

施策評価シート

幹事部局

地域振興部

施策の名称	Ⅲ-3-(1) 稼げるまちづくり
施策の目的	地域の特産品の販路拡大や観光資源の活用などにより経済と人の流れを生み出し、稼げる地域をつくります。
施策の現状 に対する評価	<p>①(価値を生み出すまちづくり)</p> <ul style="list-style-type: none"> 豊かな自然環境や特徴ある資源を活用して商品化につなげるスモール・ビジネスの取組については、県の支援事業に参加し、地域の資源を活用した商品化に向けて積極的に取り組んだ事業者が、令和2年度からの累計で86事業者となった。一方で、特に中山間地域では規模が小さい事業者が多いことや、ビジネスに関する基礎知識が十分でないことなどから、事業開始までに時間を要していることが課題となっている。 マーケットインに基づく農産物の生産量・販売額の増加と、それに伴い新たな担い手が継続的に確保されるモデル産地(13産地)の創出に取り組み、令和2年度からの累計で33名の新規就農者を確保した。一方で、一部取組地域では、コロナ禍等により新規就農者確保に支障をきたしていることや、資材高騰等によりハード整備に遅れがあることが課題である。 食品製造事業者の県外への販路拡大については、コロナ禍による県外での展示会等の中止や、商品仕様等とバイヤーとの間のミスマッチなどにより、十分な成約に結びついていないことが課題である。 農林水産物・加工食品の輸出は、海外市場の需要の伸びにより、目標に対し約105%の実績を確保。 <p>②(人が訪れるまちづくり)</p> <ul style="list-style-type: none"> コロナ等により移り変わる旅行ニーズやトレンドに対応するコンテンツが提供できていないことが課題である。 自然公園等の遊歩道や案内看板の整備など、受入れ環境を整備したが、認知度の低さや、コロナ禍の影響等から、外国人訪問者は伸び悩んでいる。 県内は交通アクセスが不便である地域が多く、また、観光地・旅行商品をつくり、販売に繋げるノウハウ、仕組みが不十分であることが課題となっている。
今後の取組 の方向性	<p>①(価値を生み出すまちづくり)</p> <ul style="list-style-type: none"> スモール・ビジネスの取組においては、アドバイザー派遣に加えて、ビジネスの基礎を学べるオンライン講座等の機会を提供するほか、地域商品を取り扱う販売者と連携し、売れる商品づくりに向けた改善を行う。また、新商品開発や販路拡大等に向けた事業者間の連携を促す。 産地創生事業について、コロナ禍等により計画どおりに取組が進んでいない産地やモデル性の高い活動に取り組む産地を支援する新規メニュー(R5拡充)の活用により、継続して支援を行う。 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する。 <p>②(人が訪れるまちづくり)</p> <ul style="list-style-type: none"> ウィズコロナの状況下における新しい旅行ニーズやトレンドを把握し、魅力的な旅行商品づくりや情報発信の強化につなげる。 自然、文化歴史、伝統芸能、食、温泉など、メディアのニーズに応じた魅力的な観光素材の掘り起こしを行うほか、旅行商品として成立、定着が見込まれる新たなコンテンツや地域での取組について伴走型支援の強化を図る。 1次、2次交通を担う交通事業者が造成する周遊旅行商品の販売支援を行い、誘客を促進する。 自然を満喫するための遊歩道の再整備や、魅力的な体験プログラムの造成支援等を行う。

