

政策整理番号 17

### 評価シート(B)

対象年度	H17	作成部課室	産業経済部食産業・商業振興課	関係部課室	産業経済部新産業振興室、産業政策推進室、産業人材育成課、農産園芸課、漁業振興課、林業振興課
政策番号	2 - 5 - 2	政策名	消費者ニーズに即した産業活動の展開		
施策番号	7	施策名	県産品の流通・販売の促進		

A - 3 - 1 施策の有効性:規則 § 6 3号

有効 概ね有効 課題有

【政策評価指標達成状況から】有効  
 ・指標名:みやぎ産品認知度・シェア(農畜産物(生産額20億円以上の品目数))達成度 A  
   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)) 達成度 C  
   みやぎ産品認知度・シェア(木材(県の製材用木材需要量に占める県産材率))達成度 A  
 ・(達成状況の背景)  
   農畜産物:  
   水産物:平成16年度は、6品目中2品目でシェアが拡大したものの、2品目でシェアの下落し、仮目標値を下回った。  
   木材:地域産材を活用する自治体や地域ビルダーも増加し、今後も上昇が見込まれる。  
 ・(達成度から見た有効性)  
   水産物はC判定であるが、農畜産物A判定、木材A判定であり、施策全体としては有効と判断される。  
 【県民満足度(政策)の推移から】概ね有効  
 ・政策満足度は50点であるが、満足度60点以上の回答者割合は43.1%であることから概ね有効である。  
 【社会経済情勢を示すデータの推移から】概ね有効  
 ・施策全体を総括するデータを示すことは困難であるが、農畜産物については、米消費の減退や輸入農産物の増加等により販売価格の低迷と産出額の伸び悩みの状況にあるが、本県産品で生産額が20億円以上となった品目は、米、大豆をはじめ12品目あり、平成17年度の目標を達成している。  
 ・水産物は、他都道府県の取扱高が低下する中で、本県の生産は順調に推移しているが、市場外流通分や輸出が増加傾向にある。  
 ・製材用木材需要に占める県産材率を全国値と比較すると平成16年度では16.1ポイント上回っており、過去4年間継続して上昇傾向にあり、概ね有効と判断できる。

【総括】  
 ・食の安全・安心や地産地消に関する消費者の関心の高まりとともに地元産品(地域ブランド品)への関心も高まりを見せており、本事業を積極的に推進することは時宜を得たものである。  
 ・満足度が50点と低いが、政策評価指標達成状況を踏まえると有効性は評価できる。

### 施策を構成する事業の事業番号と種別

事業番号	種別	事業名	事業番号	種別	事業名
1	主	食材王国みやぎ創造事業	6		
2	主	県産品販売促進支援事業	7		
3	主	安心・安全みやぎ材利用促進事業	8		
4	主	首都圏県産品販売等拠点整備事業	9		
5	重	みやぎ“食の甲子園”開催事業	10		

主:宮城県総合計画第 期実施計画に掲載されている「主要事業」 重:重点事業のうち主要事業以外の事業

B - 1 施策実現にむけた県関与の適切性と事業群設定の妥当性:規則 § 6 1号, 4号

適切 概ね適切 課題有

【国、市町村、民間団体との役割分担】適切  
 ・県産品の流通・販売の促進には、消費者や流通業者の要望に沿った商品開発はもとより、高い付加価値含むブランド性を活かしたマーケティング戦略が必要であり、県に対してはこれらの活動に対する総合的な支援が求められている。  
 ・こうした要望に対し本施策では、県が主体となって様々な場面や手法をもって、直接・間接的に支援を行うとともに、広域的視点からの指導・支援(国)、地域的な指導、支援又は事業の実施(市町村)、直接の事業実施及び支援(民間)など、適宜適切な役割分担のもと事業が設定されている。

【施策目的を踏まえた事業か】適切  
 ・県産品は、農畜水産物、加工品などの食品、木材、工芸品、工業製品など多岐にわたる。これらをほぼカバーする事業構成となっている。

【事業間で重複や矛盾がないか】適切  
 ・県産品の流通・販売を促進するためには、多種多様な商品特性等に応じて、生産サイドに対する支援、流通・販売サイドに対する支援やPR、消費者サイドに対するPRなど、様々な切り口での取組みが必要である。支援の対象や目的、内容等は事業ごとに異なっており、重複や矛盾はないものと判断される。

