

基本施策名	43	伊賀ブランドの価値を高め、売り出す	評価責任者 （基本施策主管課長）	産業振興部農林振興課長 服部 智秀
生活課題	全国の人が、伊賀の特産物を認めている		生活課題に対する満足度 H27目標値	55.0 %

基本施策の現状分析及び意図

基本施策の体系	基本目標	継承					
	政策	地域資源を活かした活力あるまちづくり					
①	市民意識調査結果	②左記結果に対する現状分析・市民との協議結果 <table><tr><td>参考</td><td>満足度（満足意識）</td><td>27.3 %</td><td>必要度</td><td>78.1 %</td></tr></table>	参考	満足度（満足意識）	27.3 %	必要度	78.1 %
参考	満足度（満足意識）	27.3 %	必要度	78.1 %			
③	基本施策の現状と課題	①農林業やその製品を使った加工産業については、安心・安全、新鮮な農林業産物を提供するため、自然で安心な伊賀ブランドを策定しているが、そのブランドを確立するとともに確実に数を増加させなければならない。 ②地域産業の需要の伸び悩みや製品価格の低下により、地域ブランドの確立が遅れている。 ③三重県でも地域ブランドが認定されている中で「伊賀焼」は従来から「伊賀牛」は平成24年3月に認定をいただいているが今後も伊賀地域には多くの特産品があるので県ブランド認定も利用する必要がある。					
④	基本施策の意図、今後の展望	伊賀ブランドの価値を高め、売り出すことを目指す。そのために、①経営体質の強化②販路拡大、PRの展開③他産業との連携促進④高負荷価値化の推進⑤新たな農業の展開などを実施したい。また、伊賀ブランドの中でも優秀な製品については三重ブランド認定について取り組みを進める。					

⑤ 基本施策指標（総合計画数値目標）

基 本 施 策 指 標 名		単位	過 年 度 実 績		評価年度 H24	目 標 値		指 標 の 説 明	
			H22	H23		H25	H27		
1	伊賀ブランド認定数	目 標	件	25.0	25.0	20.0	25.0	26.0	伊賀ブランド認定数
		実 績	件	20.0	20.0				
		達成率	%	80.0	80.0				
2	青空市・農産物直売所数	目 標	箇所	20.0	21.0	25.0	25.0	25.0	市内設置箇所数
		実 績	箇所	21.0	30.0				
		達成率	%	105.0	142.9				
		目 標							
		実 績							
		達成率	%						
		目 標							
		実 績							
		達成率	%						
		目 標							
		実 績							
		達成率	%						
		目 標							
		実 績							
		達成率	%						

⑥ 基本施策構成事務事業の評価

基本施策を構成する事務事業名				改善余地の有無	事業費（人件費込、単位：千円）			基本施策貢献順位
担当課	I D	事業名	H23 決算額		H24 予算額	H25 所要額		
1	青山支所振興課	541	青山ふれあいフェスタ開催事業	無	2,327	2,727	2,727	5
2	大山田支所振興課	542	収穫まつり開催事業	無	3,391	3,391	3,391	4
3	産業振興部農林振興課	551	伊賀米等生産振興対策事業	無	4,849	5,349	5,349	1
4	産業振興部農林振興課	572	畜産振興事務経費	無	5,061	5,887	5,887	2
5	産業振興部商工労働観光課	601-1	地場産業振興事業(施設の指定管理)	無	12,290	12,290	12,290	
6	産業振興部商工労働観光課	601-2	地場産業振興事業(地場産業振興)	無	6,530	6,530	6,530	3
7								
8								
9								
10								
(以下続紙)								
事業費合計					34,448	36,174	36,174	

⑦ ⑥以外で、目標達成に必要な事業（総合計画実施計画の期間内に実施を予定する事業）

事業名	事業主体	事業内容等

⑧ 基本施策の現状分析に基づく改革案の説明

評価視点	評価コメント
1 基本施策指標の分析	基本施策指標である青空市・農産物直売所数はH20年度に目標値を達成し、昨年度も増え本年度も増加するものと考えるが、H25年までには飽和状態になるため新たな展開が必要になってくると考えられる。また、地場ブランドを確立するには、製品の企画開発や需要開拓、販売力の強化、後継者育成などの問題の克服に努め、観光などの他産業との結びつきを強める。商品の知名度を上げるためブランド化を図る事業の活用。
2 事業構成の適当性（手段として最適か？）	体験型観光などの観光振興や集客交流産業の振興との施策連携を強め伝統技術を活かした新たな製品開発や販路拡大などを進める必要がある。商品の知名度を上げるためブランド化を図る事業の活用。
3 役割分担の妥当性	イベントや各種団体等に負担金や補助金を支出するだけではなく、各種団体等との役割分担を明確にして、観光宣伝事業等にあわせて特に購買力のある大都市圏へのPRを進めていけるよう、物産振興関係団体等と協議することが必要である。
4 総合評価（今後の方向性、事業の見直しについて等）	現在実施されているイベントや各種団体等への負担金・補助金について観光事業との整合性も図る中で抜本的な見直しを行う。その上で各種団体等との役割分担を明確にし、観光宣伝事業等にあわせて特に購買力のある大都市圏へのPRを進めていく。H25年度までに現在実施されているイベントや各種団体等の負担金、補助金を整理し各事業等の効率化によって生じた財源を積極的に大都市圏へのPRに活用する。また、今年度から三重県が進める営業本部の積極的活用を図ると共に、三重県のブランド認定にも積極的に取り組み活用を図る。