

事務事業評価 平成 27 年度

		担当課	しまばらブランド営業課					
基本事項	事務事業名	特産品流通促進事業				整理番号	1302	
	根拠法令等					実施を義務付ける規定	<input type="radio"/> あり <input checked="" type="radio"/> なし	
	関連する市勢振興計画の基本計画	章 第6章 地域の個性と魅力を磨いて交流を促進する	予算科目	7 款 1 項 4 目	<input checked="" type="radio"/> 継続 <input type="radio"/> 新規			
		節 第1節 地域ブランドの確立	事業区分	市民サービス事業				
事業の目的・実施状況等	事業の背景 (課題、市民の要望等)	本市特産品を都市圏の百貨店等において販売促進活動を商品のPRを含め実施しているが、催事場店舗において一部の商品しか常備流通ができていない状況にあり、多くの商品が店頭販売できるよう事業者からも強い要望がある。				計画期間	始期 平成 25 年度から 終期 平成 年度まで	
	事業の対象 (誰に・何に対して) 目的 (どのような状態にしたいのか)	本市特産品が都市圏における百貨店やスーパー並びに飲食店において、バイヤー交流商談会やセミナー開催を通して、常備商品として定着化が図れるよう実施する。						
	目的達成のための 具体的手段・方法	都市圏の有名レストランと提携し島原産品を使用したフェアを開催し、島原特産品のPR・流通促進を図ると共に、有名レストランのシェフを招へいし、島原産品を紹介し流通促進に繋げる。 また、バイヤーを島原市に招へいする商談会・セミナーの開催や、新たに都市圏において本市の加工事業者や生産者等による流通関係者との商談会を実施する。						
	成果指標 (目的達成度を図るものさし)	名 称 等 ( 内 容 )		単 位	25 年度	26 年度	27 年度	
		①流通関係者との商談成立数	目標	品	5	10	15	
			実績	品	5	27		
達成率	%		100.0	270.0	0.0			
②常備商品として流通商材数	目標	品	30	40	30			
	実績	品	19	38				
	達成率	%	63.3	95.0	0.0			
活動指標 (目的達成のために 行った活動実績)	①流通関係者との商談会の開催並びに参加回数		目標	回	3	5	5	
			実績	回	3	10		
	②バイヤー等招へいセミナー開催		目標	回	3	3	3	
			実績	回	3	2		
事業費等の 推移	年度		23 年度	24 年度	25 年度	26 年度	27 年度	28 年度
	区分		実績値	実績値	実績値	実績値	予 算	計 画
	① 直接事業費(千円)				6,867	1,191	2,609	2,500
	財源内訳	国 県 支 出 金						
		地 方 債						
		そ の 他						
		一 般 財 源	0	0	6,867	1,191	2,609	2,500
	② 従事職員給与費 b1×b2		0	0	5,482	6,951	7,066	0
従事職員数(人) b1		0.00	0.00	0.76	0.95	0.95	0.00	
職員平均人件費 b2		7,236	7,277	7,213	7,317	7,438		
事業費合計 ① + ②		0	0	12,349	8,142	9,675	2,500	

