

(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。

【評価】

<前年度から評価実施年度上期までの成果と課題>

- ・食品産業については、しまね県産品販売パートナー店との連携や商品斡旋、展示商談会への出展支援により食品等製造事業者の販路開拓・拡大に取り組んだ結果、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は増加した。一方で、展示商談会における成約額・見込額は伸びておらず、事業者の商品のブランディング、商品提案や販路拡大の取組に課題がある。
- ・伝統工芸品事業者においては、販路拡大に取り組み、売り上げを大きく伸ばした事業者はあるものの、一部に限られている。新商品の開発やパッケージデザインの作成・改良等、自社のブランド力強化に積極的に取り組む事業者が少ないことが課題である。
- ・事業者の海外販路の開拓・拡大を進めるために、展示会出展や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支援などに取り組んだことにより、輸出実績企業数・輸出額は増加傾向にある。一方で、更に海外での売上げを伸ばすためには、一層の販路拡大の取組に加え、事業者の商談力や品質の向上、供給力の強化をする必要がある。

<第2期島根創生計画初年度から評価実施年度上期までの複数年度にわたる成果と課題>

※上記で重複しない成果・課題を記載

この欄は複数年度にわたる成果と課題を記載するため令和9年度から記載

【今後の方向性】

①食品産業の振興

食品等製造事業者の経営基盤強化を図りながら、販路拡大に向けて、商品力の向上に取り組む事業者への支援体制を強化するとともに、パートナー店等と連携したバイヤー招聘や商品提案、販路拡大及び展示商談会への出展支援等の取組を進めていく。

②伝統工芸の振興

商品開発・ブラッシュアップ、商品提案方法等を学ぶ講座を開催し、新商品開発、自社ブランド力の強化を支援する。

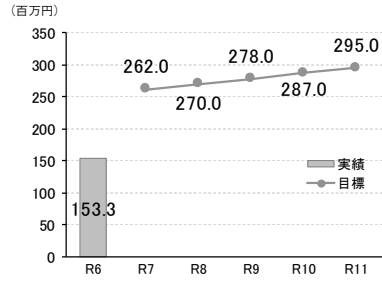
島根県ふるさと伝統工芸品連絡協議会との連携により県の支援策の有効活用を促し、伝統工芸品事業者の競争力強化や販売促進の取組を推進する。

③海外への販路拡大

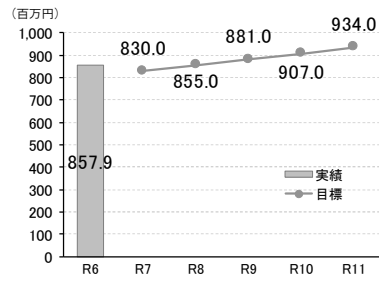
海外販路開拓・拡大に関心を持つ事業者に対し、コロナ禍で活用が進んだ海外向けネット販売への取組を引き続き促すとともに、県・しまね産業振興財団・ジェトロ島根が連携し、渡航を伴う販路開拓・拡大活動、対象市場に応じたコンサルティングやセミナー開催などワンストップでの支援を強化する。また、海外バイヤーが求めるFSSC22000などの認証取得やその取得に必要な施設整備を促進し、商品力向上などの支援を行う。

【施策の主なKPIの状況】

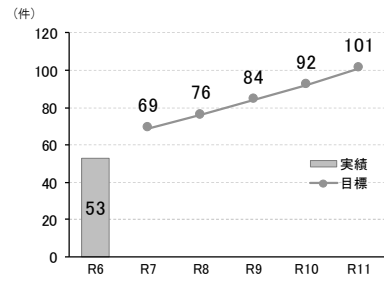
1) 展示会における成約額・見込み額
【当該年度4月～3月】



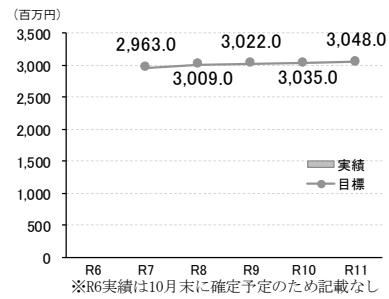
2) しまね県産品販売パートナー店（継続報告分）における県産品の取扱額【前年度1月～当該年度12月】



