

令和元年度 事務事業総点検シート(1)  
[平成30年度事務事業]

一般会計		事務事業分類			詳細点検
事務事業名	堺産品販路開拓事業	シート番号			A 一般事務事業
担当部署名	産業振興 局	商工労働 部	ものづくり支援 課	評価責任者(課長名)	村井

Ⅰ. 基本情報

基本情報	1	堺市マスタープランの政策体系に基づく事業の位置付け	政策	4	産業を振興し、地域の持続的発展を支えます	後期実施計画の位置付け
			施策	3	域外販路開拓と海外経済交流の拡大支援	有
	2	事業開始年度	平成 29 年度		終了(予定)年度	— 年度
	3	根拠法令等(法令、条例、規則、要綱等)	堺市食産品海外セールス実行委員会規約 等			
	4	関連計画	産業振興アクションプラン			
5	事業実施の経緯	(1)海外プロモーション事業 地場製品の国内市場が縮小傾向にある中、海外販路の拡大を図るために海外主要都市での堺産品のPRを行うもの。 (2)戦略的デザイン導入による製品開発促進事業 デザインを導入した新製品開発やブランディング等により高付加価値化と競争力強化につなげることを目標として事業を実施するもの。				

Ⅱ. 事業概要

事業概要	6	事業の実施主体(誰が実施しているのか。)	<input checked="" type="checkbox"/> 本庁 <input type="checkbox"/> 各区 <input type="checkbox"/> 出先機関 ( ) <input checked="" type="checkbox"/> 市外郭団体 <input type="checkbox"/> 地域団体・市民 <input type="checkbox"/> 民間企業・NPO <input type="checkbox"/> その他 ( )		
	7	事業の対象(誰を、何を対象としているのか)	一般消費者向け商品の製造または販売を行っており、首都圏や海外での販路開拓を希望する市内企業等		
	8	事業の目的(どのような状況にしたいのか)	一般消費者向け製品の国内外におけるブランド強化、市場開拓の支援を行い、自力で販路開拓・製品開発のできる市内中小企業を輩出する。		
	9	事業内容(スケジュール、実施方法・手段、事業ボリュームなど)	(1)海外プロモーション事業 海外での見本市出展や市場調査、海外事業者の招聘を通じて、刃物やその他の堺産品の商品力強化と販路拡大を促進。 (2)戦略的デザイン導入による製品開発促進事業 デザインを導入した新製品開発やブランディング等により高付加価値化と競争力強化につなげるため、デザイナーなど専門家の指導の下、デザイン研究会(全4回)の実施、ハンズオン支援プログラム(全6回程度)を実施し、デザイン導入による新製品開発や製品改良を行いたい企業(5社程度)の個別支援を実施。		
10	直接実施以外の主な支出先	<input type="checkbox"/> 直接実施 <input type="checkbox"/> 指定管理 <input checked="" type="checkbox"/> 委託 <input type="checkbox"/> 補助金 <input checked="" type="checkbox"/> 負担金 <input type="checkbox"/> その他 ( )			
		市内企業等			

