

令和6年度 施策評価シート

施策の名称	Ⅲ-3-(1) 稼げるまちづくり	幹事 部局	地域振興部
施策の目的	地域の特産品の販路拡大や観光資源の活用などにより経済と人の流れを生み出し、稼げる地域をつくれます。		
施策の現状に対する評価	<p><u>①(価値を生み出すまちづくり)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 豊かな自然環境や特徴ある資源を活用して商品化につなげるスモール・ビジネスの取組では、県の支援事業に参加し、地域の資源を活用した商品化に向けて積極的に取り組んだ事業者が、令和2年度からの累計で112事業者となった。一方で、規模が小さい事業者が多いことや、ビジネスに関する基礎知識が十分でないことなどから、事業開始までに時間を要していることが課題となっている。 マーケットインに基づく農産物の生産量・販売額の増加と、それに伴い新たな担い手が継続的に確保されるモデル産地(13産地)の創出に取り組む、令和2年度からの累計で新規就農者45人を確保した。コロナ禍により遅れていた活動が動きつつあるが、一方で、一部の産地では雇用状況の変化により新規就農者の確保に支障をきたしていることや、資材高騰等によりハード整備に遅れがあることが課題である。 食品製造事業者の県外への販路拡大では、しまね県産品販売パートナー店との連携や商品幹旋、展示商談会への出展支援により食品等製造事業者の販路開拓・拡大に取り組んだ結果、首都圏を中心に販路が拡大したほか展示商談会成約額が増加した。 農林水産物・加工食品の輸出は、海外市場の需要の伸びにより、目標に対し約130%の実績を確保。 <p><u>②(人が訪れるまちづくり)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 多様で移り変わる旅行ニーズやトレンドに対応するコンテンツが提供できていない。 交通アクセスが不便である地域が多く、限られた狭いエリアを周遊する傾向がある。 <p><u>(前年度の評価後に見直した点)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> スモール・ビジネスでは、アドバイザー派遣や育成支援講座について、より効率的・効果的な支援となるよう、起業から販路開拓までを一気通貫で支援する体制に変更。あわせて、商品コンセプトやデザインなどの支援対象事業者に通ずる課題に応じた講座等を用意。 産地創生事業では、産地を発展させ、モデル性の高い活動に取り組む産地があることから、拡充したメニューの発展的更新型により支援を実施した。 強くしなやかな食品産業づくり事業の補助事業者が製造する商品について、県外での展示会で当該事業者の商品PRブースを設け、販路拡大支援を実施した。 JR観光列車の発着時に行う地元おもてなし事業への補助メニューを新設した。 		
今後の取組の方向性	<p><u>①(価値を生み出すまちづくり)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> スモール・ビジネスの取組においては、ビジネスの基礎を学べるオンライン講座等の機会を提供するほか、地域商品を取り扱う販売者と連携し、売れる商品づくりに向けた改善を行う。また、新商品開発や販路拡大等に向けた事業者間の連携を促す。 コロナ禍等により計画どおりに取組が進んでいない産地やモデル性の高い活動に取り組む産地に対して、令和5年度にメニューを拡充した産地創生事業により、継続して支援を行う。 食品等製造事業者の生産性向上、衛生管理、商品開発・改良などの諸課題解決を支援するとともに、パートナー店等と連携したバイヤー招へいや商品提案、事業者のニーズに応じたエリアへの販路拡大及び展示商談会への出展支援等の取組を進めていく。 <p><u>②(人が訪れるまちづくり)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 多様で移り変わりの早い旅行ニーズやトレンドを把握し、歴史・文化、自然、温泉、食などを活用した魅力的な旅行商品づくりや旅行者やメディアのニーズに応じた情報発信の強化につなげる。 		

事務事業の一覧

施策の名称		Ⅲ-3-(1) 稼げるまちづくり				
	事務事業の名称	目的		前年度の 事業費 (千円)	今年度の 事業費 (千円)	所管課名
		誰(何)を対象として	どういう状態を目指すのか			
1	しまね関係人口・移住促進事業	地域への関わりを希望する者	島根に関わりたいと希望する人々を掘り起こし、県内での活躍の場を提供して、地域活性化への貢献や将来の移住につなげる。	64,595	79,621	しまね暮らし推進課
2	中山間地域総合対策推進事業(中山間地域の産業振興)	中山間地域においてスモール・ビジネスに取り組むまたは取り組もうとする事業者	スモール・ビジネスにおいて起業や創業、雇用創出を促進する。	51,805	53,791	中山間地域・離島振興課
3	しまねの自然公園満喫プロジェクト推進事業	外国人利用者をはじめとした県内自然公園の利用者	県内の自然公園の活用を図り、外国人利用者をはじめとした公園利用者の増加を目指す。	98,226	177,140	自然環境課
4	産地創生事業	農業者の組織する団体	マーケットインの考えに基づき生産量・販売額の増加や新たな担い手が安定的に確保される産地構想の作成及び産地構想に基づくモデル産地の創出	70,023	180,000	産地支援課
5	「ご縁の国しまね」観光総合対策事業	観光ニーズを持つ県外在住者および県内の観光事業者	県外在住者:「ご縁」等の島根のイメージを発信することで、島根に興味を持ってもらい、来訪してもらう。 観光事業者:「ご縁」といった島根のイメージに沿うような観光商品や受入体制をつくる。	321,749	353,377	観光振興課
6	食品産業の輸出向け施設整備事業	県内の食品製造事業者	海外への販路の拡大	0	100,000	しまねブランド推進課
7	強くしなやかな食品産業づくり事業	県内食品等製造事業者	経営基盤の強化を図り、地域経済を牽引する存在に育成する。	51,183	63,920	しまねブランド推進課
8	首都圏情報発信・県産品販路開拓事業	県内食品製造事業者及び伝統工芸事業者	首都圏における県産品の認知度向上、県外での販路拡大による県内事業者の収益性の向上	123,809	108,969	しまねブランド推進課
9	未来へつなぐ工芸品総合振興事業	伝統工芸品製造事業者	伝統工芸品製造事業者の経営安定化、及び後継者の確保を図る。	10,656	14,257	しまねブランド推進課
10	加工食品外貨獲得支援事業	販路開拓・拡大を推進しようとする食品等製造事業者	県内食品等製造事業者の卸・小売などへの商談機会の創出により、県外販路の拡大に寄与する。	72,411	99,850	しまねブランド推進課
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24						
25						

