

施策評価シート

幹事部局

商工労働部

施策の名称	I-2-(3) 地域資源を活かした産業の振興
施策の目的	しまねの有する豊かな自然や文化を活用した食品産業や伝統工芸などの競争力を強化し、地域に根ざした産業づくりを進めます。
施策の現状 に対する評価	<p>①(食品産業の振興)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 新型コロナの影響による市場のニーズの変化に対応できず、展示・商談会の成約額や売上げが低下している事業者がある。 ・ 販路や県産原材料活用の拡大による地域経済の活性化を目的としたモデル創出に取り組んだことにより、支援対象事業者の県産原材料調達額は増加している。今後は、他の事業者への波及を図ることが課題である。 <p>②(伝統工芸の振興)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 販路開拓、後継者育成など、小規模で多様な伝統工芸事業者の持つそれぞれの課題、支援ニーズは個別事業者への聞き取りによって把握しており、全県的な集約ができていない。調査を実施し、その結果に基づき対応策を検討することが課題である。 ・ 県内外の消費者に島根県の伝統工芸品の魅力が十分に伝わるよう、情報発信の充実を図ることが課題である。 <p>③(海外への販路拡大)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 事業者の海外販路の拡大を進めるために、事業者間の連携促進や県産品の認知度向上などに取り組んだ結果、コロナ禍においても著しく輸出額を伸ばす企業も見られた。 ・ 新たに輸出を志向する企業や海外販路をさらに拡大しようとする企業について、それぞれの段階に応じ、きめ細かい支援を講じていくことが課題である。 <p>(前年度の評価後に見直した点)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ コロナ禍における販路拡大を推進するため、オンライン商談のスキルアップのための研修やバイヤー招聘による商談機会の確保等を行った。
今後の取組 の方向性	<p>①(食品産業の振興)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 県産品販売パートナー店等への訪問により市場やバイヤーのニーズの把握に努め、適切な情報提供やマッチング等の事業者の収益増加につながる取組を強化する。 ・ 販路や県産原材料活用の拡大の取組について、優良事例を整理し、わかりやすくとりまとめた事業者へ周知する。 <p>②(伝統工芸の振興)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ R4年度内に全事業者を対象としたアンケート調査により従業者数、生産額等、事業者の状況を把握する。その結果に基づき、販路拡大、後継者育成等の課題に対応する支援策を適宜見直し、活用してもらえるよう周知する。 ・ 島根県の伝統工芸品の魅力を伝えるため、広聴広報課、観光振興課等とも連携し、作品の背景にある作り手や地域の魅力などを含め、幅広い情報発信に努める。 <p>③(海外への販路拡大)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ WEBを活用した商談会の開催やネット販売に取り組む企業向け支援など、海外渡航を伴わない販路開拓支援に引き続き取り組む。 ・ 海外販路開拓に関心を持つ企業に対し、県・しまね産業振興財団・ジェトロ松江が連携し、その初期段階から発展段階まできめ細やかな支援を講じる。

事務事業の一覧

施策の名称		I-2-(3) 地域資源を活かした産業の振興				
	事務事業の名称	目的		前年度の 事業費 (千円)	今年度の 事業費 (千円)	所管課名
		誰(何)を対象として	どういう状態を目指すのか			
1	食品産業の輸出向け施設整備事業	県内の食品製造事業者	販路の一つとして海外販路の拡大	18,000	110,000	しまねブランド推進課
2	強くしなやかな食品産業づくり事業	県内食品等製造事業者	経営基盤の強化を図り、地域経済を牽引する存在に育成する。	102225	78310	しまねブランド推進課
3	しまね食品等輸出促進対策事業	県産農林水産物の生産者	販路の一つとしての海外販路の拡大	103	1218	しまねブランド推進課
4	首都圏情報発信・県産品販路開拓事業	県内食品製造事業者及び伝統工芸品事業者	島根県産品の認知度向上、県外での販路拡大	100512	108132	しまねブランド推進課
5	未来へつなぐ工芸品総合振興事業	伝統工芸品製造事業者	伝統工芸品の販路拡大及び伝統工芸品製造事業者の後継者育成	12716	12831	しまねブランド推進課
6	海外展開促進支援事業	県内企業(全ジャンル、特に加工食品製造業者)	売上拡大を目指した販路の多チャンネル化のための販路の一つとしての海外販路の拡大	48349	50465	しまねブランド推進課
7	加工食品外貨獲得支援事業	県内食品等製造事業者	県産品の認知度向上と販路拡大により、県外から得る収益を増加させる。	—	46505	しまねブランド推進課
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24						
25						