Ⅲ. 投入量

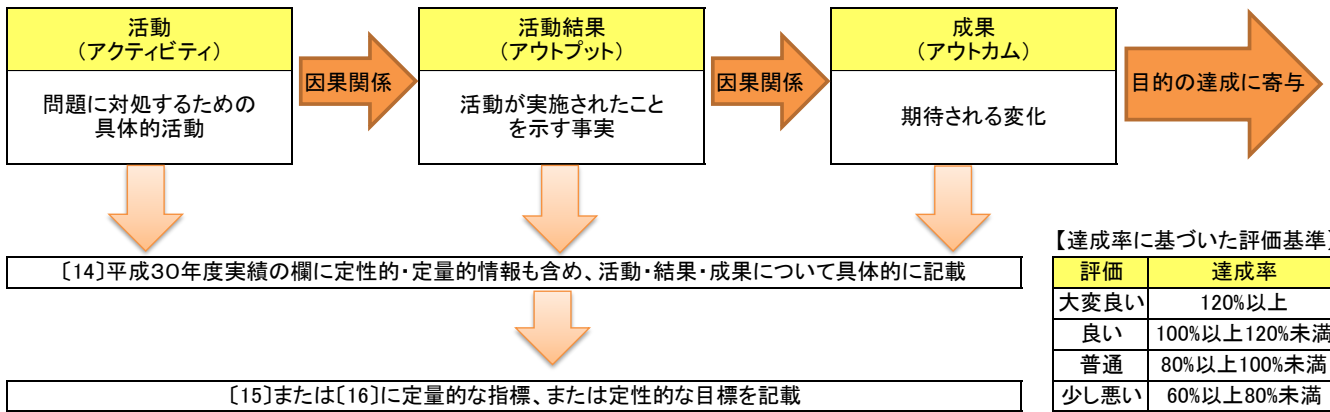
項目	単位	H28年度決算	H29年度決算	H30年度決算	R1年度予算	
事業費 (a)	千円	15,199	18,799	12,514	13,682	
主な事業費内訳	堺市産業振興センター補助金	千円	8,200	6,233	0	0
	堺食産品海外セールス実行委員会負担金	千円	5,000	5,516	7,088	7,680
	堺産品ブランド強化業務委託料	千円		5,398	5,396	0
	戦略的デザイン導入による製品開発促進事業委託料	千円				5,400
	国・府支出金	千円				
財源内訳	受益者負担金(使用料、手数料等)	千円				
	市債	千円				
	その他( 地方創生推進交付金、関西空港利用促進・PR事業助成金 )	千円	2,006	2,418	8,261	6,790
一般財源	千円	13,193	16,381	4,253	6,892	
12	人件費 (b)	千円	9,840	12,300	12,300	12,150
13	総コスト(c)=(a)+(b)	千円	25,039	31,099	24,814	25,832

## 令和元年度 事務事業総点検シート(2)

事務事業名	堺産品販路開拓事業	シート番号	15-02
-------	-----------	-------	-------

### Ⅳ. 評価(測定・分析)

#### ロジックモデルの考え方



【達成率に基づいた評価基準】

評価	達成率
大変良い	120%以上
良い	100%以上120%未満
普通	80%以上100%未満
少し悪い	60%以上80%未満
悪い	60%未満

#### 事業の活動内容や成果

平成30年度実績							
活動実績と成果	<p>14 &lt;海外プロモーション事業&gt; フランス・パリで堺刃物を始め、堺産品の知名度向上や現地シェフ、バイヤーへの販路開拓のため、大規模展示会「シアル・パリ」での商談会や現地レストランや料理学校で堺刃物の研ぎ教室を実施。 また、ジェトロと連携し、フランスなどの海外バイヤーを招聘し、商談会を実施した。</p> <p>&lt;堺産品ブランド強化事業&gt; 首都圏への堺産品の商品力強化、認知度向上、販路開拓のため、商品企画・ブランディングに関するセミナーを開催し、新商品開発について個社支援を実施した。また、首都圏での販売会・バイヤー商談会を実施した。</p>						
	15	指標名	単位	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
	海外での見本市・商談会への出展やPRイベントの開催数	回	目標値	5	5	5	5
		実績値	9	6	5		
		達成率	180%	120%	100%		
		評価	大変良い	大変良い	良い		
	算出方法・設定根拠など		フランス・パリでの見本市「シアル・パリ」への出展やPRイベントの開催数				
	16	指標名	単位	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
	当該事業において新たに販路を開拓した事業者数(累計)	者	目標値	-	3	3	3
		実績値	-	5	7		
達成率		#VALUE!	167%	233%			
評価		#VALUE!	大変良い	大変良い			
算出方法・設定根拠など		当該事業への参加により、新たに販路開拓した事業者数					

#### 業績の分析

17	<p style="text-align: center;">目標を達成できた、または達成できなかった要因についての分析 (その他、関連情報に基づいた分析)</p>
<p>&lt;海外プロモーション事業&gt; 過去の海外プロモーション実施の経験やそこで得たネットワークの活用、関連機関との連携により、フランス・パリでPR事業を実施し、目標を達成した。</p>	

#### 【分析のチェックポイント】

- 事業の達成度はどうでしたか。
- 5W2Hを踏まえて、実施過程に問題はありませんでしたか。
- 資源投入は適切でしたか。
- 事前想定できない外的要因の影響はありませんでしたか。
- 事業の有効性は高いですか。低いですか。