

## 事業実績シート

### 1 事業の概要 実績結果

<b>協会事業名</b>	<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			
<b>自治体(団体)事業名</b>	長与町 PR 事業 (ソーサイト・マルシェの開催)			
<b>所管局部課</b>	自治体(団体)名	所管部・課名	担当者名	連絡先(TEL)
	長与町	建設産業部・産業振興課	川内・神崎	095-883-1111
<b>事業期間</b>	開始年	平成	24年	4月 1日
<b>事業実施手法</b>	<input checked="" type="checkbox"/> 全部直営 <input type="checkbox"/> 一部委託 <input type="checkbox"/> 全部委託 <input type="checkbox"/> その他[                      ]			
<b>実施期間</b>	(開始日)    年    月    日		(完了日)    年    月    日	
<b>委託した場合の委託内容</b>	委託先機関名		担当者名	連絡先(TEL)
<b>助成事業の目的</b> ※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)	
	町民 近隣住民 町内の事業者		マルシェ出店舗やヘルシーウォーキングコースで長与町に再度訪れるきっかけ作りを目指す。また、長与町の魅力を町内外に発信することで、町の知名度を上げ、交流人口の増加と町を活性化させることを目的とする。	
<b>助成事業の具体的内容</b> ※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>「長与ソーサイト・マルシェ」という屋外物産販売イベント開催及び商店街側公園にイルミネーション設置を行い、長与町及び長与町の特産品 PR を図った。</p> <p>長与ソーサイト・マルシェでは、66 店舗の出店、移動動物園の設置のほか、会場近くの特産品直売所である「直売所まんてん」において特産品をより知ってもらうため特産品を使った料理の実演試食販売などを行い幅広い世代の来場を図った。大村湾沿いの愛称「長与ソーサイト・ストリート」の PR のために同時開催した「ながよヘルシーウォーキング大会」参加者にも参加特典としてマルシェでの抽選会に使用できるポイントを配付するなど来場者の増加に努めた。その他、マルシェ会場内では長与町の環境を知ってもらうコーナー(長与町の環境クイズ実施)設置、イメージキャラクターコーナー設置、町内の見どころ・お食事処・お土産処を地図付きで掲載したガイドブック配布など、長与町へ再度来て頂けるよう長与町及び町内店舗の PR を行った。</p> <p>抽選会では、目当ての店だけではなく長与町内にあるいろいろな店を来場者へ知ってもらうためスクリーン式とすることや、抽選会の景品として出店店舗から提供をいただくことでより多くの店舗を来場者に回ってもらう仕組みを作り周知に努めた。</p> <p>また、日頃、特産品を扱う商店街側の公園においてイルミネーションを設置し集客を図る取組を行い、特産品の需要拡大に努めた。</p>			
<b>事業開始の背景、これまでの経緯及び現状</b>	(事業開始の背景)			
	町の活性化と交流人口の増加を図るために、イメージキャラクター「ミクン」を活用し、SNS による情報発信や町内外の各種イベントへの出演など、長与町の知名度アップに努めてきた。長与町の特産品やミクンの認知度アップを図るとともに、長与町内にこだわりのある商店が多くあることを PR するため、マルシェを開催した。			
(経緯・現状)				
昨年に引き続き、ミクンの誕生月の 3 月にあわせて長与町の魅力を発信するイベントを開催した。イベント内では環境に配慮する町であることをアピールするために環境クイズ、特産品を PR するために長与町のガイドブックの配付、ヘルシーウォーキング大会との同時開催を行った。また、商店街にイルミネーションを設置し特産品の需要拡大に努めた。				

### 事業実績シート

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)		1,495,546	1,062,700	1,279,273				
(財源内訳)	国庫支出金							
	県支出金							
	地方債							
	その他	110,000						
	市町振興共同事業助成金	692,773	531,350	637,036				
	一般財源	692,773	531,350	642,237				
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	長与シーサイトマルシェ facebook 「イイね！」数	長与シーサイトマルシェ facebook 開 催日当日「イイね！」数		目標		1,200	1,200
					実績	1,171	1,305	1,325
					目標達成率 (%)		108	110
	②	集客数	長与シーサイドマルシェ会 場への来場者数		目標	10,000	10,000	10,000
					実績	5,500	7,000	5,000
目標達成率 (%)					55	70	50	

### 3 事業の振り返り

必要性の点検	(1) 公共性評価		必需 (+)  私益 (-)      公益 (+) 選択 (-)
	(公益性) <input 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 checked="" 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) 5,000 人を超える来場者が見込めるイベントで、町の PR をする機会 が失われる。	

## 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 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		町外の他3月開催イベントとの集客分散。 また、出店事業者のマナー化により来場者の足が遠のいた。	
	(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	平成 28年度	今後も長与町のPRを各方面から行えるよう町内他イベントとのタイアップを図ることや、町内行事日程の把握を十分に行い、交流人口の分散にならないよう努力する必要がある。 また、特産品PRについてはイベント時だけに留まらず再度工夫し行う。	
(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 checked="" type="checkbox"/> 類似する事業はあるが、統合不可能 <input type="checkbox"/> 類似する事業はない		町内で行われるイベントとして類似するものがあるが、開催時期の違いや開催主体の違いから統合不可能と考える。		
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 checked="" 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 type="checkbox"/> 民間委託化や非常勤化等を検討すべき業務はない		実行委員会と共同で行うことで長与町内の商業の発展にも繋がると考えられるが、現在町職員が事務局としておこなっている準備や当日運営などを民間への委託することにより、経費削減につながることはあると考えるため。	
	(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 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 checked="" 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		町のPR事業に受益者負担の考え方はなじまないが、マルシェ開催は出店者にも利益が発生するため、出店料の引き上げなど検討の余地はある(現在も出店料の負担あり)		

### 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	イメージキャラクターや特産品を通して、今後も長与町に親しみを持っていただけるよう努め、併せてマルシェ以外でも町内業者及び特産品の周知方法について改善を行う。				