

事務事業名		三陸マリアージュ創出・展開プロジェクト		<input checked="" type="checkbox"/> 実施計画掲載事業	<input checked="" 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	<table border="1"> <tr> <th colspan="5">予算科目</th> </tr> <tr> <th>会計</th> <th>款</th> <th>項</th> <th>目</th> <th>事業</th> </tr> <tr> <td>01</td> <td>02</td> <td>01</td> <td>06</td> <td>68</td> </tr> </table>	予算科目					会計	款	項	目	事業	01	02	01	06	68																			
	予算科目																																						
	会計	款	項			目	事業																																
01	02	01	06	68																																			
施策名	04 地域経済を支える地場産業の振興		<input type="checkbox"/> 単年度のみ <input checked="" type="checkbox"/> 単年度繰返 (開始 年度～)																																				
基本事業名	01 地場産業の育成・経営支援																																						
根拠法令				<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	事務事業区分 (A) 政策事業 B 施設整備 C 施設管理 D 補助金等 E 一般(A～D以外)																																		
所属	部課名	商工港湾部産業政策室																																					
	課長名	富澤武弥																																					
	係名	電話	0192-27-3111																																				
	担当者	新沼裕一	内線	105																																			
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)																																			
大船渡ふるさと交流センター「三陸SUN」を拠点に三陸産加工食品・飲料・酒類等の店頭販売を通じて蓄積した消費者傾向に基づく、複数商品を組み合わせた「三陸マリアージュ」を都内飲食店等に提案し、地元からのダイレクト流通ルートを確立する地域商社モデルを構築する。 (1)「三陸マリアージュ」商品の企画・販路開拓 ・首都圏の飲食店・小売店等のニーズ等を把握し、流通ルートに係る調査をしながら、「三陸マリアージュ(食品、菓子、飲料、酒類等の複数の商品で相乗効果の得られる組み合わせ)」のコンセプトを明確化し、それを基に商品企画・試作開発する。 ・三陸SUNでの商談会の開催や首都圏の飲食店・小売店等への訪問提案などを行い、商品をブラッシュアップしながら、取引成立に向けた商談を行う。 ・SNSを活用して、情報拡散を行いつつ、展示会等への出展を行い、ブランドの認知を高めながら販路拡大を図るとともに、三陸マリアージュ商品の地元飲食店での普及展開を図ることで、観光誘客につなげる。 (2)「三陸SUN」を起点とする流通の共同化 ・取引形態に応じた三陸SUNでの集荷配送、地元事業者からのダイレクト流通などを共同で運営管理できるシステムを構築する。 ・三陸SUNのバックヤード機能を活用した首都圏企業での予約展示販売、首都圏イベントでの展示販売、ネット販売などを行う。 ・事業は地方創生推進交付金を活用して実施 ・事業費は、民間事業者への委託費 (3)大船渡ふるさと交流センター維持管理(市単) ・ふるさと交流センターの管理、移住希望者のサポート、大船渡市の観光情報発信ほか				<table border="1"> <tr> <th rowspan="2">総投入量(千円)</th> <th rowspan="2">事業内訳</th> <th colspan="2">国庫支出金</th> </tr> <tr> <th>都道府県支出金</th> <th>地方債</th> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td colspan="2">その他</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td colspan="2">一般財源</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>事業費計(A)</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>正規職員従事人数</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>延べ業務時間</td> <td>300</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>人件費計(B)</td> <td>1,200</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>トータルコスト(A)+(B)</td> <td>1,200</td> </tr> </table>		総投入量(千円)	事業内訳	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			正規職員従事人数	1			延べ業務時間	300			人件費計(B)	1,200			トータルコスト(A)+(B)	1,200
総投入量(千円)	事業内訳	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																																				
		正規職員従事人数	1																																				
		延べ業務時間	300																																				
		人件費計(B)	1,200																																				
		トータルコスト(A)+(B)	1,200																																				

1 現状把握の部(DO)