【社会経済情勢に適応した事業か】適切  
 ・施策群の中での優先度の高さからも伺えとおり、安全・安心、地産地消など、食品をはじめ広く地元産品に対する関心や重要性が高いことが言える。  
 ・回復基調とはいえ、依然厳しい経済情勢のもと、県内企業の多くを占める中小企業の活性化が極めて重要であり、多様なニーズに応じたきめ細やかな支援が求められている中で、これらに応じた事業を実施している。

【施策重視度と満足度のかい離が大きいか】(事業の必要性)適切  
 ・かい離度は20であり、引き続き本施策の推進が必要である。

【総括】  
 ・施策目的、県の役割分担、事業体系、社会経済情勢、県民満足度調査の推移などを総括的に判断して、本施策の事業設定は適切と判断する。

# 評価シート(B)

政策整理番号 17

施策番号 7 施策名 県産品の流通・販売の促進

## B - 2 事業群の有効性:規則 § 6 2号

有効 概ね有効 課題有

【施策満足度から】 概ね有効  
・満足度は50点であるが、満足度60点以上の回答者割合が43.1%であり、概ね有効と判断される。

【政策評価指標達成状況から】 有効 「政策評価指標分析カード(4)ア」から抜粋  
・水産物はC判定であるが、農畜産物A判定、木材A判定と、施策全体としては有効と判断される。

【社会経済情勢を示すデータの推移から】 概ね有効  
・施策群の中での優先度の高さからも伺えたとおり、食品はもとより、広く地元産品に対する関心や重要性が高まっている。  
・施策全体を総括するデータを示すことは困難であるが、例えば、木材流通に関し、製材用木材需要に占める県産材率を全国値と比較すると、平成16年時点で16.1ポイント上回っており、過去4年間において継続して上昇傾向にあることから、概ね適切と判断される。

【業績指標推移から】 有効  
・業績指標の上昇が1つと、他は横ばいであることから有効と判断される。

【成果指標推移から】 概ね有効  
・2つの成果指標で上昇傾向にあり、判定できない事業も見られることから概ね有効と判断される。

【総括】  
・施策満足度の平均は51.1点で、満足度60点以上の回答者割合は43.1%、関心度の平均が72.6点となっている。また、いずれの指標推移もほぼ施策目的に沿った方向にあることから、概ね有効と判定される。

## B - 3 事業群の効率性:規則 § 6 3号

効率的 概ね効率的 課題有

【政策評価指標達成度 業績指標・成果指標】 概ね効率的  
・業績指標・成果指標ともほぼ順調に推移し、政策評価指標についても3つのうち2指標が目標値を達成していることから、概ね効率的と判断される。

【社会経済情勢データ 業績指標・成果指標】 概ね効率的  
・施策全体を総括するデータを示すことは困難であるが、例えば、木材流通に関し、製材用木材需要に占める県産材率を全国値と比較すると、平成16年時点で16.1ポイント上回っており、過去2年間において継続して上昇傾向にあること、一方で当該指標に係る施策の事業費は縮小されていることなどから、概ね効率的に実施されているものと判断される。

【事業費に対する業績指標の割合(効率性指標)が適切か】 概ね効率的  
・9事業中2事業が判定不能となっているが、その他事業のうち5事業で効率性指標が増加しており、概ね適切と判断される。  
・なお、事業費の大きな変動については、首都圏県産品販売等拠点整備事業は、施設設置場所の決定による賃貸契約等に伴う経費、みやぎ食の甲子園開催事業については、事業内容の組み替えに伴うものである。

【総括】  
・政策評価指標等の各種データは、施策の目指す方向に進んでいるものと言え、事業群は概ね効率的に実施しているものと判定される。

## B 施策評価(総括):規則 § 6

適切 概ね適切 課題有

・事業群の設定は適切、有効性も有効と判定される。効率性については、一部に判定できないものなどあり、概ね適切との判定となったが、総括的な評価としては本施策は、施策目的の達成に向けて適切に事業が実施されているものと判定され、引き続き、各事業の推進が必要である。

事業分析カード(業績)

対象年度	H17	作成部課室	産業経済部食産業・商業振興課	関係部課室	産業経済部新産業振興室, 産業政策推進室, 産業人材育成課, 農産園芸課, 漁業振興課, 林業振興課
政策番号	2 - 5 - 2	政策名	消費者ニーズに即した産業活動の展開		
施策番号	7	施策名	県産品の流通・販売の促進		

