施策評価シート (評価対象年度：令和元年度)

1. 基本的事項

① 施策名〔施策小〕	2 特産品の展開	② 施策番号	3419
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)	事業者
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)	農産物、海産物などの地元特産品が集まる総合交流拠点を核として、それぞれの特産品をPRするとともに、他の観光資源と有機的に結び付けていく。
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)	農業、水産業、商工業において生産、加工、流通を一元化させる6次産業化は、国が進める大きな政策の柱のひとつである。

[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 総合交流拠点集客数 計算式:	人	農業、水産業、商工業の総合交流拠点となる本施設の来場者数の増加は、PR力の向上を意味し、新たな特産品開発に向けた動機づけになる。
② 計算式:		
③ 計算式:		

	指標名	単位	H29実績	H30実績	R元実績	R2見込	R3目標	備考
			目標値	実績値	達成率	目標値	実績値	
①	総合交流拠点集客数	人	220,000	220,000	220,000	220,000	220,000	
			195,102	181,756	181,392	—	—	
			88.7%	82.6%	82.5%			
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	H30実績	R元実績	R2見込	H30実績	R元実績	R2見込	総合評価	今後の方針	
1	総合交流拠点施設関係事業	集客数	人	181,756	181,392	—	4,459	2,303	1,549	B	イ b	◎
2												
3												
4												
5												
6												
7												
8												
計	1						4,459	2,303	1,549			

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。)	総合交流拠点は、地域の新鮮な農産物、地場の水産物、加工品などを取り扱っており、それらを有効に活用して新たな特産品を開発、PRすることによって、地域外からの人を呼び込むことができる。
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。)	施設内の飲食施設の入れ替わりの際、一定期間飲食スペースが機能していなかったため、来場者数が減少していると推察される。
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。)	新たな特産品を開発するためには、農業、水産業、商工業間の連携と協力が不可欠である。
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。)	総合交流拠点は、地域の新鮮な農産物、地場の水産物、加工品などを取り扱っており、本施策を推進する事務事業としては適正である。
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。)	国が進める観光施策に沿って、交流人口を増加させるためにも本施策は重点化するべきである。

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	B	新たな飲食スペースを活用し、交流人口の増加を目指して、総合交流拠点に集約される地元特産品を活用した新たな特産品の開発への取組が必要。	

5. 改革、改善案

即時的対応 (すぐに取り組む改善案)	これまでに開発した特産品について検証を実施。
短期的対応 (1、2年のうちに取り組む改善案)	把握した課題と市場の嗜好を踏まえ、開発に向けた検討課題を精査。
中長期的対応 (3~5年をめどに取り組む改善案)	新たな特産品を提供。

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	B	総合交流拠点の開設により適切に施策が展開されている。 売上状況や消費者アンケートなどによるニーズの分析、またそれらデータを生産者と共有するなど、消費者ニーズを踏まえた特産品の展開・開発を進められたい。	