

事務事業名		物産販路拡大事業		<input type="checkbox"/> 実施計画登録事業		<input type="checkbox"/> 総合戦略登録事業							
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	03 にぎわいあふれる商業・観光の推進		区分		会計	款	項	目	事業			
	基本事業名	04 特産品の販売力強化と販路拡大		単年度繰返		01	07	01	03	0100			
根拠法令				※期間欄に開始年度を記入									
所属	部課名	商工港湾部観光交流推進室		【開始年度】		事務事業区分							
	課長名	森 正		-		E 一般							
	係名			-									
	担当者	佐々木 毬菜	電話	0192-27-3111	内線	160							
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)							
<p>県内外への物産販路拡大を図るために物産展や商談会を開催している、いわての物産展等実行委員会や三陸けせん希望ストリート連絡協議会へ負担金を交付している。</p> <p>このほか、観光交流推進室が担当する業務として、銀河連邦交流都市等での物産展の対応や、市特産品のPRを図るため、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。</p> <p>また、市特産品を掲載した物産パンフレットを年一回作製し、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の送付を行うほか、様々な観光物産催事や物産展示場に配布し活用している。</p> <p>事業費は、旅費、消耗品費、燃料費、印刷製本費、賃借料、負担金として支出される。</p>						総投入量 (千円)	事業費	国庫支出金					
							財源内訳	都道府県支出金					
							地方債						
							その他	一般財源					
						人員費	事業費計(A)		0				
							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)		名称		単位
		<p>市内物産品のPR機会を提供する団体や商談会等を開催する団体に負担金を交付した。</p> <p>また、物産パンフレットを2,000部作成し、県内外の観光施設等に配架したほか、ホームページ用pdf納品を受け、ホームページ上で公開した。</p> <p>さらに、三陸けせん希望ストリートでは、コロナ渦の影響によって需要が増えたオンライン販売に着手し、既存ECサイトであるJAタウンへの出店サポート事業を行った。</p> <p>新型コロナウイルス感染症の収束傾向の状況から、3つの物産展に出展を行った。</p>		ア	負担金交付件数	件
		今年度計画(今年度に計画している主な活動)		イ	物産展出展回数	回
		前年度と同じ。		ウ	物産パンフレット作製部数	部
		② 対象(誰、何を対象にしているのか) * 人や自然資源等		⑥ 対象指標(対象の大きさを表す指標)		
		<p>直接対象:負担金交付団体(三陸けせん希望ストリート連絡協議会ほか)</p> <p>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</p> <p>②市内物産販売業者</p> <p>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</p>		カ	負担金交付額	千円
		③ 意図(この事業によって、対象をどう変えるのか)		キ	物産展案内業者数	業者
		<p>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。</p> <p>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。</p> <p>市内物産販売業者:収益を増加させる。</p> <p>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。</p>		ク	物産パンフレット配布部数	部
		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)		⑦ 成果指標(対象における意図の達成度を表す指標)		
		特産品をつくる。特産品を扱う。		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

(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						
				2年度(実績)	3年度(実績)	4年度(実績)	5年度(目標)	6年度(目標)	7年度(目標)	
投入量	事業費	財源内訳	国庫支出金	千円	0	0	0	0	0	0
			都道府県支出金	千円	0	0	0	0	0	0
			地方債	千円	0	0	0	0	0	0
			その他	千円	0	0	169	220	220	220
			一般財源	千円	1,572	1,263	1,668	1,446	1,446	1,446
			事業費計(A)	千円	1,572	1,263	1,837	1,666	1,666	1,666
			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	3,572	3,263	3,837	3,666	3,666	3,666
⑤ 活動指標	ア	件	3	2	2	2	2	2		
	イ	回	3	3	7	8	10	10		
	ウ	部	3,000	2,500	2,000	2,000	2,000	2,000		
⑥ 対象指標	カ	千円	1,123	823	889	823	823	823		
	キ	業者	75	75	76	76	76	76		
	ク	部	3,000	2,500	2,000	2,000	2,000	2,000		
⑦ 成果指標	サ	業者	12	12	24	30	30	30		
	シ	業者	59	62	60	62	63	63		
	ス	件	74,641	72,794	89,496	90,000	91,000	92,000		

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？
 ・物産展への出展支援や物産パンフレットの配架は、市内関係団体やパンフレット配架先の施設から販路拡大に一定の役割を果たしているとの評価を得ている。
 ・コロナ禍に対応するべくオンライン等を活用した事業を進める一方で、新型コロナウイルス感染症の収束傾向により、物産展に出展する等対面による事業が増加している。
 ・国内では、安全で品質の良い食品が提供されるよう、ハサップ等の法的規制や指導を強化している。
- 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パイヤーから、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われることがある。
 ・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が寄せられている。

2 評価の部(SEE) * 原則は事後評価、ただし複数年度事業は途中評価

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 <input checked="" type="checkbox"/> 結びついている ▼ 理由・内容 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 <input checked="" type="checkbox"/> 妥当である ▼ 理由・内容 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方を占め、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 <input checked="" type="checkbox"/> 適切である ▼ 理由・内容 観光物産関連団体等に負担金を交付し、相互に連携して物産販路の拡大に寄与する各種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 <input type="checkbox"/> 向上余地がない ▼ 理由・内容 コロナ禍により、ECサイトへの参入等オンラインを活用した事業を実施してきたが、コロナ終息後においては、物産販路拡大のための対面での商談会や物産展への参加等による取組を強化することにより向上の余地がある。
	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"/> 影響がない <input checked="" type="checkbox"/> 影響がある ▼ 理由・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 type="checkbox"/> 削減余地がある <input checked="" type="checkbox"/> 削減余地がない ▼ 理由・内容 物産パンフレットの作製や団体への負担金については、必要最小限度の支出であり削減の余地はない。
	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？成果を下げずにより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 <input type="checkbox"/> 削減余地がない ▼ 理由・内容 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や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 <input checked="" type="checkbox"/> 公平・公正である ▼ 理由・内容 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	(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																				
2 改革改善(縮小・統合含む)	<table border="1"> <tr> <td></td> <td colspan="3">コスト</td> </tr> <tr> <td></td> <td>削減</td> <td>維持</td> <td>増加</td> </tr> <tr> <td>向上</td> <td></td> <td>●</td> <td></td> </tr> <tr> <td>維持</td> <td></td> <td></td> <td>×</td> </tr> <tr> <td>低下</td> <td></td> <td>×</td> <td>×</td> </tr> </table>		コスト				削減	維持	増加	向上		●		維持			×	低下		×	×	<p>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ことが効果的かつ効率的である。</p> <p>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である。更に、新型コロナウイルス感染症対策のため商談会・販売会が対面方式以外にオンライン方式が取り入れられつつある。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引き続き支援していくことが重要である。</p>
	コスト																					
	削減	維持	増加																			
向上		●																				
維持			×																			
低下		×	×																			
※(1)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。(現状維持の場合、コスト及び成果は「維持」)(終了・廃止・休止の場合は記入不要)																						

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
2 改革改善(縮小・統合含む)	<p>・課題である販路拡大については、物産展等でのPR活動によって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。</p>