事務事業評価シート

1 事務事業の概要

担当課

しまねブランド推進課

事務事業の名称		強くしなやかな食品産業づくり事業			
目的	誰(何)を対象として	県内食品等製造事業者	事業費 (千円)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	経営基盤の強化を図り、地域経済を牽引する存在に育成する。		102,225	78,310
今年度の取組内容	<ul style="list-style-type: none"> ・食品等製造事業者の経営基盤強化に向けた研修、専門家派遣を実施 ・商工団体との連携により、食品等製造事業者の経営計画策定や課題解決を支援 ・商品開発力、販売力、経営力に優れた食品等製造事業者の県外等への販路や県産原材料活用の拡大を支援し、地域経済循環を活性化させるモデルを創出 ・HACCPに沿った衛生管理のための研修会や食品衛生に係る相談対応等を実施 				
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと	<ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍における商談力の向上に向けて、オンライン商談のスキルアップのための研修を実施 ・補助事業の活用により開発・改良した商品の販路拡大を(一社)島根県物産協会等と連携して支援 				
1	上位の施策	I-2-(3) 地域資源を活かした産業の振興	3	上位の施策	Ⅲ-3-(2) 地域内経済の好循環の創出
2	上位の施策	Ⅲ-3-(1) 稼げるまちづくり	4	上位の施策	

2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	単位	計上分類
1	県の支援策を利用した食品製造事業者の雇用の増加(R2年度からの累計)【当該年度4月～3月】	目標値		20.0	44.0	72.0	104.0	140.0	人	累計値
		実績値	(単年度59)	44.0						
		達成率	—	220.0	—	—	—	—		
2	県の支援策を利用した食品製造事業者の増加付加価値額【当該年度4月～3月】	目標値		10.0	25.0	50.0	75.0	100.0	百万円	単年度値
		実績値	(新指標)	2.0						
		達成率	—	20.0	—	—	—	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		○食品産業の現状(2020年工業統計調査 産業別統計表(概要版)より) : 事業所数: 従業者数: 製造品出荷額等: 付加価値額 食料品・飲料製造業: 299: 6,376人: 837億円: 333億円 製造業中シェア: 26.9%: 15.2%: 6.8%: 7.6% 製造業中順位: 1位: 2位: 4位: 3位								

3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	<ul style="list-style-type: none"> ・新商品開発等に向けて、食品産業アドバイザーを24事業者へ派遣 ・地域中核企業づくり事業により、9事業者の経営課題解決を支援 ・地消地産化パッケージモデル事業により、6件のモデル創出を支援 ・HACCPプラン作成完結研修を開催し、28事業者がプラン完成 ・相談窓口を設置して、延べ163事業者(食品表示97/衛生管理66)を対応し、衛生管理アドバイザーを24事業者へ派遣
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍で変容した市場のニーズに対応できず、売上が低下している補助事業活用事業者がある。 ・補助事業等による販路拡大や県産原材料活用等の取組成果について、他の事業者へ十分に波及していない。
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍でしまね県産品販売パートナー店(以下「パートナー店」という。)への訪問や県外の展示・商談会への出席の機会が限られるため、商品需要の動向の把握が不足し、補助事業活用事業者の販路開拓への支援が十分にできていない。 ・補助事業等の活用による取組事例について、他の事業者や商工団体等への周知が不足している。
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・(一社)島根県物産協会東京オフィス等との連携により、パートナー店や県外の展示・商談会への訪問による情報収集を強化し、補助事業活用事業者に対してマーケットへの対応に資する情報提供やパートナー店とのマッチング等を行う。 ・従前の事業採択事業者の優良事例に係る周知方法を検討し、他の事業者の販路や県産原材料活用の拡大に向けて効果的な周知を行う。

