

令和4年度 予算施策評価表

様式1

施策名	農林水産物の消費拡大・販売力強化					予算施策コード	ns09
担当部局名	農林水産部	農政企画局	ブランド戦略課	評価責任者	課長 増本 勝巳	連絡先	4072

1 施策の内容

施策の目標	近年、食料消費の多様化や産地間競争の激化の中、本県の基幹産業である農林水産物の振興のためには、消費・販売拡大に向けた対策が急務となっている。このため、安全・安心・健康志向の高まりを踏まえ、消費者の多様なニーズに対応した高品質で販売力の強い農林水産物の生産拡大を図るとともに、県内外の消費者及び流通業者に対する県産農林水産物の認知度向上及び消費・販売拡大を図る。
-------	--

これまでの取り組み	<ul style="list-style-type: none"> ・14年度：統一キャッチフレーズ「愛媛産には、愛がある。」の下、県産農林水産物の消費宣伝活動等を実施。 ・15年度：特別栽培農産物等認証制度の実施や銘柄豚開発・供給体制整備への着手等の高付加価値化の取り組みを支援。 ・17年度：県内各界・各層の参画のもと『えひめ愛フード推進機構(H17年6月)』を設立。策定したブランド戦略をもとにしたトップセールスやビジネスコンベンション、地産地消フェアを開催したほか、新規販路の開拓を目的に台湾へのテスト輸出を実施。さらに地産地消の日の制定、愛あるサポーターの登録、生産者と消費者との交流商談会等を実施。 ・18年度：「愛」あるブランド認定制度を創設。品質に優れる農林水産物28品目57産品を認定しPRを実施。 ・19年度：新たに加工品をブランド認定対象に追加。認定産品は35品目78産品。これらのブランド産品を中心に、大消費地である東京・近畿地区でのトップセールス、百貨店・量販店での愛媛県フェア、都内ホテルでの試食会などを実施。 ・20年度：新規2産品追加、認定数は35品目80産品。・21年度：新規2産品追加、認定数は36品目72産品。「えひめスイーツプロジェクト」など、県内外での販路開拓を実施。 ・22年度：新規1産品追加、認定数は37品目69産品。「大街道マルシェ」を開催するなど、県内外での販路開拓を拡充実施。・23年度：新規5産品追加、認定数は41品目74産品。台湾・香港でのトップセールスなど、国内外での販路開拓を拡充実施。 ・24年度：新規認定なし、認定数は39品目69産品。シンガポールへのトップセールスなど東アジアへの販路開拓を拡充実施。・25年度：新規3産品追加、認定数は38品目71産品。シンガポール・マレーシアなどへの販路開拓を拡充実施。 ・26年度：新規9産品追加、認定数は42品目80産品。シンガポール・マレーシアで販売拡大に向けたフェア等実施。・27年度：新規3産品追加、認定数は42品目83産品。台湾・シンガポール・マレーシアで販売拡大に向けたフェア等実施。 ・28年度：新規5産品追加、認定数は43品目87産品。台湾・マレーシア・カナダ・UAE等で販路拡大に向けたフェア等実施。・29年度：新規1産品追加、認定数は43品目86産品。台湾・香港・マレーシア・カナダ等で販路拡大に向けたフェア等実施。 ・30年度：新規認定なし、認定数は43品目82産品。台湾・香港・マレーシア・EU等で販路拡大に向けたフェア等実施。・元年度：新規1産品追加、認定数は44品目83産品。台湾・香港・マレーシア・EU等で販路拡大に向けたフェア等実施。 ・2年度：新規3産品追加、認定数は46品目85産品。台湾・香港・マレーシア・EU等で販路拡大に向けたフェア等実施。・3年度：新規1産品追加、認定数は47品目83産品。台湾・香港・マレーシア・EU等で販路拡大に向けたフェア等実施。 4年度：新規1産品追加、認定数は47品目82産品。台湾・香港・マレーシア・EU等で販路拡大に向けたフェア等実施。
-----------	--

成果指標名(目標の達成度合いを示す指標)

