

コード	40302
作成年度	26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
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ともに、物産展・商談会などへの積極的な参加、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	成果指標名称 2	観光消費額(土産代)
成果指標の積算根拠	実績(長崎県観光統計)/目標値	成果指標の積算根拠	実績(長崎県観光統計)/目標値
目標達成年度	平成26年度	目標達成年度	平成26年度
目標達成数値	4,082,000千円	目標達成数値	605,907千円

年		度		22年度	23年度	24年度	25年度	26年度
成果指標 1	目標 A	単位	千円	4,082,000	4,082,000	4,082,000	4,082,000	4,082,000
	実績 B		千円	3,359,107	3,406,396	4,244,343	4,569,188	-
	達成率 B/A		%	82.2	83.4	104.0	111.9	
成果指標 2	目標 A	単位	千円	643,555	660,177	662,393	605,907	605,907
	実績 B		千円	628,740	630,851	577,054	640,776	-
	達成率 B/A		%	97.7	95.6	87.1	105.8	

1次評価	現状	本町の特産品は「地域の食」に関心が高まるなか、消費者のニーズにあった産品であるものの、他地域との明確な差別化が図られていないため、ブランド力・販売力にまだまだ乏しいのが現状である。しかし、五島うどんや水産加工品、椿油、焼酎、海塩などのブランド力を強化のため、首都圏や都市部での物産展やTV媒体でのCMなどでより一層の情報発信に務め認知度向上を図っている。
	課題	まだまだ特産品のPRが十分に出来ている状況にあるとは言えず、本町の特産品の知名度は都市部では浸透していないため、物産展や商談会等を通して効果的かつ継続的なPRを展開する必要がある。また、多様化する消費者のニーズを掴み、より魅力的な商品開発や既存商品の改善を行うことで、特産品のブランド力の向上を図らなければならない。
	改善	商品開発から販売までを一貫して行い、全国に通用する特産品開発とPRを行うために、農林・水産・商工・観光物産の横断的な連携による事業展開を図る。また、農商工連携支援制度などの各種助成制度や町特産品ブランド化支援推進事業を活用しながら、より魅力的な商品開発や特産品PRに努める。島外でのPRと併せて島内小売店・飲食店・宿泊施設等での地場産品の利用を促進し、島内需用の拡大を図る。
2次評価	多様化する消費者のニーズを把握し、他に負けない独自性が強く、より魅力的な商品開発や既存商品の改善を行い、ブランド力の向上やPRの充実を図っていくこと。	
3次評価 住民等の意見		
町の対応		

※3次評価は、住民等の意見があった場合にのみ、再度公表するものとする。

◆基本事業を構成する評価対象事業◆

番号	評価コード	評価対象事業名称	担当課	平成25年度 直接事業費	評価の方向性
1	403020101	特産品開発支援事業（物産展等参加 団体出展助成事業）	観光物産課	1,533千円	（途中） 事業内容を見直して継続
2	403020201	特産品ブランド化支援推進事業補助 事業	観光物産課	1,047千円	（途中） このまま事業を継続
3	403020301	特産品ブランド全国PR強化事業	観光物産課	15,421千円	（途中） このまま事業を継続
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					
基本事業を構成する評価対象事業の合計事業費				18,001千円	