

対象年度	H16	作成部課室	産業経済部食産業・商業振興課	関係部課室	産業経済部新産業振興室、産業政策推進室、産業人材育成課、農産園芸課、漁業振興課、林業振興課
政策番号	2-5-2	政策名	消費者ニーズに即した産業活動の展開		
施策番号	7	施策名	県産品の流通・販売の促進		

A - 3 - 1 施策の有効性:規則 § 6 3号

有効 概ね有効 課題有

【政策評価指標達成状況から】有効
 ・指標名:みやぎ産品認知度・シェア(農畜産物(生産額20億円以上の品目数)) 達成度 A
 みやぎ産品認知度・シェア(水産物(仙台・東京中央卸売市場における主要品目販売額シェア)) 達成度 ...
 みやぎ産品認知度・シェア(木材(県の製材用木材需要量に占める県産材率)) 達成度 A
 ・(達成状況の背景)農畜産物:異常気象災害のため生産額は前年を下回ったが、仮目標値を達成。
 水産物:測定年は判定不能であるが、前年は、6品目中主要2品目のシェア下落により仮目標値を下回った。
 木材:地域産材を活用する自治体や地域ビルダーも増加し、今後も上昇が見込まれる。
 ・(達成度から見た有効性)水産物は判定不能であるが、農畜産物A判定、木材A判定と、施策全体としては有効と判断される。

【政策満足度から】有効
 ・第1回の調査以降、一貫して60点(ある程度満足である)であり、有効と判断される。

【社会経済情勢を示すデータの推移から】概ね有効
 ・施策全体を総括するデータを示すことは困難であるが、例えば、木材流通に関し、製材用木材需要に占める県産材率を全国値と比較すると、平成15年時点で16.5ポイント上回っており、過去3年間に於いて継続して上昇傾向にあることなどから、概ね適切と判断される。

【総括】
 ・満足度調査による優先度も高く、施策の必要性もかなり感じられている中で、政策評価指標達成度、施策満足度とも有効性は概ね評価できる。
 ・地元産品に対する関心は益々高まっており、本事業を積極的に推進することは時宜を得たものである。

施策を構成する事業の事業番号と種別

事業番号	種別	事業名	事業番号	種別	事業名
1	主	食材王国みやぎ創造事業	6		
2	主	県産品販売促進支援事業	7		
3	主	安心・安全みやぎ材利用促進事業	8		
4	主	首都圏県産品販売等拠点整備事業	9		
5	重	みやぎ“食の甲子園”開催事業	10		

B - 1 施策実現にむけた県関与の適切性と事業群設定の妥当性:規則 § 6 1号, 4号

適切 概ね適切 課題有

【国、市町村、民間団体との役割分担】適切
 ・「県産品の流通・販売の促進」には、消費者や流通業者の要望に沿った商品開発はもとより、ブランド性や高い付加価値性と、これらを活かした販売戦略並びにPR活動、低コスト化等を始めとする生産・流通体制の強化など、様々な対応が必要であり、県に対してはこれらの活動に対する総合的な支援が求められている。
 ・こうした要望に対し本施策では、県が主体的となって様々な場面や手法をもって、直接・間接的に支援を行うとともに、広域的視点からの指導・支援(国)、地域的な指導、支援又は事業の実施(市町村)、直接の事業実施及び支援(民間)など、適宜適切な役割分担のもとに事業が設定されている。

【施策目的を踏まえた事業か】適切
 ・県産品は、農水産物、加工品などの食品、木材、工芸品、工業製品など多岐にわたる。これらをほぼカバーする事業構成となっている。

【事業間で重複や矛盾がないか】適切
 ・県産品の流通・販売を促進するためには、多種多様な商品の生産・流通特性等に応じて、生産サイドに対する支援、流通・販売サイドに対する支援やPR、消費者サイドに対するPRなど、様々な切り口での取組みが必要である。支援の対象や目的、内容等は事業毎に異なっており、重複や矛盾はないものと判断される。

【社会経済情勢に適応した事業か】適切
 ・施策群の中での優先度の高きから伺えらる通り、安全・安心、地産地消など、食品をはじめ、広く地元産品に対する関心や重要性が高いことが言える。
 ・厳しい経済情勢の中で、県内企業の多くを占める中小企業の活性化が極めて重要であり、多様なニーズに応じた細やかな支援が求められているなかで、これらに応じた事業を実施している。

