

【約束 1 市民主権システムを実現します】

(めざす姿) 市民と行政の情報共有・対話が促進され、市民が主体のまちづくりが進められています。

①会議で発言のあった内容を意見・提言としてまとめた項目

- 市民参加型 1 % システムは市民による自主的な地域活動を促進させる重要な制度である。

但し、まだ申請書類の作成が難しい、審査が厳しくハードルが高いという意見がある。また、一方では審査員の側も審査が大変であるという話を聞くことがある。

審査会のなかで制度のあり方や審査方法の見直しなどを行っているということであるが、先進都市の成功事例をもっと分析するなど、更に制度を充実させ、広く使われるようにしていただきたい。

現在 1 % システムの担当課職員が手続きの手助けをしているが、例えば、エリア担当職員など市職員が個々の申請を担当して採択まで手助けするなど、もっと申請団体をサポートする工夫が必要だと思われる。

- 各種審議会の公募実施割合が目標の 100 % を達成しているが、公募委員は会議の場で一般的に発言しにくいものなので、発言しやすい工夫を今後検討していただきたい。

②意見・提言項目以外の取組をまとめた項目

- 広聴及び広報、自治基本条例に関する取組は、「課題」を踏まえ、「今後の方向性」に従い、今後取り組んでいただきたい。

平成26年度 弘前市アクションプラン 自己評価関係資料

自己評価シート 【約束2-(1)】

※ 本資料は、自己評価の途中段階(11/5時点)において第三者評価用に作成したもので、自己評価報告書の公表までの間に、一部修正される場合がありますので、その点についてご了承ください。

弘前市

約束2-(1)	ひろさき農業・産業おこしに取り組みます。【農業振興】
めざす姿	産地が見える農産物の生産が拡大し、農業所得が向上します。

I 4年間の総括

主な取組と成果

- ・産地が見える農産物の生産の拡大、農業所得の向上のため、後継者育成・技術習得・農業経営体の法人化の支援などによる経営体質の強化、市内への直販店の誘導・他県との産直販売の交流・農産品の地域ブランド化の推進などによる販売力の強化を行いました。特に、りんごについては、りんご課を設置し、果樹共済加入促進、わい化栽培促進などによる生産体制の支援、シードル普及推進事業による商品開発、弘前産りんごPRキャラバンをはじめとする国内へのPR、台南市との果物交流事業など国外への販路開拓を行いました。
これらの結果、農業生産法人数・集落営農組織数・果樹共済加入率・わい化栽培率が、基準年である平成21年に比べ増加しており、農産物の生産体制が強化されました。また、りんご販売額は目標値を超える381億3千万円となり、主要農産物直売所の販売金額も基準値を上回ったことから、農業所得の向上に一定の成果がありました。
- ・効率的で安定的な農業経営に向けて、集落営農組織や個人農業者の法人化を支援するため、研修や体制整備に要する経費への補助事業の実施、国や県が実施する法人化への支援策などの周知、法人化を計画している集落営農組織への勉強会などを開催しました。これらの取組により、集落営農組織及び個人農業者の法人化が促進されました。
また、農村地域の維持・発展及び農作業や経営の効率化に向け、個人農業者の集落営農組織化を図るため、関係団体と、組織の設立見込などの情報を交換するとともに、国や県の集落営農組織に対する支援策の情報提供を行いました。さらに、国の補助事業により、集落営農組織の経営発展のために必要な農作業機械の導入を支援しました。これらの取組により、集落営農組織の設立と経営の安定が図られました。なお、集落営農組織については、水田が少ない山間部を除き、市内農村地域の全地区で組織化されました。
- ・主要農産物の直売については、弘前マルシェ事業として、青空市場の定期開催や産直常設店舗の運営など様々な事業に実証的に取り組んだことにより、地元農産物の販路拡大が図られ、地産地消が促進されました。
また、産直交流事業により、県外の農業者団体と農産物等の販売を通じて産地間交流が活発になりました。
- ・農商工連携の取組として市内の法人や農家等が行う加工品開発と販路拡大を支援したことにより、6次産業化が促進されました。また、農作物の販路開拓を進める中で、大手食品メーカーとの地域農業振興のための包括協定の締結に至り、契約栽培や耕作放棄地の有効活用に繋がりました。
- ・りんご生産の向上及び経営の安定化に向け、果樹共済への加入を促進するため、果樹共済掛金を補助する「果樹共済加入促進事業」、加入者にインセンティブを与えるための「りんご園防風網張替事業」による補助などを実施しました。この取組により、加入面積及び加入率ともに上昇しています。
さらに、りんご樹のわい化栽培に要する費用の補助、わい化栽培導入直後の未収益期間の栽培管理費用を補助する「りんご園等改植事業」を実施した結果、わい化栽培率は着実に上昇しました。
- ・国内のりんごの消費拡大のため、全国10エリアでの弘前産りんごPRキャラバンと約600店舗による弘前アップルウィークを展開したほか、弘前4大まつりや県内外で開催される弘前関連イベントで販売促進活動を実施しました。販売額は生産年の作況の影響を受けるため、ほぼ横ばいとなっていますが、平成25年産りんごは、目標値を上回りました。
- ・国外へのりんごの販売については、販路開拓及び原発事故の影響による輸出規制解除に向け、事業者が輸出に取り組みやすい環境づくりや支援のための「輸出候補国市場調査事業」、「輸出先商談支援事業」などを実施したほか、「弘前市・台南市果物交流事業」により交流を進めながら、弘前産りんごの消費拡大を図ったことにより、りんご海外輸出量は、震災前の水準近くまで回復しました。

課 題

- ・農業従事者の減少と高齢化が進んでいることから、農業後継者や新規就農者の円滑な就農・定着を促進するなど、多様な担い手の育成・支援を行っていく必要があります。
- ・集落営農組織や個人農業者の法人化については、法人化のメリットや法人化への手続が理解されていないこと及び法人化にあたり一時的に費用を要することが課題です。
- ・耕作放棄地の発生防止及び解消のためには、農地を利用する担い手を育成し、確保することが必須であり、そのための仕組みの整備・充実が急がれます。
- ・主要農産物直売所については、消費者ニーズの変化や、スーパーなどでの地元農産物の取扱量の増加、出荷農家の高齢化に伴う商品数の減少などが課題です。
- ・りんご以外の主要農作物の強化については、りんごのように大産地として認められているものは少ない状況にあることから、販路の開拓や加工品開発に取り組むことで、新たな主要農作物の商品開発を図る必要があります。
- ・米の消費拡大のためには、共働き世帯、単身世帯、高齢世帯などが増加していることから、多様な食生活の形態や米の消費スタイルに対応する必要があります。
- ・りんごの発泡酒シードルや皮むきが不要なカットりんごなど農産物の6次産業化の動きが芽生えてきていることから、農業の新たなチャレンジとしてこれらの取組を支援し、農業全体の活性化を図っていく必要があります。
- ・果樹共済未加入の理由として、「高齢化・後継者不足」、「経済的理由」、「補償水準」が課題となっているほか、災害に備える意識が希薄であることがあげられます。果樹共済への加入は、農業経営の安定化を図るうえで必要不可欠であることから、加入の動機づけを行っていく必要があります。
- ・りんごのわい化を進めるための課題としては、改植後数年間は収入が見込めないこと、農家の高齢化や後継者不足などがあげられます。
- ・りんごの販売額は、品質や生産量など作況に大きく左右されるところがありますが、消費拡大に繋げるためにPR活動を継続して実施する必要があります。
- ・りんごの輸出には、国内の需給調整機能があることから、輸出に取り組みやすい環境づくりや支援対策などで輸出拡大を図る必要があります。

「めざす姿の達成状況を示す指標」の動向と分析

【結果説明】

・23年産の記録的な不作による価格高での消費者離れや、24年産の天候不順による着色不良・収穫遅れなどの影響で販売額は減少しましたが、25年産は高品質高価格であったことやPRキャラバンによる販促活動により目標値を上回りました。

【社会経済動向等】

・国内の果実消費が低迷している中で、りんごの作況は、台風など自然災害による影響を受けやすいため、生産量の確保や良質品の生産による販売額の向上が必要です。

【県・他都市等の状況】

・県では、県産品フェアを実施しております。
また他市町村は、農業協同組合のキャンペーン等への参加、単発的な販促イベントを実施しておりますが、継続的なPR活動は行っていない状況です。

①りんご販売額360億円を目指します。

(基準値:330億円)

(単位:億円)

年産	22年産	23年産	24年産	25年産
目標	-	-	344	360
実績	338.14	336.87	334.99	381.30

【結果説明】

・毎年着実に法人数が増加し、最終的に目標を大きく越える結果となりました。

【社会経済動向等】

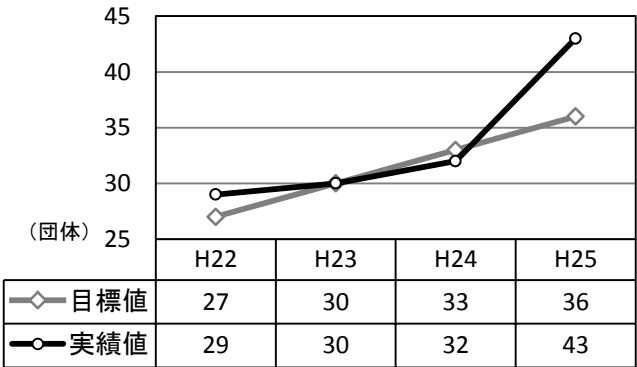
・国では、法人化に関するパンフレットを作成し、法人化の前後での体制整備のための補助事業を周知・案内するなど、法人設立を推進しています。

【県・他都市等の状況】

・県内の農業生産法人数は、平成26年1月1日現在で、平成23年1月1日に比べて40団体増加しています。

②農業生産法人数(累計) 36団体を目指します。

農業生産法人数



【結果説明】

・平成24年度までは年度目標を達成していましたが、平成25年度には年度目標を達成することはできませんでした。
これは、水田が少ない山間部を除いては、既存の組織に組み込まれる形で組織化し、市内農村地域の全地区で集落営農の組織化が進行したためです。

【社会経済動向等】

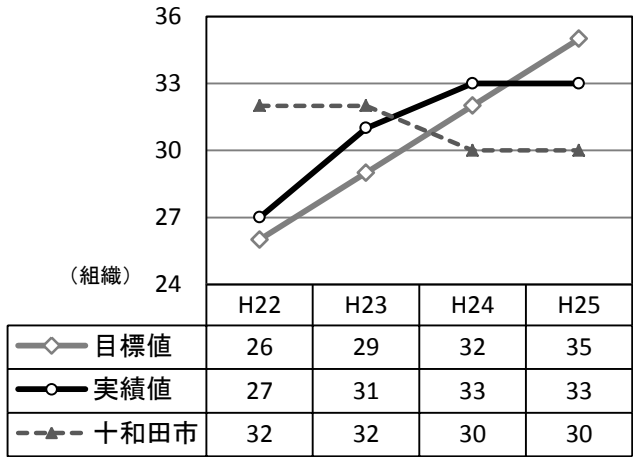
・国では、集落営農を推進するためのパンフレットを作成し、経営所得安定対策などの補助事業の利用を促進し、集落営農組織に対する支援を行っています。

【県・他都市等の状況】

・県内の集落営農組織数は、平成25年度末現在で136組織で、平成22年度末に比べて5組織増加しています。
・県内で弘前市の次に組織数が多い十和田市では、平成25年度末現在で30組織であり、平成22年度末に比べ2組織減少しています。県内の市町村毎に見ても、平成22年度末から25年度末で組織数を比較すると、増減がない又は1～2組織程度の増減がほとんどです。

③集落営農組織数(累計) 35組織を目指します。

集落営農組織数



「めざす姿の達成状況を示す指標」の動向と分析

【結果説明】

・目標値45.7%は未達成ですが、加入面積が平成22年度294haから平成25年度320haと26haの増、加入率についても平成22年度34.9%から平成25年度37.6%へと2.7%伸びています。

・未加入理由として「高齢化・後継者不足」、「経済的理由」、「補償水準」が上位となっているほか、被害を受けたことがないなど災害に備える意識が希薄であり、自助努力の必要を感じていない方が多く見られます。

【社会経済動向等】

・共済制度は国の施策保険として、掛金の半分を補助しています。

・平成26年産共済保険において、「総合一般方式」の1年半にわたる補償期間を約8ヶ月間に短縮した「総合短縮方式」を新たに導入しています。

・農林水産省では、全ての農作物を対象として、農業経営全体の収入に着目した収入保険制度設計のための調査を平成26年度から開始しています。

【県・他都市等の状況】

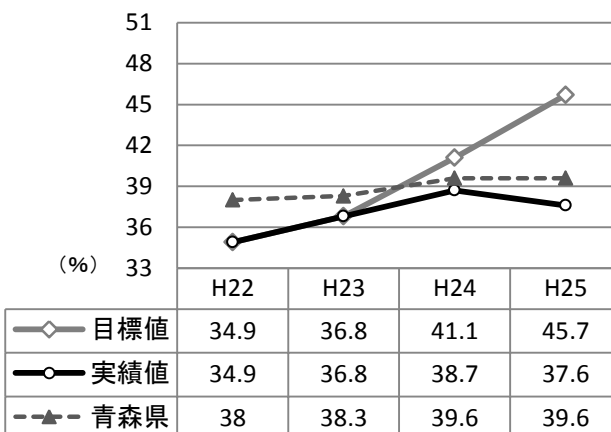
・県では加入率50%達成を各市町村へ課しています。

・県平均の加入率は39.8%であり、市より2.2%高い状況です。

・中南地域では、田舎館村72.4%、黒石市46.2%、平川市44.9%、藤崎町39.1%、大鰐町36.5%、西目屋村23.2%です。

④果樹共済加入率 45.7%を目指します。

果樹共済加入率



【結果説明】

・目標値20.0%は未達成ですが、平成22年度の16.9%から平成25年度は18.6%へと1.7%伸びています。

・改植による数年間は収入が見込めない等経済的理由と、農家の高齢化や後継者不足を背景としています。

【社会経済動向等】

・国において、果樹の改植等に必要な経費に対し補助を行う、果樹経営支援対策事業及び果樹未収益期間支援事業が実施されています。ただし、本事業は普通樹も対象としています。

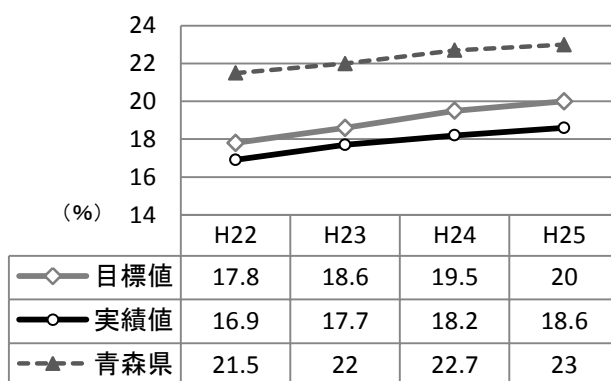
【県・他都市等の状況】

・県平均のわい化栽培率は23.0%であり、市より4.4%高い状況です。

・中南地域では、黒石市42.8%、藤崎町32.2%、平川市25.0%、田舎館村24.0%、大鰐町13.1%、西目屋村11.3%です。

⑤わい化栽培率 20.0%を目指します。

わい化栽培率



【結果説明】

・原発事故により輸出環境が大きく変化し、当初設定した目標には到達していないものの、24年産は前年比150%の伸び率で、回復傾向にあります。

また、25年産にあつては19,889トンで、震災前の水準近くまで回復しています。

【社会経済動向等】

・23年産の記録的不作や円高などの影響により輸出量が落ち込みましたが、震災前の水準近くまで回復しています。

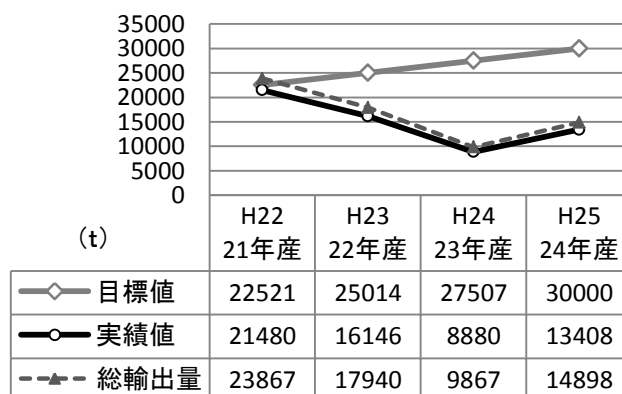
【県・他都市等の状況】

・県国際経済課が事務局を担う、青森県農林水産物輸出協議会への市町村の加盟は当市のみです。

また、県が平成26年4月に策定した「青森県輸出拡大戦略」では、平成30年度に県産りんごの輸出量目標を3万トンに設定しています。

⑥りんご海外輸出量 30,000トン(青森県産)を目指します。

りんご海外輸出量



「めざす姿の達成状況を示す指標」の動向と分析

【結果説明】

・地元農産物を取り扱うスーパーや量販店が増えたことなどにより、主要農産物直売所の販売金額は目標を達成できませんでしたが、基準値である平成21年度の15億7894万円に比べ増加しています。

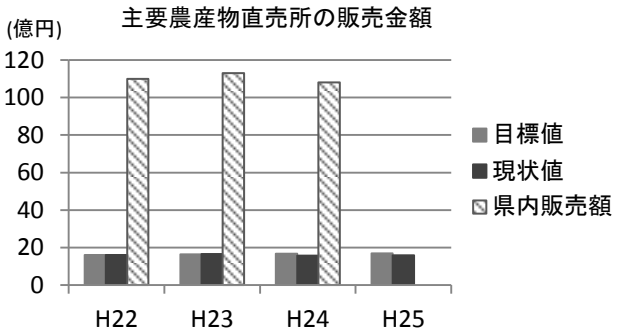
【社会経済動向等】

・食の安全・安心意識の全国的な高まりを背景に、農産物直売所の販売額、施設数は10年前に比べ大幅に伸びていますが、近年は販売額が伸び悩んでいます。

【県・他都市等の状況】

・県内の農産物直売所も同様に、施設数は増加していますが、販売額は横ばいとなっており、1施設あたりの販売額は下降傾向にあります。

⑦主要農産物直売所の販売金額 16.97億円を目指します。

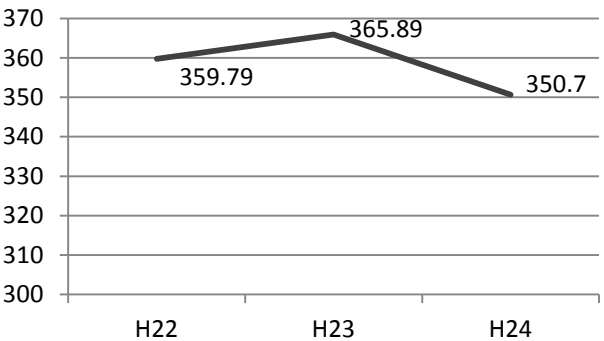


	H22	H23	H24	H25
目標値	16.08	16.38	16.68	16.97
現状値	16.14	16.62	15.72	15.83
県内販売額	110.00	113.00	108.00	—
(施設数)	(177)	(181)	(183)	—

関連指標

農業産出額

(億円)



資料：農業政策課(推計値)

Ⅱ 今後の方向性

取組の方向性

- ・農業後継者や新規就農者など多様な担い手を育成するためには、経営が不安定な就農直後の所得確保、農業後継者等で組織された団体が実施する研修や直売活動等への支援を図っていく必要があります。
- ・経営の安定化及び地域農業の維持・活性化のためには、個人農業者や集落営農組織の法人化が求められていることから、今後も法人化に関する情報提供や法人化に要する費用の軽減を図るなど、農業経営の法人化を支援していく必要があります。
- ・農家収入の安定化を図るため、地産地消の拠点である農産物直売所については、今後も消費者ニーズや商業環境の変化に対応した魅力ある施設づくりや地元農産物の販路拡大を支援していく必要があります。
- ・米の消費拡大については、多様な消費スタイルに対応するため、冷凍米飯などでの販売や消費者が購入しやすい商品の形状を研究する必要があります。
- ・農業経営の発展を図るため、加工品の改良・開発、販路開拓のそれぞれの分野に強い専門家と連携した取組を行いながら、農産物の掘起しや選定、生産者自身のスキルアップ等を支援して6次産業化を推進していく必要があります。
- ・農産物の6次産業化が芽生えている中、シードル工房が今年5月にりんご公園内にオープンしましたが、りんご公園は、観光・文化・商工・教育など幅広い活用や、りんご文化の発信拠点としての位置づけを有することから、園内における駐車場の充実や休憩施設の整備、そして園地の品種構成の見直しなど、りんご公園全体の機能強化を含めたリニューアルが必要です。
- ・りんごの安定的な生産・経営の安定化を図るために、省力化や低コスト化、果樹共済加入など自然災害のリスク回避への対策を行っていく必要があります。また、後継者不足による高齢化が進んでおり、農作業の負担の軽減が必要です。
- ・国内へのりんごの販路拡大については、弘前りんごPRキャラバンや弘前4大まつりなどによる県内外での消費宣伝活動により、着実に成果が上がっていますが、果実消費が低迷している中で消費を拡大していくためには、信頼関係を構築してきた市場や量販店などの協力を受けながら、さらに強力に消費宣伝活動を行っていくことが必要です。
また、国外へのりんごの販路拡大については、輸出先の商取引の習慣や文化・嗜好などを的確に把握するため、調査や海外バイヤーとの意見交換を積極的に行うことが必要です。また、県や関係機関との連携を図り、海外での展示会・見本市等へ参加するとともに、市独自でも新たな輸出候補国を開拓していくことが必要です。

経営計画への反映等

- ・多様な担い手の育成と農家の経営安定化に対する取組を強化するため、「新たな担い手の育成・確保」施策に「青年就農給付金事業」、「担い手育成事業」及び「人・農地問題解決推進事業」を、「農家等の生産技術・収益体質の向上及び経営安定化に向けた支援」施策に「集落営農組織等法人化支援事業」及び「経営体育成支援事業」を位置付け、法人化に向けた取組、農地の集約等を支援し、農家等の経営力強化と持続可能な農業の実現に取り組みます。
- ・経営計画の「地産地消の促進」施策に「学校給食地元産品導入促進事業」及び「地産地消促進調査事業」を位置付け、農業生産団体や販売業者等と連携し、地域における農産物の消費拡大に取り組むとともに、「地場産品販売推進事業」を実施し、引き続き地産地消に向けた取組を支援します。
- ・米の消費拡大を図る取組として「国内外における農産物の消費拡大及び販路開拓」施策に「米消費拡大調査事業」を位置付け、冷凍米飯の開発及び販売、少量パックによる軽量化などの新たな方策を探ります。
- ・新規農産物の定着と販売ルートの確保、農産物や加工品の高付加価値化の取組として「企業との契約栽培の促進」施策に「新規契約栽培支援事業」を、「競争力向上のための農産物及び加工品の高付加価値化」施策に「6次産業化支援事業」を位置付け、耕作放棄地の解消、農作物の安定的な生産及び経営の安定化を図るために、契約栽培の推進及び当市の豊富な農産物資源を活用した6次産業化の促進に取り組みます。
- ・りんごの安定的な生産、経営の安定化、農作業の効率化や省力化の取組として「日本一のリンド生産量の確保」施策に「りんご園等改植事業費負担金」、「りんご園防風網張替事業費補助金」及び「弘前市近未来型農業研究事業」を位置付け、りんごの安定生産、省力化及び低コスト化に向けた取組を支援するとともに、生産力の強化及び風害からの恒常的な防護策を講じます。
また、農作業の効率化・省力化の手法、新たな生産技術等の研究を行います。
- ・国内外へのりんごの販路開拓に関する取組として「国内外における農産物の消費拡大及び販路開拓」施策に「弘前産りんご消費拡大戦略事業」、「りんご輸出促進強化事業」、「弘前市・台南市果物交流事業」及び「りんご等販売宣伝活動支援事業」を位置付け、国内への消費拡大のためのPR活動を展開するとともに、輸出候補国との交流や見本市・商談会への積極的な参加等販路開拓に向けた取組を強化します。
- ・消費低迷、後継者不足、温暖化による気象災害など農林業を取り巻く環境は今後も厳しい状況が続くと考えられます。農林業振興のためには長期的に、かつ、継続的に施策を行っていく必要があります。経営計画においては、これまでの施策の見直し・拡充を行い、農産物等の生産力の強化として「日本一のリンド生産量の確保」及び「りんご以外の主要農産物の生産力の強化」を、農産物等の販売力の強化として「国内外における農産物の消費拡大及び販路開拓」及び「地産地消の促進」を、担い手の育成と経営安定化に向けた支援として「新たな担い手の育成・確保」及び「農家等の生産技術・収益体質の向上及び経営安定化に向けた支援」を、農業の新たなチャレンジとして「企業との契約栽培の推進」及び「競争力向上のための農産物及び加工品の高付加価値化」を、農林業基盤の整備・強化として「農地等の生産基盤の維持・改善」、「農地等の生産基盤の有効活用」、「耕作放棄地の防止と再生」及び「森林の保全と活用」を施策として進め、生産者のさらなる所得向上と経営安定を実現するために、積極的に取り組んでいきます。

