

評価対象年度 平成21年度

事業分析シート

政策 1 施策 3 事業 1

事業名 食品製造業振興プロジェクト 担当部局 農林水産部 課室名 食産業振興課

事業の状況	施策番号・施策名	3 豊かな農林水産資源と結びついた食品製造業の振興		区分 (新規・継続)	継続	区分 (重点・非予算)	重点事業	
	概要	・県内食品製造業者が取組む、豊かな県産農林水産物を活用した、より付加価値の高い「売れる商品づくり」から販路拡大までを総合的に支援することにより地域経済の活性化を図る。		対象 (何に対して)	年度	平成19年度決算	平成20年度決算	平成21年度決算(見込)
	手段 (何をしたのか)	・産学官連携支援等により商品開発等支援や商品マーケティングの普及を行い、7件の「売れる商品づくり」を進め、販路拡大を目指し、商談会を3回開催した。	活動指標名(単位) 手段に対応1事業につき1指標	関連商談会での商談件数(件)	指標測定年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度
	目的 (対象をどのような状態にしたいのか)	・マーケットイン型のより付加価値の高い「売れる商品づくり」を進め、販路拡大を目指す。	成果指標名(単位) 目的に対応1事業につき1指標	関連商談会における成約件数(件)	目標値	1,625	1,875	2,125
	事業に関する社会経済情勢等	・食品製造業は99%以上が中小企業であり、資本力の弱さから必要な資本投下が十分行われておらず、製造品出荷額も長期的に減少傾向にある。		実績値	2,052	3,072	2,588	
				単位当たり事業費(千円)	@3.7	@1.9	@2.2	
				評価対象年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度	

項目	分析	分析の理由
必要性 ・施策の目的や社会経済情勢等に沿った事業か。 ・県の関与は妥当か。	妥当	・当該事業は、商品の高付加価値化や販路拡大による出荷額の拡大に寄与する事業であり、現在の食品製造業界の状況から見ても、適切な事業である。また、対象のほとんどが資本力の弱い中小企業であり、県の支援は欠かせない。
有効性 ・成果指標又は活動指標の状況から見て、事業の成果はあったか。 ・施策の目的の実現に貢献したか。	成果があった	・活動指標が大きく目標を上回り、活動実績は上がっている。成果指標は現段階のデータにおいては数値が下落しているが、これは成約件数の集計が中途であるためである。また、3カ年度の累計では目標を上回っており、成果は出ているといえる。 ・この事業の実施により、参加企業の出荷額が増加することから、施策の目的の実現に少なからず貢献したと考えられる。 ・今後も事業の周知徹底をさらに図り、新規の参加企業数を増やすことにより、成約件数を増やし、事業の成果を向上させることができるものと見込まれる。
効率性 ・単位当たり事業費の状況等から見て、事業は効率的に行われたか。	概ね効率的	・商談会への参加企業数を増やすことにより、商談件数を増やし、単位あたりの事業費を減らすことが可能であり、活動指標の達成状況から見ても、概ね効率的に行うことができた。 ・平成22年度は、前年度より予算を削減しているが、一部民間企業や他県と連携することにより、成果は維持できるものと思われる。

事業の方向性等	事業の次年度の方向性	方向性	方向性の理由・説明
	・継続すべき事業か。事業の成果や効率性の向上のために他の事業と統合する必要等はないか。	維持	・施策を構成する事業の中でも重要な事業であり、施策の目標指標に大きな影響をもつ事業である。
	事業を進める上での課題等	事業が直面する課題や改善が必要な事項等	
	・本件事業の対象企業数に対して参加企業が少ないため、今後もより多くの企業等の参加を促していくことが必要である。		
次年度の対応方針	課題等への対応方針		
・年度初めに本件事業を県内の企業に案内するとともに、機会を捉えてさらなる周知徹底を図っていく。			

次年度(「事業の方向性等」欄) = 平成23年度(評価実施年度の次年度)

