

外部評価の結果を受けた事業見直し方針

【1. 段ボールコンポスト普及促進事業】

■方向性の示唆

内訳			
拡充	改善	縮小	廃止
0	9	0	1

改善提案の概要	<ul style="list-style-type: none"> ▶市民が身近に取り組むことができるごみ減量の手段の一つとして、段ボールコンポストの存在は理解できる。 ▶しかしながら、段ボールコンポストの普及という手段が目的化していないか。 ▶「利用者が段ボールコンポストを使う目的意識」と「ごみの減量化という事業の目的」がどのくらい合致しているかに疑問が残る。 ▶利用者の側から考えると、段ボールコンポストの使用にあたってのゴールは、「ごみを減らすこと」と「堆肥利用」の2つがイメージされる。 ▶段ボールコンポストをわざわざ設置し、使い続けるだけの動機づけを整理する必要がある。市民や団体の関わりによって促されることもあるのではないかな。 ▶特に、たい肥の利用先を具体的に示すことで、やりがいも湧くのではないかな。これから利用する人たちへにアピールするためにも、実効性のあるフォローが必要。 ▶職員の利用を通じたモニタリングで現場感覚をつかむことで、住環境をはじめとするライフスタイルの変化に合わせた使い方の提案が可能となるのではないかな。 ▶段ボールコンポストの普及促進が、総合的なごみ減量の取組の中でどのような位置づけ、役割を果たすのかをもう一度整理してほしい。
---------	--

改善提案に対する市の考え (大きな改善方針)	<p>●本事業(段ボールコンポスト普及促進事業)は、平成26年度で終了するが、生ごみ減量化器材購入等補助金については、環境基本計画に基づき継続実施するため、たい肥の利用方法情報(使いみち)の提供、モニタリング等の実施検討を行う。</p> <p>※生ごみ減量化器材購入等補助金・・・段ボールコンポストを含む生ゴミ減量化器材の購入に対し、1個当たりの金額の2分の1(限度額2,500円)を補助するもの</p>
---------------------------	--

具体的な対応方針	対応期限 (いつまでに)	対応内容 (どうするのか)
	平成27年3月	利用者アンケートの実施
	平成28年3月	たい肥の利用方法情報(使いみち)の提供、モニタリング等の実施検討

外部評価の結果を受けた事業見直し方針

【2. 政策企画研修事業「いとしま政策企画塾」】

■方向性の示唆

内訳			
拡充	改善	縮小	廃止
8	2	0	0

改善提案の概要	<ul style="list-style-type: none"> ➢ これからの糸島市を担う職員を丁寧に育てる場として、大いに評価できる。加えて、少なからず新たな施策・事業の立案につながっていることも評価できる。 ➢ さらに良いものにするため、成果発表会を市民に公開し、「見える化」してはどうか。 ➢ また、研修で得られた政策形成プロセスを標準化し、職員の中で共有できるようにはどうか。 ➢ 研修生の人選に当たっては、(推薦だけではなく)多様なルートから選出できるようにしてほしい。また、女性の参加も増やしてほしい。 ➢ 将来的には、研修と人事が連動し、受講生(個人)を職場(組織)につなぎ込むことに配慮していく必要がある。研修で学んだことが職場で生かせるよう、また、長期にわたる研修で職場に負担が生じることにより受講生が孤立しないよう、工夫を重ねていただきたい。 ➢ 講師料が職員育成のための投資に見合うものとして理解されるよう、質をさらに向上していただきたい。 ➢ また、職員の自発的な動きとして、自主研究グループでの継続した取組などにつなげていく工夫もしてほしい。
---------	--

改善提案に対する市の考え (大きな改善方針)	<p>●本研修事業は、職員の人材育成として、「政策形成能力」の向上に加え、「モチベーション」、「調査分析能力」、「説明能力」、「プレゼンテーション能力」、「コミュニケーション能力」、「文書作成能力」等、市職員として必要とされる総合的な能力を向上させることができることから、平成27年度から平成28年度までの2年間、継続して実施する。</p>
---------------------------	--

	対応期限 (いつまでに)	対応内容 (どうするのか)
具体的な対応方針	平成27年4月	<p>研修の「見える」化を向上させるため、研修成果の公表として、研究成果報告書等を市ホームページで公開する。</p> <p>研修受講生の人選を多様化させるため、職員の採用後年数や年齢要件を無くし、受講対象職員の範囲を拡大する。</p> <p>研修受講修了生への自主研究グループでの継続的な活動を勧奨し、支援する。</p>

