

## 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>(地域に根ざした産業づくり)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>食品製造事業者に対し、新商品開発や生産性向上、製造施設整備等の支援を実施し、販路拡大や生産増大の成果も見られたが、令和元年度より取り組んだ事業であることから、全社的な経営基盤強化や地域経済への波及効果までには至っていない。</li><li>また、事業者の海外販路の拡大を進めるために、事業者間の連携促進や県産品の認知度向上などに取り組んだ結果、一部に大きく輸出額を伸ばす企業も見られた。</li><li>伝統工芸の魅力が消費者や後継者となり得る若い世代に十分に伝わっていない。</li></ul> <p>(売れる農産物づくり)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>農産物生産者の多くは売れる市場ニーズの情報収集や営業力、市場流通以外の物流方法・コストについて課題を抱えている。</li></ul> <p>(前年度の評価後に見直した点)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>将来の後継者となり得る若い世代などに県内若手工芸作家を作品とともに紹介する冊子を作成した。</li></ul>
今後の取組 の方向性	<p>(地域に根ざした産業づくり)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>商工団体や市町村と連携して、食品製造事業者の経営課題解決や販路開拓、域内取引の拡大を継続的に支援し、全県に地域経済を牽引する中核的な事業者を育成する。</li><li>商工会議所や商工会等の支援機関と連携して、経営課題の抽出から解決までを伴走支援し、地域経済を牽引する食品製造事業者を県内全域に育成していく。</li><li>また、海外で稼ぐ事業者が増えるよう、事業者の取組段階に応じてきめ細やかな支援や、EC販売等の新規商流の構築支援や県産品の認知度向上の取組に力を入れる。</li><li>伝統工芸の魅力を「日比谷しまね館」等を活用しながら広く発信するとともに、後継者の育成を支援する。</li></ul> <p>(売れる農産物づくり)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>農産物の生産者に対して、パートナー企業から消費者ニーズを提供することで付加価値の高い農産物づくりに繋げる。</li><li>現状の県内物流網を把握し、県内物流事業者やその機能を担う地域商社等と連携した、地域内集荷・集約・共同物流の検証を行う。</li></ul>



## 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
-------	------------------------

No.	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	しまねの食ご縁づくり事業	農林水産事業者	マーケットインの視点で有機農産物や美味しまね認証等の特色ある農林水産物の生産と販売を強化	15,343	29,149	産地支援課
2	食品産業輸出向け施設整備事業	県内の食品製造事業者	販路の一つとして海外販路の拡大	0	248,981	しまねブランド推進課
3	強しなやかな食品産業づくり事業	・県内食品製造事業者及び生産者	・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。	85,889	113,100	しまねブランド推進課
4	しまね食品等輸出促進対策事業	県産農林水産物の生産者	販路の一つとして海外販路の拡大	15,748	2,500	しまねブランド推進課
5	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品事業者	島根県産品の認知度向上、県外での販路拡大	0	111,952	しまねブランド推進課
6	未来へつなぐ工芸品総合振興事業	伝統工芸品事業者	伝統工芸に係る販路拡大及び後継者育成	0	12,716	しまねブランド推進課
7	海外展開促進支援事業	県内企業(全ジャンル、特に加工食品製造業者)	売上拡大を目指した販路の多チャンネル化のための販路の一つとしての海外販路の拡大	34,827	63,837	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						
26						
27						
28						
29						
30						