活動(事業) / 活動(事業)によりもたらされた結果								
事業番号	事業名 【担当課室名】	H17 事業費 (千円)	事業の対象 (誰・何を対象として、具体的に)	事業の手段(内容) (何をしたのか、具体的に)	業績指標名 (事業の活動量。「事業の手段」に対応)	H15	H16	H17
						事業費(千円)		
						効率性指標 (3.5E-02は3.5 × 10 <sup>-2</sup> )		
1	みやぎのおいしい「食」ブランド化戦略推進事業【H18重】 【食産業・商業振興課】	-	-	-	-			
2	食材王国みやぎ総合推進事業【H18重】 【食産業・商業振興課】	8,192	首都圏有名ホテル等料理人・仕入担当者, 地元生産者, 地元外食事業者	首都圏有名ホテルにおいて「食材王国みやぎ」フェアを開催した。 首都圏有名ホテル等の料理人・仕入担当者を生産現場へ招へいした。 消費者ニーズに応える優良な地元外食業店を「健康づくり・おもてなしの店」として登録し, 支援した。	「食材王国みやぎ」フェア開催数			5 8,192 6.1E-04
3	食べらinみやぎ事業【産業人材育成課】	3,122	若手料理人・県内飲食店等	若手料理人甲子園の開催 食べらin内覧会の開催 食べらin賞味会の開催	応募点数	120 8,000 1.5E-02	114 3,800 3.0E-02	69 3,122 2.2E-02
1	食材王国みやぎ創造事業(学校給食地域食材利用拡大事業)【H17重】 【農産園芸課】	3,172	小中学校等	「すくすくみやぎっ子 みやぎ米とふるさと食材週間」の実施(H17.11月の第2週目:7~13) 味覚の教室の実施(H17.11.17~18) 重点圏域による地域食材供給システムの確立等 学校栄養士会研修会等の実施(H17.12.15)	食材利用実施校等	154 3,378 4.6E-02	184 3,264 5.6E-02	183 3,172 5.8E-02
2	県産品販売促進支援事業(いいモノテクノフェア開催事業) 【新産業振興室】	12,500	県内外の企業関係者及び県民	商品の紹介のための出展ブースを設け, プレゼンテーション等によるPRを実施した。	出展者数	54 12,500 4.3E-03	61 12,500 4.9E-03	71 12,500 5.7E-03
2	県産品販売促進支援事業(みやぎまるごとフェスティバル開催事業) 【食産業・商業振興課】	9,500	出展者(県内企業等), 来場者(一般消費者)	みやぎまるごとフェスティバルの開催 平成17年10月29日・30日 県庁1階, 勾当台公園 他 市町村特産品, 伝統工芸品等の展示即売 JAなどによる生鮮野菜, 新米, 仙台牛等の展示販売 農産加工者団体による農産加工品の展示販売 県漁連等による海産物の展示販売 他	出展者数	218 10,700 2.0E-02	170 10,500 1.6E-02	152 9,500 1.6E-02
2	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) 【漁業振興課】	2,338	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	199 2,500 8.0E-02	209 2,482 8.4E-02	201 2,338 8.6E-02
2	県産品販売促進支援事業(みやぎの水産勿トッブランド形成事業) 【食産業・商業振興課】	10,300	水産物生産団体等	市場関係者や生産者団体を中心とした「カツオ」や「マグロ」等の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等の開催, 料理教室等を通じた認知度の向上, 販売やシェアの拡大を図った。	事業実施団体数	11 8,643 1.3E-03	13 9,775 1.3E-03	9 10,300 8.7E-04

# 事業分析カード(成果)

政策整理番号 17

施策番号	7	施策名	県産品の流通・販売の促進
施策概要	消費者ニーズや市場における評価を的確に把握しながら、県産品のPR活動やブランド化を進め、消費の拡大と販路の拡大を目指します。		