A	京浜市場における本県産柑橘類出荷量のシェア	B	「愛」あるブランド産品の年間販売額の向上
選択理由	柑橘類は本県を代表する農産物であり日本最大の消費地を抱える京浜市場でのシェアは、本県農産物の販売力の指標と考えられる。	選択理由	県産農林水産物の代表産品である「愛」あるブランド産品の年間販売額の向上が、適切な指標と考えられる。
算定方法	京浜市場への柑橘類総出荷量で、本県からの入荷量を除する。	算定方法	「愛」あるブランド産品の年間販売額の対前年度比
成果と指標の関係	強	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)	+	成果と指標の関係
	強	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	%		%	%		%	千円					
2年度	30	34	113.3%	105	98.7	94.0%	1,899,175	1,797,712	49,503	51,960	1,800,420	206,371
3年度	30	34	113.3%	105	110.4	105.1%	791,620	675,915	51,222	64,483	586,788	135,520
4年度	30	35	116.7%	105	97.4	92.8%	818,352	686,029	54,203	78,120	472,433	176,153

2 施策の評価

県の関与の必要性		説明	農林水産物の消費拡大・販売力強化は、本県の基幹産業である農林水産業の振興に直結したものであり、食料の安定供給はもとより、地域の活性化や農業・農村の多面的機能の維持・向上を図る上で極めて重要な施策である。このため、「愛媛産には、愛がある。」の統一キャッチフレーズのもと、県産農林水産物の消費宣伝活動を実施してきたところであり、今後とも一層の消費拡大・販売力強化を図る。						
高い									
成果指標A		説明	京浜市場における本県産柑橘類出荷量のシェアの向上については、目標を超える数値で推移している。 県産農林水産物等の消費拡大や販売力強化のためには、その宣伝・普及・啓発活動を継続的に実施し、定着を図ることが重要である。このため、今後、引き続き流通・消費におけるニーズに応じた産地・産物情報を発信するとともに、認定したブランド産品や安全安心な農産物のPR、県内外における県産農林水産物等のファンの拡大に取り組むことにより、一層の成果向上を図ることができると見込まれる。						
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	4年度は対前年比微減となっており、成長度合いは鈍化傾向にあることから、成果動向は横ばい。 ブランド産品も認定数が多くなり新規認定による上乗せ効果は相対的に小さくなっていること、また、主力であるかんきつ類は生産量減少傾向にあることから、成果向上余地は小さくなっている。今後は、流通・消費におけるニーズに応じた産地・産物情報を発信するとともに、新規認定したブランド産品や安全安心な農産物のPR、県内外における県産農林水産物等のファンの拡大に取り組むことにより、成果向上を図ることができると見込まれる。						
成果動向	横這い								
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	2.18	順調・向上		成果向上余地	1.76	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

ns09

農林水産物の消費拡大・販売力強化

1 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	評価	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	5400	5400	6000				事業費計	16,000	16,000	16,000	16,000		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。	方向1	このまま継続						
成果	+	70-	商談会、物産展等への参加事業者数	社	実績	5226					6200	7388	国費							方向2				
					達成率	96.78%					114.81%	123.13%		その他										
					計画	800					800	900			県費			16,000	16,000					16,000
指標種類2	指標名称2	単位	計画	800	800	900					事業費計	11,119	15,161	15,666				方向3						
活動	+	70-	商談会、物産展等の開催回数	件	実績	685						879	904	国費										
					達成率	85.63%						109.88%	100.44%		その他									
					計画								県費					11,119	15,161	15,666				
指標種類3	指標名称3	単位	計画								事業費計							人役	6	6	6	見直し方向性		
実施期間	H25	終期	事業の概要	実績									国費							人件費	40,596			
				達成率	-	-	-	その他																
				計画					県費															
初期	終期	事業の概要																						
愛のくに えひめ営業本部の営業活動に係る経費																								

2 えひめ・まつやま産業まつり開催費				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	評価	成果 動向	3成果横ばい	向上 余地	1成果向上余地が小 さい				
指標種類1	指標名称1	単位	計画	120	120	120				事業費計	0	1,920	13,000	13,000		方向1	このまま継続						
成果	+	70-	来場者数	千人	実績	中止					中止	90	国費						方向2				
					達成率	-					-	75.00%		その他									
					計画	310					310	310			県費		0	1,920					13,000
指標種類2	指標名称2	単位	計画	310	310	310					事業費計	0	1,919	12,856			方向3						
活動	+	70-	出展団体数	団体	実績	中止						中止	242	国費									
					達成率	-						-	78.06%		その他								
					計画								県費				0	1,919	12,856				
指標種類3	指標名称3	単位	計画								事業費計						人役	0.3	0.3	0.3	見直し方向性		
実施期間	H23	終期	事業の概要	実績									国費						人件費	2,030			
				達成率	-	-	-	その他															
				計画					県費														
初期	終期	事業の概要																					
本県農林水産業をはじめとする地域産業の一層の発展につなげるため県と松山市が連携した大型イベントの開催に係る経費																							