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容				
2-(1)-1	りんご課の設置	進捗率	りんご産業を振興し、生産・加工・流通・販売までの総合的な事業展開をするための「りんご課」を平成22年7月に設置しました。				
		A					
	事務事業名	達成率	【平成22年度取組済み】 平成22年7月に「りんご課」を設置しました。				
	りんご課設置	(A)					
	実施内容	目標		H22	H23	H24	H25
	弘前の主産業であるりんご産業を振興するために、「りんご課」を設置して、生産・加工・流通・販売までの支援事業を実施する。	－		－	－	－	－
		決算額		0	0	0	0
		総括	平成22年7月の設置時は、生産振興係・販売対策係の2係体制、平成25年4月からは生産振興係・販売促進係・企画開発係の3係体制により、りんご産業振興のため各種事務事業を実施しています。				
		経営計画への反映等	平成22年7月に組織が設置され、事業終了であるため、経営計画には反映しません。				

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容				
2-(1)-2	市内への直販店(産直マルシェ(※))の誘導、他県他都市との産直販売の交流実施	進捗率	構成する2事業について、それぞれ「工程表どおり実施」でした。				
		A					
		達成率	構成する2事業について、「達成」が2事業となりました。				
		A					
		決算額		H22	H23	H24	H25
		974	36,078	24,111	30,571		
事務事業名		自己評価	平成25年度実施内容				
(1)産直マルシェ事業	進捗率	3年目となる弘前マルシェ「FORET(フォーレ)」は、中心市街地のえきどてプロムナードで青空市場を定期的に開催したほか、7月には大型商業施設のヒロロ地下1階に産直常設店舗「フレッシュファームFORET」も開店したことにより、地元農産物の販路拡大が図られ、地産地消が推進されました。					
	A						
実施内容	達成率	えきどてプロムナードでの青空市場と中心市街地に設置した産直常設店舗の農産物等販売総額が目標を上回りました。					
A							
(1)農家の所得向上のために農家の方々が、自ら生産した旬の農産物及び加工品を中心市街地で定期的に販売し、地産地消を推進する。	目標		H22	H23	H24	H25	
	中心市街地での産直マルシェにおける農産物等販売総額 650万円/年		-	502万円	608万円	1,319万円	
	総括	弘前マルシェ事業においては、「農業所得の向上」、「中心市街地における賑わいの創出」、「観光客の満足度向上」という基本理念のもと、先進的な取組も含め、様々な事業を実証的に展開してきました。 その結果、今後の地域経済への波及効果も期待できるような事業効果が多く得られ、当初の事業目的を達成しましたが、一方で収益性や運営体制などの課題があったことから、これまでの事業の効果と内容を検証したうえで、平成26年度からは新たな運営主体に発展的に事業を引き継ぐこととなったものです。					
	経営計画への反映等	本事業は、経営計画への直接的な位置付けはありませんが、産直常設店舗の運営については、「地場産品販売推進事業」により、支援していくこととします。					
	事務事業名		自己評価	平成25年度実施内容			
(2)産直交流事業	進捗率	産直交流活動支援事業を活用して、市内産直活動を行う農業者団体が、沖縄県沖縄市のJAおきなわ「ファーマーズマーケット ちゃんぶる～市場」に出店し、沖縄産農産物も販売するなど、産直交流が行われました。					
	A						
実施内容	達成率	目標を「他都市との交流回数1回/年」としていますが、沖縄県沖縄市のJAおきなわ「ファーマーズマーケット ちゃんぶる～市場」に、市内産直活動を行う農業者団体が出店し、交流が行われました。					
A							
(2)他県他都市の農産物等の販売による相乗効果で地産地消を図るとともに、交流を促進し、販路拡大の機会を増加させる。	目標		H22	H23	H24	H25	
	他都市との交流回数 1回/年		-	1回/年	1回/年	1回/年	
	総括	産直活動を行う農業者団体が農産物等の販売を通じて産地間の交流を図る活動を支援したことにより、県外の農産物の販売による相乗効果で地産地消が図られ、地元農産物等の販路拡大に一定の効果がありました。					
	経営計画への反映等	本事業は、経営計画への直接的な位置付けはありませんが、「地場産品販売推進事業」の中の一事業として、引き続き取り組んでいくこととします。					

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容				
2-(1)-3	生産・加工・流通・販売関係者による「ひろさき農政会議」で施策検討・展開	進捗率	4月、5月に雪害対策、10月に台風18号被害への対応を議題として、ひろさき農林業危機対策連絡会議を開催しました。また、ひろさき農政会議を2月に開催し、りんご公園ミュージアム構想、耕作放棄地対策について協議しました。				
		A					
	事務事業名	達成率	会議で検討された内容を基に、農業政策等2件(雪害対策及び洪水被害対策)を実施しました。				
	ひろさき農政会議運営事業	A					
	実施内容	目標	H22	H23	H24	H25	
	農林業の振興と農家の経営安定を目的に、生産、加工、流通、販売等の各分野の関係者で組織する「ひろさき農政会議」及び「農林業危機対策連絡会議」を設置し、農林業行政に関する意見・検討・展開を図る。	会議結果に基づき実施された農業政策件数 1件/年	0	1	1	2	
		決算額	94	16	14	50	
		総括	関係機関、関係団体が情報を共有し、共通認識を得たうえで、災害等の対策を検討・実施することで、各機関、団体それぞれの事業も相関し、効率的な事業運営が可能になっています。				
		経営計画への反映等	市を含めた関係機関、関係団体の調整機関として、継続実施します。 経営計画:「ひろさき農政会議運営事業」				

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容				
2-(1)-4	農家の皆さんと膝を交えて対話する「青空座談会」の定期実施と農業女性の意見反映と地位向上の支援	進捗率	施策を構成する2事業について、それぞれ「工程表どおり実施」でした。				
		A					
		達成率	構成する2事業について、それぞれ「達成」でした。				
		A					
		決算額	H22	H23	H24	H25	
	事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容				
	(1)青空座談会事業	進捗率	6月、8月に青空座談会を実施したほか、7月に農業女性懇談会事業との共催で「スイーツ座談会」を実施しました。				
		A					
	実施内容	達成率	アライグマ被害への対応、放任園対策の継続実施、農道除雪への共同施工方式の導入を行ったほか、県の事業を活用し、料理コンテストの実施に向けた支援を行いました。				
	(1)農業者の声を農業政策に反映させるために、市長と膝を交えて対話する「青空座談会」を開催する。	A					
		目標	H22	H23	H24	H25	
		農業政策への施策反映件数 1件/年	9	8	1	4	
		総括	既存の補助事業をより使いやすいものに改善するためのヒントを得たり、困っている部分、市が期待される事項について意見を聞くことで、生産者との役割分担を確認できるほか、市の政策について共通理解を得る機会にもなっています。				
		経営計画への反映等	生産者の生の声を聴く機会として、今後も継続実施します。 経営計画(関連事業):「青空座談会事業」				
	事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容				
	(2)農業女性懇談会事業	進捗率	女性農業者がより率直に意見を述べやすい規模や環境での懇談会として、7月に青空座談会事業と共催で、「サンフェスタいしかわ友の会」と市長との「スイーツ座談会」を実施しました。				
		A					
	実施内容	達成率	県の補助事業を活用することも含めて、料理コンテストを実施できるよう支援しました。				
	(2)農業女性の意見反映と地位向上の支援のために、女性農業者の意見を聞く場の設定や普及啓発活動を実施する。	A					
		目標	H22	H23	H24	H25	
		農業政策への施策反映件数 1件/年	0	1	1	1	
		総括	農業女性にとって働きやすく、アイデアを活かしやすい環境づくりのために、必要な支援方法についてのヒントを探る機会となっています。				
		経営計画への反映等	特に女性農業者の生の声を聴く機会として、経営計画関連事業である「青空座談会事業」の中で、今後も継続実施します。				

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容				
2-(1)-5	果樹の所得補償制度、輸入果汁原産地表示の国への働きかけ	進捗率	施策を構成する2事業について、それぞれ「工程表どおり実施」でした。				
		A					
		達成率	構成する2事業について、それぞれ「達成」でした。				
		A					
	事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容				
	(果樹の所得補償制度創設) 青森県又は国に対する要望	進捗率	現在の果樹共済を母体に、価格安定対策を組み合わせた新たな支援策を講じることに ついて、第162回(平成25年度春)東北市長会へ、要望書を提出したほか、県へ平成26 年度重点要望事項として要望しました。				
		A					
	実施内容	達成率	要望回数を達成しました。				
	果樹の所得補償制度創設のために、様々な機会を通じて、東北市長会・全国市長会を活用しながら国・県に対して要望する。	A					
		目標		H22	H23	H24	H25
		青森県又は国に対する要望回数 1回/年		1回	0回	1回	2回
		決算額		0	0	0	0
		総括	現在の果樹共済と価格安定対策を組み合わせた新たな「果樹の所得補償制度」創設は、農業経営の安定を図る上で必要です。平成26年度から農林水産省では、収入保険制度設計のため、調査を開始していますが、制度創設まで要望を継続していきます。				
		経営計画への反映等	要望事務であることから、経営計画には位置づけしません。				
	事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容				
	(輸入果汁原産地表示の制度創設) 青森県又は国に対する要望	進捗率	輸入果汁原産地表示の義務化について、平成26年度重点要望事項として要望しました。				
		A					
	実施内容	達成率	要望回数を達成しました。				
	輸入果汁原産地表示の制度創設のために、様々な機会を通じて、東北市長会・全国市長会を活用しながら国・県に対して要望する。	A					
		目標		H22	H23	H24	H25
		青森県又は国に対する要望回数 1回/年		-	1回	1回	1回
		決算額		0	0	0	0
		総括	消費者の商品選択肢の拡大と県産りんごジュースの消費拡大を図るため、「輸入果汁原産地表示」義務化について、要望を継続していきます。				
		経営計画への反映等	要望事務であることから、経営計画には位置づけしません。				

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容				
2-(1)-6	りんご海外輸出の促進	進捗率	施策を構成する3事業について、それぞれ「工程表どおり実施」でした。				
		A					
		達成率	施策を構成する3事業について、全て「未達成」でした。				
		C					
				H22	H23	H24	H25
		決算額		708	10,004	10,838	11,189
事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容					
(1)りんご輸出対策調査事業	進捗率	青森県農林水産物輸出促進協議会が実施したタイ・マレーシアでの販売促進活動・市場調査・現地輸入業者との意見交換や、招へいたした輸入業者との意見交換・情報収集などの調査活動を行いました。					
	A						
実施内容	達成率	目標値30,000tに対して、実績値は13,408tでした。 その主な理由は、原発事故の影響により、多くの国・地域で輸入規制が行われたためです。しかしながら、平成24年産は前年度比150%の伸び率であり回復傾向にあります。					
りんごの販路拡大と価格安定のために、県や県りんご対策協議会等と連携を図りながら、台湾や中国などの取引相手開拓や貿易実務の支援など輸出拡大に向けた取り組みを展開する。	C						
	目標		H22	H23	H24	H25	
	りんごの輸出量(青森県産) 30,000t (H25) 22,521t (H22)、25,014t (H23)、27,507t (H24)		21,480 (H21年産)	16,146 (H22年産)	8,880 (H23年産)	13,408 (H24年産)	
	決算額		708	1,829	312	233	
	総括	原発事故により輸出環境が大きく変化し、当初設定した目標には到達していませんが、りんごの輸出量も回復傾向にあり平成26年4月に県が策定した「青森県輸出拡大戦略」では、平成30年度の県産りんごの輸出量目標を30,000tに設定したところ。輸出量も順調に回復していることから、今後の展開においても、輸出に取り組みやすい環境づくりや支援対策・市場調査などが必要です。					
	経営計画への反映等	りんごの輸出には、国内の需給調整機能があることから、経営計画に位置付け継続して取り組みます。 経営計画:「りんご輸出促進強化事業」					
	事務事業名	自己評価					
(2)りんご輸出促進事業	進捗率	りんご海外輸出促進事業を活用して、2業者が台湾・香港で商談を実施し販売拡大に繋げました。また、りんご輸出業者育成研修事業による研修会を4回(セミナー3回・視察1回)開催し、延べ33人が受講しました。招へいバイヤー意見交換会事業は市単独での実施とはなりませんでした。が、青森県農林水産物輸出促進協議会主催のインドネシアりんご輸入業者との意見交換会に参加するなどして情報収集を行いました。					
	A						
実施内容	達成率	目標値30,000tに対して、実績値は13,408tでした。 その主な理由は、原発事故の影響により、多くの国・地域で輸入規制が行われたためです。しかしながら、平成24年産は前年度比150%の伸び率であり回復傾向にあります。					
りんごの販路拡大と価格安定のために、県や県りんご対策協議会等と連携を図りながら、台湾や中国などの取引相手開拓や貿易実務の支援など輸出拡大に向けた取り組みを展開する。	C						
	目標		H22	H23	H24	H25	
	りんごの輸出量(青森県産) 30,000t (H25) 22,521t (H22)、25,014t (H23)、27,507t (H24)		21,480 (H21年産)	16,146 (H22年産)	8,880 (H23年産)	13,408 (H24年産)	
	決算額		0	8,175	389	523	
	総括	原発事故により輸出環境が大きく変化し、当初設定した目標には到達していませんが、りんごの輸出量も回復傾向にあり、平成26年4月に県が策定した「青森県輸出拡大戦略」では、平成30年度の県産りんごの輸出量目標を30,000tに設定したところ。輸出量も順調に回復していることから、今後の展開においても、輸出に取り組みやすい環境づくりや支援対策・市場調査などが必要です。					
	経営計画への反映等	りんごの輸出には、国内の需給調整機能があることから、経営計画に位置付け継続して取り組みます。 経営計画:「りんご輸出促進強化事業」					

事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容				
(3)弘前市・台南市果物交流事業	進捗率	平成26年1月に台南市内デパートにおいて、「青森りんご最大産地弘前フェア」の開催や、交流事業の一環として、台南市主催の「国際マンゴーフェスティバル」に参加して弘前の魅力発信やりんごのPR活動を行いました。 また、弘前市内の百貨店において、「台南産アップルマンゴーフェア」を開催して、果物交流事業の啓発と台南市の認知度向上を図りました。				
	A					
実施内容	達成率	目標値30,000tに対して、実績値は13,408tでした。 その主な理由は、原産事故の影響により、多くの国・地域で輸入規制が行われたためです。しかしながら、平成24年産は前年度比150%の伸び率であり回復傾向にあります。				
	C					
	目標		H22	H23	H24	H25
	りんごの輸出量(青森県産) 30,000t (H25) 22,521t (H22)、25,014t (H23)、27,507t (H24)		21,480 (H21年産)	16,146 (H22年産)	8,880 (H23年産)	13,408 (H24年産)
	決算額		0	0	10,137	10,433
	総括	交流事業の一環として、平成23年度から3年にわたり「青森りんご最大産地弘前フェア」を行ってきたことにより、台南市での「青森りんご＝弘前」のイメージが徐々にではあります。が浸透し、春節期における贈答用りんごの販売促進のほか中間層への販売拡大に繋がっています。 今後も台南市政府の協力を得ながら事業展開して、弘前産りんごの消費拡大を図って行く必要があります。				
	経営計画への反映等	りんごの最大輸出先である台湾への輸出量の増加と、交流事業による消費拡大を図る必要があることから、経営計画に位置付けて継続して取り組みます。 経営計画:「弘前市・台南市果物交流事業」				

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容				
2-(1)-7	果樹共済加入促進、わい化栽培促進、りんご加工品開発の支援と病害虫に強い品種づくり・土づくりの取り組み強化、火傷病侵入防止	進捗率	施策を構成する9事業について、それぞれ「工程表どおり実施」でした。				
		A					
		達成率	構成する9事業について、「達成」が4事業、「未達成」が4事業、「判断できない」が1事業となりました。				
		B					
	事務事業名	自己評価					
	(1)果樹共済加入促進対策事業	進捗率	継続して農家の果樹共済掛金の15%を負担する果樹共済加入促進対策事業を実施しました。また、弘前圏域市町村により青森県に対して補償水準の見直し等を国へ働きかけるよう要望書を提出しました。				
		A					
	実施内容	達成率	加入率は37.6%ですが、加入面積は平成24年度の318haに対し、平成25年度は320haへ増えています。達成状況は、目標値45.7%に対し、実績値が37.6%です。				
		C					
		目標		H22	H23	H24	H25
		果樹共済加入率 45.7%(H25) 41.1%(H24)		34.9%	36.8%	38.7%	37.6%
		決算額		16,164	15,210	14,566	10,884
		総括	加入面積が平成22年度294haから平成25年度320haへ増え、加入率も平成22年度34.9%から平成25年度37.6%へ伸びています。 目標が達成できなかった原因は、未加入理由として「高齢化・後継者不足」、「経済的理由」、「補償水準」が上位となっているほか、被害を受けたことがないなど災害に備える意識が希薄であることです。 気象災害等での減収を補てんする果樹共済への加入は、農業経営の安定を図る上で必要不可欠であることから、事業内容(補助率)を見直し、従来加入者へはより補償が充実するプランへの誘導を行うと共に、未加入者の加入を促進します。				
		経営計画への反映等	平成26年度からは総合30%、特定3点20%、その他10%と補償対象災害項目に応じた補助率とし、事業内容を拡充して実施します。 経営計画(関連事業):「果樹共済加入促進事業」				

事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容				
(2)果樹共済加入誘導事業	進捗率	果樹共済加入誘導事業として、果樹共済加入者を対象とするりんご園防風網張替事業を実施したほか、加入・未加入で補助率を差別化するりんご防除機械等導入事業を実施しました。また、ひろさき広域農業共済組合と連携しつつ、加入促進活動を実施しました。				
	A					
実施内容	達成率	加入率は37.6%ですが、加入面積は平成24年度の318haに対し、平成25年度は320haへ増えています。達成状況は、目標値45.7%に対し、実績値が37.6%です				
	C					
	目標		H22	H23	H24	H25
	果樹共済加入率 45.7%(H25) 41.1%(H24)		34.9%	36.8%	38.7%	37.6%
	決算額		555	5,686	8,608	5,449
	総括	加入面積が平成22年度294haから平成25年度320haへ増え、加入率も平成22年度34.9%から平成25年度37.6%へ伸びています。 目標が達成できなかった原因は、未加入理由として「高齢化・後継者不足」、「経済的理由」、「補償水準」が上位となっているほか、被害を受けたことがないなど災害に備える意識が希薄であることです。 気象災害等での減収を補てんする果樹共済への加入は、農業経営の安定を図る上で必要不可欠であることから、事業内容(補助率)を見直し、従来加入者へはより補償が充実するプランへの誘導を行うと共に、未加入者の加入を促進します。				
	経営計画への反映等	風害からの恒常的な防護策として防風網の張替を支援し、りんご生産量の確保を図るため、継続して実施します。 経営計画:「りんご園防風網張替事業費補助金」				
事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容				
りんご園改植事業	進捗率	りんごわい化栽培へ要する費用の補助に加え、未収益期間の栽培管理費用を補助する事業について、継続して事業展開しました。				
	A					
実施内容	達成率	わい化率は、平成24年度18.2%から平成25年度18.6%へと着実に伸びています。達成状況は、目標値20.0%に対し、実績値が18.6%です。				
	C					
	目標		H22	H23	H24	H25
	りんご園わい化率 20.0%(H25) 17.8%(H22)、18.6%(H23)、19.5%(H24)		16.9%	17.7%	18.2%	18.6%
	決算額		0	4,705	15,494	14,223
	総括	目標が達成できなかった原因は、改植により数年間は収入が見込めないなどの経済的理由と、農家の高齢化や後継者不足です。 わい化栽培については、省力化や低コスト化に対応した栽培であることから、りんごの安定生産に向け、事業の継続が必要です。				
	経営計画への反映等	平成25年度から実施していますが、従来のわい化栽培導入に加え、りんご以外の果樹栽培を導入し、自然災害等からのリスク回避による農業経営の安定を図ることを加えた事業として、継続して実施します。 経営計画:「りんご園等改植事業費負担金」				
事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容				
(1)農商工連携促進事業 ※No.2-(3)-11 食産業育成事業の中で実施	進捗率	平成24年度に引き続き、25年度も「農産加工ビジネス育成支援事業費補助金」の事業者を公募し、審査委員会による審査を経て、りんご加工品等の更なる商品開発を支援しました。				
	A					
実施内容	達成率	上記補助事業を活用して、4事業者から6品目の新商品開発(「りんごソース」「りんごキャンディー」「低分子アップルペクチン商品(2品目:ゼリー、ティー)」「シールド」「ドレッシング」)が行われたため、「達成」となりました。				
	A					
	目標		H22	H23	H24	H25
	新商品開発件数 5件/年		5件	5件	4件	6件
	決算額		1,212	3,603	1,320	2,250
	総括	りんご加工品をはじめ、農商工連携・6次産業化に対する農業者の関心が増えてきていることから、今後も引き続き食産業コーディネーターを配置していくこととします。				
	経営計画への反映等	経営計画事業「6次産業化支援事業」の中で継続実施します。				