活動(事業)によりもたらされた成果					施策実現までの道筋 (施策の実現にどのように結びついたか)
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 (事業の成果、「事業の目的」に対応)	H15	H16	H17	
-	-	-	-	-	
本県の優れた食材を首都圏へ発信するとともに、地元外食事業者によるホスピタリティの取組を支援することによって、「食材王国みやぎ」を総合的に推進する。	新規紹介食材数			65	<ul style="list-style-type: none"> <li>・首都圏有名ホテルにおいて「食材王国みやぎ」を発信することによって、県産品の付加価値向上(ブランド力強化)を図られた。</li> <li>・ホテル等料理店におけるニーズを把握し、県内生産現場へフィードバックすることによって、販路の拡大に結びついた。</li> </ul>
県産食材を使用した料理コンテストを実施し、意欲ある食産業人を育成するとともに、宮城の食材をPRする。	賞味会来店者数		4,732	2,771	食べらin甲子園応募者69作品の中から選ばれた優秀作品5点を県内15店の飲食店において、2,771食の提供を行った。
県内各地域で生産・加工・出荷される食材(農産物、特用林産物、水産物、畜産物及びそれら加工品等)の学校給食における継続的な利用推進のためのシステムを構築する。	地域食材実施率	154	184	183	供給者側と利用者側を結び供給システムづくりの支援及び食材週間の定着を図ることにより、地域、学校、農業団体等とが連携して、地域食材を利用できる体制が構築できたとともに利用拡大が図られた。
出展者のPR活動により新たな販路拡大につなげ、県産品の流通・販売の促進を目的とする。	出展者数	54	61	71	出展者のPR活動により新たな販路拡大につなげ、県産品の流通・販売の促進が図られる。
農林水産業者、製造加工業者、販売業者、技能者等を出展者として一堂に集め、産業分野を横断した県産品の展示即売などを通じて、出展者と消費者、出展者と出展者、農林水産業者と事業者などの交流の機会を提供し、地域産業の振興及び活性化並びに県産品の消費拡大を推進する。	売上(千円)	43,470	42,560	35,979	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者が県産品を広く認知し、その新鮮さ、美味しさなどを再認識することができた。</li> <li>・生産者が販売手法の学習や消費者ニーズを把握することができ、魅力ある商品開発への意欲の醸成が図られた。</li> </ul>
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。	水産加工品評会受賞品の継続製造・販売品目数	19	38	58	新商品開発や品質向上等を目的とした水産加工品評会の開催、販路開拓と市場ニーズを把握するための国際見本市への参画について支援を行うことにより、県内水産加工品の流通、販売の促進が図られる。
多様化する消費者ニーズに対応するため、市場関係者や生産者団体の連携の強化と、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)	3,736	3,695	...	巨大市場の東京、シェアの高い地元仙台の両市場を経由し、本県水産物が全国に流通することにより、県産品の流通、販売の促進が図られる。

政策整理番号 17

事業分析カード(業績)

対象年度	H17	作成部課室	産業経済部食産業・商業振興課	関係部課室	産業経済部新産業振興室, 産業政策推進室, 産業人材育成課, 農産園芸課, 漁業振興課, 林業振興課
政策番号	2 - 5 - 2	政策名	消費者ニーズに即した産業活動の展開		
施策番号	7	施策名	県産品の流通・販売の促進		

活動(事業) / 活動(事業)によりもたらされた結果								
事業番号	事業名 【担当課室名】	H17 事業費 (千円)	事業の対象 (誰・何を対象として、具体的に)	事業の手段(内容) (何をしたのか、具体的に)	業績指標名 (事業の活動量。「事業の手段」に対応)	H15	H16	H17
						事業費(千円)		
						効率性指標 (3.5E-02は3.5 × 10 <sup>-2</sup> )		
2	県産品販売促進支援事業(商品企画力・販売力向上支援事業) 【食産業・商業振興課】	1,125	農林水産業者, 加工製造・販売業者等	補助金を交付	認定事業数	9 5,830 1.5E-03	6 3,262 1.8E-03	3 1,125 2.7E-03
3	安心・安全みやぎ材利用促進事業(流域林業活性化対策事業) 【林業振興課】	3,274	木材生産流通業者等	宮城南部・北部流域林業活性化センターにおいて, 県産材の低コスト安定供給及び産地体制の整備を図った。	県産材供給量(千m3)	342 6,329 5.4E-02	393 4,308 9.1E-02	- 3,274
4	首都圏県産品販売等拠点運営事業(H17・18重) 【食産業・商業振興課】	274,746	一般消費者, 県内事業者	東京都豊島区東池袋地内に宮城県東京アンテナショップ「宮城ふるさとプラザ」を整備し, 平成17年7月9日開店させ, 県産品の展示即売等を通じて, 首都圏消費者ニーズの把握とその情報還元を行った。	出展者数		144,350 0.0E+00	198 274,746 7.2E-04
	事業費合計	328,269						



# 事業分析カード(成果)

政策整理番号 17

施策番号	7	施策名	県産品の流通・販売の促進
------	---	-----	--------------

施策概要	消費者ニーズや市場における評価を的確に把握しながら、県産品のPR活動やブランド化を進め、消費の拡大と販路の拡大を目指します。
------	--

活動(事業)によりもたらされた成果				
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 (事業の成果。「事業の目的」に対応)	年次		
		H15	H16	H17
マーケティング手法や販売手法の習得、消費者ニーズや流通業界の実情に即して商品開発、販売活動への支援	目標達成率平均 (%)	90	-	-
民有林・国有林を一体とした多様な森林の整備と、林業生産、加工・流通にいたる総合的な整備を推進する。	総需要に占める県産材率 (%)	24.3	24.7	-
東京都豊島区東池袋地内に宮城県東京アンテナショップ「宮城ふるさとプラザ」を7月に開設し、県産品の展示販売等通じての本県情報の発信と首都圏消費者ニーズの把握と地元企業への情報還元を行う。	年間売上額(千円)			188,931