3 地産地消促進事業費				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	評価	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	40	40	40				事業費計	10,150	13,415	12,315	13,930		方向1	このまま継続						
成果	+	70-	学校給食における地場産物の活用状況	%	実績	42					45	51.1	国費	1,750	4,235		3,135	4,750	方向2				
					達成率	105.00%					112.50%	127.75%		その他									
					計画	33000					33000	11000			県費		8,400	9,180					9,180
指標種類2	指標名称2	単位	計画	33000	33000	11000					事業費計	6,076	12,434	11,601			方向3						
活動	+	70-	全国学校給食週間における啓発資料配布数	部	実績	30000						11000	11000	国費	650						4,114	3,040	
					達成率	90.91%						33.33%	100.00%		その他								
					計画								県費				5,426	8,320	8,561				
指標種類3	指標名称3	単位	計画								事業費計						人役	1	1	1	見直し方向性		
実施期間	H25	R6	事業の概要	実績									国費						人件費	6,766			
				達成率	-	-	-	その他															
				計画					県費														
初期	終期	事業の概要																					
未来を担う若い世代を中心に学校給食への県産食材の活用等による地産地消を推進するための経費																							

4 えひめの農林水産物販売拡大サポート事業費				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	1成果向上余 地が小 さい					
指標種類1	指標名称1			単位	計画	105	105	105		コスト (単位:千円)	事業費計	16,030	13,030	13,030	評価	3成果横ばい	向上 余地	1成果向上余 地が小 さい					
成果 + 70-	「愛」あるブランド製品の 年間販売額の向上	%	実績	98.7	110.4	97.4	予算	国費			1,500												
			達成率	94.00%	105.14%	92.76%		その他			14,530	13,030	13,030	13,030									
			計画					県費															
指標種類2	指標名称2			単位	計画						コスト (単位:千円)	事業費計	13,030	13,030					13,030	見直し 方向性	このまま継続		
			実績				決算	国費				0											
			達成率	-	-	-		その他		13,030		13,030	13,030										
			計画					県費															
指標種類3	指標名称3			単位	計画					コスト (単位:千円)		事業費計				見直し 方向性	このまま継続						
			実績				人役					4.9	4.9	4.9									
			達成率	-	-	-		人件費			33,154	29,645	29,258										
			計画																				
実施 期間	始期	終期	事業の概要																				
	H20	R7	えひめ愛フード推進機構を中心に、生産者や市町等と連携し、県産農林水産物のブランド化や国内外での販路開拓を図るための経費																				

5 県産農林水産物輸出促進事業費				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	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	35	50	125		コスト (単位:千円)	事業費計	10,610	30,622	16,622	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-	県産かんきつ輸出品	トン	実績	83.5	107.2	136.8	予算	国費			6,805	25,311	11,311	13,161									
			達成率	238.57%	214.40%	109.44%		その他															
			計画					県費			3,805	5,311	5,311	7,161									
指標種類2	指標名称2			単位	計画	30000	40000	90000			コスト (単位:千円)	事業費計	10,549	20,289					16,347	見直し 方向性	このまま継続		
成果 + 70-	県産かんきつ輸出品金額	千円	実績	43412	49936	107483	決算	国費				6,744	14,978	11,036									
			達成率	144.71%	124.84%	119.43%		その他															
			計画	15	20	20		県費		3,805		5,311	5,311										
指標種類3	指標名称3			単位	計画	15	20	20		コスト (単位:千円)		事業費計				見直し 方向性	このまま継続						
活動 + 70-	プロモーション販売の回数	回数	実績	7	9	12	人役					0.5	0.5	0.5									
			達成率	46.67%	45.00%	60.00%		人件費			3,383	3,025	2,986										
			計画																				
実施 期間	始期	終期	事業の概要																				
	H27	R6	かんきつをはじめとする県産青果物の輸出促進を図るための経費																				