事務事業評価シート

1 事務事業の概要

担当課

しまね暮らし推進課

事務事業の名称		しまね関係人口・移住促進事業			
目的	誰(何)を対象として	地域への関わりを希望する者	事業費 (千円)	令和5年度の実績額	令和6年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	島根に関わりたいと希望する人々を掘り起こし、県内での活躍の場を提供して、地域活性化への貢献や将来の移住につなげる。		64,595	79,621
			うち一般財源 (千円)	56,371	79,621
令和6年度の取組内容		<ul style="list-style-type: none"> ・関係人口と地域をマッチングする関係人口マッチング・交流サイト「しまっち！」の運営 ・「しまっち！」参加者の滞在型地域活動体験の受入検証 ・定住財団東京サテライト及び県大阪事務所によるセミナー等の開催を通じた関係人口の掘り起こし ・都市部の大学と連携した島根の地域を学ぶ講座の開催、地域活動参加への誘導 ・地域を対象とした研修の開催やアドバイザー派遣による、関係人口受入機運の醸成 ・県出身学生と島根とのつながりを創出・維持するための情報発信やイベント等の開催 			
令和5年度に行った評価を踏まえて見直したこと		<ul style="list-style-type: none"> ・関係人口セミナー受講者等について参加者を把握し、最終的に「しまっち！」「しまね登録」につながった人数等を確認するなど、統計的なデータとして捉える方策を進める。 			
1	上位の施策	IV-2-(4) 関係人口の拡大	3	上位の施策	
2	上位の施策	III-3-(1) 稼げるまちづくり	4	上位の施策	

2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	単位	計上 分類
1	しまねアカデミー受講者数【当該年度4月～3月】	目標値		214.0	259.0	304.0	349.0	394.0	人	累計値
		実績値	176.0	218.0	258.0	299.0	343.0			
		達成率	—	101.9	99.7	98.4	98.3	—	%	
2	移住支援東京拠点等での関係人口拡大セミナー累計受講者数【当該年度4月～3月】	目標値		231.0	940.0	1,290.0	1,640.0	2,310.0	人	累計値
		実績値	190.0	697.0	1,162.0	1,657.0	2,292.0			
		達成率	—	301.8	123.7	128.5	139.8	—	%	
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		<ul style="list-style-type: none"> ・「しまっち！」掲載プログラム累計:195件 ・「しまっち！」サポーター登録累計:997件 ・しまね田舎ツーリズム実践者数は、R2年度131件、R3年度140件、R4年度159件、R5年度163件と推移 								

3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	<ul style="list-style-type: none"> ・しまねに関わりたいと希望する人の掘り起こしを行う、東京拠点等での関係人口拡大セミナーやしまねアカデミー受講者は増加している。 ・「しまっち！」のオーナー・サポーター登録、マッチング件数は順調に増加しており、ニーズをとらえた取組となっている。
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> ・掘り起こした関係人口に対して、島根と関わる機会を増やし、より関心を深めていく必要がある。 ・「しまっち！」等に参加した関係人口について、関係を深めて運営側に回ってもらうなど、地域づくりの担い手につなげる方策を検討する必要がある。
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> ・セミナー等で掘り起こした関係人口について、ニーズに沿ったプログラムへの接続が十分にできていない。 ・関係人口を地域活動の担い手として受け入れる際のモデルケースが示せていない。
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・関係人口セミナー受講者等向けに島根の地域で活動できるプログラムを案内するなど、関係人口の地域づくりへの参画や将来的な移住につなげていく視点での取組を進める。 ・東京イベントへの参画及び「しまっち！」登録促進や関係人口を地域に受け入れる際の支援等の実施により、地域に関わることで島根県との関わりをより深化する。 ・「しまっち！」プログラム参加者について、地域に短期滞在しながら地域活動へ参加してもらうモデル事業を実施し、地域の運営側の役割を担っていく仕組みを検証する。 ・関わりを深めた方の中で将来的な移住に関心がある層については、しまね登録を案内するなど、必要な情報を随時提供する。

事務事業評価シート

1 事務事業の概要

担当課

中山間地域・離島振興課

事務事業の名称		中山間地域総合対策推進事業(中山間地域の産業振興)			
目的	誰(何)を対象として	中山間地域においてスモール・ビジネスに取り組むまたは取り組もうとする事業者	事業費 (千円)	令和5年度の実績額	令和6年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	スモール・ビジネスにおいて起業や創業、雇用創出を促進する。		うち一般財源 (千円)	51,805
令和6年度の取組内容		<ul style="list-style-type: none"> ・専門家による経営指導や売れる商品・サービスづくりの支援を実施 ・専門的な講座や個別の課題に対する支援を実施 ・商品力向上の取組や商品力のあるものの認知度向上の取組に係る経費を支援 ・地域商品の開発など産直市等の地域商社としての機能を強化する取組等を支援 			
令和5年度に行った評価を踏まえて 見直したこと		<ul style="list-style-type: none"> ・アドバイザー派遣や育成支援講座について、より効率的・効果的に実施するため、起業から販路開拓までを一気通貫で支援する体制に変更。併せて、商品コンセプトやデザインなどの支援対象事業者に共通して見受けられる課題に応じた講座やオンラインで課題に取り組む研修を用意。 ・地域商品を取り扱う販売者と地域の生産者等との連携による、売れる商品づくりに向けた取り組みなどを進めるため、支援対象事業者の個別の取り組みに合わせた実践的な研修を実施。 			
1	上位の施策	Ⅲ-3-(1) 稼げるまちづくり	3	上位の施策	
2	上位の施策		4	上位の施策	

