

事業実績シート

1 事業の概要

協会事業名	<input type="checkbox"/> コミュニティ活性化支援事業 <input type="checkbox"/> 定住促進事業 <input checked="" type="checkbox"/> 地域特産品需要拡大支援事業 <input type="checkbox"/> 国際交流支援事業 <input type="checkbox"/> 長崎県防災航空隊常駐化支援事業			
自治体(団体)事業名	平戸ブランド戦略的プロモーション推進事業補助金			
所管局部課	自治体(団体)名	所管部・課名	担当者名	連絡先(TEL)
	平戸市	財務部 企画財政課	土田 一球	0950-22-4111
事業期間	開始年	平成 23 年 4 月 1 日 (6 年目)		
事業実施手法	<input type="checkbox"/> 全部直営 <input type="checkbox"/> 一部委託 <input type="checkbox"/> 全部委託 <input checked="" type="checkbox"/> その他[補助金]			
実施期間	(開始日) 平成 27 年 4 月 1 日 (完了日) 平成 28 年 3 月 31 日			
委託した場合の委託内容	委託先機関名		担当者名	連絡先(TEL)
	(委託内容)			
助成事業の目的 ※住民視点を踏まえて記載してください。	対象(誰を・何を)		意図(どういう状態にしたいのか)	
	平戸市の食、生産者、関係団体		生産者や関係団体と連携しながら、首都圏、福岡都市圏の百貨店や飲食店等でのフェアなどを開催し、平戸市の食の魅力アップを図り、食のブランド化を推進する。取り組みを通じて、平戸の食の取引が拡大し、最終的には交流、さらには定住に繋がることを目指す。また、平戸の食が広く認知されることによって、商品を通じて地域のイメージアップが図られ、価格の上昇、販路・取引の拡大による「生産意欲の向上」や「地場産業の安定と後継者の確保」にもつなげる。	
助成事業の具体的内容 ※事業をまったく知らない人でも、事業の実施内容や実施方法の概要が分かるように入力してください。	<p>1. 首都圏平戸ブランド確立事業</p> <p>(1) 首都圏飲食店連携六次化事業</p> <p>東京都内で運営する飲食店と連携し、平戸産品を総合的に活用した「平戸」を前面に打ち出した店舗展開とする事で知名度向上と取引拡大を図る活動を行った。具体的な手法として、絞り込んだ素材でのフェア開催、消費者や取引可能性の意見等をフィードバックし、生産者と提供店をつなぎ六次産業の推進を図る活動を行った。</p> <p>また、店頭でメニュー化したい商品を飲食店と協同で開発し、出口を見据えた商品作りにも併せて取り組んだ。</p> <p>(2) 首都圏販売拠点創出事業</p> <p>首都圏でいつでも平戸産品が購入出来る販売拠点を創出し、観光や物産情報と合わせて消費者に伝える事で、平戸ファンの獲得と年間を通じた安定的な取引へとつなげる活動を行った。</p> <p>販売拠点としては、全国の選りすぐりの商品を集めた直売所「とれたて村(東京都板橋区)」、都心部で多くの人が行き交う「平戸マルシェ(東京都千代田区有楽町)」、自治体連携により観光と物産振興が図られやすい「あつまる(神奈川県厚木市)」の3箇所を中心に、商談中の店舗</p>			

事業実績シート

での取引を進める活動を行った。

(3) 首都圏平戸ブランドプロモーション事業

首都圏での平戸のブランド力を強め認知度を向上するために、有名百貨店（伊勢丹三越）で著名人とタイアップした平戸産品を活用した商品を開発し販売する他、平戸市単独のフェア開催や九州・長崎店とタイアップし平戸の露出度を増やし認知度を高める活動を行った。

また、東京都内でも大人の女性が多く、食、情報、文化の発信に積極的に取り組んでいる「恵比寿ガーデンプレイス」において、平戸食に染めるホテルでのフェア、飲食店でのメニュー化、直売所等に平戸コーナー設置し平戸産品の販路拡大につなげる活動を行った。

2. 平戸ブランド定着促進事業

(1) 福岡都市圏における販売拠点の創出

福岡市内で生活に密着したエリア、店舗において、この店に行く”いつでも”平戸の商品が購入できる、味わえる拠点づくりを行い観光情報と合わせて広告宣伝する。販売拠点は、天神、博多駅周辺を中心とし、既に取りのある「西鉄ストア（レガネット天神）」セールス中の「直売所（時や）」への平戸コーナー設置を試験的に実施する。また、飲食店へは「平戸直送の旬の鮮魚詰合せ」に絞込み、複数店舗でのフェア開催から常時取り扱い（メニュー化）へとつなげる活動を行った。

(2) 高級ホテルにおけるフェア、関西における平戸産品の認知度向上

福岡都市圏の高級ホテル内レストランとタイアップし平戸の食材を使ったフェアを開催する事でブランド力の向上を図り、フェア後の取引へとつなげる活動を行った。

また、長崎県とタイアップし阪急梅田駅構内での平戸に特化した店舗型物産展を実施し、関西での平戸産品の認知度を高める活動を行った。

3. 観光プロモーション連携事業

観光情報と物産を連動させた事業として、台湾、首都圏で平戸の地名を前面に出した観光物産展を開催し、平戸産品のPRと消費者の購買動向やニーズを把握すると共に、観光誘客へとつなげる活動を行った。

4. 営業活動

関東・関西及び福岡都市圏を中心に、物産展の開催、取引等の営業を実施した。とにかく、電話やメールでは難しい商談も顔を合わせる事で成立する事が多くあるので、必要に応じて顔を合わせて商談する事を心がけた。

