

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>(価値を生み出すまちづくり)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 地域の特産品については、美味しませ認証産品等、特色ある農林水産物の取扱は拡大しているものの、マーケットインの視点での生産が弱いほか、物流方法が限られコストが高いなどの理由により販路が広がりにくい等の課題がある。 ・ 地域資源を活用した商品化においても、消費者ニーズを反映した開発や、地域の特色を活かした商品開発が十分にできていない。 <p>(人が訪れるまちづくり)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光資源の活用については、誘客のための観光商品づくりや体験プログラムづくり、自然を満喫してもらうための案内看板等の整備など、地域での受け入れ体制は進みつつあるが、認知度の低さや、アクセスの悪さ等から、訪問者の増加や観光消費額の十分な増加につながっていない。県内での長期滞在を促す周遊ルートの確立も課題。 ・ また、都市部の方々が農山漁村の生活を体験する機会として「しまね田舎ツーリズム」を提供しているが、平成30年の住宅宿泊事業法の施行後は、実践者の減少とともに、体験者も減少した。
今後の取組 の方向性	<p>(価値を生み出すまちづくり)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 県産品の販売に協力いただく県のパートナー企業等を県外販路拡大の拠点と位置づけ、企業等から得られた消費者ニーズを生産者に提供し、マーケットインの視点を踏まえた農林水産品づくりにつなげる。また、県内物流網を把握した上で、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い、物流の課題解決を図る。 ・ 地域資源を活用して6次化等に取り組む事業者のニーズを的確に把握し、それぞれの実状に沿った支援を提供していくとともに、「日比谷しまね館」等も活用しながら特産品の魅力発信に努め、県内外への販路拡大を支援する。 <p>(人が訪れるまちづくり)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光客の増加や長期滞在、観光消費額の増加につながるよう、各地域を周遊するコースの充実を図るほか、早期に旅行商品化が見込まれる取組に対する補助や、定着を図るための継続的な支援を行う。また、自然を満喫するための遊歩道等整備や、魅力的な体験プログラムの開発等を行い、誘客を促進するための情報発信を強化する。 ・ 「しまね田舎ツーリズム」については、取り組む新規実践者の掘り起こしや、体験者拡大のための情報発信に取り組むとともに、体験メニューの魅力向上に向けた支援も行っていく。

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	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	29,812	55,777	中山間地域・離島振興課
2	ふるさと島根定住推進事業(関係人口創出・拡大事業)	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、様々な形で島根に貢献できる機会や活動の場を提供する。	20,081	22,651	しまね暮らし推進課
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	377,794	388,644	自然環境課
4	産地創生事業	農林業者等の組織する団体	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	-	180,000	産地支援課
5	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
6	“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った観光商品や受入体制をつくる。	0	333,332	観光振興課
7	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
8	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
9	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
10	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
11	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
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

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)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	どのような状態を目指すのか	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		うち一般財源 (千円)	29,812
今年度の取組内容	<ul style="list-style-type: none"> ・専門家による経営指導や技術指導を実施 ・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 ・中山間地域に適した特産品の開発及び普及を行う際の実証ほにおける実証栽培に係る経費を支援 				
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと	・講座を通じてスモール・ビジネスに取り組む事業者を支援してきたが、講座受講者以外の事業者の希望にも応えられるよう、専門家を派遣する事業を新たに設けた。また、スモール・ビジネスの取組に活用できる補助事業を創設した。				
1	上位の施策	Ⅲ-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	(新規事業)							
		達成率	—	—	—	—	—	—		
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	(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										

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"> ・各地域担当者向けにオンラインでのスキルアップ研修会を実施。 ・市町村や商工会、関係機関等へ支援事業の説明を行ったほか、事業の周知を依頼。 ・支援を希望する事業者へのヒアリングを適宜、実施。
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> ・コロナウイルスの影響による事業実施への影響(移動制限などによる事業の中断等)と、一部事業者の事業参画への意欲低下の懸念(売上げ減少や先行き見通し不安)。 ・6次化等の商品開発においては他商品との差別化が重要で、出口戦略から活用する資源を検討していく必要があるが、中山間地域においては、高齢化や鳥獣被害などから差別化ができる品目(資源)が少ない状況にある。
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> ・コロナウイルスのまん延。 ・里の変化、農業構造の変化等により、鳥獣対策が難しくなっていることに加え、高齢化が進展していることから、地域においては、鳥獣被害に遭いにくく高齢者でも取り扱いが容易な品目を作る傾向にある。新たな品目に取り組むためには、鳥獣被害の検証や栽培方法の確立などに、かなりの時間と労力を要する。
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・遠隔テレビ会議システムの利用など、相談方法の多様化。 ・鳥獣被害に遭いにくく、高齢者でも取り扱いが容易で、かつ、市場で競争力を有する品目の開発を県が支援し、普及することにより、スモール・ビジネスに取り組む事業者を増やす。