## 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		しまねの食ご縁づくり事業			
目的	誰(何)を対象として	農林水産事業者	事業費 (千円)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	マーケットインの視点で有機農産物や美味しまね認証等の特色ある農林水産物の生産と販売を強化		15,343	29,149
今年度の取組内容	<p>○県内事業者のマーケットイン手法導入支援 県とパートナー企業、パートナー店の協力を得ながら、マーケットインの手法を導入することで、商品開発力や営業力等の向上を図り、県産品の販路拡大を図る。</p> <p>○農林水産物のマーケットニーズのフィードバック支援 特に有機農業や美味しまね認証を対象に、売れる農林水産品づくりや営業力向上のスキルアップ講座等を実施し、農林水産事業者の売上げ拡大や所得向上につながる取組を支援。</p>				
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと	<p>○パートナー店を県産品の販売や広告の拠点、あるいは消費者ニーズを事業者へ提供し、付加価値の高い商品開発に繋がる助言等を行う存在として位置づけ。</p> <p>○売れる農林水産品作りに向けた販売戦略づくりや販路拡大など総合的に支援。</p>				
1	上位の施策	I-1-(1) 農業の振興	3	上位の施策	III-3-(1) 稼げるまちづくり
2	上位の施策	I-2-(3) 地域資源を活かした産業の振興	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	販売額1,000万円以上の中核的経営体の育成数【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		—						
		達成率		—	—	—	—	—		
2	しまね県産品販売パートナー店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		1,454.0	1,498.0	1,543.0	1,589.0	1,637.0	百万円	単年度値
		実績値	1,221.1							
		達成率	—	—	—	—	—	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		<p>R1年度実績</p> <p>○島根県農林水産業パートナーシップ協定(パートナー企業) 1社</p> <p>○しまね県産品パートナー店 33社</p> <p>○パートナー企業等でのフェア開催実績は、開催回数42回、参加事業者数(延べ)750事業者</p> <p>○パートナー企業等を招聘した県内産地視察・商談会実施回数 10回、商談事業者数 延100社、商談件数 100件</p>								

## 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	<p>・パートナー企業等の島根フェア開催等により、美味しまね認証産品等の県産品の取扱が拡大している。</p> <p>・パートナー企業等からの助言等により、生産者側に売れる産品づくりへの意識が醸成されつつある。</p>
課題分析	① 課題	<p>ア)販路拡大に取り組む意欲があっても、市場ニーズの情報収集や営業力強化が困難な生産者が多い。</p> <p>イ)多くの生産者において、市場流通以外の販路拡大にあたって物流方法、物流コスト高の問題を抱えている。</p> <p>ウ)農林水産物がマーケットインの視点で生産されていない。</p>
	② 原因	<p>ア)消費者ニーズ等の把握が不十分で販路や付加価値の高い商品開発への支援が不足している。</p> <p>イ)JA系物流以外の共同物流網、集出荷体制が構築されておらず、宅配便を活用せざるを得ない。</p> <p>ウ)生産者自らが有利販売につながる販売戦略を検討する機会、マーケット側から助言を受けられる機会が不足している。</p>
	③ 方向性	<p>ア)パートナー企業を美味しまね認証品、有機農産物等の県外販路拡大の拠点とし、パートナー企業側から消費者ニーズを生産者に提供し、付加価値の高い農産品づくりに繋がる助言等を行う存在として位置づける。</p> <p>イ)現状の県内物流網を把握し、県内物流事業者やその機能を担う地域商社等と連携した、地域内集荷・集約・共同物流の検証を行う。</p> <p>ウ)売れる農林水産品作りに向けた販売戦略づくりや販路拡大など総合的に支援する。</p>

# 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)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	販路の一つとして海外販路の拡大		0	248,981
今年度の取組内容	商家や顧客から輸出向けにHACCP等の衛生管理基準を求められ、輸出をする上でネックになっている食品事業者に対し、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】 (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 (1)+(2)事業費上限1,000百万円 下限10百万円 負担割合 国1/2 事業者1/2				
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと					
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	1,550.0	1,600.0	1,650.0	百万円	単年度値
		実績値	1,487.9							
		達成率	—	—	—	—	—	—		
2	販売額1,000万円以上の中核的経営体の育成数【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	—	—	—	—	—	—		
		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	5社から申請の希望がありヒアリングを行ったが、事業計画の精度が低い申請や、施設導入が間に合わない申請があったため、各社に事業の趣旨を説明・議論した結果、1社のみ申請することになった。 申請した1社については、国の採択を受けることができず、本事業の利用は無かった。
課題分析	① 課題	事業計画の精度が低く、客観的な評価が低くなる。
	② 原因	上記①(課題)が発生している原因 各社、輸出拡大についての課題が明確に出来ていない。海外市場での自社製品の強みと弱みを見つけ、弱みの部分を補助事業で改善し、輸出増へ繋げるという姿勢が必要。
	③ 方向性	(1) 海外市場をよく分析し課題を明確化した上で本事業を利用することについて事業者の理解を促す。 (2) 採択基準に「輸出増加計画を事前に作成し、農林水産大臣の承認を得ている」と採択ポイントが高くなるため、前年度から市場を分析して計画作成するなど、事前準備の重要性について事業者の理解を促す。

