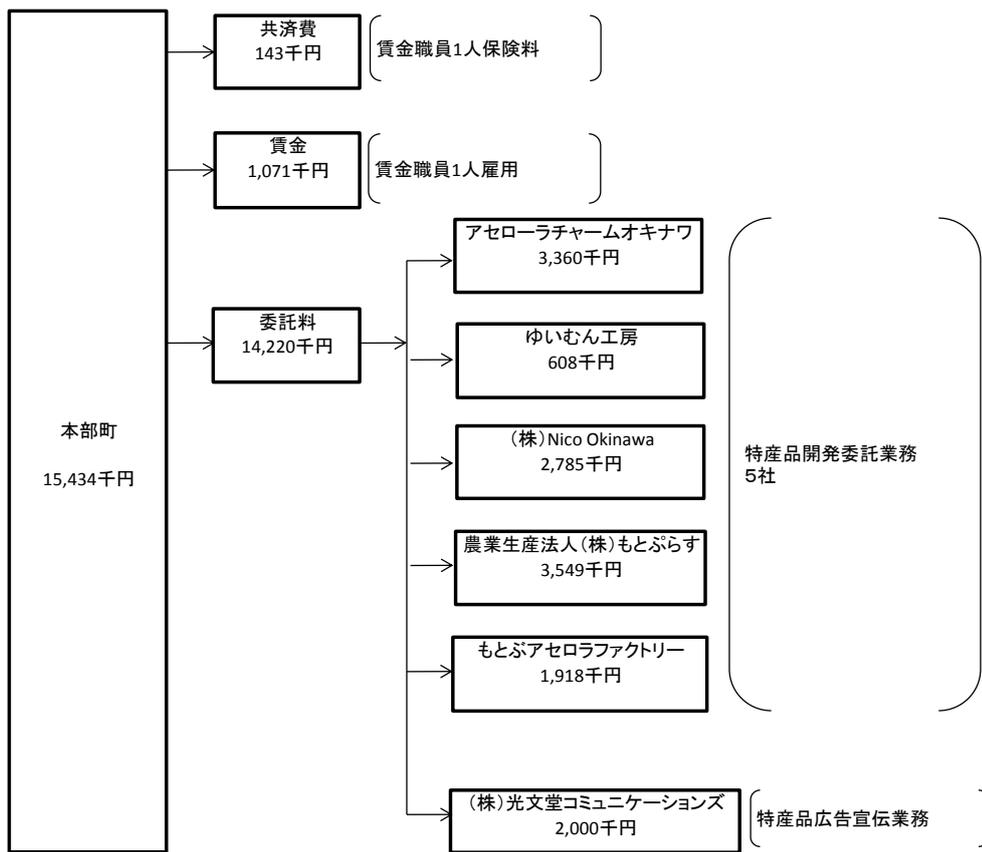


市町村名		本部町					
平成25年度沖縄振興特別推進交付金事業（市町村分）検証シート【公表用】							
事業番号・事業名	3-①	もとぶのマーサムン・ミジラムンづくり支援事業		沖縄21世紀ビジョン基本計画該当箇所	第3章-3-(9)-イ		
担当部署名	商工観光課	事業実施（予定）年度	平成25～28年度	沖縄振興基本方針該当箇所	県産品の販路拡大と地域ブランドの形成 Ⅲ-2		
事業内容	本部町の特産品を開発するため、本部町内の企業等に開発を委託し、より多くの特産品をつくりあげる。また、開発した特産品を紹介し、開発後の販売促進、町のPRを行う。なお、開発した特産品については、その製法・仕様を本部町内の企業等に無償で提供する。						
実施方法	<input checked="" type="checkbox"/> 直接実施 <input checked="" type="checkbox"/> 委託 <input type="checkbox"/> 補助 <input type="checkbox"/> 負担 <input type="checkbox"/> その他（ ）						
予算額・執行額 【単位：千円】 （「交付金」＋「市町村負担」ベース）		24年度	25年度	26年度	27年度	28年度	
	予算の状況	(a) 当初予算額	-	19,281			
		(b) 予算現額	-	19,290			
		(c) 増減額 (b-a)	-	9			
		(d) 前年度繰越額	-	-			
		A. 計 (b+d)	-	19,290			
		B. 執行済額	-	15,434			
		うち交付金充当額	-	12,347			
		次年度繰越額	-	0			
		執行率 (%) (B/A)	-	80.0%			
	予算の状況の説明	当初の積算額より低い金額で発注できたため不用額が生じたが、事業は計画通り遂行できた。					
活動目標（指標） 及び達成状況	H25活動目標（指標）		達成状況				
			24年度	25年度	26年度 3-①	27年度	
	特産品の開発	目標	(0品)	(5品)		()	
		実績	-	9品			
	開発した特産品の広告・宣伝	目標	(-)	(パンフレット作成)		()	
実績		-	パンフレット作成 20,000部				
達成状況説明	・町内の5事業所へ特産品開発の委託を行い、「アセロラ」、「たんかん」、「かつおのなまりぶし」、「ヤギ」、「桜の木」を活用した本町の新たな特産品を9品開発した。 ・開発した特産品及び本町のPRをすることのできるパンフレットを20,000部作成した。						
成果目標（指標） 及び進捗状況	H25成果目標（指標）		基準値 (24年度)	25年度	26年度 3-①	27年度	目標値 (28年度)
	特産品の開発	目標	(0品)	(5品)	()	()	(0品)
		実績	/	9品			/
	開発した特産品の広告・宣伝	目標	()	(パンフレット作成)	()	()	()
		実績	/	パンフレット作成 20,000部			/
	【参考指標】 開発した特産品の販売額(千円)	目標	()	()	(4,709)	(6,278)	(7,848)
実績		/		3,454		/	
