

政策整理番号 17

評価シート(B)

対象年度	H17	作成部課室	産業経済部漁業振興課	関係部課室	産業経済部食産業・商業振興課
------	-----	-------	------------	-------	----------------

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	4	施策名	県産水産物のブランド化と品質の向上
------	---	-----	-------------------

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】概ね有効

- ・指標名: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 C(H16年)
- ・指標名:水産加工品品評会受賞品の継続製造・販売品目数 達成度 A

(達成状況の背景)

- ・みやぎ産品認知度・シェア(水産物):C判定(H16年)であるが、6品目中主要2品目でシェアが拡大したものの、2品目でシェアが下落し、仮目標を下回った。
- ・水産加工品品評会受賞品の継続製造・販売品目数:H15年受賞品20品目のうち19品目、H16年度受賞品20品目のうち19品目が継続販売されている。

(達成度から見た有効性)

- ・みやぎ産品認知度・シェア(水産物)はC判定(H16年)であるが、水産加工品品評会受賞品はA判定であり、概ね有効である。

【県民満足度(政策)の推移から】概ね有効

- ・満足度は50点と「やや不満である」であるが、満足度60点以上の回答者割合は43.1%と平均41.9%を上回っており、概ね有効と判断される。

【社会経済情勢を示すデータの推移から】有効

- ・平成16年の海面漁業・養殖業生産量及び水産加工品生産量は全国第2位となっている。この中でも、漁業ではマグロ類、カジキ類、サメ類及びアナゴ類、養殖業ではギンザケ及びホヤ類、水産加工品では「笹かまぼこ」に代表されるねり製品及び冷凍食品が生産量全国第1位となっている。
- ・食品の表示問題等から県民の食の安全・安心、地産地消に対する関心や重要性は高まっており、時勢に合った施策であるといえる。

【総括】

- ・生産圏域である石巻、気仙沼・本吉圏域では他の圏域よりも施策の優先度が高く、生産圏域・生産者にとって重要であると思慮されるとともに食の安全・安心、地産地消への関心が高まる中、積極的に推進していく必要がある。
- ・政策評価指標達成度、満足度から本施策は概ね有効と評価できる。

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	県産品販売促進支援事業	6		
2	重	みやぎの水産物トップブランド形成事業	7		
3			8		
4			9		
5			10		

主:宮城県総合計画第 期実施計画に掲載されている「主要事業」、重:重点事業のうち主要事業以外の事業

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

- ・(国)「水産基本法」,「JAS法」等による広域的な立場からの指導・支援。
- ・(県)各種の取組や生産・流通体制の整備等を指導・支援するとともに、PRや販売の機会の提供、情報の受発信等を主体的に実施。
- ・(市町村)上記に係る市町村での地域的な指導・支援及び事業の実施。
- ・(民間団体)事業の直接の実施及び指導。
- ・本施策に事業群は、上記役割分担に沿って設定・実施されており県の関与は適切である。

【施策目的を踏まえた事業が】適切

- ・事業では生鮮水産物、水産加工食品の生産者のマーケティング能力や商品開発能力の向上、販売開拓・拡大を支援しており、施策目的実現のために必要である。

【事業間で重複や矛盾がないか】適切

- ・事業の内容は適正に設定されており、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が】適切

- ・県民ニーズでもある食の安心安全、地産地消の流れにも合致する。
- ・多様化する消費者ニーズに対応した県産水産物のブランドが必要である。
- ・県内外への県産品の販路を拡大する必要がある。

【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

- ・かい離は30点と高く、また、漁家が多く生産圏域である石巻、気仙沼・本吉圏域では他の圏域と比較して施策別・優先度1位割合が高いことから、引き続き事業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、県民満足度調査の結果から判断して、本施策の事業設定は適切と判断する。