外部評価の結果を受けた事業見直し方針

【3. 新規起業者応援事業】

■方向性の示唆

内訳			
拡充	改善	縮小	廃止
0	7	0	3

改善提案の概要	<p> > 糸島市の商工業振興の一助としての意義は理解できる。 > しかしながら、市と商工会の関係性、どちらが基軸になるのかが見えにくい。商工会を通じた事業の中で、事業に対する市としての達成への意図の強さが感じられない。 > 糸島市が置かれた現状や背景やおおよそのトレンドを押えうえて、補助金の執行目的に照らして具体的な根拠(ロジック※)、効果を明らかにしなければならない。 > 新規事業者を増やすことも一つの方法だが、空き店舗の穴埋めを繰り返すことに終始せず、既存事業者の維持・フォローと組み合わせるやることがたいせつ。 > また、新規起業者に対する補助前後のフォローも含めて、誰を対象にどのような状態からどのような状態になると目標を達成したということにつながるのかの基本的なロジックと具体的なプロセスとイメージがつかめているのかが疑問として残る。 > 事業の仕組みとして、補助先が商工会でなければならないのかという原点から見つめなおしてほしい。 > (商店街の調査や話し合いなど)地道な努力をしていて、具体的な情報を手にしているのなら、有効な何かを見出せるはず。それを事業に活用し、それに向かって努力してほしい。 </p> <p> ※ロジック:ロジックモデル、投入される資源(インプット)、実施される活動(アウトプット)、その結果生じる成果(アウトカム)の間における論理的関係を示すもの。 </p>
---------	--

改善提案に対する市の考え (大きな改善方針)	<ul style="list-style-type: none"> ● 新規開業に関する相談が増加している状況で、リフォーム補助がメインの本事業は、開業コストを下げるとともに、資金繰りの円滑化を図る意味でも、効果が高い支援策であると判断している。 ● 資金調達や店舗運営といった内容はもちろん、申請や諸手続きまで含め、総合的に助言や支援を行うことができる商工会は、新規起業者にとってのワンストップサービスの窓口となる唯一の公共的団体と考えている。 ● 上記を踏まえ、起業希望者はもちろん、今までの利用者からも意見を集約し、課題を整理したうえで、より効果的な事業スキームの構築を行う。
---------------------------	---

具体的な対応方針	対応期限 (いつまでに)	対応内容 (どうするのか)
	平成27年度中	<ul style="list-style-type: none"> ・ 起業希望者はもちろん、今までの利用者からの意見や評価を集約し、新規起業希望者にとって、本当に必要な事業スキームの構築を目指す。
	平成28年度から	<ul style="list-style-type: none"> ・ 改善提案を含め、制度内容を検討し、実施する場合は改めて実施計画に計上する。

外部評価の結果を受けた事業見直し方針

【4. 糸島よかもん市場事業】

■方向性の示唆

内訳			
拡充	改善	縮小	廃止
0	8	0	2

改善提案の概要	<p> ▶糸島市の商工業の振興を担う手段としては理解できる。 ▶廃止(2)には、仕切り直しが必要で大きな改善をするべきという意味が込められている。 ▶この事業は、「プロモーション(市のイメージアップ)」と「対象事業者が成長し、販路を拡大して売上を向上させること」が両輪の目的として存在するので、バランスを取るところが微妙で難しいところかと思う。目的が、個別製品のPRか、商工業者の育成か、糸島イメージアップかというところが、事業の難しさにつながっているのでは。 ▶市の関わり方を考える際には、糸島にある個別の「モノ」に焦点を合わせるのか、糸島でやっている「事業者」に目を向けるのか、全てを含んだ糸島市そのものを売り出すのかは、出店者も含めて、相互理解が必要。それらを整理しながら、事業を進めていかないと、結果的にすれ違い、残念な結果につながりかねない。 ▶糸島のイメージについて、外からのフォローの風が吹いている時は物事をあまり整理していなくても、勢いで行ける部分はあるが、風が弱まった時にも対応できるよう、ダブル・トリプルスタンダードの方法(状況で使いわけできるように)を準備し、ひとつひとつ、説明できるように(きちんとみんなに見えている状態)にしておく方が良い。 ▶なにかあった時に、足をすくわれないように、今のうちに、足場を固めて(リスク管理して)ほしい。 </p>
---------	---

