

事務事業評価シート

評価実施年度：平成29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 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
	(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	<p>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。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・食の総合ポータルサイト「しまねのおいしい食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、飲食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				
			達成率	-	93.2	-	-	-	
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				
			達成率	-	98.9	-	-	-	

3. 事業費

	前年度実績	今年度計画
事業費(b)(千円)	8,173	10,000
うち一般財源(千円)	8,173	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	③改善策を検討中
---------------------	----------

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)

- ・県産品を優先的に購入するために必要なこと 情報発信32%、直売所等の増設や品揃え充実49.5%、県産品が食べられる飲食店の拡大23.6%(25年調査)
- ・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%) 来客数の確保(31/42%) (28/25年調査)
- ・宿泊事業者への産地ツアー等の取組みにより、新たに食材を利用開始した宿泊施設、飲食店：10店舗(28年度)
- ・観光客が改善してほしい点：③地元ならではのグルメ(7.2% 28年度観光振興課「しまねの観光認知度調査」)

6. 成果があったこと(改善されたこと)

- ・食の総合ポータルサイトを本格的にスタートさせ、アクセス数は当該年の目標は概ね達成した。また、県産品を優先的に購入する意識が「強くある」県民の割合も当該年の目標は概ね達成した。
- ・目標をもって地産地消に取り組む量販店が拡大した。
- ・宿泊施設、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」

- ・県産品を購入する意識が高まりつつあるが低いとは言えない。
- ・直売所では、品揃え、会員、来客数が十分確保できていない。
- ・学校給食では県産品の利用割合が前年度を下回った。給食施設の集約化・大型化に伴い、供給する生鮮品の規格統一化や安定供給、1次加工品等への対応が不十分である。
- ・宿泊施設、飲食店等における島根産品の利用拡大が不十分である。

②困っている状況が発生している「原因」

- ・食に関する情報が十分に届いていない、県産品を提供する場が十分ではない。
- ・直売所では、出荷者が高齢化によりリタイヤする中、新たな出荷者の確保が不十分。このため、品揃えの充実や来客数増加につながる店づくりが難しくなっている。
- ・給食では、地元産品の利用拡大に向けて生産者等と給食施設が一体となって取組む体制が不十分なため、組織的な対応に限界がある。
- ・宿泊施設、飲食店等での県産品の積極的な使用は、コストが増嵩することや量が確保しにくいこと等から限界があると聞いている。

③原因を解消するための「課題」

- ・ポータルサイトのさらなる認知度向上と魅力ある食の情報発信。消費者が県産品を利用できる場の充実。
- ・直売所では、新たな出荷者の確保や来客数の拡大に繋がる店舗の魅力向上。
- ・給食では、生産者等と給食施設が一体となった組織体制づくりと供給体制の強化。
- ・宿泊施設、飲食店等において、観光客等に価格が高くても価値で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)

- (情報発信) ポータルサイトについて、アクセスしやすい環境づくりを行うとともにコンテンツの充実等により発信力を強化する。
- (利用拡大) あらゆる場面で県産品の利用促進を図る。直売所では、新たな出荷者の掘り起こしと品揃えの充実、多様な顧客ニーズへの対応等による来客数確保に繋がる魅力ある店づくりを促進する。給食では、関係者間の課題、情報共有を進め、生産者等と給食施設側が一体となった組織体制づくりを推進するとともに、直売所のもつ地元食材集荷機能を活用した供給体制の強化を促進する。
- (観光活用) 宿泊施設、飲食店等において、観光客等に評価される地元ならではの魅力あるレシピ作りやメニュー提供等を推進する。

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				%
			達成率	—	97.4	—	—	—	
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				%
			達成率	—	91.9	—	—	—	
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					%
			達成率	—	—	—	—	—	
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舗数の累計数	実績値	174.0	175.0				%
			達成率	—	97.8	—	—	—	
7	指標名	県産食材の利用拡大の取組みを実施した店舗数	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				%
			達成率	—	108.7	—	—	—	
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				%
			達成率	—	82.4	—	—	—	
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				%
			達成率	—	88.5	—	—	—	
10	指標名		目標値						
			取組目標値						
	式・定義		実績値						%
			達成率	—	—	—	—	—	