

事務事業評価シート

評価実施年度：平成30年度

上位の施策名称 施策I-1-1
企業の競争力強化

1. 事務事業の目的・概要

事務事業担当課長

産業振興課長 松浦 士登

電話番号

0852-22-5291

事務事業の名称	石州瓦産業経営基盤強化支援事業	
目的	(1) 対象	県西部（浜田市、大田市、江津市）に所在する石州瓦製造企業と、その企業により組織されている石州瓦工業組合
	(2) 意図	石州瓦産業の自立的発展に向けて、業界が一体となった取組みを進め、各企業の経営基盤を強化する
事業概要	<ul style="list-style-type: none"> ・石州瓦産業は、県西部において経済・雇用情勢に大きな影響を与える重要な地場産業 ・石州瓦産業に対する販売・生産・開発等の課題解決に向けた支援、住宅の新築・増改築・リフォーム時に石州瓦を屋根材として使用する施主に対する助成、産業技術Cによる技術支援等を実施 	

2. 成果参考指標

成果参考指標名等		年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	単位	
1	指標名	県内で石州瓦を屋根材として使用する施主への助成件数	目標値		425.0	425.0	425.0	425.0	件
	式・定義	石州瓦利用促進事業の採択件数	実績値	440.0	383.0	372.0			
			達成率	-	90.2	87.6	-	-	
2	指標名		目標値						
	式・定義		実績値						
			達成率	-	-	-	-	-	

3. 事業費

	前年度実績	今年度計画
事業費(b) (千円)	41,147	52,000
うち一般財源 (千円)	41,147	52,000

4. 改善策の実施状況

前年度の課題を踏まえた改善策の実施状況	②改善策を実施した（実施予定、一部実施含む）
---------------------	------------------------

5. 評価時点での現状（客観的事実・データなどに基づいた現状）

<p>【石州瓦出荷枚数】・全国：[平成28年度] 44,225千枚 → [平成29年度] 36,674千枚 [前年度比：82.9%] うち島根県：[平成28年度] 5,632千枚 → [平成29年度] 4,857千枚 [前年度比：86.2%] ・平成29年度の地域別出荷割合 中国50.8% 九州37.0% 近畿8.4% 四国2.3% その他1.5%</p> <p>【石州瓦利用促進事業の採択内訳】・新築・購入：[平成28年度] 330件 → [平成29年度] 319件 [前年度比：96.7%] ・増改築・リフォーム：[平成28年度] 53件 → [平成29年度] 53件</p>
--

6. 成果があったこと（改善されたこと）

<ul style="list-style-type: none"> ・他産地と比べ、需要が伸びてきている平板瓦の対応ができていなかったが、当該事業により、各社の平板瓦の新商品開発や販路拡大に寄与、徐々に対応できるようになってきた。（形状別シェアH28 10.5% → H29 11.2%） ・地震による風評被害の払しょくのため、軽量瓦の開発の支援、ガイドライン工法の普及、地震による倒壊解析ソフトを活用した勉強会等を実施、施主や屋根工事業者に対する訴求の取組が進んできている。 ・壁瓦、敷瓦（タイル）など瓦以外の製品の商品開発・販路開拓に寄与。
--

7. まだ残っている課題（現状の何をどのように変更する必要があるのか）

<p>①困っている「状況」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・出荷枚数が最盛期（平成8年度）の約15%にまで減少しており、なお下げ止まっていない。 ・減少の背景として、 <ul style="list-style-type: none"> ①住宅着工件数は横ばいだが、住宅1戸あたりの屋根面積は減少傾向 ②軽量金属屋根材など他屋根材の攻勢と他産地との競争激化（石州瓦は他屋根材や他産地の瓦と比べて値段（コスト）が高く、価格競争力で不利） ③瓦は地震に弱いという風評による瓦離れの傾向
<p>②困っている状況が発生している「原因」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・施主や屋根工事業者、ハウスメーカー等に対し、石州瓦のメリット等を的確に訴求していきような、販売戦略を示すことができていない。 ・瓦需要の減少が見込まれる中、経営基盤をより強固にする取組みの検討が必要。 ・多角化への展開ができていない
<p>③原因を解消するための「課題」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業界や個社と協議をしながら、施主や屋根工事業者、ハウスメーカー等、それぞれに対する販売戦略を示し、石州瓦ブランドの浸透・強化や訴求力を高める取組みを進めていかなければならない。 ・価格競争力を強化するため、製造原価の低減に向けた取組みを進めていかなければならない。 ・個社の経営基盤をより強固にするため、瓦以外の事業展開を検討する必要がある。

8. 今後の方向性（課題にどのような方向性で取り組むのかの考え方）

<ul style="list-style-type: none"> ・主に中期計画で定められた重点地域を中心に、施主、屋根工事業者、ハウスメーカーに対する販売戦略の策定支援、瓦の他屋根材に対する優位性や風評被害払拭に向けた訴求ができるよう支援を行う。 ex. 施主に対しては、、、チラシ・CM等による広報、コストメリット等やバリエーションの分かりやすい提示、PR住宅屋根工事業者に対しては、、、施主に対し説明しやすい広報ツールの提供、インセンティブ補助金の活用 ハウスメーカーに対しては、、、F形の供給体制の構築、関係構築（ノウハウを勉強する必要有） ・生産技術の高度化や産地内での連携などによる製造原価の低減（ひいては販売価格の低下）に向けた支援を行う。 ex. F型歩留まり向上の取組、IoT技術等を用いた生産性向上、企業間連携による粘土供給体制の構築 ⇒（施主目線で）メンテ費用だけでなく、初期費用も抑えることができるような方向性で。 ・これまで個社で培われてきた経験や技術をもとに、壁瓦・敷瓦や瓦瓦器等、瓦以外の商品開発・販路拡大や、瓦以外の事業展開を推進していく。