事務事業の一覧

施策の名称		Ⅲ-3-(1) 稼げるまちづくり				
	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	しまね関係人口・移住促進事業	地域への関わりを希望する者	島根に関わりたいと希望する人々を掘り起こし、県内での活躍の場を提供して、地域活性化への貢献や将来の移住につなげる。	55,560	76,061	しまね暮らし推進課
2	中山間地域総合対策推進事業(中山間地域の産業振興)	中山間地域においてスモール・ビジネスに取り組むまたは取り組もうとする事業者	スモール・ビジネスにおいて起業や創業、雇用創出を促進する	56,399	58,843	中山間地域・離島振興課
3	しまねの自然公園満喫プロジェクト推進事業	外国人利用者をはじめとした県内自然公園の利用者	県内の自然公園の活用を図り、外国人利用者をはじめとした公園利用者の増加を目指す	83,546	122,412	自然環境課
4	産地創生事業	農業者の組織する団体	マーケットインの考え方に基づく生産量・販売額の増加や新たな担い手が安定的に確保される産地構想の作成及び産地構想に基づくモデル産地の創出	72,395	170,000	産地支援課
5	「ご縁の国しまね」観光総合対策事業	観光ニーズを持つ県外在住者および県内の観光事業者	県外在住者:「ご縁」等の島根のイメージを発信することで、島根に興味を持ってもらい、来訪してもらう。 観光事業者:「ご縁」といった島根のイメージに沿うような観光商品や受入体制をつくる。	326,809	335,020	観光振興課
6	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
7	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
8	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
9	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
10	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
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

しまね暮らし推進課

事務事業の名称		しまね関係人口・移住促進事業			
目的	誰(何)を対象として	地域への関わりを希望する者	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	島根に関わりたいと希望する人々を掘り起こし、県内での活躍の場を提供して、地域活性化への貢献や将来の移住につなげる。		55,560	76,061
			うち一般財源 (千円)	47,181	42,668
令和5年度の取組内容		<ul style="list-style-type: none"> ・関係人口と地域をマッチングする関係人口マッチング・交流サイト「しまっち！」の運営 ・移住支援サテライト東京及び大阪ふるさと定住・雇用情報コーナーによるセミナー等の開催を通じた関係人口の掘り起こし ・都市部の大学と連携した島根の地域を学ぶ講座の開催、地域活動体験ツアーの実施 ・地域を対象とした研修の開催やアドバイザー派遣による、関係人口受入機運の醸成 ・県出身学生と島根とのつながりを創出・維持するための情報発信やイベント等の開催 			
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"> ・関係人口セミナー受講者等についてイベントへの参画や関係人口登録により島根への関わりを深める ・地域の気運醸成のための研修を市町村と合同で開催 			
1	上位の施策	Ⅳ-2-(4) 関係人口の拡大	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	しまこアカデミー受講者数【当該年度4月～3月】	目標値		214.0	259.0	304.0	349.0	394.0	人	累計値
		実績値	176.0	218.0	258.0	299.0				
		達成率	—	101.9	99.7	98.4	—	—	%	
2	移住支援東京拠点等での関係人口拡大セミナー累計受講者数【当該年度4月～3月】	目標値		231.0	940.0	1,290.0	1,640.0	1,990.0	人	累計値
		実績値	190.0	697.0	1,162.0	1,657.0				
		達成率	—	301.8	123.7	128.5	—	—	%	
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"> ・「しまっち」掲載プログラム 97件 ・関係人口登録 302名 ・しまね田舎ツーリズム実践者数は、R2年度131件、R3年度148件、R4年度159件と推移 								

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	<ul style="list-style-type: none"> ・しまねに関わりたいと希望する人の掘り起こしを行う、東京拠点等での関係人口拡大セミナーやしまこ受講者は増加している。 ・「しまっち！」によるマッチングは順調に進んでいる。
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> ・掘り起こした関係人口に対して、島根と関わる機会が十分に提供できていない。 ・地域の関係人口を受け入れる機運の醸成やプログラムの作成が十分進んでいない。
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> ・セミナー等で掘り起こした関係人口のニーズに沿ったプログラムを用意できていない。 ・地域に対して、関係人口を受け入れることのメリットが示せていない。
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・関係人口セミナー受講者等向けに島根の地域で活動できるプログラムを用意するなど、関係人口の地域づくりへの参画や将来的な移住につなげていく視点での取組を進める。 ・東京イベントへの参画及び「しまっち！」登録促進や関係人口ツアー等の実施により島根県との関わりをより深化する。 ・マッチング後に関係人口が継続して関わるよう、ニーズの把握等を進めて地域活動へ参加してもらう仕組みづくりを進める。 ・関係人口と地域の関係性の維持・深化に向けた支援を検討・実施し、「しまっち！」への掲載を進める。 ・関わりを深めた方の中で将来的な移住に関心がある層については、しまね登録を案内するなど、必要な情報を随時提供する。