2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	単位	計上分類
1	地域の資源を活用した商品化に向けて積極的に取り組む事業者数【当該年度4月～3月】	目標値		36.0	36.0	36.0	36.0	36.0	事業者	単年度値
		実績値		-	31.0	28.0	27.0	26.0		
		達成率		-	86.2	77.8	75.0	72.3		
2	スモール・ビジネスの事業を開始する事業者数【当該年度4月～3月】	目標値		0.0	20.0	20.0	20.0	20.0	事業者	単年度値
		実績値		-	-	22.0	18.0	22.0		
		達成率		-	-	110.0	90.0	110.0		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実										

3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	<ul style="list-style-type: none"> ・専門家を派遣するアドバイザー派遣事業には18事業者が参加(うち、10事業者が商品化に向けて積極的に取組)。 ・事業に参加しなくても気軽に相談できる「オンライン相談会」を随時開催。 ・育成支援講座(本土版、隠岐版)に25事業者が参加(うち、16事業者が商品化に向けて積極的に取組)。 ・育成支援補助金への申請は10件、うち5事業者に交付。
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> ・「目的」達成のため(又は達成した状態を維持するため)に支障となっている点 ・事業の開始や当初目標達成までに時間を要している事例がある。 ・商品、サービスづくりが完成しても、販路が広がらない、また、販売が伸び悩むことがある。 ・アドバイザー派遣、育成支援講座への参加者が減少傾向にある。
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> ・スモール・ビジネスに取り組む事業者のビジネスに関する基礎知識が不足していることがある。 ・事業者によっては、販売可能なチャネルが少なく、販路拡大のための営業力や販売のノウハウが不足している。 ・アドバイザー派遣、育成支援講座といったスモール・ビジネス育成支援事業の流れ、支援体制等の内容が、事業者等に十分に理解されておらず、また、情報が届いていない可能性がある。
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・支援対象事業者の段階や共通する課題を把握するため、参加者へのアンケート結果等を参考にしてニーズに合致した支援内容を検討する。 ・ビジネスの基礎知識を補い効果的な支援に繋がるツール(オンライン講座等)の充実を図る。 ・新商品の開発や販路拡大、ビジネスへの意欲向上を図るため、情報交換会の開催等により事業者間の連携を促す。 ・地域商品を取り扱う販売者と連携し、売れる商品づくりに向けた改善等を行う。 ・県情報誌等を活用した情報発信に加え、気軽に相談できるオンライン相談会などの機会を引き続き提供する。

事務事業評価シート

1 事務事業の概要

担当課

自然環境課

事務事業の名称		しまねの自然公園満喫プロジェクト推進事業			
目的	誰(何)を対象として	外国人利用者をはじめとした県内自然公園の利用者	事業費 (千円)	令和5年度の実績額	令和6年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	県内の自然公園の活用を図り、外国人利用者をはじめとした公園利用者の増加を目指す		98,226	177,140
			うち一般財源 (千円)	48,838	61,750
令和6年度の取組内容	<ul style="list-style-type: none"> 県内の自然公園への誘客促進に向け、自然公園を活用した体験プログラムの開発やガイド養成など、民間事業者等の取組を支援 自然公園の魅力発信のため、県内自然公園を活用した自然体験動画の作成及び国内外へのプロモーションを実施 受入環境の向上のため、国立公園内の遊歩道や標識等の再整備、景観阻害する樹木の伐採 満喫プロジェクト推進事業の連携強化とレベル向上のため、活動団体等を対象とした研修会の開催 				
令和5年度に行った評価を踏まえて見直したこと	<ul style="list-style-type: none"> 自然体験動画を用いたプロモーションを行うことで、来訪意欲の向上を図る 				
1	上位の施策	Ⅵ-4-(1) 豊かな自然環境の保全と活用	3	上位の施策	Ⅲ-2-(2) 世界に誇る地域資源の活用
2	上位の施策	Ⅰ-2-(2) 観光の振興	4	上位の施策	Ⅲ-3-(1) 稼げるまちづくり

2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	単位	計上 分類
1	大山隠岐国立公園関係市町村及び周辺宿泊拠点の外国人宿泊者推計【前年度1月～当該年度12月】	目標値		61,000.0	21,000.0	40,000.0	65,000.0	85,000.0	人	単年度 値
		実績値	64,997.0	7,589.0	3,306.0	4,412.0	(R6.10予定)			
		達成率	—	12.5	15.8	11.1	—	—		
2		目標値								
		実績値								
		達成率	—	—	—	—	—	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		<ul style="list-style-type: none"> 大山隠岐国立公園の区域が含まれる市町村内の宿泊者数を環境省が推計 環境省の数値から関係市町村(松江市、出雲市、大田市、美郷町、飯南町、隠岐の島町、海士町、西ノ島町、知夫村)と島根県東部(安来市、雲南市、奥出雲町)の宿泊者数を推計(過去の推計数値 H28 35,761人、H29 37,043人、H30 47,470人、R元 64,997人、R2 7,589人、R3 3,306人、R4 4,412人) 令和5年島根県観光動態調査結果の外国人宿泊客延べ数は、59,321人(前年(9,883人)と比べ500.2%増加) 								

3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	<ul style="list-style-type: none"> 自然公園を活用した体験プログラムの開発やガイド養成などの取組を支援する補助金の公募を実施し、12事業を採択した。 自然公園等の遊歩道の整備等を実施し、受入環境の向上が進んでいる。 自然公園の魅力ある情報を発信するため、YouTube広告を用いて国内外に発信し、島根の自然公園の認知度向上につなげた。
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> 地域で行われる自然体験プログラムが誘客になかなか結びついていない。 県内の自然公園の認知度が低い。 回復傾向が見られるものの、国内外の来訪者は伸び悩んでいる。
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> 取組を支援する補助金の情報が、対象となる事業者等に広く認識されていない。 魅力的な体験プログラムの造成が進んでおらず、また来訪者が長期滞在して楽しめるメニューが少ない。 自然体験に興味があるターゲットに情報が届いていない。
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> 自然体験プログラムの造成、磨き上げや販売促進等、民間団体の取組を誘客につなげていくため、関係機関と連携し、補助金による支援を推進する。 自然公園の効果的なPRや広報を行い、国内外への情報発信を強化する。 自然公園の魅力及び利便性向上並びに来訪者の安全確保のため、施設修繕等の受入環境の整備を行う。