【施策重視度と満足度のかい離が大きいか】(事業の必要性)適切
 ・かい離度は2.0と変化は見られず、優先度が高いことから引き続き本施策の推進が必要である。

【総括】
 ・施策目的、県の役割分担、事業体系、社会経済情勢、県民満足度調査の推移などを総合的に判断して、本施策の事業設定は適切と判断する。

施策番号	7	施策名	県産品の流通・販売の促進
------	---	-----	--------------

B - 2 事業群の有効性:規則 § 6 2号

有効 概ね有効 課題有

<p>【施策満足度から】有効 ・第2回調査が55点だったが、以降は60点と安定しており有効と判断される。</p> <p>【政策評価指標達成状況から】有効 「政策評価指標分析カード(4)ア」から抜粋 ・水産物は判定不能であるが、農畜産物A判定、木材A判定と、施策全体としては有効と判断される。</p> <p>【社会経済情勢を示すデータの推移から】概ね有効 ・施策群の中での優先度の高さからも伺えらるっており、食品はもとより、広く地元産品に対する関心や重要性が高まっている。 ・施策全体を総括するデータを示すことは困難であるが、例えば、木材流通に関し、製材用木材需要に占める県産材率を全国値と比較すると、平成15年時点で16.5ポイント上回っており、過去3年間に於いて継続して上昇傾向にあることなどから、概ね適切と判断される。</p> <p>【業績指標推移から】有効 ・ほとんどの事業の業績指標は上昇傾向にあり、有効と判断される。</p> <p>【成果指標推移から】概ね有効 ・ほとんどの事業の成果指標は上昇傾向にあるが、判定できない事業も見られることから概ね有効と判断される。</p> <p>【総括】 ・施策満足度は60点を維持しているほか、いずれの指標推移もほぼ施策目的に沿った方向にあることから、有効と判定される。</p>
--

B - 3 事業群の効率性:規則 § 6 3号

効率的 概ね効率的 課題有

<p>【施策満足度 業績指標・成果指標】効率的 ・業績指標・成果指標ともほぼ順調に推移し、施策満足度も60点を維持していることから、効率的と判断される。</p> <p>【政策評価指標達成度 業績指標・成果指標】概ね適切 ・業績指標・成果指標ともほぼ順調に推移し、政策評価指標についても3つのうち2指標が目標値を達成していることから、概ね効率的と判断される。</p> <p>【社会経済情勢データ 業績指標・成果指標】概ね効率的 ・施策全体を総括するデータを示すことは困難であるが、例えば、木材流通に関し、製材用木材需要に占める県産材率を全国値と比較すると、平成15年時点で16.5ポイント上回っており、過去3年間に於いて継続して上昇傾向にあること、一方で当該指標に係る施策の事業費は縮小されていることなどから、概ね効率的に実施されているものと判断される。</p> <p>【事業費に対する業績指標の割合(効率性指標)が適切か】概ね効率的 ・9事業中2事業が判定不能となっているが、その他事業のうち5事業で効率性指標が増加しており、概ね適切と判断される。 ・なお、事業費の大きな変動については、首都圏県産品販売等拠点整備事業は、施設設置場所の決定による賃貸契約等に伴う経費、みやぎ食の甲子園開催事業については、事業内容の組み替えに伴うものである。</p> <p>【総括】 ・満足度及び政策評価指標等の各種データは、施策の目指す方向に進んでいるものと言え、事業群は概ね効率的に実施しているものと判定される。</p>

B 施策評価(総括):規則 § 6

適切 概ね適切 課題有

<p>・事業群の設定は適切、有効性も有効と判定される。効率性については、一部に判定できないものなどもあり、概ね適切との判定となったが、総括的な評価としては本施策は、施策目的の達成に向けて適切に事業が実施されているものと判定され、引き続き、各事業の推進が必要である。</p>
--

政策評価指標分析カード(整理番号1)