事務事業評価シート

1 事務事業の概要

担当課

中山間地域・離島振興課

事務事業の名称		中山間地域総合対策推進事業(中山間地域の産業振興)			
目的	誰(何)を対象として	中山間地域においてスモール・ビジネスに取り組むまたは取り組もうとする事業者	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	スモール・ビジネスにおいて起業や創業、雇用創出を促進する		56,399	58,843
			うち一般財源 (千円)	56,399	58,843
令和5年度の取組内容	<ul style="list-style-type: none"> ・専門家による経営指導や売れる商品・サービスづくりの支援を実施 ・専門的な講座や個別の課題に対する支援を実施 ・商品力向上の取組や商品力のあるものの認知度向上の取組に係る経費を支援 ・地域産品の開発など産直市等の地域商社としての機能を強化する取組等を支援 				
令和4年度に行った評価を踏まえて見直した点	<ul style="list-style-type: none"> ・事業者間の連携により、新商品の開発や販路拡大、ビジネスへの意欲向上を図るため、情報交換会を開催 ・地域商品を取り扱う販売者と連携し、売れる商品づくりに向けた改善等を行うため、支援事業者を対象に県内2箇所の道の駅でテストマーケティングを実施 				
1	上位の施策	Ⅲ-3-3(1) 稼げるまちづくり	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	地域の資源を活用した商品化に向けて積極的に取り組む事業者数【当該年度4月～3月】	目標値		36.0	36.0	36.0	36.0	36.0	事業者	単年度 値
		実績値		-	31.0	28.0	27.0			
		達成率		-	86.2	77.8	75.0	-		
2	スモール・ビジネスの事業を開始する事業者数【当該年度4月～3月】	目標値		0.0	20.0	20.0	20.0	20.0	事業者	単年度 値
		実績値		-	-	22.0	18.0			
		達成率		-	-	110.0	90.0	-		
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	<ul style="list-style-type: none"> ・専門家を派遣するアドバイザー派遣事業には18事業者が参加(うち、12事業者が商品化に向けて積極的に取組) ・事業に参加しなくても気軽に相談できる「オンライン相談会」を随時開催 ・育成支援講座(本土版、隠岐版)に18事業者が参加(うち、15事業者が商品化に向けて積極的に取組) ・育成支援補助金への申請は8件、うち5事業者に交付
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> ・事業の開始や当初目標達成までに時間を要している事例がある ・商品、サービスづくりが完成しても、販路が広がらない、また、販売が伸び悩むことがある ・アドバイザー派遣、育成支援講座への参加者が減少傾向にある
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> ・スモール・ビジネスに取り組む事業者のビジネスに関する基礎知識が不足していることがある ・事業者によっては、販売可能なチャネルが少なく、販路拡大のための営業力や販売のノウハウが不足している ・アドバイザー派遣、育成支援講座といったスモール・ビジネス育成支援事業の流れ、支援体制等の内容が、事業者等に十分に理解されておらず、また、情報が届いていない可能性がある
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・支援対象事業者の進捗状況や課題に応じて支援内容をわかりやすく整理する ・ビジネスの基礎知識を補い効果的な支援に繋がるツール(オンライン講座等)の充実を図る ・新商品の開発や販路拡大、ビジネスへの意欲向上を図るため、情報交換会の開催等により事業者間の連携を促す ・地域商品を取り扱う販売者と連携し、売れる商品づくりに向けた改善等を行う ・県情報誌等を活用した情報発信に加え、気軽に相談できるオンライン相談会などの機会を引き続き提供する