事務事業評価シート

1 事務事業の概要

担当課

産地支援課

事務事業の名称		産地創生事業			
目的	誰(何)を対象として	農業者の組織する団体	事業費 (千円)	令和5年度の実績額	令和6年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	マーケットインの考え方に基づく生産量・販売額の増加や新たな担い手が安定的に確保される産地構想の作成及び産地構想に基づくモデル産地の創出		70,023	180,000
			うち一般財源 (千円)	68,165	180,000
令和6年度の取組内容		・マーケットインの考え方に基づく生産量・販売額の増加や新たな担い手が安定的に確保される産地構想の作成を支援 ・取組みが遅れている産地では、県がより主体的に産地育成に関与することで産地の取組みをより加速化させる			
令和5年度に行った評価を踏まえて見直したこと		コロナ禍等により計画した活動ができず新規就農者の確保が進んでいないことや資材高騰等によるハード整備の遅れがある。一方、産地の発展を目指したモデル性の高い活動に取り組む産地があることから、R5からは拡充した延長型・発展的更新型メニューで継続して支援している			
1	上位の施策	I-1-1(1) 農業の振興	3	上位の施策	
2	上位の施策	III-3-1(1) 稼げるまちづくり	4	上位の施策	

2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	単位	計上分類
1	産地創生事業(R2~6年度)による新規就農者数(R2年度からの累計)【当該年度4月~3月】	目標値						60.0	人	累計値
		実績値	-	10.0	18.0	33.0	45.0			
		達成率	-	-	-	-	-	-		
2	産地創生事業(R2~6年度)による生産・販売拡大目標の達成率【R7年3月】	目標値						80.0	%	累計値
		実績値	-	62.5	45.4	46.2	0.0			
		達成率	-	-	-	-	-	-		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実										

3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	・産地創生事業によって就農した新規就農者は45名であり、新規就農者の確保は計画通り進んでいる ・実行支援を実施した13産地の全体での販売目標の達成状況は9割あるものの、各産地では取組が計画どおり進まず、販売額の目標を達成していない ・R5から拡充した発展的更新型メニューに1産地が取り組んだ
課題分析	① 課題	・産地構想で計画し、達成に向けて意欲的な取組みが行われている産地がある一方、一部の産地では新規就農者の確保や産地の規模拡大、販売が計画通りに進んでいない ・産地づくりに新たに取り組もうとする動きがない
	② 原因	・取組が遅れている産地では、関係者の役割分担が不十分のため計画的な生産拡大が進んでいない。また、新規就農者の受け入れ等担い手を支援する体制が不十分である ・コロナ禍により遅れていた活動が動きつつあるが、円安やウクライナ情勢等による資材高騰により、計画したハード整備の遅れや施設機械への投資に躊躇する生産者があり、成果につながる状況に至っていない ・雇用状況の変化により、新規就農者の確保が難しくなっている ・意欲ある地域や取組は小さくてもチャレンジしていこうとする動きを十分に拾い切れていない。
	③ 方向性	・取組が進んでいない産地やモデル性の高い活動に取り組む産地を支援するため、R5に拡充したメニューの活用により継続して支援を行う ・産地ビジョン等の実現に向けた取組を、技術指導、試験研究、販路確保、施設整備など集中的な支援を行うことで、産地を育成する ・補助事業は、現行の産地創生事業と既存事業との整合性を確保した上で、引き続き産地づくりに必要なソフト事業、生産基盤強化につながるハード事業などの支援を行う ・新たな産地づくりにチャレンジしようとする産地への支援を強化する

事務事業評価シート

1 事務事業の概要

担当課	観光振興課
-----	-------

事務事業の名称		「ご縁の国しまね」観光総合対策事業			
目的	誰(何)を対象として	観光ニーズを持つ県外在住者および県内の観光事業者	事業費 (千円)	令和5年度の実績額	令和6年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	県外在住者:「ご縁」等の島根のイメージを発信することで、島根に興味を持ってもらい、来訪してもらう。 観光事業者:「ご縁」といった島根のイメージに沿うような観光商品や受入体制をつくる。		うち一般財源 (千円)	321,749
令和6年度の取組内容		<ul style="list-style-type: none"> ・メディアリレーションによる各種メディアでの露出拡大 ・観光キャラクター「しまねっこ」を活用した情報発信 ・歴史文化をテーマとしたセミナー等の開催 ・出雲、石見、隠岐の地域ごとの観光資源を活用した旅行商品の造成支援 ・教育旅行、ワーケーション、ユニバーサルツーリズムなどテーマ型旅行の推進による誘客促進 ・交通機関や他県等との広域連携による誘客促進 			
令和5年度に行った評価を踏まえて見直したこと		<ul style="list-style-type: none"> ・JR観光列車の発着時に行われる地元おもてなし事業への補助メニューを新設 ・地域の特性に合わせた誘客・周遊促進事業の強化 			
1	上位の施策	I-2-(2) 観光の振興	3	上位の施策	Ⅲ-2-(2) 世界に誇る地域資源の活用
2	上位の施策	Ⅲ-3-(1) 稼げるまちづくり	4	上位の施策	