事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容				
(2)弘前シードル普及推進事業	進捗率	平成25年5月に農業者・加工業者・試験研究機関等からなる「弘前シードル研究会(平成26年3月末現在会員数:22名)」を発足させ、りんご公園で「シードルフェスタin弘前」を開催したほか、勉強会を計12回実施し、シードルづくりの基礎を学び、試作開発に向けた検討を行いました。				
	A					
実施内容	達成率	会員の中から原料であるりんごの提供を受け、試験研究機関による協力を得ながら、9種類の試作品ができ上がりました。				
価格安定を図るために、市内の法人や農家等がりんご加工品の新商品開発及び販路拡大に要する経費に対して補助し、戦略的に加工品開発と販路拡大を支援する。	A					
	目標	H22	H23	H24	H25	
	地シードル試作開発件数 5件/年	-	-	-	9	
	決算額	-	-	-	1,637	
	総括	平成25年度からの事業化であり、今後もシードルの試作開発を継続実施し、「シードルの街・弘前」づくりを目指したりんご農家等の様々な活動を支援していきます。				
	経営計画への反映等	経営計画へ位置付け、引き続き実施します。 経営計画:「弘前シードル普及推進事業」				
事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容				
(1)青森県・研究機関等への要望	進捗率	平成25年9月に青森県産業技術センターの研究課題として要望し、大学等との連携事業として要望しました。				
	A					
実施内容	達成率	要望回数を達成しました。				
病害虫に強い品種づくり・土づくりのために、弘前大学などの研究機関に対し霜害や病害虫に強い新品種開発のための取り組みの促進を働きかける。 また、稲わらや食品残などを堆肥化してりんご園で再利用するための仕組みづくりに取り組む。	A					
	目標	H22	H23	H24	H25	
	青森県産業技術センターりんご研究所及び弘前大学への要望 1回/年	-	1回	1回	1回	
	総括	虫害・霜害についての品種改良は難しく取り組みないとの回答を受けています。今後、必要に応じ、要望事項を検討します。				
	経営計画への反映等	要望事務であることから、経営計画には位置づけしません。				
事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容				
(2)りんご新品種開発推進事業	進捗率	「弘前市りんご新品種開発推進事業費補助金」交付要綱を制定し、農業者へ補助金を交付しました。				
	A					
実施内容	達成率	達成率の評価は平成24年度から10年間(平成33年度まで)で行います。 平成25年度の品種登録申請件数は1件でした。				
病害虫に強い品種づくり・土づくりのために、弘前大学などの研究機関に対し霜害や病害虫に強い新品種開発のための取り組みの促進を働きかける。 また、稲わらや食品残などを堆肥化してりんご園で再利用するための仕組みづくりに取り組む。	-					
	目標	H22	H23	H24	H25	
	新品種開発 1種類/10年間	-	-	-	-	
	総括	本事業について、徐々に周知が図られてきており、今年度においては、品種登録申請を行っています。今後、登録費用が必要となることもあり、事業継続は必要です。				
	経営計画への反映等	事業を継続し新品種開発づくりを推進しながら、講習会を開催し事業の底上げを図ることとしますが、新品種開発には相応の時間を有することから、経営計画には位置づけしません。				
事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容				
(3)農業残さ堆肥化推進事業	進捗率	りんご公園をモデル地区として、園地から発生した剪定枝をチップ化し、有機堆肥と混合して堆肥化を進めました。				
	A					
実施内容	達成率	チップー機材の限界から、太い幹はチップにできず再利用率が40%(達成状況は、目標値90%に対して実績値40%)に留まりました。なお、チップ化できなかった太い幹等は、通常は薪として利用されています。				
病害虫に強い品種づくり・土づくりのために、弘前大学などの研究機関に対し霜害や病害虫に強い新品種開発のための取り組みの促進を働きかける。 また、稲わらや食品残などを堆肥化してりんご園で再利用するための仕組みづくりに取り組む。	C					
	目標	H22	H23	H24	H25	
	モデル地区再利用率 90%(H25)	-	-	-	40%	
	決算額	0	0	0	188	
	総括	農業残さの再利用については、3年間にわたり事業化に向けた検討を経て、平成25年度に、りんご公園をモデル地区に、残さ(剪定枝)の堆肥化を試みましたが、目標に見合う実証結果は得られませんでした。				
	経営計画への反映等	今後のりんご公園再整備の中で、リサイクル棟の新設により再利用率は100%に近づくため、事業は終了とし、経営計画には位置づけしません。				

事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容				
(火傷病侵入防止) 青森県又は国に対する要望	進捗率	県の重点要望事項として、火傷病侵入防止のために、輸入りんごの検疫体制の強化について要望しました。				
	A					
実施内容	達成率	要望回数を達成しました。				
病害虫に強い品種づくり・土づくりのために、弘前大学などの研究機関に対し霜害や病害虫に強い新品種開発のための取り組みの促進を働きかける。 また、稲わらや食品残さなどを堆肥化してりんご園で再利用するための仕組みづくりに取り組む。	A					
	目標		H22	H23	H24	H25
	青森県又は国に対する要望回数 1回/年		1回	1回	1回	1回
	決算額		0	0	0	0
	総括	火傷病が国内に侵入した場合、当市やりんご産業のみならず、国内の果樹産業に甚大な被害を及ぼすことから、主要な港湾や空港での水際対策と海外旅行者の検疫体制を強化するとともに、火傷病の研究を強化するよう、要望を継続していきます。				
経営計画への反映等	要望事務であることから、経営計画には位置づけしません。					

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容					
2-(1)-8	後継者育成を全力で支援、 農業後継者配偶者探しの支援	進捗率	施策を構成する5事業について、それぞれ「工程表どおり実施」でした。					
		A						
		達成率	施策を構成する5事業について、「達成」が1事業、「概ね達成」が2事業、「未達成」が2事業となりました。					
		B						
				H22	H23	H24	H25	
決算額		578	1,076	1,493	2,100			
	事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容					
	(1)担い手育成総合行動計画に基づく担い手育成事業	進捗率	地域の話合いに基づき、担い手の育成支援等を目的とした地域農業マスタープラン(人・農地プラン)を変更し、その中で今後の地域農業をけん引する担い手を位置付けました。また、担い手等育成支援事業については、7団体の他都市樹園地施設等の自主的な研修に対し支援を行いました。					
		A						
	実施内容	達成率	目標指標を「担い手等育成支援事業実施者数10件/年」としていますが、平成25年度の実施者数は7件でした。 目標を達成できなかった原因は、要件を満たす4団体を補助率が高い類似の県事業へ振り替えたためです。					
	C							
	(1)担い手育成に関する総合プランを策定し、そのプランに即した事業を実施し担い手育成を図る。	目標		H22	H23	H24	H25	
		事業実施者数 10件/年		-	2	6	7	
		総括	各年度で事業実施者数の目標に届かなかったものの、農業者団体が行う遠隔地への研修や直売活動への支援が可能となり、担い手育成につながっています。目標が達成できなかった要因としては、平成23年度及び24年度は事業の周知不足、平成25年度は、要件を満たす4団体を補助率が高い類似の県事業へ振り替えたためですが、事業活用についての相談が随時あることから、今後も関係団体等と協力し、周知を図りながら、事業を継続実施する必要があります。					
		経営計画への反映等	地域農業の多様な担い手の育成・確保を図るため、経営計画に位置付け、継続して事業を実施します。 経営計画:「担い手育成事業」					
		事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容				
		(2)農業後継者りんご整枝せん定講習会兼競技会事業	進捗率	農業後継者りんご整枝せん定講習会兼競技会を平成26年1月21日に、市りんご公園を会場に実施し、28名が参加しました。				
	A							
	実施内容	達成率	目標の「技術向上が図られた人の割合 参加者数の60%」に対して、アンケートで技術の向上が図られたと回答した参加者が64%でした。					
	A							
(2)りんご農家の後継者を対象に整枝せん定の講習会を開催し、実技と筆記による試験、技術の向上を図る。	目標		H22	H23	H24	H25		
	技術向上が図られた人の割合 参加者数の60%		-	-	60%	64%		
	総括	アクションプランによる取組により、平成24年度からアンケートを実施し、参加者の評価やニーズを得られるようになりました。平成25年度は賞品や進行方法の一部に要望を取り入れたところ好評であり、今後も意見を取り入れて行きます。						
	経営計画への反映等	経営計画に位置付け、参加者の評価とニーズを検証することで改善して継続します。 経営計画(関連事業):「農業後継者りんご整枝せん定講習会兼競技会事業」						

事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容				
(3)弘前市青年交流会実行委員会事業費補助金	進捗率	独身男女の出会いの場として交流会を開催しました。夏場の交流会(6月30日実施)には32名が参加し、冬場の交流会(同内容の小規模なものを2月8日、2月23日実施)には37名が参加しました。 他団体と、広報掲載協力・情報交換などの連携関係をつくりました。				
	A					
実施内容	達成率	目標を「年2回開催 参加者数40名/回」としており、冬場の交流会は小規模なものを分けて開催するなど工夫しましたが、夏場32名、冬場37名参加と目標が達成できませんでした。 目標が達成できなかった原因は、同様の婚活イベントも増えており女性参加者数が伸びなかったことなどです。				
	B					
	目標		H22	H23	H24	H25
	参加者数40名/回		-	29名/回	38名/回	34.5名/回
	総括	目標を達成できなかった要因は、同様の婚活イベントも増えており女性参加者数が伸びなかったためです。実行委員会で「小規模な交流会を多めに開催した方が、じっくりアピールができカップルになる確率が高い」などの分析がされ逐次、反映しています。なお、実行委員が自費で作成した青年交流会ポロシャツを着てイベントのPR活動を行うなど、アクションプランを契機としてより活動が積極的になりました。今後も実行委員と事務局が一体となって創意工夫します。				
	経営計画への反映等	経営計画では、施策「新たな担い手の育成・確保」に位置づけ、新規就農者数の増加につとめます。 経営計画(関連事業):「弘前市青年交流会実行委員会事業(独身農業者婚活支援)」				
事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容				
(4)独身農業者縁結び事業	進捗率	平成25年度からの新規事業であり、5月末から会員(お見合い希望登録者)や一般公募の婚活サポーターを募集しました。その結果、25年度末で会員42名、婚活サポーター37名(一般公募10名、農業委員27名)が登録したほか、お見合い7回、婚活サポーター研修会・情報交換会などを予定どおり実施できました。				
	A					
実施内容	達成率	お見合い希望登録者数60名を目標としましたが、42名の登録に終わりました。 目標を達成できなかった原因は、様々なPRに取り組んだものの事業初年度で周知に工夫が足りなかったためです。				
	C					
	目標		H22	H23	H24	H25
	お見合い希望登録者数 60名		-	-	-	42名
	総括	目標が達成できなかった要因は、周知の工夫不足です。さらに積極的なPRに取り組む必要があると分析し、平成26年6月には市内保育所64施設を訪問するなどの取組をしています。農業の担い手確保の上でも重要な事業であり、今後も成婚に結びつくように工夫していきます。				
	経営計画への反映等	経営計画では、政策の方向性「弘前っ子の誕生」施策「婚活の応援」に位置づけ、婚姻率の向上を具体的な目標として取り組みます。 経営計画:「独身農業者縁結び事業」				
事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容				
(5)家族経営協定締結支援事業	進捗率	家族経営協定合同調印式を3回実施し、締結数は21組でした。				
	A					
実施内容	達成率	目標の26組に対し、21組締結と目標を下回りました。 目標を達成できなかった原因は、家族経営協定の締結で国の経営体育成支援事業の助成が有利になる制度がありましたが、25年度から家族経営協定がポイントアップの対象外となったためと考えられます。				
	B					
	目標		H22	H23	H24	H25
	家族経営協定の締結家族 26組/年		-	-	37組	21組
	総括	平成25年度の目標を達成できなかった要因は、国の助成で有利になる制度が25年度から対象外になったためです。アクションプランに24年度から掲載し、24～25年度の2年間で目標52組に対し、締結58組とトータルでは目標を達成しました。また、アクションプラン掲載前の23年度末では累計60組と県内市町村で5番目でしたが、アクションプランの2年間で実績を伸ばし、25年度末現在で累計数116組、県内では十和田市に次いで2番目に上昇しました。今後も締結推進のPRに取り組めます。				
(5)農業後継者の自覚を促すとともに女性農業者の地位向上につながる「家族経営協定」の締結を推進する。	経営計画への反映等	経営計画の4年間で、累計数での県内1番目になることを目指し、PR活動に取り組めます。 経営計画(関連事業):「家族経営協定締結支援事業」				

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容						
2-(1)-9	技術習得・就農斡旋・農地情報提供等の支援と遊休農地の解消など農用地利用計画の検討と集落営農や生産法人化のモデル化支援	進捗率	構成する8事業について、それぞれ「工程表どおり実施」でした。						
		A							
		達成率	構成する8事業について、「達成」が4事業、「概ね達成」が3事業、「未達成」が1事業となりました。						
		B							
	事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容						
	(1)後継者育成事業 ・りんご基幹青年養成事業 ・りんご病害虫マスター養成事業 ・りんご剪定士養成事業	進捗率	・りんご基幹青年養成事業全2期制のうち2期目で受講者数は37人でした。 ・りんご病害虫マスター養成事業1期制で今年度受講者数は20人でした。 ・りんご剪定士養成事業全2期制のうち2期目で受講者数は15人でした。 りんご生産農家の後継者育成事業として、各事業を実施しました。						
A									
	実施内容	達成率	目標を受講者数としており、 ・りんご基幹青年養成事業全2期制のうち2期目で、応募者37人全員が受講していますが、目標数の46人は達成していません。 ・りんご病害虫マスター養成事業1期制で今年度、応募者20人全員が受講しており、目標数20人を達成しました。 ・りんご剪定士養成事業全3期制のうち2期目は、応募者15人全員が受講しており、目標数10人を達成しました。						
(1)りんご生産農家の後継者を対象として、生産技術及び経営、経済、農政などの基礎教育を行い、地域のリーダーを育成するとともに、りんご生産技術継承を図る。 また、農業を新たに始めようとする新規就農者に研修の場を提供する。		目標		H22	H23	H24	H25		
		受講者数 基幹青年 46人/年		30	30	37	37		
		受講者数 病害虫 20人/年		15	19	20	20		
		受講者数 剪定士 10人/年		8	8	15	15		
		決算額		7,545	7,859	9,440	9,440		
		総括	達成出来なかった原因は、基幹青年養成事業において、平成25年度は全行程2期制の2期目であり、新たな募集により行うものではないためです。 応募者全員が受講できることを目的とし、事業を実施しています。今後も、(公財)青森県りんご協会及び各支会と連携しながら、事業を継続していきます。						
		経営計画への反映等	後継者育成事業として継続して実施します。 経営計画(関連事業):「りんご産業基幹青年養成事業」、「りんご病害虫マスター養成事業」、「りんご剪定士養成事業」						
			事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容				
		(2)青年就農給付金事業	進捗率	農業ひろさきなどによる周知に加え、事業活用を希望している農業者に対しては、個別に給付要件の達成に向けた就農状況の確認を進め、事業活用を推進しました。					
			A						
	実施内容	達成率	新規就農者数(青年就農給付金給付者数)の累計(H24～H25)が、目標の40名を上回り、58名となりました。						
(2)地域での話し合いに基づき、今後の地域の中心となる新規就農者等担い手の育成支援を行い、就農意欲の喚起と就農後の定着を図るとともに、担い手への農地集積等を促すための農用地利用計画を定め、持続可能な農業の実現を図る。	A								
	目標		H22	H23	H24	H25			
	新規就農者数(青年就農給付金給付者数)の累計(H24～H25) 40名		-	-	35	58			
	決算額		-	-	-	55,500			
	総括	青年就農給付金事業の実施により、地域農業の新たな担い手となる新規就農者が増加しました。今後も、新規就農者の育成・確保を図るため、事業の活用を含めた情報提供と相談対応をきめ細かに実施していきます。							
	経営計画への反映等	青年就農給付金事業を実施していくことが、新規就農者の育成・確保につながることから、経営計画に位置付け継続実施します。 経営計画:「青年就農給付金事業」							
	事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容						
(3)農地流動化情報提供事業	進捗率	農地の「売りたい・貸したい」「買いたい・借りたい」の情報について、年間を通して広報紙「農業ひろさき」及び市ホームページに掲載しました。							
	A								
	実施内容	達成率	目標・活動量指標を流動化情報の提供回数「農業ひろさき12回/年」及び「市ホームページ通年」とし、いずれの目標も達成しています。						
(3)農地の受け手、出し手情報の収集強化と積極的な公表を通じて、農地の集積を促進する。	A								
	目標		H22	H23	H24	H25			
	農地流動化情報の提供回数 農業ひろさき 12回/年		-	12回/年	12回/年	12回/年			
	農地流動化情報の提供回数 市ホームページ 通年		-	通年	通年	通年			
	決算額		0	0	0	0			
	総括	ホームページ掲載の新規情報に関しては、写真データを追加するなどの改良を行ってきましたが、さらに詳細な情報の提供をしていきます。また、目標が情報の提供回数であり、流動化の現状がつかみにくいため、より適切な目標を検討します。							
	経営計画への反映等	経営計画で「農地集積支援事業(国補助)」において、国事業と連動して、より広範囲で詳細な情報を提供する予定となっており、事業内容を拡大して実施します。あわせて目標値も農地の流動化面積・農地集積率に変更します。							

事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容				
(4)-1耕作放棄地防止対策計画策定事業	進捗率	平成25年5月に弘前市耕作放棄地防止対策検討委員会を設置し、6月には先進地視察をするなど情報収集しながら、5度にわたり開催された会議において、耕作放棄地の防止・解消に向けた仕組みづくりについて検討を重ねました。				
	A					
実施内容	達成率	耕作放棄地防止対策計画案について、平成26年度の策定を目指しながら、平成25年度においては中間報告をまとめ、提案された事業を予算措置するなど、計画策定のための作業が段階的に進められています。				
(4)耕作放棄地の発生防止及び再生に向けた施策の推進と、優良農地を確保するため、次の取り組みを行う。 (4)-1 耕作放棄地の発生防止と再生利用に向けた施策を推進するため、行政や農業団体、農業者の代表等で構成する委員会を設立し、防止対策案を協議・検討する。	B					
	目標		H22	H23	H24	H25
	耕作放棄地防止対策計画の策定		-	-	-	-
	決算額		0	0	0	356
	総括	生産者、生産者団体、関係機関が共同で対策案を検討することにより、耕作放棄地問題について、地域として一体的で効果的な対応が期待できます。				
	経営計画への反映等	耕作放棄地防止対策検討委員会を継続実施するとともに、実施可能な提案を随時事業化していきます。 経営計画:「耕作放棄地対策事業」				
事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容				
(4)-2耕作放棄地解消モデル事業	進捗率	耕作放棄地を新たな担い手へ引継ぐため、農業委員自らが農機具等を持ち寄り、遊休農地の再生を行う事業で、平成25年度は2か所0.57ヘクタールを再生しました。				
	A					
実施内容	達成率	目標・活動量指標を「放棄地解消面積 1ヘクタール/年」としており、農業団体等からも情報提供を受け、対象農地すべてを再生しましたが、0.57ヘクタールであり、「未達成」となりました。				
(4)-2 耕作放棄地を新たな担い手に引き継ぐため、農業委員自らが耕作放棄地の再生作業を行う。	C					
	目標		H22	H23	H24	H25
	放棄地解消面積 1ヘクタール/年		-	-	0.45	0.57
	決算額		0	0	224	579
	総括	目標を達成できなかった要因は、条件に合う農地の情報が事業実施した農地以外に得られなかったためです。農業委員自らが農地の再生を行うことにより、農業委員活動の「見える化」に寄与し、多くのメディアにより耕作放棄地問題が取り上げられ、問題が一般に浸透したことにより、弘前市耕作放棄地防止検討委員会の立ち上げにつながりました。今後は、弘前市耕作放棄地防止検討委員会の議論を通じて、国、県、民間等がそれぞれの役割の中で、耕作放棄地の発生を未然に防止し、農地の有効活用を図っていきます。あわせて事業目的に即した目標を検討します。				
	経営計画への反映等	経営計画で「農地集積支援事業(市単独)」に位置付け、国事業と連動して、耕作放棄地の発生を未然に防止する観点から、農地の流動化や担い手への集積を図っていくため、目標値も農地の流動化面積・農地集積率に変更します。今年度から国の施策の変更により、農業委員会の遊休農地への関わりが見直され、農地活用の意向調査が主体となるため、現行の事業は平成26年度で終了します。				
事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容				
(5)集落営農法人化等支援事業	進捗率	法人化に向けて取り組む個人や集落営農組織の自主的な研修を支援する事業とともに、設立直後の農業法人が行う活動を支援する事業を引き続き実施しました。				
	A					
実施内容	達成率	平成25年度に1団体の法人化が見込まれていましたが、見送られたことから、集落営農組織の法人化数累計が9経営体となりました。				
(5)農協及び関係団体と連携しながら専門家の活用等への支援により、集落営農組織等の法人化推進を図る。	B					
	目標		H22	H23	H24	H25
	集落営農組織の法人化数累計 10経営体		-	7経営体	9経営体	9経営体
	決算額		-	70	0	22
	総括	集落営農組織の法人化数累計 10経営体という目標は達成できませんでしたが、関係団体等の協力により、9集落営農組織は法人化することができました。目標が達成できなかった要因は、法人化を計画していた集落営農組織において、体制整備が思いどおりに進まず、法人化を見合わせたためです。その一方で、法人化に意欲のある集落営農組織などから事業活用についての相談が随時ありますので、今後も関係団体等と協力し、周知を図りながら、事業を継続実施する必要があります。				
	経営計画への反映等	今後も、集落営農組織等の法人化を支援することが、農業経営基盤の強化と地域農業の活性化につながるため、経営計画に位置付け、継続実施します。 経営計画:「集落営農組織等法人化支援事業」				

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容				
2-(1)-10	農産品の地域ブランド化の推進、弘前ブランド認証制度の導入	進捗率 A	県主催の地域ブランド化スキルアップ実践塾全5回へ職員1名を派遣、市内農家を対象とした地域ブランド創生セミナーを2回開催しました。また、地元農産物の販路拡充を推進するため、仙台、東京の企業訪問を3回実施しています。				
	事務事業名	達成率	目標を「地域ブランド化を推進する農産品の数 1種類/年」としましたが達成できませんでした。				
	弘前地域ブランド推進事業	C	目標を達成できなかった理由は、1種類の農産品について地域ブランド化を進めていましたが、事業者の都合により事業が中断されたためです。				
	実施内容	目標		H22	H23	H24	H25
	地元農産品をブランド化することにより全国的に認知度を高める。 また、弘前商工会議所では津軽塗りや津軽打刃物、津軽こぎん刺しなどの商品をブランド化していることから、農産品についてもブランド化するよう連携して取り組む。	地域ブランド化を推進する農産品の数 1種類/年		-	1	2	0
決算額		0	300	600	340		
総括		ブランド化が進められていた農産品について、事業者の都合により事業が中断されたものの、ブランド化に向けての効果はありました。今後は、生産者の育成や加工品に関するアドバイス、農産品の発掘、フォローを拡充して取り組んでいきます。					
経営計画への反映等		セミナー等を開催し、生産者の育成や加工品の商品開発へのアドバイスを実施するとともに、ブランド化の可能性がある農産品の発掘、既に一定のブランド化が図られている農産品のフォローを経営計画に位置付け、拡充して実施します。経営計画:「弘前地域ブランド推進事業」					

