

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>①(食品産業の振興)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・しまね県産品販売パートナー店との連携や営業代行等による食品製造事業者の販路拡大等への支援に取り組んだ結果、パートナー店における県産品の取扱額は増加したが、一部のパートナー店では取扱いの減少もみられるほか、展示・商談会において十分な成約に結び付いていない事業者がある。 ・石見・隠岐地域では、出雲地域に比べて規模が小さい事業者が多く、販路拡大がより困難であるにもかかわらず、支援策の活用が出雲地域に比べて少ない。 <p>②(伝統工芸の振興)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・R3年度、展示会等への出展経費に対する補助金を新設。特に、補助率アップ、対象経費を追加した拡充後の下半期(10/25以降)には、事業者の出店意欲が向上した。今後、制度を周知し、新たな事業者の掘り起こしていくことが課題である。 ・購買意欲の向上、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ための効果的な情報発信が十分でない。 <p>③(海外への販路開拓・拡大)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業者の海外販路の開拓・拡大を進めるために、商談会開催によるマッチング支援、各支援機関による伴走型個社支援などに取り組んだことにより、コロナ禍においても新たに輸出に取り組む企業、また輸出額を伸ばす企業が増加した。 ・新たに輸出を志向する企業や海外販路をさらに拡大しようとする企業について、それぞれの段階に応じ、きめ細かい支援を行っていくことが課題である。 <p>(前年度の評価後に見直した点)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・島根ブースを出展する県外の展示商談会において専用ブースを設置するなどにより、従前の補助事業者の販路拡大支援を積極的に実施した。
今後の取組 の方向性	<p>①(食品産業の振興)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・パートナー店等への訪問や事業者のニーズに応じた展示商談会への出展支援により、商品の紹介や商談機会の充実強化を図る。 ・石見・隠岐地域の事業者の課題・支援ニーズを把握し、販路開拓・拡大への支援を充実強化する。 <p>②(伝統工芸の振興)</p> <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、積極的に事業者への情報提供を行い、販路開拓、販売促進に取り組む事業者への支援を強化する。 ・工芸品、作り手の魅力を伝えるコンテンツ作成、売り場やイベント等の購入機会などを効果的に伝えるため、情報発信業務を一括して外部委託により実施する。 <p>③(海外への販路開拓・拡大)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・海外販路開拓・拡大に関心を持つ企業に対し、県・しまね産業振興財団・ジェトロ島根が連携し、その初期段階から発展段階まできめ細やかな支援を行う。 ・コロナ禍における食品輸出支援策として、ネット販売に取り組む企業向け支援や輸出商社と連携したテスト販売など、海外渡航を伴わない販路開拓・拡大支援に引き続き取り組む。 ・コロナ禍後を見据え、対面での商談機会の提供を増やし、渡航を伴う海外販路開拓・拡大活動の増加に向け、徐々に施策転換を図っていく。

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				
	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	島根発ヘルスケアビジネス事業化支援事業	・県内中小企業等	・「ヘルスケアビジネス」の事業化等を支援し、産業振興・雇用創出を図る。	11,523	27,763	産業振興課
2	中小企業に対する支援体制整備事業	県内の中小企業	経営課題の解決や経営状況の改善、新規事業の展開や創業を計画的に取り組む。	22,785	34,730	中小企業課
3	商工会・商工会議所活動支援事業	小規模事業者	小規模事業者の経営改善等を促進し、事業の継続・発展を目指す。	1,302,098	1,313,513	中小企業課
4	中小企業団体中央会活動支援事業	事業協同組合等	経営の安定・改善と事業の発展	103,790	108,850	中小企業課
5	事業承継総合支援事業	中小企業、小規模企業	企業の持続的発展に向け、円滑な事業承継を推進し、長年にわたり蓄積された経営資源が引き継がれ、雇用の場が維持されることを目指す。	160,792	245,496	中小企業課
6	地域商業等支援事業	県内の小売業、サービス業等の開店予定者等	新たな開業の促進と経営の安定化を図ることにより、地域の商業機能を維持・発展。	56,928	48,000	中小企業課
7	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	販路の一つとして海外販路の拡大	22,637	100,000	しまねブランド推進課
8	強くしなやかな食品産業づくり事業	県内食品製造事業者	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。	62,985	69,705	しまねブランド推進課
9	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	116,923	154,555	しまねブランド推進課
10	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	13,368	16,490	しまねブランド推進課
11	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)	販路の一つとして海外販路の拡大	40,652	46,658	しまねブランド推進課
12	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	24,874	52,631	しまねブランド推進課
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