事務事業評価シート

1 事務事業の概要

担当課

自然環境課

事務事業の名称		しまねの自然公園満喫プロジェクト推進事業				
目的	誰(何)を対象として	外国人利用者をはじめとした県内自然公園の利用者	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	県内の自然公園の活用を図り、外国人利用者をはじめとした公園利用者の増加を目指す		83,546	122,412	
			うち一般財源 (千円)	26,220	57,687	
令和5年度の取組内容	<ul style="list-style-type: none"> ・県内の自然公園への誘客促進に向け、自然公園を活用した体験プログラムの開発やガイド養成など、民間事業者等の取組を支援 ・国立公園などの県内自然公園への誘客を目的とした、デジタルマーケティングによる国内外へのプロモーション ・自然公園の魅力発信のため、県内自然公園の紹介動画の作成及びHPによる発信と、広域モニターツアーによる体験メニュー化の支援 ・受入環境の向上のため、国立公園内の遊歩道や標識等の再整備、景観阻害する樹木の伐採 					
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"> ・自然公園を活用した誘客促進補助金の補助対象に個人の取組を追加 ・リマーケティングリストを活用したデジタルマーケティングにより、より自然に関心のある層へアフターコロナを見据えたプロモーションを展開 					
1	上位の施策	Ⅵ-4-(1) 豊かな自然環境の保全と活用	3	上位の施策	Ⅲ-2-(2) 世界に誇る地域資源の活用	
2	上位の施策	Ⅰ-2-(2) 観光の振興	4	上位の施策	Ⅲ-3-(1) 稼げるまちづくり	

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	大山隠岐国立公園関係市町村及び周辺宿泊拠点の外国人宿泊者推計【前年度1月～当該年度12月】	目標値		61,000.0	21,000.0	40,000.0	65,000.0	85,000.0	人	単年度 値
		実績値	64,997.0	7,589.0	3,306.0	(R5.10予定)				
		達成率	—	12.5	15.8	—	—	—		
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"> ・大山隠岐国立公園の区域が含まれる市町村内の宿泊者数を環境省が推計 ・環境省の数値から関係市町村(松江市、出雲市、大田市、美郷町、飯南町、隠岐の島町、海士町、西ノ島町、知夫村)と島根県東部(安来市、雲南市、奥出雲町)の宿泊者数を推計 (過去の推計数値 H28 35,761人、H29 37,043人、H30 47,470人、R元 64,997人、R2 7,589人、R3 3,306人) ・令和4年島根県観光動態調査結果の外国人宿泊客延べ数は、9,883人(前年と比べ7.2%増加) 								

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"> ・自然公園を活用した体験プログラムの開発やガイド養成などの取組を支援する補助金の公募を実施し、11事業を採択した ・自然公園等の遊歩道や案内看板の整備を実施し、受入環境の向上が進んでいる ・自然公園の魅力ある情報を掲載するため、ホームページの改修を行った ・国立公園などの豊かな自然を活用した体験ツアーのPRと旅行商品造成により誘客促進を図るため、旅行事業者を対象としたモニターツアーを行い、ツアー実施などの成果がでている
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> ・地域で行われる自然体験プログラムが誘客になかなか結びついていない ・県内の自然公園の認知度が低い ・一部の地域では回復が見られるものの、新型コロナウイルス感染症による影響で来訪者は伸び悩んでいる
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> ・取組を支援する補助金の情報が、対象となる事業者等に広く認識されていない ・魅力的な体験プログラム造成が進んでおらず、また来訪者が長期滞在して楽しめるメニューが少ない ・自然体験に興味があるターゲットに情報が届いていない
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・ウィズコロナを前提とした、商品の磨き上げや販売促進等、民間団体の取組を誘客につなげていくため、関係機関と連携し、補助金による支援を推進する ・自然公園の効果的なPRや広報を行い、国内外への情報発信を強化する ・補助金事業で採択する事業を増やし、体験プログラムの選択肢を充実させる