<p style="text-align: center;"><b>施策実現までの道筋</b> (施策の実現にどのように結びついたか)</p>
<p>生産者、販売者の商品企画力・販売力向上のための支援を行うことにより、県産品の販売促進を図る。</p>
<p>木材の生産から流通・加工及び利用までの関係業界による連携を図りながら推進する。</p>
<p>東京アンテナショップは、首都圏において本県産品の展示販売と観光情報の発信等を行うとともに、首都圏消費者のニーズを的確に把握し、その情報を県内企業へ還元することで売れる商品づくりを支援し、県内企業の活性化と県産品の販路拡大を推進するために設置したものである。設置1年目としての売上目標の達成はできなかったが、県内各方面からの評価と期待は高く、引き続きアンテナショップとしての機能が十分に発揮できる運営を行っていく。</p>

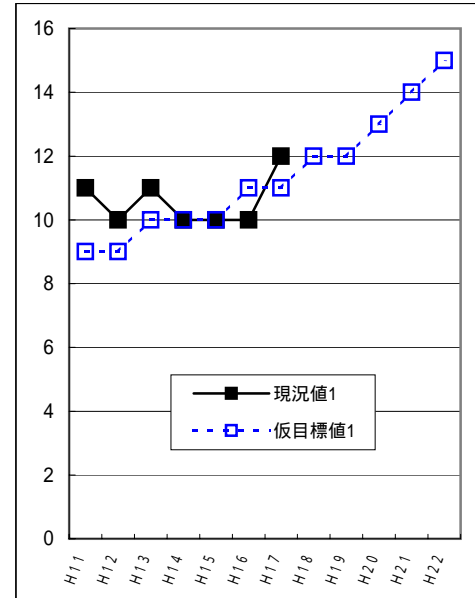


対象年度	H17	作成部課室	産業経済部食産業・商業振興課	関係部課室	産業経済部新産業振興室, 産業政策推進室, 産業人材育成課, 農産園芸課, 漁業振興課, 林業振興課
政策番号	2 - 5 - 2	政策名	消費者ニーズに即した産業活動の展開		
施策番号	7	施策名	県産品の流通・販売の促進		

(1) 政策評価指標の推移

政策評価指標名		単位	
みやぎ産品認知度・シェア (農畜産物(生産額20億円以上の品目数))		品目	
目標値	難易度	H17	11
		H22	15
評価年	初期値	H11	H12
		H13	H14
		H15	H16
		H17	
測定年	H9	H11	H12
		H13	H14
		H15	H16
		H17	
現況値 (達成度判定値)	9	11	10
		11	10
		10	10
		10	10
		11	11
		12	
仮目標値		9	9
		10	10
		10	10
		10	10
		11	11
		11	11
達成度			A
			A
			A
			A
			B
			A

政策評価指標値の推移(グラフ)



難易度: (トレンド型目標 実現が可能), (中間型目標 実現が困難), (チャレンジ型目標 実現がかなり困難)

(2) 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え選定した。

(3) 施策満足度の推移

年度	H17	参考: 第2~4回の推移	H16	H15	H14
施策重視度(中央値、点)A	80	施策重視度 A	80	80	80
施策満足度(中央値、点)B	50	施策満足度 B	60	60	55
かい離 A-B	30	かい離 A-B	20	20	25
満足度60点以上の回答者割合(%)	44.7	満足度60点以上の回答者割合	57.0	50.7	47.1

第5回県民満足度調査は調査票の様式を見直して実施しました。第2~4回の調査結果は第5回の調査結果と同列に扱うことができないため、参考記載としています。

(4) 政策評価指標の妥当性分析

ア 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

達成度:A  
 ・生産額20億円以上の品目は、米、大豆、肉用牛、生牛乳、鶏卵、豚、プロイラー、いちご、きゅうり、ほうれんそう、ねぎ、トマトの12品目であり、17年目標を達成した。しかし、米消費の減退や輸入農産物の増加等により販売価格は低迷しており、産出額は伸び悩んでいる。平成16年は秋冬野菜が高騰したことからねぎの産出額が増加した。また、作付面積が増加しているトマトが20億円以上となった。

(5) 政策評価指標の妥当性の検証(総括)

