

政策整理番号	17	施策番号	4	評価シート(B) (施策評価: 施策を構成する事業の評価)				
対象年度	H18	作成部課室	農林水産部 水産業振興課	関係部課室	農林水産部 食産業振興課			
政策名	消費者ニーズに即した産業活動の展開				政策番号	2 - 5 - 2		
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					
施策概要	生産者自らがマーケティング活動を展開し、多様化する消費者ニーズや流通形態に対応した県産水産物のブランド化と品質向上による、販路・シェアの拡大を目指します。							
政策評価指標 / 達成度	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))			C	水産加工品品評会受賞品の継続製造・販売品目数			A

達成度:A(目標値を達成している), B(目標値を達成していないが、設定時の値から見て指標が目指す方向に推移している)
C(目標値を達成しておらず、設定時の値からみて指標が目指す方向と逆方法に推移している)....(現状値が把握できない等のため判定不能)

施策を構成する事業の分析

活動(事業) / 活動(事業) によりもたらされた結果							活動(事業) によりもたらされた成果					
事業番号	事業名 【担当課】	事業の対象 (誰・何を対象として)	事業の手段 (内容) (何をしたのか)	業績指標名 (単位) (事業の活動量、「事業の手段」に対応)	H16	H17	H18	事業の目的 (意図) (対象をどういう状態にしたのか)	成果指標名 (単位) (事業の成果、「事業の目的」に対応)	H16	H17	H18
					業績指標の値					成果指標の値		
					事業費 (決算(見込)額, 千円)					成果指標の値		
					単位当たり事業費(千円)					成果指標の値		
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) 【水産業振興課】	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(件)	209	201	177	新商品開発等に対する新技術の導入や市場動向の把握・対応が図られた。	水産加工品品評会受賞品の継続製造・販売品目数(品)	38	58	73
2	みやぎの水産物トップブランド形成事業 【食産業振興課】	水産物生産団体等	「カツオ」「マグロ」等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の実施を行った。	事業実施団体数(団体)	13	8	5	市場関係者や生産者団体の連携の強化と、本県水産物のブランド化や販路拡大の取組を推進した。	東京・仙台市場主要産品販売額(百万円)	3,695	3,390	3,311
3	みやぎおさかな12つき提供事業【H18重】 【水産業振興課】	漁業協同組合及び鮮魚店等	仙台近郊において旬の県産水産物を提供する場所を創出・PRするための仕組みづくりを行う。	提供店舗数(店)			2	販売イベント等により生産から販売までの流通の仕組みづくりを行った。	-	-	-	
				事業費計(千円)	12,257	10,401	6,139					

B - 1, 2, 3 施策を構成する事業群の評価

B - 1 施策実現にむけた県の関与の適切性と事業群設定の妥当性	B - 2 事業群の有効性	B - 3 事業群の効率性
適切	概ね有効	概ね効率的
<p>【評価の根拠】 施策を構成する事業の分析「B-1 事業への県の関与の適切性と事業設定の妥当性」を総括して記載</p> <p>・この施策では国・県・市町村・民間団体との役割分担が適切に行われており、事業間の重複や矛盾する事業はないことから、県の関与は「適切」と判断する。</p>	<p>【評価の根拠】 施策を構成する事業の分析「B-2 事業の有効性」を総括して記載</p> <p>・日銀仙台支店調査による業況判断指数においてマイナスが続く経済状況の中、単位当たりの県事業費が前年度とほぼ変わらないにも関わらず、主要商品販売額が現状維持であること、高付加価値商品の継続販売数が増加していることから、今後一層の成果を期待できる事業と認められる。よって、施策は「概ね有効」と判断する。</p>	<p>【評価の根拠】 施策を構成する事業の分析「B-3 事業の効率性」を総括して記載</p> <p>・各事業は効率的に執行されており、施策全体としては「概ね効率的」と判断する。</p>

B 施策評価(総括)

概ね適切
<p>【評価の根拠】 B - 1, 2, 3を総括し施策を総合的に評価</p> <p>・政策評価指標の達成状況、社会経済情勢等から見て、施策を構成する事業の有効性・効率性が十分に認められ、事業の設定及び推進が適切に行われた</p>
<p>【施策の次年度(平成20年度)の方向性】 この施策における今後の課題等を記載</p> <p>・当該事業は平成20年度以降も継続することを検討しており、今回の評価を踏まえて、より一層の効率的な取り組みを図っていく。</p>

