

評価対象年度		平成20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・課室名		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 ・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) 中小食品製造業者	年度 事業費 (千円)	平成19年度 決算(見込)	平成20年度 決算(見込)	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 目標値 実績値 単位当たり 事業費	平成19年度 1,625 2,052 @3.2	平成20年度 1,875 3,072 @1.7	平成21年度 2,125 - -						
	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)	評価対象年度 指標測定年度 目標値 実績値	平成19年度 平成19年度 130 205	平成20年度 平成20年度 150 109	平成21年度 平成21年度 170 -						
	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。											
事業の分析	項目 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。	分析 妥当	分析の理由 ・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。成果指標は平成20年度の単年度で見ると19年度の半数ほどに落ち込んでいるが、平成19年度及び20年度の累計では目標を上回っている。 ・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。 ・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。									
	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21年度は昨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 ・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。	方向性 拡充	方向性の理由・説明 ・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り、今後、新商品開発や商談会などに参加する企業等を増やしていく必要がある。									
	事業を進める上での課題等 ・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 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。											

評価対象年度 平成20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 食産業振興課 課室名

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)	新規	区分 (重点・非予算)	重点事業	
	概要	対象 (何に對して) 農林漁業者、食品加工業者等	年度	平成19年度決算 平成20年度決算(見込) 平成21年度決算(見込)	平成19年度 平成20年度 平成21年度	
	手段 (何をしたのか)	活動指標名(単位) 手段に對し1事業につき1指標 「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	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 目標値 実績値 単位当たり事業費(千円)	平成19年度 平成20年度 平成21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)	成果指標名(単位) 目的に對し1事業につき1指標 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	新規輸出企業数(社)	評価対象年度 指標測定年度 目標値 実績値	平成19年度 平成20年度 平成21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20年のわが国の食品輸出額は5,078億円で前年比マイナス1.6%)。				
	事業に関する社会経済情勢等					

事業の分析	項目	分析	分析の理由
	<b>必要性</b> ・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。	<b>概ね妥当</b>	・国では平成25年に食品輸出額1兆円を目指して各種の施策を組んでおり、輸出額は19年までは毎年前年比で10数%の伸びを示していた。輸出は基本的には民間の商売ベースの話であり、県の関与は、場の設定や輸出試行時の支援など限定的なものになる。
	<b>有効性</b> ・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。	<b>ある程度成果があった</b>	・新たな販路として、輸出に関心を示す事業者が増加した。
	<b>効率性</b> ・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。	<b>概ね効率的</b>	・今後取引量・金額がどの程度広がっていくか不明だが、事業者がバイヤーと接点を得ることで、輸出への動機付けとなった。

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。	<b>維持</b>	・輸出に関心を示す事業者も増加しており、輸出促進を図るためには今後も事業の継続する必要がある。なお、国際経済課所管事業との住み分けを進めている。
	<b>事業を進める上での課題等</b>	事業が直面する課題や改善が必要な事項等	
	・輸出は経済情勢に大きく左右される。なお、県内からの輸出は間接貿易がほとんどを占め、輸出力・金額とも現状把握が難しく、事業の成果もアンケート等によって県で把握している案件のみにならざるを得ない。		
	<b>次年度の対応方針</b>	課題等への対応方針	
・次年度は、具体的に輸出を促進するため、比較的市場参入障壁が低いと考えられる香港、台湾を優先して「輸出促進行動プラン」を策定する。また、香港、台湾からバイヤーを招聘し、県内の生産加工の現場視察訪問や試食商談会開催等を計画している。バイヤーとの結びつきを強め、輸出に取り組む事業者が増加するよう努める。			

事業名	地域産業振興事業	担当部局 課室名	経済商工観光部 富県宮城推進室
-----	----------	-------------	--------------------

<b>事業の状況</b>	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、自主的な取組を行っている。	対象 (何に対して)	年度	平成19年度 決算	平成20年度 決算(見込)	平成21年度 決算(見込)	
	手段 (何を したのか)	・地方振興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	-	指標測定年度	平成 年度	平成 年度	平成 年度
					目標値	-	-	-
					実績値	-	-	-
					単位当たり 事業費(千円)	-	-	-
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	-	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	-	-	-	
事業に関する社会経済情勢等	・長く続いてきた景気拡大局面においても、都市部と比較してその恩恵が十分及んでいないとされてきた県内各地域では、少子高齢化に加え、産業基盤の足腰が弱く、アメリカのリーマンブラザーズの破たんに伴う世界的な金融危機の影響や円高による自動車関連産業や高度電子産業等の輸出関連産業への影響が大きく、雇用不安も広がっていることから地域経済に対する不安定要素は高まってきている。							

