平成29年度　高松市施策評価表（28年度分）

総合計画体系		
まちづくりの目標		産業の活力と文化の魅力あふれる創造性豊かなまち
	政 策	地域を支える産業の振興と経済の活性化
	施 策	特産品の育成・振興とブランド力の向上

総合評価
A

評価担当	
局名	創造都市推進局
課・室名	産業振興課
電話番号	

1 施策の目的

対象（誰、何を対象としているか）	意図（どのような状態にしたいのか）
市内の特産品生産者・製造者及び購入者	高松ブランド化の推進に向けた取組を実施し、特産品の育成・振興を図る。

2 施策の成果状況

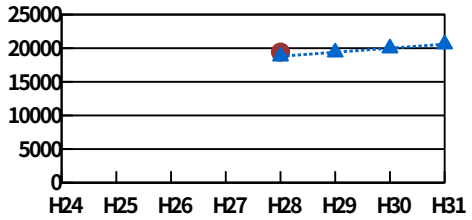
成果指標①

指標名	単位		実績値 26年度	実績値 27年度	実績値 28年度	中期目標 30年度	長期目標 35年度	指標のうごき
販路開拓事業等来場者数	人				19,421	20,000	23,000	

成果状況／達成度評価

特産品の育成・振興とブランド化の推進に寄与するため、販路開拓事業の支援を実施しており、目標を上回る来場者となった。

成果状況の推移



目標達成度
（達成度）103.3%
30点

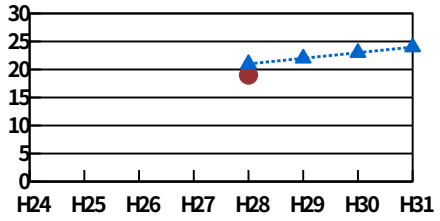
成果指標②

指標名	単位		実績値 26年度	実績値 27年度	実績値 28年度	中期目標 30年度	長期目標 35年度	指標のうごき
盆栽輸出登録申請者数（ＥＵ）	人				19	23	26	

成果状況／達成度評価

高齢化が進む中で盆栽輸出登録申請者数については、概ね達成することができた。

成果状況の推移



目標達成度
（達成度）90.5%
27点

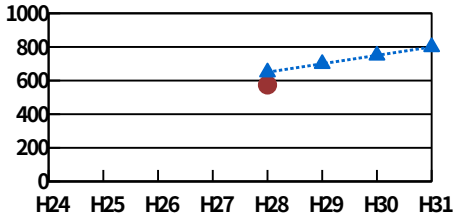
成果指標③

指標名	単位		実績値 26年度	実績値 27年度	実績値 28年度	中期目標 30年度	長期目標 35年度	指標のうごき
伝統的ものづくり普及啓発事業等参加者数	人				574	750	1,000	

成果状況／達成度評価

特産品の育成・振興とブランド化の推進に寄与するため、普及開発事業を実施しているが、開催数に限りがあるため、目標達成には至らなかった。

成果状況の推移



目標達成度
（達成度）88.3%
26点

3 市民満足度調査の状況

	26年度	27年度	28年度	うごき
満足度	位　（　　%）	位　（　　%）	11位　（ 31.7%）	
不満度	位　（　　%）	位　（　　%）	45位　（ 12.5%）	
重要度	位　（　　%）	位　（　　%）	33位　（ 64.0%）	

4 施策に係るコスト

	26年度（決算）	27年度（決算）	28年度（決算）	29年度（予算）
事業費	14,863	14,753	19,051	35,159
人件費	15,057	15,661	30,933	30,933
トータルコスト	29,920	30,414	49,984	66,092

5 今後の方向性と課題

施策の推進状況と課題

伝統的ものづくり製品や特産品、農作物について、一定の評価はあるものの、その価値や評価を高めることが求められている。今後も関係団体と連携して、販路拡大や後継者育成等に取り組むとともに、国内だけでなく、国外への輸出拡大を見据えた新たな取組が必要である。

施策推進の方向性

地域経済の活性化を図る上で、地場産業の振興は重要性を増しており、継続実施していく必要がある。

6 施策を構成する基本事業及び事務事業の状況

基本事業名						（総合評価） A	
ブランド力の向上							
重	マニ	事務事業名	得点率	総合評価	方向性	成果指標	達成度
	○	高松ブランド農産物育成支援事業	95%	A	拡充	食育・農業体験教室への参加者数	95.0%
						たかまつ食と農のフェスタ出展者販売額	100.1%

6 施策を構成する基本事業及び事務事業の状況

基本事業名						（総合評価） A	
特産品の育成・振興							
重	マニ	事務事業名	得点率	総合評価	方向性	成果指標	達成度
		特産品育成・振興事業	90%	A	継続		
○	○	伝統的ものづくり支援事業（産業振興課分）	92%	A	継続	普及啓発事業等参加人数	88.3%
						販路開拓事業等来場者数	103.3%
○	○	伝統的ものづくり支援事業（農林水産課分）	92%	A	拡充	盆栽輸出登録申請者数	90.5%

基本事業名						（総合評価）	
重	マニ	事務事業名	得点率	総合評価	方向性	成果指標	達成度