

施策評価シート (評価対象年度：平成30年度)

1. 基本的事項

① 施策名〔施策小〕	1 「せんなんブランド」の確立	② 施策番号	3434
③ まちづくりの方向〔政策(章)〕	3 産業の活力が増し、賑わいと交流が生まれるまち		
④ 基本施策〔施策大(節)〕	4 豊かな地域資源を有効に活かし、さまざまな人々が行き交う観光・交流のまちをめざします		
⑤ 基本的方向〔施策中〕	3 物産開発の促進		
⑥ 担当部名	⑦ 担当課名		
市民生活環境部	産業観光課		

2. 施策の現状把握

[1] 施策の対象・意図

① 施策の対象(誰、何に対して施策を実施するのか)	市内の特徴ある農水産物
② 意図(対象をどのような状態にしたいのか。何を狙っているのか)	市内の特徴ある農水産物やこれらを利用した食品や料理などの食ブランドをはじめ、魅力的な特産品の開発を進め、観光の大きな要素である食文化や特産品の魅力を高める。
③ 環境(この施策を取り巻く状況はどのような状態なのか、また、国や府の動きはどのような状態で、今後どのように変化していくと考えられるか)	農林水産物の自由化の進展及び価格の低迷、消費者意識の多様化・高品質志向等の変化により、従来製品との差別化による販路拡大等を目指し、従来とは異なるブランド化に取り組む生産側の動き(〇〇牛、黒豚、地鶏、有機農産物等)が目目されるようになっている。

[2] 施策指標及び推移

施策指標(成果指標)	単位	指標とした理由・考え方
① 養殖アナゴの養殖数 計算式:	匹	泉南アナゴの保全・再生と併せ、地域活性化を図るため、泉南アナゴの養殖によるブランド化を目指しており、この養殖アナゴの養殖数により、ブランド化の進捗が一定わかるため。
② 計算式:		
③ 計算式:		

指標名	単位	H28実績	H29実績	H30実績	R1見込	R2目標	備考	
① 養殖アナゴの養殖数	匹	目標値			10,000	15,000		
		実績値	2,000	5,000	7,000	—	—	
		達成率						
②		目標値						
		実績値						
		達成率						
③		目標値						
		実績値						
		達成率						

[3] 施策を構成する事務事業

	事務事業名	成果指標				総事業費(千円)			事務事業評価結果		重点化	
		指標名	単位	H29実績	H30実績	R1見込	H29実績	H30実績	R1見込	総合評価		今後の方針
1	産官学連携まち・海・里山活性化推進事業(水産振興)	アナゴの養殖数	匹	5,000	7,000	10,000	14,023	12,825	11,135	A	ウ	◎
2												
3												
4												
5												
6												
7												
8												
計	1						14,023	12,825	11,135			

3. 施策の評価

評価の視点	説明・コメント等
①本施策の意図すること(目的)は、上位施策(施策中)の達成にどのように貢献しますか。 (施策所管課等としての考えをお示ください。)	市内の特徴ある農水産物やこれらを利用した食品や料理などの食ブランドや魅力的な特産品の開発を進め、観光の大きな要素である食文化や特産品の魅力を高めることは、物産開発の促進につながる。
②本施策で設定した指標から何が読み取れますか。 (2[2]の表の数値の推移から分析できることをお示ください。)	養殖アナゴの養殖数が順調に増えており、せんなんブランドの一つである泉南アナゴのブランド化の進捗、せんなんブランドの確立への進捗が一定進んでいることがわかる。
③本施策において市民、団体等との役割分担や市の関与は適切ですか。 (施策所管課等としての考え(理想と現実)をお示ください。)	関係団体等と連携を図り、役割分担を行い適切に対応している。
④施策を構成する事務事業は適正ですか。 (2[3]を踏まえ、施策目標に対し事務事業にずれはないか、数は適正かについて考えをお示ください。)	事務事業の内容は施策に適応しており、適正である。
⑤施策を構成する事務事業の中で重点化及び縮小化についてどのように考えますか。 (2[3]において、◎、○、▲とした理由をお示ください。)	本事務事業は泉南アナゴ(養殖アナゴ)のブランド化を図ることにより、新たな特産品を開発し観光資源としての活用による市全域の活性化を目指しており、重点化すべきと考える。

4. 一次評価(所管課評価)

	評価(A~D)	課題等	A: 施策達成に向けた取組や展開などが大変評価できる B: 施策達成に向けた取組や展開などが適切に行われている C: 施策達成に向けた取組や展開などが適切に行われているものの、改善の余地がある D: 施策達成に向けた取組や展開などが不十分であり、改善の余地が大いにある
一次評価	C	ブランドを確立していくには、ブランドの評価が一夜にして失われることもある一方、ブランドの確立に至るまでには、取組主体の強い継続意思と長い時間を要するものであり、関係団体等とより連携しながら進めていく必要がある。	

5. 改革、改善案

即時的対応 (すぐに取り組む改善案)	泉南あなごがせんなんブランドとして確立されるよう、取組み主体である関係団体等と連携しながら、養殖事業の経営計画の策定、市場出荷を進め、積極的なPRの展開による付加価値の付与を進めていく。
短期的対応 (1、2年のうちに取り組む改善案)	取組み主体である関係団体等と連携しながら、養殖事業が採算の合う事業となるよう、設備の充実とともにPRを展開し、泉南あなごをせんなんブランドとして確立・定着させていく。
中長期的対応 (3~5年をめぐりに取り組む改善案)	取組み主体である関係団体等と連携しながら、積極的なPRを展開することにより、泉南あなごをせんなんブランドとして確立・定着させていく。

6. 二次評価(行革・財産活用室評価)

	評価(A~D)	課題等	A: 施策達成に向けた取組や展開などが大変評価できる B: 施策達成に向けた取組や展開などが適切に行われている C: 施策達成に向けた取組や展開などが適切に行われているものの、改善の余地がある D: 施策達成に向けた取組や展開などが不十分であり、改善の余地が大いにある
二次評価	C	養殖されたアナゴがせんなんブランドとして確立・定着されるよう、関係団体等と連携しつつ長期的な取組として計画的な事業支援を進められたい。	