

平成25年度「みんなの審査会」～市民参加型事業評価～審査結果詳細

事業番号	2-③	事業名	堺産品首都圏展示販売事業(大阪百貨店)			
所管	産業振興	局	商工労働	部	ものづくり支援	課

【事業内容】					
首都圏(東京)の消費者が堺産品を手軽に購入できる「堺産品展示販売コーナー」を設置、運営する。					
総コスト(千円)	(平成24年度決算額)	12,997千円	(平成25年度予算額)	13,304千円	

【市民審査員・検討委員から頂いた審査シート記載内容】

【今後の方向性】					
＜市民審査員＞			＜検討委員(参考意見)＞		
今後の方向性	事業の方向性	拡充	/	1	8
		現状維持	/	3	
		縮小	/		
		廃止	1	/	/
			ゼロ	縮小	現状維持
公金投入の方向性			公金投入の方向性		

【今後の方向性】《事業の方向性—公金投入の方向性》を選択した理由

《拡充—現状維持》

- ・現段階では、予算規模として適当かと思いました。知名度をUPしていくには、事業としては拡大すべきと思いました。
- ・事業の方向性は様々な事業の連携と内容充実が可能であろうため拡大とした。
- ・堺の伝統産業を中心にした中小企業への支援を強化する必要があるから。
- ・出品業者の見直し。他のイベントにも参加出来るといいですね。

《拡充—拡大》

- ・堺市の他局との事業(例えば観光PRと併合した)PR、予算の拡充により目標値のUP及び達成を目指して欲しい。
- ・堺の産業の応援という意味では、この事業は妥当だと思います。しかし、堺の知名度を特産品でアップすることだと方向が違うと思う。
- ・より堺のPRを強化する為また、マーケティングを担当する人間を1名大阪百貨店に置く(契約職員で可)ことで、生の声を吸収する必要がある。
- ・堺産品を紹介する機会の拡大を図るべき。
- ・堺をもっともっとPRしてください。
- ・マーケティングと常駐スタッフの拡充が要。宣伝等も活用、いかにSNS等も活用すべし。有楽町以外も検討すべし。もっと力を入れるべき。
- ・やりだして3年目ですから、力を入れてやってみたらどうでしょうか。今後の方向を決めるためにも一度公金を投入したらどうでしょう。その結果継続かどうかを検討すべきだと思います。ダラダラ営業は良くないんじゃないかなと思いました。
- ・堺の知名度を上げるために全国的にPRする事を重点として、費用対効果を度外視して事業の拡大を図る。

《現状維持—縮小》

- ・販売業務委託料 10,000千円について、随契ありきではないと思います。場所も含めて見直しが必要と考えます。

《現状維持—現状維持》

- ・スタートしてまだ1年。現状のままでもう少し(2~3年)状況分析しながら様子を見てはいかがでしょうか。
- ・本事業の必要性は理解できる。費用的にも妥当である。但し、市の立場としては「場」の提供に徹し、ビジネスの領域には深く介入しない方がいい。
- ・堺の知名度を高める事は重要。方法論の一つとして、継続。

【今後の方向性】				
<p>《廃止—ゼロ》</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>堺産品の販路開拓及び堺市の認知度向上を本事業の目的とされているが、代表的産品である堺刃物に関してこの目的を達成するにはマーケティング手法の開発こそが重要であり、有効であろうとの指摘が審査員からもあったが、全く同感である。本計画は廃止し、最も効果的な方法論を模索されるべきである。</li> </ul>				
【改善策について】(複数回答あり)			市民審査員	検討委員
改善すべき点	事業の実施内容について見直しが必要(サービスそのもののあり方等)	6	3	
	事業規模について見直しが必要(サービスの水準や対象者等)	3	3	
	関連事業とのあり方について見直しが必要(統合や再編を含めたあり方等)	8	1	
	サービス受給者の負担(受益者負担)について見直しが必要	4	1	
	市以外からの財源の確保について見直しが必要	1	0	
	担い手のあり方について見直しが必要	0	0	
	その他	2	1	
<p>【具体的な改善策提案】※【今後の方向性】で選択した《事業の方向性—公金投入の方向性》ごとに記載</p> <p>《拡充—現状維持》</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>京都では伝統的なお菓子屋さんが東京に出店して質が落ちた、なんていうケースがよくあります。売られる事はいいことですが質が落ちないように気を付けてくださいね。</li> <li>将来的な改善のあり方は、中長期的には発生する可能性はあるが、現在の事業のあり方としてはほぼ問題ないと思われる。ただし、意見交換で出たような少しの工夫によって事業内容が更に改善する可能性はあり。</li> <li>堺市民に対するPRを強化</li> <li>定性的な指標の導入など。</li> <li>同部局内の他の施策との有機的な連携。</li> <li>市民のPR不足あり。</li> </ul> <p>《拡充—拡大》</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>PR(観光)も含め、東京駅の八重洲口にある大丸百貨店にパンフレットの設置を依頼する。</li> <li>堺の知名度は刃物である。しかし東京の刃物売場で堺の刃物(ブランド)は売っていない。刃物業界を応援し、堺の刃物をブランド化して各刃物店で堺の刃物を指名買いされるまで努力するよう市政がバックアップする。そうしたら、刃物産業の繁栄が期待される。</li> <li>東京事務所の人、費用との統合及び連携する事を検討する事。</li> <li>受益者側の自助努力の拡大も必要。ネット等での宣伝も必要。</li> <li>ゆるキャラ等のPR活動を強化してちゃんとしたデータ、パンフレット以外の広報も考えてみては。ゆるキャラグラプリも参加して露出を増やしてみたら。</li> <li>店舗が狭いらしいので少し広げられたらいいかでしょう。いろいろ改められる点はいくつかありますが、努力していただきたく思います。</li> </ul> <p>《現状維持—縮小》</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>随契ありきではない。</li> <li>他団体との連携も視野に入れる。</li> <li>(将来的には)受益者負担も考えるべき。</li> </ul> <p>《現状維持—現状維持》</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>堺市民への普及啓発を行う。</li> <li>市内PR</li> <li>東京の市場、顧客に受け入れられるようなブースデザイン、商品陳列、レイアウトを工夫する。</li> <li>堺市民、堺市内の企業へのPR。</li> <li>堺商工会議所、堺経営者協会等(加盟企業)にPRし、役員・社員が上京の折訪問するよう、又、取引先に紹介してもらおう働き掛けてはどうか。</li> </ul>				

**【改善策について】**

- ・来訪者へのアンケート調査。リピーターかどうか確認できるようにしてはどうか。
- ・知名度を高める目的として、他の方法の併用。
- ・売上高を高める工夫を講じる。
- ・インターネットの活用が不可欠(相乗効果を期待)
- ・利用顧客の意識調査実施。