産業振興課

事務事業の名称		島根発ヘルスケアビジネス事業化支援事業			
目的	誰(何)を対象として	県内中小企業等	事業費 (千円)	令和3年度の実績額	令和4年度の当初予算額
	どうい状態を目指すのか	「ヘルスケアビジネス」の事業化等を支援し、産業振興・雇用創出を図る。		5,881	18,664
令和4年度の取組内容	・島根県ヘルスケア産業推進協議会設置費：関係機関による協議会や幹事部会の運営、専門家による伴走型支援のほか、ヘルスケアサロン・アイデアソン・メンタリングによるスタートアップ支援 ・島根発ヘルスケアビジネス事業化補助金：中小企業等によるヘルスケアビジネスの市場調査や、医学的検証など可能性検証とビジネスプランの実証などの事業化に向けた支援				
令和3年度に行った評価を踏まえて見直したこと	・スタートアップ支援のため、実践的なプログラム(ヘルスケアサロン・アイデアソン・メンタリング)を強化				
1	上位の施策	I-2-(4) 成長を支える経営基盤づくり	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	ヘルスケアに関する新規事業化件数(H27年度からの累計)【当該年度4月～3月】	目標値		10.0	11.0	12.0	13.0	14.0	件	累計値
		実績値	3.0	5.0	7.0					
		達成率	—	50.0	63.7	—	—	—		
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		・島根発ヘルスケアビジネス先進モデル構築支援事業(H27～H29) 実績 22件 ・島根発ヘルスケアビジネス事業化補助金(H30～) 平成30年度採択 1件：(ヘルスツーリズム1件) 令和元年度採択 4件：(健康経営1件、生活支援、疾病・介護予防サービス2件、ヘルスツーリズム1件) 令和2年度採択 3件：(健康経営1件、生活支援、疾病・介護予防サービス2件) 令和3年度採択 2件：(健康経営2件) 合計32件：(健康経営7件、生活支援、疾病・介護予防サービス16件、ヘルスツーリズム9件) ・令和3年度末現在 ビジネス化件数 7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	・事業者への啓発活動を強化するとともに、アドバイザーによる事前支援等を行い、新規事業2件を採択した。また、取組み中の事業者に対する伴走支援を行い、事業化件数は2件増加した。 ・スタートアップ支援の実践的なプログラム(ヘルスケアサロン・アイデアソン・メンタリング)を開始し、新たなヘルスケアビジネス参入を目指す事業者の発掘を行った。
課題分析	① 課題	・これまで支援しているヘルスケアビジネスの取組でも、事業化にまでは至っていない案件が多い。 ・ヘルスケアビジネスに関心のある事業者は多いが、実際に新たな事業を始める事業者が少ない。 ・主にIT企業からのヘルスケア事業創出を目指してスタートアップ支援のイベントやマッチングをしてきたが、IT企業からのヘルスケア事業創出にはまだ至っていない。
	② 原因	・ヘルスケア分野では、収益を得るための市場が確立されておらず、ビジネスモデルの構築が難しい。 ・事業に繋がる現場課題やニーズを捉えきれないため、行動変容の促し方やサービス対象者の絞り込みなどの事業設計が出来ていない。 ・人材不足や資金力不足など、自社のみでの事業実施には限界がある。 ・新型コロナウイルスの影響によりヘルスツーリズムや対面型のサービス実施が困難となっており、コロナ下、コロナ後を見据えた事業展開が定まっていない。 ・IT企業の中だけでは現場の課題やニーズを把握できず、自社発のヘルスケアビジネスが生まれにくい。
	③ 方向性	・アドバイザーによる助言、ならびに知見の導入、併せて事業への伴走支援を強化し、事業化を推進する。 ・現場の課題を知るためにサロンを開催、その課題解決に向けてアイデアソンを開催し、異業種交流による事業アイデア創出を支援する。アイデアをメンターの支援でブラッシュアップし、新たなヘルスケアビジネスの創出を目指す。 ・協議会等を活用したプラットフォームにより、様々な業種の連携を目指す。 ・コロナ禍による価値変換をビジネスチャンスと捉え、新たなビジネスモデルの創出を目指す。 ・IT技術等、デジタル技術の活用により、デジタルヘルス分野での事業展開を強化する。 ・より現場に近いところで課題やニーズを感じている医療・福祉従事者を主な対象に、各イベント等の開催、周知をはかる。

