

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-2-2
県産品の販路開拓・拡大の支援

1. 事務事業の目的・概要

事務事業担当課長 しまねブランド推進課長 福岡 直 電話番号 0852-22-6858

事務事業の名称	地産地消推進事業	
目的	(1) 対象	県民、農林水産物の生産者、宿泊施設・県内飲食店の事業者
	(2) 意図	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。
事業概要	平成26年11月に策定した「地産地消促進計画」を基に、県民等に向け県産品の情報発信やPR等の実施により、日頃の食生活や農林水産業への関心を高め、県産品を優先的に選択する機運を醸成するとともに、消費拡大を促進する。 ・食の総合ポータルサイト「しまねの美味しい食GUIDE」による情報発信 ・目標を掲げ地産地消に取り組んでいる量販店を「しまね地産地消推進店」として認証 ・県産品展示商談会の開催 ・宿泊施設、飲料店等での地元食材の活用推進 ほか	

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	学校給食における県産品の使用割合	目標値		59.7	60.8	61.9	63.0	%
	式・定義	学校給食で使用する県産品の品目の活用割合	実績値	58.6	55.6	56.5			
			達成率	-	93.2	93.0	-	-	
2	指標名	主な産直・直売所等の販売額	目標値		3,343.0	3,511.0	3,720.0	3,754.0	百万円
	式・定義	各圏域の主な産直・直売所の販売額	実績値		3,306.0	3,338.0			
			達成率	-	98.9	95.1	-	-	

3. 事業費

	前年度実績	今年度計画
事業費(b) (千円)	6,875	10,000
うち一般財源(千円)	6,875	10,000

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)

・島根県産品を優先的に購入する意識(20.6%→20.0%) 年団別では、20代 9.9%、30代 20.1%、40代 18.3%、50代 23.4%、60代以上 25.1% ※「ややある」は58.7%→59.8%・「地産地消」という言葉の認知度(90.8%→92.7%)、「地産地消」の意義の認知度(72.8%→73.8%) (H28→H29、インターネット調査)
 ・直売所(産直)の活動で困っていること①品揃え(67/60%)②会員の確保(45/42%)③来客数の確保(31/42%) (28/25年調査)
 ・1事業体あたりの販売額：26.3百万円/全国平均42.3百万円(H27農林水産省6次産業化総合調査)
 ・観光客が魅力的と思う旅行テーマ：①日本海の幸、山の幸グルメ食べ歩き46.5%、島根県を観光して満足したところ：⑤海の幸・山の幸・酒などの食22.3%、(29年度観光振興課しまねの観光認知度調査)・飲食店と連携したフェアの開催により、新たに食材を利用開始した飲食店：5店舗(29年度)

6. 成果があったこと(改善されたこと)

・食のポータルサイトのアクセス数が目標を上回り、「地産地消」の認知度も伸びつつある。
 ・地産地消推進店の認証店舗数も目標を達成し、目標を持って地産地消に取り組む量販店が拡大した。
 ・学校給食の県産品使用割合も少しずつ増えており、特に魚食は浜田市での取組みが他の圏域にも広がった。
 ・直売所(産直)を消費者にPRするため、ポータルサイトの産直市検索MAPをリニューアルし、掲載店舗が増えた。
 ・県産品展示商談会を開催し、商談件数が増えた。
 ・飲食店で新たな地元食材の取扱いが少しずつ増えてきた。

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)

①困っている「状況」

・価格や品不足等により県産品を積極的に購入できていない。
 ・直売活動や給食への材料供給は生産者の高齢化を背景に生産規模に違いがあり、全体として農業所得の向上に貢献できていない。
 ・魅力的なメニュー開発や島根県産品を看板メニューにできていない。

②困っている状況が発生している「原因」

・消費者に「地産地消」の意義を広く理解し、産地を意識した消費行動につなげてもらう意識啓発ができていない。
 ・産直中心の経営モデルとして生産規模が大きく、多品目生産が可能な農業者を増やす支援ができていない。
 ・観光分野との連携が薄く、業界全体のメリットとなる魅力的な県産品の提案ができていない。

