

事務事業評価シート

(平成 26 年度実施事業)

事務事業名	物産振興事業			事業コード	1283
所属コード	132000	課等名	観光課	係名	企画宣伝担当
課長名	小笠原 千春	担当者名	内澤 良輔	内線番号	3723
評価分類	☒ 一般 ☐ 公の施設 ☐ 大規模公共事業 ☐ 補助金 ☐ 内部管理				

1 事務事業の基本情報・・・・・・・・・・・・・・・・

(1) 概要（旧総合計画体系における位置づけ）

総合計画 体系（旧）	施策の柱	活力ある産業の振興	コード	5
	施策	地域資源をいかした観光・物産の振興	コード	4
	基本事業	魅力あふれる物産の振興	コード	3
予算費目名 (H26)	一般会計 7 款 1 項 2 目 物産振興事務 7 款 1 項 2 目いわて産業振興センター補助事業			
特記事項 (H26)				
事業期間	☐ 単年度 ☒ 単年度繰返 ☐ 期間限定複数年度		開始年度	昭和 26 年度
根拠法令等 (H26)				

(2) 事務事業の概要

特産品の販路拡大等振興を行うために、日本貿易振興機構（ジェトロ）、いわて産業振興センター等の活動を支援し、各種物産展に参加するなどして、地場産品の県内外への宣伝、各種物産展への出展を行い、物産販路の拡大と振興を図る。

(3) この事務事業を開始したきっかけ（いつ頃どんな経緯で開始されたのか）

地場産業の振興を図るため、県内外や海外への販路開拓と市場拡大を行う必要があった。

(4) 事務事業を取り巻く現在の状況はどうか。(3)からどう変化したか。

国内景気の低迷，経済の不活性化，類似商品の輸入の増加，岩手県の施策変更。
東日本大震災による地域経済の落ち込み。

2 事務事業の実施状況（Do）・・・・・・・・・・・・・・・・

(1) 対象（誰が，何が対象か）

特産品製造販売業者

(2) 対象指標（対象の大きさを示す指標）

指標項目	単位	23 年度 実績	24 年度 実績	25 年度 実績	26 年度 見込み	26 年度 実績

A 盛岡市特産品振興協議会会員数	事業所	96	98	96	90	91
B						
C						

(3) 26 年度に実施した主な活動・手順

事業者には販路拡大等に係る情報提供等を行い、岩手県産業貿易振興協議会への負担金を拠出し、協議会主催の研修会や物産展に参加し、県内外に地場産品の普及拡大を図った。

(4) 活動指標（事務事業の活動量を示す指標）

指標項目	単位	23 年度 実績	24 年度 実績	25 年度 実績	26 年度 目標値	26 年度 実績
A 講演会・セミナーの開催回数	回	14	14	14	15	14
B 各種物産展への参加回数	回	7	7	7	7	6
C 特産品業者に対する情報提供回数	回	30	30	30	30	30

(5) 意図（対象をどのように変えるのか）

市内の特産品販売事業者には販売情報及び物産販路の拡大の機会を提供することにより、顧客である観光客の増加を図ろうとするもの。

(6) 成果指標（意図の達成度を示す指標）

指標項目	性格	単位	23 年度 実績	24 年度 実績	25 年度 実績	26 年度 目標値	26 年度 実績
A 盛岡市の物産と観光展、産業まつり、 岩手県の物産と観光展販売額	■上げる □下げる □維持	千円	229,256	169,450	149,413	280,000	142,552
B 観光客入込数	■上げる □下げる □維持	万人	466	471	472	490	497
C	□上げる □下げる □維持						

(7) 事業費

項目	財源内訳	単位	23 年度 実績	24 年度 実績	25 年度 実績	26 年度 計画	26 年度 実績
事業費	①国	千円	0	0	0	0	0
	②県	千円	0	0	0	0	0
	③地方債	千円	0	0	0	0	0
	④一般財源	千円	2,777	2,784	2,826	2,840	2,803
	⑤その他()	千円	0	0	0	0	0
	A 小計 ①～⑤	千円	2,777	2,784	2,826	2,840	2,803
人件費	⑥延べ業務時間数	時間	152	152	152	152	152

	B 職員人件費 ⑥×4,000 円	千円	608	608	608	608	608
計	トータルコスト A+B	千円	3,385	3,392	3,434	3,448	3,411
備考							

3 事務事業の評価 (See)

(1) 必要性評価（評価分類が「内部管理」の事務事業は記入不要）

① 施策体系との整合性

結びついている。

理由 特産品の販路拡大が、盛岡市の知名度を上げ、結果として観光客入込み数の増加に結びつくため。

② 市の関与の妥当性

妥当である。

理由 県及び県単位の団体の活動を支援・協力・協同することにより、市単独ではできない活動及び成果を上げることができるため。

③ 対象の妥当性

現状で妥当である。

理由 対象を特産品製造事業者に限定することが、最大の効果を得られると考えられるため。

④ 廃止・休止の影響

影響がある。

理由 廃止した場合、現行の特産品の紹介の場が失われ、販路が縮小していくと考えられる。

(2) 有効性評価（成果の向上余地）

向上余地あり。

特産品の開発普及を機会を捉えて図るとともに、継続的な事業継続とイベントの強化により、集客効果は高められる。

(3) 公平性評価（評価分類が「内部管理」の事務事業は記入不要）

公平・公正である。

理由 受益者負担が既に行われており、費用負担の適正化が行われている。

(4) 効率性評価

事業費の削減余地あり。ただし、実施団体及び他市町村との調整が必要。

人件費の削減余地なし。 最小限度の人員で対応しているため、削減が難しい。

4 事務事業の改革案 (Plan)

(1) 概要（新しい総合計画体系における位置付け）

総合計画 体系（新）	施策（方針）	観光の振興	コード	24
	小施策（推進項目）	観光地域づくりと滞在型観光の推進	コード	24-2

（2）改革改善の方向性

事業成果が事業実施団体の取り組みによることから、より効率的な事業展開ができるよう助言または情報提供する。

（3）改革改善に向けて想定される問題点及びその克服方法

国内の人口及び消費減少による市場縮小。そのため、市場の動向や消費者ニーズの把握，訪日外国人観光客を対象とした商品開発や市場の開拓などの検討が必要。

5 課長意見・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

（1）今後の方向性

- ☐ 現状維持（従来どおりで特に改革改善をしない）
- ☒ 改革改善を行う（事業の統廃合・連携を含む）
- ☐ 終了・廃止・休止

（2）全体総括・今後の改革改善の内容

特産品については、国内各地で新商品の開発が活発化しているものの、生活習慣の変化や人口減少社会の進展など、国内需要の拡大は厳しい環境にあることを踏まえつつ、市場の動向や消費者のニーズを注視しながら事業に取り組む必要がある。

一方で、日本の伝統工芸品や和文化に対する海外の評価は高く、国のクール・ジャパン戦略と関連付けながら、海外販路の開拓とともに、訪日外国人観光客を対象とした商品開発や市場の開拓などについて検討する必要がある。