施策番号	4	施策名	県産水産物のブランド化と品質の向上
------	---	-----	-------------------

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】概ね有効 ・施策満足度は50点,満足度60点以上の回答者割合が35.0%となり,概ね有効である。</p> <p>【政策評価指標達成状況から】概ね有効 「政策評価指標分析カード(4)ア」から抜粋 ・「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))」はC判定(H16年)であるが,「水産加工品品評会受賞品の継続製造・販売品目数」はA判定であり,事業全体としては概ね有効と判断される。</p> <p>【社会経済情勢を示すデータの推移から】有効 ・平成16年の海面漁業・養殖業生産量及び水産加工品生産量は全国第2位となっている。この中でも,漁業ではマグロ類,カジキ類,サメ類及びアナゴ類,養殖業ではギンザケ及びホヤ類,水産加工品では「笹かまぼこ」に代表されるねり製品及び冷凍食品が生産量全国第1位となっている。 ・宮城県優良県産品(食産業・商業振興課)における農林水産加工品の推奨品数は131であり,そのうち水産加工品は66となっている。 ・地産地消,地元産品に対する関心や重要性の高まり,消費者ニーズの多様化,産地間競争に対応していく必要があり,有効と判断される。</p> <p>【業績指標推移から】概ね有効 ・「水産加工品品評会出品数」,「事業実施団体数」とも前年とほぼ同様であり,概ね有効と判断される。</p> <p>【成果指標推移から】概ね有効 ・「東京・仙台市場主要産品販売額」は未定であるが,「水産加工品品評会受賞品の継続製造・販売品目数」は受賞品のほとんどが継続販売されており,概ね有効と判断される。</p> <p>【総括】 ・これまでシェアが低下していた,対象品目出荷額の38%を占めるカキ及び同じく27%を占めるホタテは,市場における信頼回復や製品質の安定などによりほぼ横ばいとなった。 ・政策評価指標「みやぎ産品認知度・シェア」の達成度は仮目標値に達していないが,前年を1.2ポイント上回り低下傾向に歯止めがかかった。 ・上記により政策評価指標達成度は概ね有効であり,その他の指標もほぼ施策の効果が認められることから概ね有効と判断する。</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>【政策評価指標達成度 業績指標・成果指標】概ね効率的 ・政策評価指標は2つのうち1つがA判定であり,業績指標・成果指標ともほぼ順調に推移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 ・地元の原料を活用した製品開発が増えており,かつ地元での販売が定着しているため,堅調に推移していること,また,業績指標・成果指標ともほぼ順調に推移していることから概ね効率的と判断される。</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】効率的 ・2つの効率性指標ともほぼ順調に推移していることから,効率的に事業が実施されているものと判断される。</p> <p>【総括】 ・満足度,政策評価指標等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されているものと判定した。</p>
--

B 施策評価(総括):規則 § 6

適切	概ね適切	課題有
----	------	-----

<p>・B-1 施策目的の達成のために事業は適切に設定,実施されており県の関与は適切である。 ・B-2 低下し続けていた政策評価指標「みやぎ産品認知度・シェア」が前年を1.2ポイント上回り,施策は概ね有効と判定した。 ・B-3 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されているものと判定した。 ・B-1~3の各項目を総合的に判断し,概ね適切と判定した。</p>
--

政策整理番号 17

事業分析カード(業績)

対象年度	H17	作成部課室	産業経済部漁業振興課	関係部課室	産業経済部食産業・商業振興課
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	4	施策名	県産水産物のブランド化と品質の向上		

活動(事業) / 活動(事業)によりもたらされた結果								
事業番号	事業名 【担当課室名】	H17 事業費 (千円)	事業の対象 (誰・何を対象として、具体的に)	事業の手段(内容) (何をしたのか、具体的に)	業績指標名 (事業の活動量。「事業の手段」に対応)	H15	H16	H17
						事業費(千円)		
						効率性指標 (3.5E-02は3.5 × 10 ⁻²)		
1	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) 【漁業振興課】	2,338	県内水産加工業者	製品製造技術の指導及び水産加工品評会の開催、国際見本市への出展について支援を行う。	水産加工品品評会出品数	199	209	201
						2,500	2,482	2,338
						8.0E-02	8.4E-02	8.6E-02
2	みやぎの水産物トップブランド形成事業 【H17・18重】 【食産業・商業振興課】	10,300	水産物生産団体等	市場関係者や生産者団体を中心とした「カツオ」や「マグロ」等のブランド魚の創出や、養殖魚を主体とした水産物を対象とした各種イベント等の開催、料理教室等を通じた認知度の向上、販売やシェアの拡大を図った。	事業実施団体数	11	13	9
						8,643	9,775	10,300
						1.3E-03	1.3E-03	8.7E-04
3								
4								
5	[]							
6	[]							
7	[]							
8	[]							
9	[]							
10	[]							
	[]							
	[]							
	事業費合計	12,638						

