法律施行規則	
基本政策(大項目)	1	うきうき活力と魅力あふれるまちづくり	事業期間	開始	平成 17年度
政策(中項目)	1	豊かで活力あふれるまち なんと			終期
(小項目)		産業			
施策	1	産業の振興と経営基盤の充実強化			
基本事業	1	地場産業の育成・振興			

◎事業概要(PLAN)

事業対象	誰(何)を対象にしているか	<input type="checkbox"/> 個人 <input type="checkbox"/> 世帯 <input checked="" type="checkbox"/> 団体 <input checked="" type="checkbox"/> その他 <input type="checkbox"/> 内部管理 国の伝統的工芸品に指定された大谷焼。 その他本市が誇る製塩業・製菓業・足袋製造業・アパレル業・粘土瓦製造業・酒醸造業、加工品製造業(わかめ加工)等の地場産品																					
事業目標	対象をどのような状態にしたい(目指す)のか	大谷焼をはじめとする本市の地場産品の販路を拡大し、各事業所の知名度や売り上げの向上、それに伴う雇用の創出を図る。																					
成果目標	事業目標の達成度合	<table border="1"> <thead> <tr> <th>指標名</th> <th>24年度</th> <th>25年度</th> <th>26年度</th> <th>27年度</th> <th>28年度</th> <th>単位</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>・地場産品PRイベントへの出展回数(2件)</td> <td>10</td> <td>30</td> <td>20</td> <td>20</td> <td>20</td> <td>件</td> </tr> <tr> <td>・大谷焼購入費助成制度利用件数(20・10件)</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	指標名	24年度	25年度	26年度	27年度	28年度	単位	・地場産品PRイベントへの出展回数(2件)	10	30	20	20	20	件	・大谷焼購入費助成制度利用件数(20・10件)						
		指標名	24年度	25年度	26年度	27年度	28年度	単位															
・地場産品PRイベントへの出展回数(2件)	10	30	20	20	20	件																	
・大谷焼購入費助成制度利用件数(20・10件)																							

◎実施結果(DO)

事業実施内容	25年度は目標を達成するため、手段としてどのような活動を行っているのか	GWの「大谷焼の里スプリングフェスタ」、11月の「窯まつり」や県外での出店を支援した。また、大谷焼のより一層の普及を目的とし、市内外の飲食店や宿泊店が自身の事業所でお客に提供する料理に使用する器などに大谷焼を利用する場合、その購入費の一部を助成する制度を導入した。大谷焼の他の地場産品についても、県人会などに展出し、PRを図った。																																																													
事業実施手法	<input type="checkbox"/> 市実施 <input checked="" type="checkbox"/> 一部委託 <input type="checkbox"/> 委託 <input checked="" type="checkbox"/> 補助金 <input type="checkbox"/> その他																																																														
<table border="1"> <thead> <tr> <th>指標名</th> <th>24年度実績</th> <th>25年度実績</th> <th>26年度目標</th> <th>27年度目標</th> <th>28年度目標</th> <th>単位</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>活動指標</td> <td colspan="6"></td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>地場産品PRイベントの出展回数</td> <td>29</td> <td>8</td> <td>10</td> <td>10</td> <td>10</td> <td>件</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>大谷焼購入費助成制度利用件数</td> <td></td> <td>15</td> <td>10</td> <td>10</td> <td>10</td> <td>件</td> </tr> <tr> <td>成果指標</td> <td colspan="6"></td> </tr> <tr> <td></td> <td>・地場産品PRイベントへの出展回数(2件)</td> <td>16</td> <td>23</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>件</td> </tr> <tr> <td></td> <td>・大谷焼購入費助成制度利用件数(20・10件)</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>目標達成率(実績/目標)</td> <td></td> <td>76.7</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>%</td> </tr> </tbody> </table>			指標名	24年度実績	25年度実績	26年度目標	27年度目標	28年度目標	単位	活動指標							1	地場産品PRイベントの出展回数	29	8	10	10	10	件	2	大谷焼購入費助成制度利用件数		15	10	10	10	件	成果指標								・地場産品PRイベントへの出展回数(2件)	16	23	-	-	-	件		・大谷焼購入費助成制度利用件数(20・10件)								目標達成率(実績/目標)		76.7	-	-	-	%
指標名	24年度実績	25年度実績	26年度目標	27年度目標	28年度目標	単位																																																									
活動指標																																																															
1	地場産品PRイベントの出展回数	29	8	10	10	10	件																																																								
2	大谷焼購入費助成制度利用件数		15	10	10	10	件																																																								
成果指標																																																															
	・地場産品PRイベントへの出展回数(2件)	16	23	-	-	-	件																																																								
	・大谷焼購入費助成制度利用件数(20・10件)																																																														
	目標達成率(実績/目標)		76.7	-	-	-	%																																																								