<b>事業の分析</b>	項目	分析	分析の理由
	<b>必要性</b> ・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。	<b>妥当</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・富県宮城の実現に当たっては、県内製造業の集積促進だけでなく、地域の資源を活かした食産業、地場産業等への支援が必要不可欠であり、地域産業の育成支援、地域住民のニーズに柔軟に対応したタイムリーな取組、個別の分野にとどまらない横断的、包括的な取組が求められている。</li> <li>・地方振興事務所は、各圏域の産業行政の推進に当たる地方組織であり、これらの取組を実施するのに最適で、その関与も妥当と認められる。</li> </ul>
	<b>有効性</b> ・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。	<b>成果があった</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・実情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、地域食材に関して、個々に実需者とのマッチングや活用の広まり、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、成果が出てきている。各種媒体でも取り上げられるなど、地域の産業活動の活性化の一助となっている。</li> </ul>
	<b>効率性</b> ・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。	<b>効率的</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・各事務所が実施する個々の事業により異なるが、地場産品販売機会の増加、観光や自動車関連産業等新産業に対応する人材の育成、商談会での商談成立、新聞やテレビの報道による認知度アップによる売上げ増、試作商品の市販化等につなげる事業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。</li> </ul>

<b>事業の方向性等</b>	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。	<b>維持</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul>
	<b>事業を進める上での課題等</b>	事業が直面する課題や改善が必要な事項等	
	・食品製造業の振興拡大について、市町村、各種団体等と地方振興事務所のさらなる連携のもと食産業・地場産業等への支援が必要である。		
	<b>次年度の対応方針</b>	課題等への対応方針	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・各地域の特色を生かしながら、地方振興事務所の機能をさらに発揮して、地域間交流を図るなどとともに、様々な情報を発信するなど食品製造業の振興を図る。</li> </ul>			

評価対象年度 平成20年度

# 事業分析シート

政策 1 施策 3 事業 4

事業名 ふるさと食品活性化ネットワーク支援事業 担当部局 農林水産部 課室名 農産園芸環境課

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	農業者が自ら生産する付加価値の高い農産加工品について、その開発から販売までを支援するもの。	対象 (何に対して) 農業者	年度 事業費 (千円)	平成19年度 決算 平成20年度 決算(見込) 平成21年度 決算(見込)	
	手段 (何をしたのか)	・専門アドバイザーの派遣 ・農産加工研修会等の開催 ・販売機会の提供 ・農産加工者組織への支援 ・農産加工施設等の整備支援	活動指標名(単位) 手段に対応 1事業につき 1指標 専門アドバイザーの派遣、研修会等の開催回数	指標測定年度 目標値 実績値 単位当たり事業費(千円)	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)	付加価値の高い農産加工品の生産販売に取り組む農業者の育成	成果指標名(単位) 目的に対応 1事業につき 1指標 施設導入組織累計販売額(百万円)	評価対象年度 指標測定年度 目標値 実績値	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	食育、地産地消への関心の高まりや、安全・安心な食品を求める県民からの農業者自らが生産する農産加工品への要望が強まっている。				

事業の分析	項目	分析	分析の理由
	<b>必要性</b> ・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	・施策「豊かな農林水産資源と結びついた食品製造業の振興」を下支えする事業として、コメ粉をはじめとする地域資源を活用した新たな商品の開発や、食の安全・安心への取り組みを支援しており、不可欠な事業である。
	<b>有効性</b> ・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	・施設整備に対する支援の他、専門アドバイザーの派遣に対する要望やセミナーへの参加者の多さなどから、施策を下支えする事業として有効であった。
	<b>効率性</b> ・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	・研修会等を団体や他部局と共同開催すること等により、事業が効率的に実施された。

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	・事業の成果は着実にあがっており、農業者からの要望も強いことから、施策を農林水産分野から支える事業として継続していく必要がある。(H21年度 組替)
	<b>事業を進める上での課題等</b>	事業が直面する課題や改善が必要な事項等	
	<b>次年度の対応方針</b>	課題等への対応方針	



評価対象年度 平成20年度

# 事業分析シート

政策 1 施策 3 事業 5

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 課室名 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) 中小企業等	年度 事業費 (千円)	平成19年度 決算 0	平成20年度 決算(見込) 0	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並びに地方振興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	指標測定年度 平成 年度 目標値 - 実績値 - 単位当たり 事業費(千円) -	平成 年度 平成 年度 平成 年度		
	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	評価対象年度 平成19年度 指標測定年度 平成19年度 目標値 - 実績値 6	平成20年度 平成21年度 平成20年度 平成21年度 - 2 -		
	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、販路開拓に必要な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く、また、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。					

