

評価シート 様式

取組名	士別羊のブランド化への挑戦 ～士別羊を松阪牛や神戸牛を上回るブランド肉に～		
実施団体名	サフォークランド士別プロジェクト	対象地域	北海道士別市
(代表団体名)	士別市	推薦団体名	

① 実施 状況	提案書に記載された取組内容について、当初の計画通り実施されているか	② 実施 体制	平成20年度に行われた取組の実施体制について
	<input checked="" type="checkbox"/> 申請時に予定した取組を適切に実施したと判断される。 <input type="checkbox"/> 申請時に予定した取組の一部が未実施となっている。但し、予定した主要な取組は適切に実施したと判断される。 <input type="checkbox"/> 申請時に予定した取組の一部又は全部が未実施となっており、特に主要な取組が実施されていない。		<input checked="" type="checkbox"/> 実施した取組について、当初の計画通り地域の関係者が明確な役割分担の下、各々主体的に実施されたと判断される。 <input type="checkbox"/> 実施した取組について、当初の計画通り地域の関係者が明確な役割分担の下、各々主体的に実施されたと判断されるものの、改善の余地が認められる。 <input type="checkbox"/> 実施した取組について、主体的に実施されたと判断できない。
	(備考・特記事項)		(備考・特記事項)
③ 効果	平成20年度に行われた取組の当初目標の達成状況について	④ 継続 展開 の見 込み	平成20年度に行われた取組の継続展開の見込みについて
	<input type="checkbox"/> 当初設定した目標を達成し、実施した取組が予定していた成果をあげたと認められる。 <input checked="" type="checkbox"/> 当初設定した目標の達成には至らないものの、実施した取組が予定していた成果の一部又は全部をあげたと認められる。 <input type="checkbox"/> 実施した取組が当初の目標の達成に至らず、予定していた成果をあげることができなかったと認められる。		<input type="checkbox"/> 実施した取組について、当初の計画通り又は発展的に継続展開が予定され、持続的・効果的に取組が進捗すると見込まれる。 <input checked="" type="checkbox"/> 実施した取組について、当初の計画とは一部異なるものの、取組方法の改善等により持続的・効果的に取組が進捗すると見込まれる。 <input type="checkbox"/> 実施した取組について、当初の計画通り持続的・効果的に取組が進捗するとは見込まれない。
	(備考・特記事項)		(備考・特記事項)

※①において「申請時に予定した取組とは異なる取組が行われた」場合や、③において評価シート作成時点で成果を把握できない場合など、留意事項がある場合に「備考・特記事項」欄に記載する。

評価シート 様式

取組名	士別羊のブランド化への挑戦 ～士別羊を松阪牛や神戸牛を上回るブランド肉に～		
実施団体名	サフォークランド士別プロジェクト	対象地域	北海道士別市
(代表団体名)	士別市	推薦団体名	

⑤ 総合評価	○ 複合性、先導性・モデル性、相乗効果・波及効果に関する所見
	複合性: 羊生産の拡大と合わせて羊毛製品の製造販売の促進、羊を活用した観光の振興といった取組がなされており、複合的な取組となっている。 先導性・モデル性: 農家その他の関連事業者と市が連携して課題解決に取り組んでおり、それにより一定の成果が上がっている点が評価できる。 相乗効果・波及効果: レストラン等の食品業界への販売促進活動による需要の拡大が羊肉の生産促進をもたらす等、一定程度の相乗効果、波及効果が認められる。
	○ 評価
	<input type="checkbox"/> ①～④及び「複合性、先導性・モデル性、相乗効果・波及効果」の全てにおいて評価が高く、「地方の元気再生事業」の趣旨に鑑みて優れた取組であると評価できる。 <input checked="" type="checkbox"/> 「地方の元気再生事業」の趣旨に合致した取組であると評価できる。ただし、①～④及び「複合性、先導性・モデル性、相乗効果・波及効果」のいずれかについて改善の余地が認められる。
	<input type="checkbox"/> ①～④のうち1以上の項目で評価が低く、「複合性、先導性・モデル性、相乗効果・波及効果」においても特筆すべき点が認められず、「地方の元気再生事業」の趣旨に合致した取組であるとは評価できない。
	(評価の考え方及び次年度以降に向けた所見)
	羊肉のブランド化に向けた周知活動や安定出荷のための生産数増加や急速冷凍技術開発等において一定の成果が得られた点が評価できる。今後は以下に留意しつつ地方の元気再生事業として支援を行うことにより本格展開に向けた継続的な展開が期待できる。 次年度以降については、ブランド化に向けて残された課題を明確にしたうえで、大都市圏への安定出荷へ向けた多様なニーズに対応した計画の具体化等に取り組んでいくことが最大の課題であると考えられ、それらの視点に立って各取組を行い、22年度以降の自立的展開を図るべきである。 具体的には、取組1「ニーズ調査」にあたっては、羊肉そのものの商品価値を高め、販路拡大を図っていく戦略(PR戦略や食べ方を伝えること等も含む)の検討も必要である。取組2「繁殖技術による増産体系の実証試験等」については、生産量の安定化、肉質の向上といった安定出荷へ向けた多様なニーズに対応した計画の具体化に必要であり、実施すべきである。取組3「商品開発」については、ニーズ調査等も十分踏まえたものとするべきである。取組4「観光客誘致拡大に向けた取組の推進」は、羊生産との相乗効果、波及効果を考慮し、羊生産に関連した観光対策に特化した取組を重点的に行うべきである。