

令和6年度 施策評価シート

施策の名称	I-2-(3) 地域資源を活かした産業の振興	幹事 部局	商工労働部
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><u>①(食品産業の振興)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> しまね県産品販売パートナー店との連携や商品斡旋、展示商談会への出展支援により食品等製造事業者の販路開拓・拡大に取り組んだ結果、首都圏を中心に新たな販路拡大につながるとともに、展示商談会における成約額が増加した。 一方で、衛生管理や食品表示への対応や生産ライン効率化への取組が十分ではなく、生産性の向上や県外への販路開拓・拡大が進まない事業者も多い。 <p><u>②(伝統工芸の振興)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 展示会等への出展経費に対する補助金により、伝統工芸品事業者の販路拡大等への支援に取り組んだことで、事業者の出展意欲の向上が図られた。 一方で、新商品の開発やパッケージデザインの作成・改良等、自社のブランド力強化に積極的な事業者が少ないことが課題である。 購買意欲の向上や担い手確保のPRにつながる、工芸品、作り手、これらを取り巻く地域の魅力を伝えるための情報発信をSNS、ウェブで行うことにより、事業者全体の情報発信につながった。 <p><u>③(海外への販路開拓・拡大)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 事業者の海外販路の開拓・拡大を進めるために、展示会出展や商談会開催によるマッチング支援、各支援機関による伴走型支援などに取り組んだことにより、新たに輸出につながった企業が現れている。 一方、更に海外での売り上げを伸ばすためには、一層の販路拡大の取組に加え、品質の向上や供給力の拡充を促進する必要がある。 		
今後の取組の方向性	<p><u>①(食品産業の振興)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 食品等製造事業者の生産性向上、衛生管理、商品開発・改良などの諸課題解決を支援するとともに、パートナー店等と連携したバイヤー招聘や商品提案、事業者のニーズに応じたエリアへの販路拡大及び展示商談会への出展支援等の取組を進めていく。 <p><u>②(伝統工芸の振興)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 新商品の開発等による自社ブランド力の強化を支援するとともに、島根県ふるさと伝統工芸品連絡協議会との連携により県の支援策の有効活用を促し、販路開拓、販売促進の取組を推進する。 工芸品、作り手の魅力を伝えるコンテンツ作成や、売り場やイベント等での購入機会の効果的なPRなどの情報発信業務を外部委託により継続して実施する。 <p><u>③(海外への販路開拓・拡大)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 海外販路開拓・拡大に関心を持つ企業に対し、県・しまね産業振興財団、ジェトロ島根が連携し、その初期段階から発展段階までワンストップで支援を行う。 コロナ禍で活用が進んだ海外向けネット販売に引き続き取り組むとともに、渡航を伴う販路開拓・拡大活動、海外バイヤーが求めるISOなどの認証取得やその取得に必要な施設整備の促進による商品力向上などの支援を行う。 		

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	海外への販路の拡大	0	100,000	しまねブランド推進課
2	強く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。	51,183	63,920	しまねブランド推進課
3	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事業者	首都圏における県産品の認知度向上、県外での販路拡大による県内事業者の収益性の向上	123,809	108,969	しまねブランド推進課
4	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	伝統工芸品製造事業者の経営安定化、及び後継者の確保を図る。	10,656	14,257	しまねブランド推進課
5	海外展開促進支援事業	県内企業(全業種、特に加工食品製造事業者)	海外への販路の開拓・拡大	51,239	57,881	しまねブランド推進課
6	加工食品外貨獲得支援事業	販路開拓・拡大を推進しようとする食品等製造事業者	県内食品等製造事業者の卸・小売などへの商談機会の創出により、県外販路の拡大に寄与する。	72,411	99,850	しまねブランド推進課
7	物産観光館の管理運営等事業	県内食品製造事業者及び伝統工芸事業者	島根県物産観光館において、島根県全域の幅広い県産品等の魅力を伝え、認知度向上を図る。	19,988	702,253	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		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)	令和5年度の実績額	令和6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		0	100,000
			うち一般財源 (千円)	0	0
令和6年度の取組内容	<p>輸出向けに求められるHACCP等の衛生管理基準取得の促進に向け、食品製造企業における関連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)】</p> <p>(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</p>				
令和5年度に行った評価を踏まえて見直したこと	事業活用可能性のある事業者に制度周知及び相談に対応した。				
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	
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	2,100.0	2,250.0	2,400.0	百万円	単年度値
		実績値	1,487.9	1,636.8	1,961.6	2,201.7	2,930.0			
		達成率	—	112.9	130.8	104.9	130.3	—		
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	—	22.0	44.0	65.0	85.0			
		達成率	—	28.3	28.3	29.2	28.6	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実	当該事業実施県内企業数 令和3年度:2社 令和4年度:0社 令和5年度:0社									