存続 要検討

【施策の有効性を評価する上で適切な指標が】  
 ・本県産米などの競争力を向上させるためには高品質化と低コストとともに、安定生産も重要であり、生産額に係る指標は必要である。なお、施策の目的をより的確に捉えるため、消費者の視点から見える品質等の事業分析を検討する。

政策評価指標分析カード(整理番号2)

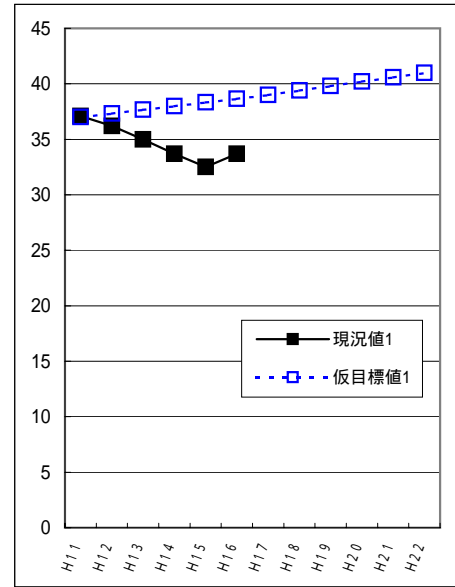
政策整理番号 17

対象年度	H17	作成部課室	産業経済部食産業・商業振興課	関係部課室	産業経済部新産業振興室, 産業政策推進室, 産業人材育成課, 農産園芸課, 漁業振興課, 林業振興課
政策番号	2 - 5 - 2	政策名	消費者ニーズに即した産業活動の展開		
施策番号	7	施策名	県産品の流通・販売の促進		

(1) 政策評価指標の推移

政策評価指標名		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	難易度	H17	39					
		H22	41					
評価年	初期値	H11	H12	H13	H14	H15	H16	H17
測定年	H10	H11	H12	H13	H14	H15	H16	H17
現況値 (達成度判定値)	36.7	37.1	36.2	35.0	33.7	32.5	33.7	
仮目標値		37.0	37.3	37.7	38.0	38.3	38.7	
達成度		A	C	C	C	C	C	C

政策評価指標値の推移(グラフ)



難易度: (トレンド型目標 実現が可能), (中間型目標 実現が困難), (チャレンジ型目標 実現がかなり困難)

(2) 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え選定した。

(3) 施策満足度の推移

年度	H17	参考: 第2~4回の推移	H16	H15	H14
施策重視度(中央値、点)A	80	施策重視度 A	80	80	80
施策満足度(中央値、点)B	50	施策満足度 B	60	60	55
かい離 A-B	30	かい離 A-B	20	20	25
満足度60点以上の回答者割合(%)	44.7	満足度60点以上の回答者割合	57.0	50.7	47.1

第5回県民満足度調査は調査票の様式を見直して実施しました。第2~4回の調査結果は第5回の調査結果と同列に扱うことができないため、参考記載としています。

(4) 政策評価指標の妥当性分析

ア 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

達成度: C  
 ・平成16年度の指標値は、33.7%と前年を1.2ポイント上回ったものの、同年の仮目標値(38.7%)を5.0%下回っている。  
 ・品目別に見ると、キンガケが+3.7ポイント、アナゴが+1.7ポイントとシェアを拡大し、これは、他都道府県の取扱高が低下する中で、本県の生産が順調に推移し供給高が増加したことが要因と考えられる。シェアの下落したワカメ及びホヤは、県内での生産量は増加しているものの、市場外流通や輸出の増加等がシェア下落の要因と考えられる。  
 ・これまでシェアが低下していた、対象品目出荷額の38%を占めるカキ及び同じく27%を占めるホタテは、市場における信頼回復や製品質の安定などによりほぼ横ばいとなった。

(5) 政策評価指標の妥当性の検証(総括)

存続 要検討

[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。  
 ・なお、目標値の難易度を中間型として設定したが、近年の輸入量の増大などにより、目標達成のためにはチャレンジ的な取組が必要となっている



対象年度	H17	作成部課室	産業経済部食産業・商業振興課	関係部課室	産業経済部新産業振興室, 産業政策推進室, 産業人材育成課, 農産園芸課, 漁業振興課, 林業振興課
------	-----	-------	----------------	-------	--

