

評価対象年度	平成20年度	<b>施策評価シート</b>		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)	<p>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る。</p> <p>「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る。</p> <p>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る。</p> <p>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割以上増加している。</p>
----------------------	--

その実現のために行う施策の方向	<p>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</p> <p>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</p> <p>県内での取引を活発にする企業間マッチングの支援</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>首都圏等での市場調査やビジネスマッチングの支援</p>
-----------------	---

事業費 (単位:千円)	年度	平成19年度 (決算額)	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	194,295	-

<p><b>施策に関する社会経済情勢等の状況</b>(全国・本県の状況, 法令・条例・計画等策定の状況等について)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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、製造品出荷額及び付加価値額の総額は、長期的に減少傾向にある。</li> <li>食品製造業者の99%以上が中小企業であり、資本金が弱く、経営環境は厳しい。</li> <li>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。</li> <li>平成20年7月、「農商工等連携促進法」が施行され、地域経済活性化のため、中小企業者と農林漁業者が連携して行う新商品等の開発、販売促進等の取り組みを国としても支援していくこととなった。</li> <li>全国的にブランド化への取り組みが見られ、また、食料品の安全、安心等に対する消費者の関心、ニーズが高まっている。</li> <li>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。</li> </ul>
---

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	44.5%	81.1%	42.9%	79.8%		
	やや重要	36.6%		36.9%			
	あまり重要ではない	7.3%		7.0%			
	重要ではない	1.4%		2.2%			
	わからない	10.2%		11.1%			
	調査回答者数	1,751		1,848			
この施策 に対する 満足度	満 足	10.4%	51.9%	9.5%	50.0%		
	やや満足	41.5%		40.5%			
	やや不満	21.4%		20.9%			
	不満	6.6%		6.7%			
	わからない	20.2%		22.4%			
	調査回答者数	1,736		1,828			
調査結果について		<p>・重視度について、「重視」の割合が79.8%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。</p> <p>・満足度については、「満足」の割合が50.0%となっているものの、「やや不満」が20.9%であることから、今後更に拡充していくこととしたい。</p> <p>また、「わからない」の割合が22.4%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。</p>					

### 目標指標等の状況

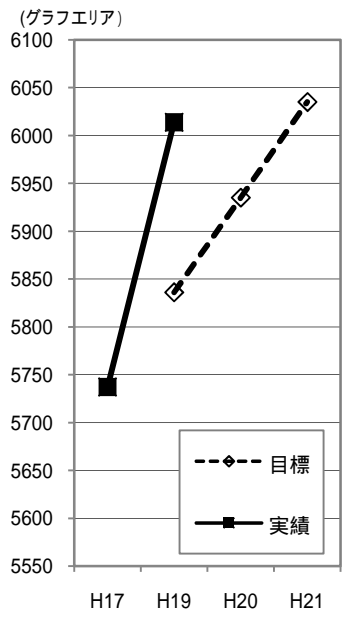
目標指標等の達成度 A:「目標値を達成している」  
 B:「目標値を達成していないが、設定時の値から見て指標が目指す数値の変化と同方向に推移している、又は現状維持している」  
 C:「目標値を達成しておらず、設定時の値から見て指標が目指す数値の変化と逆方向に推移している」  
 N:「現況値が把握できず、判定できない」

1	目標指標等名(下段:説明)	評価対象年度	初期値	H19	H20	H21
1	製造品出荷額(食料品)(単位:億円)	指標測定年度	H17	H18	H19	H20
		目標値(a)	-	-	5,836	5,935
	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	-	6,014	-
		達成(進捗)率(b)/(a)	-	-	103%	-
		達成度	-	N	A	-

**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**  
 ・平成18年は5,886億円と、それまでの減少傾向から増加に転じ、平成19年は6,014億円となっている。  
 ・平成19年に実績値が増加したのは、経済産業省の指導により、これまで「工業統計」で把握していなかったが「事業所・企業統計」で把握していた事業所を工業統計の事業所数に加えたことによる。新たに加入した事業所を除いて再計算した結果は次のとおり。  
 【19年実績値】事業所 908 従事者 30,099人 製造品出荷額 6,014億円  
 【再計算後】 " 855 " 28,885人 " 5600億円

**全国平均値や近隣他県等との比較**  
 本県の1事業所当たりの製造品出荷額(6億6,234万円)は全国平均(7億4,432万円)を約10%ほど下回っているものの、東北6県の中では最も多く、製造品出荷額の総額では他県の2倍程度(6,014億円)となっている。

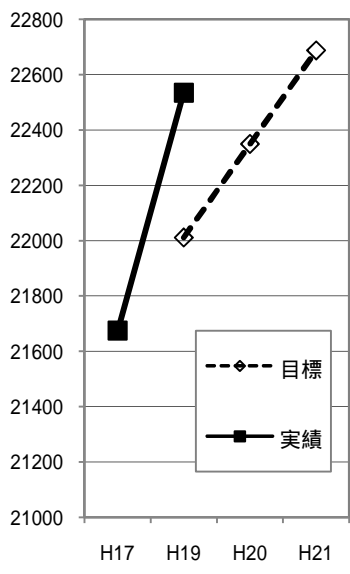


2	目標指標等名(下段:説明)	評価対象年度	初期値	H19	H20	H21
2	1事業所当たり粗付加価値額(食料品)(単位:万円)	指標測定年度	H17	H18	H19	H20
		目標値(a)	-	-	22,011	22,349
	工業統計調査における従事者4人以上の事業所の1事業所当たりの粗付加価値額	実績値(b)	21,674	-	22,535	-
		達成(進捗)率(b)/(a)	-	-	102%	-
		達成度	-	N	A	-