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	本事業は全国的に応募数が多く、競争率が高いため、採択されないケースも見られる。令和5年度は県内事業者から相談はあったが、実際の応募はなかった。
課題分析	① 課題	本補助事業を活用し、施設整備する事業者が限定される。
	② 原因	上記①(課題)が発生している原因 どの対象国にHACCP等の衛生管理対応が必要なのか検討に至っていない事業者が多い。 本事業のメリット・活用した事例などの情報が事業者には十分伝わっていないケースが多い。 事業実施のタイミングと国庫補助事業対象期間のタイミングがあわないことがある。
	③ 方向性	輸出に取り組むそれぞれの企業が抱える課題を把握する中で、HACCP等の衛生管理を課題としている企業を把握し、それらの企業に本事業の活用を勧めるとともに、計画的に事業立案し、県・国に早めに相談するよう促す。 より多くの企業が本事業を活用して、輸出の拡大につながるようにする。

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		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)	令和5年度の実績額	令和6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。		51,183	63,920
			うち一般財源 (千円)	22,945	28,847
令和6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や衛生管理確保のため、専門家派遣や窓口相談を実施 大手小売業・卸売業者等との取引推進を支援するため、食品安全に係る国際規格やHACCP認証の取得に係るコンサルタント経費等に対して補助金を交付 地域経済を牽引する中核的な事業者を育成するため、県産原材料の調達を増大し、販路拡大を推進する事業者の商品開発、経営効率化等の取組に要する経費に対して補助金を交付 単独では営業活動が難しい県内事業者の販路開拓・拡大を支援するため、県内の複数の事業者の商品をとりまとめて県外への販路開拓・拡大を行う地域商社等の取組に要する経費に対して補助金を交付 			
令和5年度に行った評価を踏まえて見直した点		・当事業の補助事業者が製造する商品について、県外での展示会で当該事業者の商品PRブースを設け、販路拡大支援を実施			
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	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	211.0	450.0	人	累計値
		実績値 (単年度59)		44.0	129.0	234.0	266.0			
		達成率	—	220.0	293.2	325.0	126.1	—		
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	232.0	百万円	単年度値
		実績値		2.0	301.2	1,358.9	1,013.5			
		達成率	—	20.0	1,204.8	2,717.8	1,351.4	—		
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 事業所数： 従業員数： 製造品出荷額等： 付加価値額 食品・飲料製造業： 299： 6,376人： 837億円： 333億円 令和2年工業統計調査 食品・飲料製造業： 249 5,912人 934億円 389億円 令和3年経済センサス ※工業統計調査は令和2年度で終了したため、令和3年度については経済センサスの数値を使用								

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	・県の支援策を利用した食品等製造事業者の雇用増、付加価値額増は目標値を上回っているが、県産原材料調達額増については伸び悩んでいる。
課題分析	①課題	・雇用や付加価値額の増加などを実現している事業者がある一方、衛生管理や食品表示への対応や生産ライン効率化への取り組みが十分ではなく生産性の向上や県外への販路開拓・拡大が進まない事業者も多い。 ・天候不順や生産者の高齢化等により県産原材料の調達が難しい事業者も多い。
	②原因	・食品等製造事業者は中小零細が多く、衛生管理や食品表示の知識やノウハウの習得が不十分である。 ・製造設備の老朽化や不足により、効率的な製造に支障が出ている。 ・商品開発・改良のノウハウが不足しており、効果的な商品開発・改良が進められない。
	③方向性	・食品等製造事業者に対し、生産性向上や省力化などをはじめとした様々な経営課題に対する助言などを実施。 ・食品製造に関する衛生管理、食品表示およびHACCP認証、国際規格の取得に対する支援を実施。 ・県外への販路開拓・拡大、商品開発・改良及び効率的な商品製造を行うための取り組みに関する支援を実施。