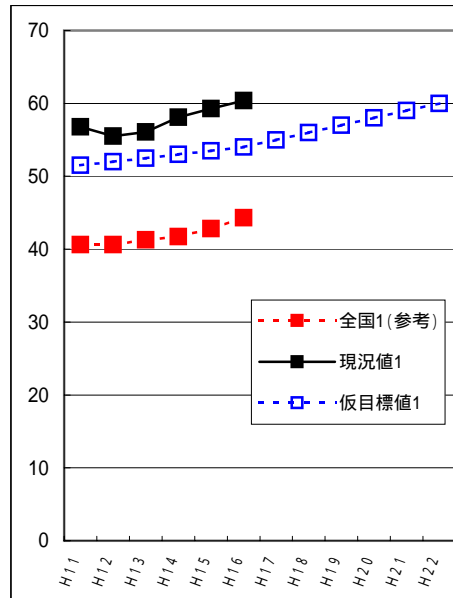
政策番号	2 - 5 - 2	政策名	消費者ニーズに即した産業活動の展開
------	-----------	-----	-------------------

施策番号	7	施策名	県産品の流通・販売の促進
------	---	-----	--------------

(1) 政策評価指標の推移

政策評価指標名		単位						
みやぎ産品認知度・シェア (木材(県の製材用木材需要量に占める県産材率))		%						
目標値	難易度	H17	55					
		H22	60					
評価年	初期値	H11	H12	H13	H14	H15	H16	H17
測定年	H9	H10	H11	H12	H13	H14	H15	H16
現況値 (達成度判定値)	51.0	51.1	56.8	55.5	56.1	58.1	59.3	60.4
仮目標値			51.5	52.0	52.5	53.0	53.5	54.0
達成度		...	A	A	A	A	A	A

政策評価指標値の推移(グラフ)



難易度: (トレンド型目標 実現が可能), (中間型目標 実現が困難), (チャレンジ型目標 実現がかなり困難)

(2) 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え選定した。

(3) 施策満足度の推移

年度	H17	参考: 第2~4回の推移	H16	H15	H14
施策重視度(中央値、点)A	80	施策重視度 A	80	80	80
施策満足度(中央値、点)B	50	施策満足度 B	60	60	55
かい離 A-B	30	かい離 A-B	20	20	25
満足度60点以上の回答者割合(%)	44.7	満足度60点以上の回答者割合	57.0	50.7	47.1

第5回県民満足度調査は調査票の様式を見直して実施しました。第2~4回の調査結果は第5回の調査結果と同列に扱うことができないため、参考記載としています。

(4) 政策評価指標の妥当性分析

ア 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

達成度: A  
 ・県の製材用木材需要に占める県産材率は、H16年の値が60.4%と前年の率を1.10ポイント上回る結果となっており、年々上昇している。  
 ・H16年の全国平均値は44.3%と前年の率を1.5ポイント上昇しているが、県の比率は全国平均値を16.1ポイント上回っており、全国でも上位となっている。  
 ・地域産材を活用する自治体や地域ビルダーも増加していることから、今後も同水準で県産材率は上昇すると見込まれる。

(5) 政策評価指標の妥当性の検証(総括)

存続

要検討

【施策の有効性を評価する上で適切な指標か】  
 ・丸太の需要用途は、製材用の他に合板用、パルプ用及びチップ用となっているが、県内で産出される丸太の大半が、主に住宅用部材として使用される製材用であることから、製材用木材需要に占める県産材率が高くなることは、加工される製材品の県産材シェアの向上にも結びつき、本施策の指標として妥当であると考え。  
 ・目標値については、県内の森林資源の状況と木材の生産体制を考慮した最大限に近い目標値を設定していることから妥当であると考え。

対象年度	H17	作成部課室	産業経済部食産業・商業振興課	関係部課室	産業経済部新産業振興室、産業政策推進室、産業人材育成課、農産園芸課、漁業振興課、林業振興課
政策番号	2 - 5 - 2	政策名	消費者ニーズに即した産業活動の展開		
施策番号	7	施策名	県産品の流通・販売の促進		

C - 1 評価結果から抽出される課題と対応策

[政策評価] 施策群設定の妥当性、施策群の有効性  
 ・該当なし  
 [施策評価] 事業群設定の妥当性、事業群の有効性、効率性  
 ・施策群の中での優先度の高さ(2位・25.2%)や各指標の推移も概ね施策の目指す方向に進んでいるものと言え、本事業群は妥当性、有効性、効率性とも一定の評価ができるが、今回の満足度は50点となった。  
 ・依然として厳しい経済状況や安全・安心に関する消費者の関心の高まりの中で、食品においては産地間競争が従来になく激化している。本県においては「食材王国みやぎ」を差別化の旗印として事業を展開しているが、まだまだ県内外に浸透しているとは言えず、より戦略的に本県産品の流通・販売の促進に取り組んでいく必要がある。  
 ・食品以外の県産品についても、例えば伝統的工芸品をはじめ、地域経済に大きな影響を持つ産品も多いなど、本施策については、停滞することなく、継続的に事業を展開していく必要がある。  
 ・以上、施策目的の達成には、品目や業種ごとに、生産・流通・販売など各業界のニーズに応じた幅広い事業が必要であり、社会情勢や経済情勢の変化に応じて臨機応変に事業を展開していく必要があることから、現場の情報を注視し常に事業の見直しを視野に入れつつ、施策全体としての強化、推進が望まれる。