# 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	・県内食品製造事業者及び生産者	事業費 (千円)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	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。		85,889	113,100
			うち一般財源 (千円)	44,951	49,000
今年度の取組内容	・経営基盤強化支援 ①新たな挑戦を後押しする商談力や商品力向上研修、専門家派遣を実施し、事業者の経営力を強化 ②食品製造業の喫緊の課題となる食品衛生や食品表示への対応に向けた伴走支援体制を構築 ・販路開拓支援 ・地域経済を牽引する中核企業づくり ・地域経済循環拡大の先導モデル創出				
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと	・HACCPプラン作成研修の開催回数の増加 ・県産品展示商談会の内容充実 ・展示商談会出展者向け研修のシリーズ化				
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	104.0	140.0	人	累計値
		実績値	(単年度59)							
		達成率	—	—	—	—	—	—		
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	(新指標)							
		達成率	—	—	—	—	—	—		
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(2019年工業統計調査速報値より) : 事業所数 : 従業者数 : 製造品出荷額等 : 付加価値額 食料品・飲料製造業 : 305社 : 6,486人 : 862億円 : 335億円 製造業中シェア : 27.1% : 15.3% : 6.8% : 7.6% 製造業中順位 : 1位 : 2位 : 5位 : 3位								

## 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	・新商品開発等に向けて、食品産業アドバイザーを30事業者へ派遣。 ・HACCPプラン作成完結研修を11回開催し、135事業者が参加。 ・相談窓口を設置して、204事業者(食品表示154社/衛生管理50社)に対応し、衛生管理アドバイザーを41事業者へ派遣。 ・各種展示会で、「島根ブース」を設置し、延べ94事業者が出展。 ・地域中核企業づくり事業により、5事業者の経営課題解決を支援。 ・地消地産化パッケージモデル事業により、3地域で地域経済循環のモデル創出を支援。
課題分析	① 課題	・事業者の各種展示会への出展において、販路の拡大に十分に繋がっていない。 ・地域中核企業づくりや地域経済循環の拡大に当たって、一部の支援機関では、事業実施主体への支援内容が不足している。
	② 原因	・出展経験の浅い事業者を中心に、商談に向けた商品説明方法等の準備が不足している。 ・支援機関の事業目標の達成に向けたサポート体制に対する理解が不足している。
	③ 方向性	・事業者が、より早期に多くの成約を得ることができるよう、商談力向上研修の内容充実を図る。 ・優良事例の作成・活用により、支援機関がサポート体制への理解を深め、事業者が必要とする支援を適時に実施できる体制を構築することで、目標の早期実現を図る。

## 事務事業評価シートの別紙

事務事業の名称	強く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
			目標値	実績値	達成率	目標値	実績値	達成率		目標値
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】	令和元年度	5.0	15.0	35.0	65.0	100.0	百万円	単年度値	
		令和2年度	(新指標)							
		令和3年度	—	—	—	—	—			%
4	展示会における成約額・見込額【当該年度4月～3月】	令和元年度	237.0	244.0	252.0	259.0	267.0	百万円	単年度値	
		令和2年度	172.5							
		令和3年度	—	—	—	—	—			%
5		令和元年度								
		令和2年度								
		令和3年度	—	—	—	—	—			%
6		令和元年度								
		令和2年度								
		令和3年度	—	—	—	—	—			%
7		令和元年度								
		令和2年度								
		令和3年度	—	—	—	—	—			%
8		令和元年度								
		令和2年度								
		令和3年度	—	—	—	—	—			%
9		令和元年度								
		令和2年度								
		令和3年度	—	—	—	—	—			%
10		令和元年度								
		令和2年度								
		令和3年度	—	—	—	—	—			%

## 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		しまね食品等輸出促進対策事業			
目的	誰(何)を対象として	県産農林水産物の生産者	事業費 (千円)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	販路の一つとして海外販路の拡大		15,748	2,500
			うち一般財源 (千円)	13,502	2,500
今年度の取組内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>農林水産物輸出拡大に向けた販路拡大取組支援 輸出戦略を有する事業者の販促経費支援</li> <li>農林水産品市場調査支援 これから輸出を始める事業者の市場視察支援</li> </ul>				
昨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"> <li>農林水産物と加工商品の輸出については、輸出規制等それぞれ課題が違うことから、区分して考え、事業を総合的に見直した。具体的には、農林水産物輸出支援事業を縮小し、加工食品事業は新規2事業創設、ジェトロ補助金増など拡充・強化した。</li> </ul>				
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	1,550.0	1,600.0	1,650.0	百万円	単年度値
		実績値	1,487.9							
		達成率	—	—	—	—	—	—		
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		産地巡回での勉強会 7カ所 輸出セミナー 1回								