事務事業評価シートの別紙

事務事業の名称	強くなやかな食品産業づくり事業
---------	-----------------

「上位の施策」が5以上ある場合のみ記載

5	上位の施策	
6	上位の施策	
7	上位の施策	
8	上位の施策	

「KPI」が3以上ある場合のみ記載

	KPIの名称	年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	単位	計上
										分類
3	県の支援策を利用した食品製造事業者の県産原材料調達増加額【当該年度4月～3月】	目標値		5.0	15.0	35.0	65.0	100.0	百万円	単年度値
		実績値	(新指標)	5.3						
		達成率	—	106.0	—	—	—	—		
4		目標値								
		実績値								
		達成率	—	—	—	—	—	—		
5		目標値								
		実績値								
		達成率	—	—	—	—	—	—		
6		目標値								
		実績値								
		達成率	—	—	—	—	—	—		
7		目標値								
		実績値								
		達成率	—	—	—	—	—	—		
8		目標値								
		実績値								
		達成率	—	—	—	—	—	—		
9		目標値								
		実績値								
		達成率	—	—	—	—	—	—		
10		目標値								
		実績値								
		達成率	—	—	—	—	—	—		

事務事業評価シート

1 事務事業の概要

担当課

しまねブランド推進課

事務事業の名称		しまね食品等輸出促進対策事業			
目的	誰(何)を対象として	県産農林水産物の生産者	事業費 (千円)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	海外への販路の拡大		103	1,218
			うち一般財源 (千円)	103	1,218
今年度の取組内容	・海外における「島根」商標の更新 第三者により地名等が登録される事例の予防対策のため、中国、台湾、香港での「島根」商標登録を更新する。 ・農産品輸出拡大に向けた市場調査・販路拡大取組支援 生産者が行う、海外市場調査や販路拡大の取組を支援する。				
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと	昨年度に整理した県産農林水産物の輸出支援の考え方(輸出の目的を明確に意識し、積極的に取り組む生産者や産地を集中的に支援する)に基づき支援に努めた。				
1	上位の施策	I-2-(3) 地域資源を活かした産業の振興	3	上位の施策	
2	上位の施策	Ⅲ-3-(1) 稼げるまちづくり	4	上位の施策	

2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	単位	計上分類
1	農林水産物・加工食品の輸出実績額【前年度1月～当該年度12月】	目標値		1,450.0	1,500.0	1,550.0	1,600.0	1,650.0	百万円	単年度値
		実績値	1,487.9	1,636.8						
		達成率	—	112.9	—	—	—	—		
2		目標値								
		実績値								
		達成率	—	—	—	—	—	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実										

3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	県とJAが連携し、香港向け青果物のテストマーケティングを実施した。
課題分析	① 課題	「目的」達成のため(又は達成した状態を維持するため)に支障となっている点
	② 原因	上記①(課題)が発生している原因
	③ 方向性	上記②(原因)の解決・改善に向けた見直し等の方向性

県内生産者においては、輸出が有望な販路の一つであるとの考えが未だ浸透しておらず、有効な輸出取組が拡大していない。

県内に特筆すべき農産品の輸出についての成功事例がないため、生産者に輸出志向が生まれていない。

輸出の目的を明確に意識し、積極的に取り組む生産者や産地を集中的に支援し、島根県農林水産基本計画(2020～2024年)の期間内に、モデルとなる優良事例を創出する。