5. 協議会運営

関係団体等で構成する協議会の運営を行った。

事業実績シート

事業開始の背景、これまでの経緯及び現状	<p>(事業開始の背景)</p> <p>市内の1次生産者である農業・漁業従事者は、一部では直売所での販売を展開しているものの、市場や系統出荷を流通の主体としており、流通実態や経済情勢（デフレ傾向）によって収益の確保が難しい状況に置かれている。また、加工業者においても有利な販路を有する場合を除き、価格競争により1次生産者同様の厳しい状況にある。</p> <p>そこで、平成20年度に、市内の各関係者（生産者・加工業者・農協・漁協・森林組合・飲食店・宿泊施設・直売所・商工会議所・観光協会など）から成る「平戸市地域資源ブランド化推進協議会」を設立し、明確な戦略性のある取り組みを強力に推進することにより収益確保と生産意欲の向上、後継者の確保などを行うことを目的に事業を開始。</p> <p>これらは、平戸市全体として広く関係者のコンセンサスを得ながら展開しており、首都圏へのプロモーションや新たな地域特産品を活かした販売促進と観光客の誘客を期待するものであり、平戸市の主要施策に挙げられている。</p>
	<p>(経緯・現状)</p> <p>上記同様</p>

事業実績シート

2 実績結果

事業費の推移		前々年度決算	前年度決算	当該年度決算				
事業費(円)		10,000,000	25,000,000	25,000,000				
(財源内訳)	国庫支出金							
	県支出金							
	地方債		25,000,000	24,000,000				
	その他							
	市町振興共同事業助成金			1,000,000				
	一般財源	10,000,000						
成果(活動)指標	指標名		指標設定の考え方	単位	区分	前々年度	前年度	当該年度
	①	市外での食のイベント開催数	ブランド化推進の指標として適当	回	目標			10
					実績			10
				目標達成率(%)				100.0
	②	平戸の食材を取扱う市外飲食店数	営業実績の指標として適当	店舗	目標			5
					実績			7
				目標達成率(%)				140.0

3 事業の振り返り

必要性の点検	(1) 公共性評価		<div style="text-align: center;"> 必需(+) 私益(-) 公益(+) 選択(-) </div>
	(公益性) <input checked="" type="checkbox"/> 広く社会に利益をもたらすサービス <input type="checkbox"/> 特定の個人又は集団のためのサービス <input type="checkbox"/> 上記以外の中間的なサービス	(必要性) <input type="checkbox"/> 住民生活に必要不可欠なサービス <input type="checkbox"/> 住民生活に必要不可欠ではないサービス <input checked="" type="checkbox"/> 上記以外の中間的なサービス	
	(2) 行政関与の妥当性評価		(3) 廃止又は休止した場合の影響
妥当性低い (ー) 妥当性高い (+) 		(影響内容、程度等) 平戸市の主要産業である農林水産業、観光業に大きく貢献している事業であり、平成26年度に寄付額日本一となった「ふるさと納税」の取組みの礎である。今後は各地域で地方創生の取組みが展開されるが、この事業なくして平戸市の地方創生はないと考える。	

事業実績シート

4 有効性の点検、効率性の点検

有効性の点検	(1) 成果(活動)指標の達成状況		(左記結果となった理由)	
	<input checked="" type="checkbox"/> 成果(活動)指標の実績値は、目標をほぼ達成した <input type="checkbox"/> 成果(活動)指標の実績値は、目標を下回った		営業活動の成果	
	(2) 成果(活動)指標を向上させるため、事業内容や実施方法を工夫する余地			
	<input type="checkbox"/> 工夫の余地はない <input checked="" type="checkbox"/> 工夫の余地がある		(工夫の内容・工夫の余地がない理由)	
	実施予定 期 日	28年度中	・食メニューの開発 ・地域資源の掘り起こし	
(3) 類似事業との統合		(統合可能性のある類似事業名、統合不可能な場合はその理由)		
<input type="checkbox"/> 類似する事業と統合可能 <input type="checkbox"/> 類似する事業はあるが、統合不可能 <input checked="" type="checkbox"/> 類似する事業はない		この事業自体が統合した事業のため		
効率性の点検	(1) 民間委託化等の妥当性評価		(具体的内容)	
	<input type="checkbox"/> 民間委託化や非常勤化等を検討すべき業務がある <input checked="" type="checkbox"/> 民間委託化や非常勤化等を検討すべき業務はない		関係団体等で協議会を組織し、役割分担を行いながら、官民一体の取り組みとなっている。	
	(2) 受益者負担の適正化等による歳入確保		(判断理由と可能な歳入確保内容)	
	<input checked="" type="checkbox"/> 既に受益者負担の見直し等で歳入確保を実施済み <input type="checkbox"/> 受益者負担の見直し等で歳入確保は可能 <input type="checkbox"/> 受益者負担の見直し等での歳入確保は困難		可能な範囲の受益者負担(出店手数料)を実施している状況である。	

5 今後の方向性

必要性の点検から	<input type="checkbox"/> 事業休止	<input type="checkbox"/> 事業廃止	<input type="checkbox"/> 民営	<input type="checkbox"/> 事業終了(完了)	■ 現状維持
実施予定時期					
有効性の点検から	<input type="checkbox"/> サービス水準低下	<input type="checkbox"/> サービス水準向上	<input type="checkbox"/> 類似事業との統合		■ 現状維持
実施予定時期					
効率性の点検から	<input type="checkbox"/> 委託化	<input type="checkbox"/> 非常勤化	<input type="checkbox"/> 受益者負担の見直し	<input type="checkbox"/> 広告料収入等の新たな歳入の確保	■ 現状維持
実施予定時期					
具体的内容	今後も、内容の改善に取り組みながら継続して実施する。				