

事務事業評価シート

評価実施年度：平成30年度

上位の施策名称 施策I-2-1
売れる農林水産品・加工品づくり

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長 福岡 直 電話番号 0852-22-6858

事務事業の名称	島根型6次産業推進事業	
目的	(1) 対象	県内の市町村、農林漁業者、民間事業者、団体等
	(2) 意図	島根県の豊富な地域資源を活用し、1次産業から3次産業の多様な事業者が連携して取り組む6次産業を支援し、市町村を中心とした広がりのある6次産業の展開等を促進することで、事業者の所得向上や地域の雇用拡大を図る。
事業概要	○島根型6次産業推進事業補助金（新しまろく事業補助金） ①事業者連携型 ソフト1/2以内 3,000千円、ハード1/3以内 7,000千円 ②市町村戦略型 ソフト2/3以内 5,000千円、ハード1/2以内 10,000千円 ○島根県6次産業化アドバイザー派遣事業 多様な6次産業化に取り組む農林漁業者等に対し、加工品等の商品開発、流通販売等に係る指導・助言を行う専門家の派遣にかかる経費を支援助成（1事業者1テーマあたり3回まで派遣支援）	

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	多様な事業者が連携した6次産業化に取り組む事業体数	目標値	(16.0)	35.0	70.0	105.0	139.0	件
	式・定義	国事業実施事業体数15：ソフト事業体数5（ハード事業の半数）、ハード事業体数10（H27～H31：各2） 事業実施事業体数140：ソフト、ハード事業体H27：20、H28～H31：各30 合計155事業体増	実績値	(16.0)	27.0	48.0			
			達成率	100.0	77.2	68.6	-	-	
2	指標名	多様な事業者が連携した6次産業化の取組みによる新規雇用者数	目標値	(16.0)	21.0	42.0	63.0	84.0	人
	式・定義	国ハード事業事業体数（H27～H31：各2）において各雇用3名増 県ハード事業事業体数（H27：10、H28～H31：各15）において各雇用1名増 合計100名増	実績値	(13.0)	53.0	127.0			
			達成率	81.3	252.4	302.4	-	-	

3. 事業費

	前年度実績	今年度計画
事業費(b) (千円)	78,735	98,893
うち一般財源(千円)	52,611	49,447

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）

○6次産業化・地産地消法に基づく総合化事業計画 H29年度認定1件 合計16件（全国で下から2番目）
 ○H26～28年度の事業採択事業者42事業者のうち売上高または営業利益目標のいずれか、その両方を達成した事業者は52%（事業主体別）・1次事業者主体 36% ・2次、3次事業者主体 64% ・その他（市町村、協議会等） 44%
 ○6次産業化市町村戦略の策定済み 10市町村

6. 成果があったこと（改善されたこと）

1. H29年度に74人が新規に雇用された。
 新たなビジネスの立ち上がりとなった4事業者はそれぞれ10人程度新規雇用しており、雇用拡大に大きく繋がった。
 2. 2次、3次主導の取り組みについては、生産拡大やコスト削減が図られ、利益の向上に繋がったものが多い。また、それによって連携した1次事業者の販路拡大に繋がった事例がある。
 3. 市町村戦略型により、多様な事業者が関わった広がりのある6次産業の取り組みに繋がった。

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」

○農林水産漁業者（1次事業者）が主導した取り組みでは、商品力が弱く販売が伸び悩んでいる。
 ○食品製造業者（2次事業者）は、地元で生産された原料を活用した商品開発、販路拡大を進めたいが、安定的な原料の確保に苦慮している。
 ○6次産業化の取り組みが、1次の所得向上、生産拡大に思うように繋がっていない。
 ○市町村が主導した場合、取り組みが総花的になりがちで、所得向上や産地の拡大にうまくつなげられていない。
 ○6次産業化についての理解が不足しており取り組むことが難しい。

②困っている状況が発生している「原因」

○マーケットインの視点に立った商品開発のコンセプト（誰に、どんな商品を、いくらで、どのように売るか）づくりが不十分。また、試験販売等を踏まえてコンセプトを練り直す機会を持っていない。
 ○2次を支援する商工団体と1次を支援するJAの連携が弱く、状況や問題意識を共有できない。
 ○2次が粗利を確保できていないために、1次からの仕入れ価格の向上に繋がりにくく、1次がモチベーションをもって生産に取り組めない。
 ○市町村が取り組む場合、事業の主体性、役割分担、経営責任が不明瞭。
 ○6次産業化の周知不足と、取り組むにあたって事業計画策定を支援する経営視点の専門家がいない。

③原因を解消するための「課題」

○商品コンセプトづくりを学ぶ場、試験販売等の消費者ニーズを実感してコンセプトづくりや見直しに活かす場や適切な販売チャネル、売価・粗利設定のための経営の視点の専門家の支援が必要。
 ○付加価値ある商品を作るために1次、2次、3次のしっかりとした連携が必要。
 ○2次が県内産の原料調達に踏み切るための、1次が原料生産に踏み切るためのリスク軽減対策が必要。
 ○1次と2次が情報を共有し、マッチング、連携を深めるための場づくりが必要。
 ○6次産業化の取り組みについての普及啓発と事業計画の策定等への専門家の支援が必要。

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）

○産地の維持や、新産地の育成、農業経営の発展に繋がる取り組みを育成していく。
 ○事業申請、遂行にあたり、支援機関との連携強化、効果的なアドバイザーの派遣などによりサポート、フォローアップを強化する。
 ○6次産業化に取り組んだ事例を紹介する機会を設け、事業趣旨の理解と掘り起こしを進める。
 ※2次が県内の1次と連携した商品づくりを行うことが商品力アップ、経営力アップに繋がる事例。
 ※特に、1次と2次の連携による商品づくり、産地づくりの掘り起こしとなるように仕掛けていく。
 ※原料生産の支援については農林水産部他課の支援策とも連携。
 ○商品コンセプトづくりから試験販売など一連を支援する場をつくる。
 ※課内のツールの活用（パートナー店、講座、モニタリング）
 ○6次産業化推進協議会の場の活用や、地域での情報共有の場づくり、きっかけづくり。