

定量評価							
指標1		単位	H18年度	H19年度	H20年度	H21年度	H22年度
ファッションコンペ応募者数	目標	人	2,100	2,200	2,300	2,400	2,500
	実績	人	2,158	2,306			
年間経費(事業費・人件費の合計)		千円	20,100	20,100	19,140		
単位当たり経費		千円/単位	9	9	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
単位当たり経費変動率		%		93.6%	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!

指標2							
指標2		単位	H18年度	H19年度	H20年度	H21年度	H22年度
ファッションコンペ来場者数	目標	%	600	650	700	750	800
	実績	%	600	700			
年間経費(事業費・人件費の合計)		千円	20,100	20,100	19,140		
単位当たり経費		千円/単位	34	29	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
単位当たり経費変動率		%		85.7%	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!

定性評価																		
過年度の実施内容																		
<p>【応募状況の推移】</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>開催年度</th> <th>応募点数</th> <th>応募人数</th> <th>公募対象</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>平成6年度</td> <td>348点</td> <td>250人</td> <td>市内(初年度)</td> </tr> <tr> <td>平成10年度</td> <td>601点</td> <td>238人</td> <td>全国</td> </tr> <tr> <td>平成19年度</td> <td>5,063点</td> <td>2,306人</td> <td>全国(現在)</td> </tr> </tbody> </table> <p>19年度応募点数は、全国の類似ファッションコンペ中、第2位。</p> <p>【入賞者の活動状況(平成19年8月調査)】</p> <p>歴代の入賞者295名に対しアンケートを実施し、67名から回答を得たところ、現在ファッション関係の職業に就いている者41名(デザイナー1名、会社勤務19名、フリー制作12名、講師7名、販売2名)。</p>			開催年度	応募点数	応募人数	公募対象	平成6年度	348点	250人	市内(初年度)	平成10年度	601点	238人	全国	平成19年度	5,063点	2,306人	全国(現在)
開催年度	応募点数	応募人数	公募対象															
平成6年度	348点	250人	市内(初年度)															
平成10年度	601点	238人	全国															
平成19年度	5,063点	2,306人	全国(現在)															
必要性	A 高い B ↑ C ↓ D 低い	(分析・理由) 地場産業(繊維産業)が自立する基盤を強化するためには、新製品を生む素材を作る人材や、その素材をデザインする人材を育成することが必要である。																
行政関与の妥当性	A 高い B ↑ C ↓ D 低い	(分析・理由) 中小・零細企業による地場産業の自立に向けて、その基盤を強化するためには、行政が一定の関与をするべきものである。																
事後評価	有効性	A 非常に有効 B やや有効 C あまり有効でない D 有効でない	(分析・理由) コンペに参加した人材がデザイナーとして育つこと、また、育ったデザイナーが浜松産地の素材を使い続けること、さらには、下請け・賃加工体質から脱却する繊維業者が、本事業から連鎖的に生まれることは、いずれも難しく、これらの成果が短期的に現れないことから、明確な有効性を見出すのが困難な状況である。															
	効率性	A 単位当たり経費が前年比マイナス B 単位当たり経費が前年とほぼ同じ C 単位当たり経費が前年比プラス D 評価できない	(分析・理由) ファッションコンペの応募者や来場者に対する事前のPR活動が奏功し、昨年度を大幅に上回る応募者(2158 2306人)、来場者(600 700人)となったため、単位あたりの経費が削減する結果となった。															
今後の事業展開																		
規模		(分析・理由)																
現状	拡大・充実 現状のまま継続 縮小 廃止	コンペにおいて、浜松産素材の活用を必須条件とする、コンペ入賞者に引き続き浜松産素材を使っていただくような仕掛けをする、コンペ入賞者と地元繊維業者とのマッチング、さらには、「浜松産素材の売上げ」など、可能な限りアウトカム指標を設定することで目標を明確にし、成果の向上を図りたい。																
具体的な改善内容・事業の方向性等																		
地場産業の自立に向けた基盤強化については今後も継続する必要があるが、時代の趨勢等を考慮し、施策としてのファッションコンペのあり方について検討することが必要である。																		
<p>問題意識 本事業は、浜松産地の素材を使いPRしてくれるデザイナーを育成することで、地域の繊維産業を下請け型からファッション産業へと誘導し、その活性化を目指した事業である。しかし、これまでの入賞者のうち、現在ファッション関係の仕事に携わっている方が41人という成果はあるものの、その中で独立したデザイナーとして活動し、浜松素材を積極的に活用・PRしている者は少数にとどまる状況である。また、下請け型から脱却する繊維業者が顕著に増えているとも言い切れない。本事業が既に14回を重ねる中で、その有効性を見直し、より効果のある施策を検討していく必要があると判断した。</p> <p>想定結果 市の実施が適当だが改善を要するもの</p>																		
(備考)事業に対する市民・市民活動団体・事業者・議会からの指摘																		