事務事業評価シート

1 事務事業の概要

担当課

中小企業課

事務事業の名称		中小企業に対する支援体制整備事業			
目的	誰(何)を対象として	県内の中小企業	事業費 (千円)	令和3年度の実績額	令和4年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	経営課題の解決や経営状況の改善、新規事業の展開や創業を計画的に取り組む。		11,665	24,730
			うち一般財源 (千円)	11,665	18,980
令和4年度の取組内容		・商工団体等、支援機関の支援を受けながら、新商品の開発や生産及び新たなサービスの提供などの新事業活動に意欲的に取り組み、高度で専門的な経営課題の解決を目指す中小企業者に対し、その取組に必要な専門家を派遣する。 ・県内の中小企業等や創業者の地域産業資源を活用した、創意工夫による新しい事業化への取組を支援する。			
令和3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-(4) 成長を支える経営基盤づくり	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	県内中小企業の経営改善や新規事業に取り組む年間事業所数(地域資源+創業)【当該年度4月~3月】	目標値		100.0	100.0	140.0	140.0	140.0	社	単年度値
		実績値	140.0	119.0	159.0					
		達成率	—	119.0	159.0	—	—	—		
2	県内中小企業の経営改善や新規事業に取り組む年間事業所数(経営革新計画)【当該年度4月~3月】	目標値		50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	社	単年度値
		実績値	40.0	66.0	91.0					
		達成率	—	132.0	182.0	—	—	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		・中小企業者の様々な経営課題の解決に向けて専門家派遣を155者に対して実施した。 ・地域資源の採択件数は、H29:12件、H30:12件、R1:5件、R2:8件、R3:4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	・各企業の課題に応じて、特定分野の高度・専門的なアドバイザーを派遣した。 ・コロナ禍での事業継続を図るための専門家派遣事業を緊急的に創設した。 ・しまね地域産業資源活用支援事業において、商工団体による計画策定からアフターフォローに至るまでサポートを行った。 ・経営革新計画の承認を通じて、支援機関と連携し、県内中小企業の経営改善や新規事業への取組を支援した。 ・これらの取組により、中小企業者の経営改善や新規事業に取り組む事業者が増加した。
課題分析	① 課題	・当面の事業継続を図ることだけでも困難な事業者がある。 ・資金繰りが厳しくなると、新商品の開発や生産及び新たなサービスの提供などの新事業活動に取り組めなくなってしまう。 ・しまね地域産業資源活用支援事業において、利用件数が低調となっている。
	② 原因	・人口減少による地域経済の縮小やコロナ禍などにより、売上が減少し、資金繰りが厳しくなっている。 ・先行きの不透明感から、事業計画を立てることが困難になっている。 ・緊急的な支援施策が手厚い内容になっており、結果として既存の支援事業の魅力が相対的に低下した。
	③ 方向性	・困難なときこそ計画の策定が重要であることを事業者認識してもらう必要がある。 このため、商工団体等による伴走支援を強化することで、経営革新計画など事業計画の策定を促進する。 ・課題に直面し、専門的な知見が必要になったときには、積極的に専門家派遣制度を活用してもらうよう広報する。 ・地域産業資源活用支援事業については、事業効果が高まるよう制度内容を検討する。

事務事業評価シート

1 事務事業の概要

担当課 中小企業課

事務事業の名称		商工会・商工会議所活動支援事業			
目的	誰(何)を対象として	小規模事業者	事業費 (千円)	令和3年度の実績額	令和4年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	小規模事業者の経営改善等を促進し、事業の継続・発展を目指す。		1,312,577	1,304,398
			うち一般財源 (千円)	1,312,512	1,296,638
令和4年度の取組内容	商工会議所、商工会及び商工会連合会が小規模事業者等に対して行う経営改善指導等に要する経費を補助する。 ①商工会又は商工会議所並びに県連合会が行う小規模事業者の経営の改善発達を支援する事業 ②商工会等が行う地域の振興を活性化するための事業 ③商工会議所又は県連合会が行う倒産の未然防止及び再建円滑化を図るための事業 ④県連合会が行う商工会に対する指導事業 ⑤県連合会が行う商工会監査指導 ⑥商工会議所及び県連合会が行う商工団体内人権問題研修推進員研修会の開催				
令和3年度に行った評価を踏まえて見直したこと	・商工団体や支援機関等が開催する高度・専門的な研修等へ参加を積極的に支援して、経営指導員等の資質向上を図った。 ・小規模事業者支援法の改正により、商工会・商工会議所による地域の持続的発展支援及び小規模事業者防災・減災対策支援する役割が追加され、主に離島・中山間地域の地域課題解決に向けた支援の在り方を検討した。				
1	上位の施策	I-2-(4) 成長を支える経営基盤づくり	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	中小企業者の年間巡回相談対応件数【当該年度4月～3月】	目標値		39,000.0	39,000.0	39,000.0	39,000.0	39,000.0	件	単年度値
		実績値	36,554.0	33,433.0	32,566.0					
		達成率	—	85.8	83.6	—	—	—		
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		商工会等の経営指導員等が行う経営改善相談を利用した企業者数は7,934人で、事業承継などの喫緊の経営課題から労働、税務、金融などの分野の経営改善に活用されている。 ・巡回指導件数は昨年度に比べ減少しているものの、コロナに対応する新たな給付金・補助金の相談申請支援が純増した。(R3: 4,469件) ・県内全ての商工会、商工会議所が経営発達支援計画を策定し、国の認定を受けており(第8回認定時点計画認定: 29団体/29団体)、各々地域の実情に合わせた小規模事業者への経営改善、経営発達支援を展開している。								

