

①施策の目的等

施策の名称	施策 I-2-2 県産品の販路開拓・拡大の支援
目的	消費者や流通関係者のニーズを商品づくりに活かすとともに、島根の農林水産品・加工品を「価値ある商品」として売り込む力を強化し、生産者や製造事業者の多様な流通・販売チャネルの開拓、販路拡大による顧客づくりと消費の拡大を図ります。

②成果参考指標の目標（実績）と施策の現状、及びその評価

数値目標	年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	単位	数値目標	年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	単位
しまね県産品販売パートナー店における県産品年間販売額	目標値	1,272.0	1,333.0	1,395.0	1,461.0	1,530.0	百万円	にほんばし島根館の年間販売額	目標値	385.0	385.0	385.0	385.0	385.0	百万円
	取組目標値								取組目標値		430.0	430.0	430.0	430.0	
	実績値	1,158.0							実績値	427.0					
	達成率	91.1	-	-	-	-			達成率	111.0					
県内企業の貿易実績企業数	目標値	180.0	185.0	190.0	195.0	200.0	事業所	学校給食における県産品の使用割合	目標値	58.0	59.7	60.8	61.9	63.0	%
	取組目標値								取組目標値						
	実績値	183.0							実績値	58.6					
	達成率	101.7	-	-	-	-			達成率	101.1	-	-	-		
定性目標	該当なし 平成28年度～平成31年度														
成果参考指標の実績等の補足説明（任意記載）															

③評価時点での施策目的に対する現状

評価時点で施策目的に対する現状 (客観的事実・データなどに基づいた施策の現状や取組状況)	<ul style="list-style-type: none"> 消費者ニーズに対応した商品開発力を向上させるための取組みとしては、H27年度は、消費者モニター事業（実施事業者6者）、生産者・製造業者向け基礎講座（受講者18人）などを実施 パートナー店等でのフェア開催（開催回数40回、参加企業（延べ）494社）やWeb物産展（食品売上額79百万円）、売れる商品実践講座（受講者28人）、営業力強化専門員事業（実施事業者11者）などにより、事業者の販売力を強化 地産地消については、学校給食における県産品使用割合が前年度から1.6ポイント増。新たにしまね地産地消推進店認証制度を創設し、量販店での取組みを強化（H28年6月：33店舗） 輸出促進については、しまね食品輸出コンソーシアムの一般会員数がH27年度末には69社へ増加（設立時H21年は25社） 新築・増改築を行った住宅のうちの210棟については、構造材に県産木材を50%以上使用
---	--

④今年度末の施策目的の達成度予測

28年度の施策目的の達成度予測	判断	その理由
A:達成できる B:概ね達成できる（見直す点がある） C:達成は困難	B	<ul style="list-style-type: none"> 島根フェア開催支援及びバイヤーへの商品提案により、県産品の県外への取引が拡大。また、生産者・製造業者向け基礎講座や消費者モニターの活用を通して、商品力強化に取り組む事業者も増加。販路拡大については、小規模の生産事業者や製造事業者が多く単独での業績向上には人的・資金的な面で制約があることから、今後も関係団体と連携した支援が必要。 にほんばし島根館は、首都圏消費者に対する島根の情報発信拠点として有効に機能している。 しまね食品輸出コンソーシアムと現地輸入卸がタイアップした取組みにより、県産品の競争力を高め、輸出拡大に繋げる体制が整備されつつある。 学校給食における県産品の使用割合も着実に増えている。 平成24年度に県も参画して設立した木材製品県外出荷しまね事業体連合は、大阪、名古屋、東京、広島での展示・商談会に出展することで認知度を向上させ、県外への木材製品の出荷を伸ばした。

⑤課題の認識

(1)平成31年度末の施策目的の達成状況（予測） A:達成できる B:概ね達成できる C:達成は困難	判断	その理由（④の「判断」と異なる「判断」の場合のみ記載）
	B	
(2) 施策の目的達成に向けての課題		<ul style="list-style-type: none"> 県内農林水産物については、十分なロットの確保が難しい面があることから、加工食品の原材料におけるウエートの向上には限界があること、また生鮮品としても、他県産品と比べ販売価格において劣後している面がある。 小規模の生産事業者、製造事業者が多いため、個々の事業者単独での販路拡大には限界がある。（人的、資金的な面で制約がある。） 事業者・生産者が消費者ニーズを踏まえた商品作りや営業力が十分でない面がある。 給食施設の集約化・大型化に伴い、供給する生鮮品の規格統一化や安定供給、1次加工品等への対応が不十分である。 さらなる輸出拡大、現地での浸透・定着には定期的な販売促進活動が有効だが、事業者単独での対応が難しい。 建築用の県産原木の需要が伸び悩んでいる。

