

事務事業名		物産販路拡大事業		<input type="checkbox"/> 実施計画掲載事業		<input type="checkbox"/> 総合戦略掲載事業			
政策体系	政策名	01 豊かな市民生活を実現する産業の振興		事業期間		予算科目			
	施策名	05 豊かな地域資源を活用した観光の振興				会計	款	項	目
	基本事業名	03 特産品の開発と販売促進		<input type="checkbox"/> 単年度のみ <input checked="" type="checkbox"/> 単年度繰返 (開始 ー 年度～) <input type="checkbox"/> 期間限定複数年度 【計画期間】 年度～ 年度 ※全体計画欄の総投入量を記入		01	07	01	03
根拠法令						事務事業区分			
所属	部課名	商工港湾部観光推進室				A 政策事業 B 施設整備			
	課長名	千葉 讓				C 施設管理 D 補助金等			
	係名			電話		E 一般(A～D以外)			
	担当者	紀室 繁喜	電話	114	内線				
事務事業の概要(具体的なやり方、手順、詳細。期間限定複数年度事業は全体像を記述)				全体計画(※期間限定複数年度のみ)					
市の特産品の需要拡大を図るため友好都市等での各種物産展開催や出展等を実施するにあたり大船渡市観光物産協会に対し負担金を交付すると共に開催運営を支援する。このうち物産展の開催・出展については観光推進室が担当しており物産展主催者との連絡調整、市内業者への案内通知や取りまとめ報告等の事務、宣伝に必要な物品を準備し、物産展当日は状況に応じ室職員を派遣し会場内で特産品のPRや観光宣伝を行っている。また、市特産品のPRを図るため、JR水沢江刺駅構内の南岩手交流プラザ及びいわて花巻空港内の岩手県物産展示場に特産品の展示コーナーを設置しているほか、県外への物産販路拡大を図るため、いわての物産展等実行委員会やいわて・三陸けせん希望ストリート実行委員会へ負担金を交付し、物産展や商談会を開催している。 また、市特産品を掲載した物産パンフレットを年一回複製し、観光パンフレットと共に県内外の観光案内所・観光施設・宿泊施設等や問い合わせがあった人へ送付している。市内企業に対し文書案内や市広報等による掲載勧誘を行い、申請書類をもとに掲載業者を取りまとめ、印刷発注後は印刷物の内容構成や文章の校正について印刷業者・掲載業者と調整しながら進める。納品後は上記以外にも様々な観光物産展等物産展示場に配布し活用している。 事業費は、旅費、印刷製本費、賃借料、負担金として支出される。				総投入量(千円) 事業費 財源内訳 国庫支出金 都道府県支出金 地方債 その他 一般財源 事業費計(A) 0 人件費 正規職員従事人数 延べ業務時間 人件費計(B) 0 トータルコスト(A)+(B) 0					

1 現状把握の部(DO)

