

|      |       |
|------|-------|
| コード  | 40302 |
| 作成年度 | 21 年度 |

## 基本事業評価表

|        |        |
|--------|--------|
| 基本事業名称 | 特産品の開発 |
|--------|--------|

|           |                 |
|-----------|-----------------|
| 総合計画の位置付け |                 |
| 政策名称      | 自立する産業の育成、雇用の確保 |
| 施策名称      | 商工業の振興          |

|                                                                                                                  |         |  |                                                                                                                                            |                  |           |           |           |                       |           |     |  |     |  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-----------|-----------|-----------|-----------------------|-----------|-----|--|-----|--|
| 課コード                                                                                                             | 117     |  | 関係課名                                                                                                                                       | 産業再生推進本部、農林課、水産課 |           |           |           |                       |           |     |  |     |  |
| 主管課名                                                                                                             | 観光物産課   |  |                                                                                                                                            |                  |           |           |           |                       |           |     |  |     |  |
| 基 本 事 業 の 目 的                                                                                                    |         |  |                                                                                                                                            |                  |           |           |           |                       |           |     |  |     |  |
| 農・漁業関係団体との連携を強化しながら、研究開発体制を整備すると共に、物産展などの積極的な参加、インターネット利用による地場産品の情報提供、ネット販売など販路開拓を行ない、全国に通用する特産品づくりを進めることを目的とする。 |         |  |                                                                                                                                            |                  |           |           |           |                       |           |     |  |     |  |
| 基 本 事 業 の 成 果                                                                                                    |         |  |                                                                                                                                            |                  |           |           |           |                       |           |     |  |     |  |
| 成果指標名称 1                                                                                                         |         |  | 観光消費額(単位:千円)                                                                                                                               |                  |           | 成果指標名称 2  |           | 観光消費額(土産代)<br>(単位:千円) |           |     |  |     |  |
| 成果指標の積算根拠                                                                                                        |         |  | 実績／目標値                                                                                                                                     |                  |           | 成果指標の積算根拠 |           | 土産代実績／土産代目標値          |           |     |  |     |  |
| 目標達成年度                                                                                                           |         |  | 平成21年度                                                                                                                                     |                  |           | 目標達成年度    |           | 平成21年度                |           |     |  |     |  |
| 目標達成数値                                                                                                           |         |  | 4,700,000                                                                                                                                  |                  |           | 目標達成数値    |           | 599,210               |           |     |  |     |  |
| 年 度                                                                                                              |         |  |                                                                                                                                            | H17              |           | H18       |           | H19                   |           | H20 |  | H21 |  |
| 成 果<br>指標1                                                                                                       | 目標 A    |  | 単位                                                                                                                                         | 千円               | 4,300,000 | 4,400,000 | 4,500,000 | 4,600,000             | 4,700,000 |     |  |     |  |
|                                                                                                                  | 実績 B    |  |                                                                                                                                            | 千円               | 3,406,815 | 3,457,835 | 3,439,410 | 3,262,632             | —         |     |  |     |  |
|                                                                                                                  | 達成率 B／A |  |                                                                                                                                            | %                | 79.2      | 78.6      | 76.4      | 70.9                  | —         |     |  |     |  |
| 成 果<br>指標2                                                                                                       | 目標 A    |  | 単位                                                                                                                                         | 千円               | 482,582   | 549,604   | 609,523   | 607,357               | 599,210   |     |  |     |  |
|                                                                                                                  | 実績 B    |  |                                                                                                                                            | 千円               | 523,433   | 580,498   | 578,436   | 570,676               | —         |     |  |     |  |
|                                                                                                                  | 達成率 B／A |  |                                                                                                                                            | %                | 108.5     | 105.6     | 94.9      | 94.0                  | —         |     |  |     |  |
| 1次評価                                                                                                             | 現状      |  | 五島うどん、水産加工品、椿油、海水塩などに代表される本町特産品は、安心・安全という観点から「食」への関心が高まるなか、消費者のニーズにあった産物である。しかしながら、島外での知名度に乏しく、まだまだ販売力が足りないのが現状である。                        |                  |           |           |           |                       |           |     |  |     |  |
|                                                                                                                  | 課題      |  | 特産品の開発及び販路開拓は、島内経済を活性化させる起爆剤となり得るので、地域並びに消費者の動向を捉えた商品開発、PRを実施していく必要がある。                                                                    |                  |           |           |           |                       |           |     |  |     |  |
|                                                                                                                  | 改善      |  | 農林・水産・観光産業で連携し、各種補助制度を活用しながら全国に通用する特産品づくりを推進する。また、物産展等への積極的な参加、PRにより全国的な販路拡大を図るとともに、学校給食をはじめ島内飲食店・宿泊施設などにおける地場産品の使用を促進し、地産地消による島内消費の拡大を図る。 |                  |           |           |           |                       |           |     |  |     |  |
| 2次評価                                                                                                             |         |  | 五島うどんや水産加工品、椿製品、塩等の特産品においては、知名度が低いという情報力もさることながら商品としての製品化、価値化、流通の課題などがある。観光物産課をはじめ、関係する各課の連携を要するものであり、情報を共有する体制を整備し事業展開を図っていくこと。           |                  |           |           |           |                       |           |     |  |     |  |
| 住民等の意見                                                                                                           |         |  |                                                                                                                                            |                  |           |           |           |                       |           |     |  |     |  |
| 町の対応                                                                                                             |         |  |                                                                                                                                            |                  |           |           |           |                       |           |     |  |     |  |

※2次評価の公表後に住民等の意見があった場合には、再度公表するものである。