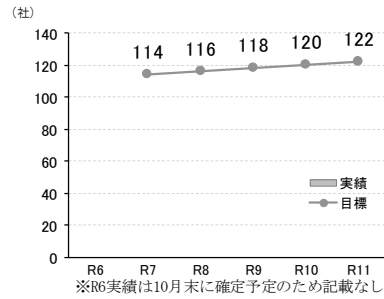
3) 新たな販路開拓に取り組む伝統工芸品製造事業者の件数【当該年度4月～3月】



4) 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】



5) 貿易実績企業数（農林水産物・加工食品に限る）【前年度1月～当該年度12月】



施策の主なK P I

施策の名称	I-2-(3) 地域資源を活かした産業の振興
-------	------------------------

番号	K P I の名称	上段は目標値、下段は実績値					単位	計上分類	備考	
		令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度				令和11年度
1	展示会における成約額・見込み額【当該年度4月～3月】	153.3	262.0	270.0	278.0	287.0	295.0	百万円	単年度値	
		262.0	270.0	278.0	287.0	295.0				
2	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】	857.9	830.0	855.0	881.0	907.0	934.0	百万円	単年度値	
		830.0	855.0	881.0	907.0	934.0				
3	新たな販路開拓に取り組む伝統工芸品製造事業者の件数【当該年度4月～3月】	53.0	69.0	76.0	84.0	92.0	101.0	件	単年度値	
		69.0	76.0	84.0	92.0	101.0				
4	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】	3,623.3	3,656.3	3,699.2	3,712.4	3,725.6	3,738.8	百万円	単年度値	R8.2 上方修正
		3,656.3	3,699.2	3,712.4	3,725.6	3,738.8				
5	貿易実績企業数(農林水産物・加工食品に限る)【前年度1月～当該年度12月】	114.0	114.0	116.0	118.0	120.0	122.0	社	単年度値	
		114.0	116.0	118.0	120.0	122.0				

(第2期島根創生計画に掲げる施策の【取組の方向】)

①食品産業の振興

食品製造事業者の経営基盤強化や販路拡大に向けて、それぞれに抱える経営課題に合わせた段階的な支援メニューの充実や、商品力の向上に取り組む事業者への支援体制の強化により、食品製造業を核とした、第1次産業から第3次産業まで波及する地域での経済循環の仕組みづくりを推進します。

②伝統工芸の振興

消費者ニーズの変化などに対応できるよう商品力を高めるとともに、幅広く消費者等に対ししまねの工芸品の魅力が伝わるよう情報発信を強化することなどにより、事業者の競争力強化と後継者の確保・育成を図ります。

③海外への販路拡大

貿易に係る支援体制の強化、事業者間の連携促進に向けた支援、県産品の認知度向上の取組などにより、県内企業の海外への事業展開や県産品の海外販路拡大を進めます。

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	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	海外への販路の拡大	0	200,000	しまねブランド推進課
2	強くなやかな食品産業づくり事業	県内食品等製造事業者	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。	46,551	64,694	しまねブランド推進課
3	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	107,914	127,266	しまねブランド推進課
4	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。	10,916	13,727	しまねブランド推進課
5	海外展開促進支援事業	県内企業(全業種、特に加工食品製造事業者)	海外への販路の開拓・拡大	54,028	61,747	しまねブランド推進課
6	浜田港ポートセールス推進事業	浜田港の利用企業及び利用が見込まれる企業	浜田港の利用を通じた企業の競争力強化(取扱量増加を通じた企業活動の活性化)	37,119	68,547	しまねブランド推進課
7	しまね海外ビジネス展開支援事業	海外展開に挑戦する県内中小ものづくり企業	成長著しい海外市場の取り込みによる県内企業の付加価値向上・競争力強化	68,575	88,012	しまねブランド推進課
8	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	県内食品等製造事業者の卸・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。	88,554	120,981	しまねブランド推進課
9	物産観光館の管理運営等事業	県内食品製造事業者及び伝統工芸事業者	島根県物産観光館において、島根県全域の幅広い県産品等の魅力を伝え、認知度向上を図る。	578,163	17,922	しまねブランド推進課

