

令和 4 年度 予算施策評価表

様式1

施策名	愛媛産品の販路拡大				予算施策コード	kr13	
担当部局名	経済労働部	産業雇用局	産業政策課	評価責任者	課長 大内 康夫	連絡先	2460

1 施策の内容

施策の目標	消費者ニーズに応えた県産品の商品開発及び販売力強化を図ることにより、県産品の販路拡大を図る。
-------	--

これまでの取り組み	<p>○県産品の販路拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> 香川県と共同で運営する東京アンテナショップの効果的な活用により、首都圏における県産食品等の積極的な情報発信に努めるとともに販路拡大を推進。 えひめ愛顔の観光物産館において県産品の展示、販売を行うとともに、物産関係団体や県内生産・加工業者と連携して、県内外での物産展の開催やイベントへの参加を通じた情報発信を実施。 大都市圏の高級スーパーマーケットのバイヤーを対象とした商談会の開催や、消費者ニーズや市場ニーズを踏まえた商品づくりを通じて、県内外へ販路拡大を実施。 <p>○伝統的特産品の振興</p> <ul style="list-style-type: none"> 地域の生活分野に根ざした伝統的特産品の振興を図るため、後継者育成や販路拡大を支援。
-----------	--

成果指標名(目標の達成度合いを示す指標)

A	東京アンテナショップの利用者数(人)				B	東京アンテナショップの売上(千円)				
選択理由	県産品の情報発信の拠点としての役割を果たしているため				選択理由	首都圏での県産品販売状況を示す指標のため				
算定方法	年間来客数を集計				算定方法	年間売上を集計				
成果と指標の関係	中	指標の種類(ストック/フロー)	フロー	+	成果と指標の関係	中	指標の種類(ストック/フロー)	フロー	指標の種類(プラス/マイナス)	+

指標・事業費・人件費の推移												
区分	成果指標A			成果指標B			事業費(予算)				事業費(決算)	人件費
	計画	実績	達成率	計画	実績	達成率	予算計	国費	その他	県費		
単位	人		%	千円		%	千円					
2年度	540000	282351	52.3%	540000	282363	52.3%	154,377	38,012	28,752	87,613	130,215	133,293
3年度	540000	322294	59.7%	540000	320451	59.3%	185,796	54,633	28,752	102,411	174,143	121,605
4年度	540000	400984	74.3%	540000	456816	84.6%	185,557	54,962	28,752	101,843	179,374	105,688

2 施策の評価

県の関与の必要性		説明	<p>多種多様な県産品の販路拡大を図るためには、個別の物産を対象とするよりもある程度まとまりをもって情報発信を実施する方が事業効果が大きく、優良な県内物産の情報発信は、本県のイメージアップ、PRにもつながるものである。</p> <p>また、本県の豊かな農林水産資源を活用した商品開発は、地域経済の活性化につながるものである。以上により県の関与の必要性は高い。</p>						
高い									
成果指標A		説明	<p>来客数は平成22年度初めて前年度を下回り、26年度も微減し、27年度は微増に転じたものの来客数の十分な回復までにはいたらない。</p> <p>売れ筋商品の傾向や商品に対する評価など、県内事業者役に役立つ情報のフィードバックに努め、新商品の積極的な投入やイベントや情報発信力の強化等による店舗の魅力向上など本県産品の首都圏での販路拡大・販売促進に努め、成果の向上を図る。</p> <p>利用者数は増加すればするほど望ましく、目標の上限を定めることが難しい。</p>						
成果動向	順調・向上								
成果向上余地	成果向上が可能								
成果指標B		説明	<p>令和元年度の旬彩館の売上について、駅地下催事コーナーやオフィスビル等における出張販売など積極的に取組み、外販売上が過去最高になるなど、平成21年度に次ぐ2番目の売上となった。</p> <p>今後、さらに売れる商品づくりを支援するため消費者ニーズの動向等を県内事業者様にフィードバックするとともに、商品のブラッシュアップを支援し、成果の向上に努める。</p> <p>売上額は増加すればするほど望ましく、目標の上限を定めることが難しい。</p>						
成果動向	順調・向上								
成果向上余地	成果向上が可能								
参考：構成事務事業の評価の平均値		成果動向	2.50	順調・向上		成果向上余地	2.00	大幅な成果向上が可能	