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	コロナ禍の下、巡回相談は目標値を下回ったが、窓口相談を含めるとR1(コロナ前)を6,229件上回る70,292件の相談を受け、相談内容は資金繰り、感染症防止対策、助成制度の活用など小規模事業者が抱える多様な経営課題の解決に向けたものであり、事業者に寄り添った支援を行うことができた。 また、コロナに対応する給付金・補助金申請の相談を行うことで、新規会員も増加し、事業者の安定した経営につながった。
課題分析	① 課題	離島・中山間地域の小規模事業者の経営課題は縮小する商圏への対応や効果的な広報など多様化している中、災害発生時などには速やかに事業者の状況を把握し、資金繰りや助成制度の周知などの確な経営支援が必要となっている。 コロナ禍において商工会等の果たす役割は大きくなっており、従来の幅広く多くの事業者に向けた経営改善指導を維持することは厳しい状況にある。
	② 原因	・多様化かつ専門化する経営課題に対応できる経営指導員の不足。 ・小規模事業者支援法の改正に伴う規模事業者支援事業の拡充等によって増加する業務量への対応。 ・コロナ禍による売り上げの減少や先行き不透明感。
	③ 方向性	・事業者のニーズに的確に応えられるよう、商工会・商工会議所が実施する経営指導員の資質向上を図る各種研修や専門機関等への研修参加を支援する。 ・多様化かつ専門性が増している小規模事業者の抱える経営課題の解決に向けた効果的な支援方法や小規模事業者支援法改正への対応等を踏まえた、厳しい経営環境にある県内中小事業者への商工会等による支援体制等について検討する。

事務事業評価シート

1 事務事業の概要

担当課

中小企業課

事務事業の名称		中小企業団体中央会活動支援事業			
目的	誰(何)を対象として	事業協同組合等	事業費 (千円)	令和3年度の実績額	令和4年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	経営の安定・改善と事業の発展		100,624	108,238
			うち一般財源 (千円)	100,624	108,238
令和4年度の取組内容	<p>・中小企業の組織化を推進し、連携による共同事業等により経営の安定や改善及び事業の発展を図るために、島根県中小企業団体中央会が行う、以下の事業に要する経費の一部を補助する。</p> <p>①組合等の組織及び事業に関する相談及び指導。 ②組合等の金融、税務、経営の合理化、技術の改善、公害、労務及び社会保険等に関する相談及び指導。 ③組合等を対象とした研修会及び講習会の開催 ④組合等の経営改善等に関する調査及び研究並びに情報の提供 ⑤組合の監査指導</p>				
令和3年度に行った評価を踏まえて見直したこと	人口急減地域で事業者が組合を設立し、組合員間で労働者を派遣する特定地域づくり事業協同組合の設立を支援。事業継続力の強化を図るため、BCP及び事業継続力強化計画の普及・策定への支援を強化。				
1	上位の施策	I-2-(4) 成長を支える経営基盤づくり	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	組合等の年間巡回相談対応件数【当該年度4月～3月】	目標値		2,500.0	2,500.0	2,500.0	2,500.0	2,500.0	件	単年度値
		実績値	2,500.0	2,155.0	2,160.0					
		達成率	—	86.2	86.4	—	—	—		
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		<p>・中小企業団体中央会の指導員は、組合の運営指導だけでなく、各種調査事業の実施等や行政機関や支援機関と連携した取り組み等により、事業協同組合等の声を行政施策へ反映させる役割も担っている。</p> <p>・中央会会員数 R2年度末286組合等 → R3年度末281組合等 加入4、脱退9(解散が多数を占める)</p> <p>・特定地域づくり事業協同組合設立数 4組合</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>既存の相談室では2組の相談が上限であり、密を避けられなかったが、別に相談室を設けることで3密を回避し来会相談に対応した。</p> <p>また、コロナ禍の下、オンラインでの相談対応を新たに開始。併せて、巡回相談においてもタブレット端末を導入し、相談者に対し実演を取り入れながらIT化促進を図り、指導員の指導等を通じて、組合の管理や事業経営及び設立を支援することができた。</p>
課題分析	① 課題	<p>・県内の組合数は減少傾向が続いている。</p> <p>・個々の事業者が連携して行う事業協同組合の強みを活かした経営改善等に取り組むのが難しい事業協同組合等もある。</p>
	② 原因	<p>・経営悪化や経営者の高齢化等による組合員の廃業など。</p> <p>・人口減少等の大きな構造変化が起こる中で、組合員である小規模事業者等では個々の経営課題等への取組に大きな労力が必要である。</p> <p>・コロナ禍による組合事業収入の減少や先行き不透明感。</p>
	③ 方向性	<p>・組合の管理や事業運営支援に加えて、組合の構成員である事業者への経営相談、人手不足対策、事業承継支援、IT導入などの支援の強化。</p> <p>・組合の枠を超えて業界が連携して行う事業継続力強化の取り組みへの支援の充実。</p>