## 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	R1年度、H30年度に続き、産地を巡回する勉強会やセミナーを実施し、県内各地の生産者に一定程度、輸出に対する意識付けができた。 県とJAが連携し、アセアン向け西条柿の試験輸出(輸送実験を兼ねたもの)を実施した。
課題分析	① 課題	上記の取組はあるものの、県内生産者においては、未だ輸出が販路の一つであるとの考えがそこまで浸透しておらず、有効な輸出取組が拡大していない。
	② 原因	生産者に輸出志向が生まれにくいのは、商流、物流をはじめ具体的にどのように海外輸出に取り組んでいけばよいのか、という身近なモデルがないことが一因と考えられる。この背景としては、県内にこれといった輸出の成功事例がないため、県としても、目指すべきモデル事例を生産者に示せていないことがあげられる。
	③ 方向性	輸出の目的を明確に意識し、積極的に取り組む生産者や産地を集中的に支援し、今後5年間でモデルとなるような優良事例を創出する。

# 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		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品事業者	事業費 (千円)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	島根県産品の認知度向上、県外での販路拡大			111,952
			うち一般財源 (千円)		109,127
今年度の取組内容	①日比谷しまね館管理運営事業 ・各種媒体で日比谷しまね館及び県産品をPR ・イベント開催等による島根ファンの獲得 ②首都圏県産品販路開拓事業 ・販路開拓、県産品の紹介・斡旋 ・商品開発に向けた消費者ニーズのフィードバック				
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと	①情報発信機能を強化するために、首都圏の新たな拠点として「日比谷しまね館」を整備 ②首都圏での新たな販路を開拓するために首都圏の体制を強化				
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	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	490.0	500.0	品目	単年度値
		実績値	(新指標)							
		達成率		—	—	—	—	—		
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	224,000.0	257,000.0	290,000.0	300,000.0	千円	単年度値
		実績値	(新規事業)							
		達成率		—	—	—	—	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		・「にほんばし島根館」での年間売上高の推移 H30: 289,237千円、R1: 243,626千円 ※「にほんばし島根館」はR2.1.31閉館								

## 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	島根県物産協会の首都圏パートナー店に対する県産品販売額はR1:130,315千円(H30年度比 19,695千円増)
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) ①首都圏において、県産品の効果的なPRが不足している。 ②首都圏のパートナー店以外の取扱い品目数を把握できていない。 ③首都圏の消費者ニーズを反映した商品開発等ができていない。
	②原因	上記①(課題)が発生している原因 ①首都圏で県産品等のPRに関わる機関の連携が不足している。※関係機関(島根県、島根県物産協会) ②パートナー店以外に販路拡大を支援する取組が不足し、県の状況把握が十分にできていない。 ③首都圏の消費者ニーズのフィードバックが不足しており、魅力的な商品開発への支援が不十分である。
	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 ①関係機関の連携体制を整備する。※関係機関(島根県、島根県物産協会、(株)東急コミュニティ、(有)良品工房) ②パートナー店以外への販路拡大を支援する。 ③日比谷しまね館等で入手した消費者ニーズのフィードバック及び商品開発の支援を強化する。

## 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	伝統工芸品事業者	事業費 (千円)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	伝統工芸に係る販路拡大及び後継者育成		うち一般財源 (千円)	12,716
今年度の取組内容	①工芸品販路拡大支援事業 県外での展示会等出展支援 ②担い手確保・育成事業 島根県ふるさと伝統工芸品の製造に従事しようとする者を雇用する事業者に対し、雇用者の研修教育を行うための資金を貸付 ③情報発信事業 伝統工芸品のPR				
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと	産地や製品、製造者について紹介した冊子を製作し首都圏での配布を行う等、伝統工芸品の魅力発信を行った。				
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	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							
		達成率	—	—	—	—	—	—		
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		・島根県物産観光館における伝統工芸品の販売額 R1 36,710千円 ・首都圏アンテナショップでの工芸品販売額 R1 14,733千円 ・首都圏アンテナショップ 工芸イベント実施回数 R1 24回								