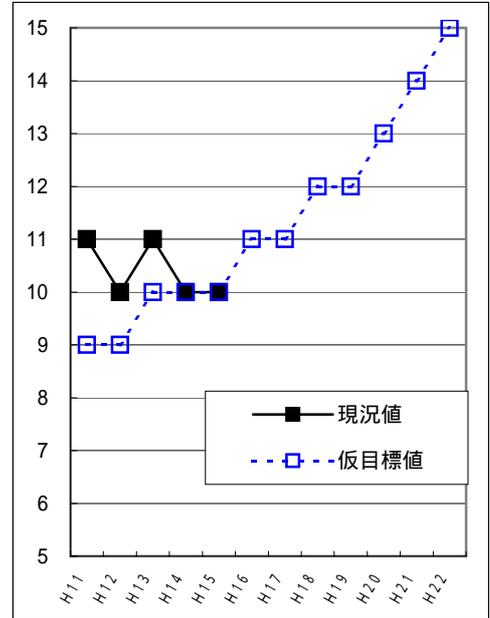
政策整理番号 17

対象年度	H16	作成部課室	産業経済部食産業・商業振興課	関係部課室	産業経済部新産業振興室, 産業政策推進室, 産業人材育成課, 農産園芸課, 漁業振興課, 林業振興課
政策番号	2-5-2	政策名	消費者ニーズに即した産業活動の展開		
施策番号	7	施策名	県産品の流通・販売の促進		

(1) 政策評価指標の推移

政策評価指標名		単位						
みやぎ産品認知度・シェア(農畜産物(生産額20億円以上の品目数))		品目						
目標値	難易度	H17	11					
		H22	15					
評価年	初期値	H11	H12	H13	H14	H15	H16	H17
測定年	H9	H10	H11	H12	H13	H14	H15	H16
現況値 (達成度判定値)	9		11	10	11	10	10	
仮目標値		9	9	10	10	10	10	11
達成度			A	A	A	A	A	

政策評価指標値の推移(グラフ)



難易度: (トレンド型目標 実現が可能), (中間型目標 実現が困難), (チャレンジ型目標 実現がかなり困難)

(2) 指標の選定理由

・産地間競争等市場環境の厳しさが増す中で、マーケティングの強化及び生産体制の整備等により本県産品の生産拡大と認知度を向上させ、他産地との差別化を図ることが、本県産業の競争力を強めるため重要であると考え選定した。

(3) 施策満足度の推移

施策満足度 (単位:点)	年度	H12	H13	H14	H15	H16	H17	H18	H19	H20	H21	H22
	施策重視度 A		-		80	80	80					
施策満足度 B		-		55	60	60						
かい離 A-B		-		25	20	20						

(4) 政策評価指標の妥当性分析

ア 達成状況の背景(未達成の場合はその理由等)・今後の見通し	イ 達成度と施策満足度の推移の相関
達成度:A ・みやぎ産品認知度・シェア(生産額20億以上)の達成品目は、米、大豆、肉用牛、生牛乳、鶏卵、豚、プロイラー、いちご、きゅうり、ほうれんそうの10品目である。 ・H15は異常気象災害のため全体的に生産額は、前年度より下回ったが、仮目標値に達した。なお、いちごについては、73億円と前年より8億4千万増加した、施設化による生産が進んだことが要因と考えられる。	判定:・・・ ・達成度は過去3回Aで、施策満足度はH15に、5ポイント上がったが、過去2回とも60点で安定している。 ・このことから、達成度と満足度の相関は必ずしもあるとはいえない。 相関の判定: (正の相関)、×(負の相関)、...(判定不能 満足度あるいは達成度の変動がない、または達成度が判定不能のため相関の検証ができない場合等)

(5) 政策評価指標の妥当性の検証(総括)

存続

要検討

[施策の有効性を評価する上で適切な指標か]

・現在の設定品目については、本県農畜産物全体の向上を目指し設定したものであり、農畜産物の競争力を向上させ、ブランド化と品質の向上を図り、県産品の流通・販売の促進のためには、安定生産が重要であるので生産額に係る指数は必要である。

政策評価指標分析カード(整理番号1)

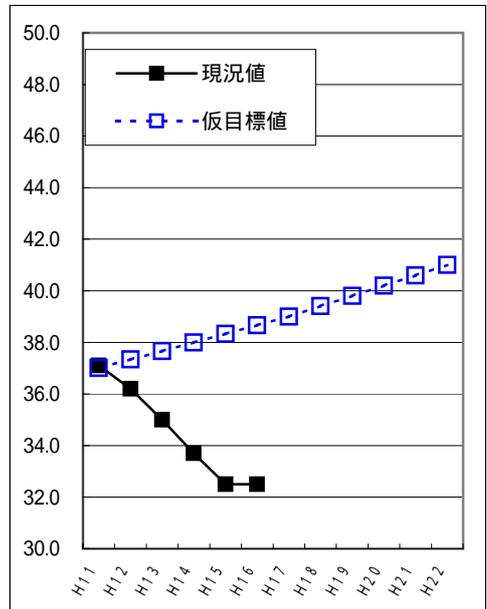
政策整理番号 17

対象年度	H16	作成部課室	産業経済部食産業・商業振興課	関係部課室	産業経済部新産業振興室, 産業政策推進室, 産業人材育成課, 農産園芸課, 漁業振興課, 林業振興課
政策番号	2-5-2	政策名	消費者ニーズに即した産業活動の展開		
施策番号	7	施策名	県産品の流通・販売の促進		

