

事務事業評価

平成 31 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PR催事事業				整理番号	1305	
	根拠法令等					実施を義務付ける規定	○あり ◎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	◎継続 ○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)	従前、市内事業者の商品販路は、近隣に対する比率が高かったが、人口減少に伴う島原市内の販売機会の減少等の要因から、島原産品の市外に向けた販路開拓の必要性が高まっている。				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)	大消費地への販路の開拓を進め、特に九州最大の市場である福岡を中心とした都市部の市場を主なターゲットとして、本市産品が認知され、販路が確立された状態を目的とする。						
	目的達成のための 具体的手段・方法	①都市部の市場で通用する商品を選定し、育成する。 ・特産品認定制度(島原スペシャルクオリティ:SQ)による高品質な商品の認定。 ・消費者ニーズに応じた、SQ認定商品の改良。 ②販路確立に向けた取り組み ・SQ商品を中心とした、大手百貨店や高級レストランでの島原フェア開催。 ・フェアや商談会出展を通じた大手流通とのパイプ構築。						
	成果指標 (目的達成度を図るものさし)	名 称 等 (内 容)		単位	29 年度	30 年度	31 年度	
		①特産品認定制度の認定商品数(累計)	目標	点	80	90	100	
			実績	点	111	112		
			達成率	%	138.8	124.4	0.0	
②成約した商材数(累計)		目標	点	140	170	180		
		実績	点	156	171			
	達成率	%	111.4	100.6	0.0			
活動指標 (目的達成のために 行った活動実績)	①SQ認定審査会の開催回数	目標	回	2	2	2		
		実績	回	2	2			
	②フェア、商談会等の開催回数	目標	回	10	10	10		
		実績	回	26	25			
事業費等の推移	年度		27 年度	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度	32 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)		7,129	8,582	9,570	7,415	6,279	6,279
	財源内訳	国 県 支 出 金						
		地 方 債						
		そ の 他		873	728			
		一 般 財 源	7,129	7,709	8,842	7,415	6,279	6,279
	②従事職員給与費 b1×b2		4,017	4,266	3,773	5,058	4,292	4,292
	従事職員数(人) b1		0.54	0.57	0.50	0.66	0.57	0.57
	職員平均人件費 b2		7,438	7,484	7,546	7,663	7,530	7,530
事業費合計 ① + ②		11,146	12,848	13,343	12,473	10,571	10,571	

【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 地域間競争の激化や消費者ニーズの多様化を背景に、本市特産品を都市部の市場で通用する商品として選定、育成し、販路確立に向けた取り組みをする必要性は高い。	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 認定制度の運営は市で行う必要があるが、PRやフェア開催等は、物産・観光関係経済団体に任せるとも可能である。ただし、現時点では、直ちに業務を引き継げる団体がない。	A
	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 市外への販路開拓を目指している中、事業者の意欲や商品の質を担保する観点から、認定制度による商品並びに事業者を選定したうえで事業を実施しており、対象者は適切と考えている。	A
	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 当該事業の実施による認定商品の認知度向上や販路拡大の成果により、認定制度自体の価値が向上することで、新規申請による認定数増加に繋がっている。	A
有効性	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 市場への理解や販売戦略の熟度等、事業者自身のレベルに応じた支援に加え、一旦認知された商品でも市場に定着するための継続的取り組み等、一部検討の余地がある。	B
	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 福岡を中心とする都市部にターゲットを絞って事業実施することで、費用や業務量に見合った結果が得られている。	A
効率性	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 現状最少の負担での活動と考えており、これ以上の費用削減は活動結果への影響が大きく、手法の変更は難しいと考えている。	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 現時点でも事業所、関係団体と連携の上事業を実施している。	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 受益者負担は設定していないが、出展に関しては、事業者が販売手数料、人件費等の負担をしたうえで参加しており、適切と考えている。	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
判定採点平均（3点満点） A=3、B=2、C=1、「-」=0として換算			2.90

◎ 総合自己評価（所管部署）	
評価結果	◎ A 継続実施（特段の見直しは行わない） B 改善・見直しを行う ○ B1 事業規模の拡充 ○ B2 事業規模の縮小 ○ B3 事業内容の改善・見直し ○ B4 その他の見直し ○ C 休止（隔年実施などへの変更） ○ D 廃止（終期の設定等を含む）
判断理由	島原産品の市外における認知度向上、販路拡大に向けた取り組みとして、「島原市」が認証した優れた商品に関して、「島原市」が窓口となり販路確立に向けた取り組みを実施することで、大手百貨店や高級レストランでのフェアなど効果的な事業展開が可能となっており、当該事業は継続実施の必要性が高いと判断したため。
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してください。 ・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してください。	

【2次評価】

総合判定	A 継続実施（特段の見直しは行わない）
備考	事業の成果を上げるには行政と民間事業者が連携して事業展開を行うことが重要である。 引き続き、民間事業者や関係団体との連携を図りながら、更なる本市特産品の販路拡大に向けた取り組みを期待する。

【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 ☐ 事業費縮減（事業の見直し）	③ ☒ 成果向上に向けた事業費増加	↓ 予算措置額の増減
② ☐ 民間委託等によるコストの縮減	④ ☐ 事務の効率化による現状維持（事業内容の拡充）	1,165（千円）