## 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	・貸付制度により後継者確保につながる雇用が生まれた。
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 ①県内外の消費者に島根県の伝統工芸品の魅力が伝わっていない。 ②県内の伝統工芸の事業者の多くは規模が小さく、後継者を育てていくための経費が負担となっている。
	② 原因	上記①(課題)が発生している原因 ①伝統工芸品の魅力を伝える取組が十分ではない。 ②後継者確保に困っている事業者の実態把握等が十分ではない。
	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 ①幅広い世代に伝統工芸の魅力が伝わるよう、冊子を作成する等することで積極的な情報発信を行う。 ②島根県物産協会等と連携しながら事業者の状況把握に努め、後継者育成事業の効果的な実施に努める。

# 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(全ジャンル、特に加工食品製造業者)	事業費 (千円)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	売上拡大を目指した 販路の多チャンネル化のための 販路の一つとしての海外販路の拡大		34,827	63,837
今年度の取組内容	・海外販路開拓支援: 県内企業による海外への販路開拓等に向けた取組を支援(海外販路開拓支援助成金:財団) ・食品輸出販路開拓支援: 欧米に加え、アセアン等の有望市場向けの商談会と販路開拓支援、しまね食品輸出コンソ負担金 ・ロシアビジネス支援体制の整備: 鳥取県と連携したウラジオストクビジネスサポートセンターの運営、販路開拓活動 ・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、ジェトロ松江、境港貿易振興会を通じた企業支援活動を実施 新・非日系小売店参入支援: セミナー等を通じ企業人材育成、非日系市場向けパッケージ製作支援、ジェトロ松江委託 新・EC販売支援: オンラインストア、国内商社と連携したWEB上でのPR記事掲載				
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと	・加工商品ジャンルの輸出支援について、新規商流の掘り起こし、新規参入者支援等を目的に、事業を総合的に見直した。 具体的には、新たな商流を構築するための新規2事業を創設し、また、ジェトロ補助金を増額し活動強化を図った。				
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							
		達成率	—	—	—	—	—	—		
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	1,550.0	1,600.0	1,650.0	百万円	単年度値
		実績値	1,487.9							
		達成率	—	—	—	—	—	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		○令和元年度 しまね海外販路開拓支援補助金実績 採択件数21件(前年度20件) ○令和元年度 貿易投資相談実績 ジェトロ松江:180件※集計方法変更(前年度398件)、 しまね産業振興財団:65件(前年度47件) ○令和元年度 ジェトロ松江の新輸出大国コンソーシアム支援企業数 100社※うち重点的に支援した企業7社(前年度96社) ○令和元年 境港貿易実績 コンテナ貨物取扱本数:26,416本(前年25,810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	海外販路開拓支援助成金や商談会開催によるマッチング支援などの従来からの施策に加え、各支援機関による伴走型個社支援の取組が強化された結果、著しく輸出額が伸びる企業が現れた。 (取組以外の改善状況) 組織改変により、海外展開支援室が設置され、海外展開支援体制が強化された。 ジェトロ松江の組織体制が強化された(←人員増、県負担金増)
課題分析	① 課題	上記の成果はあるも、依然、輸出を志向する企業へのきめ細やかな個社支援が不十分である。 県、しまね産業振興財団、ジェトロ松江との間で、支援内容が、一部重なっていたり、薄いところがあったりする。 加工食品ジャンルについては、新規販路(非日系小売店、EC販売など)開拓への行政の支援、新規販路への事業者による取組とも不十分である。
	② 原因	個社支援については、実施手法において改善の余地がある。 県、しまね産業振興財団、ジェトロ松江との間で、それぞれのミッションの認識、役割分担に不明瞭な部分がある。 加工食品ジャンルについては、非日系小売店、EC販売など新規商流の販路開拓の支援策をはじめたばかりである。
	③ 方向性	個社支援については、企業からの依頼に基づく対応だけでなく、支援機関がターゲット企業を設定するなどの工夫した上で、海外需要の取り込みを志向する企業に対し、その初期段階から発展段階まできめ細やかに個社支援する。 しまね産業振興財団、ジェトロ松江との間で、より円滑な意思疎通を図り、有機的な支援に努める。 加工食品ジャンルについては、非日系小売店、EC販売など新規商流の構築支援に対し、特に力を入れる。