評価対象年度	平成21年度	事業分析シート			政策	1	施策	3	事業	2
事業名		県産農林水産物等輸出促進事業(再掲)				担当部局		農林水産部 食産業振興課		
事業の状況	施策番号・施策名	3	豊かな農林水産資源と結びついた食品製造業の振興	区分 (新規・継続)	継続	区分 (重点・非予算)	重点事業			
	概要	世界的な日本食ブーム及び東アジア地域の経済発展等に伴う富裕層の増加並びに安心・安全な食品が求められる背景を受け、意欲ある県内農林漁業者、食品製造業者及び関係機関が一体となって、本県の良質な農林水産物等の輸出を促進する。		対象 (何に対して)	年度	平成19年度 決算	平成20年度 決算	平成21年度 決算(見込)		
	手段 (何を したのか)	「食材王国みやぎ農林水産物等輸出促進基本方針」の策定 「地域産品輸出促進助成事業交付金」の設置と活用 輸出促進セミナーの開催	活動指標 名(単位) 手段に対応 1事業につき 1指標	輸出促進セミナー・商談会・見本市等参加企業数(社)	指標測定年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度		
	目的 (対象をどのような状態にしたいのか)	輸出取組者及び輸出品目の増加、 農林漁業者及び食品製造業者の利益拡大、生産量増加、品質向上、 県内及び国内での優位販売	成果指標 名(単位) 目的に対応 1事業につき 1指標	新規輸出企業数(社)	指標測定年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度		
	事業に関する社会経済情勢等	平成20年秋からの世界同時不況による消費の減退や円高などにより、輸出は激減している(平成21年の我が国の農林水産物等の輸出額は4,454億円で前年比マイナス12.3%)。 国においては、平成25年までに輸出額を1兆円にする目標を立て(平成21年12月末に閣議決定により平成32年目標に変更)、各種施策を展開している。			目標値	-	20	30		
					実績値	-	24	72		
				単位当たり 事業費(千円)	-	@77.3	@54.0			
				評価対象年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度			
				指標測定年度	平成 年度	平成20年度	平成21年度			
				目標値	-	3	5			
				実績値	-	3	8			

事業の分析	項目	分析	分析の理由
	必要性 ・ 施策の目的や社会経済情勢等に沿った事業か。 ・ 県の関与は妥当か。	妥当	国内の消費不況もあり、新たな販路として海外輸出に興味を示す中小事業者は潜在的に多いと考えられ、県としては、農林漁業者及び食品製造業の利益拡大、生産量増加のため輸出促進に向けたマッチング等の側面的な支援を引き続き行う必要がある。
	有効性 ・ 成果指標又は活動指標の状況から見て、事業の成果はあったか。 ・ 施策の目的の実現に貢献したか。	成果があった	セミナーの開催等による輸出希望事業者の掘り起こしや個別事業者の輸出支援を行った結果、新規輸出企業数は増加しており、ある程度の成果が見られた。
	効率性 ・ 単位当たり事業費の状況等から見て、事業は効率的に行われたか。	効率的	香港貿易発展局、ジェトロ及び宮城日本香港協会等関係機関と連携して事業を実施したことなどにより単位当たりの事業費は減少しており、効率的に事業が実施できたものと判断される。

事業の方向性等	事業の次年度の方向性	方向性	方向性の理由・説明
	継続すべき事業か。事業の成果や効率性の向上のために他の事業と統合する必要等はないか。	維持	平成22年度からは国際経済課から香港・台湾事業が移管されたことにより、従来の支援に加えて見本市や商談会なども活用して輸出促進を図っていく必要がある。
	事業を進める上での課題等	事業が直面する課題や改善が必要な事項等	
	次年度の対応方針	課題等への対応方針	

次年度(「事業の方向性等」欄) = 平成23年度(評価実施年度の次年度)