(1) 政策評価指標の推移

政策評価指標名		単位							
みやぎ産品認知度・シェア(水産物(仙台・東京中央卸売市場における主要品目販売額シェア))		%							
目標値	難易度	H17	39	H22	41				
評価年	初期値	H11	H12	H13	H14	H15	H16	H17	
測定年	H10	H11	H12	H13	H14	H15	H16	H17	
現況値 (達成度判定値)	36.7	37.1	36.2	35.0	33.7	32.5			
仮目標値		37.0	37.3	37.7	38.0	38.3	38.7	39.0	
達成度		A	C	C	C	C	...		

政策評価指標値の推移(グラフ)



難易度: (トレンド型目標 実現が可能), (中間型目標 実現が困難), (チャレンジ型目標 実現がかなり困難)

(2) 指標の選定理由

産地間競争等市場環境の厳しさが増す中で、マーケティングの強化及び生産体制の整備等により本県産品の生産拡大と認知度を向上させ、他産地との差別化を図ることが、本県産業の競争力を強めるため重要であると考え選定した。

(3) 施策満足度の推移

施策満足度 (単位:点)	年度	H12	H13	H14	H15	H16	H17	H18	H19	H20	H21	H22
	施策重視度 A		-		80	80	80					
施策満足度 B		-		55	60	60						
かい離 A-B		-		25	20	20						

(4) 政策評価指標の妥当性分析

ア 達成状況の背景(未達成の場合はその理由等)・今後の見通し	イ 達成度と施策満足度の推移の相関
<p>達成度:...(現時点では平成16年データが入手できず判定不能)</p> <ul style="list-style-type: none"> 平成15年度の指標値は、32.5%と前年を1.2ポイント下回るとともに、同年の仮目標値(38.3%)を5.8%下回っている。 品目別に見ると、対象品目出荷額の38%を占めるカキが、1.2ポイント、同じく27%を占めるホタテが5.0ポイントとシェアを下落したことが原因となっている。 カキについては、平成14年3月に明らかになった、本県産カキへの韓国産カキの混入(偽装)問題の影響及び2月中旬に主要産地で貝毒が発生したことにより、仙台市場における15年1月～3月の取扱数量が、大幅に減少(前年同期比59%減)したことが大きな要因である。 ホタテについては、原因不明の斃死や障害発生により年間を通じて品質が安定せず、特に9月以降にこの影響が顕著となり仙台市場の取扱数量が大幅に減少したこと(前年同期比23%減)、また巨大産地である北海道が年々生鮮出荷量を拡大させていることが大きな要因。 他の4品目のシェアは、前年並み～微増となっており、カキについては地元市場に置ける全体的な信頼回復、ホタテについては、生産品質の安定が指標値回復の前提条件と考えられる。 	<p>判定:...</p> <ul style="list-style-type: none"> 達成度が判定不能のため判定は「...」であるが、傾向としては下落傾向にある。 一方、施策満足度は横ばいである。 平成15年においては、カキの混入・偽装問題の影響やホタテの育成時の障害発生などの突発的要因、ホタテにおける巨大産地(北海道)の進出など、指標の下落傾向には合理的かつ一部やむを得ない状況がある。 また、指標値は下落傾向であるが、本指標は6品目の合計値であり、構成する品目のうち、カキ、ホタテ以外のシェアは微増～横ばいとなっており、施策満足度(微増～横ばい)との相関は必ずしも不適切とは言えないものと判断される。 <p>相関の判定: (正の相関)、×(負の相関)、...(判定不能 満足度あるいは達成度の変動がない、または達成度が判定不能のため相関の検証ができない場合等)</p>

(5) 政策評価指標の妥当性の検証(総括)

