

評価対象年度	平成19年度
--------	--------

施策評価シート

政策	1	施策	3
----	---	----	---

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
-----	---------------------------

施策担当部局	農林水産部, 経済商工観光部
--------	----------------

「宮城の将来ビジョン」における体系	政策名	1 育成・誘致による県内製造業の集積促進
-------------------	-----	----------------------

評価担当部局 (作成担当課)	農林水産部 (食産業振興課)
-------------------	-------------------

施策の目的 (目標とする宮城の姿)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 県内の食品製造業と、農林水産業の連携が進み、地元の素材を生かした安全安心な商品が生まれる等、加工食品の高付加価値化が進んでいます。 ○ 「食材王国みやぎ」のブランドイメージが浸透し、県産食材等の市場評価が高まることで県産農林水産物を活用した加工食品への需要が拡大しています。 ○ 県産加工食品の販路拡大が進み、成長著しい東アジアを中心とした海外市場にも進出が進んでいます。 ○ 商品の高付加価値化や出荷額拡大、経営効率の向上により県内食品製造業の製造品出荷額が2割以上増加しています。
その実現のために行う施策の方向	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 高齢社会や健康志向等、消費者ニーズを反映した「売れる商品づくり」の促進 ◇ 農林水産業、食品製造業者等による食料産業クラスターの形成支援 ◇ 県内での取引を活発にする企業間マッチングの支援 ◇ 食品製造業の商品開発力や販売力の強化を中心とした経営革新の促進 ◇ 産学官の連携や地域の食文化を生かした新たな商品開発の促進 ◇ 販売競争を優位に展開する県産食品の高付加価値化、ブランド化の推進 ◇ 県や関係機関の協力による大規模商談会の開催や、首都圏等で開催される国際規模の商談会における県産食品の取引拡大に向けた支援 ◇ 首都圏等での市場調査やビジネスマッチングの支援

事業費 (単位:千円)	年度	平成19年度 (決算(見込)額)	平成20年度 (決算(見込)額)	平成21年度 (決算(見込)額)
	県事業費		193,033	-

施策に関する社会経済情勢等の状況 (全国・本県の状況, 法令・条例・計画等策定の状況等について)

- ・食品製造業は、全国的に事業所数が減少傾向にあり、製造品出荷額及び付加価値額がともに毎年減少している。本県においても、事業所数は減少傾向にあり、製造品出荷額及び付加価値額が毎年減少していたが、平成18年に製造品出荷額及び付加価値額が若干増加した。
- ・食品製造業者の99%以上が中小企業であり、原材料や原油価格が高騰しているにもかかわらず、価格が抑えられており、依然厳しい状況にある。
- ・県内には豊富な農林水産資源があるものの、食品製造業に十分活かされているとは言えない状況である。
- ・全国的にブランド化への取組が見られ、また、安全安心等に対する消費者のニーズが高まっている。
- ・首都圏における認知度向上や販路拡大が求められている。

県民意識調査結果

調査対象年度 (調査名称)			平成19年度 (平成20年県民意識調査)		平成20年度 (平成21年県民意識調査)		平成21年度 (平成22年県民意識調査)	
この施策 に対する 重視度	重 要	重視の 割合	44.5%	81.1%				
	やや重要		36.6%					
	あまり重要ではない		7.3%					
	重要ではない		1.4%					
	わからない		10.2%					
調査回答者数			1,751					
この施策 に対する 満足度	満 足	満足の 割合	10.4%	51.9%				
	やや満足		41.5%					
	やや不満		21.4%					
	不 満		6.6%					
	わからない		20.2%					
調査回答者数			1,736					