事務事業評価シート

1 事務事業の概要

担当課 しまねブランド推進課

事務事業の名称		首都圏情報発信・県産品販路開拓事業			
目的	誰(何)を対象として	県内食品製造事業者及び伝統工芸品事業者	事業費 (千円)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	首都圏消費動向のフィードバックによる売れるものづくりを推進し、県内事業者の収益性の向上を目指す。		100,512	108,132
			うち一般財源 (千円)	100,512	108,132
今年度の取組内容	①日比谷しまね館管理運営事業 ・各種媒体で日比谷しまね館及び県産品をPR ・イベント開催等による島根ファンの獲得 ②首都圏県産品販路開拓事業 ・首都圏の小売店に県産品の紹介・斡旋を行うことで県内事業者の販路開拓を目指す ・商品開発に向けた消費者ニーズのフィードバック ・日比谷しまね館に首都圏のバイヤーを招聘し、県産品のPRを実施				
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと	・日比谷しまね館に首都圏のバイヤーを招聘し、県産品のPRを実施				
1	上位の施策	I-2-(3) 地域資源を活かした産業の振興	3	上位の施策	
2	上位の施策	Ⅲ-3-(1) 稼げるまちづくり	4	上位の施策	

2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	単位	計上分類
1	県の支援策を利用して新たな販路を確保した品目数【当該年度4月～3月】	目標値		330.0	400.0	480.0	490.0	500.0	品目	単年度値
		実績値	(新指標)	359.0						
		達成率	—	108.8	—	—	—	—		
2	「日比谷しまね館」での年間売上げ額【当該年度4月～3月】	目標値		195,000.0	179,000.0	231,000.0	290,000.0	300,000.0	千円	単年度値
		実績値	(新規事業)	112,000.0						
		達成率	—	57.5	—	—	—	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		・「にほんばし島根館」での年間売上高は、H30:289,237千円、R1:243,626千円と推移 ※「にほんばし島根館」はR2.1.31閉館 ・新型コロナウイルス感染症による東京都の状況 緊急事態措置等:R2.4.7～R2.5.25、R3.1.8～R3.3.21 ・首都圏のしまね県産品パートナー店に対する、(一社)島根県物産協会の県産品販売額は、R1:130,315千円、R2:114,782千円と推移								

3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	・首都圏のしまね県産品パートナー店に対する、(一社)島根県物産協会のR2年度県産品販売額は、R1年度比15,533千円減の状況 ・首都圏での新たな販路開拓業務((有)良品工房へ委託)により、県産品217品目、県内事業者51社が新たな販路の開拓・拡大に繋がった状況
課題分析	① 課題	・日比谷しまね館等から県内事業者に対し、首都圏の消費者ニーズのフィードバックが不足していることから、県内事業者がニーズ情報等を反映した商品開発・改良が十分にできていない
	② 原因	・日比谷しまね館等での消費者ニーズの収集手法及び県内事業者へのフィードバック手法が確立されていない
	③ 方向性	・日比谷しまね館等での消費者ニーズの収集手法及び県内事業者へのフィードバック手法を確立し、県内事業者の商品開発・改良の支援を強化する

事務事業評価シート

1 事務事業の概要

担当課

しまねブランド推進課

事務事業の名称		未来へつなぐ工芸品総合振興事業			
目的	誰(何)を対象として	伝統工芸品製造事業者	事業費 (千円)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	伝統工芸品の販路拡大による経営の安定化及び伝統工芸品製造事業者の後継者確保を目指す。		うち一般財源 (千円)	12,716
今年度の取組内容	①県内外での展示会などへの出展支援及び専科招聘支援【補助金制度の新設】 県内外で開催される展示会・見本市への出展に係る経費を補助、販路開拓のため専門家招聘などを行う場合の経費を補助 ②担い手確保・育成事業 島根県ふるさと伝統工芸品の製造に従事しようとする者を雇用する事業者に対し、雇用者の研修教育を行うための資金を貸付 ③情報発信事業 伝統工芸品のPRを行う				
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと	・県内外で開催される、展示会や見本市に事業者が出展する際の旅費や運搬費用を補助制度を創設 ・新商品の開発や商品PR等に係る専門家招聘の経費について補助制度を創設				
1	上位の施策	I-2-(3) 地域資源を活かした産業の振興	3	上位の施策	
2	上位の施策	Ⅲ-3-(1) 稼げるまちづくり	4	上位の施策	