6 県産かんきつPR強化事業費				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	75	90	90		コスト (単位:千円)	事業費計	75,724	15,000	20,000	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-	かんきつと都道府県名の関 連調査	%	実績	68.6	68.7	72.8	予算	国費			75,724	7,500	10,000	5,000									
			達成率	91.47%	76.33%	80.89%		その他															
			計画					県費				7,500	10,000	5,000									
指標種類2	指標名称2			単位	計画	26000	48000	60000			コスト (単位:千円)	事業費計	75,724	15,000					20,000	見直し 方向性	見直し(拡大・縮小・執行方法の改善等)		
成果 + 70-	全農えひめオンライン ショップ売上(下半期)	万円	実績	15186	20755	24849	決算	国費				75,724	7,500	10,000									
			達成率	58.41%	43.24%	41.42%		その他															
			計画					県費				7,500	10,000										
指標種類3	指標名称3			単位	計画					コスト (単位:千円)		事業費計				見直し 方向性	有効性改善						
			実績				人役					0.5	0.5	0.5									
			達成率	-	-	-		人件費			3,383	3,025	2,986										
			計画																				
実施 期間	始期	終期	事業の概要																				
	R2	R7	デジタルとリアルによる県産かんきつPRを図るための経費																				

これまでの実績を踏まえ、「選択と集中」により、効果の高い事業に注力する
で、コストを縮減しつつ、効果的なPRを行う。

7 えひめ食材定期便販路拡大事業費				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	60	80			予算	事業費計	0	15,390	19,332	22,417	評価			
成果 + 70-	参加飲食店数	店	実績		62	125			国費			7,506	9,236	10,556					
			達成率	-	103.33%	156.25%			その他										
指標種類2	指標名称2			単位	計画	160	120			決算	事業費計	0	14,750	18,883	見直し 方向性		方向1	このまま継続	
成果 + 70-	提案食材数	者	実績		148	120			国費			7,271	9,087	方向2					
			達成率	-	92.50%	100.00%			その他					方向3					
指標種類3	指標名称3			単位	計画					県費		7,479	9,796						
実施 期間	始期	終期	事業の概要							人役		2.0	2.0						
	R3	R7	食材サンプルを大都市圏の飲食店へ定期配送・提案することで県産食材の販路拡大を図るための経費							人件費		12,100	11,942						

8 生産流通推進事業費				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	3成果横ばい	向上 余地	1成果向上余 地が小さい	
指標種類1	指標名称1			単位	計画	75949	75949	75949		予算	事業費計	5,776	5,417	5,417	5,417	評価			
成果 + 70-	地方卸売市場 青果物取扱量	トン	実績		67885	64203	R5.11頃判明		国費		641								
			達成率	89.38%	84.53%	-			その他										
指標種類2	指標名称2			単位	計画	10	10	10		決算	事業費計	4,253	4,606	5,096	見直し 方向性		方向1	このまま継続	
成果 + 70-	卸売市場調査	回	実績		11	11	11		国費		375						方向2		
			達成率	110.00%	110.00%	110.00%			その他					方向3					
指標種類3	指標名称3			単位	計画					県費	3,878	4,606	5,096						
実施 期間	始期	終期	事業の概要							人役	0.2	0.2	0.2						
	S28		卸売市場法に基づく卸売市場へのヒアリングや商標登録等にかかる経費							人件費	1,354	1,210	1,195						

9 えひめ花まつり開催費				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	1成果なし	向上 余地	1成果向上余 地が小さい			
指標種類1	指標名称1			単位	計画	37	37	37		予算	事業費計	1,267	1,267	1,267	1,173	評価					
成果 + 70-	県内花き類産出額	億円	実績		20	34	R6.3判明		国費						見直し 方向性						
			達成率	54.05%	91.89%	-			その他												
指標種類2	指標名称2			単位	計画	10000	10000	10000		決算	事業費計	1,267	1,267	1,267			1,173	花き類の生産振興、消費拡大に向けて、例年5月3、4日に「えひめ花まつり」については、新型コロナウイルスの影響により令和4年度も開催中止となった。令和2年度以降3年連続で開催できなかった現状を鑑み、在り方そのものからを見直す必要がある。	方向1	見直し（拡大・縮小・執行方法の改善等）	
成果 + 70-	花まつり参加者数	人	実績		中止	中止	中止		国費								方向2		有効性改善		
			達成率	-	-	-			その他								方向3		成果向上		
指標種類3	指標名称3			単位	計画					県費	334	55	24								
実施 期間	始期	終期	事業の概要							人役	0.5	0.5	0.5								
	S41		県民に花と親しむ機会を提供し、花の魅力や花が生活にもたらす豊かさ等をPRすることにより、花に対する意識を向上させるとともに、花の利用・消費拡大と県内花き産業の振興を図る。							人件費	3,383	3,025	2,986								

