

令和2年度 行政評価表

所属部	産業文化部	所属課	商工観光課	正職員数	16人	その他職員数	7人	電話番号 (内線)	055-983-2656 (内線4125)
-----	-------	-----	-------	------	-----	--------	----	--------------	--------------------------

総合計画の 位置付け	基本目標	Ⅱ 活力のある住みやすいまち
	基本方針	3 活力ある産業が発達したまちづくり
	施策名	17 特色ある特産品の創出と活用<特産品>

所管する施策の 方向一覧	Ⅱ-3-17-(1)特産品の創出
	Ⅱ-3-17-(2)特産品のPR・ブランド化

年度	H28	H29	H30	R01	R02
予算額 (千円)	3,000	1,500	1,000	1,000	1,000
決算額 (千円)	2,000	1,000	825	500	1,000
決算額の内 繰越明許分	-	-	-	-	-

※人件費、一般諸経費、交際費、積立金、繰出金、出資金及び公債費は含まれておりません。

※予算費目表に再掲で表示されている事業は、再掲元の予算費目及び総括表に予算額及び決算額を記載しています。

※赤字:補正・流用により当初予算額から変更した予算額

※繰越明許:年度内にその支出が終わらない見込みのあるものについて、議会の議決を得て翌年度に繰越して使用するもの。
予算要求年度に予算額を、実執行年度に決算額及び繰越明許額を記載。

成果指標 【行政改革大綱における取 組事項名】	指標計算式(指標の説明)	年度	H28	H29	H30	R01	R02
三島ブランドセット販売個数	特産品である三島ブランド商品の 詰合せ販売個数(年間)	目標	1,000個	1,000個	1,000個	1,000個	1,000個
		実績	1,156個	1,144個	1,354個	1,254個	1,074個
		進捗状況	達成	達成	達成	達成	達成
		目標					
		実績					
		進捗状況					
		目標					
		実績					
		進捗状況					
		目標					
		実績					
		進捗状況					

施策の方向	Ⅱ-3-17-(1)特産品の創出
-------	------------------

1 当該年度の実施計画(Plan)

前年度評価に対する今年度の実施(改善)計画	・商工業者及び市内在住の農林業者が実施する、本市の農産品のPRにつながる地域資源を生かした事業や新商品、新技術及び新サービスの開発などの新規事業の支援を行う。
【行革取組項目】 今年度の実施計画	

2 実施計画に対する取組内容(Do)

実施(改善)計画に対する今年度の取組内容	・官民連携の組織である三島市地域ブランド推進協議会を開催し、特産品の創出や効果的なプロモーションを実施する。
【行革取組項目】 計画期間の取組内容(進め方)	

3 実施内容に対する評価(Check)

実施(改善)計画に対する今年度の評価	三島市農商工連携・6次産業化創出事業費補助金を利用し、三島甘藷を使った菓子パン・三島人参を使ったレトルトカレーが開発された。三島市地域ブランド推進協議会では、企業での三島コラボ商品開発への支援や、地元スーパーやコンビニでの地場産品の販売促進などを行う中で、地場産品のプロモーションを行った。
【行革取組項目】 実施計画に対する今年度の評価	

4 評価結果に対する改善内容(Action)

次年度の事業のあり方(改善措置)	効果的なプロモーションの実施により実効性のある活動を推進する。
【行革取組項目】 次年度の対応方針	

5 業務計画

事業名	手段・業務内容	活動指標	目標及び実績					今後の取組み方針		行政改革 大綱にお ける取組
			年度	H28	H29	H30	R01	R02	改善内容、終了・休止理由、 目標値変更理由等	
1 農商工連携・6次 産業創出事業	1 官民連携の協議会の 開催	開催回数	年度	H28	H29	H30	R01	R02	維持	
			目標	10回	10回	5回	3回	3回		
			実績	10回	10回	4回	3回	2回		
			達成状況	達成	達成	未達成	達成	未達成		
			目標							
			実績							
			達成状況							
			目標							
			実績							
			達成状況							
			目標							
			実績							
			達成状況							

施策の方向	Ⅱ-3-17-(2)特産品のPR・ブランド化
-------	------------------------

1 当該年度の実施計画(Plan)

前年度評価に対する今年度の実施(改善)計画	効果的なプロモーションの実施により実効性のある活動を推進する。
【行革取組項目】 今年度の実施計画	

2 実施計画に対する取組内容(Do)

実施(改善)計画に対する今年度の取組内容	みしまコロッケ推進事業は、イベントに年25回以上参加し、みしまコロッケの認定店増加に向け、加盟のPRを行う。 三島ブランドセットの販売促進は、認知度向上に効果的であるため引き続き実施する。
【行革取組項目】 計画期間の取組内容(進め方)	

3 実施内容に対する評価(Check)

実施(改善)計画に対する今年度の評価	みしまコロッケ推進事業では、みしまコロッケPRポスターの作成、小学生向けの教育資料の配布小学校へのみしまコロッケ出前授業などにより、PRを実施した。なお、流行している感染症の影響で予定していたイベントが中止・非開催となり、みしまコロッケの会としてのイベント参加はほぼできなかった。 三島ブランドセットの販売では、広報みしまなどでのPRを実施し、販売の促進、商品の認知度向上を図った。
【行革取組項目】 実施計画に対する今年度の評価	

4 評価結果に対する改善内容(Action)

次年度の事業のあり方(改善措置)	次年度も引き続き感染症の影響があり、みしまコロッケの会としてのイベント参加はほぼできないと思われるので、オンラインキャンペーンなど、人を密集させない方法によるみしまコロッケのPRに努める。
【行革取組項目】 次年度の対応方針	

5 業務計画

事業名	手段・業務内容	活動指標	目標及び実績					今後の取組み方針 改善内容、終了・休止理由、 目標値変更理由等	行政改革 大綱にお ける取組	
			年度	H28	H29	H30	R01			R02
1 みしまコロッケ推 進事業	1 イベント参加	参加回数	年度	H28	H29	H30	R01	R02	維持	
			目標	25回	25回	25回	25回	25回		
			実績	29回	29回	27回	24回	2回		
	2 みしまコロッケ認定店	認定店数	目標	1,150店	1,150店	1,150店	1,150店	910店	維持	
			実績	1,181店	1,211店	922店	909店	884店		
			達成状況	達成	達成	未達成	未達成	未達成		
2 三島ブランドPR 推進事業	1 三島ブランドセット販売	三島ブランドセット販 売個数	目標	1,000個	1,000個	1,000個	1,000個	1,000個	終了	商工会議所による三島ブラン ドセットの販売が令和2年度 で終了したため。
			実績	1,156個	1,144個	1,354個	1,254個	1,074個		
			達成状況	達成	達成	達成	達成	達成		
			目標							
			実績							
			達成状況							

施策の方向	Ⅱ-3-17-(2)特産品のPR・ブランド化
-------	------------------------

6 各事務事業に対する事業費

予算費目の事業名、補助金(細節)名	事業費										次年度の コスト方 向性	決算額増減の理由・改 善状況等	行政改革 大綱にお ける取組
	H28歳出(千円)		H29歳出(千円)		H30歳出(千円)		R01歳出(千円)		R02歳出(千円)				
	予算額	(うち一般財源)											
	決算額	(うち一般財源)											
1 なし													
2 なし													