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容				
2-(1)-11	新品種開発とマーケティングの連動・強化、二次加工品の高付加価値化の支援	進捗率	施策を構成する2事業について、それぞれ「工程表どおり実施」でした。				
		A					
		達成率	施策を構成する2事業について、「達成」が1事業、「判断できない」が1事業となりました。				
		A					
				H22	H23	H24	H25
		決算額		0	796	906	887
	事務事業名	進捗率	「弘前市りんご新品種開発推進事業費補助金」交付要綱を制定し、農業者へ補助金を交付しました。				
	A						
	(1)りんご新品種開発等支援事業	達成率	達成率の評価は平成24年度から10年間(平成33年度まで)で行います。 平成25年度で品種登録申請件数は1件でした。				
		-					
	実施内容	目標	H22	H23	H24	H25	
	農業者の所得向上のために、マーケティングと連動した新品種開発に取り組む。 また、二次加工品高付加価値化のために、アドバイスできる企業の紹介などの支援を行う。	新品種開発	1種類/10年間	-	-	-	-
		総括	本事業について、徐々に周知が図られてきており、今年度においては、品種登録申請を行いました。今後、登録費用が必要となることもあり、事業継続は必要です。				
		経営計画への反映等	事業を継続し新品種開発づくりを推進しながら、講習会を開催し事業の底上げを図ることとしますが、新品種開発には相応の時間を有することから、経営計画には位置付けしません。				
	事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容				
	(2)農商工連携促進事業 ※No.2-(3)-11 食産業育成事業の中で実施	進捗率	農商工連携や6次産業化に取り組む事業者に対して、アドバイスやコーディネートを行う専門家派遣事業を実施しました。				
A							
達成率		市内の農家が生産したりんごを使って付加価値の高いシードルを商品化し、販売開始しました。					
A							
実施内容	目標	H22	H23	H24	H25		
農業者の所得向上のために、マーケティングと連動した新品種開発に取り組む。 また、二次加工品高付加価値化のために、アドバイスできる企業の紹介などの支援を行う。	高付加価値化した加工品数	1種類/年	-	1	1	1	
	総括	りんご加工品として付加価値の高いシードルをはじめ、農商工連携・6次産業化に対する農業者の関心が増えてきていることから、今後も引き続き食産業コーディネーターを配置していくこととします。					
	経営計画への反映等	経営計画事業「6次産業化支援事業」の中で継続実施します。					

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容				
2-(1)-12	学校給食への地元産品の利用促進	進捗率	地元産品が流通する食材について、入札時に地元産（県産）を指定しました。 また、生食用りんごについては、農家が持っている裾ものや小玉を活用するため、モデル地区として相馬村農業協同組合と契約しました。 さらに、弘前産じゃがいもを安定的に供給するため、市内の農場と契約しました。				
		A					
	事務事業名	達成率	米、りんご(加工品)について、引き続き弘前産100%納品を継続しました。また、りんごは、食物アレルギー対応のカレールーに変更したことで平成24年度より月0.4回減りましたが、目標を大幅に上回りました。さらに、農業法人と契約することで、弘前産じゃがいもの供給が可能となりました。				
	学校給食賄材料地元産品利用促進事業	A					
	実施内容	目標		H22	H23	H24	H25
	市と農業生産団体及び販売業者等と連携を図り、供給時期、供給数量等について、情報を交換しながら、学校給食への安定的な供給を促進する。	米、りんご100%弘前産（継続実施）		100%	100%	100%	100%
りんごの使用回数 月2回程度		-	6.8	8.6	8.2		
野菜等の地元産品の使用率（青森県内で収穫できるもののみ） 90%		82.10%	82.90%	87.00%	90.00%		
決算額		0	646	1,273	900		
総括		納入業者に対し、地元産使用について常に確認を行ったことで、納入業者も意識するようになりました。 また、農業法人や農協と直接契約することで、安定した価格での供給が可能となりました。 なお、できる限り食物アレルギー対応の食材を使用することとしたため、地元産食材を含む加工品が使用できないことから、今後、業者に食物アレルギー対応の加工品開発を依頼していきます。					
経営計画への反映等		地元産品を利用することは、児童生徒に対する食育の効果のほか地元への経済効果もあることから、継続して実施します。					

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容				
2-(1)-13	米粉製粉場整備の誘導による米の消費拡大促進	進捗率	弘前産米を原料とした米粉の需要を増加させるための事業に対して、米粉需要アップ促進事業費補助金を交付するとともに、学校給食への米粉パン利用促進策を実施しました。				
		A					
	事務事業名	達成率	学校給食への米粉パン導入や、米粉料理教室を開催するなど、米の消費拡大を図りましたが、目標の新規需要米(米粉用米)作付面積は達成できませんでした。				
	米粉需要アップ促進事業	C					
	実施内容	目標		H22	H23	H24	H25
	米の消費拡大のために、学校給食への米粉パンの導入を促進するほか、市内パン・菓子製造業者が米粉パン等を製造する場合の米粉と小麦粉の購入差額に対する一部補助を行う。 また、米粉料理教室を開催し、家庭料理に広く普及させるための周知活動を行う。	「新規需要米(米粉用米)」作付面積(累計) H23 5ha H24 15ha H25 30ha		—	0	1.5	1.4
決算額		2,973	609	590	557		
総括		学校給食への米粉パン導入や、米粉料理教室を開催するなど、米の消費拡大を図ることで、一定の効果は得られたものの、用途が限定的なことや小麦粉パンより価格が高いことから、目標の新規需要米(米粉用米)作付面積の拡大には至りませんでした。今後は、米粉から米飯食の消費拡大に向けた新たな取組の調査を実施します。					
経営計画への反映等		米粉の需要や消費拡大には限界があることから、現行の事業については平成25年度で事業を終了します。平成26年度からは、米粉に替え、家庭用冷凍米飯や米の少量パックなど弘前産米の消費拡大に向けた新たな調査事業を実施します。経営計画:「米消費拡大調査事業」					

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容				
2-(1)-14	冬の農業の育成強化、農商工連携(※6)による農業経営支援	進捗率	施策を構成する2事業について、それぞれ「工程表どおり実施」でした。				
		A					
		達成率	構成する2事業について、「達成」が1事業、「未達成」が1事業となりました。				
		C					
	事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容				
	(1)野菜・花き産地育成事業	進捗率	栽培施設の整備に対する支援、各種セミナーへの参加、関係機関との情報交換を工程表どおり実施しました。				
		A					
	実施内容	達成率	目標の事業実施者数5戸に対し、事業実施前年度の要望等に基づき事業を実施した結果、パイプハウスを整備した個人は2名でした。				
		C					
		目標	H22	H23	H24	H25	
		事業実施者数 5戸/年	12戸	1戸	7戸	2戸	
		決算額	4,016	160	2,292	918	
		総括	事業実施前年度の要望等に基づき事業を実施した結果、パイプハウスを整備した個人は2名でしたが、一定の効果は得られました。今後もパイプハウスを整備する要望に答えるため事業は継続しつつ、冬期間の野菜栽培に利用できる低コストな加温エネルギー導入の可能性調査を実施します。				
		経営計画への反映等	パイプハウスの整備等を継続して実施するとともに、低コストな加温エネルギーの導入可能性調査事業を新たに経営計画に位置付けて実施します。 経営計画:「野菜・花き産地育成事業」、「ハウス加温エネルギー調査事業」				
	事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容				
	(2)農業経営情報提供事業	進捗率	国や県で実施している農業経営発展に向けた補助金や融資制度等の情報を収集し、認定農業者等に直接提供を行うとともに、広報誌や市ホームページ内にて、補助金制度等についての周知に努めました。				
		A					
	実施内容	達成率	目標の補助事業活用件数30件に対して、補助事業活用件数は34件でした。				
		A					
		目標	H22	H23	H24	H25	
		補助事業活用件数 30件/年	-	20	28	34	
		決算額	0	0	0	0	
		総括	国や県で実施している農業経営発展に向けた補助金や融資制度等の情報を収集し、認定農業者等に直接提供を行うとともに、広報誌や市ホームページ内での周知を図ったことにより、農業者の補助事業の活用が促進され、経営支援につながりました。				
		経営計画への反映等	本事業は、経営計画への直接的な位置付けはありませんが、農業者への経営支援につながることから、引き続き取り組んでいくこととします。				

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容				
☆ 2-(1)-15	りんご販売促進活動	進捗率	施策を構成する2事業について、それぞれ「工程表どおり実施」でした。				
		A					
		達成率	施策を構成する2事業について、「達成」が1事業、「概ね達成」が1事業となりました。				
		B					
		目標	H22	H23	H24	H25	
		決算額	7,000	68,160	30,000	30,000	
	事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容				
	(1)国内対策	進捗率	弘前4大まつりや県内外での弘前関連イベントにおける消費宣伝活動、東京・大阪など全国10エリア13都市で弘前産りんごPRキャラバンを実施しました。				
		A					
	実施内容	達成率	目標の弘前アップルウィーク開催店舗数が目標数を上回っていることから、「達成」となりました。				
		A					
		目標	H22	H23	H24	H25	
		弘前アップルウィーク開催店舗数 500店舗/年	-	453	603	578	
		総括	アクションプランによる取組前に比べ、「弘前＝りんご」のイメージ醸成が図られて、PRキャラバンによる販売効果が定着しつつあります。今後も信頼関係を構築した市場や量販店の協力を得ながら事業展開して、弘前産りんごの消費拡大を図って行く必要があります。				
		経営計画への反映等	事業の展開により消費喚起・購買意欲の向上を図り弘前産りんごの消費拡大に繋げるため、経営計画に位置付けて継続して取り組みます。 経営計画:「弘前産りんご消費拡大戦略事業」				

事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容				
(2)国外対策	進捗率	県に対して各国における輸出規制解除に向けた国への働きかけについて要望書を提出しています。また、国外対策として台湾台南市でりんご販売キャンペーンを実施しました。				
	A					
実施内容	達成率	規制解除に向けた要望書の提出や国外でのPR活動を実施しており、規制対象となっている地域等が平成24年4月時点の47から、平成26年4月には37と着実に減少しているため、「概ね達成」と評価しました。				
海外におけるりんご消費拡大のため、青森県等と連携し、放射性物質に関する輸出規制等の撤廃に向け、政府機関等への働きかけを実施する。	B					
		目標	H22	H23	H24	H25
		各国の輸出規制を震災前の状態に戻す。	-	-	-	-
	総括	平成24年及び25年に「各国におけるりんご輸入規制解除要求について」として、青森県に対する重点要望事項の要望書を提出し、規制解除に向けた国への働きかけを実施しました。県では国に対して、「原発事故に係る輸入規制の早期解除に向けた外国との協議」などの提案活動を継続していくとしており、市としても県や各団体等に対しての要望を継続していく必要があります。				
	経営計画への反映等	輸入規制等の撤廃に向けた要望は継続しますが、要望事務であることから、経営計画には位置づけしません。				

平成26年度 弘前市アクションプラン 自己評価関係資料

自己評価シート 【約束2-(2)】

※ 本資料は、自己評価の途中段階(11/5時点)において第三者評価用に作成したもので、自己評価報告書の公表までの間に、一部修正される場合がありますので、その点についてご了承ください。

弘前市

約束2-(2)	ひろさき農業・産業おこしに取り組みます【観光振興】
めざす姿	東北新幹線新青森駅開業や弘前城築城400年祭などを契機に、交流人口が増加することによって、観光関連産業が活性化し、雇用拡大が図られます。

I 4年間の総括

主な取組と成果
<p>少子高齢化・人口減少の進行、地方経済低迷の長期化により、観光産業は、国内はもちろん国外からの交流人口の増加による経済活性化の起爆剤として大きな期待が寄せられていることから、これまで「弘前感交劇場」をコンセプトに多様化する観光客ニーズに対応するため街歩き観光を進めるとともに、従来からのイベント内容の充実、新規イベントを開催し、また、海外からのインバウンド施策を重視した観光振興に取り組んだ結果、交流人口は東日本大震災による一時的な落ち込みがあったもののV字回復を遂げました。</p> <p>・「四大まつり」に位置付けられる従来のイベントについては、なぬかびおくりの実施や雪燈籠まつりにおけるプロジェクトマップの実施などイベント内容の充実に努めてきたほか、四大まつり以外の期間については、「弘前りんご博覧会」等の新たなイベントによる誘客促進に努め、観光入込客数は増加しました。</p> <p>・インバウンド施策については、重点地域として取り組みを強化してきた中国・韓国・台湾など東アジア圏からの宿泊者数が、プロモーションや情報発信はもとより、300人規模の訪問団を誘致するなどの取り組みにより、基準年の平成22年に比較して倍増しました。</p> <p>・白神山地の玄関口として、西目屋村との連携を強化し情報発信や観光商品の開発に努めるとともに、県内関係4市町村の連携プロジェクト「Around the 白神」において、「白神の魚」など新たな観光資源の開発により各種キャンペーンの展開を図りました。</p> <p>・平成28年(2016年)3月に予定される北海道新幹線新函館北斗駅開業を見据え、函館市・青森市・八戸市と青函圏観光都市会議を設立し、青函圏の広域連携を図る体制を一層強化し、広域連携による効率的・効果的な誘客を図る体制を整え、共同プロモーションの実施や、民間の交流によりバル街の実施や新たな商品開発などを行いました。</p> <p>・映画等の撮影を誘致し、各種メディアへの露出度向上による誘客拡大のために、全国公開された映画「津軽百年食堂」、「奇跡のリンゴ」、韓国ドラマ「優しい男」(チャカンナムジャ)をはじめとした映画やドラマ等の撮影誘致を図り、当市の魅力の発信やイメージアップにつなげ知名度向上を図りました。</p> <p>・国内外のイベントと連携したプロモーション活動やフェイスブック等による情報発信などのシティプロモーションの取り組みにより、当市の認知度及びブランド力の向上が図られました。</p>
課 題
<p>・「四大まつり」以外の時期、特に秋冬は、「弘前りんご博覧会」や「冬を彩る光のまちづくり事業」などにより、誘客を図ってきたところですが、秋冬の入込客数は年間の3割弱と相対的にまだ少ないのが現状であることから、滞在型・通年観光へ向けた取り組みをさらに進め、特に夜型の観光資源を創出することにより宿泊客数の増加を図る必要があります。</p> <p>・弘前城本丸石垣修理工事は100年ぶりの大事業であることから、それを新たな観光資源として捉え、さらなる誘客につなげるとともに、弘前城のみではなく、その周辺エリア(藤田記念庭園、旧第八師団長官舎など)の観光資源と、当市ならではの食材や料理人による「食(グルメ)」を組み合わせるなど観光客のニーズに即した新たな魅力を掘り起こす必要があります。</p> <p>・観光形態が従来の物見遊山的な団体旅行から、個人・小グループを対象とする体験型観光へと移行してきていることに対して、着地型観光商品のみならず、白神山地などへの誘客拡大に向けた発地型観光のために観光プラットフォーム構築の必要があります。</p> <p>・2020年(平成32年)オリンピック・パラリンピック東京大会に向けて、青函圏を全国有数の観光地として魅力を発信し、地方観光の拠点となるよう努め誘客につなげるとともに、特に全市体制で外国人観光客を積極的に受け入れることの必要性を認識するための意識改革を進めつつ、Wi-Fi利用環境や外国語への対応など受入体制の整備をさらに進めていく必要があります。</p> <p>・インバウンドについては、社会情勢や政治の影響を受けやすいので、近年、訪日外国人の中で伸び率が著しい東南アジアやオセアニア地域等への対応を進める必要があることに加え、特に外国人宿泊者数が年間30万人にも上る函館から効果的に誘客する施策を講じる必要があります。</p> <p>・物産展の売り上げについては、景気の低迷による消費の停滞などにより、伸び悩んでいるのが現状であることから、物産協会の機能強化や販路開拓・拡大に取り組む必要があります。</p>

「めざす姿の達成状況を示す指標」の動向と分析

【結果説明】

・東日本大震災による落ち込みからV字回復し、震災前の水準は上回りましたが、目標を達成することはできませんでした。
・通年型・滞在型観光への対応のため、秋冬の誘客促進に取り組みましたが、全体を底上げするまでには至らなかったことが、目標を達成できなかった要因と考えています。

【社会経済動向等】

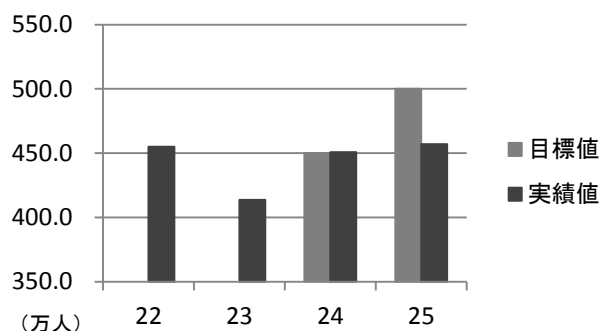
・人口減少社会の到来により、国内観光市場の縮小が確実視されています。
・観光形態が物見遊山的な団体旅行から、個人・小グループを対象とする体験型観光に移行しています。
・宿泊数や消費の増大に結びつく通年型・滞在型観光への取り組みが必要となっています。

【県・他都市等の状況】

・県全体においては、震災や原発事故の影響による落ち込みから概ね回復してきている状況にあります。

①観光入込客数 500万人を目指します。(約10%増)

観光入込客数



	H22	H23	H24	H25
目標値	—	—	450.0	500.0
実績値	455.1	413.8	450.8	457.0

※H24から目標値を設定

【結果説明】

・さくらまつりやねぶたまつりなど従来のイベントに加え、「弘前りんご博覧会」等新たなイベントによる誘客促進を図った結果、目標を達成することができました。

【社会経済動向等】

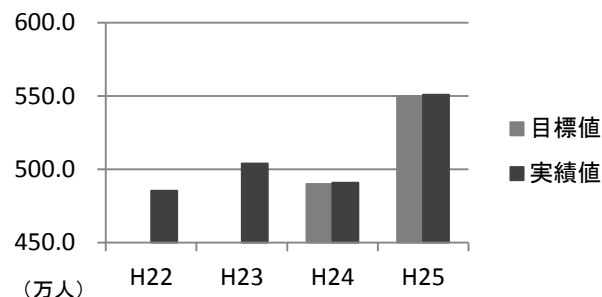
・人口減少社会の到来により、国内観光市場の縮小が確実視されています。
・観光形態が物見遊山的な団体旅行から、個人・小グループを対象とする体験型観光に移行しています。
・宿泊数や消費の増大に結びつく通年型・滞在型観光への取り組みが必要となっています。

【県・他都市等の状況】

・県全体においては、震災や原発事故の影響による落ち込みから概ね回復してきている状況にあります。

①行催事・イベント観光入込客数550万人を目指します。(約13%増)

行催事・イベント観光入込客数



	H22	H23	H24	H25
目標値	—	—	490.0	550.0
実績値	485.3	503.9	490.9	550.8

※H24から目標値を設定

【結果説明】

・東日本大震災による落ち込みからV字回復し、震災前の水準は上回りましたが、目標を達成することはできませんでした。
・通年型・滞在型観光への対応のため、秋冬の誘客促進に取り組み、秋冬の宿泊客数は増加しましたが、全体を底上げするまでには至らなかったことが、目標を達成できなかった要因と考えています。

【社会経済動向等】

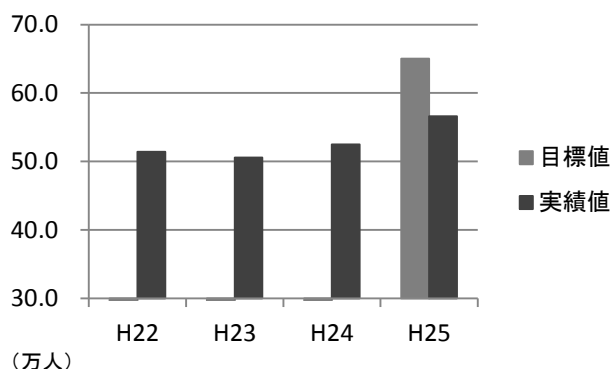
・人口減少社会の到来により、国内観光市場の縮小が確実視されています。
・観光形態が物見遊山的な団体旅行から、個人・小グループを対象とする体験型観光に移行しています。
・宿泊数や消費の増大に結びつく通年型・滞在型観光への取り組みが必要となっています。

【県・他都市等の状況】

・県内の宿泊客数は、震災の影響による減少から回復傾向にあるものの、東北新幹線全線開業効果の獲得までは至っていない状況にあります。

②宿泊者数65万人を目指します。(約27%増)

宿泊客数



	H22	H23	H24	H25
目標値	—	—	—	65.0
実績値	51.4	50.6	52.5	56.6

※H25から目標値を設定

「めざす姿の達成状況を示す指標」の動向と分析

【結果説明】

・東日本大震災による落ち込みからV字回復し、震災前の水準は上回りましたが、目標を達成することはできませんでした。
・原発事故の風評被害が長引いているほか、領土問題等の社会情勢の変化があったことなどが目標を達成できなかった大きな要因と考えています。

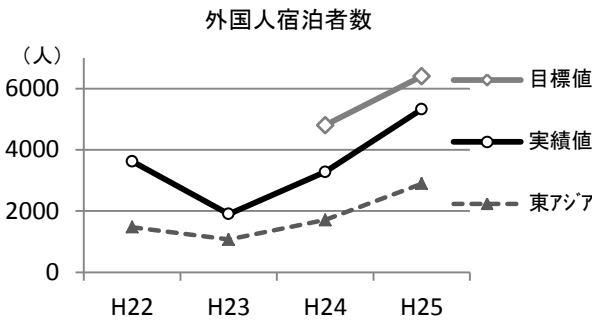
【社会経済動向等】

・人口減少社会の到来により、国内観光市場は縮小することが確実視されているため、伸びしろが期待できる分野である国外観光客誘致の取り組みが必要となっています。
・国が取り組んでいるビジット・ジャパン等の事業と合わせて、地方の受入環境の整備が求められています。

【県・他都市等の状況】

・県全体においても、宿泊者数については震災による落ち込みから回復傾向にあります。震災前の水準には至っていない状況にあります。

③外国人宿泊者数 6,400人を目指します。(約77%増)



	H24	H25	対前年伸率%
弘前市(人)	3,278	5,324	62.4
目標値(人)	4,800	6,400	—
国(百万人)	26.31	33.51	27.4
青森県(人)	42,430	62,480	47.3

※国・県は観光庁宿泊統計調査より

【結果説明】

県内外物産展売上額については、景気の低迷による消費の停滞や百貨店側の都合による催事規模の縮小などにより、売上が伸び悩み、目標値を0.75億円下回ったものの、県外イベントなどに積極的に出展し、売上向上に努めました。

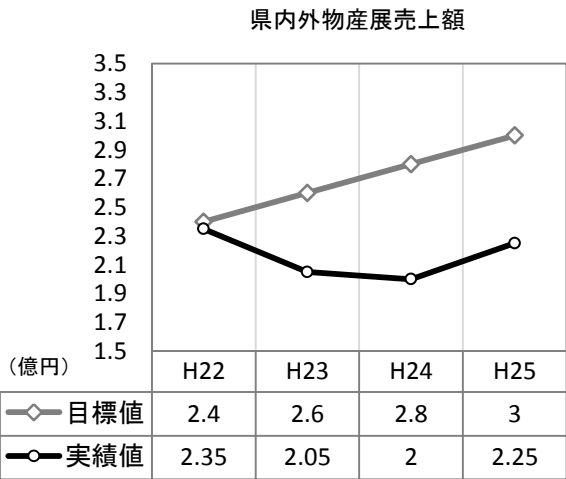
【社会経済動向等】

景気の低迷などから個人消費が伸び悩んでいる中、全国各地で地産地消を推進する様々な取り組みが行われ、地域性豊かな産品が開発・販売されるなど、近年、ブランド化を目指した地域間競争が激しさを増しています。

【県・他都市等の状況】

平成25年度における他市の物産展売上額(各々の物産協会取り扱い売上高)は青森市が1.83億円、八戸市が2.47億円となっております。青森市では売上の半分以上を占めるアンテナショップ売上が前年比1.3%減、八戸市では県内外物産展売上が前年比10%減となるなど、各市における物産の売上もまた、伸び悩んでいる状況にあります。

④県内外物産展売上額 3億円を目指します。(29.3%増)