事務事業評価シート

担当課	しまねブランド推進課
-----	------------

1 事務事業の概要

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6年度の実績額	令和7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		うち一般財源 (千円)	0
令和7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、食品製造事業者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6年度に行った評価を踏まえて見直した点		事業活用可能性のある事業者に制度周知及びヒアリングを行った。			
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5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11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	3,430.1	3,623.3	3,656.3	3,699.2	3,712.4	3,725.6	3,738.8	百万円	単年度値	
		実績値	-	-	-	-	-	-	-			%
		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		当該事業実施県内事業者数 令和2年度: 1社 令和3年度: 2社 令和4年度: 0社 令和5年度: 0社 令和6年度: 0社										

3 現状に対する評価

成果		・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。 ・令和6年度は、県内事業者から相談はあったが、実際の応募はなかった。 ・他県からは予算額を上回る申請があると聞かすが、本県からは近年申請する事業者がでてきていない。
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	主に輸出中級者以上向けである本事業の利用の検討に至っていない事業者が多い。 ・申請等が煩雑な本事業を活用できる経営基盤(資金力、人員等)が整っている事業者が少ない。
	③方向性	・本事業の活用を視野に入れられる規模の事業者の抽出 ・経営基盤の強化につながる販路開拓・拡大への支援と小規模設備投資の促進を図る。

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	県内食品等製造事業者	事業費 (千円)	令和6年度の実績額	令和7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。		うち一般財源 (千円)	46,551
令和7年度 の取組内容		・食品等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 ・単独では営業活動が難しい県内事業者の販路開拓・拡大を支援するため、県内の複数の事業者の商品をとりまとめて県外への販路開拓・拡大を行う地域商社等の取組に要する経費に対して補助金を交付			
令和6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	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5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11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(R7年度からの累計)【当該年度4月～3月】	目標値			17.0	39.0	66.0	96.0	127.0	人	累計値
		実績値	-	-							
		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			276.0	667.0	1,173.0	1,748.0	2,323.0	百万円	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		○食品産業の現状 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 令和2年工業統計調査 食料品・飲料製造業： 249 5,912人 934億円 389億円 令和3年経済センサス ※工業統計調査は令和2年度で終了したため、令和3年度については経済センサスの数値を使用									

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等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が、県産原材料調達額増については伸び悩んでいる。
課題分析	①課題	・雇用や付加価値額の増加などを実現している事業者がある一方、衛生管理や食品表示への対応や生産ライン効率化への取り組みが十分ではなく生産性の向上や県外への販路開拓・拡大が進まない事業者も多い。 ・天候不順や生産者の高齢化等により県産原材料の調達が難しい事業者も多い。
	②原因	・食品等製造事業者は中小零細が多く、衛生管理や食品表示の知識やノウハウの習得が不十分である。 ・製造設備の老朽化や不足により、効率的な製造に支障が出ている。 ・商品開発・改良のノウハウが不足しており、効果的な商品開発・改良が進められない。
	③方向性	・食品等製造事業者に対し、生産性向上や省力化などをはじめとした様々な経営課題に対する助言などを実施。 ・食品製造に関する衛生管理、食品表示およびHACCP認証、国際規格の取得に対する支援を実施。 ・県外への販路開拓・拡大、商品開発・改良及び効率的な商品製造を行うための取り組みに関する支援を実施。 ・商品開発などを学ぶ講座の参加事業者に対し、食品表示等に関する相談窓口やアドバイザーなどの派遣制度の活用を促す。

