

評価対象年度 平成19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)	新規	区分 (重点・非予算)	重点事業
	概要	県内食品製造業者が取り組む、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ります。		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)	産学官連携支援等により8件の商品開発等支援を行い、また、商品マーケティングの普及により「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、資本金力の弱さから必要な資本投下が十分行われておらず、製造品出荷額も平成17年まで毎年減少している。		実績値	2,052 @3.2	- - -
					評価対象年度 指標測定年度	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、適切な事業である。また、対象のほとんどが資本金力の弱い中小企業であり、県の支援は欠かせないものである。
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	・ 活動指標の状況から見て、事業実施により目的が達成された結果であると考えられる。成果指標は現在測定中であるが、途中までの実績で既に60%を超えており、目標は達成できるものと考えている。 ・ 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。
(事業の成果の向上余地) 実施方法の改善等により、事業の成果を向上させることができるか。	成果向上の余地がある	・ 事業の周知徹底をさらに図り、参加企業数を増やすことにより、事業の成果を向上させることが出来る。
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はあるが、活動指標の達成状況から見て、概ね効率的に行うことが出来た。
(事業の効率性の向上余地) 実施方法の改善等により、成果を維持したまま、事業費を削減することができるか。	事業費削減の余地がある	・ 既にかんがりの事業改善は行っているが、一部民間企業や他県と連携することにより、事業費を削減できる可能性はある。

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。	拡充	・ 施策を構成する事業の中でも最も重要な事業であり、施策の目標指標に最も影響のある事業である。
事業を進める上での課題等	事業が直面する課題や「事業の分析」の把握した改善が必要な事項等	
・ 参加企業が対象企業数に対して、やや少ないと考えられ、さらなる参加企業の拡大を図る必要がある。		
次年度の対応方針	への対応方針	
・ 前年度末又は当該年度初めに年間の予定を県内の企業に対し案内するとともに、機会を捉えて周知徹底を図る。		

評価対象年度 平成19年度

事業分析シート

政策 1 施策 3 事業 2

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

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期間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ます。		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)	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	-	事業費 (千円)	22,844	-	-
					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					-	-	-	
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	-	単位当たり 事業費	-	-	-	
				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	-	-	-	
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、産業基盤の足腰が弱く、少子高齢化やサブプライムローン問題を起因とした米国経済の減速、さらに原油高騰に伴う飼料や燃料価格の高騰に伴い、地域経済に対する不安定要因が高まってきている。							

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	・ 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、地域経済を支える食産業、地場産業、中小企業等への支援が必要不可欠であり、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。 ・ 地方振興事務所は、地域産業行政の推進に当たる幅広い分野を包含した地方組織であり、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。
	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、個々に地域食材に関して、実需者とのマッチングや活用への高まり、観光地に関するフリーペーパーの作成等、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。
	(事業の成果の向上余地) 実施方法の改善等により、事業の成果を向上させることができるか。	成果向上の余地がある	・ 現在、事務所裁量型事業と事務所提案型事業に区分し実施している事業実施方法を、事務所提案型事業費の割合を増やすことにより、「富県宮城の実現」に向けた取組をより加速的に実施することができる。
	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	・ 各事務所が実施する個々の事業により異なるが、地場産品販売施設の増加、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がった事業もあり、地域産業の振興に大きく貢献している。
(事業の効率性の向上余地) 実施方法の改善等により、成果を維持したまま、事業費を削減することができるか。	事業費削減の余地はない	・ 本事業は各事務所に必要な事業費を配分し、各圏域における地域課題の解決等に向けた取組を行っており、特に事務所提案型事業については、経済商工観光部・農林水産部合同審査会において事業内容を十分精査した上で事業費を配分し実施していることから、事業費については現状を維持したい。	

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	・ 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。
	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	
	・ 事務所裁量型事業と事務所提案型事業の事業費割合を見直す。		
	次年度の対応方針	への対応方針	
・ 現在、事務所裁量型事業と事務所提案型事業に区分し実施している事業内容を、事務所提案型事業費割合を増やすことにより、「富県宮城の実現」をより加速的に実施することができるよう事業内容の見直しを行う。			

評価対象年度 平成19年度

事業分析シート

政策 1 施策 3 事業 3

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	安定した農業経営を目指し、付加価値の高い農産加工品の生産から販売までを支援します。		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)	・専門アドバイザーの派遣 ・農産加工研修会等の開催 ・農産加工者組織への支援	活動指標名(単位) 手段に対応 1事業につき 1指標	アドバイザー派遣、研修会等の開催回数(回)	指標測定年度	平成19年度	平成20年度	平成 年度
					目標値	18	18	18
					実績値	18	-	-
					単位当たり事業費	@39.9	-	-
目的 (対象をどのような状態にしたいのか)	企業的な農産加工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金額(百万円)	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20年度	平成21年度	平成 年度	
				目標値	418	418	418	
				実績値	319	-	-	
事業に関する社会経済情勢等	・食育、地産地消ニーズの高まりや、安全・安心な食品を求める県民からの要望が強まっている。							