存続

要検討

【施策の有効性を評価する上で適切な指標か】

・主要6品目の設定については、選定した主要品目の生産量が全国の上位に位置する特産種であること、漁況・海況などによる漁獲変動が比較的小さいこと、生産者サイドにおいて各種ニーズへの対応が可能であることなどから適切であると考えられる。また、6品目の合計販売額シェアについては、販売量、販売金額、販売単価等が総合的に反映されると考えられることから、本施策の指標として用いることは適切である。同時に本指標に替わる新たな指標選定も困難である。

・なお、目標値の難易度を中間型として設定したが、近年の輸入量の増大、厳しい経済情勢下における産地間競争の激化などにより、目標達成のためにはチャレンジ的な取組が必要となっている。

政策評価指標分析カード(整理番号1)

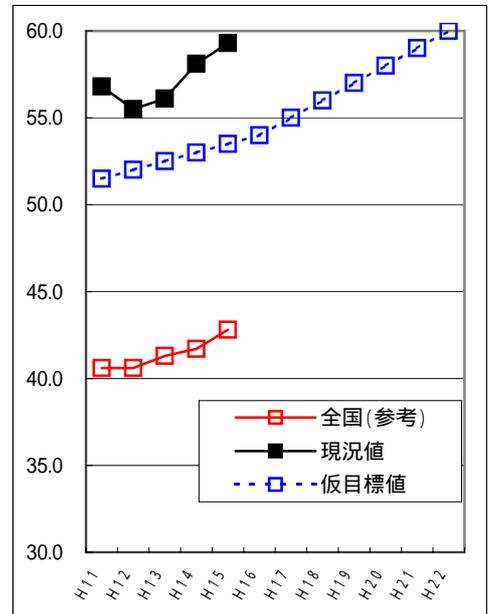
政策整理番号 17

対象年度	H16	作成部課室	産業経済部食産業・商業振興課	関係部課室	産業経済部新産業振興室, 産業政策推進室, 産業人材育成課, 農産園芸課, 漁業振興課, 林業振興課
政策番号	2-5-2	政策名	消費者ニーズに即した産業活動の展開		
施策番号	7	施策名	県産品の流通・販売の促進		

(1) 政策評価指標の推移

政策評価指標名		単位						
みやぎ産品認知度・シェア(木材(県の製材用木材需要量に占める県産材率))		%						
目標値	難易度	H17	55	H22	60			
評価年	初期値	H11	H12	H13	H14	H15	H16	H17
測定年	H9	H10	H11	H12	H13	H14	H15	H16
現況値 (達成度判定値)	51.0	51.1	56.8	55.5	56.1	58.1	59.3	
仮目標値			51.5	52.0	52.5	53.0	53.5	54.0
達成度		...	A	A	A	A	A	

政策評価指標値の推移(グラフ)



難易度: (トレンド型目標 実現が可能), (中間型目標 実現が困難), (チャレンジ型目標 実現がかなり困難)

(2) 指標の選定理由

・産地間競争等市場環境の厳しさが増す中で、マーケティングの強化及び生産体制の整備等により本県産品の生産拡大と認知度を向上させ、他産地との差別化を図ることが、本県産品の競争力を強めるため重要であると考え選定した。

(3) 施策満足度の推移

施策満足度 (単位:点)	年度	H12	H13	H14	H15	H16	H17	H18	H19	H20	H21	H22
	施策重視度 A	-			80	80	80					
施策満足度 B	-			55	60	60						
かい離 A-B	-			25	20	20						

(4) 政策評価指標の妥当性分析

ア 達成状況の背景(未達成の場合はその理由等)・今後の見通し	イ 達成度と施策満足度の推移の相関
<p>達成度:A</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県の製材用木材需要に占める県産材率は、H15年の値が59.3%と前年の率を1.20ポイント上回る結果となっており、年々上昇している。 ・H15年の全国平均値は42.8%と1.1ポイント上昇しているが、県の比率は全国平均値を16.5ポイント上回っており、全国でも上位となっている。 ・地域産材を活用する自治体や地域ビルダーも増加していることから、今後も同水準で県産材率は上昇すると見込まれる。 	<p>判定:</p> <ul style="list-style-type: none"> ・政策評価指標の「県の製材用木材需要量に占める県産材率」は増加傾向にある。 ・施策満足度はH14の55点からH15に60点と上昇し、H16では同じく60点と横ばい状況であるが、達成度と施策満足度の推移には相関があるといえる。 <p>相関の判定: (正の相関)、×(負の相関)、...(判定不能 満足度あるいは達成度の変動がない、または達成度が判定不能のため相関の検証ができない場合等)</p>