進捗状況説明	・H25年度においては、「タンカンアンダギー」、「ドライアセロラ」、「アセロラコンポート」、「アセロラまるごとティー」、「アセロラジャム」、「ハイサイ！かつお君(2種)」、「kizamiピクルス(5種)」、「もとぶの山羊(2種)」、「桜の木スプーン・フォーク(3種)」を開発した。 ・開発した特産品は、各開発者において直接販売や現在の販売先において販売展開を行っている。本町においては、町内特産品取扱所において特設販売コーナーを設置し、販売展開を行った。今後も町内において、販売展開に力を入れていく予定である。 ・今後の販売方法や販路開拓については、町だけではなく、開発者とも連携を取りながら様々な意見を反映させ、まずは町内における販売の充実を図っていく。						

推進上の留意点(推進上の問題、外部環境の変化)		改善余地の検証(効率の更なる向上の視点)
取組の検証	<ul style="list-style-type: none"> 活動目標を達成することができた。 完成した特産品の販売場所や現在配布している場所以外でのパンフレットの配布場所、今後の展開について考えを確立していく必要がある。本町においては町内で販売できる体制を整え、また新たな販売先の開拓が必要である。併せて各開発者においても販路の拡大等を積極的に行ってもらう必要がある。 各企業同士の連携を強くし、個人事業所では発進力の弱いPR部分に関しては、マーサムン・ミジラシムン事業としてのPRをしてほしいとの要望がある。そのため、各開発者と連携を取りながら、今後の販路等について意見交換を行う必要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> 開発した特産品をより多くの方知ってもらう事が重要であり、町主催のイベント等には、事業のブースを設置し、商品のPRを行っていく。また作り上げたパンフレットを商品の販売先へ設置してもらい、事業としての販路開拓、販売促進を行っていく。
	今後の取り組み方針	
<ul style="list-style-type: none"> 事業の中で作り上げた特産品をより多くの方知って頂くべく、マスコミや町内の事業者を含めた「マーサムン・ミジラシムン発表会」を実施し、商品のPR、事業のPRを行う。 町内の特産品取り扱い施設を含めた販路拡大を企画し、フォローアップ体制を確立させる。個々での販路展開も含め、事業体としての連携を取りながらの販路展開を行っていく。 		

資金の流れ
(資金の受け取り先が何を行っているかについて補足する)(単位:千円)

総事業費	交付対象事業費	交付金		交付対象外経費
		充当額	市町村負担金	
15,434	15,434	12,347	3,087	0



資金の用途の点検・費目	評価	点検項目	評価に関する説明
	○	支出先の選定方法は妥当か。	<ul style="list-style-type: none"> 委託事業者は公募型プロポーザル方式により事業内容、地域への貢献度等を勘案した上で選定しており、妥当であったと考えている。 当初の積算よりも安い金額で発注が出来たため残額が発生しているが、予算規模は妥当であった。 費目、用途については事業目的達成の観点から必要なものなのか等について確認、適正であった。
	○	予算規模は事業内容に合った適正な規模となっているか。	
	-	受益者との負担関係は妥当であるか。	
	○	費目・使途が事業目的に即し真に必要なものに限定されているか。	