事務事業評価シート

1 事務事業の概要

担当課 中小企業課

事務事業の名称		事業承継総合支援事業			
目的	誰(何)を対象として	中小企業、小規模企業	事業費 (千円)	令和3年度の実績額	令和4年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	企業の持続的発展に向け、円滑な事業承継を推進し、長年にわたり蓄積された経営資源が引き継がれ、雇用の場が維持されることを目指す。		225,570	197,197
			うち一般財源 (千円)	225,570	197,197
令和4年度の取組内容	<ul style="list-style-type: none"> 事業承継推進員を配置し、商工団体等支援機関と連携して相談対応、事業承継計画の作成、フォローアップなど伴走支援を行う。 事業承継に関するセミナーの開催や第三者承継の必要性などの情報発信により啓発を行う。 業界ごとの事業承継の課題解決に向けた取組を支援する。 事業承継の課題解決を図るための専門的知見を有するアドバイザーを中小企業に派遣する。 事業承継を契機とした新たな取組や後継者の育成等を支援する。また、第三者承継の促進に向けて、総合的に支援する。 				
令和3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"> 事業承継推進員を集めた会議を定期的開催することとし、会議の中で設定目標の進捗管理やスキルアップを図った。 士業との連携強化を図るためのワーキンググループ設立に向けた準備を行った。 また、準備委員会の際に、アドバイザー派遣の有効活用を促した。 				
1	上位の施策	I-2-(4) 成長を支える経営基盤づくり	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	事業承継計画を策定し、後継者を確保した企業数 (R2年度からの累計)【当該年度4月～3月】	目標値		90.0	180.0	270.0	360.0	450.0	社	累計値
		実績値	(単年度90)	142.0	303.0					
		達成率	—	157.8	168.4	—	—	—		
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"> 経営者の平均年齢61.4歳(全国5位)(R3民間調査機関)、後継者不在率72.4%(全国3位)(R3民間調査機関)。 ①後継予定者が決まっている事業者が22.4%、②後継者未定の事業者が19.4%、③自分の代で清算・廃業予定の事業者が42.8%(R1 アンケート結果)。 助成制度の利用件数 R3 20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"> 全ての市町村で地域協議会が設置され、地域の実情に応じた事業承継支援の体制が構築されている。 セミナーや広報、事業承継推進員による相談等によって、事業承継を早期に取り組み気運が醸成されている。 目標管理と勉強会の実施により、事業承継推進員の活動量が向上している。 事業承継を契機とした新事業の取組に係る助成制度が認知されており、活用事例が積み上がってきている。 事業承継計画を策定する事業者が増加している。
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> 親族内で後継者は特定されていない場合、事業承継に向けた取組は進んでいない場合がある。 親族内で後継者が見つからない一方、第三者を含めた後継者探しも進まず、突然、経営者が廃業を決定してしまうことがある。 事業承継を進める上での課題が多岐にわたり、何から手をつけて良いか分からなくなり、動きが止まってしまう場合がある。 後継者育成の難しさや自社の債務、経営状況の不安を、事業承継を進めるうえでの課題とする経営者が多い。 コロナ禍も含め、事業承継を進める前段階として、事業継続が困難となっている場合がある。
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> 親族内承継にあっては、現経営者と後継者との間(特に男性同士の場合)での会話が少なく、意思疎通が進まない。 第三者承継が必要な場合は、現経営者は、現実から目をそらし、問題を先送りしてしまう。 事業承継推進員や商工団体の経営指導員等は、専門的で多岐にわたる事業承継の課題の全てに対応しきれないわけではない。 新型コロナウイルス感染症の影響による生産活動や店舗営業等の経済活動の停滞により、経営自体が悪化している。
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> 事業承継推進員、商工団体の経営指導員、島根県事業承継・引継ぎ支援センターが連携し、掘り起こしから、計画を策定し、その計画に基づいた伴走支援まで、それぞれの企業の課題や悩みに的確に対応できる体制の強化を継続していく。 専門家がが必要な場面で支援が途切れることのないよう士業との連携体制を強化する。 自社の価値を認識する啓発(セミナー等)を継続し、実践するための支援メニューを構築し取組を促す。 アドバイザー派遣事業を活用するなど、企業が問題を整理し、解決に向かっていける支援体制にする。 新事業等活動補助金等の活用を促し、事業の磨き上げに早急に取り組んでもらう。