10 えひめ食農教育推進事業費				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	2成果低迷している	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	2300	2300	2300	/	予算	事業費計	1,093	1,093	1,093	1,093	評価	実施回数は増加したが、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため小規模開催となり、1講座の参加者が大幅に減少した。状況が改善させるにつれ、参加人数を増やしている。また、新たな手法として郷土料理調理動画の作成、配信をしており、状況に応じた効果的な食文化伝承活動を実施している。						
成果	+	70-	講座等への参加者数	人	実績	780	925	1446			国費												
					達成率	33.91%	40.22%	62.87%			その他												
					県費	1,093	1,093	1,093			1,093												
指標種類2	指標名称2			単位	計画	26	26	26			決算	事業費計	1,093	1,093	1,093					見直し 方向性	方向1	このまま継続	
活動	+	70-	食文化普及講座等実施回数	回	実績	36	36	40				国費										方向2	
					達成率	138.46%	138.46%	153.85%		その他						方向3							
					県費	1,093	1,093	1,093															
指標種類3	指標名称3			単位	計画					人役		0.2	0.2	0.2	コロナ禍における会場の人数制限により、1講座当たりの参加人数が制限されたことが成果低迷の原因であり、講座開催数は年々増加しているため、通常の開催ができるようになれば目標は達成できる。								
実施 期間	H17	初期	終期	事業の概要	実績					人件費		1,354	1,210	1,195									
					達成率	-	-	-															

11 魚食推進事業費				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	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	65000	65000	65000	/	予算	事業費計	2,169	4,048	4,048	4,048	評価	新型コロナウイルス感染症の影響は、外食需要にとって厳しかった半面、内食需要の拡大を通じて魚介類の美味しさや面白さが再認識され、水産物消費の増加がみられた。SNSや「さかなクン」等を活用した県産水産物や魚料理に関する情報発信、継続的な魚食普及活動により一定の効果が現れた。						
成果	+	70-	都道府県庁所在市別1世帯 当たり魚介類支出金額(松 山市 二人以上の世帯)	円	実績	66077	69455	65197			国費												
					達成率	101.66%	106.85%	100.30%			その他												
					県費	2,169	4,048	4,048			4,048												
指標種類2	指標名称2			単位	計画	4	8	8			決算	事業費計	2,169	3,925	4,046					見直し 方向性	方向1	このまま継続	
活動	+	70-	魚食関係の情報発信回数 (イベント及び講習会)	回	実績	5	9	8				国費										方向2	
					達成率	125.00%	112.50%	100.00%		その他						方向3							
					県費	2,169	3,925	4,046															
指標種類3	指標名称3			単位	計画					人役		0.5	0.5	0.5	水産物の消費低迷が続く中、水産県愛媛として水産物の消費拡大対策に取り組む必要があり、一般県民向けイベントや子ども・親子向けの講習会の開催だけでなく、国内外の消費者に向けた本県水産物や県産水産物、魚料理等についてSNSを活用した情報発信にも取り組む。								
実施 期間	H22	初期	終期	事業の概要	実績					人件費		3,383	3,025	2,986									
					達成率	-	-	-															