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		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6年度の実績額	令和7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)	107,914
令和7年度の取組内容	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 ・ 日比谷しまね館の運営については、令和6年度に実施した提案協議の結果、令和7年度から令和9年度までの3年間について、新たな事業者へ観光案内業務も含めた店舗の管理運営を委託している。				
令和6年度に行った評価を踏まえて見直した点	・ 商品販売と観光案内業務を一体的に行い、来館者へのアプローチを強化するため、管理運営委託業務に観光案内業務を追加した。				
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5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	単位	計上分類
1	物産観光館入館者数【当該年度4月～3月】	目標値			401,000.0	408,300.0	415,600.0	422,900.0	430,200.0	人	単年度値
		実績値	620,782.0	283,029.0							
		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			220.0	240.0	260.0	280.0	300.0	百万円	単年度値
		実績値	170.2	200.8							
		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	日比谷しまね館内での新商品特設コーナー等の設置や事業者による対面販売や外販の実施など、県産品の販売促進に取り組んだ。 ・ 店舗売り上げ200,836千円(対昨年比+30,634千円、118%) ・ 対面販売事業者数:延べ43事業者 ・ 外販(店舗外イベント等)回数・売上:13回・13,835千円 ・ 移動式販売車稼働日数・売上:24日・2,599千円 ・ ECサイト売上:84千円 ・ 商品提案会実施回数・採択実績:3回・6社/9商品
課題分析	① 課題	・ 売上及び客数は増加しているが、客単価は伸び悩んでいる。 ・ m ² 当たりの売上も同様に伸びているものの、「にほんばし島根館」時代の水準までは至っていない。 ・ 首都圏における県産品の販路拡大、認知度向上に向けたPR、露出が不足している。
	② 原因	・ 館への誘客を図る魅力的なイベント企画ができていないこと。 ・ 館への誘客、県産品の認知度向上に効果的なイベントの開催頻度が少ないこと。 ・ 商品販売と観光案内業務との一体的なアプローチができていないこと。 ・ 顧客ニーズの把握・分析が不十分であること。
	③ 方向性	・ 効果的なイベントを一定数実施し、SNS等による周知を図る。 ・ 管理運営委託業務に観光案内業務を追加し、一体的にアプローチする。 ・ 本年度から稼働するアンテナショップ売上情報等収集分析システムを活用し、県産品の販売動向を把握・分析する。

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6年度の実績額	令和7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		うち一般財源 (千円)	10,916
令和7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 県内の事業者を対象に経営やブランディング、商品開発提案方法を一貫して学ぶ講座を実施 県内事業者の商談機会の創出のため、県及び県内3信用金庫が主催し、展示商談会及び即売会を実施 				
令和6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、販路開拓専門家招聘の補助制度について、島根県ふるさと伝統工芸品連絡協議会の総会に出席し、これまで利用事業者が少ない専門家の招聘について、新商品の開発依頼などの具体的な例を挙げ説明を行った 				
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5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	単位	計上分類
1	新たな販路開拓に取り組む伝統工芸品製造事業者の件数【当該年度4月～3月】	目標値			69.0	76.0	84.0	92.0	101.0	件	単年度値
		実績値	68.0	53.0							
		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											

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"> 県内外での販路拡大に向けた展示会・見本市への出展、販路開拓専門家の招聘の経費補助による補助金の申請者数は25事業者、申請件数は50件の状況 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)による支援の新規後継者は、1名であった
課題分析	①課題	<ul style="list-style-type: none"> ①補助事業を活用し、出展する事業者が一部の事業者に限られている ②工芸品を取り巻く地域の魅力や、作り手の思い等を伝える情報発信が不十分 ③県外への販路開拓を進めるためには、他者との差別化が必要であるが、全国に通用する売れる商品づくりのために工夫して取り組む事業者が少ない
	②原因	<ul style="list-style-type: none"> ①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の出展が難しいケースが多い ②EC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 ③新商品の開発やパッケージデザインの作成・改良等、自社のブランド力強化に積極的な事業者が少ない
	③方向性	<ul style="list-style-type: none"> ①島根県ふるさと伝統工芸品連絡協議会との連携により県の支援策の有効活用を促し、販路開拓、販売促進の取組を推進する。 ②工芸品、作り手の魅力を伝えるコンテンツ作成や、売り場やイベント等での購入機会の効果的なPRなどの情報発信業務を外部委託により継続して実施する。 ③商品開発・ブラッシュアップ、商品提案方法を学ぶ講座を開催し、新商品開発、自社ブランド力の強化を支援する。