③原因を解消するための「課題」

・「地産地消」の周知や島根の食の魅力を地産地消の意識が低い若年層(20~40代)に向けた効果的な情報発信(新鮮で安心安全な地元生産農産物)と、県産品が利用しやすい環境づくりを行っていく必要がある。
 ・産直中心の生産規模拡大や集荷対策等を含めた生産体制の強化と販売体制の強化。
 ・県産品の魅力をPRし、購入可能店舗(地産地消推進店、直売所)の情報発信等で購入機会を増やす。
 ・宿泊施設、飲食店等を利用する観光客等に高価格でも選んでもらえるような魅力のある食の開発、提供。

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)

・食のポータルサイトのコンテンツの充実を図り、旬の次期や購入可能な場所等について、若年層に向けた情報発信を積極的に行う。また、価格重視から新鮮で安全・安心な農産物を利用する意識啓発や参加型の県産品利用促進運動につなげる一方で、農業者の所得向上につながる取り組みを強化していく。
 ・産直中心の農業者の生産拡大支援や販売力強化を農林振興センターや普及部と連携しながら実施する。(各圏域プロジェクトと連動)
 ・地産地消推進店の魅力を消費者にPRしながら推進店を増やす。さらに、魅力ある店舗づくりに向けた推進店の取り組みを支援する。
 ・観光分野との連携を強化しながら、宿泊施設・飲食店等において、観光客等に評価され収益性の向上につながる、魅力あるメニュー開発に向けた取り組みを支援する。

事務事業評価シート別紙(3以上の成果参考指標がある場合のみ記載)

事務事業の名称	地産地消推進事業
---------	----------

成果参考指標の目標(実績)

項番	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
3	指標名	しまね地産地消推進店の販売額	目標値		1,412.0	1,444.0	1,478.0	1,515.0	百万円
			取組目標値						
	式・定義	しまね地産地消推進店(28年4月末時点認証の33店舗)が目標設定した対象商品の販売額	実績値	1,383.0	1,375.0	1,518.0			%
			達成率	—	97.4	105.2	—	—	
4	指標名	しまね地産地消推進店の認証店舗数	目標値		37.0	42.0	45.0	50.0	店舗
			取組目標値						
	式・定義	しまね地産地消推進店の認証店舗の累計数	実績値	32.0	34.0	43.0			%
			達成率	—	91.9	102.4	—	—	
5	指標名	島根県産品展示・商談会の商談成立件数	目標値		75.0	79.0	83.0	87.0	件
			取組目標値						
	式・定義	島根県産品展示・商談会での商談成立件数(アンケート)	実績値	56.0	78.0	136.0			%
			達成率	—	104.0	172.2	—	—	
6	指標名	しまね故郷料理店認証数	目標値		179.0	184.0	189.0	194.0	店舗
			取組目標値						
	式・定義	しまね故郷料理店認証店数の累計数	実績値	174.0	175.0	177.0			%
			達成率	—	97.8	96.2	—	—	
7	指標名	県産食材の利用拡大の取組を実施した店舗数	目標値		23.0	31.0	39.0	47.0	店舗
			取組目標値						
	式・定義	当課と連携して新たに食材を利用開始した宿泊施設、飲食店の累計数(27年~)	実績値	15.0	25.0	30.0			%
			達成率	—	108.7	96.8	—	—	
8	指標名	食のポータルサイトのアクセス数	目標値		6.8	8.6	11.2	15.0	万アクセス
			取組目標値						
	式・定義	食のポータルサイトの年間アクセス数	実績値		5.6	14.0			%
			達成率	—	82.4	162.8	—	—	
9	指標名	県産品を優先的に購入する意識が「強くある」県民の割合	目標値		23.3	25.5	27.8	30.0	
			取組目標値						
	式・定義	地産地消に関する県民意識調査(インターネット調査※27年度は郵送法)	実績値	28.7	20.6	20.0			%
			達成率	—	88.5	78.5	—	—	
10	指標名		目標値						
			取組目標値						
	式・定義		実績値						%
			達成率	—	—	—	—	—	