⑥今後の取組みの方向性

課題解決に向けての今後の取組みの方向性	<ul style="list-style-type: none"> 【県産品の販路拡大】 県産品を取り扱う小売店や飲食店などへ取扱いを増やすよう継続的に働きかけるとともに、商品力強化のための消費者のニーズ把握、研修事業の実施、Web物産展の開催などによる営業力向上のための支援を行う。 【地産地消】 農林水産品における生産者と実需者との連携の強化を図る。 事業者の商談率を上げるため、フォローアップも含めた実効性のあるマッチングの強化や、多様な販路開拓を支援を行う。特に小規模事業者などに対しては、商工団体などと連携し必要な支援を行う。 【食品産業の総合支援】 食品産業をプロセスに応じて支援し、個々企業の競争力を高める取組みを行う。特に、今後いっそう生産工程管理や衛生管理水準の向上が求められることから、それに対応した支援を行う。 【地産地消】 直売所の品揃え充実等による魅力ある店づくり、生産者などと給食施設が一体となった組織体制づくり、観光客等に評価される地元ならではの魅力あるレシピ作りやメニュー提供などにより、地産地消を推進する。 【貿易】 海外市場での販路開拓・拡大を見込める品目・対象国・地域を精査し、重点的な輸出振興の取組みを強化する。 セミナー、商談会、テスト輸出への支援などにより、輸出促進に向けた機運の醸成、県内産地間の連携強化、新規輸出品目の掘り起こしを図る。 【県産材の活用拡大】 県産材については、高品質化、高付加価値化により競争力を強化する。 県産木材住宅の見学会などにより、県産材を使用することの意義などをPRしたり、製材加工施設の整備や木材乾燥、製材JASの品質確保などを推進する。 地方創生への取組みとして、支援対象を子育て世帯に限定した「木の家ですくすく子育て応援事業」を実施する。
---------------------	---

施策評価シート別紙1(5以上の成果参考指標がある場合のみ記載)

施策の名称	施策 I -2-2 県産品の販路開拓・拡大の支援
-------	--------------------------

②総合発展計画に定める成果参考指標の目標(実績)

項番	指標名等	年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	単位
5	県外への年間木材製品出荷量(暦年)	目標値	12.0	13.0	14.0	14.5	15.0	千m ³
		取組目標値						
		実績値	12.0					
		達成率	100.0	—	—	—		%
6		目標値						
		取組目標値						
		実績値						
		達成率	—	—	—	—		%
7		目標値						
		取組目標値						
		実績値						
		達成率	—	—	—	—		%
8		目標値						
		取組目標値						
		実績値						
		達成率	—	—	—	—		%
9		目標値						
		取組目標値						
		実績値						
		達成率	—	—	—	—		%
10		目標値						
		取組目標値						
		実績値						
		達成率	—	—	—	—		%
11		目標値						
		取組目標値						
		実績値						
		達成率	—	—	—	—		%
12		目標値						
		取組目標値						
		実績値						
		達成率	—	—	—	—		%

施策評価シート別紙2(事務事業一覧)

施策の名称	施策 I -2-2 県産品の販路開拓・拡大の支援			
-------	--------------------------	--	--	--

(単位:千円)

	事務事業名	目的(意図)	前年度 事業費	今年度 事業費	所管課名
1	建築物木造化・木質化促進事業	民間建築分野において、県産木材による木造化・木質化を推進するため、民間の建築主によるモデル的な木造建築物を広くPRするとともに、木造建築に詳しい建築士を養成する。また、県産木材を使用した住宅の普及を通じて、瓦製造、電気・ガス・水道・左官工事など幅広い産業への経済効果を波及させる。	107,871	100,000	林業課
2	県産品販路拡大事業	県外への販路を拡大する。	169,138	177,364	しまねブランド推進課
3	地産地消推進事業	県産品に対する理解を深め、県産農林水産物の利用を進める	9,222	10,515	しまねブランド推進課
4	しまね食品等輸出促進対策事業	販路の一つとして輸出を促進する。	8,810	10,645	しまねブランド推進課
5	木材生産流通対策事業	県産木材の需要拡大と販路拡大のため、県内県外の需給動向、木材輸入の見直し、住宅の建築動向などを調査して、事業者に対して専門的な情報を提供する。併せて、消費者である住宅等の施主に対して県産木材をPRする。	1,780	3,602	林業課
6	しまね食品産業総合支援事業	食品産業をプロセスに応じて支援し、個々企業の競争力を高める。	62,819	57,609	しまねブランド推進課
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					
21					
22					
23					
24					
25					
26					
27					
28					
29					
30					
31					
32					
33					
34					
35					
36					
37					
38					
39					
40					