評価対象年度	平成21年度	事業分析シート			政策	1	施策	3	事業	3	
事業名		地域産業振興事業			担当部局	経済商工観光部 富県宮城推進室					
事業の状況	施策番号・施策名	3 豊かな農林水産資源と結びついた食品製造業の振興		区分 (新規・継続)	継続		区分 (重点・非予算)	重点事業			
	概要	・圏域の中核的な行政サービス機関である地方振興(地域)事務所が、地域の産業活動の活性化や産業の創出を図るため、地域特性や地域資源などを活かしながら、主体的な取組を行う。		対象 (何に対して)	年度	平成19年度 決算	平成20年度 決算	平成21年度 決算(見込)			
	手段 (何を したのか)	・地方振興(地域)事務所が主体となり、市町村等との連携により、地域資源を活かした産業支援、誘客促進、企業活動支援、人材育成等を行った。	活動指標 名(単位) 手段に対応 1事業につき 1指標	地域産業振興事業の実 施数(事業)	市町村、企業及び農 林水産業者、一般県 民等	事業費 (千円)	22,844	14,212	14,361		
	目的 (対象をど のような状態に したいのか)	・地域資源を活かして産業活動・地域活動の活性化や産業創出を図った。	成果指標 名(単位) 目的に対応 1事業につき 1指標		指標測定年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度			
					目標値						
				実績値	31	34	30				
	事業に関する 社会経済 情勢等	・アメリカのリーマンショックの影響を受け、県内の製造業を中心とした企業活動が脆弱化し、期間雇用者等の大量解雇など大きな社会問題となり、高校生の有効求人倍率は最低の状況が続いていたが、自動車関連産業(セントラル自動車)等のすそ野の広い産業の企業誘致が予定どおり進み、徐々に経済状況も回復基調が見られるほか、若手・宮城内陸地震の震災復興に向けた前向きな取組が着実に進んでいる。	単位当たり 事業費(千円)								
評価対象年度			平成19年度	平成20年度	平成21年度						
指標測定年度			平成 年度	平成 年度	平成 年度						
目標値											
実績値											

事業の分析	項目	分析	分析の理由
	必要性	・ 施策の目的や社会経済情勢等に沿った事業か。 ・ 県の関与は妥当か。	妥当
有効性	・ 成果指標又は活動指標の状況から見て、事業の成果はあったか。 ・ 施策の目的の実現に貢献したか。	成果があった	・ 実状に応じた地域自らの創意工夫で、地域の特性や個性を活かした地域産業の新たな展開を図っており、農工商連携の促進に向けたマッチング支援、地域食材の発掘と利活用、県際連携による観光物産事業、ものづくりに関する人材育成等、様々な取組が展開され、成果が出てきており、地域の産業活動の活性化の一助となっている。 ・ こうした取組は、施策目的の実現に十分貢献している。
効率性	・ 単位当たり事業費の状況等から見て、事業は効率的に行われたか。	効率的	・ 各事務所が実施する個々の事業により違いがあるが、観光や自動車関連産業等新産業に対応する人材の育成、震災復興に向けた地域活性化の促進、地域食材・地場産品の魅力発掘と販売機会の増加、商談会での商談成立機会の提供、新聞やテレビ報道による認知度向上による売上げアップ、新商品開発、都市と農村との交流等様々な事業を積み重ねながら、地域産業の振興に大きく貢献していることから、事業は効率的に行われたと判断する。

事業の方向性等	事業の次年度の方向性	方向性	方向性の理由・説明
	・ 継続すべき事業か。事業の成果や効率性の向上のために他の事業と統合する必要等はないか。	維持	・ 地域特性や地域資源を活かして地域の事業者や市町村等と連携を図り、地方振興(地域)事務所が主体となって、引き続き地域の産業活性化や産業創出を図る。
	事業を進める上での課題等	事業が直面する課題や改善が必要な事項等	
	・ 地方振興(地域)事務所が地域課題や地域特性を活かして主体的に取り組む事業であるが、さらに市町村や関係団体等との連携を強化して進める必要がある。		
次年度の対応方針	課題等への対応方針		
・ 事業を推進するに当たり、市町村や関係団体等のほか事務所内他部との連携を十分に図り、さらに効果が広範に及ぶよう事業を推進する。			

次年度(「事業の方向性等」欄) = 平成23年度(評価実施年度の次年度)