コスト分析		24年度実績	25年度実績	26年度	27年度	28年度	単位
事業費	(財源内訳の合計)	1,449	2,645	2,861	2,861	2,861	千円
財源内訳	国	0	0	0	0	0	
	県	0	0	0	0	0	
	地方債	0	0	0	0	0	
	その他	0	0	0	0	0	
	一般財源	1,449	2,645	2,861	2,861	2,861	
事業にかかる人件費	(人件費内訳の合計)	2,607	2,607	2,607	2,607	2,607	人
人件費内訳	正規職員(6,517千円/人)	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	
	臨時職員等(2,012千円/人)						
総事業費	(事業費と事業にかかる人件費の合計)	4,056	5,252	5,468	5,468	5,468	千円

【事務事業名：地場産品振興事業】

◎平成26年の実施状況(DO)

現在の実施状況	・GWの「大谷焼の里スプリングフェスタ」(GW)、11月の「窯まつり」の実施により、大谷焼のPRを行う。 また、大谷焼のさらなる普及拡大を図るため、市内外の飲食店が大谷焼を購入する際の費用について助成を行う「大谷焼普及拡大支援事業」を継続する。 ・塩蔵・糸わかめなど本市が誇る伝統的産業の製品についても、県人会などを通じPRを行う。
----------------	--

◎項目別評価(CHECK)

事務事業の評価	1.必要性の評価			理由等所見欄
	6	<input checked="" type="checkbox"/>	① 廃止した場合に支障が出る。	地域経済の活性化の一つとして地場産品の販路開拓は必要不可欠である。
		<input checked="" type="checkbox"/>	② 施策 産業の振興と経営基盤の充実強化 の達成につながる事業である。	
		<input checked="" type="checkbox"/>	③ 税金で実施するにふさわしい事業で、市民への説明責任も果たせる。	
		<input type="checkbox"/>	④ 市民の基本的な生活の維持・確保に必要不可欠な事業である。	
		<input type="checkbox"/>	⑤ 行政内部の管理上必要不可欠な事業である。	
	/10	<input type="checkbox"/>	⑤ 法令により実施することが義務づけられている事業である。	
	2.有効性の評価			理由等所見欄
	6	<input checked="" type="checkbox"/>	① 市民生活上の課題解決に貢献している。	事業は有効だが、事業内容や手法について見直しの余地はある。
		<input checked="" type="checkbox"/>	② 行政内部の管理上の課題解決に貢献している。	
<input checked="" type="checkbox"/>		③ 事業目標が達成できるような事業内容になっている。		
<input checked="" type="checkbox"/>		④ 事業対象は適切である。		
<input type="checkbox"/>		⑤ 成果目標が達成され、市民に具体的に説明できるような効果があがっている。		
/10	<input type="checkbox"/>	⑤ 現在の事業費で、事業の見直しによる成果向上の余地はない。		
3.効率性の評価			理由等所見欄	
8	<input checked="" type="checkbox"/>	① 事業実施手法は適切である。	手法の見直しの余地はある。	
	<input checked="" type="checkbox"/>	② 事業費を削減する余地はない。		
	<input checked="" type="checkbox"/>	③ 作業手順の改善などによる人件費削減の余地はない。		
	<input checked="" type="checkbox"/>	④ 受益者負担や補助金の割合に問題はない。		
	<input type="checkbox"/>	⑤ 効率性向上の余地はない。		
/10	<input type="checkbox"/>			

◎今後の方向性(ACTION)

課題	物販展でのPRは、一時の効果は見られるが、これをきっかけに新たな取引関係が生じない限り継続的な売上の増加は見込めない。物販展でのPRのみならず、見本市などへの出展など関係者と共に新しい方法も検討する。 また、商品に関しても地場産品と呼ばれるものだけでなく、地場企業が製造している魅力的な商品を新たに掘り起こし、PRしていくことが必要。 ・鳴門わかめ偽装問題については、既存の枠組みにとらわれない、生産者、加工業者が一体となった偽装が発生しない仕組みづくりに県など関連機関と共に取り組んでいくことが必要。
-----------	---

今後の方向性	1.廃止	2.要改善	3.現状維持	4.拡充	2
---------------	------	-------	--------	------	----------

↓「廃止」・「要改善」・「拡充」の場合は以下の欄に記入してください。

今後の改革案	実施予定時期	未定 ▼ ▼
	どのように改革するのか	大谷焼や塩、足袋など伝統地場産品と言われる商品以外にも、本市でしか製造されていない製品・商品の掘り起こしを行い、物販店やホームページ、パンフレットなど様々な機会を通じてPRを行う。また、事業所の新商品開発や販路開拓への支援策を導入する。 ※エコノミックガーデニングの一環として実施している企業ニーズ調査などを通じて事業所の掘り起こしや新たな企業支援策の手法について検討を図る。