4-1 事務事業管理シート（評価対象事業）

予算施策名

kr13

愛媛産品の販路拡大

1 県外アンテナショップ運営事業費				指標動向	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	最終目標 (R?)	コスト (単位：千円)	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	成果 動向	4成果順調である	向上 余地	2一定の成果向上余 地あり					
指標種類1	指標名称1			単位	計画	540000	540000	540000		コスト (単位：千円)	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	評価	4成果順調である	向上 余地	2一定の成果向上余 地あり					
成果 + 70-	70-	利用者数	人	実績	282351	322294	400984	事業費計			56,947	56,947	56,947	54,499					アンテナショップは情報発信機能を主たる目標にしているため、経済性のある程度犠牲にして事業を実施する必要があり、個別の物産を対象とするよりもある程度まとまりをもって情報発信を実施する方が事業効果が大きいことから、県が実施することが適当である。				
				達成率	52.29%	59.68%	74.26%				国費												
				その他	28,752	28,752	28,752				23,606												
指標種類2	70-	アンテナショップ売り上げ額	千円	計画	540000	540000	540000	決算			事業費計	53,804	53,877	55,460					方向1	このまま継続			
				実績	282363	320451	456816					国費									方向2		
				達成率	52.29%	59.34%	84.60%					その他	14,686	15,389						23,028		方向3	
活動 + 70-	70-	PRリーフレット作成部数	部	計画	24000	24000	24000	人役			事業費計	39,118	38,488	32,432					人件費	0.5	0.5		0.5
				実績	24000	24000	24000					3,383	3,025	2,986									
				達成率	100.00%	100.00%	100.00%																
実施期間	始期	終期	事業の概要																				
	H15	-	首都圏における地域産品の販路拡大と観光振興を図るための情報発信拠点として、香川県と共同で東京に設置するアンテナショップの運営に要する経費。また、中部圏域において、本県物産・観光の情報発信の強化及び販路拡大を図る。																				
2 営業戦略費				指標動向	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	最終目標 (R?)	コスト (単位：千円)	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	成果 動向	4成果順調である	向上 余地	2一定の成果向上余 地あり					
指標種類1	指標名称1			単位	計画	800	800	900		コスト (単位：千円)	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	評価	4成果順調である	向上 余地	2一定の成果向上余 地あり					
活動 + 70-	70-	商談会、物産展等の開催回数	回	実績	685	879	904	事業費計			13,458	13,458	13,458	13,458					営業活動により県内外での知名度向上や新たな商談による販路開拓等の成果が上がっている。今後もより一層幅広い分野への営業活動を展開することにより、更なる知名度向上や新たな販路開拓などの成果向上が期待できる。				
				達成率	85.63%	109.88%	100.44%				国費												
				その他	13,458	13,458	13,458				13,458												
指標種類2	70-	商談会、物産展等への参加事業者数	社	計画	5400	5400	6000	決算			事業費計	9,869	11,324	12,786					方向1	このまま継続			
				実績	5226	6200	7388					国費									方向2		
				達成率	96.78%	114.81%	123.13%					その他	9,869	11,324						12,786		方向3	
指標種類3	70-			計画				人役			事業費計								人件費	12	12		12
				実績								81,192	72,600	71,652									
				達成率	-	-	-																
実施期間	始期	終期	事業の概要																				
	H25	-	愛のくに えひめ営業本部の営業活動に係る経費																				
3 「すご味」・「すごモノ」販売支援事業費				指標動向	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	最終目標 (R?)	コスト (単位：千円)	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	成果 動向	4成果順調である	向上 余地	2一定の成果向上余 地あり					
指標種類1	指標名称1			単位	計画	5	6	6		コスト (単位：千円)	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	評価	4成果順調である	向上 余地	2一定の成果向上余 地あり					
活動 + 70-	70-	商談会開催数	回	実績	5	5	6	事業費計			8,976	8,976	13,774	13,774					営業活動により県内外での知名度向上や新たな商談による販路開拓等の成果が上がっている。今後もより一層幅広い分野への営業活動を展開することにより、更なる知名度向上や新たな販路開拓などの成果向上が期待できる。				
				達成率	100.00%	83.33%	100.00%				国費	4,488	4,488	6,887						6,887			
				その他	4,488	4,488	6,887				6,887												
指標種類2	70-	商談会への参加事業者数	事業者数	計画	200	200	200	決算			事業費計	6,481	8,548	13,586					方向1	このまま継続			
				実績	163	168	149					国費	3,240	4,274						6,765	方向2		
				達成率	81.50%	84.00%	74.50%					その他	3,241	4,274						3,074		方向3	
指標種類3	70-			計画				人役			事業費計								人件費	0.7	0.7		0.7
				実績								4,737	4,235	4,180									
				達成率	-	-	-																
実施期間	始期	終期	事業の概要																				
	H27	R4	実需の創出による県内経済の活性化を図るため、県内事業者と県内外バイヤーとのマッチング商談会の開催、首都圏展示会への出展によるビジネス機会の提供により、県内生産者や事業者等の更なる販路開拓・拡大を支援する。																				