(1) 事務事業の目的と指標

① 手段(主な活動)		⑤ 活動指標(事務事業の活動量を表す指標)									
前年度実績(前年度に行った主な活動)		<table border="1"> <thead> <tr> <th>名称</th> <th>単位</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ア 負担金交付件数</td> <td>件</td> </tr> <tr> <td>イ 物産展出展回数</td> <td>回</td> </tr> <tr> <td>ウ 物産パンフレット作製部数</td> <td>部</td> </tr> </tbody> </table>		名称	単位	ア 負担金交付件数	件	イ 物産展出展回数	回	ウ 物産パンフレット作製部数	部
名称	単位										
ア 負担金交付件数	件										
イ 物産展出展回数	回										
ウ 物産パンフレット作製部数	部										
物産展の開催・出展や食品見本市等の販路拡大事業を支援するため負担金を交付すると共に物産展の運営を支援した。 物産パンフレットの配布により特産品の需要拡大に努めた。											
今年度計画(今年度に計画している主な活動)		⑥ 対象指標(対象の大きさを表す指標)									
前年度と同じ。		<table border="1"> <thead> <tr> <th>名称</th> <th>単位</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>カ 負担金交付額</td> <td>千円</td> </tr> <tr> <td>キ 物産展案内業者数</td> <td>業者</td> </tr> <tr> <td>ク 物産パンフレット配布部数</td> <td>部</td> </tr> </tbody> </table>		名称	単位	カ 負担金交付額	千円	キ 物産展案内業者数	業者	ク 物産パンフレット配布部数	部
名称	単位										
カ 負担金交付額	千円										
キ 物産展案内業者数	業者										
ク 物産パンフレット配布部数	部										
② 対象(誰、何を対象にしているのか) * 人や自然資源等		⑦ 成果指標(対象における意図の達成度を表す指標)									
直接対象:負担金交付団体(大船渡市観光物産協会ほか) 間接対象:①物産展来場者、協会ホームページ閲覧者、物産パンフレット閲覧者 ②市内物産販売業者 ③市物産を販売流通に取り入れた又は取入希望を持つ県内外物産取扱業者		<table border="1"> <thead> <tr> <th>名称</th> <th>単位</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>サ 物産展延べ出展業者数</td> <td>業者</td> </tr> <tr> <td>シ 物産パンフレット掲載業者数</td> <td>業者</td> </tr> <tr> <td>ス 観光物産協会ホームページアクセス件数</td> <td>件</td> </tr> </tbody> </table>		名称	単位	サ 物産展延べ出展業者数	業者	シ 物産パンフレット掲載業者数	業者	ス 観光物産協会ホームページアクセス件数	件
名称	単位										
サ 物産展延べ出展業者数	業者										
シ 物産パンフレット掲載業者数	業者										
ス 観光物産協会ホームページアクセス件数	件										
③ 意図(この事業によって、対象をどう変えるのか)											
負担金交付団体:負担金を交付し、市単独では難しい事業の運営を委託する。 物産展来場者、協会ホームページ閲覧者、物産パンフレット閲覧者:市の物産の良さを知ってもらう。 市内物産販売業者:収益を増加させる。 県内外物産取扱業者:市の物産の魅力を感じさせ販売商品(食材)に取り入れてもらう。											
④ 結果(基本事業の意図:上位の基本事業にどのように貢献するのか)											
特産品をつくる。特産品を扱う。											

(2) 総事業費・指標等の推移

投入量	事業費	財源内訳	単位	年度				元年度(目標)	2年度(目標)
				27年度(実績)	28年度(実績)	29年度(実績)	30年度(実績)		
投入量	事業費	国庫支出金	千円						
		都道府県支出金	千円	489	455	210	0	0	0
		地方債	千円						
		その他	千円						
		一般財源	千円	2,621	2,515	2,659	2,353	2,026	2,755
		事業費計(A)	千円	3,110	2,970	2,869	2,353	2,026	2,755
	人件費	正規職員従事人数	人	1	1	1	1	1	1
		延べ業務時間	時間	500	500	500	500	500	500
		人件費計(B)	千円	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
		トータルコスト(A)+(B)	千円	5,110	4,970	4,869	4,353	4,965	4,965
		⑤活動指標	ア	件	5	4	4	3	3
		イ	回	12	18	14	11	15	15
		ウ	部	5,000	5,600	4,000	3,500	0:00	5,000
	⑥対象指標	カ	千円	1,913	1,773	1,673	1,123	1,773	1,773
		キ	業者	74	78	77	80	78	78
		ク	部	5,000	5,600	4,000	3,500	5,000	5,000
	⑦成果指標	サ	業者	68	43	58	56	50	50
		シ	業者	55	51	53	57	55	55
		ス	件	199,867	211,106	データなし(集計不具合)	250,000	250,000	250,000