事務事業評価シート

1 事務事業の概要

担当課

中小企業課

事務事業の名称		地域商業等支援事業			
目的	誰(何)を対象として	県内の小売業、サービス業等の開店予定者等	事業費 (千円)	令和3年度の実績額	令和4年度の当初予算額
	どのような状態を目指すのか	新たな開業の促進と経営の安定化を図ることにより、地域の商業機能の維持・発展を目指す。		32,768	47,000
			うち一般財源 (千円)	15,586	23,500
令和4年度の取組内容	地域商業機能の維持・向上等に取り組む事業者を支援する市町村に対し補助金を交付 ・小売店等開業支援事業(一般枠・特別枠) ・買い物不便対策事業 ・移動販売・宅配支援事業 ・商業環境整備事業 ・地域流通拠点整備事業				
令和3年度に行った評価を踏まえて見直したこと	・対象経費(家賃)の取扱い整理(対象範囲の明確化)				
1	上位の施策	I-2-(4) 成長を支える経営基盤づくり	3	上位の施策	
2	上位の施策	Ⅲ-1-(1) 小さな拠点づくり	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	過去5年間に補助事業を活用した事業者の存続率 ((5年間の補助金交付件数-5年間の廃止件数)/5年間の補助金交付件数)【当該年度3月時点】	目標値		95.0	95.0	95.0	95.0	95.0	%	単年度値
		実績値	95.7	93.7	92.9					
		達成率	-	98.7	97.8	-	-			
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		・補助金交付件数は、H29:92件、H30:160件、R1:127件、R2:88件、R3:85件と推移 ・廃止件数は、H29:8件、H30:9件、R1:3件、R2:10件、R3:9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	・85件採択し、そのうちの新規事業は59件であった(R2新規 50件、R元新規 89件)。 ・新規出店事業者に対し、商工団体による開業前後の経営改善指導等を展開し、円滑な開業や開業後の事業安定化を支援した。 ・また、開店月から14か月の範囲で交付決定後の家賃を補助対象としており、年度をまたいでの手厚い伴走支援となるよう誘導している。 ・その結果、開業前から2年間程度の伴走支援となり、事業者の開業と経営の安定化につながった。
課題分析	① 課題	・新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、新規に開業する事業者が例年より減っている。
	② 原因	・新型コロナウイルス感染の影響により、開業意識は高まっているが、実際に開業する経済環境ではない。 ・新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、業績が悪化している事業者が出ている。 ・接触の機会が多い商業サービス業の創業は、コロナ禍で敬遠されている可能性がある。
	③ 方向性	・5年未満での廃業の要因、交付件数が減少した要因について、現状を把握するために市町村との意見交換会やヒアリング、アンケート等を実施し、その結果を踏まえた対応を検討する。

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3年度の実績額	令和4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		22,637	100,000
			うち一般財源 (千円)	0	0
令和4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3年度に行った評価を踏まえて見直したこと	本国庫補助事業に県内事業者が採択されるため、精度の高い輸出事業計画が作成されるよう、事業者に対し適切な支援を行った。				
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					
		達成率	—	112.9	130.8	—	—	—		
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	(新規事業)	22.0	44.0					
		達成率	—	28.3	28.3	—	—	—		
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									

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。本県においては、令和3年度は2社が事業申請し、いずれも採択された。あらかじめ、輸出拡大に向けた自社の課題を明確化した上で、自社製品の強みと弱みを分析し、弱みの部分を補助事業で改善する綿密な事業計画を作成することにより、採択を得ることができた。
課題分析	① 課題	本補助事業を活用し、施設整備する事業者が一部事業者に限られる。 ↑ 新たな事業申請がなかなか出てこない。
	② 原因	小規模な事業者が多い中、人員やコスト等の問題で、本事業の活用が難しいケースが多い。 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。 どのような企業であれば本事業の活用が効果的であるか、支援側の見定めも不十分である。 ↑ どのような企業が本事業の活用を必要としている企業なのか、把握できていない。 このため、本事業の効果的なピーアールや活用の推奨ができていない。
	③ 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のはどのような企業なのかを把握し、それらの企業に本事業の活用を勧める。 多くの企業が本事業を活用して、HACCP基準の衛生管理ができるようになることで、海外から高い評価を得て、輸出の拡大につなげる。

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	県内食品製造事業者	事業費 (千円)	令和3年度の実績額	令和4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。		62,985	69,705
令和4年度の取組内容	・食品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3年度に行った評価を踏まえて見直したこと	・展示商談会での専用ブース設置など、従前の補助事業者の販路拡大支援を積極的に実施				
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	104.0	140.0	人	累計値
		実績値 (単年度59)		44.0	129.0					
		達成率	—	220.0	293.2	—	—	—		
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)		2.0	301.2					
		達成率	—	20.0	1,204.8	—	—	—		
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(2020年工業統計調査 産業別統計表(概要版)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: 299: 6,376人: 837億円: 333億円 製造業中シェア: 26.9%: 15.2%: 6.8%: 7.6% 1事業所当たり: 製造品出荷額 280百万円、付加価値額 111百万円 従業者1人当たり: 製造品出荷額 13百万円、付加価値額 5.2百万円								