**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年間で平成16年並み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**  
 ・平成18年は2億4,247万円と、それまでの減少傾向から増加に転じ、平成19年は2億2,535万円となっている。  
 ・平成19年に実績値が増加したのは、経済産業省の指導により、これまで「工業統計」で把握していなかったが「事業所・企業統計」で把握していた事業所を工業統計の事業所数に加えたことによる。新たに加入した事業所を除いて再計算した結果は次のとおり。  
 【19年実績値】1事業所当たり粗付加価値額 2億2,535万円  
 【再計算後】 " 2億2316万円

**全国平均値や近隣他県等との比較**  
 ・本県の1事業所当たりの粗付加価値額(2億2,535万円)は、全国平均(2億6,820万円)を約16%ほど下回っているものの、東北6県の中では最も多い。



**施策評価(総括)**

評価	評価の理由
<p><b>概ね順調</b></p> <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>	<p>・目標指標等については, 事業所数が減少している中, 「製造品出荷額(食料品)」も減少傾向にあるものの, 「1事業所当たり粗付加価値額(食料品)」は増加傾向にあり, 商品の高付加価値化という, 事業の目指す方向と一致した動きとなっている。</p> <p>・県民意識調査結果については, 本施策を重視する人が79.8%と期待は高いものの, 満足している人は50.0%にとどまっており, 施策実現のための事業推進が依然として必要となっている。</p> <p>・社会経済情勢等については, 平成20年, 「農工商等連携促進法」が施行され, 中小企業と農林漁業者が連携して行う新商品等の開発, 販売促進等の取り組みを国も支援することとなり, 施策実現の追い風となっている。</p> <p>・事業の実績及び成果等については, 本施策を構成する事業については, いずれも事業実績を着実に積み上げており, 成果があった。</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**

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>	<p><b>現在のまま継続</b></p>	<p>・施策評価の結果からは, 上記の「成果があった」という評価を踏まえると, 現在の事業構成は妥当である。</p> <p>・県民意識調査結果からは, 現在の事業構成は, 本施策において優先すべき項目に即しており, 妥当である。[ 消費者が求める商品づくり(25.1%), 県産品のイメージアップ(16.5%), 新商品開発のため農工商業者が協力する体制づくりへの支援(14.2%) ほか ]</p> <p>・社会経済情勢等からは, 現在, 海外において日本の食材への関心が高まるなか, 販路拡大のため, 新たに「県産農林水産物等輸出促進事業」を加えたことは, 妥当である。</p> <p>・事業の分析結果(必要性, 有効性, 効率性)からは, いずれの事業も, 必要性があり, 有効であり, 効率的であるが, 「水産物の安全・安心普及事業」は当初設定した目標を達成したことから, 今後は, 統合・廃止の上, 新たな取り組みを行っていく。</p> <p>以上のことから, 現在の事業構成は妥当であり, 見直す必要はない。</p>

**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( 事業構成に関する事項を除く。 )

施策を進める上で, 食品関連事業者との連携が重要であるが, 中小業者等の事業に対する認知度が十分でない。

**次年度の対応方針** 及び への対応方針

事業対象者に対してさらなる周知を図り, 事業参加者を増やしていく。

**施策を構成する事業の状況** (事業分析シートより)

番号	名称 (担当部局・課室名)	事業費 (決算見込, 単位:千円)	事業の状況			事業の分析結果			次年度の方向性	
			活動の状況 (活動指標)	成果の状況 (成果指標)	必要性	有効性	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	16,102	関連商談会での商談件数	3,072件	関連商談会における成約件数	109件	妥当	成果があった	概ね効率的	拡充
2	県産農林水産物等輸出促進事業(再掲) 農林水産部・食産業振興課	1,854	輸出促進セミナー・商談会・見本市等参加企業数	24社	新規輸出企業数	3社	概ね妥当	ある程度成果があった	概ね効率的	維持
3	地域産業振興事業 経済商工観光部・富県宮城推進室	17,612	-	-	-	-	妥当	成果があった	効率的	維持
4	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	787	専門アドバイザーの派遣, 研修会等の開催回数	16回	施設導入組織累計販売金額	-	妥当	成果があった	概ね効率的	維持
5	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	新商品開発件数	2件	-	-	妥当	成果があった	-	維持
6	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	2,792	「食材王国みやぎ推進パートナーシップ会議」参加者数	122者	「食材王国みやぎ」ロゴ使用申請件数<累計>	166件	妥当	成果があった	概ね効率的	維持
7	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	154,053	日平均売上金額	1,079,062円	日平均買上客数	765人	妥当	成果があった	概ね効率的	維持
8	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	129人	HACCP等導入施設数	29施設	妥当	成果があった	概ね効率的	統合・廃止
事業費合計		194,295								