

評価シート 様式

取組名	健康万歳！！田舎・暮らしの知恵袋と健康ミネラル野菜・ICTの共鳴		
実施団体名	NPO西会津地域活動支援センター	対象地域	福島県西会津町
(代表団体名)		推薦団体名	西会津町

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 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 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 checked="" 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"/> 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"/> 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 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 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"/> 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 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	健康万歳！！田舎・暮らしの知恵袋と健康ミネラル野菜・ICTの共鳴		
実施団体名	NPO西会津地域活動支援センター	対象地域	福島県西会津町
(代表団体名)		推薦団体名	西会津町

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 地域がこれまで培ってきた成果である「ミネラル野菜」を活用し、新たに加工品開発や販路拡大に向けて取組んでいる点等、他の地域においても参考となるモデル性がある。
	、
	<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)
	本取組は、新たな加工品・特産品の開発等の新たな取組により、地域でこれまで取組んできたミネラル野菜の栽培・出荷の増加につながりつつある点において評価できる。今後は、以下の点に留意しつつ、地方の元気再生事業を継続することにより、本格的な展開が期待できるものである。
	次年度以降については、ミネラル野菜ブランドを確立していくための取組の深化が重要となる。 具体的には、加工品のみならず、ミネラル野菜そのものの販路拡大にも取組むべきである。その際には、ミネラル野菜のどこが普通の野菜と違うのか、成分分析結果等も併せ持つておくべきである。 また、次年度予定しているミネラル野菜を使用した加工品等の首都圏における販路拡大については、実施すべきであるが、取組全体にわたってマーケティング専門家に相談する等、戦略的に実施すべきであり、アンテナショップ開設の可否についてもその延長で判断すべきである。