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、特に加工食品製造事業者)		事業費(千円)	令和6年度の実績額	令和7年度の当初予算額
	どうい状態を目指すのか	海外への販路の開拓・拡大			54,028	61,747
				うち一般財源(千円)	42,077	43,344
令和7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 ・EC販売支援:海外向けサイトに島根県産品の特集ページを設置し、販路拡大を支援 ・海外向け国内展示商談会出展支援と拡充:海外向け国内展示商談会に島根県ブースを設け県内事業者販路拡大を促進				
令和6年度に行った評価を踏まえて見直したこと		海外向け国内展示商談会の拡充				
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・港湾の機能強化と利用促進	
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5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	単位	計上分類
1	貿易実績企業数(農林水産物・加工食品に限る)【前年度1月～当該年度12月】	目標値			114.0	116.0	118.0	120.0	122.0	社	単年度値
		実績値	112.0	114.0							
		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			3,656.3	3,699.2	3,712.4	3,725.6	3,738.8	百万円	単年度値
		実績値	3,430.1	3,623.3							
		達成率	-	-	-	-	-	-	-		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		○令和6年度 しまね海外展開支援助成金実績件数:68件(前年度45件) ○令和6年度 貿易投資相談実績 ジェトロ島根:165件(前年度206件) しまね産業振興財団:143件(前年度156件) ○令和6年度 ジェトロ島根の輸出大国コンソーシアム支援企業数※個社支援7社(前年度5社) ○令和6年度 境港貿易実績 コンテナ貨物取扱本数:23,774TEU(前年度22,304TEU)									

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、商談会開催によるマッチング支援、各支援機関による伴走型支援等の取組の結果、輸出実績企業数・輸出額は増加傾向にある。
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)に支障となっている点 ・輸出先国の市場の一部にしか入り込めていない。 ・輸出対象国の地政学的リスク等により、突然取引が停止に追い込まれる危険性がある。
	②原因	上記①(課題)が発生している原因 ・相手先の求める品質の商品を開発・供給できていない。 ・事業者のスキル不足により、売り込む機会を活かしきれっていない。 ・特定の輸出国や売り先に依存した取引形態。
	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 ・海外取引での競争力を高めるため、個社の強みを活かした事業者間の連携づくりを支援する。 ・ハード整備などを支援することにより、高品質な商品づくりを促進する。 ・対象市場に応じたコンサルティングやセミナー等の実施によりスキルの向上を図る。 ・海外向け国内展示商談会など、より多くの商談機会を県内企業に提供することで、輸出対象国や販売先を増やし、リスク分散を図る。

