

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	産業振興部 商工物産課	松尾 桂宏	0950-22-4111
事業期間	開始年	平成21年4月1日(8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29年4月1日		(完了日) 平成30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)		
	平戸市自体、また平戸の産品、食、生産者及び関係団体	<p>平戸市内の生産者や関係団体と連携しながら、首都圏域を中心に効果的なプロモーション活動を観光等と連携し、「平戸」の認知度向上と、地場産品の取引・販路拡大を図るため、平戸産品を「知る」「味わう」「購入できる」拠点の創出に取り組む。拠点としては、外食産業における公認飲食店と連携した事業展開とともに、効果的に平戸市のブランディングが図れる本市単独のアンテナショップ展開、小売店との連携による物産及び観光振興に繋がる事業を展開する。</p> <p>首都圏、関西圏、福岡都市圏域において戦略的にマーケットを拡大することによる「平戸ブランド」の認知度向上によって、さらなる「平戸ブランド」の定着・促進と繋がることで、最終的には人的交流、さらには本市への定住へと繋がることを期待する。</p> <p>また、本市の地域特産品が広く認知されることにより、商品を通じた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現場における「生産意欲の向上」や「地場産業の安定と後継者の確保」へも繋げていきたい。</p>		

事業実績シート

1. 首都圏アンテナ飲食店連携事業

東京上野の平戸市公認居酒屋「長崎県 平戸漁港 六次朗」の他に、平戸産品を多く取り扱う首都圏飲食店での平戸産品の PR と販売促進、またテストマーケティングの場としても活用し、首都圏に流通を図りたい素材を活用したフェアを実施し、料理人や消費者の反応を検証するとともに地元生産者へ情報のフィードバックを行った。

2. 首都圏平戸産品販売拠点創出事業

首都圏に平戸の地名を打ち出した平戸産品の店舗型販売拠点の開設を継続し、引き続き首都圏における店舗型アンテナショップの検証を行うとともに、商品と消費者の関わる機会を活性化することで顧客獲得による取引拡大に繋げ平戸市のブランディングを図った。また、平戸産品の取引拡大と併せて本市の観光や物産情報等の食の魅力を消費者に伝えることで平戸ファンをさらに獲得し、年間を通じた安定的な取引へと繋げることができた。

3. 首都圏平戸産品プロモーション事業

首都圏において平戸産品の知名度を高め恒常的な取引へと繋げるため、訴求力の高い企業や店舗とタイアップし平戸を打ち出したイベントの開催や PR 事業を実施した。

4. 関西圏平戸産品プロモーション事業

大手総合店舗において、平戸市観光物産展を開催することにより、平戸の知名度向上による物産や観光振興だけでなく、関西の消費者の平戸産品に対するニーズを検証し、百貨店やスーパーなどとの取引拡大にも繋げることができた。また、新たに関西において、平戸市公認居酒屋を新規オープンし、平戸の PR と平戸産品活用による販売促進、またテストマーケティングの場としても活用し、関西圏に流通を図りたい素材を活用したメニューを提供し、料理人や消費者の反応を検証するとともに地元生産者へ情報をフィードバックすることができた。

5. 福岡都市圏販売拠点創出事業

福岡都市圏の大手百貨店においてフェアを開催し、平戸の知名度向上とともに誘客への促進を図った。また、福岡における人気の飲食店舗において複数店舗で一同に「平戸フェア」を開催し、平戸産品を活かしたメニューを提供し、料理人や消費者の反応を検証するとともに、新たな販路・取引拡大へと繋げることができた。

6. 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、首都圏等で平戸の地名を前面に出した観光物産展に参加し、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ともに、観光誘客へと繋げた。また、全国市町村の特産品や観光情報を集めたデータベースサイトを活用し、平戸の情報発信と一般消費者や外食産業、小売、流通業界へピンポイントに平戸産品の情報を発信した。

7. 協議会運営費

関係団体等で構成する協議会の運営を行った。

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。

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>地域資源のブランド化を推進するため、農林水産業、観光及び物産関連分野が一体となり「平戸市地域資源ブランド化推進協議会」を組織し、戦略的に物産の販路・取引拡大に取り組み平戸の地域資源のブランド化に継続して取り組んでいる。首都圏、関西圏、福岡都市圏を中心に効果的なプロモーション活動を観光の情報発信と連携し、「平戸」の認知度向上と地場製品の取引・販路拡大を図るため、平戸産品を「知る」「味わう」「購入できる」拠点の創出に取り組んでいる。</p> <p>この事業は、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、平戸産品の都市圏へのプロモーション活動を軸に、地域の特産品、新商品等を活かした販売・取引促進と観光客の誘客、生産現場の安定・活性化を期待するものであり、平戸市の主要施策としても挙げられている。</p>
	<p>(経緯・現状)</p> <p>上記同様</p>

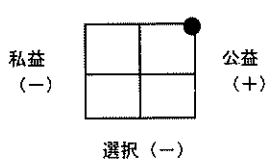
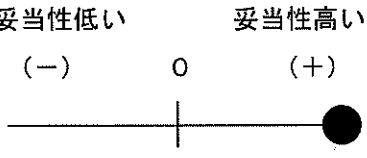
事業実績シート

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)		25,000,000	25,000,000	25,000,000
(財源内訳)	国庫支出金			
	県支出金			
	地方債	24,000,000	24,000,000	24,000,000
	その他			
	市町振興共同事業助成金	1,000,000	1,000,000	1,000,000
	一般財源			

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		
実績								12
目標達成率 (%)							120.0	
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			15
					実績			24
				目標達成率 (%)			160.0	

3 事業の振り返り

必要性の点検	(1) 公共性評価		必需 (+) 
	(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	(必需性) <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 妥当性高い (-) 0 (+) 		(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、この事業なくして今後の平戸市の地方創生はないと思われる。生産者の「生産意欲の向上」や地域における「地場産業の安定と後継者の確保」のためにも必要と思われる。	

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		積極的な営業活動の成果	
	(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	29年度中	・新たな産品メニューの開発 ・新たな地域資源の掘り起こし ・新たな企業や関係機関との連携	
(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(出展手数料等)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)	<input checked="" type="checkbox"/> 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		<input checked="" type="checkbox"/> 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	<input checked="" type="checkbox"/> 現状維持
実施予定時期					
具体的内容	今後も、事業内容をさらに有効性のあるものとするため、より良く改善を加えて取り組みながら継続して実施していく。				