

事務事業事後評価シート[平成26年度事業]

1. 基本情報

| | | | | |
|-------------|--|---------------------------|------|---------|
| ■事業の担当課 | 農林部農林企画課 | | ■担当係 | 産業連携推進係 |
| ■評価事業名称 | 農産物ブランドアップ対策事業 | | | |
| ■評価事業コード | 050100 - 201 | ■会計区分 | 一般会計 | |
| ■総合計画での位置づけ | ■政策 | 03 ひと・技・資源を組合せ活気うまれるまちづくり | | |
| | ■基本施策 | 03 魅力ある農林業の振興 | | |
| | ■施策 | 02 農産物の高付加価値化と新たな流通の開拓 | | |
| ■事業の種類 | 05 ソフト事業(任意) | ■政策・業務区分 | 政策 | |
| ■法令の根拠区分 | 法令に特に定めのないもの | | | |
| ■法令等の名称 | | | | |
| ■関連計画の名称 | | | | |
| ■事業の概要 | 付加価値の高い農産物の生産・加工の振興を図るため、地産地消の実践、加工品の開発などによる地元農産物のブランド向上に関する先導的な取り組みに対し支援するもの。消費者との交流事業や地産地消の実践的な取り組み、地元農産物を使用した加工品の開発等、農産物のブランド向上に対する事業支援。「ニ子さといも」が地域団体商標登録予定であり、それに合わせてPR活動を展開し、ブランドの確立を図る。また、地元農産物のブランド向上に関する先導的な取組みを支援することにより、農産物の高付加価値化を図る。 | | | |

2. 細事業の活動実績情報

| 細事業コード | 細事業名称 | 事業の対象 | 平成26年度事業計画 | 平成26年度事業量実績 |
|--------|----------------|---------------------|---|---|
| 01 | 農産物ブランドアップ対策事業 | 農家、農業生産法人等の、個人または団体 | ・展示会、イベント出店、テストマーケティング支援。□「ニ子さといも」等特産物のブランド化を強化するための商品開発支援。 | ・銀河プラザへの出店「北上うまいもの市」(商品送料、出店者及び従事者旅費等 計339千円) □アンテナショップレストラン「なみへい」による北上産食材PRイベントの実施(レストラン業務委託料他計344千円) □北上市農産物PRタペストリー製作(製作業務委託料 104千円) |

3. 投入コスト情報

(単位:千円)

| | 平成23年度 | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 備考 |
|-----------------|--------|--------|--------|--------|----|
| 直接事業費 | | | 939 | 865 | |
| 人件費 | | | 1,298 | 1,767 | |
| その他(公債費・減価償却費等) | | | | | |
| フルコスト | | | 2,237 | 2,632 | |

4. 評価指標等の状況

5. 事後評価(「政策」事業類型5・6のみ)

| | | |
|---|--|---|
| <p>■目標達成状況</p> <p><input type="radio"/> A. 順調</p> <p><input checked="" type="radio"/> B. 概ね順調</p> <p><input type="radio"/> C. 遅れている</p> | <p>達成状況の分析</p> <p>イベント出店は、リピーターも増えてきており、イベントでのPR活動は継続性も重要である。産直や生産者が主体となって販売することで、消費者へのPRがより強化されるとともに、消費者の反応を見るいい機会となっている。</p> | <p>問題点・課題等</p> <p>イベント出店において、市職員が商品を預かって販売するのはPRにはなるが、産直や生産者の販売力向上に繋がらないため、極力産直や生産者が主体となって販売、PRすることが望ましい。</p> |
| <p>1. 直接的な受益者の範囲</p> <p><input type="radio"/> 不特定多数に及ぶ</p> <p><input checked="" type="radio"/> 特定されるが多数に及ぶ</p> <p><input type="radio"/> 特定少数に限定される</p> | <p>2. 事業廃止の影響</p> <p><input type="radio"/> 大きな不利益やリスクが生じる</p> <p><input checked="" type="radio"/> ある程度の不利益やリスクが生じる</p> <p><input type="radio"/> 不利益やリスクは小さい</p> | <p>3. 国・県・民間との競合関係の有無</p> <p><input type="radio"/> 類似の事業はない</p> <p><input checked="" type="radio"/> 類似の事業はあるが競合はない</p> <p><input type="radio"/> 類似の事業があり競合する</p> |
| <p>4. 事業へのニーズの変化</p> <p><input checked="" type="radio"/> ニーズが高まっている</p> <p><input type="radio"/> ニーズは変わらない</p> <p><input type="radio"/> ニーズが低下している又は合致しない</p> | <p>5. 施策の改善需要度(市民意識調査)</p> <p><input type="radio"/> 順位が高い</p> <p><input checked="" type="radio"/> 順位が中程度</p> <p><input type="radio"/> 順位が低い</p> | <p>6. 施策の優先度(市民意識調査)</p> <p><input checked="" type="radio"/> 順位が高い</p> <p><input type="radio"/> 順位が中程度</p> <p><input type="radio"/> 順位が低い</p> |
| <p>7. 他市町村に比較しての優位性</p> <p><input type="radio"/> 先進的またはユニークな事業である</p> <p><input checked="" type="radio"/> 他と同程度の事業である</p> <p><input type="radio"/> 遅れている事業である</p> | <p>8. 実施主体の代替性</p> <p><input type="radio"/> 民間委託等の拡充は難しい</p> <p><input checked="" type="radio"/> 民間委託等の拡充が十分に可能</p> <p><input type="radio"/> 全部委託や実施主体の移行が可能</p> | <p>9. 経済性・効率性の向上</p> <p><input checked="" type="radio"/> 今以上の効率化や改善は難しい</p> <p><input type="radio"/> 効率化や改善を図ることは十分に可能</p> <p><input type="radio"/> 効率化や改善の余地が大きい</p> |
| <p>■今後の方向性</p> <p><input type="radio"/> I. 拡充</p> <p><input checked="" type="radio"/> II. 継続</p> <p><input type="radio"/> III. 縮小・要改善</p> <p><input type="radio"/> IV. 民間活用・協働事業化</p> <p><input type="radio"/> V. 廃止・休止</p> <p><input type="radio"/> VI. 完了</p> | <p>補足説明</p> | |