

事務事業事後評価シート[平成30年度事業]

1. 基本情報

■事業の担当課	農林部農業振興課	■担当係	園芸畜産係
■評価事業名称	首都圏域消費地交流事業		
■事業開始年度	平成17年度		
■評価事業コード	050200 - 211	■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 農産品の高付加価値化と新たな流通の開拓	
■事業の類型	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			
■事業の目的と概要	首都圏消費地との交流により地域特産品のPRと販路拡大の推進を図る。千葉県流山市民まつり「姉妹都市・友好都市物産展」に出店し、特産品である、りんご、二子さといも等を持参し流山市民に直接販売する。		

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30年度事業計画	平成30年度事業量実績
11	流山市民まつり物産展出店事業	花巻農協、北上市物産開発推進協議会	・北上市の友好都市である千葉県流山市の市民まつりにおいて、北上地域の特産品のPR活動及び販売。・実施日 11月4日・りんご、さといも等販売、いものこ汁試食提供を実施。	・実施日 11月4日(日)・りんご、さといも、お菓子等の販売・りんご150箱、さといも100袋完売・いものこ汁の試食提供

3. 投入コスト情報

(単位:千円)

	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	備考
直接事業費	12	11	8	14	
人件費	1,564	1,952	1,374	2,459	
その他(公債費・減価償却費等)					
フルコスト	1,576	1,963	1,382	2,473	

4. 評価指標等の状況

指標コード	指標名	27年度	28年度	29年度	30年度	指標の説明
01	主要農産物の持込数量			2,610個	3,000個	りんご持込個数※3,000個はあくまで目標数値であり、秋の作柄に影響されます。
02	販売参加者数	市3人 JA2人 りんご生産者2人 二子いも生産者2人 副市長	市4人 JA1人 りんご生産者2人	市3人 JA2人 りんご生産者2人 さといも生産者2人	市3人、JA2人、 りんご生産者2人、 さといも生産者2人	平成21年度JA2人、農家2人、市職員2人

事務事業事後評価シート[平成30年度事業]

03	主要農産物の販売率	1	1	0.71	1	りんご販売量/持込数量の比率
----	-----------	---	---	------	---	----------------

5. 事後評価(「政策」事業類型5・6のみ)

■目標達成状況

- A. 順調
- B. 概ね順調
- C. 遅れている

達成状況の分析

特産品であるりんご、二子さといもを販売し、PRと販路拡大を図った。

問題点・課題等

なし

1. 直接的な受益者の範囲

- 不特定多数に及ぶ
- 特定されるが多数に及ぶ
- 特定少数に限定される

2. 国・県・民間との競合関係の有無

- 類似の事業はない
- 類似の事業はあるが競合はない
- 類似の事業があり競合する

3. 事業廃止の影響・貢献度

- 事業の廃止により重大な問題が発生する
- 事業の廃止により何らかの問題が発生する
- 事業の廃止による問題は想定されない

4. 市民生活・企業活動への貢献度

- 市民生活・企業活動の維持に不可欠
- 市民生活・企業活動の維持に一定程度貢献している
- 市民生活・企業活動の維持への貢献度は低い

5. 事業廃止の影響を受ける受益者の割合

- 1. で選択した人の大多数(70%程度)
- 1. で選択した人の半分程度(50%程度)
- 1. で選択した人の少数(30%程度)

6. 事業へのニーズの変化

- ニーズが高まっている
- ニーズは変わらない
- ニーズが低下している又は合致しない

7. 施策の改善需要度(市民意識調査)

- 順位が高い
- 順位が中程度
- 順位が低い

8. 施策の優先度(市民意識調査)

- 順位が高い
- 順位が中程度
- 順位が低い

9. 他市町村に比較しての優位性

- 先進的またはユニークな事業である
- 他と同程度の事業である
- 遅れている事業である

10. 実施主体の代替性

- 民間委託等の拡充は難しい
- 民間委託等の拡充が十分に可能
- 全部委託や実施主体の移行が可能

11. 経済性・効率性の向上

- 今以上の効率化や改善は難しい
- 効率化や改善を図ることは十分に可能
- 効率化や改善の余地が大きい

■事業の見直し方策(評価項目2,4の補足説明含む)

長年交流を継続しており、地域特産品のPRの推進を図るためにも必要である。

■今後の方向性

- I. 拡充
- II. 継続
- III. 縮小
- IV. 廃止・休止
- V. 完了