事業の分析	項目	分析	分析の理由
	<b>必要性</b> ・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	・県は法律により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、都道府県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適切である。 ・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から必要な事業である。
	<b>有効性</b> ・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	・法律に基づき、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234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(累計8社)の企業が国から事業計画認定を受け、新商品の開発に取組んでいる。
	<b>効率性</b> ・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。
	<b>事業を進める上での課題等</b>	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計画については8件が認定され、また農商工等連携事業については2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。		
<b>次年度の対応方針</b>	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。			

評価対象年度 平成20年度

# 事業分析シート

政策 1 施策 3 事業 6

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	
	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)	年度	平成19年度 決算(見込) 平成20年度 決算(見込) 平成21年度 決算(見込)	
	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」の立ち上げ及び第2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	「食材王国みやぎ推進パートナーシップ会議」参加者数(者)	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)	・「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	「食材王国みやぎ」ロゴ使用申請件数<累計>(件)	評価対象年度	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	・「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					
					事業費(千円)	313	2,792

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	・「食材王国みやぎ」の基本的な考え方を整理し、食材王国みやぎ推進パートナーシップ会議において、これら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るなど有効であったと判断する。
	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	・経費的には前年度に比べ、増大したものの、パートナーシップ会議の会場借り上げ、優良取組表彰、「食材王国みやぎ」PRグッズ購入など新たな事業経費によるものであること、また、会議参加者数は目標の2倍を超えていることから、事業は効率的に行われていると判断する。

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	・「食材王国みやぎ」の考え方を整理し、食産業関係者に平成20年2月に示し、取組期間が平成20年度末で約1年と短かったこともあり、広く関係者に周知されている状況ではないため、継続して浸透に努めるとともに、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「事業の分析」の把握した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 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。

事業名	首都圏県産品販売等拠点運営事業	担当部局 ・課室名	農林水産部 食産業振興課
-----	-----------------	--------------	-----------------

<b>事業の状況</b>	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	・アンテナショップの設置・運営により、首都圏における県産品の普及を図り、市場テストや消費者ニーズの掘り起こしを行うとともに、県内産地産業の振興や首都圏と宮城県の交流を促進し、宮城のイメージアップを図るもの。	対象 (何にに対して)	年度	平成19年度 決算	平成20年度 決算(見込)	平成21年度 決算(見込)	
	手段 (何を したのか)	・東京都内に開設しているアンテナショップ「宮城ふるさとプラザ」において、本県の県産品の販売や観光情報の発信などを行った。	活動指標 名(単位) 手段に対応 1事業につき 1指標	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
	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向上と販路拡大を図る。	成果指標 名(単位) 目的に対応 1事業につき 1指標	日平均買上客数(人)	目標値	900,000	950,000	1,000,000
	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と新規オープンあるいはリニューアルオープンしている。それらの多くは、単に地場産品を並べていただけの従来のいわゆる物産センターとは一線を画しており、新製品を実験的に売り出したり、首都圏消費者の反応を探ったりと、まさに「アンテナショップ」として戦略性を持った店舗となっている。	実績値	事業費 (千円)	1,029,111	1,079,062	-	
				単位当たり 事業費(千円)	@0.4	@0.4	-	
				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
<b>事業の分析</b>	<b>必要性</b> ・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。	<b>妥当</b>	・県内の生産者や製造業者が首都圏の百貨店や量販店で販売機会を確保するのは容易ではなく、まして自ら出店するとなれば相当な困難が伴うことから、県産品の認知度・販路の拡大や首都圏消費者ニーズの把握を進めていくためには、県が首都圏で販売の拠点を確保し、県内の生産者等に販売の機会と場を提供することは極めて重要である。
	<b>有効性</b> ・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。	<b>成果があった</b>	・平成20年度は、売上金額が389,542千円(前年比104.9%)、買上客数が276千人(同102.0%)と、いずれも、好調だった前年度をさらに上回っており、運営状況は順調である。活動指標は、19年度・20年度とすでに目標値をクリアしている。 ・また、アンテナショップ開設以来、その存在や本県の県産品がテレビや全国紙で頻繁に紹介されており、数字では計りきれない、有形無形の様々な広告宣伝効果も生じている。
	<b>効率性</b> ・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。	<b>概ね効率的</b>	・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ないとはいえ、池袋駅東口から徒歩2分という都心の超一等地の繁華街で、首都圏の多くの消費者に本県の県産品や観光の情報を発信できているメリットは計り知れないものがある。