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		浜田港ポートセールス推進事業				
目的	誰(何)を対象として	・浜田港の利用企業及び利用が見込まれる企業		事業費(千円)	令和6年度の実績額	令和7年度の当初予算額
	どうい状態を目指すのか	・浜田港の利用を通じた企業の競争力強化(取扱量増加を通じた企業活動の活性化)		うち一般財源(千円)	37,119	68,547
令和7年度の取組内容		(浜田港の利活用促進は、県と浜田市で人員、予算を負担する浜田港振興会を主体に実施) ・コンテナ貨物増加に向けて、利用企業や船会社等への提案型のポートセールス実施 ・複数便化に向けた船会社への働きかけの実施 ・地理的優位性のある企業の利用促進に向けて、石見地域に集積の見られる産業を中心とした戦略的な貨物創出 ・貿易及び国際物流の専門家を貿易アドバイザーとして設置 ・浜田港の認知向上に向け、ポートセミナーや視察の受け入れを実施				
令和6年度に行った評価を踏まえて見直したこと		・複数便化に向けた取り組みの強化 ・他港から浜田港利用へ転換するための支援制度の強化 ・継続的な浜田港利用を目的とした試験的な輸出入の支援制度の改正				
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-2-(1) 牽引力のある都市部の発展	
2	上位の施策	III-4-(2) 空港・港湾の機能強化と利用促進	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5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	単位	計上分類
1	浜田港国際コンテナ貨物取扱量【当該年度4月～3月】	目標値			5,500.0	6,000.0	6,400.0	6,700.0	7,000.0	TEU	単年度値
		実績値	3,826.0	4,654.0							
		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		・浜田港貿易総額:111,716百万円(対前年比63.4%)【令和6年財務省貿易統計(速報値)】 [うち輸出額6,759百万円(同189.3%)、輸入額104,957百万円(同60.8%)] ・浜田港取扱貨物総量:380,321トン(対前年比93.4%)【令和6年島根県港湾統計(速報値)】 [うち輸出52,173トン(同189.6%)、輸入193,787トン(同106.1%)、移出48,039トン(同71.2%)、移入86,322トン(同66.7%)] ・R3年度からコンテナ船1社の運航が休止。R5年度からコロナ禍による海運の混乱が落ち着いたためコンテナ船の寄港回数が回復 [寄港回数推移 R2年度:89回、R3年度:38回、R4年度:40回、R5年度:45回、R6年度:45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	・浜田港国際コンテナ航路の利用実績は、2年連続増加し、過去最高であったR2年度実績(4,539TEU)を超えた。 [R6年度実績:4,654TEU(対前年比+828TEU、121.6%)] ※TEU=20フィートコンテナ1本換算 ・R6年度企業等訪問によるポートセールス409件(対前年比+19件) ※延べ件数 [うち県内259件(同±0件)、県外150件(同+24件)、海外0件(同▲5件)] ・浜田港ポートセミナーin浜田を対面+WEBにて開催(R6年12月) [参加者:90名(会場:70名、WEB:20名)] ※浜田港見学ツアー参加者:55名
課題分析	①課題	・浜田港近隣で県外の港を利用している企業や貨物がある ・浜田港ではコンテナ船の大型化(1,000TEU)に対応できない ・コンテナ貨物取扱量増加により埠頭ヤードが不足している
	②原因	・週1便化により、冬季の気象状況等によるスケジュールの不安定化 ・1社単独航路のため海上運賃が高止まりしている ・コンテナ船が接岸する福井4号岸壁の水深が8.5mのため、1,000TEU以上のコンテナ船が接岸できない ・岸壁が延伸されないため、埠頭ヤードが確保できない ・コスト、利便性、施設等の面で荷主企業のニーズに十分に答えられていない
	③方向性	・石見地域に集積の見られる産業を中心とした貨物を創出し、他港を利用している貨物を浜田港に取り込むことにより、貨物量の増加、将来的な複数便化を含めた運航拡大を図る。 1)浜田港国際定期航路安定化推進事業による集荷 2)大口荷主の他港利用貨物、戦略的貨物の獲得及び新規貨物発掘に重点を置いて活動する 3)複数便化に向けた船会社への働きかけ(船社(韓国本社)への訪問)

事務事業評価シート

担当課

しまねブランド推進課

1 事務事業の概要

事務事業の名称		しまね海外ビジネス展開支援事業			
目的	誰(何)を対象として	海外展開に挑戦する県内中小ものづくり企業	事業費 (千円)	令和6年度の実績額	令和7年度の当初予算額
	どうい状態を目指すのか	成長著しい海外市場の取り込みによる県内企業の付加価値向上・競争力強化		うち一般財源 (千円)	68,575
令和7年度の取組内容		・「島根・ビジネスサポート・オフィス」(タイ・バンコク)の設置、運営、JETROへの県職員派遣、およびタイ工業省やタイ国立工科大学等との連携による、県内企業のタイ・アセアン展開支援。 ・海外展開意識調査に基づく企業訪問、JETROと連携したセミナー、各種海外展開勉強会等による、県内企業の啓発とスキルアップ。 ・各種商談会の実施、および海外展示会への出展支援等による、海外展開へのきっかけづくり。 ・海外展開支援助成事業による支援。 ・3支援機関(県・財団・JETRO)の共同事務所化によるワンストップ支援。 ・県内企業の実態に即し、段階に応じた海外企業との協業・共同研究開発等の提案及び現地のニーズ調査。 ・SNSにおける県内企業製品の広報支援			
令和6年度に行った評価を踏まえて見直したこと		・職員のJETRO派遣(1年目東京本部、2・3年目バンコク) ・海外展開に係るコンテンツの増			
1	上位の施策	I-2-1(1) ものづくり・IT産業の振興	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5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	単位	計上分類	
1	県の支援を受けて海外進出した企業数【当該年度4月～3月】	目標値			6.0	7.0	8.0	9.0	10.0	社	累計値	
		実績値		3.0	4.0							
		達成率		-	-	-	-	-	-			-
2	県の支援を受けて海外進出した企業の県内事業所の雇用者の増加数【当該年度4月～3月】	目標値			6.0	9.0	11.0	13.0	15.0	人	単年度値	
		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		県内企業の状況 ・海外新規進出状況:H26:2社、H27:2社、H28:1社、H29:2社、H30:1社、R1:1社、R2:1社、R6:2社 ・県内貿易企業数及び輸出入金額(出典:島根県海外展開概況調査) 企業数H26:183社、H27:187社、H28:193社、H29:198社、H30:209社、R1:224社、R2:235社、R3:230社、R4:234社、R5:234社 輸出額H26:2174億円、H27:2295億円、H28:2415億円、H29:2612億円、H30:2968億円、R1:2,783億円、R2:2,777億円、R3:3,406億円、R4:3,485億円、R5:3,112億円										