Ⅱ 今後の方向性

取組の方向性

- ・観光入込客数や宿泊客数の増加に向けては、通年型・滞在型観光の取り組みを進め、特に夜型の観光資源を創出してまいります。
- ・弘前城本丸石垣修理工事は100年ぶりの大事業であることから、それを新たな観光資源として捉え、さらなる誘客につなげるとともに、弘前城のみではなく、その周辺エリアの観光資源と、当市ならではの食材や料理人による「食(グルメ)」を組み合わせるなど観光客のニーズに即した新たな魅力の掘り起こしを進めてまいります。
- ・外国人宿泊客数の増加に向けては、経済団体等で組織するインバウンド推進協議会を事業実施主体として誘客プロモーションを実施していくとともに、特に全都市体制で外国人観光客を積極的に受け入れることの必要性を認識するための意識改革を進めつつ、Wi-Fi利用環境や外国語への対応など受入体制の整備を進めてまいります。
- ・県内外物産展売上額の増加に向けては、新規出展に向けた商談会への積極的な参加や、新たな物産展の展開を図るなど、物産協会の機能強化を図るとともに、官民一体となった総合的な物産振興への取り組みを進めてまいります。

経営計画への反映等

- ・観光入込客数の増加に向けては、「観光プラットフォーム事業」や「岩木・相馬アクティビティ観光魅力掘り起し事業」など滞在型観光を促進するための新たな事業を盛り込むほか、既存事業を磨き上げながら観光情報を効果的に発信し当市へのさらなる誘客を図ってまいります。
- ・行催事・イベント観光入込客数の増加に向けては、歴史や伝統を保持しつつも新たな取り組みを取り入れ「四大まつり開催事業」を継続して実施するとともに、「りんごのまち ひろさき」をアピールする「りんご王国魅力発信事業」を実施するほか、新たな取り組みとして「さくら前線おっかけたい情報発信事業」などの宣伝、売り込み等を積極的に行い、誘客を図ってまいります。
- ・宿泊客数の増加に向けては、さくらレディによる「ひろさき宿泊増大パワフル事業」のほか、夜型の観光を充実させるため歴史的建造物などと灯りをコラボレートさせた「灯りで楽しむ弘前の街事業」や「プロジェクションマッピング事業」などを実施して滞在型観光へ向けた取り組みを進めます。
- ・外国人宿泊客数の増加に向けては、新たに組織したインバウンド推進協議会において「東アジア圏誘客プロモーション事業」を継続して実施するとともに、新たに「東南アジア等新規市場開拓事業」などの事業を実施するほか、「観光ツール表示強化事業」などの受入環境の整備などを実施し、誘客を図ってまいります。
- ・当市物産の売上増を実現していくため、新たに「物産振興対策事業」として物産協会への支援・協力を強化するとともに、「BUYひろさき運動」、「ひろさき工芸品販路開拓・拡大支援事業」と連携した事業に取り組みながら全市的な物産振興を図ってまいります。
- ・今後も社会状況の変化に的確に対応しながら、経営計画に基づき効果的な施策を展開することで、交流人口の増加による観光関連産業の活性化を図ってまいります。

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容				
2-(2)-1	観光振興推進部局の設置、観光振興アクションプログラム策定と観光関連予算の増額	進捗率	施策を構成する2事業について、いずれも「工程表どおり実施済み」との評価になったことから、施策全体としても「工程表どおり実施」と評価しました。				
		A					
		達成率	施策を構成する2事業のうち、1事業については目標を設定していないことにより判断できず、1事業は「目標を達成済み」と評価したことから、施策全体として総合的に勘案し、「達成」と評価しました。				
		A					
	事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容				
	観光局設置	進捗率	平成22年7月に「観光局」を設置し、以降引き続き観光振興の充実に取り組んでいることから、「工程表どおり実施」と評価しました。				
		A					
	実施内容	達成率	【平成22年度取組済み】 平成22年7月に「観光局」(現「観光振興部」)を設置しました。				
	(1)「観光局」を設置し、観光振興の充実に図ります。	(A)					
		目標		H22	H23	H24	H25
		-		-	-	-	-
		決算額		0	0	0	0
		総括	平成25年4月の市の機構改革により「観光振興部」となり、いっそうの観光振興の充実に取り組んでいます。				
		経営計画への反映等	平成25年4月の市の機構改革により「観光振興部」となり、達成済みです。				
	事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容				
	観光振興アクションプログラム推進事業	進捗率	「弘前市観光振興アクションプログラム」に基づいた55のプロジェクトは、すべて取組みに着手したことから、「工程表どおり実施」と評価しました。				
		A					
	実施内容	達成率	目標を「関係機関との検討会議開催24回/年」としているが、40回開催したことから、「達成」と評価しました。				
(2)様々な観光振興策を戦略的に実行するために、アクションプログラムに基づいた取り組みを着実に実施します。	A						
	目標		H22	H23	H24	H25	
	関係機関との検討会議開催 24回/年		24回	40回	40回	40回	
	決算額		473	0	0	0	
	総括	55のプロジェクトに基づく個別施策には順調に取り組んでおり、特にまちあるきを中心とした着地型メニューの充実、インバウンド対策の強化、広域観光の推進、さらに通年観光の充実・振興等により各種観光統計の数値はほぼ震災前の水準に回復しており、課題等はあるもののおおむね評価できていると考えています。					
	経営計画への反映等	アクションプログラムに掲げた各種施策等についてはそれぞれ弘前市経営計画の中においても継続して実施し、さらに国内外から一層の誘客を図るため、新たな事業等も展開していきます。					

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容				
2-(2)-2	首都圏で各種メディアに弘前を売り込む専任チーム(在東京)の設置	進捗率	平成22年10月1日付で観光物産課及び商工労政課に各1名増員し、青森県東京事務所に在東京チームを派遣・設置し、以降引き続き国内外へのPR強化に取り組んでいることから、「工程表どおり実施」と評価しました。				
		A					
	事務事業名	達成率	【平成22年度取組済み】 平成22年10月1日付で観光物産課及び商工労政課に各1名増員し、青森県東京事務所に在東京チームを派遣・設置しました。				
	在東京チーム設置	(A)					
	実施内容	目標	H22	H23	H24	H25	
	首都圏で各種メディアに弘前を売り込む専任チーム(在東京)を設置し、国内外へのPRを強化します。	-		-	-	-	-
		決算額		4,520	5,815	5,428	5,285
		総括	今後の派遣・設置について、県との調整が必要です。				
		経営計画への反映等	平成22年10月以降、青森県東京事務所に東京チームを派遣・設置し、達成済みです。				

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容				
2-(2)-3	世界自然遺産白神山地の玄関口としての発信強化	進捗率	<p>環白神エコツーリズム推進協議会でのホームページ運営、ガイドマップの作成。白神山地世界遺産登録20周年記念フォーラムの実施。首都圏等における各種キャンペーンや物産展において、弘前・西目屋エリア白神山地世界遺産登録20周年記念事業実行委員会による連携プロモーション活動を実施しました。</p> <p>以上により、情報発信や機運の醸成に積極的に取り組んだことから「工程表どおり実施」と評価しました。</p>				
		A					
		達成率					
	事務事業名	達成率	平成25年度の白神山地関連入込客数は未発表（県統計で例年11月発表予定）のため「判断できない」としました。				
	白神山地観光活用推進事業	-					
	実施内容	目標	H22	H23	H24	H25	
	<p>世界自然遺産白神山地を観光資源として活用するために、情報発信、受け入れ態勢の整備、環境観光の推進、交通対策、機運の醸成等の事業を実施します。</p> <p>なお、事業実施にあたっては、県、関係市町村及び弘前大学等と連携して行います。</p>	白神山地関連入込客数 810,000人（H25）	739,745人	570,967人	649,377人	-	
		決算額	0	34	533	17,051	
		総括	白神山地は多くの自治体に跨っているため、地域全体が一つにまとまり、連携して「白神の価値の増大化」を図る体制の構築が難しい面があるため、関係団体と連携しながら、今後の白神山地活性化に向けた方向性を検討していきます。				
		経営計画への反映等	アクションプランにおけるH25の目標は、白神山地関連入込客数の動向から、達成は困難と見込まれています。平成25年に世界自然遺産登録20周年を迎えた白神山地について、今後も観光資源として広域で活用し、情報発信を強化し誘客を図るため、「白神山地観光活用推進事業」を実施します。				

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容				
2-(2)-4	国内外のマスコミや旅行エージェンツのキーパーソンを招へいし効果的な誘客活動を展開	進捗率	<p>平成25年度は、弘前感交劇場公開講座を1回開催したほか、キーパーソン、アドバイザーの招へいを行うとともにメディア、旅行エージェンツ対象のモニターツアーを実施していることから、「工程表どおり実施」と評価しました。</p>				
		A					
		達成率					
		B	メディア・旅行エージェンツ対象のモニターツアー実施は20人の目標に対し8人となったが、キーパーソン・アドバイザーの招へいは10人の目標に対し12人で目標達成したため、「概ね達成」と評価しました。				
	事務事業名	目標	H22	H23	H24	H25	
	弘前感交劇場推進事業	キーパーソン、アドバイザーの招へい 10人/年	18人	2人	5人	12人	
		メディア、旅行エージェンツ対象のモニターツアー実施 20人/年	-	8人	11人	8人	
	実施内容	決算額	412	486	1,176	503	
	<p>在東京チームと連携しながら、キーパーソン・アドバイザーの招へいに加え、メディアや旅行エージェンツを対象にしたモニターツアーを実施し、当市の観光旅行商品の造成や露出度向上を図ります。</p>	総括	引き続きキーパーソン等の招へい、旅行エージェンツ等を対象としたモニターツアーを実施するが、効果が見えづらい事業であることから、招へい者等の選定にあたって十分な検討が必要であると考えています。4年間の取組みにより、招へい者は旅行エージェンツのみならず、雑誌社やメディア関係者も対象者として含めることが、弘前の露出度アップのために重要であることが分かりました。今年度から開始する「旅行エージェンツ訪問情報発信強化事業」のなかで、旅行エージェンツやメディア関係者を訪問し、モニターツアーへの参加を呼びかけていきます。				
		経営計画への反映等	更なる誘客を促進するため、従前のマスコミ、エージェンツ招へい事業に、首都圏等の旅行エージェンツを訪問し、直接旅行商品造成を促す取組みを加えた「旅行エージェンツ情報発信強化事業」として、事業内容を拡充して実施していきます。				

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容				
2-(2)-5	近隣市町村との連携による首都圏での物産販売・観光PR機能の強化	進捗率	施策を構成する4事業について、3項目は工程表どおり実施となったが、1項目が工程表どおり実施できなかったことから、施策全体としては「工程表どおり実施できなかった」と評価しました。				
		C					
		達成率	津軽広域観光圏域観光客入込客数が未発表のため「判断できない」としました。				
		-					
		決算額		H22	H23	H24	H25
				5,479	54,296	27,122	18,431
	事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容				
	(1)津軽地域広域連携事業	進捗率	圏域の魅力を発信するためにモニターツアーやホームページのリニューアル、他都市での観光プロモーションを実施したことから、「工程表どおり実施」と評価しました。				
		A					
	実施内容	達成率	平成25年度の津軽広域観光圏域観光客入込客数は未発表（県統計で例年11月発表予定）のため「判断できない」としました。				
	近隣市町村との連携による広域での観光・物産の振興のために、物産展、特産品見本市、観光キャンペーンを拡充実施するとともに、新規市場開拓を積極的に進めます。	-					
		目標		H22	H23	H24	H25
		津軽広域観光圏域観光客入込客数 12,800千人（H25）		11,713千人	10,216千人	10,670千人	-
		総括	観光客に多様で重層的な魅力を届けるためには、これまで以上に地域的なつながりや共通の観光テーマを有する地域との連携を促進・強化する必要があるため、今後も積極的な情報発信をしていきます。				
		経営計画への反映等	アクションプランにおけるH25の目標は、当市への観光入込客数の動向から推計し、達成は困難と見込まれます。引き続き地域の特性生かした誘客を図るため、「津軽広域観光圏協議会」、「弘前圏域定住自立圏観光推進協議会」、「津軽広域観光プロモーション協議会」を「北東北三県広域連携事業」に組み替え、実施します。				
	事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容				
	(2)青函・北東北三県等広域連携事業	進捗率	【青函圏域との連携事業】 函館市・青森市・八戸市と青函圏観光都市会議を設立し、青函圏の広域連携を図る体制を一層強化したほか、JRによる函館・弘前間直通列車の運行や、民間レベルでの交流も活発化させました。 【北東北三県等との連携】 秋田内陸線・奥羽北線沿線連絡協議会、秋田県観光キャンペーン推進協議会、秋田DCに参加し連携を強化。 以上を実施したことから「工程表どおり実施」と評価しました。				
		A					
	実施内容	達成率	行催事・イベント観光入込客数は目標を達成したが、観光入込客数は目標を達成できなかったことから、「未達成」としました。				
	近隣市町村との連携による広域での観光・物産の振興のために、物産展、特産品見本市、観光キャンペーンを拡充実施するとともに、新規市場開拓を積極的に進めます。	C					
		目標		H22	H23	H24	H25
		観光入込客数 5,000千人（H25）		4,551千人	4,138千人	4,508千人	4,570千人
		行催事・イベント観光入込客数 5,500千人（H25）		4,853千人	4,591千人	4,375千人	5,506千人
		総括	観光入込客数は震災前の水準に戻ってきており、広域での観光PRの効果が現れてきています。平成28年に予定されている北海道新幹線新函館北斗駅開業や青函DCに向け、青函圏域や北東北三県での広域連携を一層強化していきます。				
		経営計画への反映等	アクションプランにおけるH25の目標は、「行催事・イベント観光入込客数」については達成しているものの、「観光入込客数」については達成しておりません。広域圏での連携を促進・強化し、効率的・効果的な誘客を図る必要があることから、既存の「青函圏観光都市会議」、「秋田内陸・奥羽北線沿線連絡協議会」の取り組みに加え、十和田市・平泉町との連携を実施することとし、「北海道新幹線新函館開業対策事業」と「北東北三県広域連携事業」として実施します。				

事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容				
(3)首都圏観光キャンペーン	進捗率	11月に浅草において弘前ねぶたを運行するとともに物産展を開催し、観光物産キャンペーンを行いました。また、1月に東京ドームにおいて開催された「ふるさと祭り」に出展し、物産販売及び観光PRを行ったことから、「工程表どおり実施」と評価しました。				
	A					
実施内容	達成率	行催事・イベント観光入込客数は目標を達成したが、観光入込客数は目標を達成できなかったことから、「未達成」としました。				
近隣市町村との連携による広域での観光・物産の振興のために、物産展、特産品見本市、観光キャンペーンを拡充実施するとともに、新規市場開拓を積極的に進めます。	C					
	目標		H22	H23	H24	H25
	観光入込客数 5,000千人(H25)		4,551千人	4,138千人	4,508千人	4,570千人
	行催事・イベント観光入込客数 5,500千人(H25)		4,853千人	5,039千人	4,909千人	5,506千人
	総括	<p>観光入込客数が震災前の水準にほぼ戻ってきており、首都圏において当市の観光や物産のPRをすることが、当市への旅行に対するイメージアップの一助になったものと考えています。しかしながら、観光入込客数の目標値である500万人には届いておらず、その要因としては、当市が力を注いでいる観光による地域活性化が、既に全国的にも注目されており、地域間競争が盛んになり、各地で観光客の争奪戦が生じているためと考えられます。</p> <p>そこで、今後の展開としては、白神山地の玄関口であることや田んぼアート、庭園めぐりの活用など他県や他市との違いを出しつつ、当市が「ハブ」となるような形での広域連携と、当市ならではの受入体制づくり(既存の観光コンテンツの見直しや新たなコンテンツの掘り起し、市民のおもてなし意識の向上など)による旅の目的地としての訴求力を強化していくことが必要であると思われます。</p> <p>ただし、当事業では、こういった受入体制づくりまではカバーできないため、他の関連事業によってその部分を補い、その上で、これまで実施しているキャンペーンを継続し、新規及びリピーターの誘客促進と物産の販路拡大につなげたいと考えております。</p>				
	経営計画への反映等	当市の認知度向上による誘客効果及び物産の販路拡大をより強く推し進めるため、キャンペーン開催地を首都圏以西の大都市にも拡大することとし、「大都市観光PRキャンペーン事業」として実施します。				
事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容				
(4)物産と観光展事業(弘前・八戸物産協会共催、弘前市単独)	進捗率	物産展の開催回数増を目指し平成25年度は物産展県外催事16回、県内催事4回、友好都市催事4回の計24回(うち5か所が新規)の開催を予定していましたが、友好都市催事1回が台風のため中止となり、結果平成24年度と同回数の23回となったため、「工程表通り実施できなかった」と評価しました。				
	C					
実施内容	達成率	内外物産展売上額 3億円/年という目標に対し、2.25億円/年であったことから、「未達成」と評価しました。				
近隣市町村との連携による広域での観光・物産の振興のために、物産展、特産品見本市、観光キャンペーンを拡充実施するとともに、新規市場開拓を積極的に進めます。	C					
	目標		H22	H23	H24	H25
	内外物産展売上額 3億円/年		2.35億円	2.05億円	2.00億円	2.25億円
	総括	<p>毎年物産展の新規開拓に取り組むなどして、物産のPR及び販路拡大を図ってきたところですが、景気の低迷による消費の停滞、百貨店等会場の都合による催事規模の縮小などにより、物産展の売上額が伸び悩んだものと考えられます。今後、当市物産の売上増を実現していくため、新規出展に向けた商談会への積極的な参加や、新たな物産展の展開を図るなど、物産協会の機能強化を支援し、官民一体となった総合的な物産振興への取り組みを進めていきます。</p>				
	経営計画への反映等	<p>当市のさらなる物産振興を図るため、事業名を「物産振興対策事業」に替え、物産協会への支援・協力を強化するとともに、「BUYひろさき運動」、「ひろさき工芸品販路開拓・拡大支援事業」と連携した事業に取り組みながら全市的な物産振興を図っていきます。</p> <p>経営計画:「物産の販路拡大・販売促進事業」</p>				

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容				
2-(2)-6	マーケットが急拡大している中国など東アジアからの誘客活動を本格展開	進捗率	【海外プロモーション】 ・韓国・台湾においてプロモーションを実施したほか、旅行会社を訪問し商談会に参加。 ・中国・台湾に観光物産コーディネーターを前年度に引き続き委嘱。 ・国・県などと連携し、旅行エージェントを招へい。 ・中国・新華社運営のホームページ「日本大観」に当市のPR動画を4本掲載。 ・台湾人観光客宿泊促進事業の実施。 ・青森・ソウル線二次交通支援事業の実施。 ・韓国ドラマロケ地ツアー運営事業の実施。 【受入環境整備】 ・民間事業者が行う受入環境整備事業に対し補助。 ・観光パンフレットを増刷。 ・弘前感交劇場HP外国語版の運営(データ更新)。 以上を実施したことから、「工程表どおり実施」と評価しました。				
		A					
	事務事業名	達成率	目標の東アジア圏(中国・韓国・台湾)宿泊者数2,300人に対し、実績値は2,897人となったことから、「達成」と評価しました。				
	インバウンド対策事業	A					
			目標	H22	H23	H24	H25
			東アジア圏(中国・韓国・台湾)宿泊者数 2,300人(H25)	1,473人	1,070人	1,708人	2,897人
	実施内容		決算額	1,520	9,071	23,504	17,831
	外国人旅行者の誘客大幅拡大のために、県や関係事業者等と連携して、中国、韓国をはじめとする東アジアでのトップセールス等によるプロモーションや旅行代理店招へい事業、モニターツアーなど、誘客活動を実施します。 また、市内の施設の外国語表記を進めるなど、受入態勢の整備を推進します。	総括	ここ数年インバウンド対策事業として、手探りながらも着実に事業を実施し、目標を達成しています。今後は、新しく設立した弘前市インバウンド推進協議会を核とし、県や民間事業者等と連携しながら取り組みを強化します。				
		経営計画への反映等	アクションプランにおけるH25の目標は達成しているが、今後も東アジアなど成長力のある地域を中心に、インバウンド施策を強化していく必要があります。平成25年度に設立した「韓国ドラマ活用誘客促進協議会」の事業を発展させ、新たに組織するインバウンド推進協議会において、「東アジア圏誘客プロモーション事業」、「東南アジア等新規市場開拓事業」、「海外向け地型旅行商品造成事業」、「民間事業者競争力強化支援事業」、「クルーズ船活用誘客促進事業」、「旅行エージェント招へい活用事業」、「岩木・相馬地区温泉活用事業」を実施するとともに、インバウンド対策事業を再編し、「観光コーディネーター活用事業」、「PR映像発信事業」及び「観光ツール表示強化事業」を実施します。				

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容				
2-(2)-7	映画、ドラマ、テレビCMの撮影誘致(フィルムコミッション)のトップセールス	進捗率	映画、ドラマ等のロケ誘致から撮影時支援、作品PRまでを一元的に行うため、弘前フィルムコミッション実行委員会を新たに組織しました。また、平成24年度に当市でロケが行われ、平成25年6月に全国公開された映画「奇跡のリング」のPR活動を行うとともに、平成25年12月公開の短編映画「りんごのうかの少女」プレミアム試写で映画関係者やマスコミに当市のロケーションをPRした。また、HP上での撮影誘致活動を行っている。以上から「工程表どおり実施」と評価しました。				
		A					
	事務事業名	達成率	映画誘致数、ドラマ、CM撮影数ともに目標を達成したことから、「達成」と評価しました。				
	A						
	弘前フィルムコミッション推進事業	目標	H22	H23	H24	H25	
		映画誘致数(H25年度) 1本/年	4本	2本	2本	1本	
	実施内容	ドラマ、CM撮影数(H23～H25) 各5本/年	2本	8本	5本	15本	
	映画等の撮影を誘致し、各種メディアへの露出度向上による、誘客拡大のために、次の取り組みを行います。 ・ロケ地としての弘前を映像制作者に対してPRし撮影誘致を図ります。 ・撮影補助制度の導入(TVドラマ、CM等の撮影経費の一部を補助)	決算額	49	3,072	2,000	5,187	
		総括	劇場用映画「ライアの祈り」の撮影が弘前市内でも予定されていることから、弘前フィルムコミッション実行委員会としてのPR活動を継続するとともに、引き続き映画、ドラマ等の撮影誘致に努めていきます。平成25年度の自己評価は、目標を達成したため達成率をAとしたが、今後もロケ地としての弘前をさらにPRし、ロケ地巡りをメインとした旅行商品の開発を引き続き行うなどして、観光客の誘致を図っていく必要があると考えております。				
	経営計画への反映等	映画誘致での各種メディアへの露出度向上による誘客拡大を図るため、今後も誘致活動を継続することとし、他の情報発信関連事業と併せて「おいでよひろさき・もっと魅力発信事業」に組み替え、実施します。					