2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	単位	計上分類
1	観光入込客延べ数【前年度1月～当該年度12月】	目標値		32,800.0	24,664.0	29,182.0	33,700.0	34,000.0	千人	単年度値
		実績値	32,990.0	21,318.0	20,842.0	25,950.0	30,194.0			
		達成率	—	65.0	84.6	89.0	89.6	—		
2	宿泊客延べ数【前年度1月～当該年度12月】	目標値		3,730.0	2,978.0	3,399.0	3,820.0	3,850.0	千人	単年度値
		実績値	3,782.0	2,424.0	2,628.0	3,113.0	3,591.0			
		達成率	—	65.0	88.3	91.6	94.1	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		しまねの観光認知度調査 ①旅行意向割合 R6年3月:61.4% R5年3月:64.3% ②ご縁の国しまね認知度 R6年3月:12.2% R5年3月:14.1% 観光総合支援事業補助金 採択事業数 R2:11件/R3:5件/R4:3件 魅力ある観光地域づくり支援事業補助金 採択事業数 R5:4件 周遊バス運行 R2:4コース/R3:4コース/R4:2コース/R5:1コース								

3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	<ul style="list-style-type: none"> ・パブリシティによる露出件数:R5年度 460件(テレビ:15件、雑誌:8件、WEB:437件) ※R4年度 746件 ・しまねっこの公式SNSを活用した情報発信や、リアルイベントの開催による誘客促進(イベント来場者:1.1万人) ・歴史文化をテーマとしたセミナーの実施(参加者:東京60名、大阪50名、オンライン387名) ・魅力ある観光地域づくり支援事業補助金により、地域ごとの観光資源を活用した旅行商品の造成を支援 ・貸切バス旅行商品造成販売支援:338台、10,685人泊 ・教育旅行の誘致:38件(うち全国旅行支援等26件)
課題分析	①課題	<ul style="list-style-type: none"> ・「ご縁の国しまね」の認知度と来訪意欲の低下 ・個人旅行者の交通アクセスが不便 ・石見、隠岐地域への県外からの誘客ルートや県東部と繋がる観光周遊ルートが確立されていない ・個人旅行者のニーズに合った観光地域づくりが不十分
	②原因	<ul style="list-style-type: none"> ・認知度向上に効果的であるテレビへの露出が少ない ・来県する一次交通、観光地の周遊に利用する二次交通がともに不便 ・観光資源の旅行商品としての成立や販売に繋げるノウハウや仕組みの定着が不十分 ・多様で移り変わりの早い旅行者のニーズ、トレンドに対応する観光コンテンツの提供ができていない
	③方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・テレビの露出獲得に向けて、日比谷しまね館を活用し、各メディアへの戦略的な営業活動を展開 ・一次交通、二次交通を担う事業者等の旅行商品の造成・販売支援 ・地域の特色ある観光資源を活用した旅行商品づくりや販売強化の支援 ・旅行者のニーズ・トレンドの把握

事務事業評価シートの別紙

事務事業の名称	「ご縁の国しまね」観光総合対策事業
---------	-------------------

「上位の施策」が5以上ある場合のみ記載

5	上位の施策	
6	上位の施策	
7	上位の施策	
8	上位の施策	

「KPI」が3以上ある場合のみ記載

	KPIの名称	年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	単位	計上 分類
			目標値	実績値	達成率	目標値	実績値	達成率		
3	観光消費額【前年度1月～当該年度12月】	目標値		1,330.0	1,026.0	1,223.0	1,420.0	1,450.0	億円	単年度 値
		実績値	1,301.0	752.0	698.0	949.0	1,143.0			
		達成率	—	56.6	68.1	77.6	80.5	—		
4	島根県への旅行意向割合【当該年度3月時点】	目標値		61.8	63.2	64.6	66.0	67.3	%	単年度 値
		実績値	59.9	67.5	66.1	64.3	61.4			
		達成率	—	109.3	104.6	99.6	93.1	—		
5	ご縁の国しまね認知度【当該年度3月時点】	目標値		16.5	16.7	16.9	17.2	17.5	%	単年度 値
		実績値	15.9	13.5	14.9	14.1	12.2			
		達成率	—	81.9	89.3	83.5	71.0	—		
6		目標値								
		実績値								
		達成率	—	—	—	—	—	—		
7		目標値								
		実績値								
		達成率	—	—	—	—	—	—		
8		目標値								
		実績値								
		達成率	—	—	—	—	—	—		
9		目標値								
		実績値								
		達成率	—	—	—	—	—	—		
10		目標値								
		実績値								
		達成率	—	—	—	—	—	—		

事務事業評価シート

1 事務事業の概要

担当課

しまねブランド推進課

事務事業の名称		食品産業の輸出向け施設整備事業			
目的	誰(何)を対象として	県内の食品製造事業者	事業費 (千円)	令和5年度の実績額	令和6年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	海外への販路の拡大		0	100,000
			うち一般財源 (千円)	0	0
令和6年度の取組内容	<p>輸出向けに求められるHACCP等の衛生管理基準取得の促進に向け、食品製造企業における関連施設整備を支援する。 【食品産業の輸出向けHACCP等対応施設整備事業(国庫補助事業)】</p> <p>(1)施設等整備事業・・・輸入条件や輸出先のニーズ(HACCP等)を満たすために必要な施設整備 (2)効果促進事業・・・輸入条件やHACCP等に係る認定取得のためのコンサルティングや手数料等のかかる費用</p>				
令和5年度に行った評価を踏まえて見直したこと	事業活用可能性のある事業者に制度周知及び相談に対応した。				
1	上位の施策	I-2-(3) 地域資源を活かした産業の振興	3	上位の施策	
2	上位の施策	Ⅲ-3-(1) 稼げるまちづくり	4	上位の施策	

2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	単位	計上分類
1	農林水産物・加工食品の輸出実績額【前年度1月～当該年度12月】	目標値		1,450.0	1,500.0	2,100.0	2,250.0	2,400.0	百万円	単年度値
		実績値	1,487.9	1,636.8	1,961.6	2,201.7	2,930.0			
		達成率	—	112.9	130.8	104.9	130.3	—		
2	販売額1,000万円以上の中核的経営体の育成数(R2年度からの累計)【当該年度4月～3月】	目標値		78.0	156.0	223.0	298.0	402.0	経営体	累計値
		実績値	—	22.0	44.0	65.0	85.0			
		達成率	—	28.3	28.3	29.2	28.6	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実	当該事業実施県内企業数 令和3年度:2社 令和4年度:0社 令和5年度:0社									