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製造事業者の雇用増、付加価値額増は目標値を上回っている。 ・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額増については、伸び悩んでいる状況である。
課題分析	① 課題	・コロナ禍の影響で低下した売上げの回復が見られる事業者があるが、コロナ前の状況には至っていない状況である。 ・石見、隠岐地域では、専任の営業担当を置くことが難しい零細な事業者の割合が県全体や出雲地域に比べて高く、県外への販路開拓・拡大が出雲地域に比べてより厳しい状況である一方で、県の支援策を活用している事業者の比率は出雲地域より低くなっている。
	② 原因	・コロナ禍により県内外の展示商談会への出展の機会や県外からのバイヤー招聘の機会が限られ、事業者の商談機会が十分に確保できていない。 ・石見・隠岐地域を中心に事業者の課題・ニーズの把握が十分にできておらず、また、事業の周知が不足しており、これまでアドバイザー派遣や補助事業等による支援が十分に行えていない。
	③ 方向性	・(一社)島根県物産協会等と協力して、県外の展示商談会での補助事業者の商品の紹介やバイヤー招聘等による商談機会の確保、しまね県産品販売パートナー店への訪問による補助事業者の商品の斡旋、バイヤーのニーズのフィードバック等を強化する。 ・石見・隠岐地域の事業者の販路開拓等の課題解決のため、事業者を訪問して課題・支援ニーズを把握し、支援の充実強化を図る。特に、地域の複数の事業者の商品をまとめて販売へつなげる役割を果たしている地域商社等の機能を活用した販路開拓・拡大の支援を進める。 ・事業者の人材育成・確保に向けて、アドバイザー派遣、営業代行などの事業の周知を強化する。

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		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3年度の実績額	令和4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		うち一般財源 (千円)	116,923
令和4年度の取組内容	①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 ②首都圏県産品販路開拓事業 ・県内事業者の販路開拓・拡大の促進のため、卸売業者への委託により、首都圏の小売事業者への県産品の紹介・斡旋、フェアの開催、バイヤーの招致、消費者ニーズのフィードバック等を実施				
令和3年度に行った評価を踏まえて見直したこと	コロナ禍における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、県産品送料負担キャンペーンやテレビやWEBなどのメディアを活用した県産品の情報発信などの取組を拡充した。				
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	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)	359.0	630.0					
		達成率	—	108.8	157.5	—	—	—		
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	(新規事業)	112,000.0	130,788.0					
		達成率	—	57.5	73.1	—	—	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		・首都圏のしまね県産品販売パートナー店等に対する(一社)島根県物産協会の県産品販売額は、R1:133,580千円、R2:117,604千円、R3:120,354千円と推移								

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	・首都圏のしまね県産品販売パートナー店等に対するR3年度の(一社)島根県物産協会の県産品販売額は、R2年度比2,750千円増の状況 ・首都圏での新たな販路開拓業務((有)良品工房へ委託)により、県産品309品目、県内事業者67社が新たな販路の開拓・拡大に繋がった ・日比谷しまね館内での新商品特設コーナーやおすすめ季節商品コーナーの設置など県産品の販売促進に取り組み、年間売上げはR2年度比18,788千円増の状況
課題分析	① 課題	首都圏等における県産品や県内観光地等の認知度向上に向けた効果的な取組が不足している。
	② 原因	日比谷しまね館においては、コロナ禍で大々的なイベントが実施できず、また、断続的に東京都に緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が適用されたことから、予定していた集客イベントや広報活動は中止を余儀なくされたため、首都圏在住者に対して県産品や観光等の情報を十分に届けられていない。
	③ 方向性	日比谷しまね館の運営会社と連携した外販イベントの拡充や移動販売車やECサイトを活用した販売促進・情報発信などの新たな事業を実施し、首都圏での県産品の認知度向上に向けた取り組みを強化する。