事務事業評価シート

1 事務事業の概要

担当課

産地支援課

事務事業の名称		産地創生事業				
目的	誰(何)を対象として	農業者の組織する団体	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	マーケットインの考え方に基づく生産量・販売額の増加や新たな担い手が安定的に確保される産地構想の作成及び産地構想に基づくモデル産地の創出		72,395	170,000	
			うち一般財源 (千円)	70,895	160,000	
令和5年度の取組内容		・マーケットインの考え方に基づく生産量・販売額の増加や新たな担い手が安定的に確保される産地構想の作成を支援 ・新規の事業メニューを活用した産地構想に基づくモデル産地の創出支援				
令和4年度に行った評価を踏まえて見直したこと		・コロナ感染症拡大等により新規就農者確保に支障をきたしていることや資材高騰等によりハード整備の遅れがある一方、さらに発展したモデル性の高い活動に取り組む産地があることから、R5からは延長型・発展的更新型メニューを拡充して継続支援を実施することとした。				
1	上位の施策	I-1-1(1) 農業の振興	3	上位の施策		
2	上位の施策	III-3-1(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	産地創生事業(R2~6年度)による新規就農者数(R2年度からの累計)【当該年度4月~3月】	目標値						60.0	人	累計値
		実績値	-	10.0	18.0	33.0				
		達成率	-	-	-	-	-	-	%	
2	産地創生事業(R2~6年度)による生産・販売拡大目標の達成率【R7年3月】	目標値						80.0	%	累計値
		実績値	-	62.5	45.4	46.2				
		達成率	-	#VALUE!	#VALUE!	#VALUE!	-	-	%	
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		令和4年度の認定新規就農者数40人								

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	・産地創生事業によって就農した新規就農者は33名、また、現在就農に向け研修中の研修生は25名。 ・実行支援事業を実施した11産地のうち、事業の活用により販売額が前年より増加した産地は6産地。
課題分析	① 課題	・産地構想で計画し、達成に向けて意欲的な取組が行われている産地がある一方、一部の産地では新規就農者の確保や産地の規模拡大、販売が計画どおりに進んでいない。
	② 原因	・取組が遅れている産地では、生産者の合意形成が不十分のため計画的な生産拡大が進んでいない。また、新規就農者の受け入れ等担い手を支援する体制が不十分である。 ・コロナ感染症拡大により県外との往来が制限され活動に影響を及ぼした。 ・ウクライナ情勢等による資材高騰により、一部で計画したハード整備の遅れがみられている。
	③ 方向性	・取組が進んでいない産地やモデル性の高い活動に取り組む産地を支援する新規メニュー(R5拡充)の活用により、継続して支援を行う。 ・取組が遅れている産地では、県(産地支援課、所管農業部)がより主体的に産地育成に関与することで産地の取組をより加速させる。具体的には、四半期毎の進捗管理により計画の遅延状況把握とその原因を究明し、随時、計画の見直しを事業実施主体に指導していく。

