

令和7年度 事務事業マネジメントシート				段階： 令和6年度実施事業に係る事務事業評価				2470	物産振興事業				文化スポーツ観光部	観光政策課	
1 事業概要				中事業番号		855								所属コード	165000
政策体系				SDGs	広域事業	総合戦略	セーフ	2025	2030	2040	2050	D X 推進	手段	意図（目的）	
大綱（取組）	Ⅱ「交流・観光の未来」			8.9 17.17	○	2-1							首都圏や姉妹都市、友好都市などを含めた市内外の物産フェア等への出展、SNSなどを活用した情報発信により、本市産品と観光地の一体的なPRを行う。	地場産品を育成し、地域産業の振興を図る。	
施策	2 国内外に発信できる、自慢の地域資源があるまち														

事業開始時周辺環境（背景）		現状周辺環境		今後周辺環境（予測）		住民意向分析	
震災前（平成22年度）の物産展実施回数は15回だったが、震災後、復興応援フェアや風評払しょく事業として全国で物産展を実施し、回数が大幅に増加した。		市内には、全国的な知名度を誇る菓子類のほか、受賞歴のある酒蔵など優れた物産品目が豊富であり、さらなる認知度の向上や販路の拡大が必要とされている。なお、ECサイトの構築等デジタル化が進む中で、オンラインを活用した販路の確保も必須となっている。		観光を「稼げる産業」として発展させ、観光による地域活性化を図るため、物産展での本市産品PRに合わせて観光地PRを行う物産と観光の一体的なPRにより、本市への誘客促進や地域産業の振興が求められる。また、こおりやま広域圏構成自治体やJA等と連携しながら、地場産品の育成や海外販路を含めた販路開拓が求められる。		物産品等の普及・販路拡大には長期的な取り組みが必要であり、「稼げる地域」として、効果的かつ継続した取り組みが期待されている。	

2 事業進捗等（指標等推移）			まちづくり基本指針五次実施計画		まちづくり基本指針六次実施計画		まちづくり基本指針七次実施計画		まちづくり基本指針八次実施計画		次期実施計画		次期実施計画		まちづくり基本指針	
指標名	指標名	単位	2022年度（令和4年度）		2023年度（令和5年度）		2024年度（令和6年度）		2025年度（令和7年度）		2026年度（令和8年度）		2027年度		2028年度	
			計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	実績
対象指標	物産振興関係団体会員数（郡山市観光協会及び郡山美味しい街づくり推進協議会）	会員		80		134		133								
活動指標①	物産展及び商談会実施回数	回	20	27	20	15	14	11	14		14		14	14		
活動指標②	観光協会Webサイト物産事業者紹介数（～R5）	回	6	6	6	9										
活動指標③	物産関係パンフレット配布数	冊			13,000	21,145	13,000	21,828	13,000		13,000		13,000	13,000		
成果指標①	物産展及び商談会出展団体数	団体	40	17	40	49	30	28	30		30		30	30	51	30
成果指標②	観光協会webサイトアクセス数(物産トップページ)	回	15,000	20,972	15,000	32,732	20,000	44,330	20,000		20,000		20,000	20,000	18,000	15,000
成果指標③																
単位コスト（総コストから算出）	観光協会webサイトアクセス数1回あたりのコスト	千円		0.72		1.10		0.41	1.00		1.00		1.00	1.00		
単位コスト（所要一般財源から算出）	観光協会webサイトアクセス数1回あたりのコスト	千円		0.55		0.83		0.36	0.50		0.50		0.50	0.50		
事業費		千円		9,299		29,099		12,323	12,580		17,000		17,000	17,000		
人件費		千円		5,848		6,851		5,776	6,851		6,851		6,851	6,851		
歳出計（総事業費）		千円		15,147		35,950		18,099	19,431		23,851		23,851	23,851		
国・県支出金		千円		3,509		8,720			0		7,000		7,000	7,000		
市債		千円							0		0		0	0		
受益者負担金（使用料、負担金等）		千円							0		0		0	0		
その他		千円		156				2,200	2,737		0		0	0		
一般財源等		千円		11,482		27,230		15,899	16,694		16,851		16,851	16,851		
歳入計		千円		15,147		35,950		18,099	19,431		23,851		23,851	23,851		
		実計区分	評価結果	継続	継続	継続	継続	継続	継続							

