

平成22年度事務事業実績及び前期4年間取組評価表

| | | | | | | | |
|-------|--------------------------|------|-------|-------|-------------|--------|--------|
| 事務事業名 | 地域産品ブランド化事業 | 会計 | 一般会計 | 事業No. | 510 | 施策順No. | 13-021 |
| | | 事業種別 | 政策・重点 | 予算科目 | 7-1-5-10-23 | | |
| 政策 | 1 多様な産業が発展できる経済力の強いまちづくり | | | 課等名 | 工業課 | | |
| 施策 | 13 地域内産業の多様な連携 | | | 事業期間 | 開始 | 17 | 終了 |

1 事業の目的

| | | | | | | | | |
|-------------------------------|--|---|--------|--------|--------|--------|--------|--|
| 事業の目的は「対象」を「意図」した状態にすることです | 対象 | 地場産業製造企業 農産物生産販売事業者 | | | | | | A十分達成した Bどちらかといえば達成した Cどちらかといえばできていない Dほとんど達成できていない |
| | 誰、何に | 具体的な数値で表すと(対象指標) | 19年度 | 20年度 | 21年度 | 22年度 | 23年度 | |
| 意図 | | 地場産業関連企業及び生産団体 | | 180 | 180 | 180 | 185 | |
| 対象をどう変えるか | | ブランド力の向上と企業間の協力体制を築くことで、付加価値の高い産品を生み出し、企業の安定的な成長をねらう。 | | | | | | |
| | | 事業の成果を具体的な数値で表すと(成果指標) | 19年度実績 | 20年度実績 | 21年度実績 | 22年度目標 | 22年度実績 | 23年度目標 |
| | | 付加価値を高めた案件 | 3 | 3 | 7 | 5 | 9 | 5 |
| | | | | | | | | 目標達成度 A |
| 22年度の目標達成度に対する振り返り【政策的事業のみ評価】 | 海外展開の取り組みにより、特に2アイテム(半生菓子、果物ジュース)の評価が高く、取引が拡大し、付加価値を高めることができた。 | | | | | | | |

2 手段(具体的な取り組み内容)

| | | | |
|--------------|--|---|---|
| 事業の制度(仕組み)説明 | 地域の資源を売り出しブランド化させることにより、付加価値を高め経済を活性化する。飯伊地域をエリアとする地場産センターへの委託事業とするが、農・工・観光・林などの連携事業として実施する。専門家からのアドバイスを受けながら、域産域消も含め地域産品をブランド化し、販売戦略を構築する。国内外にブランド力のある「市田柿」を前面に出しながら、東アジア地域を中心とする将来性のある市場へのPRを図る。 | | |
| | 事業内容 | 名称 | 活動量・単位 |
| 22年度事業内容 | 1 南信州ブランドの構築及び推進協議会への参加 (1)南信州PR用手提げ袋の製作 (2)南信州飯田写真集の製作 (3)桜のお菓子パンフレットの製作 (4)JR秘境ツアー土産品の開発支援 2 域産域消によるブランド化 (1)地元産小豆の生産と菓子商品化 (2)地元産品利用拡大の促進 3 南信州飯田海外チャレンジ事業(食産協「海外市場開拓研究会」の支援) (1)台湾市場販路の拡大(半生菓子、漬物、酒等) (2)東アジアエリア(シンガポール・香港)の市場調査を兼ねた展示会出展 4 農商工等連携の推進 5 伝統的地場産業の振興 | 1 (1)枚数 (2)冊数 (3)枚数 2 (1)小豆生産量 (2)PR回数 3 (1)出展回数 (2)参加企業延数 4 相談案件数 | 1 (1)3,000枚 (2)1,000冊 (3)8,000枚 2 (1)800kg(8店舗) (2)3回 3 (1)3回 (2)15社 4 30件以上 |
| 23年度実施計画 | 1 「南信州ブランド推進協議会」との連携による支援 (1)新名物料理、土産、弁当などの新たな商品開発と販売PR 2 域産域消によるブランド化 (2)米粉パンの生産と販売強化によるブランド化 3南信州飯田海外チャレンジ事業(食産協「海外市場開拓研究会」の支援) (1)海外に精通した人材(商社OB人材)の確保と起用 (2)東アジア(台湾・上海・香港・シンガポール等)エリアの市場調査を兼ねた展示会の出展と優良顧客の新規開拓 4 農商工等連携の推進 5 伝統的地場産業の振興 ※農業課の地域農産物等の海外輸出チャレンジ事業を統合 | 1 (1)枚数 (2)冊数 (3)枚数 2 (1)小豆生産量 (2)PR回数 3 (1)出展回数 (2)参加企業延数 4 相談案件数 | 1 (1)1,000枚 (2)1,000冊 (3)5,000枚 2 (1)500kg(8店舗) (2)1回 3 (1)1回 (2)10社 4 20件以上 |

3 事業コスト

| | | | | | |
|-----|-------------|-------------|---------|---------|---------|
| 事業費 | 特定財源内訳、補足事項 | (千円) | 22年度予算額 | 22年度決算額 | 23年度予算額 |
| | | 特定財源 | | | |
| | | 国庫支出金 | | | |
| | | 県支出金 | | | |
| | | 起債 | | | |
| | | その他 | | | |
| | | 一般財源 | 3,400 | 3,221 | 3,956 |
| | | 計 (A) | 3,400 | 3,221 | 3,956 |
| | | 正規職員所要時間 | | 1,000 | |
| | | 臨時職員等所要時間 | | | |
| | | 人件費計 (B) | | 3,576 | |
| | | トータルコスト A+B | | 6,797 | |