4 海外販路拡大支援事業費				指標動向	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	最終目標 (R?)	コスト (単位：千円)	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	成果 動向	4成果順調である	向上 余地	2一定の成果向上余 地あり					
指標種類1	指標名称1			単位	計画	800	800	900		予算	事業費計	11,479	11,472	11,472	評価	営業活動により県内外での知名度向上や新たな商談による販路開拓等の成果が上がっている。今後もより一層幅広い分野への営業活動を展開することにより、更なる知名度向上や新たな販路開拓などの成果向上が期待できる。							
成果	+	70-	展示会商談企業数及び個別営業企業数	企業	実績	685	879	904			国費	4,154	4,150	4,400					4,006				
					達成率	85.63%	109.88%	100.44%			その他												
					計画	5400	5400	6000			県費	7,325	7,322	7,072					7,466				
指標種類2	指標名称2			単位	計画	5400	5400	6000			決算	事業費計	5,166	10,860					10,547	見直し 方向性	方向1	このまま継続	
成果	+	70-	海外での県産品フェア実施数	回	実績	5226	6200	7388				国費	2,583	3,894					4,025		方向2		
					達成率	96.78%	114.81%	123.13%		その他					方向3								
					計画	10	-	-		県費		2,583	6,966	6,522									
指標種類3	指標名称3			単位	計画	10	-	-		人役		3	3	3									
活動	+	70-	販路拡大のための渡航回数	回	実績	0	-	5		人件費		20,298	18,150	17,913									
					達成率	0.00%	-	-															
実施 期間	始期	終期	事業の概要																				
	H27	R4	人口減少により国内マーケットが縮小していきな、海外の有望マーケットを開拓する。本県における従来からの海外展開におけるターゲットゾーンである東アジア、東南アジアに加え、アメリカ、ヨーロッパ等を中心に営業活動を行い、県産品の販路拡大を図る。																				

5 デジタルマーケティング県産品販売促進事業費				指標動向	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	最終目標 (R?)	コスト (単位：千円)	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	成果 動向	5成果向上している	向上 余地	2一定の成果向上余 地あり					
指標種類1	指標名称1			単位	計画	120	174	182		予算	事業費計	18,700	80,850	87,351	評価	R3年度に「IT活用営業推進事業費」と「デジタルマーケティング県産品販売促進事業」を統合。事業実施により、愛媛県産品の認知度拡大や新たな商談による販路開拓等の成果が上がっている。							
成果	+	70-	ポータルサイトへの問合せ件数(年間)	件	実績	158	166	128			国費	9,350	40,425	43,675					43,675				
					達成率	131.67%	95.40%	70.33%			その他								43,676				
					計画	220000	946000	523400			県費	9,350	40,425	43,676									
指標種類2	指標名称2			単位	計画	220000	946000	523400			決算	事業費計	18,700	76,335					85,321	見直し 方向性	方向1	このまま継続	
活動	+	70-	ポータルサイト愛媛百貨選へのアクセス数(年間)	件	実績	860000	475845	439576				国費	9,350	38,167					42,660		方向2		
					達成率	390.91%	50.30%	83.98%		その他			4,779		方向3								
					計画					県費		9,350	33,389	42,661									
指標種類3	指標名称3			単位	計画					人役		0.5	0.5	0.5									
実施 期間	始期	終期	事業の概要																				
	R元	R4	デジタルを活用した営業活動を強化するため、アクセス数やサイト内での商談件数の増加のためのポータルサイトの機能強化を行うとともに、県内事業者向けのデジタル活用セミナーの実施により、県内事業者のEC分野における稼ぐ力の創出等に繋げてきた。																				
					実績					人件費	3,383	3,025	2,986										
					達成率	-	-	-															

6 伝統的工芸品産業振興事業費				指標動向	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	最終目標 (R?)	コスト (単位：千円)	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	成果 動向	3成果横ばい	向上 余地	2一定の成果向上余 地あり					
指標種類1	指標名称1			単位	計画	14700	14700	14700		予算	事業費計	2,740	2,555	2,555	評価	当該事業の生産額は年々減少傾向にあるものの、近年では40代の伝統工芸士が認定されるなど後継者の育成にも寄与していることや、21世紀えひめの伝統工芸大賞事業における出品数増加傾向等から、ある程度の成果向上の余地はあるものと考えられる。							
成果	+	70-	県指定伝統的特産品生産額	百万円	実績	9826	8976	8079			国費												
					達成率	66.84%	61.06%	54.96%			その他												
					計画	9	9	9			県費	2,740	2,555	2,555					2,555				
指標種類2	指標名称2			単位	計画	9	9	9			決算	事業費計	2,470	1,668					1,674	見直し 方向性	方向1	このまま継続	
成果	+	70-	「えひめ伝統工芸士」「えひめ伝統食品士」認定数	人	実績	3	5	3				国費									方向2		
					達成率	33.33%	55.56%	33.33%		その他					方向3								
					計画	1	1	1		県費		2,470	1,668	1,674									
指標種類3	指標名称3			単位	計画	1	1	1		人役		1	1	1									
活動	+	70-	愛媛県伝統的特産品産業振興対策委員会の開催回数	回	実績	1	1	1		人件費		6,766	6,050	5,971									
					達成率	100.00%	100.00%	100.00%															
実施 期間	始期	終期	事業の概要																				
	S54	-	県指定伝統的特産品の高度な技術・技法の保持者をえひめ伝統工芸士等に認定することにより、その社会的評価を高め技術後継者の確保を図るとともに、市場価値の高い商品を発掘し顕彰するコンクールを開催し、市場ニーズに応じた商品づくり意欲の高揚を図る。																				