評価対象年度	平成21年度	事業分析シート			政策	1	施策	3	事業	4	
事業名		地域資源を活用した創意ある取組を行う中小企業への支援				担当部局	経済商工観光部 富県宮城推進室				
事業の状況	施策番号・施策名	3 豊かな農林水産資源と結びついた食品製造業の振興		区分 (新規・継続)	継続		区分 (重点・非予算)	非予算的手法			
	概要	・中小企業地域資源活用促進法に基づく補助金、低利融資等中小企業地域資源活用プログラムの支援を受けて、中小企業が地域資源を活用し、新商品・新サービスを開発・市場化できるよう、基本構想を策定するとともに、中小企業への側面支援を行う。		対象 (何に対して)	年度	平成19年度 決算	平成20年度 決算	平成21年度 決算(見込)			
	手段 (何を したのか)	・地域産業資源活用事業の促進に関する基本的な構想の策定及び地方振興(地域)事務所を通じた企業への周知と情報収集	活動指標 名(単位) 手段に対応 1事業につき 1指標		事業費 (千円)	0	0	0			
	目的 (対象をどの ような状態に したいのか)	・中小企業が新商品・新サービスを開発・市場化できるよう支援する。	成果指標 名(単位) 目的に対応 1事業につき 1指標	国の事業認定件数 (H25年度まで42件、農商工等連携事業と合計数)	指標測定年度	平成 年度	平成 年度	平成 年度			
	事業に関する 社会経済 情勢等	・地域の中小企業では、市場調査、商品開発、販路開拓等に必要ノウハウや人的ネットワーク、資金、人材の確保が容易ではなく、域外市場を狙った新商品等の開発、事業化が実現されにくい、異業種間で商品開発に取り組む動きが出てきており、農商工等連携促進法の制定のように、制度面でも地域の資源を生かした取組の発掘に向けた動きが加速している。									
					目標値						
					実績値						
				単位当たり 事業費(千円)							
				評価対象年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度				
				指標測定年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度				
				目標値							
				実績値	6	2	4				

事業の分析	項目	分析	分析の理由
	必要性 ・施策の目的や社会経済情勢等に沿った事業か。 ・県の関与は妥当か。	妥当	・県は中小企業地域資源活用促進法に基づき、地域産業資源活用事業の促進に関する基本的な構想を作成することができることとされているほか、中小企業等が地域産業資源活用事業計画を主務大臣に提出する際には、知事を経由して行うこととされていることから県の関与は妥当である。 ・本事業は国の事業ではあるが、本県が有する多彩な地域資源を活用し、中小企業が新商品等を開発・市場化できるよう支援し地域経済を活性化することであることから必要な事業である。
	有効性 ・成果指標又は活動指標の状況から見て、事業の成果はあったか。 ・施策の目的の実現に貢献したか。	成果があった	・中小企業地域資源活用促進法に基づき、地域産業資源活用事業の促進に関する基本的な構想を策定して地域資源238件を指定。この地域資源を活用して初年度である19年度に6社、平成20年度に2社、平成21年度に4社(累計12社：うち1社は計画廃止申請による取消(民事再生手続に伴うもの))の企業が国から事業計画認定を受け、新商品の開発に取り組んでいる。 こうした取組は、施策目的の実現に十分貢献している。
効率性 ・単位当たり事業費の状況等から見て、事業は効率的に行われたか。	-		

事業の方向性等	事業の次年度の方向性	方向性	方向性の理由・説明
	・継続すべき事業か。事業の成果や効率性の向上のために他の事業と統合する必要等はないか。	維持	・各地域の「強み」となり得る地域資源を活用した中小企業による新商品等の開発・市場化を総合的に支援し、地域経済の活性化を図る。
	事業を進める上での課題等	事業が直面する課題や改善が必要な事項等	
	・地域資源を活用した地域産業資源活用事業計画については12件が認定され、また農商工等連携事業については6件が認定されたが、さらに周知等を拡大させる必要がある。		
	次年度の対応方針	課題等への対応方針	
・農商工等連携事業とともに制度周知に努めるほか、地方振興事務所の企業訪問や県庁内外組織との連携を図りながら制度のPRと案件の掘り起こしを行う。			

次年度(「事業の方向性等」欄) = 平成23年度(評価実施年度の次年度)

