

平成24年度事務事業評価シート

◎基本情報

事務事業名	伝統的工芸品産業振興事業		担当部署	経済建設部 経済局 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)	4	活力とにぎわいあふれる鳴門づくり	事業期間	開始	平成 17年度
政策(中項目)	1	活力都市なると			終期
(小項目)		産業(①商工業・金融)			
施策	8	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)等の伝統的産業の製品																					
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製品の販路を拡大し、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>22年度</th> <th>23年度</th> <th>24年度</th> <th>25年度</th> <th>26年度</th> <th>単位</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>・新規のPRイベントの開催回数(大谷焼)</td> <td>10</td> <td>10</td> <td>10</td> <td>10</td> <td>10</td> <td>件</td> </tr> <tr> <td>・新規物産展への参加回数(伝統的産業の製品)</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	指標名	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度	単位	・新規のPRイベントの開催回数(大谷焼)	10	10	10	10	10	件	・新規物産展への参加回数(伝統的産業の製品)						
指標名	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度	単位																	
・新規のPRイベントの開催回数(大谷焼)	10	10	10	10	10	件																	
・新規物産展への参加回数(伝統的産業の製品)																							

◎実施結果(DO)

事業実施内容	23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」の実施により、大谷焼のPRが行われた。また、地域雇用創造協議会実現事業を活用し、大谷焼のPRパンフの作成や大谷焼の新商品開発のための勉強会、先進地視察を行った。(※若手3名による新商品が開発された。)さらに、県人会や各種物販展などで地場製品のPRを行った。																																																								
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>22年度実績</th> <th>23年度実績</th> <th>24年度目標</th> <th>25年度目標</th> <th>26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>大谷焼PRイベントの開催回数</td> <td>3</td> <td>3</td> <td>3</td> <td>3</td> <td>件</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>物販展への参加回数</td> <td>28</td> <td>30</td> <td>30</td> <td>30</td> <td>件</td> </tr> <tr> <td>成果指標</td> <td colspan="6"></td> </tr> <tr> <td></td> <td>・新規のPRイベントの開催回数(大谷焼)</td> <td>8</td> <td>10</td> <td>—</td> <td>—</td> <td>件</td> </tr> <tr> <td></td> <td>・新規物産展への参加回数(伝統的産業の製品)</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>100.0</td> <td>—</td> <td>—</td> <td>%</td> </tr> </tbody> </table>			指標名	22年度実績	23年度実績	24年度目標	25年度目標	26年度目標	単位	活動指標							1	大谷焼PRイベントの開催回数	3	3	3	3	件	2	物販展への参加回数	28	30	30	30	件	成果指標								・新規のPRイベントの開催回数(大谷焼)	8	10	—	—	件		・新規物産展への参加回数(伝統的産業の製品)							目標達成率(実績/目標)		100.0	—	—	%
指標名	22年度実績	23年度実績	24年度目標	25年度目標	26年度目標	単位																																																				
活動指標																																																										
1	大谷焼PRイベントの開催回数	3	3	3	3	件																																																				
2	物販展への参加回数	28	30	30	30	件																																																				
成果指標																																																										
	・新規のPRイベントの開催回数(大谷焼)	8	10	—	—	件																																																				
	・新規物産展への参加回数(伝統的産業の製品)																																																									
	目標達成率(実績/目標)		100.0	—	—	%																																																				

コスト分析		22年度実績	23年度実績	24年度	25年度	26年度	単位	
事業費	(財源内訳の合計)	1,366	1,270	1,357	1,357	1,357	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	1,366	1,270	1,357	1,357		1,357
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)	3,973	3,877	3,964	3,964	3,964	千円	

【事務事業名：伝統的工芸品産業振興事業】

◎平成24年の実施状況(DO)

<b>現在の実施状況</b>	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、地域雇用創造協議会実現事業を活用し、大谷焼の新商品のPRを行う。さらに、足袋・塩・糸わかめなど本市が誇る伝統的産業の製品についても、市が関連する各種キャンペーンに積極的に参加しPRを行う。
----------------	--

◎項目別評価(CHECK)

<b>事務事業の評価</b>	<b>1.必要性の評価</b>			<b>理由等所見欄</b>
	<b>6</b>	<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製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。	
	<b>2.有効性の評価</b>			<b>理由等所見欄</b>
	<b>6</b>	<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、事業内容や事業対象の見直しの余地はある。
		<input checked="" type="checkbox"/>	② 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"/>		③ 事業対象は適切である。		
<input type="checkbox"/>		④ 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。		
<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。		
/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。		
<b>3.効率性の評価</b>			<b>理由等所見欄</b>	
<b>8</b>	<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"/>	⑤ 効率性向上の余地はない。		

◎今後の方向性(ACTION)

<b>課題等</b>	物販展でのPRは、一時的に事業所の収益を増加させるが、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、デパート・商社への売り込みなど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。
------------	--

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

↓「廃止」・「要改善」・「拡充」の場合は以下の欄に記入してください。

<b>今後の改革案</b>	<b>実施予定時期</b>	平成25年度 ▼	9月 ▼	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。 ※24年度から実施しているエコノミックガーデニングにおい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。
	<b>どのように改革するのか</b>			