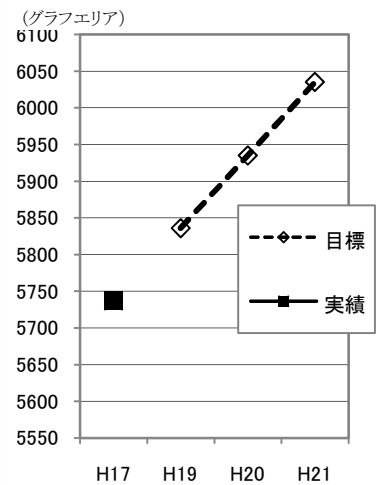
調査結果について

- ・重視度について、「重視」の割合が81.1%であり、この施策に対する県民の期待が高いことがうかがえる。
- ・満足度については、「満足」の割合が51.9%と5割を超えているものの、「やや不満」が21.4%であることから、今後更に拡充していくこととしたい。
- また、「わからない」の割合が20.2%であることから、事業周知を今まで以上に図っていく必要がある。
- ・優先すべき項目として、「高齢化社会や健康指向などを踏まえて行う、消費者が求める商品づくり」が最も高いことから、今後更に消費者ニーズをとらえたマーケットイン型の商品づくりを進める必要がある。

目標指標等の状況

※目標指標等の達成度 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数値の変化と同方向に推移している、又は現状維持している」
 C:「目標値を達成しておらず、設定時の値から見て指標が目指す数値の変化と逆方向に推移している」
 N:「現況値が把握できず、判定できない」

1	目標指標等名(下段:説明)	評価対象年度	初期値	H19	H20	H21
	製造品出荷額(食料品)(単位:億円)	指標測定年度	H17	H19	H20	H21
目標値(a)		-	5,836	5,935	6,035	
工業統計調査における従事者4人以上の事業所の工場出荷額等	実績値(b)	5,737	-	-	-	
	達成(進捗)率(b)/(a)	-	-	-	-	
	達成度	-	N	-	-	

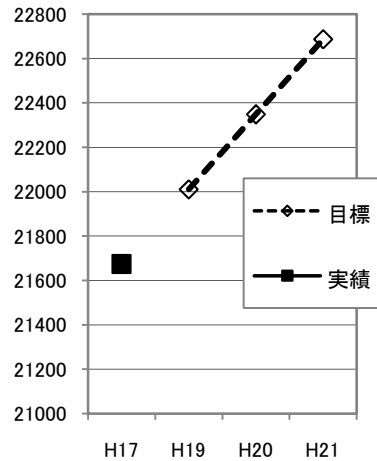


目標値の設定根拠
 食品製造業の製造品出荷額は、年々減少しており、特に初期値の平成17年では前年対比約5%の減となっており、10年後の2割増加を目指すためには、この減少傾向に歯止めをかけ、増加傾向に転じる必要があることから、3年間で前年同額にするため、平成21年の目標値に平成16年の製造品出荷額を設定した。

実績値の分析
 H19の実績値は、宮城県の工業統計調査結果として10月以降公表されるため未記入。なお、H18の実績値は5,886億円と増加し、H19の目標値を上回っているものの、施策実施前の数値であり、分析不能。

全国平均値や近隣他県等との比較
 1事業所当たりの製造品出荷額は、全国平均と比較して若干下回っているものの、東北の中では最も多く、製造品出荷額は他県の2倍以上となっている。

2	目標指標等名(下段:説明)	評価対象年度	初期値	H19	H20	H21
	1事業所当たり粗付加価値額(食料品)(単位:万円)	指標測定年度	H17	H19	H20	H21
目標値(a)		-	22,011	22,349	22,687	
工業統計調査における従事者4人以上の事業所の1事業所当たりの粗付加価値額	実績値(b)	21,674	-	-	-	
	達成(進捗)率(b)/(a)	-	-	-	-	
	達成度	-	N	-	-	



目標値の設定根拠
 毎年事業所数が減少してきていたが、初期値の平成17年は、前年に比べ事業所数は変わらないものの、1事業所当たりの粗付加価値額が減少している。今後事業所数は、現状のまま推移すると考え、1事業所当たりの粗付加価値額を3カ年で平成16年並に回復させることとし、平成21年の目標値に平成16年の数値を設定した。

実績値の分析
 H19の実績値は、宮城県の工業統計調査結果として10月以降公表されるため未記入。なお、H18の実績値は24,247万円と増加し、H19の目標値を上回っているものの、施策実施前の数値であり、分析不能。

