

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"> ・しまね県産品販売パートナー店との連携や営業代行等による食品製造事業者の販路拡大等への支援に取り組んだ結果、パートナー店やそれ以外の小売店舗における県産品の取扱額は増加しているが、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。 <p>②(伝統工芸の振興)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・R3年度に展示会等への出展経費に対する補助金を新設し、R4年度には補助率をアップ、下半期には、補助上限額を引き上げたため事業者の出展意欲が向上した。 ・一方で、補助金を利用し出展する事業者は限定的であったため、新たな事業者を掘り起こしていくことが課題である。 ・購買意欲の向上や担い手確保のPRに繋がる、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効果的な情報発信が十分でない。 <p>③(海外への販路開拓・拡大)</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、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個社支援などに取り組んだことにより、コロナ禍においても新たに輸出に取り組む企業、また輸出額を伸ばす企業が増加した。 ・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対して、それぞれの段階に応じた、きめ細かい支援を行っていくことが課題である。 |
| 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"> ・食品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、事業者のニーズに応じた展示商談会への出展支援により、販路開拓・拡大を図る。 <p>②(伝統工芸の振興)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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、業界が一体となった販路開拓、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の購入機会の効果的なPRなどの情報発信業務を一括して外部委託により実施する。 <p>③(海外への販路開拓・拡大)</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支援を行う。 ・ウィズコロナにおける食品輸出振興策として、海外向けネット販売や輸出商社と連携したテスト販売など、海外渡航を伴わない販路開拓・拡大支援に引き続き取り組む。また、渡航を伴う販路開拓・拡大活動についても増加を図っていく。 |

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。 | 36,773 | 64,835 | 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 | 144,362 | 117,818 | 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 | 13,450 | 10,202 | 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、特に加工食品製造業者) | 海外への販路の開拓・拡大 | 51,149 | 54,049 | 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 | 41,693 | 77,919 | 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 | | | | | | |

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4年度の実績額 | 令和5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5年度の取組内容 | 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)】 (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 | | | | |
| 令和4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ヒアリングを行った。 | | | | |
| 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 | 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 | | | | |
| | | 達成率 | — | 112.9 | 130.8 | 104.9 | — | — | % | |
| 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 | — | 22.0 | 44.0 | 65.0 | | | | |
| | | 達成率 | — | 28.3 | 28.3 | 29.2 | — | — | % | |
| 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2年度:1社 令和3年度:2社 令和4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4年度は県内事業者からの応募自体がなかった。 |
| 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4年度の実績額 | 令和5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。 | | 36,773 | 64,835 |
| | | | うち一般財源 (千円) | 15,601 | 28,305 |
| 令和5年度の取組内容 | | ・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 | | | |
| 令和4年度に行った評価を踏まえて見直したこと | | ・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 | 267.0 | 人 | 累計値 |
| | | 実績値 | (単年度59) | 44.0 | 129.0 | 264.0 | | | | |
| | | 達成率 | | — | 220.0 | 293.2 | 366.7 | — | — | % |
| 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 | | — | 2.0 | 301.2 | 1,358.9 | | | |
| | | 達成率 | | — | 20.0 | 1,204.8 | 2,717.8 | — | — | % |
| 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： 従業者数： 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、県産原材料調達額増は目標値を上回っている。 |
| 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もある一方、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。 |
| | 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。 ・製造ラインにおける製造工程等が非効率的な部分がある。 ・製造設備の老朽化や不足により、効率的な製造に支障がでている ・商品開発のノウハウが不足しており、効果的な商品改良・開発が進められない。 |
| | 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 ・県外への販路拡大、商品開発及び効率的な商品製造を行うための取組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 | | | | |
| | | 達成率 | - | 106.0 | 52.0 | 148.3 | - | | | |
| 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4年度の実績額 | 令和5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 | | 144,362 | 117,818 |
| | | | うち一般財源 (千円) | 144,362 | 117,818 |
| 令和5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 | | | |
| 令和4年度に行った評価を踏まえて見直したこと | | 県内の食品製造事業者及び工芸品製造事業者の販路拡大を支援するため、テレビやWEBなどのメディアを活用した県産品の情報発信や、移動販売車やECサイトを導入し、館内外での県産品の売上拡大、認知度向上の取組を拡充した。 | | | |
| 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 | | | | |
| | | 達成率 | - | #VALUE! | #VALUE! | #VALUE! | - | - | | |
| 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 | - | 112,000.0 | 130,788.0 | 159,540.0 | | | | |
| | | 達成率 | - | 57.5 | 73.1 | 69.1 | - | - | | |
| 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159,540千円(対昨年比+28,752千円、+116%) ・対面販売事業者数:延べ25事業者 ・外販(店舗外イベント等)売上:13,216千円 |
| 課題分析 | ① 課題 | 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 | 上記①(課題)が発生している原因 ・顧客ニーズの把握不足による、顧客が繰り返し来館したいと思う店舗作りができていないこと。 ・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。 |
| | ③ 方向性 | ・顧客アンケートを実施し、顧客ニーズの把握を行う。 ・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館内レイアウトにし、かつ季節毎の一押し商品を前面に出すなど、四季を感じさせるような商品展示を行う。 また、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(月8回程度)、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。 |