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		ふるさと島根定住推進事業(関係人口創出・拡大事業)			
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)	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	島根に関わりたいと希望する人々を掘り起こし、様々な形で島根に貢献できる機会や活動の場を提供する。		20,081	22,651
			うち一般財源 (千円)	16,558	21,930
今年度の取組内容		<ul style="list-style-type: none"> ・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やコミュニティ連携支援 ・都市部の大学と連携した島根の地域を学ぶ講座やしまコアカデミーの開催 ・雇用・広報部局と連携し学生や若者への情報提供ツールを検討 			
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"> ・定住財団の移住支援サテライト東京の設置と首都圏、関西での関係人口掘り起こしの取組 ・学生や若者のニーズに応じたきめ細かな県内情報を提供し島根との繋がりを持つためのツール検討 			
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	しまコ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							
		達成率	—	—	—	—	—	—		
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	431.0	631.0	831.0	1,031.0	人	累計値
		実績値	190.0							
		達成率	—	—	—	—	—	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		しまね田舎ツーリズム実践者数106件(R元年度末)								

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"> ・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やコミュニティ連携支援 ・都市部の大学と連携した島根の地域を学ぶ講座やしまコアカデミーの開催 ・雇用・広報部局と連携し学生や若者への情報提供ツールを検討
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
	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
		<ul style="list-style-type: none"> ・関係人口が県内の地域や人と関わる契機や機会が十分でない ・関係人口と県内の地域や団体を繋ぐためのマッチングやコーディネートを行う県内側の仕組みや体制(関係案内所機能)が十分でない ・県内側関係案内所機能の構築に向けた市町村等との連携 ・市町村や住民への地域課題や関係人口に関する情報提供や活動支援

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)	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	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		377,794	388,644
			うち一般財源 (千円)	53,400	72,797
今年度の取組内容	平成28年度、環境省の「国立公園満喫プロジェクト」に大山隠岐国立公園が選定されたことを機に、国立公園をはじめとした県内自然公園(国立公園、県立自然公園等)の受入体制を整備し、国内外からの来訪者の誘致と増加を目指す「しまね自然の公園満喫プロジェクト」に取り組んでいる。 令和2年度は、三瓶山地域、半島東部・西部地域の登山道・遊歩道や看板整備などの施設整備を進めるとともに、平成28年度から整備した施設の利用促進を図るため、体験プログラムの充実、案内サインやパンフレット等の多言語化などソフト事業を強化する。また、環境省の満喫プロジェクトは、今年度末で終了するため、次年度以降のフォローアップを検討する。				
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと	国内外からの来訪者が安全安心・快適に利用できるよう、自然歩道等の施設整備や案内看板の整備・多言語化を進める。また、地元地域協議会への支援を行い、体験プログラム造成やガイド養成等を図る。 引き続き、海外旅行会社向けモニターツアーを実施する。				
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	67,000.0	73,000.0	79,000.0	85,000.0	人	単年度値
		実績値	64,997.0							
		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		・大山隠岐国立公園の関係市町村(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)を環境省が推計 (過去の推計数値 H28 35,761人、H29 37,043人、H30 47,470人) ・令和元年島根県観光動態調査結果の外国人宿泊客延べ数は、98,094人(前年と比べ8.4%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"> ・自然公園等の遊歩道の整備、案内看板の整備や多言語化を実施し、受け入れ体制が徐々に進んでいる ・海外旅行会社向けのモニターツアーを実施し、PRを図った。国内外からの来訪者も増えてきている ・自然を体験できるアクティビティの拠点施設として、三瓶自然館にフィールドセンターを整備した ・満喫プロジェクトの中核施設である三瓶自然館の展示施設リニューアルや小豆原埋没林公園のガイド施設を整備した
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> ・「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 ・自然公園等の標識、遊歩道、看板の多言語化をさらに進める必要がある ・各地域協議会で造成されている体験プログラムなどなかなか誘客に結びつかない ・国内外における認知度が低い ・地元を紹介するガイドの不足 ・自然公園への交通アクセスが悪い
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> ・国の交付金の配分が十分でなく計画的な整備ができない ・ホームページやインターネットからの情報発信方法やターゲットに届いているか分析が不十分 ・ガイドの人材育成が不足している ・自然公園への路線バスなどの公共交通機関の運行が不十分
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・国への重点要望など強力な働きかけを行い、必要な交付金を十分に配分してもらう ・国内外からの来訪者のために、案内看板やサインの整備、多言語化を進める ・また、安全安心、快適に利用できる自然歩道等の施設整備と適切な維持管理を行う ・地元地域協議会へ支援し、魅力的な体験プログラムの開発やガイド養成などソフト事業を促進する ・地元協議会の今後のフォローアップを検討する ・国立公園のプロモーションやマーケティングを行い、国内外への情報発信を強化する ・自然公園への交通アクセスの手法を研究する