	<p> 今後も、効果を検証しながら、サイトのPRと出店店舗の実力アップのための出前講座等を実施し改善を続けるが、現段階で大きな改善は行わない。理由としては以下のとおり。 </p> <ul style="list-style-type: none"> ●サイト自体の評価が上昇中であること。 売上げ、売上げ件数、TOPページビュー数等、年を追うごとの着実に上昇している。消費者の本サイトに対する評価の表れと判断する。 ●「事業の目的が混在していること」の指摘に対して。 地域ブランド構築の究極の目的は、その地域が人々の選択肢に入る状況にすることであり、取組みは大きく5項目ある。 ①地域全体のイメージアップ ② 観光・交流人口の増加 ③ 地産品の販路拡大 ④ 市内への投資促進、産業振興⑤ 定住化促進 これらは、分割して考えられるモノではなく、複雑に絡み合う性質のものである。したがって、糸島よかもん市場も、混同しているのではなく ① トップページでの糸島情報発信によって、地域全体のイメージアップと、観光・交流人口の増加、定住化促進に寄与 ② 各個店では、純粋な糸島産のモノなら、地場産品の販路拡大に寄与 ③ 糸島産以外を使用している事業者でも、広義な意味で糸島市の産業振興に寄与 と複合的に作用することを狙っている。 また、ネット販売サイトでは、「特定商品のみを販売する」手法と、「その他の要素を含む」手法があり、どちらが正解というものはない。行政が行うから、「目的が複合してはならない」理由はなく、その自治体に合った手法を取るべきである。 例) ふくやのネット販売サイトでは、他社商品も販売されている。サイト全体のアクセス数を上げ、自社商品の訴求機会を増加させるのが目的と推測される。 ●「市の関わり方」の指摘に対して。 糸島にある個別の「モノ」に焦点を合わせるのか、糸島でやっている「事業者」
--	--

改善提案に対する
市の考え
(大きな改善方針)

に目を向けるのか、全てを含んだ糸島市そのものを売り出すのかの考え方は、『いとしまブランド推進計画』に記して公表している。それに沿って、受託者へ協議、指示等を行い、サイト全体をコントロールしている。

① サイト全体の記事の方向性や、取材対象の協議、指示。

・市の観光や地域性をPRすることを目的

・毎月報告されるアクセス数や、その他でのメディアの注目内容、市が行っている他の事業等も勘案している

② 売上額やアクセス数の推移から、各店舗の売上向上につながる策を協議・指示。

・動画を取り入れたり、糸島食材を使用したレシピを掲載するなどして、出店されている商品の購買を起草させるような手法を取り入れる。

・出前講座の実施を検討する。

・その他、よかもん市場運営センターが日常的に実施している、市内での各店舗指導や、出店要請活動について、内容の報告を受け、必要に応じた指示。

(これによって、糸島らしくない商品を売りたいという店舗への制限等ははしないが、市の方針に沿って出店勧誘先が絞られる)

③ 市が外部で仕掛けるマルシェ等のイベントと連動する企画を練ったり、イベント自体の情報発信をさせる。

●「糸島のイメージについて、フォローの風が弱まった時にも対応できるよう、ダブル・トリプルスタンダードの方法(状況で使いわけできるように)を準備し、ひとつひとつ、説明できるよう(きちんとみんなに見えている状態)にしておく方が良い、の指摘に対して。

シティセールス課の活動は、フォローの風に乗じて行っているのではなく、世の中の動きを見ながら、フォローの風を起こす活動、風を維持する活動、その受け皿づくりの活動を総合的に行っている。

一事業からではなく、全体からの各事業の説明をすれば、ダブル・トリプルスタンダードで、ひとつひとつの説明は可能である。

また、情勢の変化が起こった場合は当然、糸島よかもん市場も含めて総合的に方向性を見直す。

●その他、各委員からの代表的な指摘に対して

「糸島市産品以外の商品も売られている」

地元産の商品が売れる、というのはシティセールス、地域ブランドの大切な項目であることは承知している。しかし、糸島が現在注目を集めているのは、地元産品の良さだけではなく、歴史や自然環境、住む人々の気質、モノづくりに対する真摯さ、等々が総合的に評価されている。