C - 2 施策・事業の方向性

施策の次年度(H19年度)の方向性とその説明

方向性	拡充	維持	縮小
-----	----	----	----

[方向性の理由]  
 ・本施策については幅広い事業展開と、常に現場のニーズや社会経済情勢の変化に応じた事業の見直しを念頭に置き推進していく必要がある。施策全体の拡大、強化を図りながら展開していく必要がある。  
 [次年度の方向性]  
 ・販路拡大においては、東京アンテナショップ「宮城ふるさとプラザ」等を活用した消費者ニーズの的確な把握に努め、マーケットインの販売戦略のもと県産品の販売促進活動を展開する。一方で、BtoBのマッチング支援における展示会や商談会的事業の実施により、業界毎の流通・販売特性やニーズに応じた事業展開を図っていく。

主要事業・重点事業の次年度(H19年度)の方向性とその説明

事業番号	種別	事業名	H17決算見込額(千円)	方向性	方向性に関する説明
1	重	みやぎのおいしい「食」ブランド化戦略推進事業	H18新規	拡充	本県産食材についてブランド化候補品目を選定し、個別品目のブランド化を推進することで、本県における農林水産業及び職産業の振興を図る。
2	重	食材王国みやぎ総合推進事業	8,192	維持	引き続き「食材王国みやぎ」を県内外に強くアピールしていくとともに、食材の事前マーケティングの実施によりマーケットイン型の生産活動を推進する。
3	重	食べBinみやぎ事業	3,122	維持	創作料理のテーマ設定や料理人以外の応募者拡大等により、県産品のPRを柱とした事業展開へ見直しを図る。
1	重	食材王国みやぎ創造事業(学校給食地域食材利用拡大事業)	3,172	拡充	学校給食での地域食材の利用については、児童・生徒が「地場産の食」を通じて、地域の産業等を知ることや、豊かな人間形成を図る上で重要である。主食の米については、平均週3.26回と周年利用されているが、副食の野菜等の利用については、計画的に確保出来ないなど、利用割合が低いことから、通年で利用出来る地場産物の供給システムの構築について、更に支援を展開する必要がある。
2	主	県産品販売促進支援事業(いいモノテクノロジー開催事業)	12,500	維持	新商品・製品の開発に取り組んでいる県内企業の新たな販路拡大のため、引き続きビジネスマッチングの場を設ける。
2	主	県産品販売促進支援事業(みやぎまるごとフェスティバル開催事業)	9,500	維持	「食材王国みやぎ」の象徴的イベントとして広く県民に定着してきており、出展者数、販売金額等にも一定の成果が見られることから、今後も消費者の県産品認知の場及び、生産者の消費者ニーズ把握の場として、引き続き開催していく。
2	主	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)(漁業振興課)	2,338	維持	全国第2位の生産量を誇る本県水産加工業の発展のため、製品製造技術の指導、情報提供等の技術支援を行うとともに、水産加工品評会及び国際見本市への出展等支援する必要がある。
2	主	主県産品販売促進支援事業(みやぎの水産物トップブランド形成事業)	10,300	維持	新たな事業メニュー - も検討しながら実施団体の掘り起こしなど、取組み地域の拡がりを見据えて、引き続き事業を実施する。
2	主	県産品販売促進支援事業(商品企画力・販売力向上支援事業)	1,125	拡充	平成17年度をもって事業終期となるが、地域産業活性化支援事業により、同様の支援を継続していく。
2	主	県産品販売促進支援事業(地域産業活性化支援事業)	-	拡充	商品企画力・販売力向上支援事業からの引継
3	主	安心・安全みやぎ材利用促進事業(流域林業活性化対策事業)	2,456	維持	安心・安全みやぎ材利用促進事業における低コスト木材生産システムについては、民間事業者への普及を図るとともに、流通・販売体制の強化も必要である。
4	重	首都圏県産品販売等拠点運営事業	274,746	維持	首都圏における本県産品等の販売拠点として、県産品の販路拡張、県内産業の振興等に効果が期待されることから、今後も引き続き事業を実施する。
		合計	327,451		