(1) 事務事業の目的と指標		(5) 活動指標(事務事業の活動量を表す指標)									
① 手段(主な活動) 前年度実績(前年度に行った主な活動) 「三陸マリアージュ」取扱事業者等調査及び販路開拓等販売チャネル多様化展開、「三陸マリアージュ」商品企画・試作開発、流通管理システム運用管理及び共同化構築、大船渡ふるさと交流センター管理運営 今年度計画(今年度に計画している主な活動) 「三陸マリアージュ」取扱事業者等調査及び販路開拓等販売チャネル多様化展開、「三陸マリアージュ」商品企画・試作開発、流通管理システム運用管理及び共同化構築、大船渡ふるさと交流センター管理運営		<table border="1"> <tr> <th>名称</th> <th>単位</th> </tr> <tr> <td>ア 三陸ふるさと交流センター「三陸SUN」来店者数</td> <td>人</td> </tr> <tr> <td>イ 「三陸マリアージュ」商品開発に取り組んだ事業者数(関わった・協力した)</td> <td>事業所</td> </tr> <tr> <td>ウ 「三陸マリアージュ」商品に係るイベント企画出展件数</td> <td>件</td> </tr> </table>		名称	単位	ア 三陸ふるさと交流センター「三陸SUN」来店者数	人	イ 「三陸マリアージュ」商品開発に取り組んだ事業者数(関わった・協力した)	事業所	ウ 「三陸マリアージュ」商品に係るイベント企画出展件数	件
名称	単位										
ア 三陸ふるさと交流センター「三陸SUN」来店者数	人										
イ 「三陸マリアージュ」商品開発に取り組んだ事業者数(関わった・協力した)	事業所										
ウ 「三陸マリアージュ」商品に係るイベント企画出展件数	件										
② 対象(誰、何を対象にしているのか) * 人や自然資源等 地元小規模事業者、首都圏の飲食店・小売店		(6) 対象指標(対象の大きさを表す指標) <table border="1"> <tr> <th>名称</th> <th>単位</th> </tr> <tr> <td>カ 三陸ふるさと交流センター「三陸SUN」における取扱商品数</td> <td>点</td> </tr> <tr> <td>キ 「三陸マリアージュ」商品企画・試作品開発数</td> <td>点</td> </tr> <tr> <td>ク 「三陸マリアージュ」商品に係るイベント企画出展での商談件数</td> <td>件</td> </tr> </table>		名称	単位	カ 三陸ふるさと交流センター「三陸SUN」における取扱商品数	点	キ 「三陸マリアージュ」商品企画・試作品開発数	点	ク 「三陸マリアージュ」商品に係るイベント企画出展での商談件数	件
名称	単位										
カ 三陸ふるさと交流センター「三陸SUN」における取扱商品数	点										
キ 「三陸マリアージュ」商品企画・試作品開発数	点										
ク 「三陸マリアージュ」商品に係るイベント企画出展での商談件数	件										
③ 意図(この事業によって、対象をどう変えるのか) 三陸地域の食品などを組み合わせた「三陸マリアージュ」商品を開発するとともに、首都圏の飲食店・小売店と地元事業者との新たな流通経路の確立を図る。		(7) 成果指標(対象における意図の達成度を表す指標) <table border="1"> <tr> <th>名称</th> <th>単位</th> </tr> <tr> <td>サ 三陸ふるさと交流センター「三陸SUN」を通じた商品売上額</td> <td>千円</td> </tr> <tr> <td>シ 新たに開発した「三陸マリアージュ」商品数</td> <td>点</td> </tr> <tr> <td>ス 「三陸マリアージュ」商品に係る発表会・商談会等を通じて商談が成立した事業者件数</td> <td>件</td> </tr> </table>		名称	単位	サ 三陸ふるさと交流センター「三陸SUN」を通じた商品売上額	千円	シ 新たに開発した「三陸マリアージュ」商品数	点	ス 「三陸マリアージュ」商品に係る発表会・商談会等を通じて商談が成立した事業者件数	件
名称	単位										
サ 三陸ふるさと交流センター「三陸SUN」を通じた商品売上額	千円										
シ 新たに開発した「三陸マリアージュ」商品数	点										
ス 「三陸マリアージュ」商品に係る発表会・商談会等を通じて商談が成立した事業者件数	件										
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) 首都圏への流通経路の確立を実現し、食関連産業の競争力強化、さらには雇用の場の確保につながる。											

(2) 総事業費・指標等の推移

投入量	事業内訳	単位	年度				元年度(実績)	2年度(実績)
			27年度(実績)	28年度(実績)	29年度(実績)	30年度(実績)		
事業費	国庫支出金	千円					22,311	20,773
	都道府県支出金	千円						
	地方債	千円						
	その他	千円						
	一般財源	千円					22,311	20,773
	事業費計(A)	千円	0	0	0	0	44,622	41,546
人件費	正規職員従事人数	人					1	1
	延べ業務時間	時間					100	100
	人件費計(B)	千円	0	0	0	0	400	400
	トータルコスト(A)+(B)	千円	0	0	0	0	45,022	41,946
⑤ 活動指標	ア	人					6,610	5,817
	イ	事業所					12	13
	ウ	件					1	2
⑥ 対象指標	カ	点					504	426
	キ	点					3	15
	ク	件					94	99
⑦ 成果指標	サ	千円					13,591	11,209
	シ	点					3	8
	ス	件					0	13

事務事業ID	1781	事務事業名	三陸マリアージュ創出・展開プロジェクト
--------	------	-------	---------------------