3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	本事業は全国的に応募数が多く、競争率が高いため、採択されないケースも見られる。令和5年度は県内事業者から相談はあったが、実際の応募はなかった。
課題分析	① 課題	本補助事業を活用し、施設整備する事業者が限定される。
	② 原因	上記①(課題)が発生している原因 どの対象国にHACCP等の衛生管理対応が必要なのか検討に至っていない事業者が多い。 本事業のメリット・活用した事例などの情報が事業者には十分伝わっていないケースが多い。 事業実施のタイミングと国庫補助事業対象期間のタイミングがあわないことがある。
	③ 方向性	輸出に取り組むそれぞれの企業が抱える課題を把握する中で、HACCP等の衛生管理を課題としている企業を把握し、それらの企業に本事業の活用を勧めるとともに、計画的に事業立案し、県・国に早めに相談するよう促す。 より多くの企業が本事業を活用して、輸出の拡大につながるようにする。

事務事業評価シート

1 事務事業の概要

担当課

しまねブランド推進課

事務事業の名称		強くしなやかな食品産業づくり事業			
目的	誰(何)を対象として	県内食品等製造事業者	事業費 (千円)	令和5年度の実績額	令和6年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	経営基盤の強化を図り、地域経済を牽引する存在に育成する。		51,183	63,920
令和6年度の取組内容		<ul style="list-style-type: none"> 食品等製造事業者の経営基盤強化や衛生管理確保のため、専門家派遣や窓口相談を実施 大手小売業・卸売業者等との取引推進を支援するため、食品安全に係る国際規格やHACCP認証の取得に係るコンサルタント経費等に対して補助金を交付 地域経済を牽引する中核的な事業者を育成するため、県産原材料の調達を増大し、販路拡大を推進する事業者の商品開発、経営効率化等の取組に要する経費に対して補助金を交付 単独では営業活動が難しい県内事業者の販路開拓・拡大を支援するため、県内の複数の事業者の商品をとりまとめて県外への販路開拓・拡大を行う地域商社等の取組に要する経費に対して補助金を交付 			
令和5年度に行った評価を踏まえて見直したこと		・当事業の補助事業者が製造する商品について、県外での展示会で当該事業者の商品PRブースを設け、販路拡大支援を実施			
1	上位の施策	I-2-(3) 地域資源を活かした産業の振興	3	上位の施策	III-3-(2) 地域内経済の好循環の創出
2	上位の施策	III-3-(1) 稼げるまちづくり	4	上位の施策	

2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	単位	計上分類	
1	県の支援策を利用した食品製造事業者の雇用の増加(R2年度からの累計)【当該年度4月～3月】	目標値		20.0	44.0	72.0	211.0	450.0	人	累計値	
		実績値 (単年度59)		44.0	129.0	234.0	266.0				
		達成率	—	220.0	293.2	325.0	126.1	—			%
2	県の支援策を利用した食品製造事業者の増加付加価値額【当該年度4月～3月】	目標値		10.0	25.0	50.0	75.0	232.0	百万円	単年度値	
		実績値		—	2.0	301.2	1,358.9	1,013.5			
		達成率	—	20.0	1,204.8	2,717.8	1,351.4	—			%
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		○食品産業の現状 事業所数： 従業員数： 製造品出荷額等： 付加価値額 食品・飲料製造業： 299： 6,376人： 837億円： 333億円 令和2年工業統計調査 食品・飲料製造業： 249 5,912人 934億円 389億円 令和3年経済センサス ※工業統計調査は令和2年度で終了したため、令和3年度については経済センサスの数値を使用									

3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	・県の支援策を利用した食品等製造事業者の雇用増、付加価値額は目標値を上回っているが、県産原材料調達増については伸び悩んでいる。
課題分析	① 課題	・雇用や付加価値額の増加などを実現している事業者がある一方、衛生管理や食品表示への対応や生産ライン効率化への取り組みが十分ではなく生産性の向上や県外への販路開拓・拡大が進まない事業者も多い。 ・天候不順や生産者の高齢化等により県産原材料の調達が難しい事業者も多い。
	② 原因	・食品等製造事業者は中小零細が多く、衛生管理や食品表示の知識やノウハウの習得が不十分である。 ・製造設備の老朽化や不足により、効率的な製造に支障が出ている。 ・商品開発・改良のノウハウが不足しており、効果的な商品開発・改良が進められない。
	③ 方向性	・食品等製造事業者に対し、生産性向上や省力化などをはじめとした様々な経営課題に対する助言などを実施。 ・食品製造に関する衛生管理、食品表示およびHACCP認証、国際規格の取得に対する支援を実施。 ・県外への販路開拓・拡大、商品開発・改良及び効率的な商品製造を行うための取り組みに関する支援を実施。

事務事業評価シートの別紙

事務事業の名称	強くしなやかな食品産業づくり事業
---------	------------------

「上位の施策」が5以上ある場合のみ記載

5	上位の施策	
6	上位の施策	
7	上位の施策	
8	上位の施策	

「KPI」が3以上ある場合のみ記載

	KPIの名称	年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	単位	計上
										分類
3	県の支援策を利用した食品製造事業者の県産原材料調達増加額【当該年度4月～3月】	目標値	5.0	15.0	35.0	65.0	100.0	百万円	%	単年度値
		実績値	-	5.3	7.8	51.9	35.4			
		達成率	-	106.0	52.0	148.3	54.5			
4		目標値							%	
		実績値								
		達成率	-	-	-	-	-			
5		目標値							%	
		実績値								
		達成率	-	-	-	-	-			
6		目標値							%	
		実績値								
		達成率	-	-	-	-	-			
7		目標値							%	
		実績値								
		達成率	-	-	-	-	-			
8		目標値							%	
		実績値								
		達成率	-	-	-	-	-			
9		目標値							%	
		実績値								
		達成率	-	-	-	-	-			
10		目標値							%	
		実績値								
		達成率	-	-	-	-	-			

