

## 事 務 事 業 評 価 シ ー ト

評価対象年度	平成 24 年度
--------	----------

【事務事業の基本的事項】

事務事業名	地産地消のタベ実行委員会補助金				
担当課係名	総合産業研究所	課	係	作成者 田口吉博	
総合計画での位置づけ	施策の大綱	特色ある資源を活かした産業創造のまち		総合計画のページ 61	
	基本計画	観光産業と他産業の連携強化			
	主要施策	地産地消の推進			
予算費目	一般	会計	6款 農林水産業費	1項 農業費	3目 農業振興費
事業期間	平成 24 年度 ~ 平成 25 年度		新規/継続の区分		新規
性質区分	<input checked="" type="checkbox"/> 市民サービス <input type="checkbox"/> 公共事業 <input type="checkbox"/> 施設維持管理 <input type="checkbox"/> 補助金 <input type="checkbox"/> 内部管理				
根拠法令等	なし				
事務区分	<input checked="" type="checkbox"/> 自治事務 <input type="checkbox"/> 法定受託事務				
運営方法	<input checked="" type="checkbox"/> 直営 <input type="checkbox"/> 直営 (一部民間委託) <input type="checkbox"/> 民間委託 (全部) <input type="checkbox"/> 補助				

【事務事業の実施内容】

事業の対象 (誰のため・何を)	市内生産者（農業者）、加工業者、販売業者
事業の目的・意図 (どういう状態にしたいのか)	食に対する消費者と生産者間の信頼関係を築きながら、生産者と実需者等相互の連携を推進するためのネットワークの強化を図る。
事業の内容 (どのような業務、活動を行うのか)	地産地消実行委員会への補助金交付。 講演会及び情報交換会の開催。

【事務事業の推移】

		項 目	単位	23年度実績	24年度実績	
効果	活動指標	講演会の開催数	目標	回	1	
			実績	回	1	
			達成度	%	100.0%	
	成果指標	参加者数	目標	人	100	
			実績	人	118	
達成度			%	118.0%		
投下コスト	項 目		総事業費	23年度決算額(千円)	24年度決算額(千円)	
	事業費(人件費を除く)(A)		—	—	200	
	人 件 費 (B)		—	—	2,486	
	職 員 数		—	—	0.30	
	職員平均人件費		—	—	8,286	
	(A) + (B) 投下コスト		—	—	2,686	
	財源内訳	国 庫 支 出 金		—	—	0
		県 支 出 金		—	—	0
		地 方 債		—	—	0
		そ の 他		—	—	0
		一 般 財 源		—	—	2,686
	単位コスト	活動指標1単位当たりコスト(円)		—	—	2,686,000
		市民1人当たりのコスト(円)		—	—	91

【事務事業の今までの成果】

農業関係者、市内ホテル、飲食店等が中心になり地産地消実行委員会を設立し、平成24年10月17日に「アルケッチャーノ」の奥田政行氏を講師に迎え講演会を開催。118人参加。生産者、実需者、消費者が集まり情報交換を行った。これにより新たな繋がり、販路ができた。

【事務事業を取巻く環境】

国・県・他自治体の動向	地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律の施行により、地産地消の取り組みがより重要視されている。
事業に対する市民の意見 (事業に対する期待、要望、苦情等)	生産者と実需者を繋ぐネットワーク、マッチングの場をつかってほしいとの要望がある。

【一次評価】

判定	事業の方向性	判定に至った理由
<b>B 2</b>	A 現状のまま継続（実施）	生産物の販路先、実需者とのマッチングの要望が高く、引き続き実施していく必要がある。しかし、方法が確立すれば市が関与する割合が減少する。それまでは様々な手段を試しながら改善する必要があるため。
	B 1 見直しの上で継続（拡大）	
	B 2 見直しの上で継続（手段改善等）	
	B 3 見直しの上で継続（縮小）	
	C 1 大幅な見直しの上で継続（拡大）	
	C 2 大幅な見直しの上で継続（手段改善等）	
	C 3 大幅な見直しの上で継続（縮小）	
	D 休止・廃止（統合を含む）を検討する事業	
	E 終了（完成及び目的を達成し終了した事業）	

※一次評価の判定がB～Dのときは、下記に必ず記入すること。

【具体的な今後の取組内容（改善の方向性、対象、意図、手段等について記載すること。）
生産者が実需者に対し、的確な売込みができるようにするための取り組みと、マッチングの機会を提供する。

【二次評価】

判定	判定に至った理由
<b>B 2</b>	生産者の販路先、実需者とのマッチングを引き続き実施していく必要があります。方法が確立するまでは、様々な手段を検討しながら改善していく必要があると考えます。