(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？	平成28年度から国の地方創生交付金を活用し、関係機関・団体等の連携により、首都圏在住者を中心に、暮らし体験や住民機会の創出等を通じてスローシティとしてのPRに努め、当市への来訪やUターン、移住促進などの必要な受入体制を図るとともに、首都圏内に大船渡市ふるさと交流センター「三陸SUN」(H29.3月)に開設し、当市をメインとする三陸沿岸の水産加工品を中心に、菓子・飲料・酒類等を対面販売の提供を行ってきた。 令和元年度以降は、大船渡市ふるさと交流センター「三陸SUN」の店舗機能を活用して、取扱商品の需要や流通ルート等の調査を実施しながら、「三陸マリアージュ」のコンセプトを確立し、コンセプトに基づく商品企画・試作開発を行うとともに、地元事業者との新たな流通経路の確立を目指すこととした。
② 事務事業を取り巻く状況(対象者や根拠法令等)は、開始時期あるいは後期基本計画策定時と比べてどう変わったのか？	平成26年12月に「まち・ひと・しごと創生法」が公布され、これに基づく「まち・ひと・しごと創生総合戦略」が策定された。この中で、人口減少の克服と地方創生が重要であり、地方における安定した雇用の創出や、地方への人口の流入、若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえ、時代に合った地域をつくり、安心な暮らしを守るとともに、地域間の連携を推進することで、地域の活性化とその好循環の維持の実現を目指すこととしていることから、解決すべき課題が高度化、複雑化しており、担当部局のみでの対応が困難になってきていることから、今後は、政策間連携、地域間連携、官民協働を軸とした事業が増加すると考えられる。
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？	地方創生推進交付金事業(3年間)として、委託料に見合った成果をあげることや、適正な業務管理はもとより、令和4年度から民間業者による自走化が図られるよう、最終年度である令和3年度中に検討を進めることなどといった意見や要望が寄せられている。

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	<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】 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？	まち・ひと・しごと創生総合戦略は、市総合計画における各分野の個別計画と基本的な考え方を共有しており、市の政策体系に結びついている。
	② 公共関与の妥当性	<input type="checkbox"/> 見直し余地がある ⇒【理由】 <input checked="" type="checkbox"/> 妥当である ⇒【理由】 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？	まちづくりに関する政策・施策の推進は、行政が主体となるものが多いが、現在は官民連携の視点に立った事業も進行している。官民連携において、いずれは民間が自立して実施することが重要であるが、自立に向け基盤が構築されるまで、基盤づくりを支援していく必要がある。
	③ 対象・意図の妥当性	<input type="checkbox"/> 見直し余地がある ⇒【理由】 <input checked="" type="checkbox"/> 適切である ⇒【理由】 対象を限定・追加すべきか？意図を限定・拡充すべきか？	総合戦略等に位置付けられた事業であることから、更なる地域の活性化が期待でき、移住定住や交流人口拡大にも結び付き、波及効果も見込まれるものであることから、地方創生や地域活性化の観点から妥当である。
有効性 評価	④ 成果の向上余地	<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】 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？	内部や外部における会議において、プロジェクト推進に係る協議を重ね、重要業績評価指標(KPI)指標値を達成するよう調整を図り、事業の進捗を適正に管理しながら、取組を推進していくことで成果向上の余地がある。
	⑤ 廃止・休止の成果への影響	<input type="checkbox"/> 影響無 ⇒【理由】 <input checked="" type="checkbox"/> 影響有 ⇒【その内容】 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？	地方創生推進事業は国の「まち・ひと・しごと創生法」に基づき、取組を行っており、事業を廃止・休止した場合には、販路開拓や移住支援など各種事業の取組に支障をきたす。
効率性 評価	⑥ 事業費の削減余地	<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】 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)	民間事業者等の企画運営を基本としており、事業初年度は体制や仕組みづくりを行い、2～3年目でのビジネス化に向けて自主財源を確保する体制を整え、自走化を図ることを目指すものであることから、削減の余地がある。
	⑦ 人件費(延べ業務時間)の削減余地	<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】 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)	令和4年度から民間業者の自走化を図ることを目指すものであることから、経費の削減が可能である。
公平性 評価	⑧ 受益機会・費用負担の適正化余地	<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】 事業の内容が一部の受益者に偏っていないか？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？	この事業は、官民で共同しながら進めていくものであり、国への申請の際にパートナーとする民間事業者名を明示したうえで、国への申請し、事業採択を受けており、そのパートナーとは事業の目標に向けて協力しあい、フォローしながら進めていることから、単一事業者を利するための事業でなく、市全体に係る事業であり公平公正である。

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 ニーズ調査結果による「他店との差別化」、「人手不足」をキーワードに、三陸産食材の活用と調理時間の短縮が図られる半製品・完成品の商品化に取り組むとともに、新型コロナウイルスの影響で需要が増している中食業界の掘り起こしも視野に入れた事業展開が必要である。 また、事業の推進に当たっては、適正事務に努めつつ、一定の成果が得られるよう取り組む必要がある。	<table border="1"> <tr> <td colspan="2" rowspan="2"></td> <td colspan="3">コスト</td> </tr> <tr> <td>削減</td> <td>維持</td> <td>増加</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">成果</td> <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></td> <td>低下</td> <td></td> <td>×</td> <td>×</td> </tr> </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	「三陸マリアージュ」商品の企画・試作開発を継続し、商品数の増加と販路拡大を図るとともに、構築した流通管理システムを運用しながら、地元事業者のコスト削減につながる共同発送について更なる検討を行うほか、開発した「三陸マリアージュ」商品の地元飲食店での普及啓発・拡大に努めながら、市内観光客の誘客や移住定住にもつなげていく必要がある。