活動指標分析結果		成果指標分析結果		総事業費（事業費・人件費）分析結果	
出展回数（15回→11回）は昨年度の実績を下回ったが、首都圏や姉妹都市を中心とし、集客性の高いイベントへの出展により、郡山市への来訪が多い地域へと集中的かつ効果的なPRを図ることができた。また、商談会については国内最大級の国際商談展示会である「輸出EXP0」へと出展したことににより、効果的な海外への販路開拓に努めた。 パンフレット配布数については、物産展にて購入者だけでなく通過者にも積極的に配布したことで、計画値を上回った。		物産展等の出展団体数（物産展49社→28社）は減少したが、イベントごとのブース規模の縮小等により参加可能な事業者数が減少したことも影響している。そのため、事務局による受託販売では、複数の物産事業者から商品を受託することで、効率的・効果的な物産PRに努めた。なお、「輸出EXP0」では商談ブース内のレイアウトを工夫し、4事業者を参加させることで、効率的・効果的な物産PRに努めた。 また、本市産品のメディアでの特集を好機と捉え、物産展ではそれを踏まえたPRも実施するなどして、本市産品の認知度向上に努めたことで、Webサイトアクセス数が計画値を上回った。		【事業費】 国内向け事業は昨年度同程度としたが、海外向け事業を海外での商談会開催から国内開催の商談展への参加及び越境EC参入支援に切り替えたことで、全体として事業費が減少した。 【人件費】 国内向け事業は昨年度同程度としたが、海外向け事業を海外での商談会開催から国内開催の商談展への参加及び越境EC参入支援に切り替えたことで、全体として人件費が減少した。	

3 一次評価（部局内評価）

(1) 事業手法評価

1 規模・方法の妥当性	3
2 公平性	3
3 効率性	4
4 活動指標（活動達成度）	4
5 成果指標（目的達成度）	4

(2) 事業継続性評価

代替事業（有）

ニーズ（小）

ニーズ（大）

継続

一次評価コメント

当該事業は、首都圏、姉妹都市等の物産展・商談会に出展し、本市産品と観光地を一体的にPRするとともに、地場産業の振興を図るために実施している事業である。国内物産展業務については郡山市観光協会に業務委託することで、本市産品及び観光地の一体的なPRを効果的に行った。また、海外販路開拓事業については国内開催の商談展への参加に切り替えるなど、事業費を見直しながら効率的に行った。

今後については、物産展の開催時期や規模を踏まえて、参加先を見直すなど、より効率的・効果的なPRに努めていく。また、販路開拓についても、産業雇用政策課等と連携するなどしながら、事業を推進していく。

5スレ

カウンターレス	キャッシュレス	ペーパーレス	ファイルレス	ムーブレス（会議レス）
		○	○	

気候変動対応	D X（デジタル市役所）	部局間協奏
		○

5レス	カウンターレス	キャッシュレス	ペーパーレス	ファイルレス	ムーブレス（会議レス）
			○	○	

気候変動対応	D X (デジタル市役所)	部局間協奏
		○

4 二次評価			継続		二次評価コメント		(参考) 令和6年度カイゼンのための行動計画	
(1) 事業手法評価			(2) 事業継続性評価					
1 規模・方法の妥当性		3	<p>代替事業（有）</p> <p>ニーズ（小）</p> <p>ニーズ（大）</p> <p>代替事業（無）</p>		<p>物産展の実施回数は減少しているが、郡山市への来訪が多い地域での実施に注力し、集客性の高いイベントに集中することで効率的に市内外へPRした。</p> <p>また、海外販路開拓についても、国内開催の商談展への参加及び越境EC参入支援への切り替えにより、効率的かつ効果的な事業運営を実現した。</p> <p>本事業は、地域資源の発信強化と観光地誘客の拡大に貢献しており、引き続き地場産品を育成し、かつ地域産業の振興のために必要であることから、継続して事業を実施する。</p>			
2 公平性		3						
3 効率性		4						
4 活動指標 (活動達成度)		4						
5 成果指標 (目的達成度)		4						

(参考) 令和6年度カイゼンのための行動計画	