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4年度の実績額 | 令和5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 | | 13,450 | 10,202 |
| | | | うち一般財源 (千円) | 4,654 | 8,702 |
| 令和5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4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、販路開拓専門家の招聘を行う事業者への補助制度について一部内容を変更した補助対象経費からキャンセル料・PCR検査費用を削除、補助率の引き下げ、上限額・上限回数減少 | | | | |
| 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 | | | | |
| | | 達成率 | — | 100.0 | 50.0 | 50.0 | — | — | | |
| 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 | | <ul style="list-style-type: none"> 出展経費補助(R4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 R4年度実績 28事業者、90件 申請件数90件の内訳(R4年度途中から補助上限額アップ) 拡充前:52件、拡充後(10/11以降):38件 | | | | | | | | |

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"> コロナ禍により県内外の展示会等出展機会が減少する中、R3年度に開始した補助事業を今年度拡充(補助率のアップ)、年度途中でさらに拡充(補助上限額のアップ)したことで、事業者の出展意欲が向上 新規後継者はR3年度から横ばいで1名となった。 |
| 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 購買意欲の向上や、就業の場としてのPRに繋がる、工芸品、作り手、工芸品を取り巻く地域の魅力を伝える情報発信が不十分 |
| | ② 原因 | <ul style="list-style-type: none"> 上記①(課題)が発生している原因 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出展や営業活動が難しいケースが多い 補助事業のメリット、活用した事例などの情報が事業者十分に伝わっていないケースが多い 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 |
| | ③ 方向性 | <ul style="list-style-type: none"> 補助事業を更に活用してもらうため、島根県ふるさと伝統工芸品連絡協議会と連携して事業者へ情報提供し、事業者の掘り起こしを図る 展示会等への出展が難しい事業者の販売促進や後継者確保につなげるため、工芸品の魅力に加え、作り手、工芸品を取り巻く地域の魅力を伝えられるコンテンツ作成、SNS広告などにより情報発信を強化する |

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 | | 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) | 令和4年度の実績額 | 令和5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 | | 51,149 | 54,049 |
| | | | うち一般財源 (千円) | 41,500 | 39,358 |
| 令和5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4年度に行った評価を踏まえて見直したこと | 海外との往来が再開される状況を踏まえ、実地商談会の開催や展示会への出展を行うことにより意欲ある事業者の海外展開を支援していく。米国向けEC販売支援で得られた経験を活かし世界最大のEC市場である中国向けの販売を展開していく。 | | | | |
| 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 | | | | |
| | | 達成率 | — | 100.9 | 100.9 | 101.8 | — | — | % | |
| 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 | | | | |
| | | 達成率 | — | 112.9 | 130.8 | 104.9 | — | — | % | |
| KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実 | | ○令和4年度 しまね海外展開支援助成金実績 食品企業等採択件数15件(前年度7件) ○令和4年度 貿易投資相談実績 ジェトロ島根:59件(前年度115件)、 しまね産業振興財団:124件(前年度125件) ○令和4年度 ジェトロ島根の新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8社) ○令和4年 境港貿易実績 コンテナ貨物取扱本数:20,618本(前年21,853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 | 海外展開支援助成金、商談会開催(ウェブ開催含む)によるマッチング支援、各支援機関による伴走型個社支援等の取組の結果、輸出額は伸び、新たに輸出に取り組む企業も現れた。 |
| 課題分析 | ① 課題 | 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は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 ・海外展開について検討していない企業や、関心をもちながらも海外販路開拓・拡大には様々なリスクを伴うことから実際の取組を躊躇する企業が存在する。 |
| | 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・拡大に関心を持つ企業に対し、しまね産業振興財団・ジェトロ島根に加え商工団体とも連携し、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。 ・コロナ後における食品輸出支援策として、対面での商談機会の提供を増やし、また、渡航を伴う海外販路開拓・拡大活動のための支援を行う。 |

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4年度の実績額 | 令和5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 | | 41,693 | 77,919 |
| | | | うち一般財源 (千円) | 25,703 | 47,602 |
| 令和5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 | | | |
| 令和4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 | | | | |
| | | 達成率 | - | #VALUE! | 97.1 | 102.4 | - | - | | |
| 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 | | | | |
| | | 達成率 | - | 13.4 | 45.0 | 82.2 | - | - | | |
| KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実 | | ○R4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24回、参加事業者数延べ463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 6社、商談事業者数 延べ65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72事業者 県内:1回、出展者数 39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"> ・バイヤー招へいによる産地視察などの取組により、パートナー店における県産品の取扱額が増加した。 ・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。 |
| 課題分析 | ① 課題 | ・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。 |
| | ② 原因 | <ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍により、パートナー店等への訪問やバイヤー招聘による県内視察が中止となり、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。 ・事業者によってはターゲットとする来場者が少ない展示会もある。 |
| | 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 | | | | |
| | | 達成率 | - | 108.8 | 157.5 | 135.3 | - | | | |
| 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 | - | - | - | - | - | | | |