

(参考様式5)

平成19年度 元気な地域づくり計画目標達成状況報告書

都道府県名	市町村名	地区名	計画期間	事業期間
広島県	三原市	三原地区	17～19年度	17年度

1 施策ごとの評価

(1) ソフト

ア 施策の内容：

情報収集(アンケート調査)、構想、計画、協定等策定支援
情報受発信装置を利用して農業者・消費者双方のアンケート調査を行う。

イ 施策の実績

(コメント)

- ・ 農業生産者(50世帯)を対象にJA三原より会員へ配布・回収し、消費者(450世帯)を対象に情報受発信装置を利用したインターネットメールにて発信・受信する方法でアンケート調査を行った。回答率は、生産者72%、消費者53%であった。(回答：生産者36世帯、消費者239世帯)

ウ 施策の効果

(コメント)

- ・ アンケート調査の回答内容を踏まえ生産者及び消費者の意見や希望をおおいた把握できた。回答の内容から、生産者と消費者の現状に差があることが明らかに認められた。

消費者が産直市を利用したいとの割合は大きいですが、現状の産直市への認知度が低く、周知する対策としてホームページや告知放送でPRをしていくべきとの意見が多くあった。このことより、情報受発信装置による音声放送設備の整備やインターネット環境の整備が必要であることが確認できた。

また、生産者にとって、産直市に対しての満足度は2分しており、不満の理由として、リアルタイムに売れ筋情報などを収集できないことが半数あった。生産者にとって、地産地消を推進するには、作物の持込み式ではなく、収集方式で行う仕組みが必要であるという意見が多数あり、情報受発信装置を活用した情報収集提供のシステムの導入が望まれていることが確認できた。

施策の内容ごと、事業実施主体ごとに記載すること。

(2) ハード

ア 施策の内容：情報受発信装置3,114台の設置

イ 施策等の実績

(ア) 実施計画達成状況

(以下の様式を参考にして記述する。なお、事項欄には、地域計画に掲げた指標

を設定するに当たり、施設等の種類ごとに実施計画を設定している場合、また、地域計画に掲げた指標以外に数値目標がある場合、それらを記述すること。)

事業種類	事業内容	助成対象施設等	事業実施主体	管理主体
農村振興支援 地域提案メニュー	コミュニティビジネス活動用の 情報受発信装置 整備	3,114戸	三原市	三原市
事業量	事業着工年度	事業竣工年度	供用開始日	
情報受発信装置 3,114台	H 1 7	H 1 7		

事項	単位	計画時 (16年度)	目標値 (18年度) A	達成状況		備考
				実績値 B	達成率(%) B / A	
コミュニティビジネスの活動数の増加	回	30 (H16)	40 (H18)	49	1.23	
コミュニティビジネスの販売額	千円	100,600 (H16)	105,000 (H18)	111,868	1.07	

調査年次における実績が計画未満である場合の理由及び改善策(目標年度の報告において達成状況が著しく低い場合は、要領の第5の4の(1)に基づき作成した改善計画及び指導等の状況について添付して報告すること)

(イ) 施設等の利用実績

- (注) 1 事項欄には、地域計画とともに作成した利用計画において使用した指標を記述する。
 2 調査年度における実績が計画未満である場合は、下段に理由及び改善策について記述すること。
 3 目標年度の報告において実績が計画を大幅に下回る場合は、第5の4の(1)に基づき作成した改善計画及び指導等の状況について添付して報告すること。
 4 備考欄には、利用計画、利用実績それぞれの算出根拠を記載すること
 5 都市農村交流を目的とする施設の場合は、「月別利用実績」欄の実績計の横に()書きで都市農村交流に関する実績を内数で記入し、利用率の算出は()書きの値を使用する。

ウ 施策の効果

(コメント)

直売所・産直市の売上実績が売上目標を上回った。このことは、インターネットを活用したコミュニティビジネスの成果と考えられる。
 産直市の開催回数、特別イベント(別添)回数も増加し、集客も比例して伸びている状況であり、売上げ高も上昇している。

施設等の種類ごと、事業実施主体ごとに記載すること

2 指標の達成状況に関する評価

	指 標	目標値 A	実績 B	B / A	備 考
必 須	コミュニティビジネスの活動数の増加	40	49	1.23	
	コミュニティビジネスの販売額	105,000	111,868	1.07	
地 域					

(コメント)
目標が未達成となった指標については、その理由を記載

3 目標の達成状況に関する評価

(コメント)
目標値を大きく上回る達成状況となった。
情報ネットワークを活用した生産者への情報提供による産直市の利用者の増加により、生産物(商品)も増加していった。
また、消費者への情報ネットワークを活用したPRも消費者の増加につながった。

4 総合評価

(コメント)
このような結果を踏まえ、情報ネットワークを活用した地産地消の推進を図るという目標の達成について、生産者と消費者とが相互に情報ネットワーク網を活用した相乗効果により、全ての増加を促すことができた
と評価する。

(都道府県の意見)

目標は達成されており、当計画により、コミュニティビジネスの活動が活発になったと考えられる。
今後も同様に活動を継続され、より一層の効果が発現することを期待する。