評価対象年度 平成21年度

事業分析シート

政策 1 施策 3 事業 5

事業名 **みやぎのおいしい「食」ブランド化戦略推進事業** 担当部局 農林水産部 課室名 食産業振興課

事業の状況	施策番号・施策名 3 豊かな農林水産資源と結びついた食品製造業の振興	区分 (新規・継続) 継続	区分 (重点・非予算) 重点事業	年度 平成19年度 平成20年度 平成21年度	事業費 (千円) 313 2,792 3,008
	概要 ・本県の「食」に関わる地域イメージとして「食材王国みやぎ」を打ち出してゆく上で、食産業関係者に対して「食材王国みやぎ」及び「ブランド化」の考え方の普及・浸透を行う。	対象 (何に対して) 食産業関連事業者	指標測定年度 平成 19年度 平成 20年度 平成 21年度	目標値 200 50 50	実績値 194 122 237
	手段 (何を したのか) ・みやぎの「食」ブランド化推進方針案の策定 ・県内の食産業関係者を中心メンバーとする「食材王国みやぎ推進パートナーシップ会議」の運営及び第3回大会の開催	活動指標 名(単位) 手段に対応 1事業につき 1指標	単位の 事業費(千円) @1.6 @22.9 @14.2	評価対象年度 平成19年度 平成20年度 平成21年度	目標値 82 182 282
	目的 (対象をどの ような状態に したいのか) ・「食材王国みやぎ」の考え方や本県の「食」に関わる「ブランド化」の考え方の浸透を図り、共通意識のもと、県を含む関係者が連携を図り「ブランド化」等を実践する。	成果指標 名(単位) 目的に対応 1事業につき 1指標	指標測定年度 平成 19年度 平成 20年度 平成 21年度	目標値 85 166 257	実績値 85 166 257
	事業に関する 社会経済 情勢等 ・「食」の安全、安心に対する消費者の意識の高まり ・人口減少社会に伴う国内需要の低下による産地間競争の激化				

項目	分析	分析の理由
必要性 ・施策の目的や社会経済情勢等に沿った事業か。 ・県の関与は妥当か。	妥当	・県内の食関連事業者が主体的に実施する商品のブランド化(差別化・特徴化)と県が積極的に行う「食」に関する地域イメージ(宮城イコール「食材王国」)の強化・発信を連携させることにより本県食産業の振興を図ることを目的としており、県として取り組むことは適切である。
有効性 ・成果指標又は活動指標の状況から見て、事業の成果はあったか。 ・施策の目的の実現に貢献したか。	成果があった	・「ブランド化」の考え方の浸透を図るため、食材王国みやぎ「食」ブランド化推進方針を策定した。 ・食材王国みやぎ推進パートナーシップ会議において、「食材王国みやぎ」の考え方や重点テーマ(「地産地消の推進」、「ブランド化の推進」)を提示したことにより、「食材王国みやぎ」への食産業関係者の関わり方が明らかになったことなどが、ロゴ使用件数の増加からも判断される。
効率性 ・単位当たり事業費の状況等から見て、事業は効率的に行われたか。	概ね効率的	・前年度に比べ、事業費は新規事業などにより増加したが、新規参加者数は倍増し、単位あたりの事業費も減少したことから、目標も十分達成でき事業は概ね効率的に行われていると判断する。

事業の次年度の方向性	方向性	方向性の理由・説明
・継続すべき事業か。事業の成果や効率性の向上のために他の事業と統合する必要等はないか。	維持	・食材王国みやぎ「食」ブランド化推進方針を、平成22年3月に策定したばかりであり、それに基づく「食」ブランド化の取組を浸透させることが必要であるとともに、合わせて本県の豊富で優れた食材や加工品を県内外に発信し、認知度の向上を図るためにも事業を継続する。
事業を進める上での課題等	事業が直面する課題や改善が必要な事項等	
・生産者や小規模事業者等への「食材王国みやぎ」や「ブランド化」の考え方の普及浸透が困難であるため、マスコミ等の活用や研修会、説明会等による継続的な取組が必要		
次年度の対応方針	課題等への対応方針	
・県内部の関係所属との連携をやマスコミ等の活用により、効果的にこれらの方々へ普及浸透を図っていきたい。		

次年度(「事業の方向性等」欄) = 平成23年度(評価実施年度の次年度)