【1次評価】

事務事業の評価項目と評価の視点		評価内容（判断理由、課題等）	
必要性	①社会環境の変化や市民ニーズに照らして、事業の必要性が薄れていないか	A=薄れていない B=一部薄れている C=薄れている 地域間競争の激化、顧客ニーズの多様化を背景に、市の関与の必要性はむしろ強まる。	判定 A
	②事業を民間(NPO、市民、ボランティア等)に実施させることはできないか	A=市以外での実施は困難 B=一部民間での実施可能 C=民間での実施可能 物産・観光関係経済団体に任せることも可能である。ただし現時点では、適切な団体が見当たらない。	B
	③対象者は事業目的に見合っているか。また、事業を取り巻く時代変化や制度改正など、環境の変化に適応しているか	A=概ね適切 B=改善の余地あり C=見直しが必要 対象等は適切である。	A
有効性	④成果指標の達成に十分寄与する手法がとられており、結果として目的が達成されているか (成果指標と連動させること A=達成 B=概ね達成 C=未達成)	A=達成している B=一部達成している C=あまり達成していない 大手百貨店のバイヤー交流セミナー等の開催により、商品の販路拡大に繋がっている。	A
	⑤事業効果をさらにあげる余地はないか	A=効果向上の余地はない B=一部検討の余地がある C=検討の余地がある 商談会、セミナーの新規参加者を増やすことで、より多くの島原産品について販路拡大に繋がる可能性がある。	B
効率性	⑥事業実施により、費用や業務量に見合った活動結果が得られているか (活動指標と連動させる A=達成 B=一部未達成 C=未達成)	A=得られている B=一部得られている C=見直しが必要 都市圏での販路拡大に重点を置き実施しており、効果は得られている	A
	⑦必要な活動結果がより少ない費用や業務量で得られる手法に代えられないか	A=現行以上の手法はない B=一部検討の余地がある C=検討の余地がある 高品質な島原産品の認知度を高めるとともに、販路を拡大に繋げるため、大手百貨店、大手流通、有名レストランとの商談、取引に重点的に取り組んでいる。	A
	⑧組織間の連携や役割分担に改善の余地はないか	A=改善の余地はない B=一部改善の余地がある C=改善の余地がある 事業所、関係団体との連携を図っている。	A
公平性	⑨事業の対象者全員に偏りなくサービスが提供されているか 全体コストから見て受益者の負担割合は適切か 使用料等の見直しの余地はないか	A=概ね適切 B=検討・改善の余地あり C=見直しが必要 商品のみならず、しまばらの知名度向上にも繋がっている。	A
	⑩市民参加、市民協働が配慮されているか、市民参加を拡大する余地や、新たに取り組む余地がないか	A=概ね適切・現状維持 B=検討・改善の余地あり C=見直しが必要	A
判定評点平均（3点満点） A=3、B=2、C=1、「-」=0として換算			2.80

◎ 総合自己評価（所管部署）

評価結果	<input checked="" type="radio"/> A 継続実施(特段の見直しは行わない) <input type="radio"/> B 改善・見直しを行う <input type="radio"/> B1 事業規模の拡充 <input type="radio"/> B2 事業規模の縮小 <input type="radio"/> B3 事業内容の改善・見直し <input type="radio"/> B4 その他の見直し <input type="radio"/> C 休止(隔年実施などへの変更) <input type="radio"/> D 廃止(終期の設定等を含む)	判断理由	大手百貨店において、商品の常備化が図られており、さらに常備品の増加が図られるよう事業内容を強化し推進している。
	今後の課題及び改善策、見直しの状況 (実施上の課題等)		
・総合評価で、「見直し・改善」を行うとした場合、見直しを行う上での今後の課題や事務事業の改善・見直しを行うことにより予想される効果も併せて記載ください。 ・本年度の事業を実施するにあたり、事業内容等の見直し(改革・改善、終期の設定など)を行っている場合は、その内容についても記載ください。			

【2次評価】

総合判定	B4見直しのうえで実施 ⇒ その他の見直し
備考	商談成立件数の増加や大手百貨店における商品の常備化が図られるなど一定の事業効果は認められる。事業効果を把握する上でも今後は、常備商品の継続性について定期的に検証する必要があると思われる。

【3次評価】

総合判定	
備考	

評価結果を踏まえた次年度予算への反映状況		
① <input type="checkbox"/> 事業費縮減(事業の見直し)	③ <input checked="" type="checkbox"/> 成果向上に向けた事業費増加	↓ 予算措置額の増減
② <input type="checkbox"/> 民間委託等によるコストの縮減	④ <input type="checkbox"/> 事務の効率化による現状維持(事業内容の拡充)	3,626 (千円)