事務事業評価シートの別紙

事務事業の名称	強くし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	-	5.3	7.8	51.9	35.4			
		達成率	-	106.0	52.0	148.3	54.5			
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		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事業者	事業費 (千円)	令和5年度の実績額	令和6年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	首都圏における県産品の認知度向上、県外での販路拡大による県内事業者の収益性の向上		123,809	108,969
			うち一般財源 (千円)	123,809	108,969
令和6年度の取組内容	日比谷しまね館管理運営事業 ・ 島根県の認知度向上及び県産品の販路拡大を図るため、日比谷しまね館を活用した首都圏での県産品や観光資源等の紹介、各種イベントの開催及びTVや雑誌等の各種媒体を活用したPRなど、総合的な情報発信を実施 ・ 日比谷しまね館の運営については、委託内容を見直したうえで、令和6年度より有償委託に転換 ・ 次期(R7～)委託業務について、提案協議による公募を実施				
令和5年度に行った評価を踏まえて見直したこと	顧客アンケートを実施し、顧客ニーズの把握を行った。 島根県の食・工芸等の魅力を来館者に伝えるストーリー性を持った店内レイアウトにするため、商品棚の更新、店舗サインの設置、デジタルサイネージの導入などのレイアウト変更を実施した。				
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	
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	物産観光館入館者数【当該年度4月～3月】	目標値		-	-	-	660,000.0	400,000.0	人	単年度値
		実績値	657,087.0	360,119.0	414,402.0	631,389.0	620,782.0			
		達成率	-	#VALUE!	#VALUE!	#VALUE!	94.1	-	%	
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	-	111,607.3	129,309.3	158,183.5	170,202.3			
		達成率	-	57.3	72.3	68.5	58.7	-	%	
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	日比谷しまね館内での新商品特設コーナー等の設置や事業者による対面販売や外販の積極実施など、県産品の販売促進に取り組んだ。 ・ 店舗売り上げ170,202千円(対昨年比+12,019千円、+108%) ・ 対面販売事業者数:延べ40事業者 ・ 外販(店舗外イベント等)売上:8,844千円 ・ 移動式販売者稼働日数・売上:41日・2,279千円
課題分析	① 課題	・ 売上及び客数は増加しているが、客単価は伸び悩んでいる。 ・ mあたりの売上も同様に伸びているものの、「にほんばし島根館」時代の水準までは至っていない。 ・ 首都圏における県産品の販路拡大、認知度向上に向けたPR、露出が不足している。
	② 原因	・ 館への誘客を図る魅力的なイベント企画ができていないこと。 ・ 館への誘客、県産品の認知度向上イベントに効果的な場所の選定、またその開催頻度が少ない。 ・ 商品販売と観光案内業務との一体的なアプローチができていない。
	③ 方向性	・ R5に実施した顧客アンケートで把握した顧客ニーズをもとに、誘客促進となるイベント内容を検討する。 ・ 移動販売車の稼働回数を増やし、かつ館へのアクセスが良く、購買層となる顧客が多いエリアを開拓し、館外でのPR強化を図る。 ・ 商品販売と観光案内業務を一体的に行い、来館者へのアプローチを強化する。

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)	令和5年度の実績額	令和6年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	伝統工芸品製造事業者の経営安定化、及び後継者の確保を図る		10,656	14,257
			うち一般財源 (千円)	9,156	11,575
令和6年度の取組内容		<ul style="list-style-type: none"> 県内外での販路拡大に向け、展示会・見本市への出展、販路開拓専門家の招聘に要する経費補助により、事業者を支援 担い手の確保・育成に向け、新たな従業員の雇用、研修教育を行う事業者への資金貸与(返還免除有)による支援 伝統工芸品の認知度向上に向け、工芸品や作り手の魅力を伝える情報発信を実施 			
令和5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"> 展示会・見本市への出展、販路開拓専門家招聘の補助制度について、島根県ふるさと伝統工芸品連絡協議会の総会に出席し、これまで利用事業者が少ない専門家の招聘について、新商品の開発依頼などの具体的な例を挙げ説明を行った 島根県ふるさと伝統工芸品連絡協議会へ補助金を交付し、事業者への補助金交付事務を依頼した 			
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	
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	1.0	1.0	2.0			
		達成率	—	100.0	50.0	50.0	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		・出展経費補助(R5年度新規)を活用し、県内外の展示会・見本市へ出展、販路開拓専門家の招聘に要する経費の補助をした事業者数・申請件数 R5年度実績 31事業者、65件 (全て県内外の展示会・見本市への出展)								