事務事業評価シート

1 事務事業の概要

担当課

しまねブランド推進課

事務事業の名称		首都圏情報発信・県産品販路開拓事業			
目的	誰(何)を対象として	県内食品製造事業者及び伝統工芸事業者	事業費 (千円)	令和5年度の実績額	令和6年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	首都圏における県産品の認知度向上、県外での販路拡大による県内事業者の収益性の向上		123,809	108,969
			うち一般財源 (千円)	123,809	108,969
令和6年度の取組内容	日比谷しまね館管理運営事業 ・ 島根県の認知度向上及び県産品の販路拡大を図るため、日比谷しまね館を活用した首都圏での県産品や観光資源等の紹介、各種イベントの開催及びTVや雑誌等の各種媒体を活用したPRなど、総合的な情報発信を実施 ・ 日比谷しまね館の運営については、委託内容を見直したうえで、令和6年度より有償委託に転換 ・ 次期(R7～)委託業務について、提案協議による公募を実施				
令和5年度に行った評価を踏まえて見直したこと	顧客アンケートを実施し、顧客ニーズの把握を行った。 島根県の食・工芸等の魅力を来館者に伝えるストーリー性を持った店内レイアウトにするため、商品棚の更新、店舗サインの設置、デジタルサイネージの導入などのレイアウト変更を実施した。				
1	上位の施策	I-2-2(3) 地域資源を活かした産業の振興	3	上位の施策	
2	上位の施策	III-3-1(1) 稼げるまちづくり	4	上位の施策	

2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	単位	計上分類
1	物産観光館入館者数【当該年度4月～3月】	目標値		-	-	-	660,000.0	400,000.0	人	単年度値
		実績値	657,087.0	360,119.0	414,402.0	631,389.0	620,782.0			
		達成率	-	#VALUE!	#VALUE!	#VALUE!	94.1	-	%	
2	「日比谷しまね館」での年間売上げ額【当該年度4月～3月】	目標値		195,000.0	179,000.0	231,000.0	290,000.0	300,000.0	千円	単年度値
		実績値	-	111,607.3	129,309.3	158,183.5	170,202.3			
		達成率	-	57.3	72.3	68.5	58.7	-	%	
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実										

3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	日比谷しまね館内での新商品特設コーナー等の設置や事業者による対面販売や外販の積極実施など、県産品の販売促進に取り組んだ。 ・ 店舗売り上げ170,202千円(対昨年比+12,019千円、+108%) ・ 対面販売事業者数:延べ40事業者 ・ 外販(店舗外イベント等)売上:8,844千円 ・ 移動式販売者稼働日数・売上:41日・2,279千円
課題分析	① 課題	・ 売上及び客数は増加しているが、客単価は伸び悩んでいる。 ・ mあたりの売上も同様に伸びているものの、「にほんばし島根館」時代の水準までは至っていない。 ・ 首都圏における県産品の販路拡大、認知度向上に向けたPR、露出が不足している。
	② 原因	・ 館への誘客を図る魅力的なイベント企画ができていないこと。 ・ 館への誘客、県産品の認知度向上イベントに効果的な場所の選定、またその開催頻度が少ない。 ・ 商品販売と観光案内業務との一体的なアプローチができていない。
	③ 方向性	・ R5に実施した顧客アンケートで把握した顧客ニーズをもとに、誘客促進となるイベント内容を検討する。 ・ 移動販売車の稼働回数を増やし、かつ館へのアクセスが良く、購買層となる顧客が多いエリアを開拓し、館外でのPR強化を図る。 ・ 商品販売と観光案内業務を一体的に行い、来館者へのアプローチを強化する。

事務事業評価シート

1 事務事業の概要

担当課

しまねブランド推進課

事務事業の名称		未来へつなぐ工芸品総合振興事業			
目的	誰(何)を対象として	伝統工芸品製造事業者	事業費 (千円)	令和5年度の実績額	令和6年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	伝統工芸品製造事業者の経営安定化、及び後継者の確保を図る		10,656	14,257
			うち一般財源 (千円)	9,156	11,575
令和6年度の取組内容		<ul style="list-style-type: none"> 県内外での販路拡大に向け、展示会・見本市への出展、販路開拓専門家の招聘に要する経費補助により、事業者を支援 担い手の確保・育成に向け、新たな従業員の雇用、研修教育を行う事業者への資金貸与(返還免除有)による支援 伝統工芸品の認知度向上に向け、工芸品や作り手の魅力を伝える情報発信を実施 			
令和5年度に行った評価を踏まえて見直したこと		<ul style="list-style-type: none"> 展示会・見本市への出展、販路開拓専門家招聘の補助制度について、島根県ふるさと伝統工芸品連絡協議会の総会に出席し、これまで利用事業者が少ない専門家の招聘について、新商品の開発依頼などの具体的な例を挙げ説明を行った 島根県ふるさと伝統工芸品連絡協議会へ補助金を交付し、事業者への補助金交付事務を依頼した 			
1	上位の施策	I-2-(3) 地域資源を活かした産業の振興	3	上位の施策	
2	上位の施策	Ⅲ-3-(1) 稼げるまちづくり	4	上位の施策	

2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	単位	計上分類
1	伝統工芸における新たに確保した後継者【当該年度4月～3月】	目標値		2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	人	単年度値
		実績値	1.0	2.0	1.0	1.0	2.0			
		達成率	—	100.0	50.0	50.0	100.0	—	%	
2		目標値								
		実績値								
		達成率	—	—	—	—	—	—	%	
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		・出展経費補助(R5年度新規)を活用し、県内外の展示会・見本市へ出展、販路開拓専門家の招聘に要する経費の補助をした事業者数・申請件数 R5年度実績 31事業者、65件 (全て県内外の展示会・見本市への出展)								

