

平成 28 年度事務事業評価表(一般事業・継続)

No. 413

事務事業名	特産品販路開拓事業
-------	-----------

作成日	平成 28 年 9 月 30 日		
部局名	商工観光部		
課名	観光振興課		
課長名	杉野 幸夫	内線	471
担当者名	田中 勝美	内線	242

基本目標		活力に満ちた産業のまち
政策	040202	活力ある商工業の振興
施策		商工業経営基盤の強化と創業支援
関連施策		

会計	一般会計		
款	2	総務費	
項	1	総務管理費	
目	19	地域活性化・地域住民生活等緊急支援費	
事業コード	030308	特産品販路開拓事業	

事業類型	4	ソフト事業(任意)
個別計画		
重点事業		

【PLAN(計画)】

対象(者) 誰(何)に対して事業を行うか	大都市の物産展来場者及び地場産品に興味のある方々		
意図 対象をどのような状態にしたいか	本市特産品の知名度を市外・県外に高め、消費拡大を図る。		
事業概要 意図を達成するために実施することは何か	本市特産品の知名度及びブランド力向上を図ることが出来るよう、大都市圏の百貨店・大型複合商業施設及び催事場等で大村市物産展を開催する。		
事業期間	平成 27 年度 ~ 平成 28 年度	実施方法	直営
根拠法令、要綱等			
国・県補助事業に係る本市単独施策	無		

【DO(実施)】

指標名(上段:名称/下段:算定式等)		単位	25年度	26年度	27年度	28年度	備考
活動指標	① 大都市圏での大村市物産展開催	計画値			1	0	
		実績値			1		
	達成度	%			100.0%		
	②	計画値					
		実績値					
		達成度	%				
成果指標	① 来場者数	計画値			30,000	0	
		実績値			2,000	0	
	達成度	%			6.7%		
	②	計画値					
		実績値					
		達成度	%				

年度	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	全体計画
① 事業費(千円)	0	0	5,187	0	0	0	0	0
国庫支出金								
県支出金								
地方債								
その他								
一般財源			5,187	0	0	0	0	
② 人件費(千円)	0	0	0	0	事業内容	事業内容	事業内容	備考
職員人数(人)					首都圏での大村市物産展の開催	首都圏での大村市物産展の開催	首都圏での大村市物産展の開催	
時間外勤務(時間)								
嘱託等人数(人)								
フルコスト(①+②千円)	0	0	5,187	0				

※財源内訳中の「その他」には、保険料・寄付金・基金・利用料等の収入を記入しています。

【CHECK(評価)】

事業の進捗状況 昨年度の評価から、どのような取組をしましたか(昨年度の【ACTION】の改善・改革の進捗等)	27年度は、特産品の販路開拓により大村市の地域経済活性化を図るため、東京スカイツリータウン イベントスペースにおいて、特産品のPR・物産展・アンケート調査を実施した。
事業が抱える問題・課題等	観光客がPR・アンケート調査は十分できたが、物産の購入・売上には、なかなか結びつかなかった。今後、場所の選定について、十分協議が必要である。

妥当性	【必要性】	高い	やや高い	やや低い	低い	該当なし	
	本市特産品の知名度が低く、知名度及びブランド力向上を図るため、大都市圏の百貨店・大型複合商業施設及び催事場等で大村市物産展を開催することは必要である。						
有効性	【市の関与】	高い	やや高い	やや低い	低い	該当なし	
	本市特産品の知名度向上の取り組みであり、市が積極的に取り組むことは妥当である。						
効率性	【事業成果】	高い	やや高い	やや低い	低い	該当なし	
	特産品の販路開拓により大村市の地域経済活性化を図っていく。						
効率性	【施策貢献度】	高い	やや高い	やや低い	低い	該当なし	
	本市特産品の知名度及びブランド力向上を図ることは、地域経済活性化につながる。						
効率性	【コスト】	削減の余地なし		削減の余地あり		該当なし	
	一過性のイベントに止まらない継続的な取組が必要であり、一大消費地である大都市において特産品販路開拓事業を実施することは重要である。						
効率性	【負担割合】	見直しの余地なし		見直しの余地あり		該当なし	

※事業類型が1～3に該当する事業については妥当性及び有効性の評価は記入していません。

【ACTION(改善・改革)】

今後の方向性	拡充
--------	----

内容 今後の方向性のもとで、どのような取組をするか(課題や問題点等に対する取組など)	東京アンテナショップ催事場で、特産品のPRを行う。一過性のイベントに止まらない取組を行う。
効果 事業の改善・改革によって期待される効果は何か	本市特産品の知名度及びブランド力向上を図ることは、地域経済活性化につながるため、有効である。

1次評価	今後の方向性	担当者意見のとおり		2次評価	対象	今後の方向性	現状維持
	終期設定				終期設定		
	意見等				内容	開催場所や実施内容など、より効果的なPR内容を考える必要があり、提案内容については不採用とする。	

※1次評価は事業担当課長等、2次評価は2次評価委員会によって行われます。