政策評価指標分析カード(整理番号1)

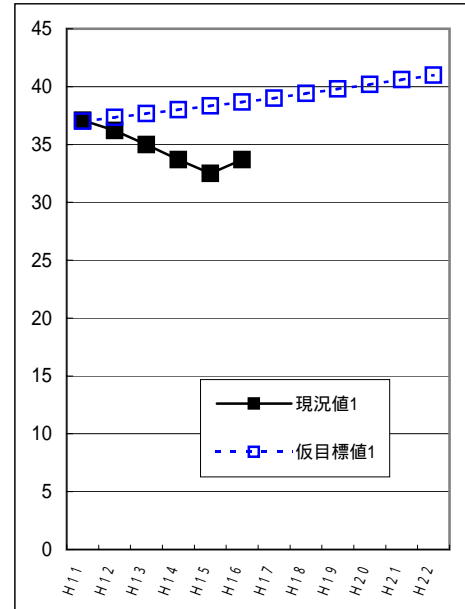
政策整理番号 17

対象年度	H17	作成部課室	産業経済部漁業振興課	関係部課室	産業経済部食産業・商業振興課
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	4	施策名	県産水産物のブランド化と品質の向上		

(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	H16
現況値 (達成度判定値)	36.7	37.1	36.2	35.0	33.7	32.5	33.7	
仮目標値		37.0	37.3	37.7	38.0	38.3	38.7	
達成度		A	C	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

年度	H17	参考:第2~4回の推移	H16	H15	H14			
施策重視度(中央値、点)A	80	施策重視度 A	80	80	80			
施策満足度(中央値、点)B	50	施策満足度 B	60	60	59.5			
かい離 A-B	30	かい離 A-B	20	20	20.5			
満足度60点以上の回答者割合(%)	35.0	満足度60点以上の回答者割合	53.8	54.8	50.0			

第5回県民満足度調査は調査票の様式を見直して実施しました。第2~4回の調査結果は第5回の調査結果と同列に扱うことができないため、参考記載としています。

(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

達成度: C
 ・平成16年度の指標値は、33.7%と前年を1.2ポイント上回ったものの、同年の仮目標値(38.7%)を5.0%下回っている。
 ・品目別に見ると、キンザクが+3.7ポイント、アナゴが+1.7ポイントとシェアを拡大し、これは、他都道府県の取扱高が低下する中で、本県の生産が順調に推移し供給高が増加したことが要因と考えられる。シェアの下落したワカメ及びホヤは、県内での生産量は増加しているものの、市場外流通や輸出の増加等がシェア下落の要因と考えられる。
 ・これまでシェアが低下していた、対象品目出荷額の38%を占めるカキ及び同じく27%を占めるホタテは、市場における信頼回復や製品質の安定などによりほぼ横ばいとなった。

(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、主要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。
 ・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

対象年度	H17	作成部課室	産業経済部漁業振興課	関係部課室	産業経済部食産業・商業振興課
------	-----	-------	------------	-------	----------------

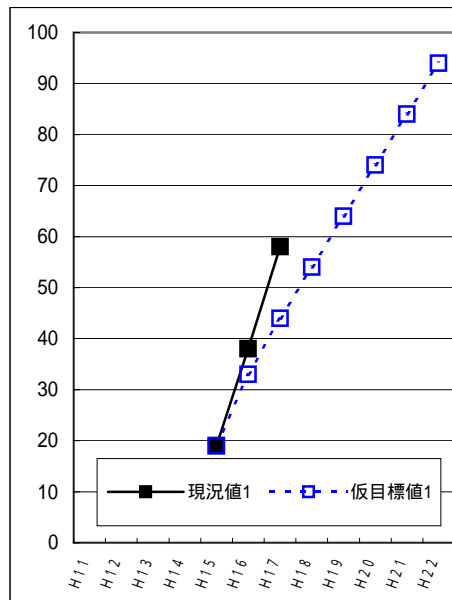
政策番号	2 - 5 - 2	政策名	消費者ニーズに即した産業活動の展開
------	-----------	-----	-------------------