評価されている“糸島らしさ”を考えると、本サイトでは、糸島産だけに限定するのは得策ではないと判断している。

「すでに「糸島ブランド」という形容がされている。このサイトでブランドづくりの何に役立つのか」

外部から、糸島ブランドとの評価が一部あることは間違いないが、県外に出れば、糸島はまだ無名に近い。そういう中で

・関東でマルシェをすれば、「美味しかったから、また食べたい。通販などは無いのか」と必ず聞かれる。

・「糸島よかもん市場の移住者記事を読んで、興味を持った。空家情報はどこで入手できるか」という電話が舞い込むこともある。

・全国放送で糸島のことが露出すると、トップページのアクセスが急激に上がる。

という状況がある。

ブランドは知って、試して、好きになって、信用や信頼が生まれて…を地道にやらなければならない。先は長く、このサイトは、その道筋をつける、一つのツールだと考える。

外部評価の結果を受けた事業見直し方針

【5. 糸島市定住促進情報発信事業】

■方向性の示唆

内訳			
拡充	改善	縮小	廃止
4	5	0	1

改善提案の概要	<p>▶定住促進は、糸島市の総合力で取り組まなければならない。(廃止の区分の理由も単独の取組では難しいだろうということ。)</p> <p>▶工夫と拡充が必要。総合力を発揮できる課であってほしい。</p> <p>▶福岡都市圏の東側は、空港、駅など交通インフラが揃っており、大激戦区であることを認識しておく必要がある。交通の面でいうと西側(糸島)は不利。どのような(職種の)人が何を求めているか見極めてほしい。</p> <p>▶一番はターゲットを明確にすること。トライ&エラー(スクラップ&ビルド)を続けて、いろいろやってみて、糸島市に合った効果的な方法を見つけなくてはならない。</p> <p>▶糸島市の強みが発揮できるターゲットに対して具体的な打ち込み方の工夫については、サブユーザー(宅建協会やハウスメーカー等)の生かし方も含めて、絞り込んで考えてみてはどうか。</p> <p>▶市の弱みを逆手に取る(2次交通の不便性、集落の人口減少)。都市的発想を捨て、例えば芸術関係者へアプローチするなど、過疎地的発想で考えることは、福岡市との競争を避けられ、糸島の選択肢のひとつとなる。</p> <p>▶顧客(糸島市の情報収集者)には、こまやかなフォローを行う必要がある。また、ハウスメーカーや宅建業者との連携協力は重要。</p> <p>▶糸島出身者、ふるさと納税者などへの多様なアプローチやトライアルステイへのフォロー(落選者への働きかけ)など、細やかな配慮も忘れずに。</p> <p>▶リーフレットを作る時も、どの自治体は何を売りにしているか考え、意識し作る。リーフレットの作り自体も、定住人口が目的か、交流人口を増やすことが目的か、考えてつくる。きちんと切り分けて、制度設計し、施策に取り組んでほしい。</p>
---------	--

改善提案に対する市の考え(大きな改善方針)	<ul style="list-style-type: none"> ●子育て世代をメインターゲットとして、情報発信や補助制度などの直接的な定住促進施策を短期・集中的に展開する。 ●並行して、中・長期的な取組として、本市の総合力を高め、定住の地として選んでもらえるよう、特に子育て支援の充実や教育環境の向上等の間接的定住促進施策の充実に努めていく。 ●また、定住促進施策のスクラップ&ビルドを適宜実行しながら、ハウスメーカー、宅地建物取引業協会等の住宅供給側との連携も強化していく。
-----------------------	--

具体的な対応方針	対応期限(いつまでに)	対応内容(どうするのか)
	27年度から	<p>《直接的施策》</p> <ul style="list-style-type: none"> ・マイホーム取得奨励金の実施 ・関東圏・関西圏に向けた情報発信 ・九大留学生の実態調査 <p>《間接的施策》</p> <ul style="list-style-type: none"> ・九大と連携した幼児教育プログラムの開発 ・九大生による学習応援「九大寺子屋」の開設

外部評価の結果を受けた事業見直し方針

【6. 農山漁村6次化支援事業(新商品開発事業)】

■方向性の示唆

内訳			
拡充	改善	縮小	廃止
0	2	2	6

改善提案の概要	<ul style="list-style-type: none"> ➢糸島市の第一次産業全体の底上げを図ることは理解できる。 ➢しかし、ここで一度リセットしませんかという示唆。 ➢6次産業化とは何なのか？なぜ、6次産業化をするのか？6次産業化を進めるなら、糸島ならどんなものがフィットするのか？マーケットイン(市場が何を必要としているか)の考え方から事業を構築してほしい。 ➢6次産業化の入り方が、少し違ったということであれば、市は何に取り組むのかを再度考え、「どれもやる」ではなく「どれか」で考え明確な目標設定するところからアプローチしてみる必要がある。 ➢糸島の素材はじゅうぶんPRできる。新鮮、安全、安心は、大きな強み。もう一度、足元(本質)を見つめ直して事業発想してほしい。 ➢高付加価値化については、「加工」より、「新鮮」「安心安全」に軸足を置いたほうが良いのではないか。 ➢地元で確実に支持される素材の育て方(生かし方)もアプローチ方法のひとつ。市民が日々安心して使うものだからこそ、よそにも自慢できるものとして考えられる。
---------	--