3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	<ul style="list-style-type: none"> 県内外での販路拡大に向けた展示会・見本市への出展、販路開拓専門家の招聘の経費補助による補助金の申請者数は31事業者、申請件数は65件の状況 担い手の確保・育成に向け、新たな従業員の雇用、研修教育を行う事業者への資金貸与(返還免除有)による支援の新規後継者は、2名であった
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> 補助事業を活用し、出展する事業者が一部の事業者に限られている 工芸品を取り巻く地域の魅力や、作り手の思い等を伝える情報発信が不十分 工芸品(商品)自体の魅力向上に繋がる専門家招聘で補助金を使う事業者が少ない
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> 小規模な事業者が多い中、人員やコスト等の問題で県内外への出展が難しいケースが多い ECサイトでの販売、SNSでの情報発信等に取り組む体制、ノウハウを持つ事業者が少ない 専門家招聘について、どういった専門家がいるのかという情報が少ない
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> 小規模事業者など展示会等への出展が難しい事業者の販売促進につなげるため、工芸品の魅力に加え、作り手や工芸品を取り巻く地域の魅力をより伝えられるコンテンツを作成し、SNSなどにより情報発信をする 島根県ふるさと伝統工芸品連絡協議会と連携し、どういった専門家がいるか事業者に情報共有する

事務事業評価シート

1 事務事業の概要

担当課

しまねブランド推進課

事務事業の名称		加工食品外貨獲得支援事業			
目的	誰(何)を対象として	販路開拓・拡大を推進しようとする食品等製造事業者	事業費 (千円)	令和5年度の実績額	令和6年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	県内食品等製造事業者の卸・小売などへの商談機会の創出により、県外販路の拡大に寄与する		72,411	99,850
			うち一般財源 (千円)	45,539	60,457
令和6年度の取組内容	<ul style="list-style-type: none"> ・島根県産品パートナー店等のバイヤーを招聘し、現地視察及び商談会実施による取引拡大支援のほか、バイヤーのアドバイスにより商品改良等を支援 ・全国規模の食品専門展示会へのブース出展支援 ・流通業者への業務委託による県産品の大都市圏への販路拡大支援 ・物流2024年問題により、物流の停滞が懸念されているため、関西圏域に向けた販路開拓を行う。 				
令和5年度に行った評価を踏まえて見直したこと	<ul style="list-style-type: none"> ・パートナー店等のバイヤーに対する働きかけの強化 ・セミナー等販路拡大に有効な情報提供内容の充実 				
1	上位の施策	I-2-(3) 地域資源を活かした産業の振興	3	上位の施策	
2	上位の施策	III-3-(1) 稼げるまちづくり	4	上位の施策	

2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	単位	計上 分類
1	しまね県産品販売パートナー店(継続報告分)における県産品の取扱額【前年度1月～当該年度12月】	目標値		-	909.0	936.0	964.0	993.0	百万円	単年度 値
		実績値	851.0	806.0	882.0	958.1	835.9			
		達成率	-	#VALUE!	97.1	102.4	86.8	-		
2	展示会における成約額・見込額【当該年度4月～3月】	目標値		237.0	244.0	252.0	259.0	267.0	百万円	単年度 値
		実績値	172.5	31.7	109.7	206.9	264.1			
		達成率	-	13.4	45.0	82.2	102.0	-		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		○R5年度実績 ・しまね県産品販売パートナー店(以下「パートナー店」という。) 33社 ・パートナー店等でのフェア開催実績 開催回数35回、参加事業者数延べ541事業者 ・パートナー店等を招聘した県内産地視察・商談実施社数 11社、商談事業者数 延べ122事業者 ・展示・商談会(県ブース設置又は県主催・支援) 県外:5回、出展者数 延べ95事業者 県内:1回、出展者数 78事業者								

3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	<ul style="list-style-type: none"> ・パートナー店における県産品の取扱額は昨年に比べ減少し、目標に対して下回っている状況。 ・業務委託による商品力向上提案等により、新たな販路拡大につながった。 ・事業者への商談における留意点の学ぶ機会の創出等により、展示会での成約額・見込額が増加した。
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> ・バイヤーへの商品提案や食品等の製造事業者への情報提供が十分にできていない。 ・県外での展示会について、成約額・見込額の目標は達成しているが、展示会によっては募集枠を割れている。
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> ・訪問や県内視察ができていないパートナー店があり、県外での商品需要の動向把握が不十分。 ・製造する商品の仕様等が、バイヤーの求めるものとギャップがある。 ・商談などにおける商品説明の準備や商談後のアフターフォローが不足している。 ・事業者が販路拡大を希望する地域、ターゲットとするジャンルのバイヤー等が多く参加する展示・商談会の把握が不十分。
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・パートナー店等への商品提案を継続的に実施するとともに、取引が減少傾向にあるところについては、訪問活動を活発化。 ・卸・小売のバイヤーニーズを把握、食品事業者に情報提供し、商品開発や商品改良を促進。 ・事業者への商談における留意点などを学ぶ機会や、商談機会の更なる創出を実施。 ・事業者が販路拡大を希望する地域、ターゲットとするジャンルのバイヤー等が多く参加する展示会への島根県ブース出展などの支援を実施。

事務事業評価シートの別紙

事務事業の名称	加工食品外貨獲得支援事業
---------	--------------

「上位の施策」が5以上ある場合のみ記載

5	上位の施策	
6	上位の施策	
7	上位の施策	
8	上位の施策	

「KPI」が3以上ある場合のみ記載

	KPIの名称	年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	単位	計上
										分類
3	県の支援策を利用して新たな販路を確保した品目数【当該年度4月～3月】	目標値	330.0	400.0	480.0	649.0	662.0	品目	%	単年度 値
		実績値	-	359.0	630.0	649.0	1,350.0			
		達成率	-	108.8	157.5	135.3	208.1			
4		目標値							%	
		実績値								
		達成率	-	-	-	-	-			
5		目標値							%	
		実績値								
		達成率	-	-	-	-	-			
6		目標値							%	
		実績値								
		達成率	-	-	-	-	-			
7		目標値							%	
		実績値								
		達成率	-	-	-	-	-			
8		目標値							%	
		実績値								
		達成率	-	-	-	-	-			
9		目標値							%	
		実績値								
		達成率	-	-	-	-	-			
10		目標値							%	
		実績値								
		達成率	-	-	-	-	-			