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容					
2-(2)-8	ねふた祭りなどの更なる誘客 や街全体への波及を促進	進捗率	施策を構成する5事業について、すべて「工程表どおり実施済み」となっていることから、「工程表どおり実施」と評価しました。					
		A						
		達成率	観光入込客数は目標を達成できなかったが、行催事・イベント観光入込客数と街歩き参加者数は目標を達成したことから、「概ね達成」としました。					
		B						
		目標			H22	H23	H24	H25
		観光入込客数(H25) 5,000千人 4,500千人(H24)			4,551千人	4,138千人	4,508千人	4,570千人
		行催事・イベント観光入込客数(H25) 5,500千人 4,900千人(H24)			4,853千人	5,039千人	4,909千人	5,506千人
		まち歩き参加者数(H25) 1,200人			883人	992人	952人	1,417人
		決算額			47,781	46,967	97,507	174,378
事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容						
(1)宣伝広告事業	進捗率	観光資源PR機能強化事業としてJR弘前駅自由通路内に大型モニターを設置し、当市の魅力を発信したほか、雑誌、新聞(全国紙)に広告を掲載したことから「工程表どおり実施」と評価しました。						
	A							
実施内容	達成率	観光入込客数は目標を達成できなかったが、行催事・イベント観光入込客数と街歩き参加者数は目標を達成したことから、「概ね達成」としました。						
旅行エージェントへの商品造成に向けたキャラバンや首都圏を始めとしたキャンペーン等による全国へのPR活動を強化し、誘客に努めます。 また、弘前城築城400年を機に、改めて地域のまつりとしての四大まつりに市民参加を呼びかけるほか、通年観光に向けた取り組みとして400年祭事業の一部継続を検討するほか、街歩き観光を推進します。	B							
	総括	旅行雑誌や全国紙などの効果的な媒体に費用対効果を見極めながら広告掲載し、当市へのさらなる誘客を図ることが必要であると考えています。また、平成27年度末に開業する北海道新幹線新函館北斗駅の開業を見据え、首都圏等からの誘客を図るための対策として、戦略的に宣伝広告を実施することが必要であり、今後も県観光連盟と連携し、青森県観光情報アプリネットへ各種観光情報を掲載するなどして、プレ青函DCにおける販売戦略会議における観光商品造成のためのPRを実施します。						
	経営計画への反映等	四大まつりはある程度集客を見込めるものの、適時にPRすることは必要不可欠であることから、事業を継続することとし、他の情報発信関連事業と併せて「おいでよひろさき・もっと魅力発信事業」に組み替え、実施します。						
事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容						
(2)四大まつり事業	進捗率	ねふたまつりでは弘前城築城400年祭事業の一部を承継し、なぬかびおくりを実施しました。菊と紅葉まつりでは、新たにサクラのライトアップを行った。雪燈籠まつりでは、弘前城築城400年祭事業の一部を承継し、津軽錦絵大回廊を行ったことから「工程表どおり実施」と評価しました。						
	A							
実施内容	達成率	観光入込客数は目標を達成できなかったが、行催事・イベント観光入込客数と街歩き参加者数は目標を達成したことから、「概ね達成」としました。						
旅行エージェントへの商品造成に向けたキャラバンや首都圏を始めとしたキャンペーン等による全国へのPR活動を強化し、誘客に努めます。 また、弘前城築城400年を機に、改めて地域のまつりとしての四大まつりに市民参加を呼びかけるほか、通年観光に向けた取り組みとして400年祭事業の一部継続を検討するほか、街歩き観光を推進します。	B							
	総括	四大まつりは、当市への観光入込客の多くの部分を占めているが、さくらまつり及びねふたまつりに入込客が集中しており、菊と紅葉まつり及び雪燈籠まつりへの入込が弱い状況にあります。 今後は、菊と紅葉まつりについては弘前りんご博覧会との連携を深めるなど、雪燈籠まつりについては灯りで楽しむ弘前の街事業との連携を深めるなど、魅力づくりに努め、誘客促進を図ります。						
	経営計画への反映等	四大まつりは当市を代表するイベントかつ集客力のあるイベントとして定着し、観光消費による地域経済の活性化に寄与することから、「四大まつり開催事業」として継続して実施します。						
事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容						
(3)まち歩きを中心とした観光振興事業	進捗率	地元ガイドが案内する「ひろさき街歩き」を実施しているほか、JR東日本の臨時列車運行(5/11、12)に合わせ弘前駅自由通路等にぎわい創出事業を実施してしたことから、「工程表どおり実施」と評価しました。						
	A							
実施内容	達成率	観光入込客数は目標を達成できなかったが、行催事・イベント観光入込客数と街歩き参加者数は目標を達成したことから、「概ね達成」としました。						
旅行エージェントへの商品造成に向けたキャラバンや首都圏を始めとしたキャンペーン等による全国へのPR活動を強化し、誘客に努めます。 また、弘前城築城400年を機に、改めて地域のまつりとしての四大まつりに市民参加を呼びかけるほか、通年観光に向けた取り組みとして400年祭事業の一部継続を検討するほか、街歩き観光を推進します。	B							
	総括	街歩きコースの掘り起こしとコースの造成、既存コースの磨き上げを継続するとともに、ガイドブックやポスターの作成、PRキャラバンの実施によるプロモーションを強化する必要があると考えています。メディア露出などにより、観光客が弘前に求めるものが刻々と変化するなかで、街歩きコースの再考や新規造成が必要であるとともに、市民力としての観光ホスピタリティについても、さらなる向上が不可欠であると考えております。						
	経営計画への反映等	今後も多様化する観光客ニーズに対応できるような観光プログラムの開発や観光ホスピタリティの向上が必要であることから、まち歩き観光の定着による通年観光振興のため、「まち歩き観光パワーアップ事業」、「おもてなしガイド育成事業」、「ようこそ弘前おもてなし事業」、「サイクルネット活用促進事業」に組み替え、継続して実施します。						

事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容
(4)りんご博覧会	進捗率	弘前城菊と紅葉まつり、弘前・白神アップルマラソン、津軽の食と産業まつりなどの既存の事業に、りんご音楽祭、りんごハロウィン、まちなかりんご装飾などの新たな事業を加え、「弘前りんご博覧会」として実施し、秋期の誘客を図ったことから、「工程表どおり実施」と評価しました。
	A	
	達成率	観光入込客数は目標を達成できなかったが、行催事・イベント観光入込客数と街歩き参加者数は目標を達成したことから、「概ね達成」としました。
実施内容	B	観光入込客数は目標を達成できなかったが、行催事・イベント観光入込客数と街歩き参加者数は目標を達成したことから、「概ね達成」としました。
	総括	
	経営計画への反映等	今後も事業内容の改善を図り、秋季の誘客、通年観光の充実につなげていく必要がある。また、民間主導で開催可能な事業展開を検討していくことは必要であると考えております。
事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容
	進捗率	「りんご王国」の建国宣言を受けて、1年を通じて「りんごのまち 弘前」を国内外にアピールし、集客力の弱い秋季の誘客につなげるため、「りんご王国魅力発信事業」として事業を実施します。
	A	
(5)冬を彩る光のまちづくり事業	達成率	従来イルミネーションに加え、追手門広場の光のオブジェの設置、サーチライトによる光の御柱、カクテル光によるライティングボールなど新たな手法による演出で美しく楽しい冬の情景を創出し、冬季の誘客を図ったことから、「工程表どおり実施」と評価しました。
	B	観光入込客数は目標を達成できなかったが、行催事・イベント観光入込客数と街歩き参加者数は目標を達成したことから、「概ね達成」としました。
	総括	当市への観光入込客は、さくらまつり及びねぶたまつりを中心とする春・夏に多く、秋季・冬季の入込が弱い状況にあります。 冬を彩る光のまちづくり事業、弘前公園さくらもみじライトアップ、弘前雪明り及び津軽錦絵大回廊を灯りを楽しむ弘前の街事業として位置づけ、新たな演出を加え、冬季の誘客促進、夜型観光の充実を図ります。
実施内容	経営計画への反映等	集客力の弱い冬季の滞在型観光の振興につなげるため、事業内容の見直しを行いながら継続することとし、他の夜型観光の振興のための事業と合わせて「灯りで楽しむ弘前の街事業」に組み込んで実施します。

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容				
2-(2)-9	農村“楽園づくり”による大都市圏在住者の移住支援や二地域居住を促進	進捗率	施策を構成する2事業について、それぞれ「工程表どおり実施」しました。				
		A					
		達成率	施策を構成する2事業について、「未達成」となりました。				
		C					
		決算額		H22	H23	H24	H25
			0	3,619	3,673	265	
	事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容				
	(1)弘前まると体感事業	進捗率	農閑期の8月1日に既移住就農者・受入農家・農業団体役員・市側計8名の出席による移住新規就農者確保に係る意見交換会で発言のあった「過去2年間で実施したツアーは観光色が強い」、「当市で農業で生計を立てる際に雪が多いことがネックとなる」との意見から、当市の農業の実状を知ってもらうため、雪が多い時期の農作業と暮らしを農家に宿泊して体感してもらうことにしました。希望者の体験に係る費用は、受入農家の団体へ市が補助金を交付することにより、実質交通費のみの負担とし、希望者が来弘しやすい状況を整え、大都市圏を中心に周知を図りました。				
		A					
	実施内容	達成率	目標指標を「体感事業参加者数 20名 (H25)」としていましたが、参加者数が7名でした。目標が達成できなかった原因は、制度設計（補助金交付要綱の制定）に時間を要したため、周知期間が不十分であったためです。				
	交流人口の拡大を図るために、団塊の世代の定年退職者等をターゲットに、農村地帯の良さを体感するモニターツアー等を実施する。 また、移住や居住に向けた就労や住居などの情報提供や相談対応を強化する。	C					
		目標		H22	H23	H24	H25
		体感事業参加者数 20名 (H25)		－	19名	21名	7名
		総括	H23及びH24で実施したツアーは、事業参加者数の実績から確実に交流人口の拡大が図られたと言えます。H25の体感事業は、移住新規就農希望者をターゲットとし、農業経営情報を提供しながら、純粋に当市の農業を体験したい希望者が活用しやすい事業として整備したため、事業参加者数を見ると少ないものの、本気度の高い希望者が当市を訪問し、冬の農業と農家の暮らしを体験してもらうことができました。3年間実施してきた本事業は、交流人口の拡大につながり、当市への将来的な移住新規就農のきっかけを作ったと言えますが、事業内容を見直し、農村地域の維持と活性化につながる取り組みを今後も実施していく必要があります。				
		経営計画への反映等	今後も、農村地域の維持と活性化につながる取り組みが必要であるため、事業内容を見直し、新たに移住・定住事業を実施します。 経営計画:「地域おこし協力隊受入事業」、「ひろさき農業インターンシップ制度導入調査研究事業」				
	事務事業名	自己評価					
	(2)空き家等情報提供事業	進捗率	「農業ひろさき」への掲載頻度を増やし、農業委員会へも情報収集について協力を依頼し、情報を効果的に収集・提供するための体制を整えました。				
		A					
	実施内容	達成率	情報を効果的に収集・提供するための体制を整えたことにより、相談件数が増えたものの、今年度の目標である空き家等情報発信件数につながる物件情報はなく、目標が達成できませんでした。				
	交流人口の拡大を図るために、団塊の世代の定年退職者等をターゲットに、農村地帯の良さを体感するモニターツアー等を実施する。 また、移住や居住に向けた就労や住居などの情報提供や相談対応を強化する。	C					
		目標		H22	H23	H24	H25
空き家等情報発信件数 5件/年		－	－	0	0		
総括		情報を効果的に収集・提供するための体制を整えたことにより、受け手からの相談件数が増えたものの、目標である空き家等情報発信件数につながる物件情報がなかったことから、周知方法も含めた事業内容を見直し、引き続き情報提供を呼び掛けていく必要があります。					
経営計画への反映等		空き家等情報提供事業は、今後の当市の農業の担い手確保のために必要な取り組みであることから、周知方法も含めた事業内容を見直しつつ、経営計画掲載事業と連携し、今後も継続して実施します。					

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容				
2-(2)-10	観光ホスピタリティ運動(交通事業者、市民など一体化)と観光資源市民研修の強化	進捗率	毎週水曜日にやわらかネットを開催しました。また、市民研修として津軽ひろさき検定(初級・中級・上級)及び出前講座等を実施したほか、まち歩きを紹介するテレビ番組(「路地裏探偵団が行く」(青森朝日放送)を放送したが、広報紙への連載がなかったことから、「工程表どおり実施できなかった」と評価しました。				
		A					
	事務事業名	達成率	目標のうち「広報紙への連載」「津軽ひろさき検定実施回数」「出前講座等開催回数」は目標を達成したことから、全体として「達成」と評価しました。				
	弘前感交劇場推進事業	A					
			目標	H22	H23	H24	H25
	実施内容		・広報紙への連載(H23～) 毎月	-	1回	12回	16回
	市民全体で観光振興を図るために、次の取り組みを行います。 (1)ホスピタリティ運動 ・広報等による市民意識の醸成(まち歩きコースの連載) ・関係者による情報共有、意見交換の定期的な開催(やわらかネット他) (2)市民研修 ・津軽ひろさき検定 ・出前講座等の実施		・ホスピタリティ運動開催回数 100回/年	69回	78回	81回	84回
			・津軽ひろさき検定実施回数 3回/年	2回	4回	3回	3回
			・出前講座等開催回数 12回/年	23回	12回	18回	18回
			決算額	0	0	0	64
		総括	「津軽ひろさき検定」や「出前講座等」により、市民の観光振興に係る機運の醸成が図られたが、広報等による市民意識の醸成については、市民全体が、弘前が観光都市であるということ、観光客が弘前市民に何を求めている、何をしたいのか、何をしたいのかを再考する必要があると考えております。				
		経営計画への反映等	今後も観光関連事業者や市民の観光ホスピタリティを向上させ、観光客のリピーター率の向上につなげるため、「おもてなしガイド育成事業」に位置付け継続して実施します。				

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容				
2-(2)-11	弘前観光情報の一元化(ポータルサイトの構築、中国語などの拡充)	進捗率	引き続き外国語版(4か国語)を含むポータルサイト「弘前感交劇場」を公開、運用し、随時情報の更新を行っていることから「工程表どおり実施」と評価しました。				
		A					
		達成率	目標を達成できなかったことから、「未達成」としました。観光の窓口的な役割を目指して構築したもの、利用者のニーズを捉え切れていない内容であったことに加え、サイト自体の周知不足もあり、目標を達成できなかったものと考えております。				
	事務事業名		目標	H22	H23	H24	H25
	宣伝広告事業		アクセス数(トップページ含む5サイト訪問者数) 2,100,000/年 (H25から弘前市HPを含む。)	-	-	147,330件 (弘前市HPを含まない)	1,570,264件 (弘前市HPを含む)
	実施内容		決算額	8,752	27,081	6,426	6,426
	観光物産情報の一元化を図るために、関係団体と連携し、「弘前感交劇場」をキーワードにした弘前の窓口的観光物産情報サイトを構築し、利用者が望む情報にたどりつきやすいようにする。また、外国人対応として、多言語化も図ります。	総括	アクセス数は平成24年度から増加したものの、ポータルサイトのトップページへのアクセス数は低調であり、観光情報を発信する窓口となっていない状況にあります。問題はサイトの「作り、自体が原因であることから、市ホームページのリニューアルに合わせ、費用対効果の妥当性を見極めながら改善を検討します。現状、市HPトップページのページビュー数は、約171万件(H25)であり、県内トップ(参考:青森市121万件、八戸市104万件)に位置し、東北地方でも仙台市(431万件)に次いで2位に位置しています。今後は、市HPリニューアル時に制作する観光情報ページと連携し、ポータルサイトの閲覧件数を向上させ、観光情報を一元的かつ効果的に発信します。				
		経営計画への反映等	目標値であるアクセス数を増加させる必要があることから、今後もアクセス数の向上を図るため、「弘前感交劇場ポータルサイト運営事業」として継続して実施します。				

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容				
2-(2)-12	新幹線新青森駅からの誘客のための二次交通の充実	進捗率	平成25年度は、冬期間の安定的輸送の確保や優等列車の増便、ジョイフルトレインの導入などを、JR東日本等へ5月(1回)、10月(2回)、11月(2回)の計5回行ったことから、「工程表どおり実施」としました。				
		A					
	事務事業名	達成率	全ての新幹線に対するアクセス列車の維持・確保、特急列車の増便、要望活動回数とも目標を達成したことから、「達成」と評価しました。				
	奥羽本線高速化・機能強化等要望活動	A					
			目標	H22	H23	H24	H25
	実施内容		全ての新幹線に対するアクセス列車の維持・確保(便数)	38便/38便	38便/38便	38便/38便	38便/38便
	二次交通の充実のために、奥羽本線の高速化等による利便性向上や、新幹線とのスムーズな接続について、JR東日本等へ要望活動等を実施します。		新青森-弘前駅間を30分程度で結ぶ特急列車の運行(H25) 増加	6往復	6往復	6.5往復	6.5往復
			JR東日本等への要望活動回数 2回/年	5回	3回	4回	5回
			決算額	405	487	68	128
		総括	要望活動を継続してきたことにより、すべての目標を達成することができたものの、今後も二次交通の充実等のため、引き続き要望活動を行っていく必要があります。				
		経営計画への反映等	JR新青森駅-弘前駅間の二次交通の充実や、函館との連携を図るため継続して実施します。 経営計画:「奥羽本線高速化・機能強化等要望活動事業」				

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容				
☆ 2-(2)-13	弘前シティプロモーション (※)推進事業(都市の魅力 度向上活動)	進捗率	平成25年度は、24年度からの継続事業のほか、「シティプロモーションアドバイザーの招へい」及び「短編映画『りんごのうかの少女』上映会の開催」、PR動画の制作等を行う「魅力プロモーション事業」等の各種取組みを実施したことから、「工程表どおり実施」と評価しました。				
		A					
	事務事業名	達成率	目標指標である「全国メディア等に弘前情報が取り上げられた件数」について、フェイスブック等を中心とした積極的な情報発信などにより、両指標とも達成割合が100%以上であったことから、目標を「達成」と評価しました。				
	弘前シティプロモーション推進事業	A					
	実施内容	目標		H22	H23	H24	H25
	弘前城築城400年祭の成果をステップに、弘前市の魅力度、認知度などの都市ブランド力を向上させ、交流人口の拡大や地元産品の販路拡大などの産業振興を図るために、より明確な都市イメージの確立、国内外へ向けての機動的・戦略的な情報発信を推進します。	全国メディア等に弘前情報が取り上げられた件数 200件(H25)				171件	311件
決算額		0	0	41,872	13,776		
総括		シティプロモーションに本格的に取り組み始めたH24からの推移をみると、着実に目標を達成しており、当市の認知度・ブランド力の向上に貢献したと考えられます。今後は、人口減少問題や観光客誘致などの市の重要課題に対応するため、オール弘前での情報発信体制の強化や新たな取組の検討などについて、継続的に取り組んでいく必要があります。					
経営計画への反映等		本事業を「シティプロモーション用PR素材等の制作・活用」・「県外・海外開催イベントと連携したプロモーション事業」・「戦略的な情報発信体制の構築」と明確に分け、内容を拡充。また併せて、「住みたいねHIROSAKI」イメージアップ戦略事業」・「さくら前線おっかけたい情報発信事業」を新規事業として追加しました。					

平成26年度 弘前市アクションプラン 自己評価関係資料

自己評価シート 【約束2-(3)】

※ 本資料は、自己評価の途中段階(11/5時点)において第三者評価用に作成したもので、自己評価報告書の公表までの間に、一部修正される場合がありますので、その点についてご了承ください。

弘前市

約束2-(3)	ひろさき農業・産業おこしに取り組みます【商工業振興】
めざす姿	にぎわい創出による商業・サービス業の活性化と、地域資源を活かした工業の振興により、雇用拡大が図られます。

I 4年間の総括

主な取組と成果
<ul style="list-style-type: none"> ・地元生産品の普及啓発・消費拡大を図るため、「BUYひろさき推進本部」を設置し、普及啓発活動を展開するとともに、「地元生産品購入の手引き」を作成し、公共調達の際の地元生産品の購入促進を図りました。また、伝統産業の振興のため、新たにクラフトコーディネーターを登用し、新商品の開発(1件)や新たなビジネスマッチングを図りました。 ・商業環境の悪化や活力の低下が懸念される中心市街地に賑わいを取り戻すため、中心市街地活性化基本計画をもとに、関係団体と連携しながら空き店舗対策や賑わい創出に資する各種事業に取り組みました。これまで、27店舗が市の支援制度を活用して新たに空き店舗に出店するなど、中心商店街空き店舗率は8.5%まで減少しました。 ・農商工連携や6次産業化を促進するため、外部の専門家を活用しながら、商品開発等に係るアドバイスやコーディネート活動を実施するとともに、生産者と商工業者との交流や販路開拓の支援などを行いました。農商工連携等振興施策の展開による商品化数は累計63件を数え、県内の類似事業と比較しても高い成果を上げています。また6次産業化法の事業認定件数が東北最多となるなど、積極的に取り組む事業者が増加してきました。 ・ものづくり産業の振興を図るため、ものづくりコーディネーターによる中小企業者の課題解決や企業間連携の促進、補助制度による研究開発支援及び展示商談会での域外への販路開拓支援を展開しました。技術開発等支援件数は累計22件となりました。 ・弘前への企業・団体の立地を図るために、首都圏在住の弘前市ゆかりの方々を中心とした「ひろさき仕事おこし応援隊」を結成し、企業誘致のみならず、市内企業のビジネスチャンスにつながる情報などを応援隊を通じて収集しました。また、当市への企業等立地を促進するため、県や応援隊、関係機関から情報収集を行い、企業や団体を訪問し、当市の各種優遇制度等や雇用環境をPRし誘致活動に取り組みました。企業誘致件数は4年間で2件となっています。 ・各種仕事おこし施策を展開することにより、新たなビジネスや雇用の創出が図られた(4年間で約69人)ほか、起業を目指す方が出店しやすいようなチャレンジショップなどの店舗環境を整備する事業者を支援する「店舗シェアリング支援事業」を実施し、これまでに21店舗が新規出店し、うち7店舗が独立開業しています。また、「ひろさきビジネス支援センター」を設置し、専門家による創業・起業に関する個別支援や研修会等を開催することにより、地域における創業支援の環境整備が図られ、目標を上回る起業家(累計15人)が輩出されるなど取り組みの成果が表れています。 ・弘前シティプロモーションを推進するために、弘前の情報を集約したチラシを作成し、個人又は団体・企業を対象に、弘前PR応援サポーター及び行政機関や各団体が協働で様々な機会にチラシ配布を行い、当市の認知度やブランド力向上を図りました。

課 題

・経営計画における人口減少対策に取り組むうえで、商工業振興分野においては、重点プロジェクトに掲げる働く場を創出するための7つの取り組みを推進し、安定した雇用の確保と市民所得を増大させ、若者の転出を抑制し、転入を促進することで定住人口の増加を図っていく必要がありますが、施策のPRが不十分で制度周知が十分図られていません。

・価格競争激化に加え、円高・円安などの為替変動や原料燃料価格の高騰・高止まりなど、外部環境が変化している状況の中で、部品供給にとどまらず最終製品の開発など、製品の付加価値を高める、新しい市場を開拓する重要性が高まっています。しかしながら、事業者の開発、営業、企画部門等の人材不足や老朽化した設備、狭隘な生産拠点、資金力の不足など、乏しい経営資源がネックとなっているため、業績拡大に向けた先行投資への対応・支援が課題となっています。

・当市の地元生産品(物産)の製造・販売は、人口減少やデフレの影響による消費・購買力の低下やライフスタイルの変化への適応の遅れなどにより、売り上げが低迷し非常に厳しい状況におかれています。このため、事業者の意識改革を図るとともに販売拠点を整備し、当市を訪れる観光客やビジネスマンへの販売力を強化するとともに、市外・県外への販路開拓・拡大に積極的に取り組んでいくための組織体制の強化や販売力強化のためのノウハウの取得など事業者の資質向上が必要とされています。