改善提案に対する市の考え (大きな改善方針)	<ul style="list-style-type: none"> ●平成27年度までに目的、方法も含め事業の検討、総括を行い、事業の再構築に取り組む。 ●今後の事業の方向性としては、第1次産業従事者、農業関係団体等が6次産業化に取り組める補助事業や販路開拓・拡大に主眼を置いた事業に再構築する予定。 ●なお、農業関係団体等が開発した商品の販路開拓については、農林水産部予算「糸島産農産物ブランド化推進活動支援事業費」と経済振興部予算「いとしまブランド推進事業費」との整合性を図りながら活用し、事業を行う予定。
---------------------------	---

具体的な対応方針	対応期限 (いつまでに)	対応内容 (どうするのか)
	平成26年度	<ul style="list-style-type: none"> ・現事業の問題点、課題の整理 ・6次産業化支援事業や販路開拓等の事業骨格の協議・検討 ・6次産業化支援事業や販路開拓等の具体的事業の協議・検討
	平成27年度	<ul style="list-style-type: none"> ・事業総括とともに、再構築した新たな事業の決定

外部評価の結果を受けた事業見直し方針

【7. 自主運行バス事業】

■方向性の示唆

内訳			
拡充	改善	縮小	廃止
7	3		

改善提案の概要	<p>➢ 運転ボランティアの確保によって、自主運行バスが止まることなく続いていくために、主体となる地域がまとも継続することに加え、バス運行によってカバーされる他の効果を市内で横断的に考えてみてはどうか。</p> <p>➢ 例えば、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・行政の別事業(道路パトロールなど各施設の点検のため、職員等が回る事業)の運転手にバス運転手をしてもらう ・定住促進のため、移住者の当面の収入確保事業などの他事業と絡めていく ・民間車両を活用する ・法改正に伴う許容範囲の緩和(有償での運送) <p>など、バス運行継続に向けた研究は引き続き進めていってほしい。</p> <p>➢ 持続可能な制度となるために、創意工夫をし、改善を重ねる意識を持ってもらいたい。</p> <p>➢ ユニークな取組なので、運行継続に向けて、運転手、システム、車両、ルールなど全てに検討を重ねてほしい。</p> <p>➢ 住民が主体になっているところが強み。運行している地域(実施校区協議会)には、敬意を表したい。なかなか他自治体にはない。住民の息が切れないように、住民も市も工夫を続けていくことがたいせつ。</p>
---------	--

改善提案に対する市の考え(大きな改善方針)	<ul style="list-style-type: none"> ● 自主運行バス事業は、市民の交通手段の確保や交通不便地域の縮減のため市と校区の協働で取り組んでいる事業である。 ● 利用者数は年々増加しており利用者の声も概ね好評だが、事業を継続するためにはボランティア運転手の確保や世代交代、運営費用の確保が必要である。 ● 平成26年度からボランティア運転手育成のための補助を行っているが、今後は自家用有償運送の規制緩和やNPOによる運営の可能性についても研究する。 ● 行政の別事業の運転手による自主運行バスの運転代行を行うことについては、道路パトロールや環境パトロールが考えられるが、双方ともパトロール車による道路や廃棄物の巡回を行うため、自主運行バスの運行形態等から考えると困難である。 ● 民間車両の活用については今まで各団体への確認を行い研究してきたが、自主運行バスが定時定路線であることから民間車両の活用は現実的ではないと考えている。
-----------------------	--

	対応期限(いつまでに)	対応内容(どうするのか)
具体的な対応方針	平成26年度	校区等のボランティア団体による自家用有償運送について、国からの権限移譲も含めて研究を行う。また、市内のNPO団体で当該自主運行バス事業を実施可能な団体の調査を行うとともに、両校区の現体制での事業支援も引き続き実施する。