評価対象年度	平成21年度	事業分析シート			政策	1	施策	3	事業	6
事業名		首都圏県産品販売等拠点運営事業				担当部局		農林水産部		
						課室名		食産業振興課		
事業の状況	施策番号・施策名	3 豊かな農林水産資源と結びついた食品製造業の振興		区分(新規・継続)	継続		区分(重点・非予算)	重点事業		
	概要	・首都圏アンテナショップの設置・運営により、県産品をPRしながら、首都圏消費者ニーズの把握と地元への情報のフィードバックを行うとともに、販売を契機とした首都圏での県産品の販路拡大を図る。		対象(何に対して)	年度	平成19年度決算	平成20年度決算	平成21年度決算(見込)		
				首都圏消費者等	事業費(千円)	154,186	153,708	163,828		
	手段(何をしたのか)	・東京都内に開設している首都圏アンテナショップ「宮城ふるさとプラザ」において、本県の県産品のPRと販売(試験販売・通常販売・イベント販売)を行った。	活動指標名(単位)	日平均売上金額(円)	指標測定年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度		
			手段に対応1事業につき1指標		目標値	900,000	950,000	1,000,000		
					実績値	1,029,111	1,079,062	1,235,405		
					単位当たり事業費(千円)	@0.4	@0.4	@0.4		
目的(対象をどのような状態にしたいのか)	・首都圏における県産品の認知度の向上と販路の拡大を図る。	成果指標名(単位)	日平均買上客数(人)	評価対象年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度			
		目的に対応1事業につき1指標		指標測定年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度			
				目標値	800	850	900			
				実績値	750	765	843			
事業に関する社会経済情勢等	・ここ数年、都内では各県のアンテナショップが次々に新規あるいはリニューアルオープンしており、消費者の人気を博している。それらは、都道府県物産センターとして単に地場産品を展示していただけた従来の施設とは異なり、新製品の試験販売を行ったり、首都圏消費者の反応を調査したりと、まさに「アンテナショップ」としての戦略性を持たせた店舗づくりとなっている。									
事業の分析	項目		分析		分析の理由					
	必要性		妥当		・物産品の消費・販売の拡大を図るには、最大のマーケットである首都圏においてPRを展開するとともに、首都圏消費者のニーズをしっかりと把握することが重要である。 ・しかし、実店舗の設置は企業にとって経営的負担が大きく、とりわけ首都圏は家賃等も高額で出店は困難であるのが実情であることから、県が設置し、多くの県内企業に首都圏での販売等の「場」を提供しているものである。					
	有効性		成果があった		・平成21年度は年間売上金額が初めて4億円を超え、買上客数も前年度を上回るなど、いずれも好調だった前年度をさらに上回っており、運営は順調である。活動指標については、19年度から連続して目標値をクリアしている。 ・また、開設以来、商品の改善につながった事例や販路拡大の実績が蓄積されてきている。テレビや新聞に頻繁に紹介され、多大な広告宣伝効果も生じている。					
	効率性		概ね効率的		・事業費の8割は、アンテナショップが入居している不動産の賃借料である。その額は決して少額ではないが、マンモス駅の池袋駅東口から徒歩2分という都心の超一等地で首都圏の消費者に本県の県産品を直にPR・販売できているメリットは計り知れない。					
事業の方向性等	事業の次年度の方向性		方向性		方向性の理由・説明					
	・継続すべき事業か。事業の成果や効率性の向上のために他の事業と統合する必要等はないか。		維持		・経営状況は非常に順調であり、さらに商品の改善や販路拡大の実績も積み重ねられてきていることから、全体的にみて、本事業は大きな成果をあげているといえる。 ・平成22年2月末が期限だった入居物件の賃貸借契約についても、同条件のままさらに5年間延長することでオーナー側と変更契約書の締結に至っていることから、今後も継続して実施していくのが妥当である。					
	事業を進める上での課題等									
	・オープン以来、売上高等の業績面においては、右肩上がりの成長を続けてきている。 ・しかしながら、プラザの目的は、首都圏における県産品の販売に加え、首都圏消費者のニーズ等の「受信」や、本県の県産品や観光に関する情報の「発信」といった、いわゆるアンテナ機能を発揮することであり、その点に関しては、必ずしも十分と言える状況ではない。 ・したがって、さらなる売上の向上に努めて経営の安定を図りつつも、あくまでも取組の主眼はアンテナ機能の強化に置く必要があり、特に、首都圏消費者ニーズ等の把握と地元への情報フィードバックといった「受信」機能の強化が最重要と考えられる。									
	次年度の対応方針		課題等への対応方針							
・引き続き経営の安定に努めつつ、宮城ふるさとプラザ活動強化5か年プラン(平成22年度～平成26年度)を推進してアンテナ機能の強化に努め、本県食産業のさらなる振興につなげていく。										

次年度(「事業の方向性等」欄) = 平成23年度(評価実施年度の次年度)