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	・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、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。
	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。	ある程度成果があった	・農産加工施設・機械等施設整備事業の実施は無かったものの、専門家派遣事業の要望やセミナー等への参加者数の多さなどから施策を下支えする事業としてある程度有効であった。
	(事業の成果の向上余地) 実施方法の改善等により、事業の成果を向上させることができるか。	成果向上の余地がある	・限られた予算額を有効に活用するため、専門家派遣事業のシリーズ化や施設整備事業要件の変更等により成果向上が可能である。
	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	・研修会等を団体や他部局と共同開催すること等の工夫により、概ね効率的に実施された。
	(事業の効率性の向上余地) 実施方法の改善等により、成果を維持したまま、事業費を削減することができるか。	事業費削減の余地はない	・他団体や他部局との共催等の工夫により効率的かつ効果的な事業実施に努めており、これ以上の削減余地はない。

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	事業の成果は上がっており、施策を農林水産業分野から支える事業として継続する必要がある。
	事業を進める上での課題等	事業が直面する課題や「事業の分析」の把握した改善が必要な事項等	
	・特になし		
	次年度の対応方針	への対応方針	
・特になし			

評価対象年度 平成19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・課室名 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います。		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)	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	平成 年度	平成 年度
					目標値	-	-	-
					実績値	-	-	-
					単位当たり事業費	-	-	-
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 年度	平成 年度	平成 年度	
				指標測定年度	平成 年度	平成 年度	平成 年度	
				実績値	-	-	-	
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、販路開拓等に必要の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
	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	<ul style="list-style-type: none"> 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ため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	<ul style="list-style-type: none"> 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231件を指定。この地域資源を活用して平成19年度中に6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むことになった。
	(事業の成果の向上余地) ・ 実施方法の改善等により、事業の成果を向上させることができるか。	成果向上の余地はない	<ul style="list-style-type: none"> 企業の商品開発に関する事業計画等をブラッシュアップしていく役割は、国のハンズオン支援で行われており、県では地方振興事務所を通じた企業への制度周知と商品開発等に係る情報の収集、活用に取り組む以外にない。
	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。	-	
(事業の効率性の向上余地) ・ 実施方法の改善等により、成果を維持したまま、事業費を削減することができるか。	-		

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	<ul style="list-style-type: none"> 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「事業の分析」の把握した改善が必要な事項等	
	特になし		
	次年度の対応方針	への対応方針	
特になし			

評価対象年度 平成19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 担当部署・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	・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・浸透を行います。		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)	「食材王国みやぎ」基本理念の策定 ・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1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<単年度(新規)> > (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	-	-
					単位当たり事業費	@1.5	-	-
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	
				指標測定年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度	
				目標値	82	182	282	
実績値	85	-	-					
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。
	(事業の成果の向上余地) 実施方法の改善等により、事業の成果を向上させることができるか。	成果向上の余地がある	・「食材王国みやぎ」の考え方を整理し、食産業関係者に示したのは本年度がはじめてであり、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ことにより事業の成果の向上余地はあると判断する。
	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	・単位あたり事業費の状況やパートナーシップ会議開催による効果等から、事業は効率的に行われていると判断する。
(事業の効率性の向上余地) 実施方法の改善等により、成果を維持したまま、事業費を削減することができるか。	事業費削減の余地がある	・県内部の関係所属やパートナーシップ会議の団体参加者を通じ効果的に「食材王国みやぎ」や「ブランド化」の考え方を普及浸透を図ることにより、単位当たりの事業費低減を図れる余地あり。	

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、食産業関係者に示したのは本年度がはじめてであり、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			

評価対象年度 平成19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・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	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、県内地場産業の振興や首都圏と宮城県との交流を促進し、宮城のイメージアップを図ります。		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)	東京都内に開設しているアンテナショップにおいて、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の向上と販路の拡大を図る。	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	各県の県産品ショップが入居していた東京・八重洲の国際観光会館が数年前に閉鎖された後、各県では都内に次々とアンテナショップをオープンさせている。それらを見ると、単に地場産品を並べるだけの従来の店舗づくりから一歩進んで、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するなど、まさにアンテナショップとして戦略性を有した店舗が増えてきている。		実績値	1,029,111	-	-	