施策を構成する事業の分析

活動(事業)の分析		
B-1 施策実現にむけた県の関与の適切性と事業設定の妥当性	B-2 事業の有効性	B-3 事業の効率性
<p>【国、市町村、民間団体との役割分担は適切か】 【施策目的及び社会経済情勢を踏まえた事業か】 【事業間で重複や矛盾がないか】</p>	<p>【成果指標の推移から見て、事業の成果があったか】 【施策目的の実現に貢献したか】</p>	<p>【事業は効率的に執行されたか(単位当たり事業費の推移その他から)】</p>
<p>県内加工水産業者のマーケティング活動の対象は国内外を問わず多岐にわたり、販路・シェア拡大の際に重要視される信用性を高めるためにも、県の支援は必要不可欠であることから、本施策の事業設定は適切と判断する。</p>	<p>ロングラン商品はブランド化の大きな要因の一つである。付加価値の高い水産加工品評会受賞作品の継続販売実績が高いことは施策の効果が認められると判断される。</p>	<p>単位当たりの事業費が減少しているにも関わらず、継続販売実績は増加傾向にあることから事業群は効率的に実施されていると判断した。</p>
<p>本事業は、食の安心安全や地産地消など消費者ニーズの多様化、激化する産地間競争に対応するため、県産水産物のブランド化の推進と販路拡大等を支援するもので、施策目的、事業の役割分担、事業体型、社会経済情勢から判断して、本施策の事業設定は適切と判断される。</p>	<p>東京及び仙台市場主要商品販売額は減少傾向にあるが、同市場における主要品目販売シェアは上昇しており、本県産水産物の認知度向上が図られており施策の効果が認められると判断される。</p>	<p>事業実施団体数は前年度より減少しているものの、単位当たり事業費は削減されており、効率的に事業が実施されたと判断される。</p>
<p>・本県が全国有数の水産物生産県であることの認知度を高め消費の拡大等を図っていくためには、生産・流通・販売など業界全体で取組むことが重要であり、県として積極的に関与し誘導する必要がある。 ・最終的には県による“提供店認証制度”創設を目標としている。</p>	<p>大消費地である仙台市をターゲットに、生産現場と販売店舗を直接結び新たな流通システムを構築する必要があり、その試験的な取組を実施し課題等も把握した。今後はこれをモデルケースとして取組んでいくことが可能であり効果が得られたと判断される。</p>	<p>・本事業では、生産・販売双方からの情報収集や取組参加への働きかけなど営業的経費が主体である。効率的に執行しておりこれを削減することは困難である。 ・PR用のグッズ等は継続して使用が可能であり、効率的に執行している。</p>

施策を構成する事業の方向性

活動(事業)の次年度(平成20年度)の方向性とその説明	
方向性	方向性に関する説明
『宮城の将来ビジョン』における位置づけ	
取組番号	取組名
維持	本県水産加工業の更なる発展には、製品製造技術指導及び情報提供等技術支援とともに、水産加工品評会及び受賞品PRへの支援は必要である。
維持	本県水産物の販売拡大等を図るには、ブランド魚の創出や良質で多様な魚介類等の認知度の向上、多様化する消費者ニーズへの対応が重要であり、事業の継続が必要である。
取組6	競争力ある農林水産業への転換
維持	本事業による取組は本県の水産物消費拡大において永年の課題であり、地道な取組の繰り返しが必要である。
取組7	地産地消や食育を通じた需要の創出と食の安心安心の確保

政策評価指標分析カード(整理番号1)

政策整理番号

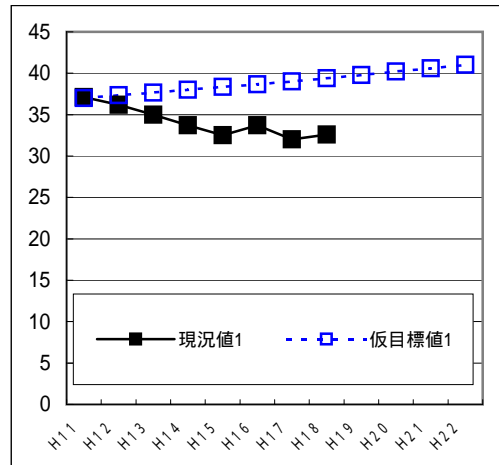
17

施策番号

4

対象年度	H18	作成部課室	農林水産部 水産業振興課	関係部課室	農林水産部 食産業振興課
政策名	消費者ニーズに即した産業活動の展開			政策番号	2 - 5 - 2
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		