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	農林業者等の組織する団体	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		-	180,000
			うち一般財源 (千円)	-	171,147
今年度の取組内容		・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 ・産地構想に基づくモデル産地の創出支援			
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと		第3期戦略プランにおける目標達成率が2割程度であったことを踏まえ、マーケットインの視点を徹底するとともに、県として産地育成への主体的に関与することにより、生産額が増加し、担い手が安定的に確保できる産地構想の策定を促進し、構想に基づくモデル産地を育成する手法に転換。			
1	上位の施策	I-1-(1) 農業の振興	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	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	-	-	-	-	-	-	-	-
		達成率	-	#VALUE!	#VALUE!	#VALUE!	#VALUE!	#VALUE!	-	%
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	-	-	-	-	-	-	-	-
		達成率	-	#VALUE!	#VALUE!	#VALUE!	#VALUE!	#VALUE!	-	%
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		令和元年度の認定新規就農者数33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	第1回の事業申請に9件の申請があり、事業目的に合致する4件の産地構想を採択した。
課題分析	① 課題	単なる産地維持のための構想や目的達成までの道筋が十分に整理されていない構想が少なくない。
	② 原因	上記①(課題)が発生している原因 マーケットインの視点が弱く、従来の補助事業の発想から抜け出せていない面がある。
	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 各産地の所轄普及部による構想案の作成支援や事前に主管課が行う構想検討状況についての意見交換を開催するなど、県が主体的に関与し、モデル産地を育成する。

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		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
			うち一般財源 (千円)	15,343	29,149
今年度の取組内容	○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。 ○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。				
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと	○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。 ○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。				
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		R1年度実績 ○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 ○しまね県産品パートナー店 33社 ○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 ○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								

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	・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。 ・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。
課題分析	① 課題	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。 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。 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。
	② 原因	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。 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。 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。
	③ 方向性	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。 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。 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。

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)	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	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。			333,332
今年度の取組内容	【情報発信】来訪意欲向上のため、「ご縁」「歴史文化」「しまねっこ」等を活用したプロモーションを展開する。また、島根への誘客や再来訪につなげるため、観光客等の口コミを活用し、魅力を発信する。 【誘客促進】出雲、石見、隠岐圏域ごとの地域の観光素材を活用した着地型旅行商品の造成、周遊対策を行う。また、JR、NEXCO等の交通機関、他県等との広域連携による誘客促進を図る。 ※新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、スケジュール等の変更あり				
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-(2) 観光の振興	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	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	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	33,100.0	33,400.0	33,700.0	34,000.0	千人	単年度値
		実績値	32,990.0							
		達成率	—	—	—	—	—	—		
2	宿泊客延べ数【前年度1月～当該年度12月】	目標値		3,730.0	3,760.0	3,790.0	3,820.0	3,850.0	千人	単年度値
		実績値	3,782.0							
		達成率	—	—	—	—	—	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		しまね観光総合支援事業補助金 採択事業数 H30:25件/R1:14件 周遊バス運行 H30:4コース/R1:4コース 観光コーディネーター支援対象団体 H30:6団体/R1:4団体 しまねの観光認知度調査 ①旅行意向割合 R1年度1回目:60.4% ②ご縁の国しまね認知度 R1年度1回目:16.3%								

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"> しまね観光総合支援事業費補助金:民間主導の旅行商品づくりに繋がっている。 周遊バス運行:県補助無しでの自走を始めたコースや新たな周遊バスコースの造成に繋がっている。 観光コーディネーター支援:観光事業者連携による旅行商品造成の支援に繋がっている。 継続したプロモーションにより認知度は向上しつつあるが、更なる観光誘客にむけて旅行意欲を喚起する必要がある、「歴史文化」「自然」「伝統芸能」「美肌」の4つのテーマを設定し、島根の観光をより具体的にイメージできるよう情報発信を展開した。
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> 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。 個人旅行者のアクセスが不便。 石見・隠岐地域への県外からの誘客や、県東部と繋がる周遊ルートが確立されていない。 島根県の認知度向上及び来訪意欲の喚起を図るためのメディアでの周知が不足している。
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> 観光地、観光商品をつくり、磨き上げるノウハウ、仕組みが不十分。 旅行会社、個人旅行者のニーズの把握が不十分。 来県する1次交通、観光地の周遊に利用する2次交通ともに限られている。 首都圏におけるメディア営業の機能が弱い。
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> 旅行商品として成立、定着が見込まれる新しい取り組みについて、更なる掘り起こしと伴走型の支援を行う。 バリアフリー観光、サイクリング、教育旅行など、今後の伸びが見込まれる分野の取組強化。 石見・隠岐地域独自の観光資源を活用した旅行商品づくりや情報発信の強化。 1次交通、2次交通、それぞれを担う交通機関と連携したプロモーションの実施。 ノウハウと実績のある首都圏のPR専門会社に委託し、メディア営業の機能を設置し、戦略的にメディア訪問等を実施する。

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		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
			うち一般財源 (千円)	0	3,189
今年度の取組内容	商社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
	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
			（新指標）							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								
		達成率	—	—	—	—	—	—		
4	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							
		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		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
	どういふ状態を目指すのか	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"> ・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 ・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 				
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"> ・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。 				
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		うち一般財源 (千円)	111,952
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	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	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)	
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。