2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	単位	計上分類
1	伝統工芸における新たに確保した後継者【当該年度4月～3月】	目標値		2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	人	単年度値
		実績値	1.0	2.0						
		達成率	—	100.0	—	—	—	—		
2		目標値								
		実績値								
		達成率	—	—	—	—	—	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		・島根県物産観光館での工芸イベント回数 R2年度:17回 ・県内外の工芸品展示会で県ブースとして出展した回数 R2年度:1回(伝統的工芸品展 WAZA2021:東京)								

3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	・貸付制度により後継者確保につながる2名の雇用が創出された ・R2年度の(一社)島根県物産協会の工芸品販売額は50,726千円(R1年度比717千円減)で売上が減少している状況
課題分析	①課題	・県内の伝統工芸品事業者の多くは事業規模が小さく、新たな事業展開に向かうことが難しく、継続的な事業展開に課題がある ・既存の販売先以外の販路が広がっていない
	②原因	・県内外の消費者に島根県の伝統工芸品の魅力が十分に伝わっていない ・従来から行われている百貨店等での展示会・見本市以外の新たな販売手法(Webでの販売など)に関する利点の分析やその活用方法を県内の伝統工芸品事業者へ伝えられていない
	③方向性	・幅広い世代に伝統工芸品の魅力が伝わるよう、冊子やWebを活用した積極的な情報発信を行う ・島根県物産協会等と連携しながら、Web等を活用した新たな販売手法の調査・分析をし、多様な販売手法を伝統工芸品事業者に伝えることで、収益性及び経営の安定性の向上を図る

事務事業評価シート

1 事務事業の概要

担当課

しまねブランド推進課

事務事業の名称		海外展開促進支援事業			
目的	誰(何)を対象として	県内企業(全業種、特に加工食品製造業者)	事業費 (千円)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	海外への販路の拡大		48,349	50,465
今年度の取組内容	<ul style="list-style-type: none"> ・関係機関と連携した県内企業の支援:しまね産業振興財団、ジェトロ松江、境港貿易振興会を通じた企業支援活動を実施 ・食品輸出販路開拓支援:欧米に加え、アセアン等の有望市場向けの商談会と販路開拓支援、しまね食品輸出コンソ負担金 ・非日系小売店参入支援:セミナー等を通じ企業人材育成、非日系市場向けパッケージ製作支援、ジェトロ松江委託 ・EC販売支援:オンラインストア、国内商社と連携したWEB上でのPR記事掲載 ・ロシアビジネス支援体制の整備:IT分野を中心に県内企業とロシア企業との協業を支援 				
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと	加工食品を中心とする食品の輸出支援として、米国の非日系高級市場にチャレンジする企業向けの人材育成支援、同国でのEC販売に取り組む企業向け支援など、新規商流を開拓するための支援策を開始した				
1	上位の施策	I-2-(3) 地域資源を活かした産業の振興	3	上位の施策	III-4-(2) 空港・港湾の機能拡充と利用促進
2	上位の施策	I-2-(1) ものづくり・IT産業の振興	4	上位の施策	III-2-(1) 牽引力のある都市部の発展

2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	単位	計上分類
1	貿易実績企業数【前年度1月～当該年度12月】	目標値		226.0	228.0	230.0	232.0	234.0	社	単年度値
		実績値	224.0	228.0						
		達成率	—	100.9	—	—	—	—		
2	農林水産物・加工食品の輸出実績額【前年度1月～当該年度12月】	目標値		1,450.0	1,500.0	1,550.0	1,600.0	1,650.0	百万円	単年度値
		実績値	1,487.9	1,636.8						
		達成率	—	112.9	—	—	—	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		<ul style="list-style-type: none"> ○令和2年度 しまね海外販路開拓支援補助金実績 採択件数5件(前年度21件) ○令和2年度 貿易投資相談実績 ジェトロ松江:213件(前年度180件)、しまね産業振興財団:67件(前年度65件) ○令和2年度 ジェトロ松江の新輸出大国コンソーシアム支援企業数※個社支援 10社(前年度7社) ○令和2年 境港貿易実績 コンテナ貨物取扱本数:21,934本(前年26,416本) 								