事務事業ID	0437	事務事業名	物産販路拡大事業
--------	------	-------	----------

- (3) 事務事業の環境変化・住民意見等**
- ① この事務事業を開始したきっかけは何か？いつ頃どんな経緯で開始されたのか？  
市内企業が地元の素材を活用し開発した商品や、古くから伝わる伝統商品の需要を拡大させるため、市や関係団体が物産展の開催運営や商品の普及宣伝を支援することを目的として、事業を開始するに至ったが開始年度は不明である。
- ② 事務事業を取り巻く状況(対象者や根拠法令等)は、開始時期あるいは前期基本計画策定時と比べてどう変わったのか？  
・消費者は、より安全・安心な食品を求める意識が強まってきている。  
・国内では、安全で品質の良い食品が提供されるよう、ハセップ等の法的規制や指導を強化している。  
・平成28年度に商工港湾部内の組織機構の見直しにより、観光推進室が新設された。(平成27年度までは商業観光課観光物産係が担当)
- ③ この事務事業に対して関係者(住民、議会、事業対象者、利害関係者等)からどんな意見や要望が寄せられているか？  
・県内外の消費者から、大船渡のイメージである新鮮な魚介類や旬の素材を生かした水産加工品を購入したいという声が多い。  
・県内外の消費者及び販売企業のバイヤーから、三陸沿岸は魅力ある素材が沢山あるが、宣伝不足を感じるという声がある。  
・市内物産販売企業の中には、人手不足、後継者不在等の人的問題や商品の通年供給が不可能もしくは生産が間に合わないため、経営規模は現状のままで販路拡大の意思はないとの意見がある。  
・大船渡市の特産品(観光物産協会で取り扱いのない商品)も通信販売で購入したいという声も寄せられている。

目的 妥当性 評価	① 政策体系との整合性 この事務事業の目的は当市の政策体系に結びつくか？意図することが結果に結びついているか？	<input type="checkbox"/> 見直し余地がある ⇒【理由】 <input checked="" type="checkbox"/> 結びついている ⇒【理由】 特産品を宣伝することは、市の物産の販売促進に結びつく。
	② 公共関与の妥当性 なぜこの事業を当市が行わなければならないのか？税金を投入して、達成する目的か？	<input type="checkbox"/> 見直し余地がある ⇒【理由】 <input checked="" type="checkbox"/> 妥当である ⇒【理由】 市の物産は、豊富な農林水産資源に恵まれているにも関わらず、素材による出荷が大半を占め、付加価値の高い特産品として流通しているものが少ない状況となっている。このため、関係機関・団体と連携のもと消費者ニーズに合った競争力のある特産品の需要拡大に努める必要があり、中小企業のみでの努力では難しい問題であることから、市の協力は必要不可欠である。
	③ 対象・意図の妥当性 対象を限定・追加すべきか？意図を限定・拡充すべきか？	<input type="checkbox"/> 見直し余地がある ⇒【理由】 <input checked="" type="checkbox"/> 適切である ⇒【理由】 観光物産関連団体等に負担金を交付し、相互に連携して事務事業に取り組んでいる。成果に結びつけるための最良の手法であり対象・意図は適切である。
有効性 評価	④ 成果の向上余地 成果を向上させる余地はあるか？成果の現状水準とあるべき水準との差異はないか？何が原因で成果向上が期待できないのか？	<input checked="" type="checkbox"/> 向上余地がある ⇒【理由】 <input type="checkbox"/> 向上余地がない ⇒【理由】 インターネットの普及に伴い平成17年度に「大船渡市特産品ショッピング」を運用開始し、全国に向けて情報発信を行っていたが、税法改正へ対応するためのメンテナンスが必要となったため、平成25年8月から販売を中止している。現在は再開の目処が立っていないが、多くの人に物産情報を伝える手段として、より充実したシステム運営を早急に進めていく必要がある。 また、商談会を通じて業者とバイヤーが直接交流できる機会を設け、更なる成果向上に向けて取り組む。
	⑤ 廃止・休止の成果への影響 事務事業を廃止・休止した場合の影響の有無とその内容は？	<input type="checkbox"/> 影響無 ⇒【理由】 <input checked="" type="checkbox"/> 影響有 ⇒【その内容】 事業を廃止することは物産の需要拡大を支援できなくなり、行政と民間の連携体制が切り離され、産業・経済の停滞を招く要因になりかねない。また、物産振興と一体となって進める観光振興分野にも影響を及ぼすことになる。
効率性 評価	⑥ 事業費の削減余地 成果を下げずに事業費を削減できないか？(仕様や工法の適正化、住民の協力など)	<input checked="" type="checkbox"/> 削減余地がある ⇒【理由】 <input type="checkbox"/> 削減余地がない ⇒【理由】 物産パンフレット掲載事業者から負担金を徴収する。
	⑦ 人件費(延べ業務時間)の削減余地 やり方を工夫して延べ業務時間を削減できないか？成果を下げずに正職員以外の職員や委託でできないか？(アウトソーシングなど)	<input checked="" type="checkbox"/> 削減余地がある ⇒【理由】 <input type="checkbox"/> 削減余地がない ⇒【理由】 物産振興のPRや販売について市担当者が関係団体の担当者と連携を図りながら事務事業を遂行しているが、これらの事務をすべて市観光物産協会が対応していける組織体制づくりが必要である。
公平性 評価	⑧ 受益機会・費用負担の適正化余地 事業の内容が一部の受益者に偏っていて不公平ではないか？受益者負担が公平・公正になっているか？	<input type="checkbox"/> 見直し余地がある ⇒【理由】 <input checked="" type="checkbox"/> 公平・公正である ⇒【理由】 負担金については、市以外に観光物産関連団体予算(市内企業の会費負担)も事業費に含んでいることから受益者負担の面では適正である。

