

事務事業評価シート

(平成 26 年度実施事業)

事務事業名	盛岡市の物産と観光展開催事業			事業コード	1284
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	佐々木 伸司	内線番号	3722
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	54
	基本事業	魅力あふれる物産の振興	コード	543
予算費目名	一般会計 7 款 1 項 2 目 盛岡市の物産と観光展開催事業（011-02）			
特記事項				
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 57 年度
根拠法令等	なし			

(2) 事務事業の概要

首都圏等において物産展を開催し、盛岡の特産品と観光を紹介宣伝し、当市に対する認識を深めてもらうとともに、地場製品の販路拡張と観光客誘致促進を図る。

(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）

昭和 5 7 年度の東北新幹線開業をきっかけに、首都圏における特産品の販路拡大と物産展併せて観光宣伝を行うことによる観光客誘致を行った。

(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。

販路拡大の多様化が進むとともに、新規開拓をすすめるにあたっては、単県開催では大きな売上げが期待できないことから、百貨店側から開催費用の一部負担等を求められている。

2 事務事業の実施状況（Do）・・・・・・・・・・・・・・・・

（1）対象（誰が，何が対象か）

特産品事業者

（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 特産品振興協議会会員数	事業所	96	98	96	100	96
B						
C						

（3）26 年度に実施した主な活動・手順

地場産品事業者ほか関連団体で構成する実行委員会を組織し，負担金を支出するとともに，その事務局事務を行ない，首都圏（熊谷八木橋展）において物産と観光展を開催し，会場となる百貨店の顧客との相乗効果を向上させ，地場産品の宣伝と需要拡大，観光の宣伝を行なった。

（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 開催日程	日	7	7	7	7	7
B 観光パンフレットの配布数	部	10000	10000	10000	10000	10000
C						

（5）意図（対象をどのように変えるのか）

市内を中心とする特産品事業者に首都圏での販路拡張機会を与えるとともに，首都圏在住者の盛岡への観光の誘引を図るものである。

(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 物産展の売上額	■上げる □下げる □維持	千円	22862	18124	13737	40000	36602
B 観光客入り込み	■上げる □下げる □維持	万人	466	471	472	476	497
C 出展者数	■上げる □下げる □維持	事業所	35	29	19	40	46

(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					
	②県	千円					
	③地方債	千円					
	④一般財源	千円	3500	3000	3000	3000	2500
	⑤その他()	千円	0	0	0	0	0
	A 小計 ①～⑤	千円	3500	3000	3000	3000	2500
人件費	⑥延べ業務時間数	時間	336	336	336	336	336
	B 職員人件費 ⑥×4,000 円	千円	1344	1344	1344	1344	1344
計	トータルコスト A+B	千円	4844	4344	4344	4344	3844
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：物産と観光展を開催し、地場産品の展示販売を通じて、盛岡の生活文化、歴史、街等を紹介するとともに、地場産品の重要な観光素材のひとつであることから。

② 市の関与の妥当性

妥当である

理由：開催にあたっては、総合的な企画調整が必要なほか、採算性だけを狙いとする民間催事では、地場産品を製造している零細事業者や実績の乏しい事業者にとって販路拡大の機会を得ることができないため。

③ 対象の妥当性

妥当である

理由：開催にあたっては、総合的な企画調整が必要なほか、採算性だけを狙いとする民間催事では、地場産品を製造している零細事業者や実績の乏しい事業者にとって販路拡大の機会を得ることができないため。

④ 廃止・休止の影響

影響がある。

その内容：物産展の開催は継続して行うことにより、知名度の向上、販路拡大等の効果が現れるものである。また、本物産展は、市が首都圏で定期的に行っている唯一の物産展であることから、廃止した場合、これまで築き上げてきた知名度、販路等が崩壊する可能性がある。

(2) 有効性評価（成果の向上余地）

向上余地がある。

その内容：経費、人件費等の問題はありますが、観光イベントを同時開催するなど、イベントを強化することにより集客効果が期待できる。また、事業者による地場産品の新商品開発などにより、より多く集客することは可能である。

(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）

新規出店者の更なる掘起しを行うことにより、受益機会を増す余地がある。

また、現在、出展している事業者の費用負担はあるが、製作実演者の派遣旅費、商品発送補助等現状の受益者負担割合を見直すことで若干の適正化の余地はあるが、負担増に応じられない零細事業者への配慮が必要である。

(4) 効率性評価

催事会場から開催費用の負担を求められており、事業費の削減は困難である。

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

これまで築き上げてきた知名度，販路等が崩壊しないよう首都圏での継続開催に努める。また，現在の熊谷八木橋店での開催による首都圏での知名度，販路等の向上効果を検証し，更に成果を向上できる（商圏の大きい）開催地を模索していかなければならない。

(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

首都圏での知名度，販路等の向上を目指し，開催地を変更するにあたっては，百貨店側から開催費用の負担を求められることから，予算の増額が必要となる。

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

事業の性格上，同一会場で継続開催することにより顧客の定着化を図ることが効果的であるが，これまでの実績を踏まえつつ，一層の成果向上に向けて，事業の枠組みと実施内容を検証し，新たな市場と顧客層を開拓するための事業展開の企画などの検討が必要と考えられる。