12 媛スマ産地づくり推進事業費				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	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	5000	6000	7000	/	予算	事業費計	30,911	28,899	25,893	17,670	評価	新型コロナウイルスの感染拡大により、高級魚の販売不振が続く中、媛スマに関しては積極的なプロモーションなどにより、販売は非常に好調である。反面、へい死等により、需要に生産が追いついていない状況であり、今後も安定的な生産体制を構築していく必要がある。						
成果	+	70-	出荷尾数	尾	実績	20979	12539	13009			国費	14,913	12,901	9,895	3,036								
					達成率	419.58%	208.98%	185.84%			その他	15,998	15,998	15,998	14,634								
					県費																		
指標種類2	指標名称2			単位	計画	15	20	25			決算	事業費計	24,746	18,921	17,100					見直し 方向性	方向1	このまま継続	
活動	+	70-	試験販売等PRや営業回数	回	実績	62	47	35				国費	9,817	9,819	8,715							方向2	
					達成率	413.33%	235.00%	140.00%		その他		14,929	9,102	8,385		方向3							
					県費																		
指標種類3	指標名称3			単位	計画					人役		1	1	1	本県養殖スマの「産地づくり」への取組みを加速的に促進させるため、プレミアムな愛育フィッシュとしての価値を保ちつつ、今後の生産拡大を見据え、国内外への販売戦略を検討するとともに、養殖に取り組む漁家を拡大し、安定的な生産体制の構築を目指す。								
実施 期間	H26	初期	終期	事業の概要	実績					人件費		6,766	6,050	5,971									
					達成率	-	-	-															

13 水産物輸出基盤整備支援事業費				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	1成果向上余地为小 さい				
指標種類1	指標名称1			計画	2	2	2			予算	事業費計	115,701	567,420	493,228	0	評価	毎年度、HACCP対応施設が増加している。					
活動 + 70-	HACCP加工施設の整備	施設	実績	2	4	1	国費				112,282	567,420	493,228	決算	事業費計					102,859	403,877	166,722
			達成率	100.00%	200.00%	50.00%	その他				3,419				国費					100,290	403,877	166,722
			計画	1	0	1	その他				2,569				国費							
指標種類2	指標名称2			計画	1	0	1				人役	0.6	0.6	0.6	見直し 方向性					方向1	休止・廃止	
成果 + 70-	輸出計画の策定	件	実績	1	0	1	人件費					4,060	3,630	3,583						方向2		
			達成率	100.00%	-	100.00%				方向3												
指標種類3	指標名称3			計画						事業への応募がないことから令和5年度当初予算を計上していないが、国は令和5年度も予算計上し募集期間を設定して事業の要望調査を行っており、応募があった場合は、事業内容を精査し、予算化する。												
実施期間	始期 R2	終期 R4	事業の概要 北米等向け県産養殖魚の輸出を増加させるため、GFPグローバル産地計画の策定や生産・加工等の体制構築支援、事業効果の検証・改善支援を実施するとともに、海外HACCP対応施設を整備する。																			

14 県産真珠販売促進事業費				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	2成果低迷している	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			計画	8300	8900	12000			予算	事業費計	4,757	4,534	4,131	1,623	評価	新型コロナウイルス感染症の影響により、海外への渡航が制限され、予定していた海外での販売会が開催できなかった。						
成果 + 70-	愛媛県真珠販売促進協議会 による真珠販売額	千円	実績	782	760	1751	国費				1,380	1,480	1,423	529	決算					事業費計	1,142	872	2,088
			達成率	9.42%	8.54%	14.59%	その他							国費						527	301	554	
			計画	8	9	9	その他							国費									
指標種類2	指標名称2			計画	8	9	9				人役	0.1	0.1	0.1	見直し 方向性					方向1	このまま継続		
成果 + 70-	愛媛県真珠販売促進協議会 での活動件数	件	実績	1	4	9	人件費					677	605	598						方向2			
			達成率	12.50%	44.44%	100.00%				方向3													
指標種類3	指標名称3			計画						海外の有力な販売拠点である台湾や国内での知名度向上のため、生産・加工業者・流通業者及び行政で構成する県真珠販売促進協議会で、県産真珠の販路開拓や国内での県産真珠認知度向上に取り組む。													
実施期間	始期 R2	終期 R4	事業の概要																				

15 首都圏まるごと愛媛PRキッチンカー運営事業費				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			計画			540			予算	事業費計	0	0	9,769	7,408	評価							
成果 + 70-	キッチンカーによる売上	万円	実績			640	国費						9,769	3,704	決算					事業費計	0	0	9,769
			達成率	-	-	118.52%	その他							国費								9,769	
			計画				その他							国費									
指標種類2	指標名称2			計画							人役				見直し 方向性					方向1	このまま継続		
指標種類3	指標名称3	単位	実績				人件費													1	方向2		
			達成率	-	-	-				方向3													
実施期間	始期 R4	終期 R6	事業の概要 首都圏においてキッチンカーを活用した県産農林水産物の販売・PR活動に取り組むための経費																				