3 今後の方向性(次年度計画と予算への反映)(PLAN)

(1) 改革改善の方向性	(2) 改革・改善による期待成果																					
1 現状維持 ② 改革改善(縮小・統合含む) → 3 終了・廃止・休止	左記(1)の改革改善を実施した場合に期待できる成果について該当欄に「●」を記入する。 (終了・廃止・休止の場合は記入不要)																					
(3) 改革改善を実現する上で解決すべき課題とその解決策又は特記事項等 物産の販売を促進していくためには、主に収益を伴う部分が数多くあることから、事業の主導権は民間組織が持つて進めることが効果的かつ効率的である。 また、民間企業は独自の販売ルートを持っているほか、消費者の動向を的確に把握していることから、事業の成果を上げるには行政と民間が連携して事業展開を行うことが必須条件である。このため、相互の協力体制をさらに強化するとともに、互いに研鑽に努め、民間がリーダーシップを発揮できる組織体制を支援していくことが重要である。	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2" rowspan="2"></th> <th colspan="3">コスト</th> </tr> <tr> <th>削減</th> <th>維持</th> <th>増加</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <th rowspan="3">成果</th> <th>向上</th> <td></td> <td>●</td> <td></td> </tr> <tr> <th>維持</th> <td></td> <td></td> <td>×</td> </tr> <tr> <th>低下</th> <td></td> <td>×</td> <td>×</td> </tr> </tbody> </table>			コスト			削減	維持	増加	成果	向上		●		維持			×	低下		×	×
				コスト																		
		削減	維持	増加																		
成果	向上		●																			
	維持			×																		
	低下		×	×																		

4 課長等意見

(1) 今後の方向性	(2) 全体総括・今後の改革改善の内容
1 現状維持 ② 改革改善(縮小・統合含む) 3 終了・廃止・休止	・震災から9年目を迎えても、未だ水産加工業をはじめ、販路の拡大が大きな課題となっている。 ・販路拡大には、物産展等でのPRなども一定の効果があるものの、商談会の拡充や情報発信の強化がより具体的成果に結びつくことから、関係団体と協議しながら、見直しを進める必要がある。