全国平均値や近隣他県等との比較
 全国平均と比較すると、約18%ほど低い数値となっているが、東北の中では最も高い数値を示している。

施策評価(総括)

施策の成果(進捗状況)	評価	評価の理由
<p>・目標指標等, 県民意識調査結果, 社会経済情勢, 事業の実績及び成果等から見て, 施策に期待される成果を発現させることができたか(「目標とする宮城の姿」に近づいているか)。</p>	概ね順調	<p>・施策を構成する事業の実績及び成果等は概ね順調である。</p> <p>・県民意識調査の結果から, 施策に対する期待は高く, ある程度の満足度はあるものの, 更なる拡充が必要である。</p> <p>・社会経済情勢等からは, 目標とする方向に進んでいると見ることが出来る。</p> <p>・目標指標等としている「製造品出荷額(食料品)」及び「1事業所当たり粗付加価値額(食料品)」については, 実績値が測定できていないものの, 初期値の平成17年度に対して, 平成18年度は全国では減少している中で, 本県はわずかではあるが伸びが見られ, それまでの減少傾向が改善された。</p> <p>・以上のことから, 施策の進捗状況は概ね順調である。</p>

施策の課題等と対応方針

①事業構成について	事業構成の方向性	方向性の理由
<p>・施策評価の結果, 県民意識調査結果, 社会経済情勢及び事業の分析結果(必要性・有効性・効率性)から見て, 施策の目的を達成するために必要な事業が設定されているか。事業構成を見直す必要はないか。</p>	現在のまま継続	<p>それぞれの事業は, 活動指標で実績が上回った事業が3件, 成果指標で実績が上回った事業が1件と少なからず成果をみせており, 更に事業を継続することしたい。</p>
<p>②施策を推進する上での課題等 ※施策が直面する課題や改善が必要な事項等(①の事業構成に関する事項を除く。)</p> <p>施策を進める上で, 食品関連事業者との連携がより重要であるが, 食品製造業振興プロジェクトでは対象となる中小食品製造業者に対し, やや周知不足の部分がある。</p>		
<p>③次年度の対応方針 ※①及び②への対応方針</p> <p>関係者に対して更なる事業の周知を図り, 事業を円滑に進め施策を推進する。</p>		

施策を構成する事業の状況

(事業分析シートより)

事業の状況						事業の分析結果			次年度の方向性	
番号	名称 (担当部局・課室名)	県事業費 (決算見込, 単位:千円)	活動の状況 (活動指標)		成果の状況 (成果指標)		①必要性	②有効性		③効率性
1	食品製造業振興プロジェクト 農林水産部・食産業振興課	13,888	関連商談会での商談件数	2,052件	関連商談会における成約件数	—	妥当	成果があった	概ね効率的	拡充
2	地域産業振興事業 経済商工観光部・富県宮城推進室	22,844	—	—	—	—	妥当	成果があった	概ね効率的	維持
3	ふるさと食品活性化ネットワーク支援事業 農林水産部・農産園芸環境課	719	アドバイザー派遣、研修会等の開催回数	18回	施設導入組織累計販売金額	319百万円	妥当	ある程度成果があった	概ね効率的	維持
4	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 経済商工観光部・富県宮城推進室	非予算手法	—	—	—	—	妥当	成果があった	—	維持
5	みやぎのおいしい「食」ブランド化戦略推進事業 農林水産部・食産業振興課	301	「食材王国みやぎ推進パートナーシップ会議」参画者数	194者	「食材王国みやぎ」ロゴ使用申請件数<累計>	85件	妥当	成果があった	概ね効率的	維持
6	首都圏県産品販売等拠点施設運営事業 農林水産部・食産業振興課	154,186	日平均売上金額	1,029,111円	日平均買上客数	750人	妥当	成果があった	概ね効率的	維持
7	水産物の安全・安心普及事業 農林水産部・水産業振興課	1,095	衛生管理講習会・研修会等への延べ参加人数	73名	HACCP等導入施設数	27	妥当	成果があった	効率的	維持
8										
事業費合計		193,033								