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"> 県内外での販路拡大に向けた展示会・見本市への出展、販路開拓専門家の招聘の経費補助による補助金の申請者数は31事業者、申請件数は65件の状況 担い手の確保・育成に向け、新たな従業員の雇用、研修教育を行う事業者への資金貸与(返還免除有)による支援の新規後継者は、2名であった
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> 補助事業を活用し、出展する事業者が一部の事業者に限られている 工芸品を取り巻く地域の魅力や、作り手の思い等を伝える情報発信が不十分 工芸品(商品)自体の魅力向上に繋がる専門家招聘で補助金を使う事業者が少ない
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> 小規模な事業者が多い中、人員やコスト等の問題で県内外への出展が難しいケースが多い ECサイトでの販売、SNSでの情報発信等に取り組む体制、ノウハウを持つ事業者が少ない 専門家招聘について、どういった専門家がいるのかという情報が少ない
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> 小規模事業者など展示会等への出展が難しい事業者の販売促進につなげるため、工芸品の魅力に加え、作り手や工芸品を取り巻く地域の魅力をより伝えられるコンテンツを作成し、SNSなどにより情報発信をする 島根県ふるさと伝統工芸品連絡協議会と連携し、どういった専門家がいるか事業者に情報共有する

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		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、特に加工食品製造事業者)	事業費 (千円)	令和5年度の実績額	令和6年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	海外への販路の開拓・拡大		51,239	57,881
			うち一般財源 (千円)	39,682	44,640
令和6年度の取組内容	海外市場で稼ぐ県内企業の増加に向け、海外取引の拡大に意欲を持つ県内企業の自立的な取組を支援する。 ・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、ジェトロ島根、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・アセアン等の有望市場向けの商談会開催、海外でのしまねフェアの開催 ・非日系小売店参入支援:セミナー等を通じ企業人材育成、非日系市場向け販路開拓支援、ジェトロ島根委託 ・EC販売支援:海外向けサイトに島根県産品の特集ページを設置し、販路拡大を支援 ・食品輸出展示会出展支援:食品輸出専門展示会に島根ブースを設け県内事業者販路拡大を促進				
令和5年度に行った評価を踏まえて見直したこと	商工会連合会やジェトロ島根と連携して輸出に関するワークショップなどを実施し、新規に輸出に取り組む企業の掘り起こしを行った。				
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	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	230.0	234.0	234.0			
		達成率	—	100.9	100.9	101.8	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	2,100.0	2,250.0	2,400.0	百万円	単年度 値
		実績値	1,487.9	1,636.8	1,961.6	2,201.7	2,930.0			
		達成率	—	112.9	130.8	104.9	130.3	—	%	
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		○令和5年度 しまね海外展開支援助成金実績件数45件(前年度15件) ○令和5年度 貿易投資相談実績 ジェトロ島根:206件(前年度59件) しまね産業振興財団:156件(前年度124件) ○令和5年度 ジェトロ島根の輸出大国コンソーシアム支援企業数※個社支援5社(前年度5社) ○令和5年 境港貿易実績 コンテナ貨物取扱本数:22,304TEU(前年20,618TEU)								

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	海外展開支援助成金、商談会開催によるマッチング支援、各支援機関による伴走型支援等の取組の結果、輸出実績企業数・輸出額は増加傾向にある。
課題分析	① 課題	・輸出先国が限定的。 ・輸出先国の市場の一部にしか入り込めていない。 ・輸出対象国の地政学的リスク等により突然取引が停止に追い込まれる危険性がある。
	② 原因	・企業のスキル不足により売り込む機会を活かしきれていない。 ・相手先の求める品質の商品を開発・供給できていない。 ・特定の輸出国や売り先に依存した取引形態。
	③ 方向性	・セミナー等の実施による商談スキルの向上に加え、より多くの商談機会を県内企業に提供することで、対象輸出国や売り先を増やし、リスク分散を図る。 ・ハード整備を支援することにより、高品質な商品づくりを促進する。