3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	海外販路開拓支援助成金や商談会開催によるマッチング支援などの従来からの施策に加え、各支援機関による伴走型個社支援の取組が強化された結果、コロナ禍においても著しく輸出額を伸ばす企業も見られた。 ※概況調査の集計結果を踏まえて文言の調整が必要 (取組以外の改善状況) 組織変更により、海外展開支援室が設置され、海外展開支援体制が強化された(R2年4月)。 海外展開支援室、ジェトロ松江、しまね産業振興財団の共同事務所化が実現し、ワンストップサービスが可能となった(R3年4月)。
課題分析	① 課題	上記の成果はあるものの、新たに輸出を志向する企業や海外販路をさらに拡大しようとする企業が大きく増えていない状況である。
	② 原因	上記①(課題)が発生している原因 ・海外販路開拓には様々なリスクを伴うことから、関心を持ちながらも実際の取り組みを躊躇する企業が多い。 ・新型コロナウイルスの影響により、商談や展示会参加のための渡航が困難となっている。
	③ 方向性	上記②(原因)の解決・改善に向けた見直し等の方向性 ・海外販路開拓に関心を持つ企業に対し、県・島根産業振興財団・ジェトロ松江が連携し、その初期段階から発展段階まできめ細やかな支援を講じる。 ・WEBを活用した商談会の開催やEC販売に取り組む企業向け支援など、渡航を伴わない販路開拓支援に引き続き取り組む。

事務事業評価シート

1 事務事業の概要

担当課

しまねブランド推進課

事務事業の名称		加工食品外貨獲得支援事業			
目的	誰(何)を対象として	県内食品等製造事業者	事業費 (千円)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	県産品の認知度向上と販路拡大により、県外から得る収益を増加させる。		—	46,505
今年度の取組内容	<ul style="list-style-type: none"> バイヤーを招聘した商談会、産地視察等を実施 全国規模の食品専門展示会への出展を支援 しまね県産品販売パートナー店等のアドバイスによる商品改良等を支援 				
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと	<ul style="list-style-type: none"> コロナ禍における販路拡大を推進するため、オンライン商談会の開催やコロナ対策を講じた上でのバイヤー招聘による個別商談会の実施により、食品等製造事業者の商談機会を確保 				
1	上位の施策	I-2-(3) 地域資源を活かした産業の振興	3	上位の施策	
2	上位の施策	Ⅲ-3-(1) 稼げるまちづくり	4	上位の施策	

2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	単位	計上分類
1	しまね県産品販売パートナー店における県産品の取扱額【前年度1月～当該年度12月】	目標値		1,454.0	1,498.0	1,543.0	1,589.0	1,637.0	百万円	単年度値
		実績値	1,221.1	1,035.9						
		達成率	—	71.3	—	—	—	—		
2	展示会における成約額・見込額【当該年度4月～3月】	目標値		237.0	244.0	252.0	259.0	267.0	百万円	単年度値
		実績値	172.5	31.7						
		達成率	—	13.4	—	—	—	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		OR2年度実績 ・しまね県産品販売パートナー店(以下「パートナー店」という。) 34社 ・パートナー店等でのフェア開催実績 開催回数45回、参加事業者数延べ434事業者 ・パートナー店等を招聘した県内産地視察・商談実施回数 15回、商談事業者数 延べ198事業者 ・展示・商談会(県ブース設置又は県主催・支援) 県外:5回、出展者数 延べ42事業者 県内:2回、出展者数 延べ62事業者								