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	・しまね海外展開支援助成事業の利用は、68件と大幅に増加した。(R5:45件、R4:22件、R3:9件) ・タイでの展示会(環境テーマ)では2社、タイ国立工科大学との連携によるビジネスマッチングは4社、県内IT企業によるベトナムの企業やIT関連大学視察と、現地企業との交流会を含めたベトナム視察団の派遣には16社、それぞれ県内事業者の参加があった。 ・海外展開に関する企業支援のノウハウを習得し、県内企業の進出をサポートさせるため、R6年度からJETROへ職員を派遣した(東京本部1年、バンコク2年) ・専門家による県内事業所の訪問調査において、事業所ごとの海外進出課題を把握することができた。
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 ・海外進出企業数及び海外現地での展示会等の参加企業数が伸び悩んでいる。 ・海外展開に必要な知識や支援ノウハウを備えた人材が不足している。
	②原因	・県内企業に対し、タイを中心としたASEAN側にニーズがあること、自社製品等が海外で強みがあることなどの周知不足、及び海外展開の有効性を適切に訴求できていない ・県内企業製品の海外への認知不足 ・現地の経済情勢や企業情報など最新でかつ適切な情報提供が不十分 ・海外展開支援人材の育成不足
	③方向性	・県内企業による海外進出事例集などの海外展開に係るコンテンツの作成及び県内企業視聴数の増加への取り組み ・海外渡航しなくても県内企業の海外市場のニーズに触れる機会を創出するため、海外バイヤーが多数訪れる国内での展示会を活用し、県内企業と海外企業とが商談する場を新たに設ける ・現地企業との共同研究や協業など、直ちに販路拡大に繋がらなくても現地との関わりを拡大していく取組を支援し、現地企業とのマッチングを推進 ・サポートオフィスが運営するFacebookで県内企業製品を宣伝する ・JETROへ職員を派遣し、現地の経済情勢や企業情報などをより精度高く把握し、県内企業に伝える