	事業の次年度の方向性	方向性	方向性の理由・説明
<b>事業の方向性等</b>	・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。	<b>維持</b>	・売上金額や客数といった数字から判断して、経営状況は非常に順調であり、さらに、数字には現れない多大な広告宣伝効果も生じていることから、全体的に見て、本事業は大きな成果をあげているといえ、今後も継続して実施していくのが適当である。
	<b>事業を進める上での課題等</b>	事業が直面する課題や改善が必要な事項等	
	・通常販売商品の底上げを図るほか、効果的なイベントの開催やマスコミへの適時の情報提供などにより、プラザのさらなる認知度向上に努め、今後も入店客数、売上金額等を安定的に維持していく努力が不可欠である。 ・ただし、プラザ自体は、経営的にはある程度安定期に入ってきたものと判断されることから、今後は、プラザ自体で完結する取組にとどまることなく、プラザが身につけた販売力・取引ルート・固定客や地元豊島区の関係団体との親交などを、他の様々な事業に活用・転用していく仕掛けも重要である。		
	<b>次年度の対応方針</b>	課題等への対応方針	

・引き続き、経営の安定に努め、首都圏における県産品の認知度向上と販路拡大を図っていく。  
・また、今後は、プラザを設置している豊島区内において宮城の食材のPRと浸透を重点的に図っていく事業などが予定されていることから、そうした別事業においても、プラザの有する販売力や地元豊島区とのつながりなどの活用を図っていく。

評価対象年度 平成20年度

# 事業分析シート

政策 1 施策 3 事業 8

事業名 水産物の安全・安心普及事業 担当部局 農林水産部 課室名 水産業振興課

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 ・県内の水産加工場等をはじめとする水産物流通業者が取り組むHACCPシステム(「みやぎ食品衛生管理自主管理登録・認証制度」等)の導入を推進するとともに、衛生管理体制の高度化と安全・安心な水産食品の供給を図る。	対象 (何に対して) 水産物流通加工業者	年度 事業費(千円)	平成19年度決算 1,166	平成20年度決算(見込) 1,095	平成21年度決算(見込) -
	手段 (何をしたのか) ・水産物流通加工業者が取組む水産食品の衛生対策推進に必要な経費を補助する。	活動指標名(単位) 手段に対応 1事業につき 1指標 衛生管理講習会・研修会等への延べ参加人数(人)	指標測定年度 目標値 実績値 単位当たり事業費(千円)	平成19年度 60 73 @16.0	平成20年度 120 129 @19.6	平成21年度 - - -
	目的 (対象をどのような状態にしたいのか) ・消費者に安全・安心な水産食品の供給を図るとともに、消費者の食の安全・安心を確保していく。	成果指標名(単位) 目的に対応 1事業につき 1指標 HACCP等導入施設数(施設)	評価対象年度 指標測定年度 目標値 実績値	平成19年度 平成19年度 27 27	平成20年度 平成20年度 28 29	平成21年度 平成21年度 29 -
	事業に関する社会経済情勢等	・消費者に安全・安心な水産食品を供給する観点から、水産物に対する衛生対策が求められている。				

事業の分析	項目	分析	分析の理由
	<b>必要性</b> ・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	・食品への異物混入事件などの影響を受け、消費者への安全・安心な水産食品の供給に対する社会的要請は一層高まっていることから、本事業の推進は妥当と判断する。 ・海面漁業・養殖業の生産量及び水産加工品生産量が全国第2位である本県として、安全安心な生産物の供給について県が関与することは妥当である。
	<b>有効性</b> ・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	・活動指標としての衛生管理講習会・研修会等への延べ参加人数は事業内容の違いにより減少しているが、成果指標であるHACCP等導入施設数は1年前倒して達成できたことから、成果があったものと判断する。
	<b>効率性</b> ・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	・本事業では、水産加工団体等が行う安全・安心な水産物の確保に対する取組を支援している。各事業者が行う事業内容の見直しによる経費の節減は可能であるが、成果指標の達成状況から見ても、概ね効率的に行うことが出来た。

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。	統合・廃止	・当該事業の実施により、水産加工業におけるHACCP等を導入した施設は当初目標を達成したことから一定の成果があったと判断し、他事業の活用などによる新たな取り組みにより推進する。
	<b>事業を進める上での課題等</b>	事業が直面する課題や改善が必要な事項等	
	・HACCP取得は各企業や団体の自主的な判断によるが経費負担を伴う面もあることから、取得件数を増加させるためにはHACCP取得に伴う販路拡大の機会創出などの誘導策が必要である。	<b>次年度の対応方針</b> 課題等への対応方針	
・庁内関係各課や外部機関が実施する類似事業の活用による取組を行う。			