

| 成果指標 | | | | |
|----------|-----------------------------------|----------|----------|---|
| 成果指標 | 特産品センター店舗販売額 | | | |
| 指標設定の考え方 | 施設活用の効果の判断基礎となる特産品センター店舗での販売額とする。 | | | |
| 区分年度 | 24年度 | 25年度 | 26年度 | |
| 目標 | 35,000千円 | 40,000千円 | 42,000千円 | 0 |
| 実績 | 38,364千円 | 41,150千円 | 0 | 0 |

| 自己評価 | | | | |
|-----------------|--|-----------|---|---|
| 自己評価 (担当責任者) | 妥当性 | 目的の妥当性 | 3 | C |
| | | 市民ニーズへの対応 | 3 | |
| | | 市の関与の妥当性 | 3 | |
| | 有効性 | 事業の効果 | 3 | C |
| | | 成果向上の可能性 | 3 | |
| | | 施策への貢献度 | 3 | |
| | 効率性 | 手段の最適性 | 3 | C |
| | | コスト効率 | 3 | |
| | | 受益者負担の適正 | 3 | |
| 課題認識 | 栗の時期の販売額の上昇により、入れ込み客は昨年度より減少したが、販売額は昨年度を上回った。今後、引き続き市内外のイベントへ出向き積極的な特産品のPRを行うと共に、他の観光施設と連携して年間を通じた集客アップを行う必要がある。 | | | |

| 一次評価 | | | | |
|---------------|---|-----------|---|---|
| 一次評価 (所属長) | 妥当性 | 目的の妥当性 | 3 | C |
| | | 市民ニーズへの対応 | 3 | |
| | | 市の関与の妥当性 | 3 | |
| | 有効性 | 事業の効果 | 3 | C |
| | | 成果向上の可能性 | 2 | |
| | | 施策への貢献度 | 3 | |
| | 効率性 | 手段の最適性 | 3 | C |
| | | コスト効率 | 2 | |
| | | 受益者負担の適正 | 3 | |
| 課題認識 | 栗の生産時期は焼き栗などの販売によって賑わいを見せるが、近年において産直市に並ぶ農林産物が減少しているに伴い、来場者も減少傾向となっている。クラフトの里への出荷者と異なるために、今後出荷団体の統合(一本化)をして、商品の充実拡充を行う必要がある。特に、第三セクターの健全経営を目指すためにも今後においてはクラフトの里との施設の統合も視野に入れて、効果効率の向上を目指して運営に取り組まなければならない。 | | | |

| 二次評価 | |
|----------------|----------------------|
| 二次評価 (所属部長) | 一次評価結果のとおり事業継続と判断する。 |
| 意見、課題 | |

行政評価委員会の答申

外部評価
(行政評価委員会)

経営者会議の最終判断

事業の方向性

下記の点を見直しの上、継続する。

意見、課題

市外に販路拡大しているものを、地域内に戻すこと。また、クラフトの里への吸収を検討すること