・空き店舗を解消するための活用支援事業や店舗シェアリング支援事業などの施策を講じたことにより、中心商店街の空き店舗率が低下し、また、各種イベントの実施による賑わい創出により中心商店街の賑わいは回復しつつありますが、通行量調査の結果からみても完全に戻ったとはいえない状況にあります。少子高齢化の進展による人口の減少や大型商業施設の郊外立地などによる中心商店街からの人離れに適応するためには、「買いたいモノが買える」「買いたいモノが売っている」「おいしいモノが食べられる」というような魅力ある店舗がいたるところにあり、切れ目のない連続性のある商店街の形成が必要とされています。このためには、事業者の意識改革を図りながら、自立を促すとともに、消費者ニーズを的確に把握し商品構成を行うなど個店の魅力アップを図り、社会・経済環境に適応していかなければなりません。

・企業誘致を取り巻く環境は、円高の影響や人件費の高騰などによる生産拠点の海外シフトや再編・集約化により国内での新規の立地は低水準で推移しており、非常に厳しい状況となっていることから、地方へ進出意向のある企業の発掘、既に立地している企業の事業拡大へ対応するための実効性のある優遇制度の整備や産業用地の確保、そしてそれらを迅速かつ戦略的に推進する体制の強化が課題となっています。

・起業・創業件数は順調に推移しているものの、社会的ニーズが多様化する中、新規創業や事業の多角化による新たなビジネスの創出をより一層促進させるために実効性のある施策や環境整備が求められています。

「めざす姿の達成状況を示す指標」の分析

【結果説明】

・商工業、農林業、観光各分野の施策の取り組みによる新規雇用の目標値391人に対して累計466人となり、全体で目標値を75人上回りました。

【社会経済動向等】

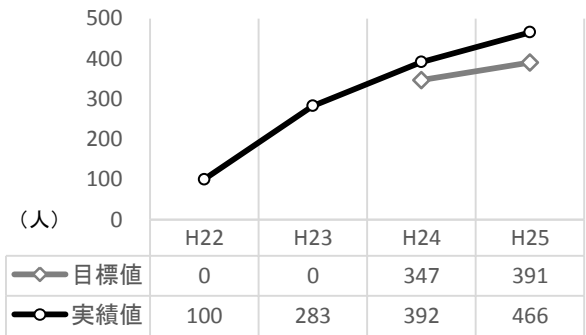
・平成26年3月の有効求人倍率(季節調整値)は、青森県0.79倍、全国1.07倍で、依然として地域格差が大きくなっており、国ではこのような課題に対応するための雇用対策の推進や、正社員就職促進など、雇用情勢の改善に向けた取り組みを進めることとしています。

【県・他都市等の状況】

・平成26年3月における有効求人倍率(現数値)は、高い順に八戸管内1.00倍、青森同0.95倍、三沢同0.94倍、野辺地同0.81倍、弘前同0.78倍などとなっており、当管内における雇用情勢は改善基調が続いているものの、依然として低い水準にあります。

①施策の取り組みによる新規雇用(累計) 391人を目指します。

施策の取り組みによる新規雇用数(累計)



【結果説明】

・施策の取り組みにより平成25年度までの商品化件数は、目標値34件を29件上回る63件を達成しました。専門家派遣事業によるアドバイスや補助制度の拡充など仕組みが整備されたことで、商品開発に挑む事業者が増えたことが要因です。

【社会経済動向等】

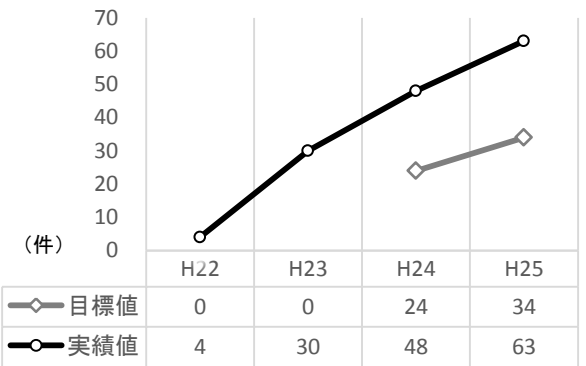
・経済が低迷する中、商工業者の生産性向上や生産者の所得向上などを図るため、いわゆる農商工連携促進法や6次産業化法が施行されました。国の予算も増額し、地域の農産物の加工・販売に対する機運が一層高まりました。

【県・他都市等の状況】

・類似事業の青森県産業技術センター「あおり農商工連携ファンド」事業における商品化件数は32件(平成21～25年度)となっております。また指標に関連するものとして、6次産業化法に基づく事業認定がありますが、当市の13件を筆頭に、板柳町6件、黒石市、深浦町が4件と続いており、県内・東北でも最多となっています。

②農商工連携等振興施策の展開による商品化数(累計)34件を目指します。

農商工連携等振興施策の展開による商品化数(累計)



【結果説明】

・企業の研究開発を支援する補助施策により、目標件数20件に対し、累計22件で2件上回りました。

【社会経済動向等】

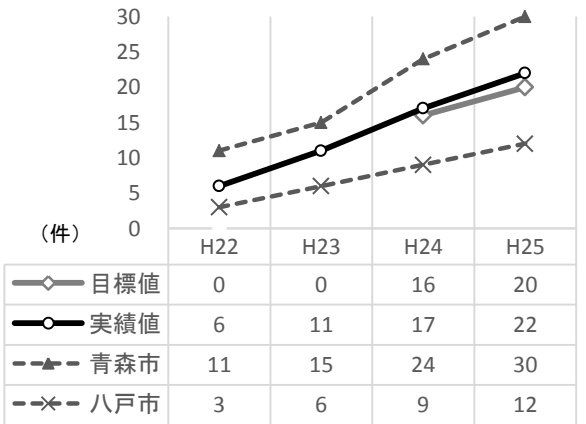
・大手企業の海外移転などを背景に中小企業の経営環境が厳しくなっている中、中小企業の付加価値の高いものづくりを促すため、国では、戦略的基盤技術高度化支援事業やものづくり補助金といった大型事業が創設され、ものづくり産業への支援策が厚みを増してきています。

【県・他都市等の状況】

・青森市(がんばる企業応援助成金/2分の1/上限100万円) 支援件数…(H22)11件、(H23)15件、(H24)24件、(H25)30件
・八戸市(研究開発資金助成事業/2分の1/上限100万円) 支援件数…(H22)3件、(H23)6件、(H24)9件、(H25)12件
※内容・予算規模等が同一ではないため、単純比較はできません。

③技術開発等支援件数(累計)20件を目指します。

技術開発等支援件数(累計)



「めざす姿の達成状況を示す指標」の動向と分析

【結果説明】

・平成22年度に仕事おこし推進事業を創設したほか、平成24年度からは創業・起業支援拠点を設置し、起業家の発掘・支援に取り組んだ結果、目標件数15件を達成しました。

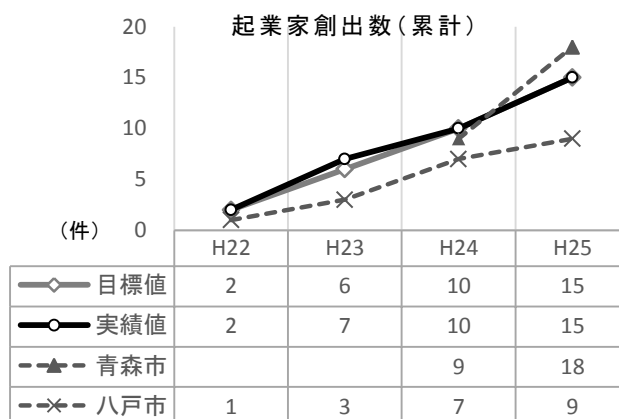
【社会経済動向等】

・国の創業促進補助金創設や女性の社会進出支援といった創業・起業に対する環境整備が進みました。

【県・他都市等の状況】

・青森市(起業・創業等相談ルーム設置)
起業件数…(H24)9件、(H25)18件
・八戸市(アントレプレナー情報ステーション設置)
起業件数…(H22)1件、(H23)3件、(H24)7件、(H25)9件

④起業化支援施策の展開による起業家創出数(累計)15人を目標します。



【結果説明】

・空き店舗への出店支援や空き店舗情報の収集・提供などに取り組んだ結果、空き店舗の活用が促進され、実績値が目標値と同値の8.5%まで減少しました。

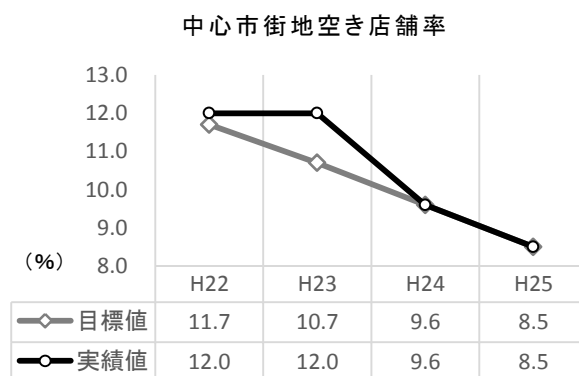
【社会経済動向等】

・少子高齢化の進展や商業施設等の郊外移転により中心市街地における空き店舗、未利用地の増加に歯止めが掛かっていない状況の中、国では平成26年7月に「中心市街地の活性化に関する法律」の一部改正を行い、中心市街地の一層の活性化を図ることとしています。

【県・他都市等の状況】

・県が実施した「平成25年度空き店舗調査」では、県全体(県内8市の合計)の空き店舗率が17.8%で、当市以外の空き店舗率が10~20%台であるのに対し、当市は10%未満で最も低い数値となっています。

⑤中心商店街空き店舗率8.5%を目指します。



【結果説明】

・新たに誘致した企業の事業所開設や立地企業の事業拡大により、目標5,560人に対し5,978人の結果となり、418人目標を上回りました。

【社会経済動向等】

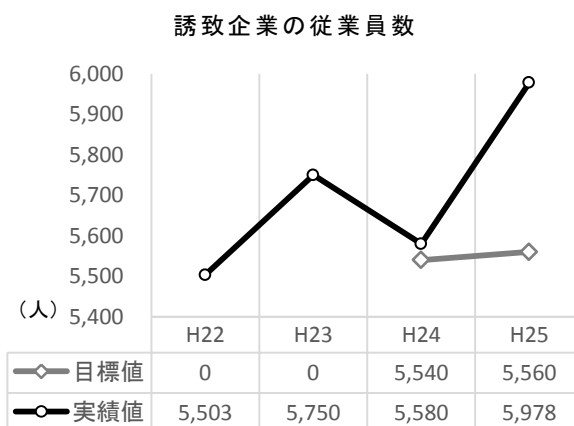
・人口の減少、デフレ経済の長期化を要因とした国内市場規模の縮小や海外製品との競争激化などにより、国内における企業の投資は低迷し、工場の立地件数は低水準で推移しております。また、事業所の縮小や集約化の動きもみられます。

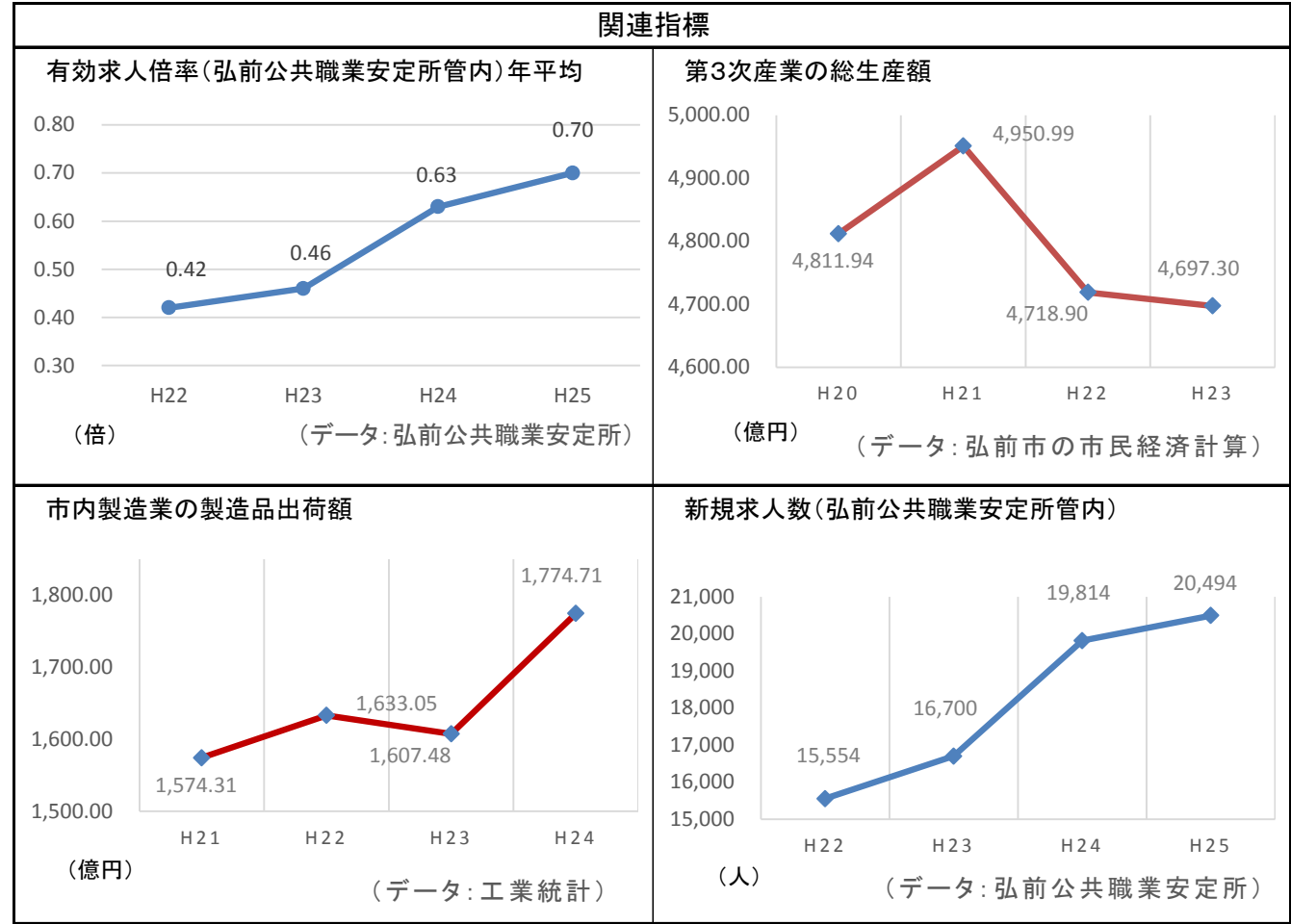
【県・他都市等の状況】

・上昇傾向にあった県内の誘致企業の従業員数は、平成25年度、事業縮小に伴う人員削減などにより大幅な減少に転じておりますが、当市の誘致企業の従業員数は上昇傾向を維持しています。

H22 24,381人
H23 25,166人
H24 25,567人
H25 24,646人

⑥誘致企業における従業員数5,560人を目標します。





Ⅱ 今後の方向性

取組の方向性

- ・経営計画における人口減少対策に取り組むうえで、商工業振興分野においては、重点プロジェクトに掲げる7つの取り組みを推進し、安定した雇用の確保と市民所得を増大させ、若者の転出を抑制し、転入を促進することで定住人口の増加を図るために効果的な施策のPRに努めていきます。
- ・地域を牽引する産業を明確にし、競争力を高めるために集中的な支援を講じていきます。具体的には、農産物などアドバンテージのある地域資源を活用した「食産業」、将来的な成長分野であり、大学や大学病院などのアドバンテージを活かした「精密・医療産業」、既に一定の集積がある「アパレル産業」を重点産業と位置付け、ヒト・モノ・カネなど不足している経営資源を補い、事業拡大に取り組む企業連携を促進させていきます。
- ・めざす姿の達成状況を示す指標の「施策の取り組みによる新規雇用の増加」に向けては、企業の雇用意欲を高めるうえで重要となる取り組み、特に7つの重点プロジェクトを確実に進める必要があります。
- ・「農商工連携等振興施策の展開による商品化数増加」及び「技術開発等支援件数増加」に向けては、重点3分野（食産業、精密・医療産業、アパレル産業）の産業育成、振興の強化方針を決定し、これを推進するためのさまざまな施策を講じ、商品開発力や販売力の強化、産業人材の育成を図っていきます。
- ・「起業化支援施策の展開による起業家創出数の増加」については、産業競争力強化法に基づく「創業支援事業計画」を策定し、起業・創業に向けた支援体制や支援制度を整備することにより、地域における新たなビジネスの創出と地域活性化の促進を図っていきます。
- ・「中心商店街空き店舗率減少」に向けては、消費者ニーズを的確に把握し、商業者、行政、関係機関等が一体となって個店の魅力アップとイベントによる賑わい創出を図ることにより、連続性のある中心商店街の形成を図っていきます。
- ・「誘致企業における従業員数増加」に向けては、体制の強化を図りながら、企業誘致制度及び工場の新・増設、生産性を高めるための取り組みへの支援策を整備するとともに、産業用地の確保に向けた調査研究をすすめ、重点3分野を中心とした産業振興を図ることにより、誘致活動に結びつけていきます。
- ・地元生産品（物産）の販路拡大・販売促進については、事業者の意識改革を図るとともに販売拠点を整備し、当市を訪れる観光客等への販売力を強化するとともに、市外・県外への販路開拓・拡大に積極的に取り組んでいくための組織体制の強化を図っていきます。

経営計画への反映等

- ・重点プロジェクトに掲げる、市外からの移住促進、大学生の市内定住促進や働く場の創出に向けては、「学生発ベンチャー創出支援事業」、「中心市街地雇用促進支援事業」、「中小企業事業拡大総合支援事業」、「ひろさきUJIターン起業支援事業」、「建設業若年者入職促進・人材育成事業」、「若年者と女性のための資格取得支援事業」、「正規雇用等転換奨励金」を新たに実施します。
- ・「農商工連携等振興施策の展開による商品化数増加」に向けては、「重点3分野の強化」施策の事業で「食産業育成事業」を継続するとともに、さくら酵母や白神酵母を活用した新商品開発の支援事業を構築するため、「白神酵母・さくら酵母等ブランド化推進事業」を新たに実施します。
- ・「技術開発等支援件数増加」に向けては、「ものづくりコーディネート事業」及び「企業技術者派遣事業」を統合し、「重点3分野の強化」施策の事業で「精密・医療産業育成事業」に替えて実施するとともに、新たに「精密加工技術高度化事業」を実施し、精密・医療産業創出のための技術及び研究開発支援とします。
- ・「起業化支援施策の展開による起業家創出数の増加」については、ひろさきビジネス支援センターを拠点とする、伴走型の起業支援が効果的であることから、「起業・創業支援拠点運営事業」を継続するとともに、「新分野チャレンジ支援事業」、「学生発ベンチャー創出支援事業」及び「ひろさきUJIターン起業支援事業」を新たに実施します。
- ・「中心商店街空き店舗率減少」に向けては、「魅力ある商業地域の形成」施策の事業の中で、引き続き空き店舗活用の促進を図るため、「空き店舗活用支援事業」、「店舗シェアリング支援事業」を継続し、空き店舗への出店を支援します。
- ・「誘致企業における従業員数増加」に向けては、「重点関連産業等の企業誘致」施策の事業の中で、「企業立地推進事業」を継続し、進出する企業への優遇制度を拡充し、地域産業の強化を図る分野を中心に誘致活動を行います。また「企業誘致圏域連携事業」を継続し、圏域が一体となり情報発信をするなど企業誘致のための活動を行います。
- ・地元生産品（物産）の販路拡大・販売促進に向けては、物産協会の機能強化を支援し、物産展の新規開拓に積極的に取り組むなど連携を強化するとともに、「BUYひろさき運動」、「まちなかクラフト村づくり推進事業」、「ひろさき工芸品販路開拓・拡大支援事業」も含め総合的に取り組んでいきます。

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容			
2-(3)-1	産学官金の連携による”ひろさき産業振興会議”の設置	進捗率	市内大型商業施設の店長らによる、市内商業の活性化に関する意見交換会を行ったことから、「工程表どおり実施」と評価しました。			
		A				
	事務事業名	達成率	会議の意見や提案が施策等に反映された件数が3件/年となり、目標を「達成」と評価しました。			
	ひろさき産業振興会議開催事業	A				
		目標	H22	H23	H24	H25
	実施内容	会議の意見や提案が施策等に反映された件数 2件/年	7件	3件	4件	3件
		決算額	74	55	0	27
	地域の企業、大学、金融機関及び関係機関等から、当市の産業振興や震災後の地域経営等に向けた意見等を伺う「ひろさき産業振興会議」を開催し、今後の施策展開のための参考とする。	総括	各市産業振興の方策や課題等について、各産業関係者等の意見等を反映した施策展開が実現するなど所期の目的を達成したと考えます。今後は、地域の産業力向上のため育成する産業の強化方針策定に向け、テーマを明確にした専門的な協議を行うこととしています。			
		経営計画への反映等	産業政策全体の中で育成する産業毎の強化方針を策定するための関係者協議(産業別協議会)を経営計画に位置付け、事業内容を変更して実施します。 経営計画:「産業競争力推進事業」			

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容			
2-(3)-2	“仕事おこしプロジェクトチーム”(しごとづくり、新産業創造、雇用対策などを担当)の設置による仕事づくり施策(オンリーワン技術の活用など)の積極的展開	進捗率	平成22年7月、商工労政課内に仕事おこし・雇用支援室を設置し、各種仕事おこし施策を展開しており、施策を構成する2事業について、それぞれ「工程表どおり実施」との評価になっていることから、施策全体としても「工程表どおり実施」と評価しました。			
		A				
		達成率	各種仕事おこし事業の実施により、新たなビジネスや雇用の創出が図られ、事業実施による雇用創出数が目標を上回っており、施策を構成する事業について「達成」との評価になっていることから、施策全体として目標を「達成」と評価しました。民間事業者の独立採算へ徐々に移行したことにより、決算額は減少しています。			
		A				
			H22	H23	H24	H25
		決算額	22,879	90,382	67,465	8,500
	事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容			
	(1)仕事おこし・雇用支援室設置	進捗率	平成22年7月、商工労政課内に仕事おこし・雇用支援室を設置し、各種仕事おこし施策を展開しており、「工程表どおり実施」と評価しました。			
		A				
	実施内容	達成率	【平成22年度取組済み】 平成22年7月に「仕事おこし・雇用支援室」(現「産業育成課」)を設置しました。			
	「仕事おこし・雇用支援室」を設置し、しごとづくり、新産業創造、雇用対策などを積極的に実施する。	(A)				
		目標	H22	H23	H24	H25
			-	-	-	-
		総括	地域における経済及び雇用が低迷する中、国の緊急雇用対策事業や市独自の仕事おこし・雇用創出事業等を実施し、地域の雇用を下支えしました。			
		経営計画への反映等	食、精密・医療、アパレルといった3分野を中心とした産業振興を図るため、産業育成課と改組しました。 経営計画:「産業競争力推進事業」			
	事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容			
	(2)仕事おこし・雇用創出事業	進捗率	「仕事おこし雇用づくり補助金」では、平成24年度採択分1件の継続支援に加え、7月に新規分の公募を行い、1件を採択支援しました。そのほか「農産加工ビジネス補助金」7件、「研究開発支援補助金」5件を支援し、新たな仕事おこし及び雇用創出のための事業を実施しており、「工程表どおり実施」と評価しました。			
		A				
	実施内容	達成率	「仕事おこし雇用づくり補助金」の新規採択分2名と継続分3名に加え、「農産加工ビジネス補助金」による雇用創出1人を加えて69人となったことから、目標を「達成」と評価しました。			
	失業者等を雇用し、地域課題等に対応した民間提案型のビジネス・プランに対し、資金的支援をすることによって、新たな仕事づくりと雇用創出を図る。	A				
		目標	H22	H23	H24	H25
		事業実施による雇用創出数(H22～H25) 69人(延人数)	15人	46人	63人	69人
		総括	新規雇用を前提とした新たな仕事おこし支援事業として4年間実施し、雇用施策として一定の成果があったものと考えられます。			
		経営計画への反映等	新規事業の採算性や継続性を高めるため、ビジネスプランコンテストを通じた新しい支援の仕組みを構築しました。 経営計画:「新分野チャレンジ支援事業」			