(5) 政策評価指標の妥当性の検証(総括)

存続 要検討

【施策の有効性を評価する上で適切な指標か】
 ・丸太の需要用途は、製材用の他に合板用、パルプ用及びチップ用となっているが、県内で産出される丸太の大半が、主に住宅用部材として使用される製材用であることから、製材用木材需要に占める県産材率が高くなることは、加工される製材品の県産材シェアの向上にも結びつき、本施策の指標として妥当であると考えられる。
 ・目標値については、県内の森林資源の状況と木材の生産体制を考慮した最大限に近い目標値を設定していることから妥当であると考えられる。

施策番号	7	施策名	県産品の流通・販売の促進
------	---	-----	--------------

活動によりもたらされた成果					施策実現までの道筋 【事業内容 目的】
成果指標名	H14	H15	H16		
⇒ 地域食材実施率 (H13年比)	136	154	184	⇒	供給者側と利用者側を結ぶ供給システムづくりの支援及び食材週間の定着を図ることにより、地域、学校、農業団体等とが連携して、地域食材を利用できる体制を構築するとともに利用拡大を図ります。
⇒ 出店目的達成度 (%)	71	54	61	⇒	出展者の経済活動が活性化されることにより、県産品の流通・販売の促進が図られる。
⇒ 売上(千円)	38,051	43,470	42,034	⇒	農林水産・商工関係団体等の連携により、県内各地の特産品等を一堂に会して、展示・実演・販売等を行い広く県民に紹介することにより、県産品の認知度向上や継続した消費、利用が拡大され結果として県産品の流通・販売の促進が図られる。
⇒ 水産加工品評会 受賞品の継続製造・販売品目数		19	38	⇒	新商品開発や品質向上等を目的とした水産加工品評会の開催、販路開拓と市場ニーズを把握するための国際見本市への参画について支援を行うことにより、県内水産加工品の流通、販売の促進が図られる。
⇒ 東京・仙台市場主 要産品販売額 (百万円)	4,088	3,736	...	⇒	巨大市場の東京、シェアの高い地元仙台の両市場を経由し、本県水産物が全国に流通することにより、県産品の流通、販売の促進が図られる。
⇒ 目標達成率平均 (%)	103	90	...	⇒	生産者、販売者の商品企画力・販売力向上のための支援を行うことにより、県産品の販売促進を図る。
⇒ 総需要に占める県 産材率(%)	22.6	24.3	-	⇒	木材の生産から流通・加工及び利用までの関係業界による連携を図りながら推進する。
⇒				⇒	首都圏における県産品展示・販売拠点を整備することにより、県産品の首都圏での消費拡大を図るとともに、県内事業者等の販路拡張等を支援する。
⇒				⇒	県産食材を使用した創作料理コンテストを実施し、若手料理人のチャレンジの場を創設し、意欲ある食業人を育成するとともに、みやぎの食材をPRする。
⇒				⇒	
⇒				⇒	
⇒				⇒	
⇒				⇒	
⇒				⇒	
⇒				⇒	
⇒				⇒	
⇒				⇒	
⇒				⇒	

施策概要

の拡大を目指します。県産品の流通・販売の促進における評価を的確に把握しながら、県産品のPR活動やブランド化を進め、消費の拡大と販路

施策・事業展開シート(C)

政策整理番号 17

対象年度	H16	作成部課室	産業経済部食産業・商業振興課	関係部課室	産業経済部新産業振興室、産業政策推進室、産業人材育成課、農産園芸課、漁業振興課、林業振興課
政策番号	2-5-2	政策名	消費者ニーズに即した産業活動の展開		
施策番号	7	施策名	県産品の流通・販売の促進		