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	伝統工芸品製造事業者	事業費 (千円)	令和3年度の実績額	令和4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		13,368	16,490
			うち一般財源 (千円)	13,368	16,334
令和4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3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の拡充(補助率・補助上限をアップ等)(令和3年度途中から) 工芸品の魅力に加え、購入できる場所・機会等の情報をセットで伝えるため、情報発信を一括して外務委託とした 			
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	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					
		達成率	—	100.0	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(R3年度新規)を活用し、県内外の展示会・見本市へ出展した事業者数・申請件数 R3年度実績 22事業者、49件 申請件数49件の内訳(コロナ対策として、R3年度途中から補助率アップ、対象経費拡充) 拡充前:17件、拡充後(10/25以降):32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年度途中に拡充(補助率のアップ、PR検査費用や出展キャンセル料を対象経費に追加)したことで、事業者の出展意欲が向上 新規後継者はR2年度2名から1名に減少
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
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> 補助事業を活用し、出展する事業者が一部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
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> 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
		<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		海外展開促進支援事業			
目的	誰(何)を対象として	県内企業(全業種、特に加工食品製造業者)	事業費 (千円)	令和3年度の実績額	令和4年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	海外への販路の開拓・拡大		40,652	46,658
			うち一般財源 (千円)	40,652	36,669
令和4年度の取組内容	海外市場で稼ぐ県内企業の増加に向け、海外取引の拡大に意欲を持つ県内企業の自立的な取組を支援する。 ・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、ジェトロ島根、境港貿易振興会を通じた企業支援活動を実施 ・食品輸出販路開拓支援:欧米・アセアン等の有望市場向けの商談会開催、海外でのしまねフェアの開催 ・非日系小売店参入支援:セミナー等を通じ企業人材育成、非日系市場向け販路開拓支援、ジェトロ島根委託 ・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				
令和3年度に行った評価を踏まえて見直したこと	コロナ禍における食品輸出支援策として、米国向けEC販売支援を継続するとともに、ウェブを活用した商談会の開催、輸出商社と連携したテスト販売など、海外渡航しなくても実施できる、新規商流開拓のための支援策を強化した。				
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	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	228.0	230.0					
		達成率	—	100.9	100.9	—	—	—		
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	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					
		達成率	—	112.9	130.8	—	—	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		○令和3年度 しまね海外展開支援助成金実績 食品企業等採択件数7件(前年度5件) ○令和3年度 貿易投資相談実績 ジェトロ松江:115件(前年度213件)、 しまね産業振興財団:125件(前年度67件) ○令和3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※個社支援 8社(前年度10社) ○令和3年 境港貿易実績 コンテナ貨物取扱本数:21,853本(前年21,934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	海外展開支援助成金、商談会開催(ウェブ開催含む)によるマッチング支援、各支援機関による伴走型個社支援等の取組の結果、コロナ禍が継続する中においても、新たに輸出に取り組む企業が現れ、また、輸出額を伸ばす企業が増加した。 (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(R2年4月)。 海外展開支援室、ジェトロ松江、しまね産業振興財団の共同事務所化が実現し、ワンストップサービスが可能となった(R3年4月)。
課題分析	① 課題	上記の成果はあるものの、新たに輸出を志向する企業や海外販路をさらに拡大しようとする企業が大きく増えていない状況である。
	② 原因	上記①(課題)が発生している原因 ・海外販路開拓・拡大には様々なリスクを伴うことから、関心を持ちながらも実際の取組を躊躇する企業が多い。 ・新型コロナウイルスの影響により、商談や展示会参加のための渡航が困難な状況が続いている。 (一方、近い将来海外渡航が可能になることを想定すると、今後は海外での販路開拓・拡大が必要になってくるので、その対応も要検討。)
	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 ・海外販路開拓・拡大に関心を持つ企業に対し、県・島根産業振興財団・ジェトロ島根が連携し、その初期段階から発展段階まできめ細やかな支援を講じる。 ・コロナ禍における食品輸出支援策として、EC販売に取り組む企業向け支援、ウェブを活用した商談会の開催、輸出商社と連携したテスト販売など、海外渡航しなくても実施できる、新規商流開拓のための支援に引き続き力をいれる。 ・コロナ後を見据え、対面での商談機会の提供を増やし、また、渡航を伴う海外販路開拓・拡大活動の増加に向け、徐々に施策転換を図っていく。

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3年度の実績額	令和4年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	県内食品事業者の卸・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		24,874	52,631
			うち一般財源 (千円)	13,271	28,736
令和4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 			
令和3年度に行った評価を踏まえて見直したこと		・島根県ブースとして出展する展示会の整理			
1	上位の施策	I-2-2(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(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					
		達成率	-	-	97.1	-	-	-		
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					
		達成率	-	13.4	45.0	-	-	-		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		○R3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__回、参加事業者数延べ__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 27社、商談事業者数 延べ178事業者 ・展示・商談会(県ブース設置又は県主催・支援) 県外:3回、出展者数 延べ28事業者 県内:1回、出展者数 50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"> ・パートナー店における県産品の取扱額は、コロナ禍による減少から回復の傾向にあるが、目標に対しては若干下回っている状況 ・展示会における成約額等は、目標を大幅に下回っている状況
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> ・県外での商品需要動向の把握不足により、バイヤーへの商品提案や食品等の製造事業者への情報提供が十分にできていない ・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事業者がある
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍でパートナー店等への訪問に限られるため、県外での商品需要の動向把握が不足している ・展示会においては、事業者がターゲットとする来場者が少ないものがある
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・コロナ収束後の取引拡大を見据えつつ、(一社)島根県物産協会などの業務委託先と連携し、各地域のパートナー店等への訪問活動による商品提案を強化する ・各地域のパートナー店以外の卸・小売に対し、営業代行等を通じ、多くの県産品を取り扱ってもらえるよう商品提案を強化する ・卸・小売のバイヤーニーズについて、訪問活動を通じ把握、食品事業者に情報提供し、商品開発や商品改良を促進する ・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行い、成約の向上を図る