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容			
2-(3)-3	“BUYひろさき”運動(地元 産品活用の公共調達を促 進)	進捗率	平成25年7月に「BUYひろさき運動推進本部」を設置し、広報やコミュニティFMを活用したり、市内外のイベント等でのぼり旗やポケットティッシュなどの販促グッズを使って、BUYひろさき運動及び地元生産品のPRを行ったほか、公共調達における地元生産品の購入を促進するため、「地元生産品購入の手引き」を作成し、庁内に周知を図ったことから、「工程表どおり実施」と評価しました。			
		A				
	事務事業名	達成率	伝統工芸品等活用促進事業費補助金の交付事業所数が、目標の10件/年に対し6件/年であったことから、目標を「未達成」と評価しました。			
	BUYひろさき運動推進事業	C				
		目標	H22	H23	H24	H25
		補助金交付事業所数 10件/年	-	8件	5件	6件
	実施内容	決算額	900	1,873	1,343	1,500
	地産地消を推進し、地場産業の振興を図るため、BUYひろさき推進本部を設置し、普及啓発活動を展開するとともに、地場産品(伝統工芸品)の購入・活用を支援する。	総括	BUYひろさき運動については推進本部の設立に時間を要し、これまで主だった活動できなかったことから、今後はより目に見える形で、地元生産品の普及・啓発及び消費拡大・販路拡大事業に取り組んでいきます。 また伝統工芸品等活用促進事業費補助金については、伝統工芸品等の販路拡大には一定の効果が得られたものの、補助対象を飲食店・宿泊施設に限定したことで利用者が固定化され、交付事業所数が伸び悩んだことから、今後はより多くの店舗等が活用できるよう、補助対象を拡大するなど、制度の見直しを図っていきます。			
		経営計画への反映等	今後も地元生産品の愛用による地場産業の育成と地元購買を促進する必要があることから、経営計画に位置付け、継続して実施するとともに、「物産振興対策事業」、「ひろさき工芸品販路開拓・拡大支援事業」と連携した事業に取り組みながら全庁的な物産振興を図っていきます。 経営計画:「物産の販路拡大・販売促進事業」			

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容			
2-(3)-4	首都圏等在住の弘前市ゆかりの人々をメンバーとする企業誘致応援隊の結成	進捗率	ひろさき仕事おこし応援隊との情報交換会の開催や個別訪問を実施しました。また、隊員からのメールを通じた情報提供などによる情報収集を行いました。以上のことから「工程表どおり実施」と評価しました。			
		A				
	事務事業名	達成率	訪問及び情報交換会を実施などにより、目標の情報提供件数20件に対し、20件の情報提供を得ることができたことから、目標を「達成」と評価しました。			
	ひろさき仕事おこし応援隊結成	A				
		目標	H22	H23	H24	H25
		応援隊からの情報提供件数 20件/年	12件	16件	27件	20件
	実施内容	決算額	389	390	354	453
	弘前への企業・団体の立地を図るために、首都圏在住の弘前市ゆかりの方々を中心とした応援隊を結成する。 また、企業誘致のみならず、市内企業のビジネスチャンスに繋がる情報など、応援隊を通じて収集する。	総括	平成23年2月に「ひろさき仕事おこし応援隊」を結成し、平成25年度末では17名を隊員として委嘱しています。これまで、情報交換を通じ、隊員からの提案や人材の紹介など、幅広い分野で協力をいただけており、応援隊の存在意義は高いものと判断しています。今後、隊員の拡充や隊員の活用方法などが検討課題であると考えています。			
		経営計画への反映等	これまでの情報交換に加え、ひろさき仕事おこし応援隊と地元経済界との交流の機会を創出します。様々な分野において、地元企業とのネットワークが構築できるような事業を盛り込み、事業内容の拡充を図ります。 経営計画:「企業誘致推進事業」			

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容					
2-(3)-5	官民一体型での弘前情報チラシ作戦(通販や市役所郵便への添付)	進捗率	施策を構成する2事業について、それぞれ「工程表どおり実施」と評価しました。					
		A						
		達成率	施策を構成する2事業について、それぞれ目標「達成」と評価しました。					
		A						
		決算額		H22	H23	H24	H25	
		0	0	0	0			
事務事業名			自己評価	平成25年度実施内容				
封筒寄附募集事業	進捗率	市民税課の納税通知用窓付封筒の広告を募集し、予定どおり2社から応募があったため、「工程表どおり実施」と評価しました。						
	A							
実施内容		達成率	平成25年度までに累計691,000枚となったため、目標を「達成」と評価しました。					
(1)市の新たな財源を確保するとともに、民間事業者等の事業活動を推進し、地域経済の活性化と市民サービスの向上に寄与するため、広告を掲載した封筒を寄附(無償提供)してもらい。寄附された封筒は、市が公文書などの発送に使用する。	A							
	目標		H22	H23	H24	H25		
	配付枚数 300,000枚(H25) 100,000枚(H23)、200,000枚(H24)		-	84,000枚	264,000枚	400,000枚		
	決算額		0	0	0	0		
	総括	窓口などで使用する封筒を順次、広告入り封筒に変更したことで、約2,470,000円の経費削減に貢献したのと考えられます。						
	経営計画への反映等	本事業は市の経費削減のほか、市外の企業などに対して当市をPRすることが出来る有効な手段でもあることから、市外向けに対応したデザインなどの工夫も重ねながら継続していきます。						
	事務事業名			自己評価	平成25年度実施内容			
	弘前情報チラシ配布事業	進捗率	平成24年度から制作しているパンフレットのほか、季節ごとの弘前市の魅力を紹介するチラシも制作し、弘前PR応援サポーター及び行政機関や各種団体等と協働で配布したことから、「工程表どおり実施」と評価しました。					
A								
実施内容		達成率	目標指標である「配布枚数」及び「応援サポーター活動回数」の両指標とも達成割合が100%以上であったことから、目標を「達成」と評価しました。					
(2)弘前シティプロモーションを推進するために、弘前の情報を集約したチラシを作成し、配布する。配布方法の仕組みとして、個人又は団体・企業を対象に「弘前PR応援サポーター制度」に登録してもらい、協働で様々な機会にチラシ配布を行う。	A							
	目標		H22	H23	H24	H25		
	配付枚数 8,000枚(H25)		-	-	2,500枚	43,000枚		
	応援サポーター活動回数(H25) 50回		-	-	-	289回		
	決算額		0	0	0	0		
	総括	シティプロモーションに本格的に取り組み始めたH24からの推移をみると、着実に目標を達成しており、当市の認知度・ブランド力の向上に貢献したと考えられます。今後は、庁内ワーキンググループや民間団体等の意見も聞きながら、パンフレットやチラシの掲載内容や仕様、配布方法等に係る工夫・検討を行っていきます。						
	経営計画への反映等	「シティプロモーション用PR素材等の制作・活用」・「戦略的な情報発信体制の構築」の各事業において継続して実施します。						

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容				
2-(3)-6	北東北の中核都市として、民間企業や公的団体の弘前市への着実な立地を推進	進捗率	首都圏開催の産業立地フェアなどに参画し、当市の立地環境をPR、出展社情報の入手を行うとともに、企業訪問やひろさき仕事おこし応援隊のメンバーを訪問し、情報を収集するなど誘致活動を展開したことから、「工程表どおり実施」と評価しました。				
		A					
事務事業名		達成率	誘致に向けて企業訪問、情報収集を行いました。立地に至った案件はなく、目標を達成することができなかったことから目標は「未達成」と評価しました。				
企業・団体立地推進事業		C					
実施内容			目標	H22	H23	H24	H25
弘前への企業・団体の立地を図るために、ひろさき仕事おこし応援隊・大学・各種団体と連携して情報収集を行い、企業や団体を訪問、当市の各種優遇制度等をPRし誘致活動を推進する。	誘致件数(H22～H25) 5件 1件(H22)、2件(H23)、3件(H24)		1件	1件	2件	2件	
	訪問企業・団体数 20件/年		21件	20件	24件	26件	
	決算額		879	645	835	1,160	
	総括	近年、国内の企業立地は低迷を続ける中、地方への誘致は厳しい状況にあり目標を達成できませんでしたが、企業誘致は多くの雇用創出が図られるなど、地域振興にとって有効な方策であることから、継続して取り組む必要があります。今後、企業誘致を促進するため、優位性の高い優遇制度やターゲット産業の絞り込みなどを検討します。					
	経営計画への反映等	誘致企業への優遇措置を拡充し、食、精密・医療及びアパレル産業など、地域産業の強化を図る3分野を中心に誘致活動を展開していくほか、定住自立圏域内の広域連携による誘致活動にも取り組んでいくなど、事業内容を拡充して実施します。 経営計画:「企業立地推進事業」、「企業誘致圏域連携事業」					

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容				
2-(3)-7	起業実践トレーニング道場の実施と起業家交流プラットフォーム(セミナー・交流会の定期開催)構築	進捗率	創業・起業支援拠点として4月に「ひろさきビジネス支援センター」を開設し、創業・起業等に関する相談業務の実施やセミナーを開催したことから、「工程表どおり実施」と評価しました。				
		A					
	事務事業名	達成率	ビジネス支援センターでの相談を通じて、5名が起業していることから目標を「達成」と評価しました。				
	創業・起業支援事業	A					
	実施内容	目標	H22	H23	H24	H25	
	起業人材の育成と起業しやすい環境を整え、起業する市民を増やす。 ・創業・起業支援拠点の設置 ・専門家を招へいし、創業・起業に係る相談を受付 ・創業・起業に必要な知識を学ぶ講習会・セミナー等を開催 ・既存補助金等による資金的支援	創業・起業支援拠点の設置	-	-	設置	設置	
		相談やセミナー等を受講した市民から、起業した人数2人/年	-	-	3人	5人	
		決算額	584	570	3,781	5,522	
		総括	「ひろさきビジネス支援センター」を設置し、専門家による個別支援や研修会等を開催したことで、地域における創業支援の環境整備が図られ、目標を上回る起業家が輩出されるなど、取り組みの成果が表れてきています。				
経営計画への反映等	引き続き「ひろさきビジネス支援センター」を中心とした創業・起業支援を継続して実施するほか、UIJターンによる創業・起業を推進するための支援制度を整備します。 経営計画:「起業・創業支援拠点運営事業」、「ひろさきUIJターン起業支援事業」						

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容				
2-(3)-8	地域資源の活用、地域課題の解決に取り組むコミュニティビジネス(※10)やソーシャルビジネス(※10)の育成	進捗率	「ひろさきビジネス支援センター」において、CB・SBの相談に対応しているほか、CBセミナーを開催していることから、「工程表どおり実施」と評価しました。				
		A					
	事務事業名	達成率	法人化したNPOがコミュニティビジネスを事業化したことから、目標を「達成」と評価しました。				
	コミュニティビジネス・ソーシャルビジネス支援事業	A					
	実施内容	目標	H22	H23	H24	H25	
	地域資源の活用、地域課題の解決に取り組むコミュニティビジネス(CB)やソーシャルビジネス(SB)を育成する。 ・普及啓発事業(CB・SBの創業機運を高めるセミナー等の開催) ・事業実施団体等支援事業(CB・SBに取り組む団体等に対し、コーディネートや補助金等の活用など、各種支援策を検討・実施)	普及啓発活動や支援事業等により、コミュニティビジネスが起業化した数 1件/年	—	—	1件	1件	
		決算額	0	1,500	15	70	
		総括	CBセミナーの開催等により普及啓発を行いつつ、実際の事業化に向けて個別支援を行ったことで、事業化に至った事案が生まれてきており、地域課題をビジネスの手法で解決するCBの考え方は徐々に浸透してきているものと考えます。				
		経営計画への反映等	CBも一つの創業・起業の形態であり、「ひろさきビジネス支援センター」において個別支援を中心に、創業・起業支援の枠組みの中で取り組んでいきます。 経営計画:「起業・創業支援拠点運営事業」				

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容				
2-(3)-9	店舗スペースのシェアリングによる起業サポート	進捗率	シェアリング店舗の設置者に対し補助金を交付し、起業を目指す方が出店しやすい環境が整備され、当スペースの効果的な活用が図られたことから、「工程表どおり実施」と評価しました。				
		A					
	事務事業名	達成率	新規出店数累計が21件に達し、目標を「達成」と評価しました。				
	店舗シェアリング支援事業	A					
	実施内容	目標	H22	H23	H24	H25	
	起業家を育成するため、店舗スペースを細分化し、低家賃で貸し出す店舗の設置者を支援し、起業を目指す者が出店しやすい環境を整備する。 また、起業実践トレーニング道場の実施と起業家交流プラットフォームと連携した支援策を進める。	新規出店数累計 20店	－	14店	19店	21店	
		決算額	0	3,679	4,907	4,869	
		総括	出店数は事業開始から順調に推移し、起業家を輩出するなど成果を収めました。また、「ひろさきビジネス支援センター」を土手町中心部に移し、創業・起業を目指す市民や、地域で事業を営んでいる方などに対し、経営等に関する相談、各種産業情報の提供が図られました。今後、シェアリング店舗の利便性の向上や環境整備を行い、シェアリング店舗のさらなる活用促進を図る必要があります。				
		経営計画への反映等	起業を目指す方を支援するため、経営計画においても店舗シェアリング支援事業や「ひろさきビジネス支援センター」を活用した経営相談等を継続して実施していきます。また、店舗シェアリング事業においては、多様な業種に対応するよう受入体制の充実を図ることとし、新規店舗設置者への支援も行っています。 経営計画:「店舗シェアリング支援事業」				

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容				
☆ 2-(3)-10	空き店舗対策の推進	進捗率	施策を構築する2事業においてそれぞれ「工程表どおり実施」と評価しました。				
		A					
		達成率	構築する2事業について、いずれも目標を「達成」と評価しました。				
		A					
				H22	H23	H24	H25
		決算額		26,505	10,530	16,610	14,752
事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容					
空き店舗活用支援事業	進捗率	事業者のニーズ等を踏まえ、補助対象要件の見直しなどを行った結果、空き店舗の活用促進が図られ、より多くの新規出店につながったことから、「工程表どおり実施」と評価しました。					
	A						
実施内容	達成率	新規出店数が10店舗で目標を「達成」と評価しました。					
(1)中心市街地の空き店舗を解消するために、新規出店に要する改装費の一部を支援する。	A						
	目標		H22	H23	H24	H25	
	新規出店数 5店舗/年		6店舗	5店舗	6店舗	10店舗	
	決算額		26,505	10,530	16,610	14,752	
	総括	事業開始から多くの申し込みが寄せられ、すべての年度において目標を達成しており、十分な成果を収めました。今後は、出店後のフォローアップの充実を図り、より実効性の高い制度運営を図る必要があります。					
	経営計画への反映等	すべての年度において申込件数が多く、ニーズが依然として高いことが窺えるため、経営計画においても継続事業として位置付け推進していきます。また、当該事業に係る空き店舗率については、経営計画に位置付けている中心市街地活性化基本計画策定推進事業における当該計画の指標の1つとして位置付ける予定であり、中心市街地の賑わい創出のため、当該事業を通じて新規店舗が出店しやすい環境を構築し新規出店を促進していくとともに、出店後の経営状況について毎年ヒアリングを行う等、フォローアップを徹底して行っていきます。 経営計画:「空き店舗活用支援事業」、「中心市街地活性化基本計画策定推進事業」					
	事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容				
空き店舗データバンク事業	進捗率	平成22年度10月から、商店街振興組合等と連携して一定の空き店舗情報を収集し、平成23年2月から弘前感交劇場ポータルサイト(ring-o web)を活用した情報提供を行っていることから、「工程表どおり実施」と評価しました。					
	A						
実施内容	達成率	閲覧者数が1,355人で目標を「達成」と評価しました。					
(2)中心市街地の空き店舗を解消するために、商店街振興組合などと連携しながら、中心市街地全域の空き店舗を把握し、広く発信しながら出店希望者とのマッチングを図る。	A						
	目標		H22	H23	H24	H25	
	閲覧者数 1,200件/年		-	-	1,322	1355	
	決算額		0	0	0	0	
	総括	空き店舗・未利用地の情報の集約や地権者と利用・取得希望者のマッチングを支援することで、空き店舗の活用促進を図ることができました。今後も商店街や不動産業者等と連携し、空き店舗に関する情報収集・提供の充実を図る必要があります。					
経営計画への反映等	経営計画で位置付けている空き店舗活用支援事業を効果的に推進する施策として有効であることから、引き続きサイトを活用した情報提供を行っていきます。 経営計画:「空き店舗活用支援事業」						

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容				
☆ 2-(3)-11	農商工連携等による食産業の育成	進捗率	農商工連携や6次産業化に取り組む事業者に対して、アドバイスやコーディネートを行う専門家派遣事業を実施しています。また、生産者と商工業者の連携を促進するセミナーや展示商談会、新ご当地グルメの普及を図るイベントを開催しています。以上のことから、「工程表どおり実施」と評価しました。				
		A					
	事務事業名	達成率	相談件数、商品化件数、商談件数、グルメイベントの開催について、当初の目標を上回ることができました。よって目標を「達成」と評価しました。				
	食産業育成事業	A					
	実施内容	目標		H22	H23	H24	H25
	外部の専門家を活用しながら、商品開発等に係るアドバイスやコーディネート活動を実施し、農商工連携や6次産業化を促進する。 また、生産者と商工業者との交流や販路開拓の支援を行うほか、地元食材等を活かした新しい郷土グルメの開発、普及促進を図る。	相談件数 100件/年		-	130件	135件	147件
		商品化件数 10件/年		-	26件	18件	15件
		商談件数 30件/年		-	118件	130件	135件
		グルメコンテストの開催 1回/年		-	-	1回	1回
		決算額		0	3,914	10,181	9,592
	総括	農商工連携や6次産業化に取り組みやすい支援事業が整ったことで、意欲的な生産者、事業者が増え、国の6次産業化認定件数も東北最多となるなど、新規事業に対する意識が高まっています。 今後は、商品開発や販路開拓など、各々の主体が抱える経営課題に対して個別支援を行いながら、当市における食産業の強化方針を策定し、地場産品の加工度と競争力を高める産業基盤を整備することが必要と考えています。					
	経営計画への反映等	食産業育成事業のうち、6次産業化関連事業は農林部へ移管します。展示会出展事業などの一部事業は継続しますが、食産業の強化方針を策定する新たな事業を経営計画に位置づけします。 経営計画:「産業競争力推進事業」、「食産業育成事業」、「6次産業化支援事業(なりわいづくり I 農林業振興)」					

No.	項目	自己評価	平成25年度実施内容				
☆ 2-(3)-12	ものづくり産業の振興	進捗率	伝統産業の振興については、「ひろさき工芸品販路開拓・拡大支援事業」として3名のクラフトコーディネーターを登用し、各々の事業実施を通じて、伝統産業の販路開拓・拡大に様々な角度から取り組みました。アパレル産業の振興については、市内の縫製企業が一体となった協議会が設立され、協議会が取り組む事業への支援を行っていることから「工程表どおり実施」と評価しました。				
		A					
		達成率	伝統産業の振興については、クラフトコーディネーターによる事業実施により、ブランドマッチングを含めた新商品の開発や伝統工芸品のPRが展開され、地域地場産業の活性化が図られました。アパレル産業の振興については、弘前市縫製企業協議会と懇談会を実施したほか、縫製関連産業の振興を目的とした支援制度を今年度新たに創設済みであることから目標を「達成」と評価しました。				
		A					
	事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容				
	ものづくり産業振興事業	進捗率	「ひろさき工芸品販路開拓・拡大支援事業」により伝統工芸品PR、販売促進事業を展開しました。また、アパレル産業振興費補助金を創設し、アパレル業界の技術力向上や人材育成のための支援を行ったことから「工程表どおり実施」と評価しました。				
		A					
	実施内容	達成率	目標の「ものづくり産業振興事業数」を上回ったことから、目標を「達成」と評価しました。				
	A						
	(1) 東日本大震災の影響や円高の進展など、国内の製造業を取り巻く厳しい状況を踏まえ、国内外の動向や主に当市製造業の現状、将来の見通しやこれからのものづくり産業の発展に向けた調査を行い、その結果に基づき、ものづくり産業に対する積極的な振興策を展開する。 ・伝統産業の販路開拓・拡大を支援することにより、販売額の向上や雇用・人材育成(技術継承)へ繋げ、地域地場産業の活性化を図る。 ・縫製関連企業が多く集積する地域であることから、ものづくり産業の振興策のひとつとしてアパレル産業の産地化へ向けた取組みを推進する。	目標		H22	H23	H24	H25
		ものづくり産業振興事業数 3件/年		-	-	-	3件
		決算額		0	0	500	190
		総括	ものづくり産業を当地域の特色ある産業の一つとして成長、発展させ、雇用の確保、地域産業の活性化を図るため、技術向上、人材育成等の事業に対し支援することができました。このような地域の特色ある産業のより一層の振興を図る取り組みが求められています。				
	経営計画への反映等	・「ひろさき工芸品販路開拓・拡大支援事業」は、総合的な物産振興を図ることから「物産の販路拡大・販売促進事業」の一つの事業に位置づけ、「BUYひろさき運動」、「物産振興対策事業」と連携した事業に取り組みながら全市的な物産振興を図っていきます。(経営計画:「物産の販路拡大・販売促進事業」) ・アパレル産業を地域を牽引する重点3分野の産業の一つとして位置付け、産業の強化方針を策定するほか、地域を支える特色ある産業として育成するための支援を継続して実施します。(経営計画:「産業競争力推進事業」、「アパレル産業育成事業」)					

事務事業名	自己評価	平成25年度実施内容				
ものづくりコーディネート事業	進捗率	ものづくりコーディネーターによる中小企業者の課題解決や企業間連携の促進、補助制度による研究開発支援及び展示商談会での域外への販路開拓支援を展開したことから、「工程表どおり実施」と評価しました。				
	A					
実施内容	達成率	「訪問件数」「試作・研究開発件数」「商談件数」の目標を上回ることができたことから、目標を「達成」と評価しました。				
(2) 電子部品・デバイス、精密機械加工等を中心とした製造業の振興を図るため、外部の専門家を起用し、企業訪問による課題解決や企業間の連携促進、新製品開発に係る技術開発及び販路開拓を支援する。	A					
	目標		H22	H23	H24	H25
	訪問件数 20件/年		-	-	51件	57件
	試作・研究開発件数 3件/年		-	-	6件	5件
	商談件数 10件/年		-	-	23件	15件
	決算額		0	0	6,639	8,882
	総括	ものづくりコーディネーターの活用による経営改善、新製品・新技術開発や販路拡大等のアドバイス支援を展開したことで、「ものづくり中小企業」の経営基盤の強化を図ることができましたが、まだこうした取り組みに積極的な企業は少ないことから、地域における次世代を担う成長産業の創出するうえでも、中小企業の育成、強化の取り組みが課題となっています。				
	経営計画への反映等	精密・医療産業を地域を牽引する重点3分野の産業の一つとして位置付け、産業の強化方針を策定するほか、外部専門家を活用したコーディネート事業の展開により、ものづくり中小企業の経営の安定と強化を図っていきます。 経営計画:「産業競争力推進事業」、「精密・医療産業育成事業」				