事務事業評価シート

1 事務事業の概要

担当課	観光振興課
-----	-------

事務事業の名称		「ご縁の国しまね」観光総合対策事業			
目的	誰(何)を対象として	観光ニーズを持つ県外在住者および県内の観光事業者	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	県外在住者:「ご縁」等の島根のイメージを発信することで、島根に興味を持ってもらい、来訪してもらう。 観光事業者:「ご縁」といった島根のイメージに沿うような観光商品や受入体制をつくる。		うち一般財源 (千円)	326,809
令和5年度の取組内容		<ul style="list-style-type: none"> ・メディアリレーションによる各種メディアでの露出拡大 ・フィルムコミッションによるメディア取材の誘致 ・歴史文化をテーマとしたセミナー等の開催 ・観光キャラクター「しまねっこ」を活用した情報発信 ・出雲、石見、隠岐の圏域ごとの観光素材を活用した着地型旅行商品の造成 ・県内への教育旅行やワーケーションの誘致 			
令和4年度に行った評価を踏まえて見直した点		<ul style="list-style-type: none"> ・日比谷しまね館を活用し、戦略的・積極的なメディア営業活動を強化 ・「歴史・文化」「伝統・芸能」「自然」を活用した観光コンテンツ造成を支援するため「魅力ある観光地域づくり支援事業」を新設 ・コロナ禍で伸びている市場である「ワーケーション」のモデル構築支援 			
1	上位の施策	I-2-2(2) 観光の振興	3	上位の施策	III-2-2(2) 世界に誇る地域資源の活用
2	上位の施策	III-3-1(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	観光入込客延べ数【前年度1月～当該年度12月】	目標値		32,800.0	24,664.0	29,182.0	33,700.0	34,000.0	千人	単年度値
		実績値	32,990.0	21,318.0	20,842.0	25,950.0				
		達成率	—	65.0	84.6	89.0	—	—		
2	宿泊客延べ数【前年度1月～当該年度12月】	目標値		3,730.0	2,978.0	3,399.0	3,820.0	3,850.0	千人	単年度値
		実績値	3,782.0	2,424.0	2,628.0	3,113.0				
		達成率	—	65.0	88.3	91.6	—	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		観光総合支援事業補助金 採択事業数 R2:11件/R3:5件/R4:3件 周遊バス運行 R2:4コース/R3:4コース/R4:2コース 観光コーディネーター支援対象団体 R1:4団体/R2:1団体/R3:1団体(R3年度で事業終了) しまねの観光認知度調査 ①旅行意向割合 R5年3月:64.3% R4年3月:66.1% ②ご縁の国しまね認知度 R5年3月:14.1% R4年3月:14.9%								

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"> ・パブリシティによる露出件数:R4年度 746件(テレビ:7件、雑誌:9件、WEB:730件) ※R3年度 287件 ・しまねっこのSNS(ツイッター、インスタグラム等)を活用したキャンペーンや動画作成等、情報発信を強化 ・歴史文化をテーマとしたセミナーの実施(参加者:東京47名、大阪50名(オンライン1,597名)) ・「魅力ある観光地域づくり支援事業」により「歴史・文化」「伝統・芸能」「自然」を活用した観光コンテンツ造成を支援 ・観光コーディネーターの配置など、地域DMO体制移行に向けた支援を実施 ・教育旅行の誘致:58件(うち全国旅行支援等25件) ※その他コロナによる中止等8件
課題分析	①課題	<ul style="list-style-type: none"> ・「ご縁の国しまね」の認知度と来訪意欲の低下 ・観光プロモーションのテーマである「ご縁」等を体感できる観光地・観光商品が少なく、認知も低い ・個人旅行者の交通アクセスが不便 ・石見・隠岐地域への県外からの誘客ルートや、県東部と繋がる周遊ルートが未整備
	②原因	<ul style="list-style-type: none"> ・認知度向上に効果的であるテレビへの露出が少ない ・ターゲットに訴求力のあるメディアのニーズに応じた情報を十分に届けられていない ・観光地・観光商品をつくり、それらを磨き上げ販売に繋げるノウハウ、仕組みが不十分 ・移り変わる旅行者ニーズ、トレンドに対応するコンテンツが提供できていない ・来県する一次交通、観光地の周遊に利用する二次交通ともに不便
	③方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・テレビへの露出拡大を見据え、日比谷しまね館を活用し、各メディアへの戦略的な営業活動を展開 ・島根県の強みである自然、文化歴史、伝統芸能、食、温泉等メディアのニーズに応じた観光素材の掘り起こし、情報収集の強化 ・旅行商品として成立、定着が見込まれる新たなコンテンツや地域での取組の掘り起こしと伴走型支援の強化 ・石見・隠岐地域(世界遺産、日本遺産、隠岐ジオパーク等)の特色ある観光資源を活用した旅行商品づくりや情報発信の強化 ・ウィズコロナの状況下における新しい旅行ニーズ・トレンドの把握 ・一次交通、二次交通を担う交通機関が造成する旅行商品の販売支援(デジタル活用を含む)

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		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	「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 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	上記②(原因)の解決・改善に向けた見直し等の方向性 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には十分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		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	-	-	-	-	-			