3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	<ul style="list-style-type: none"> コロナ禍により県外での展示・商談会への参加を見送る事業者が相次いだことから、R2年度にコロナ対策としてバイヤー招聘による個別商談会を計4回開催し、延べ57事業者が参加
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> 「目的」達成のため(又は達成した状態を維持するため)に支障となっている点 パートナー店における定番品の取扱額が減少している。 県外での展示・商談会において、十分な成約に結び付いていない事業者がある。
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> 上記①(課題)が発生している原因 コロナ禍でパートナー店等への訪問の機会が限られるため、県外での商品需要の動向の把握が不足し、バイヤーへの商品提案や食品等製造事業者への情報提供が十分にできていない。 商談において必要となる食品表示等の知識やプレゼンテーション技術の向上への支援が不足している。
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> 上記②(原因)の解決・改善に向けた見直し等の方向性 (一社)島根県物産協会東京オフィス等との連携により、コロナ収束後の取引拡大を見据えつつ、パートナー店等への訪問活動による商品提案を強化するとともに、バイヤーのニーズを把握し、食品等製造事業者に対して商品開発や販路拡大等に有効な情報提供を行う。 パートナー店等との連携により、展示・商談会への出展者を対象として、バイヤーの求める品質や食品表示のルール、プレゼンテーション技術の向上等についての研修を行い、成約率の向上に繋げる。

事務事業評価シート

1 事務事業の概要

担当課

しまねブランド推進課

事務事業の名称		食品産業の輸出向け施設整備事業			
目的	誰(何)を対象として	県内の食品製造事業者	事業費 (千円)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	海外への販路の拡大		18,000	110,000
			うち一般財源 (千円)	0	0
今年度の取組内容	商社や顧客から輸出向けにHACCP等の衛生管理基準を求められ、輸出をする上でネックになっている企業(食品製造業)に対し、施設整備を支援する。 【食品産業の輸出向けHACCP等対応施設整備事業(国庫補助事業)】 (1)施設等整備事業・・・輸入条件や輸出先のニーズ(HACCP等)を満たすために必要な施設整備 (2)効果促進事業・・・輸入条件やHACCP等に係る認定取得のためのコンサルティングや手数料等のかかる費用 (1)+(2)事業費上限1,000百万円 下限10百万円 負担割合 国1/2 事業者1/2 ※国3/10の場合もあり				
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと	本国庫補助事業に県内事業者が採択されるよう、昨年(第1回募集時)、採択されなかった際に不十分だった点を補うなど、適切な支援を行った。				
1	上位の施策	I-2-(3) 地域資源を活かした産業の振興	3	上位の施策	
2	上位の施策	Ⅲ-3-(1) 稼げるまちづくり	4	上位の施策	

2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	単位	計上分類
1	農林水産物・加工食品の輸出実績額【前年度1月～当該年度12月】	目標値		1,450.0	1,500.0	1,550.0	1,600.0	1,650.0	百万円	単年度値
		実績値	1,487.9	1,636.8						
		達成率	—	112.9	—	—	—	—		
2	販売額1,000万円以上の中核的経営体の育成数(R2年度からの累計)【当該年度4月～3月】	目標値		78.0	156.0	223.0	298.0	402.0	経営体	累計値
		実績値	(新規事業)	22.0						
		達成率	—	28.3	—	—	—	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実										

3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	令和2年度に当該事業を実施した県内企業は、1回目の募集にも応募したが、申請書における事業計画の精度が低く、国の採択を受けることができなかった。このため、2回目の応募に際しては、あらかじめ、輸出拡大に向けた自社の課題を明確化したうえで、自社製品の強みと弱みを整理し、弱みの部分を補助事業で改善する綿密な事業計画を作成することにより、採択を得ることができた。
課題分析	① 課題	当該事業の実施を希望する企業が独力で作成する事業計画の精度が低く、採択に至らないケースが少なくない。
	② 原因	上記①(課題)が発生している原因 事業計画の作成に不慣れな企業が多い。
	③ 方向性	・海外市場をよく分析し課題を明確化し、綿密な事業計画を作成した上で、本事業に応募することについて企業の理解を促す。 ・本事業への応募を希望する企業に対して、市町村、しまね産業振興財団、ジェトロ松江などの支援機関と連携し、高い精度の事業計画が作成されるよう、適切な支援を行う。