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		加工食品外貨獲得支援事業			
目的	誰(何)を対象として	販路開拓・拡大を推進しようとする食品等製造事業者	事業費 (千円)	令和5年度の実績額	令和6年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	県内食品等製造事業者の卸・小売などへの商談機会の創出により、県外販路の拡大に寄与する		72,411	99,850
			うち一般財源 (千円)	45,539	60,457
令和6年度の取組内容		<ul style="list-style-type: none"> ・島根県産品パートナー店等のバイヤーを招聘し、現地視察及び商談会実施による取引拡大支援のほか、バイヤーのアドバイスにより商品改良等を支援 ・全国規模の食品専門展示会へのブース出展支援 ・流通業者への業務委託による県産品の大都市圏への販路拡大支援 ・物流2024年問題により、物流の停滞が懸念されているため、関西圏域に向けた販路開拓を行う。 			
令和5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"> ・パートナー店等のバイヤーに対する働きかけの強化 ・セミナー等販路拡大に有効な情報提供内容の充実 			
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(継続報告分)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		-	909.0	936.0	964.0	993.0	百万円	単年度値
		実績値	851.0	806.0	882.0	958.1	835.9			
		達成率	-	#VALUE!	97.1	102.4	86.8	-		
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	109.7	206.9	264.1			
		達成率	-	13.4	45.0	82.2	102.0	-		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		○R5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。) 33社 ・パートナー店等でのフェア開催実績 開催回数35回、参加事業者数延べ541事業者 ・パートナー店等を招聘した県内産地視察・商談実施社数 11社、商談事業者数 延べ122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95事業者 県内:1回、出展者数 78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"> ・パートナー店における県産品の取扱額は昨年に比べ減少し、目標に対して下回っている状況。 ・業務委託による商品力向上提案等により、新たな販路拡大につながった。 ・事業者への商談における留意点の学ぶ機会の創出等により、展示会での成約額・見込額が増加した。
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> ・バイヤーへの商品提案や食品等の製造事業者への情報提供が十分にできていない。 ・県外での展示会について、成約額・見込額の目標は達成しているが、展示会によっては募集枠を割れている。
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> ・訪問や県内視察ができていないパートナー店があり、県外での商品需要の動向把握が不十分。 ・製造する商品の仕様等が、バイヤーの求めるものとギャップがある。 ・商談などにおける商品説明の準備や商談後のアフターフォローが不足している。 ・事業者が販路拡大を希望する地域、ターゲットとするジャンルのバイヤー等が多く参加する展示・商談会の把握が不十分。
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・パートナー店等への商品提案を継続的に実施するとともに、取引が減少傾向にあるところについては、訪問活動を活発化。 ・卸・小売のバイヤーニーズを把握、食品事業者に情報提供し、商品開発や商品改良を促進。 ・事業者への商談における留意点などを学ぶ機会や、商談機会の更なる創出を実施。 ・事業者が販路拡大を希望する地域、ターゲットとするジャンルのバイヤー等が多く参加する展示会への島根県ブース出展などの支援を実施。

事務事業評価シートの別紙

事務事業の名称	加工食品外貨獲得支援事業
---------	--------------

「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	649.0	662.0	品目	%	単年度 値
		実績値	-	359.0	630.0	649.0	1,350.0			
		達成率	-	108.8	157.5	135.3	208.1			
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		物産観光館の管理運営等事業			
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事業者	事業費 (千円)	令和5年度の実績額	令和6年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	島根県物産観光館において、島根県全域の幅広い県産品等の魅力を伝え、認知度向上を図る。		19,988	702,253
			うち一般財源 (千円)	19,988	140,898
令和6年度の取組内容	<ul style="list-style-type: none"> 島根県物産観光館改修工事 休館期間中の対応(休業補償、仮事務所の設置、仮店舗の設置) 駐車場用地の取得 アンテナショップ売上情報等収集分析システム構築 				
令和5年度に行った評価を踏まえて見直したこと	記載不要(監室に確認済)				
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		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	物産観光館入館者数【当該年度4月～3月】	目標値		-	-	-	660,000.0	400,000.0	人	単年度値
		実績値	657,087.0	360,119.0	414,402.0	631,389.0	620,782.0			
		達成率	-	#VALUE!	#VALUE!	#VALUE!	94.1	-		
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	記載不要(監室に確認済)
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> 平成4年の開館以降、30年以上が経過しており、施設の老朽化が進んでいる。 令和3年度に取得した旧松江名産センター部分との一体感がない。 来館者用駐車場が慢性的に不足している。 島根県物産観光館と日比谷しまね館での販売実績の一元的管理ができておらず、県内外の顧客ニーズが把握できていない。
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> 開館以降、大規模修繕が行われていない。 旧松江名産センターの取得後、内装のリニューアルが行われていない。 周辺に民間駐車場等はあるが、松江城等への観光客による利用が多い。また、館の第2駐車場は国から借用した土地であり、継続的に駐車場として使用できるかどうか不確定である。 島根県物産観光館と日比谷しまね館は別のレジシステムを利用しており、それぞれ別の管理がされている。
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> 島根県物産観光館の大規模改修を実施し、エスカレーター・エレベーター・空調などの更新を行う。 出入口の統一化や中央レジへの集中化など、旧松江名産センターとの一体的な運用ができるよう、改修を実施する。 第2駐車場として国から借用している土地について、継続的に駐車場として利用できるよう国から土地を取得する。 島根県物産観光館と日比谷しまね館における県産品の販売動向に関する情報を一元的に管理できるシステムを構築する。 リニューアル後の広報、キャンペーンを実施する。 <p>※本事業はR6限りの事業であるため、R6の事業内容を記載</p>