施策番号	4	施策名	県産水産物のブランド化と品質の向上
------	---	-----	-------------------

(1) 政策評価指標の推移

政策評価指標名		単位						
水産加工品品評会受賞品の継続製造・販売品目数		品目						
目標値	難易度	H17	44					
		H22	94					
評価年	初期値	H11	H12	H13	H14	H15	H16	H17
測定年	H15					H15	H16	H17
現況値 (達成度判定値)	19					19	38	58
仮目標値						19	33	44
達成度						...	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

・水産加工品については、新商品開発や品質向上等を目的として水産加工品品評会を開催し、品質・調理性、市場性ともに優れた商品が受賞しているが、これらの商品がロングラン商品となることが、ブランド品となるための一つの要素であるとの観点から、受賞商品が継続して製造・販売している品目数を選定した。

(3) 施策満足度の推移

年度	H17	参考:第2~4回の推移	H16	H15	H14			
施策重視度(中央値、点)A	80	施策重視度 A	80	80	80			
施策満足度(中央値、点)B	50	施策満足度 B	60	60	59.5			
かい離 A-B	30	かい離 A-B	20	20	20.5			
満足度60点以上の回答者割合(%)	35.0	満足度60点以上の回答者割合	53.8	54.8	50.0			

第5回県民満足度調査は調査票の様式を見直して実施しました。第2~4回の調査結果は第5回の調査結果と同列に扱うことができないため、参考記載としています。

(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

達成度: A
 ・平成15年度受賞品20品目のうち19品目、平成16年度受賞品20品目のうち19品目が継続販売されている。

(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が】
 ・水産加工品の新商品開発や品質向上等を目的として、水産加工品品評会を開催しており、品質・調理性・市場性ともに優れた商品が受賞している。ロングラン商品は、ブランド品となる一つの要素であることから、当該指標は適切である。

施策・事業展開シート(C)

政策整理番号 17

対象年度	H17	作成部課室	産業経済部漁業振興課	関係部課室	産業経済部食産業・商業振興課
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	4	施策名	県産水産物のブランド化と品質の向上		

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
 ・本県は水産物に関して全国第2位の生産量を誇るが, ブランドとして認知されている品目は極一部に限られ, また, 資源量の減少等により生産量が伸び悩む中, 多様化する消費者ニーズや流通形態に対応したブランド化や品質の向上を図り, 産地間競争力を強化していく必要がある。

【施策評価】事業群設定の妥当性, 事業群の有効性, 効率性
 ・多様化する消費者ニーズや流通形態に対応するために生産現場の情報を的確に把握し, 水産業を取り巻く状況に応じた施策の推進が必要である。

C - 2 施策・事業の方向性

施策の次年度(H19年度)の方向性とその説明

方向性	拡充	維持	縮小
-----	----	----	----

【方向性の理由】
 ・水産業は地域経済を支える重要な地場産業ではあるが, 長引く景気低迷による消費の伸び悩み, 価格・品質等の地域間競争の激化によりその経営は依然として厳しい状況にあり, 施策を継続する必要がある。

【次年度の方向性】
 ・簡便化志向, 健康志向, 本物志向等食品に対する消費者のニーズは益々多様化しており, 新商品開発等に対する新技術の導入や市場動向の把握とその対応が求められている。
 ・これら課題を解決していくためには, 製品製造技術の指導, 情報提供及び新商品開発, 品質向上, 販路拡大, ニーズの把握が必要であり, 情勢の変化に応じた事業の見直しを考慮しつつ, 引き続き事業を実施していく。

主要事業・重点事業の次年度(H19年度)の方向性とその説明

事業番号	種別	事業名	H17決算見込額(千円)	方向性	方向性に関する説明
1	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)	2,338	維持	全国第2位の生産量を誇る本県水産加工業の発展のため, 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	重	みやぎの水産物トップブランド形成事業	10,300	維持	新たな事業メニュー - も検討しながら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。
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
		合計	12,638		