4 事業に対する市民や議会の意見

| |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ・リア中央新幹線や三遠南信自動車道の開通を踏まえ、首都圏や海外との交流を積極的に取り組まれた。(H20年度 産業経済委員会 決算認定提言書) ・新たな経済活動の創出のために、特定団体との連携だけでなく、新しい発想を持った団体等との連携も模索された。(H20年度産業経済委員会 決算認定提言書) ・地域農産物等の海外輸出チャレンジ事業について、現在の事業内容であれば縮小・廃止すべき事業である。大きなマーケットは危険。上海・香港にシフトする前に、農産物の新販売ルートを確認するための行政の関わり方を見直されたい。海外チャレンジに意欲的な農家を引き続き支援するためには、当該事業を新たな事業として組み直す必要がある |
|---|

5 行財政改革の取組内容【経常的事業のみ評価】

| | | | |
|--------------------|--------|------------------|----------------|
| 行財政改革の取組区分 | 【記載不要】 | 具体的な取組事項 | 【政策的事業のため記載不要】 |
| 21年度決算と比べての効果額(千円) | 【記載不要】 | 効果額説明(算出根拠)、特殊要因 | 【政策的事業のため記載不要】 |

6 前期4年間の取組評価(総括)

| 上位の施策への結びつき | 上位施策の目的 | 地域内産業の多様な連携により新たな経済活動を創出する | 施策の成果指標又はムトス指標 | 海外チャレンジ事業による地場産品の新規商談成立商品数(品) |
|--|----------|---|----------------|-------------------------------|
| この事務事業は施策の目的達成にどのように貢献しましたか | 4年間の振り返り | ・地場産業センターが中心となり、管内企業、市町村との連携が可能となり、併せて農・商・工・観などの連携事業として取り組むことができ、新たな産業創出に繋がった。 | | 海外チャレンジ事業の輸出数量(t) |
| | 後期に向けた課題 | ・農商工連携、6次産業化、市町村連携等の更なる推進。 | | |
| この事務事業の成果を向上させるためにどのような工夫をされましたか | 4年間の振り返り | ・台湾チャレンジ事業は、市田柿に始まり加工食品の販路開拓へ繋げ、留学生の受け入れなど総合的な取り組みを展開。海外チャレンジ事業は、食品フェアや商談会への参加を中心に、台湾から始まり、中国(上海)、香港、シンガポールへ展開。ブランド化全般については、農商工連携コーディネーターを配置することでより活性化した。 | | |
| | 後期に向けた課題 | ・海外チャレンジ事業は、原発事故による輸入制限等により状況が一変したため、動向を注視しながら方向性を見直す必要が生じている。 | | |
| コストを削減するためにどのような工夫をされましたか | 4年間の振り返り | ・海外チャレンジ事業は、海外販路開拓に意欲のある企業が連携して取り組み、また、マーケティング力と実績のある企業を中心となって取り組むことにより、効率的且つ効果的にフェアや商談会に参加することができ、段階的に民間主導へシフトしていくことでコストを削減することができた。 | | |
| | 後期に向けた課題 | ・公支援によるブランド化、販路拡大→民間主導の流れをスピード間をもって行う。 | | |
| 受益者負担の程度、市が関与する程度は適切でしたか | 4年間の振り返り | ・南信州ブランドの構築は地域が一体となって取り組む必要があり、民間主導の取り組みになるまでの間は、市のコーディネートと公費負担が不可欠である。 | | |
| | 後期に向けた課題 | ・同様のスタンスで関わっていく。 | | |
| 多様な主体の役割の発揮状況 ①その主体は誰で、どのような役割を果たしましたか。 ②その主体が役割を發揮するために、行政はどのような働きかけをされましたか、又は、配慮してましたか | 4年間の振り返り | ①事業者は、地域資源を活用して新たな商品化やマーケティング戦略に取り組んだ。 商工会議所は、ブランド推進協議会の事務局を担当、地場産業センターは事業の受託と実施。 ②市はトータルコーディネート機能を果たした。 | | |
| | 後期に向けた課題 | ・多様な主体の参画と役割を發揮するための実施主体(地場産業センター)のコーディネート機能の強化。 | | |
| 全体を通じて | 4年間の振り返り | ・海外チャレンジ事業は、一步一步ではあるが確実に販路を開拓し取引品目・量ともに増加している。ブランド化全般については、地域資源の掘り起しとブランド化が徐々に進んできている。 | | |
| | 後期に向けた課題 | ・地域産品のブランド化、販路拡大はもとより、南信州地域のPRにつながる取り組みが重要。 | | |

7 「対象」「意図」「結果」の関係の確認

| | | | | | |
|----------------------|----|--------------------|----|-----------------------|----|
| 事務事業を統合・分割する必要はありますか | ない | 対象や意図を修正する必要はありますか | ない | 成果指標や指標値を修正する必要はありますか | ない |
|----------------------|----|--------------------|----|-----------------------|----|

8 総合評価・次年度の事業の方向性改善の計画

| | | | | | | | |
|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|---------------------------------|-------------------------------|--|--------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 完了 | <input type="checkbox"/> 拡大 | <input type="checkbox"/> 縮小 | <input type="checkbox"/> 別事業に統合 | <input type="checkbox"/> 休止廃止 | <input checked="" type="checkbox"/> 現状維持 | <input type="checkbox"/> 目的見直し | <input checked="" type="checkbox"/> 事業のやり方改善 |
|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|---------------------------------|-------------------------------|--|--------------------------------|--|