C-1 評価結果から抽出される課題と対応策

【政策評価】 施策群設定の妥当性、施策群の有効性
 ・該当なし

【施策評価】 事業群設定の妥当性、事業群の有効性、効率性
 ・施策群の中での優先度の高さ(2位・24.4%)や満足度(60点)のほか、各指標の推移も概ね施策の目指す方向に進んでいるものと言え、本事業群は妥当性、有効性、効率性とも一定の評価ができる。
 ・厳しい経済状況や安全・安心に関する急激な関心の高まりの中で、食品においては産地間競争が従来になく激化しており、本県においては「食材王国みやぎ」を差別化の旗印として事業を展開しているが、徐々に露出度は大きくなっているものの、まだまだ県内外に浸透しているとは言えず、特に重点的な取組が必要である。
 ・食品以外の県産品についても、例えば伝統的工芸品をはじめ、地域経済に大きな影響を持つ産品も多いなど、本施策については、停滞することなく、継続的に事業を展開していく必要がある。
 ・以上、施策目的の達成には、品目や業種ごとに、生産・流通・販売など各業界のニーズに応じた幅広い事業が必要であり、社会情勢や経済情勢の変化に応じて臨機応変に事業を展開していく必要があることから、現場の情報を注視し常に事業の見直しを視野に入れつつ、施策全体としての強化、推進が望まれる。

【上記対応により、当該事業を縮小・中止した場合の影響】
 ・該当なし

C-2 施策・事業の方向性

施策の次年度(H18年度)の方向性とその説明

方向性	拡大	維持	縮小	その他
-----	-----------	----	----	-----

【見直しの視点とその理由】
 ・本施策については幅広い事業展開が必要であるとともに、常に現場のニーズや社会経済情勢の変化に応じた事業の見直しを念頭に置き、施策全体の拡大、強化を図りながら展開していく必要がある。

【次年度の方向性】
 ・販路拡大においては、首都圏県産品販売拠点(東京アンテナショップ)等活用した新たな販売促進活動を展開するとともに、一方で、BtoBのマッチング支援における展示会について、総合展から専門展にシフトしての個別マッチングを促進するなど、業界毎の流通・販売特性やニーズに応じて事業展開を図っていく。

主要事業・重点事業の次年度(H18年度)の方向性とその説明

事業番号	種別	事業名 [H16決算見込額]	方向性	方向性に関する説明
1	重	食材王国みやぎ創造事業(学校給食地域食材利用拡大事業) [3,262千円]	拡大	平成17年度で事業終期であるが、学校給食での地域食材の利用については、児童生徒が「地場産の食」を通じて、地域の産業等を知ることや、豊かな人間形成を図る上で重要である。主食の米については、平均週3.1回と周年利用されているが、副食の野菜等の利用については、計画的に確保できないなど、利用割合が低いことから、通年で利用できる地場産物の供給システムの構築について、更に支援を展開する必要がある。
2	主	県産品販売促進支援事業(いいモノテクノフェア開催事業) [12,500千円]	拡大	産業経済活動の維持発展には常に消費者ニーズを把握するとともに、産と産のマッチングを積極的に展開し、ビジネスチャンスの拡大を図る必要があることから、継続して事業を展開する。
2	主	県産品販売促進支援事業(みやぎまるごとフェスティバル開催事業) [10,500千円]	維持	「食材王国みやぎ」の象徴的イベントとして広く県民に定着してきており、出展者数、販売金額等にも一定の成果が見られることから、今後も消費者の県産品認知の場及び、生産者の消費者ニーズ把握の場として、引き続き
2	主	県産品販売促進支援事業(みやぎの水産加工振興対策事業) [5,319千円]	維持	引き続き、製品製造技術の指導、情報提供等の技術支援を行うとともに、水産加工品品評会及び国際見本市への出展等支援する必要がある。
2	主	県産品販売促進支援事業(みやぎの水産物トップブランド形成事業) [10,425千円]	拡大	新たな実施団体の掘り起こしなど、取組み地域の拡がりを見据えて、引き続き事業を実施する。
2	主	県産品販売促進支援事業(県産品販売促進支援事業) [3,262千円]	その他	平成17年度をもって事業終期となるが、地域産業活性化支援事業により、同様の支援を継続していく。
3	主	安心・安全みやぎ材利用促進事業(流域林業活性化対策事業) [3,231千円]	維持	安心・安全みやぎ材利用促進事業における低コスト木材生産システムについては、民間事業者への普及を図るとともに、流通・販売体制の強化も必要である。
4	主	首都圏県産品販売等拠点整備事業(首都圏県産品販売等拠点整備事業) [147,832千円]	拡大	首都圏における本県産品等の販売拠点として、県産品の販路拡張、県内産業の振興等に効果が期待されることから、今後も整備・活用を推進する。
5	重	みやぎ“食の甲子園”開催事業 [3,800千円]	維持	「食材王国みやぎ」のPR、若手料理人の育成を図りながら、本県食材の需要喚起を推進する。