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		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6年度の実績額	令和7年度の当初予算額
	どうい状態を目指すのか	県内食品等製造事業者の卸・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			うち一般財源 (千円)	88,554
令和7年度の取組内容	食品製造事業者の県外販路拡大に向けて、「しまね県産品販売パートナー店」等と連携して、外貨獲得の取組を支援 ・バイヤー招聘による商談会、産地視察等の実施 ・県外の展示・商談会での島根ブース設置や、県内での展示・商談会開催により、商談機会を創出 ・物流環境の変化に伴い、関西圏域をターゲットに、認知度向上、販路拡大の取組を強化 ・関東や関西等の大都市圏及び近隣地域のエリア戦略に基づき、商品斡旋、認知度向上の取組を強化 ・経営、商品開発から商品提案方法までを学ぶ講座を開催し、売れる商品づくりを支援					
令和6年度に行った評価を踏まえて見直したこと	・パートナー店以外の小売店等に対する販路開拓・拡大のため、新たに販路開拓員を配置 ・ブランディングから商品提案方法までの一連の事業を学ぶ講座を開設 ・県内事業者から販路開拓先としての希望が多い関西圏に対し、より重点的に販路拡大支援を実施					
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		
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5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11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			830.0	855.0	881.0	907.0	934.0	百万円	単年度値
		実績値	782.0	857.9							
		達成率	-	-	-	-	-	-	-		
2	展示会における成約額・見込み額【当該年度4月～3月】	目標値			262.0	270.0	278.0	287.0	295.0	百万円	単年度値
		実績値	247.0	153.3							
		達成率	-	-	-	-	-	-	-		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		OR6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。) 34社 ・パートナー店等でのフェア開催実績 開催回数39回、参加事業者数延べ584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 10社、商談事業者数 延べ119事業者 ・展示・商談会(県ブース設置又は県主催・支援) 県外:5回、出展者数 延べ102事業者 県内:1回、出展者数 98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	・パートナー店等に対するフェア開催の働きかけなど継続的なフォローを行った結果、フェアの開催店舗数やフェア参加事業者が増加し、パートナー店における県産品の取扱額は、対前年度比約93百万円増加。 ・一方で、展示会での成約額・見込み額は対前年度比約85百万円減少。
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 ・県外展示会での参加事業者が減少傾向にある。 ・バイヤー等に対し、ニーズを汲んだ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。
	② 原因	・首都圏などでの商品需要の動向やバイヤーのニーズの把握が不十分。 ・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・商談会の把握が不十分。 ・商品のブランディングや商品開発、ブラッシュアップ、商品提案などに関する県内事業者へのサポートが行き届いていない。 ・比較的近距离の市場である、関西圏域における販路拡大への取り組みが不十分
	③ 方向性	・パートナー店等への商品提案を継続的に実施するとともに、新規先を含め訪問活動を活発化し、小売店等のニーズ把握を進め、販路開拓・拡大に向けた体制を強化。 ・ブランディングから商品開発、商品提案までの一連の事業を学ぶ講座を実施。 ・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出展などの支援を実施。 ・物流環境の変化に伴い、比較的近距离にある関西圏域をターゲットに、島根フェア開催の支援等、認知度向上、販路拡大の取組を強化

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		物産観光館の管理運営等事業			
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6年度の実績額	令和7年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	島根県物産観光館において、島根県全域の幅広い県産品等の魅力を伝え、認知度向上を図る。		うち一般財源 (千円)	578,163
令和7年度の取組内容	<ul style="list-style-type: none"> 島根県物産観光館の管理運営事業 島根県物産観光館維持管理事業 島根県アンテナショップ売上情報等収集分析システムの運用 				
令和6年度に行った評価を踏まえて見直したこと	島根県アンテナショップ売上情報等収集分析システムの運用を開始				
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5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	単位	計上分類
1	物産観光館入館者数【当該年度4月～3月】	目標値			401,000.0	408,300.0	415,600.0	422,900.0	430,200.0	人	単年度値
		実績値	620,782.0	283,029.0							
		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											

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"> 島根県物産観光館改修工事 大規模改修を実施し、エスカレーター・エレベーター・空調等の更新を行った。出入り口の統一化や中央レジへの集中化など、旧松江名産センターとの一体的な運用ができるよう、改修を実施した。 駐車場用地の取得 第2駐車場として国から借用していた土地について、継続的に駐車場として使用できるよう国から土地を取得した。 アンテナショップ売上情報等収集分析システムの構築 島根県物産観光館と日比谷しまね館における県産品の販売動向に関する情報を一元的に管理できるシステムを構築した。
課題分析	①課題	<ul style="list-style-type: none"> 県産品等の認知度が十分ではない。 県内外の顧客ニーズの把握・分析ができていない。
	②原因	<ul style="list-style-type: none"> 県産品のPR等が不足している。 アンテナショップ売上情報等収集分析システムを活用した分析ができていない。
	③方向性	<ul style="list-style-type: none"> 大規模改修により新設された施設(工芸サロン、キッチンステージ)を活用し、県産品等の認知度向上を目指す。 アンテナショップ売上情報等収集分析システムを活用し、県産品の販売動向を把握・分析する。