政策評価指標		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	H17	39	H22	41				
評価年	初期値	H12	H13	H14	H15	H16	H17	H18
測定年	H10	H12	H13	H14	H15	H16	H17	H18
現況値	36.7	36.2	35.0	33.7	32.5	33.7	32.0	32.6
仮目標値		37.3	37.7	38.0	38.3	38.7	39.0	39.4
達成度		A	C	C	C	C	C	C



達成度:A(目標値を達成している), B(目標値を達成していないが、設定時の値から見て指標が目指す方向に推移している)
C(目標値を達成しておらず、設定時の値からみて指標が目指す方向と逆方法に推移している), ... (現状値が把握できない等のため判定不能)

政策評価指標の概要

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

政策評価指標の選定理由

・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慮選定した。

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

・平成18年度の指標値は、32.6%と前年を0.6ポイント上回ったものの、同年の仮目標値(39.4%)を6.8ポイント下回っている。
 ・品目別に見ると、ホヤが+2.8ポイント、ホタテが+2.7ポイントとシェアを拡大し、これは取扱高が低下した都道府県が多い中で、安定した供給が行われたことなどが要因と考えられる。
 ・シェアの低下したワカメ及びカキは、県内での生産量の減少と併せ、特に対象品目取扱高の38%を占める生食主体のカキは、ノロウイルス食中毒事故の風評被害による買い控えの影響を受け、シェアの低下を招くとともに、県全体のシェアの拡大幅を抑える要因と考えられる。
 ・近年の市場外流通や輸入水産物の増加等は、シェアの低下や拡大を抑える要因と考えられるが、本県産水産物の認知度の向上などによる市場におけるシェアの拡大が図られると考えられる。

政策評価指標の妥当性【施策の有効性を評価する上で適切な指標か】

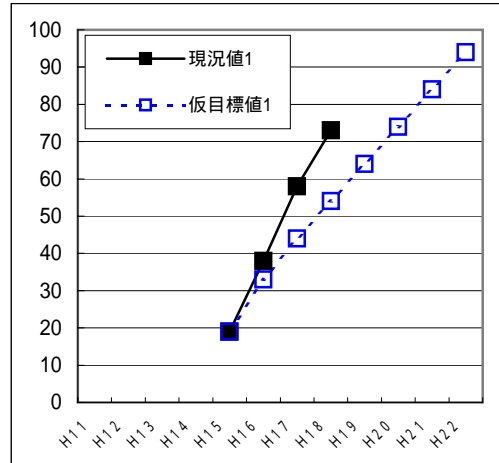
・主要6品目の設定については、選定した主要品目の生産量が全国の上位に位置する特産種であること、漁況・海況などによる漁獲変動が小さいこと、生産者サイドにおいて各種ニーズへの対応が可能であることなどから適切であると考えられる。また、主要6品目の合計販売額シェアについては、販売量、販売金額、販売単価等が総合的に反映されると考えられることから、本施策の指標として用いることは適切である。

政策評価指標分析カード(整理番号2)

政策整理番号 17 施策番号 4

対象年度	H18	作成部課室	農林水産部 水産業振興課	関係部課室	産業経済部 食産業・商業振興課
政策名	消費者ニーズに即した産業活動の展開			政策番号	2 - 5 - 2
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		

政策評価指標		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	H17	44	H22	94				
評価年	初期値	H12	H13	H14	H15	H16	H17	H18
測定年	H15				H15	H16	H17	H18
現況値	19				19	38	58	73
仮目標値					19	33	44	54
達成度					...	A	A	A



達成度:A(目標値を達成している), B(目標値を達成していないが、設定時の値から見て指標が目指す方向に推移している), C(目標値を達成しておらず、設定時の値からみて指標が目指す方向と逆方法に推移している), ... (現状値が把握できない等のため判定不能)

政策評価指標の概要

毎年、水産加工品品評会を開催しており、そこで受賞した水産加工品が継続して製造・販売している品目数

政策評価指標の選定理由

・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。

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

・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18品目、平成17年度受賞品20品目のうち18品目、平成18年度受賞品21品目のうち18品目が継続販売されている。

政策評価指標の妥当性【施策の有効性を評価する上で適切な指標か】

・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。