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	・ 県内の生産者や製造業者が首都圏の百貨店や量販店で販売を行うことは容易ではなく、まして首都圏で自ら出店するとすれば、相当な困難が伴う。売れる商品づくりを支援し、県産品の販路を拡大させ、県内産業の振興を図っていくためには、県が首都圏において販売の拠点を確保し、販売の場を提供することは重要である。
	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	・ 平成19年度は、売上金額が3億7千万円(前年比113%)、入店客数が72万7千人(同102%)、買上客数が27万人(同108%)といずれも前年度を上回り、好調に推移している。そうした目に見える数字に加え、アンテナショップの開設以来、その存在や本県の県産品がテレビや全国紙で頻りに紹介されるようになってきており、数字だけでは計りきれない多大な広告宣伝効果が生じている。
	(事業の成果の向上余地) 実施方法の改善等により、事業の成果を向上させることができるか。	成果向上の余地がある	・ 売上金額自体は、当初の目的であった日平均売上100万円を3年目にしてすでに突破しており、一定の成果が得られている。今後は、売れる商品づくりに向け、消費者ニーズの集約と事業者へのフィードバックの仕組みを確立するなどして、アンテナショップとしての戦略性を高めていくことが重要と考えられる。
	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。 (事業の効率性の向上余地) 実施方法の改善等により、成果を維持したまま、事業費を削減することができるか。	概ね効率的 事業費削減の余地はない	・ 主に口コミにより集客力を高めることができている。 ・ 事業費は多額ではあるが、JR池袋駅東口から徒歩2分という超一等地の繁華街で、首都圏の多くの消費者に対し本県の県産品や観光の情報を発信できていることによるメリットは、計り知れない。 ・ 事業費の9割はアンテナショップの賃借料であり、大幅な削減は事実上難しい。業務運営を委託している(社)宮城県物産振興協会から受け取る売上見合い負担金も、19年度では4.5%と一般相場に比べ高率に設定している。

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	・ 客数や売上金額といった数字的な部分では、右肩上がりに順調に推移してきており、さらに、目に見えない広告宣伝効果も相当あがってきていることから、全体として、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	
	・ オープン4か年度目となり、店舗の面積などから考えても、これまでと同様の伸び率を期待するのは難しいと思われるので、今後は、入店客数等をいかに維持・確保しつつ、アンテナショップとしての戦略性を高めていくかが課題になると考えられる。販売額全体の2割近くをイベントによるものが占めている現在の売上構造の改善も必要である。	次年度の対応方針	
			への対応方針
・ 効果的なイベントの開催やマスコミへの情報提供などでショップのさらなる認知度向上に努め、入店客数、売上金額等を確保していくとともに、アンテナ機能のさらなる強化や通常販売商品の底上げに努め、売れる商品づくりと販路拡大への支援を強化していく。			

評価対象年度 平成19年度

事業分析シート

政策 1 施策 3 事業 7

事業名 水産物の安全・安心普及事業 担当部局・課室名 農林水産部 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)	新規	区分(重点・非予算)	重点事業		
	概要	県内の水産加工工場等をはじめとする水産物流通業者が取組む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)導入を推進し、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ります。		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)	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	平成19年度	平成20年度	平成21年度
					目標値	60	120	180
					実績値	73		
	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)	指標測定年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度
目標値					27	28	29	
実績値					27			
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
	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	・消費者に安全・安心な水産食品を供給することを通して消費者の食の安全・安心を確保していくという施策目的、県の役割分担及び社会経済情勢等から判断して、本事業の設定は妥当と判断する。
	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	・指標に設定している「HACCP等導入施設数」は1施設増/年を想定しており、平成19年度においては目標値を達成していることから、成果があったものと判断する。
	(事業の成果の向上余地) 実施方法の改善等により、事業の成果を向上させることができるか。	成果向上の余地はない	・HACCP認定制度は認証団体によって基準が定められており、研修会などによる制度の周知が最も効果的である。
	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	・安全・安心な水産物の確保に要する経費補助であり、適切かつ効率的に行われたものと判断する。
(事業の効率性の向上余地) 実施方法の改善等により、成果を維持したまま、事業費を削減することができるか。	事業費削減の余地はない	・衛生管理の認識の高まりによって、事業申請者が増加の傾向にある。	

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	・水産物について、生産から加工まで一貫した品質・衛生管理体制を講じることが食品の安全・安心に対する信頼を持続する上で不可欠であり、引き続き重点的に事業に取組む必要がある。
	事業を進める上での課題等	事業が直面する課題や「事業の分析」の把握した改善が必要な事項等	
	・研修等の成果として最終的な目標であるHACCP取得は、各団体の判断に任せている。		
次年度の対応方針	への対応方針		
・事業終了後のフォローを実施し、HACCPの取得を誘導する。			