16 県産水産物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	5000	5000	5000		予 算	事業費計	9,846	10,025	10,158	10,164	評 価	R4年度については、新型コロナウイルスの影響により、前年に続き例年の2/3程度の出展規模であったが、県ブースへの来訪者数及び商談件数は昨年度より大幅に増加しており、アフターコロナにおいては更なる伸長が期待できる。						
成果 + 70-	70-	愛媛県ブースへの来訪者数	人	実績	2500	3700	5500	国費			3,667	4,046	4,179	4,185									
				達成率	50.00%	74.00%	110.00%	その他			6,179	5,979	5,979	5,979									
指標種類2	指標名称2			単位	計画	15000	15000	15000			決 算	事業費計	7,394	9,412	9,511					見 直 し 方 向 性	方向1	このまま継続	
成果 + 70-	70-	商談成約金額	千円	実績	405690	273850	243210	国費					3,449	4,046	4,138						方向2		
				達成率	2704.60%	1825.67%	1621.40%	その他					3,945	5,366	5,373						方向3		
指標種類3	指標名称3			単位	計画	15	15	15	人 役	人 件 費			0.2	0.2	0.2	ウィズコロナにふさわしい手法を実施することにより、成果向上につなげる。							
活動 + 70-	70-	商談会参加事業者数	人	実績	10	9	13	1,354					1,210	1,195									
				達成率	66.67%	60.00%	86.67%																
実施 期間	始期	終期	事業の概要																				
	H25	R6	国内最大規模の水産関係展示商談会である「ジャパン・インターナショナル・シーフードショー」(東京会場)に愛媛県ブースへの出展や愛媛水産フェアの開催。																				

17 愛育フィッシュ輸出拡大事業費				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	3大きく成果向上す る					
指標種類1	指標名称1			単位	計画	2000000	7500000	8800000		予 算	事業費計	15,383	22,221	25,202	32,368	評 価	R4年度については、新型コロナウイルスの影響により、前年に続き例年の2/3程度の出展規模であったが、県ブースへの来訪者数及び商談件数は昨年度より大幅に増加しており、アフターコロナにおいては更なる伸長が期待できる。						
成果 + 70-	70-	輸出実績額	円	実績	2001309	7978920	11843370	国費			6,006	6,006	6,006	12,006									
				達成率	100.07%	106.39%	134.58%	その他			9,377	16,215	19,196	20,362									
指標種類2	指標名称2			単位	計画						決 算	事業費計	12,215	16,753	22,071					見 直 し 方 向 性	方向1	このまま継続	
				実績				国費					6,005	6,005	5,692						方向2		
				達成率	-	-	-	その他					6,210	10,748	16,379						方向3		
指標種類3	指標名称3			単位	計画				人 役	人 件 費			0.7	2.7	2.7	ウィズコロナにふさわしい手法を実施することにより、成果向上につなげる。							
				実績				4,737					16,335	16,122									
				達成率	-	-	-																
実施 期間	始期	終期	事業の概要																				
	H24	R6	北米及びEU等に対する愛育フィッシュを中心とした県産水産物の輸出拡大																				

4 県産農林水産物パブリシティ発信強化事業費	コスト (単位：千円)						コスト (単位：千円)			
	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R2年度		R3年度	R4年度		
評価対象外の理由	事業費計	0	0	20,998	0	決算	事業費計	0	0	20,362
単年度事業	国費			20,998			国費			20,362
評価対象外その他の理由(記述)	その他						その他			
	県費						県費			
							人役			1.5
						人件費			8,957	

5 えひめ水産応援プロモーション推進事業費	コスト (単位：千円)						コスト (単位：千円)			
	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R2年度		R3年度	R4年度		
評価対象外の理由	事業費計	0	0	39,895	0	決算	事業費計	0	0	39,494
単年度事業	国費			39,895			国費			39,494
評価対象外その他の理由(記述)	その他						その他			
	県費						県費			
							人役			0.8
						人件費			4,777	

6 県産かんきつファン拡大事業費	コスト (単位：千円)						コスト (単位：千円)			
	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R2年度		R3年度	R4年度		
評価対象外の理由	事業費計	0	0	25,687	0	決算	事業費計	0	0	25,676
単年度事業	国費			25,687			国費			25,676
評価対象外その他の理由(記述)	その他						その他			
	県費						県費			
							人役			1.5
						人件費			8,957	

