

事業実績シート

1 事業の概要

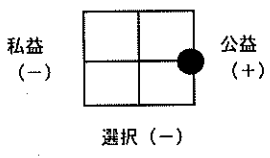

協会事業名	<input type="checkbox"/> コミュニティ活性化支援事業 <input type="checkbox"/> 定住促進事業 <input checked="" type="checkbox"/> 地域特産品需要拡大支援事業 <input type="checkbox"/> 国際交流支援事業 <input type="checkbox"/> 長崎県防災航空隊常駐化支援事業			
自治体(団体)事業名	地場産品普及促進支援事業 (アンテナショップ活用事業)			
所管局部課	自治体(団体)名	所管部・課名	担当者名	連絡先(TEL)
	諫早市	商工振興部・商工観光課	中島 梨奈	0957-22-1500(内線3644)
事業期間	開始年	平成29年 4月 1日 (2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[諫早観光物産コンベンション協会]			
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)	
	・関東圏在住者		地場産品愛用の啓蒙と地域経済の活性化に資するため、諫早市の地場産品普及促進・販路拡大を行うと共に、販売促進強化の時期に合わせた地場産品の販売を行うことにより、諫早市経済の活性化を図る。	
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。	・東京の日本橋にある長崎県のアンテナショップ「日本橋 長崎館」を活用して、地場産品普及促進及び販路拡大のための「いさはやWEEK」を実施する。 【イベント開催日】 ・第1回6月1日～4日 ・第2回11月23日～26日 ・第3回2月1日～2日 【イベント内容】 ・特産品のPR販売 ・先着プレゼントの実施 ・もちまき ・のんこの皿踊りの披露 ・ガラポン抽選会			
事業開始の背景、これまでの経緯及び現状	(事業開始の背景)			
	平成28年3月7日に東京日本橋にある長崎県アンテナショップ「日本橋 長崎館」がオープン。「日本橋 長崎館」で実施されるイベント等を通して、関東圏と地元の人・物・情報の交流を円滑に実施し、長崎県のイメージアップと物産、観光等の振興を図ることを目的とされている。			
	(経緯・現状)			
	このことから、諫早市においても、首都圏での地場産品普及促進及び販路拡大を図るために、平成28年度から「いさはやWEEK」を開催しており、平成29年度も3回開催した。 春、秋、冬の諫早の特徴を出したイベントであり、関東圏の方を始め、諫早出身の関東圏在住者の方も多く見えられ、観光・物産のPRを図ることができた。			

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)		-	4,000,000	4,000,000					
(財源内訳)	国庫支出金								
	県支出金								
	地方債								
	その他								
	市町振興共同事業助成金		1,000,000	1,000,000					
	一般財源		3,000,000	3,000,000					
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	来館者数	アンテナショップに来館された人により、諫早市への関心やPR効果が推計される。		人	目標	-	20,000	15,000
						実績	-	21,468	15,539
					目標達成率 (%)	-	107.3	103.6	
	②	売上金額	アンテナショップにおける諫早市の売上金額により、諫早市の特産品が首都圏においてどう評価されたかが推計される。		円	目標	-	3,000,000	1,500,000
						実績	-	2,496,225	746,053
					目標達成率 (%)	-	83.2	49.7	

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) 首都圏において観光・物産PRを図ることが困難になり、市内企業が関東圏のマーケット調査を容易にできなくなるため、地場産品普及促進及び販路拡大に影響を及ぼす。

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 type="checkbox"/> 成果(活動)指標の実績値は、目標をほぼ達成した <input checked="" type="checkbox"/> 成果(活動)指標の実績値は、目標を下回った		平成29年度は観光PRを重点的に行ったため、物産の販売量が少なく売上の目標が達成できなかったが、昨年度より少ない開催日数でも多くの方に来館いただき魅力を発信することができた。
	(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	H30年6月 12月	・イベントのPRを強化(関東圏でのメディア活用) ・特産品の情報収集及び魅力発信 ・イベント内容の見直し
(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			
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		
	(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		アンテナショップで販売する物産等はコンベンション協会へ委託して販売しているため、手数料を徴収している。	

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	<p>【必要性】平成28年度から始めた事業であり、必要性を検証するには短期間であること、来館者から好評を得ていることから現状維持。</p> <p>【有効性】同様に、有効性を検証するには短期間であること、首都圏での観光・物産PRが図れることなどから現状維持。</p> <p>【効率性】すでに手数料として徴収できてはいるが、効率性を検証するには短期間であることから現状維持。</p>				