

令和3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業の振興のためには、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組みを支援。 ・17年度:県内各界・各層の参画のもと『えひめ愛産フード推進機構(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、産地消費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。さらに産地消費の日の制定、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。
----------	--

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	+	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・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					
元年度	30	37	123.3%	105	101.1	96.3%	146,922	23,055	13,030	110,837		121,962
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 目標値	30			105			4年度当初予算	881,039	748,716	54,203	78,120	
最終目標												

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	2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	2.19	順調・向上	成果向上余地	1.75	成果向上が可能

今後予測される環境変化

- ・農林水産物の消費の伸び悩み
- ・行政によるPRや地域特産物の情報発信(ブランド化等)など、販売拡大に向けた全国的な競争の激化
- ・安全、安心、健康志向の高まり、残留農薬問題等への対応

3 施策の今後の方向性

県や農林水産団体等で「えひめ愛フード推進機構」を設立(H17年度)し、官民をあげてブランド化や販売拡大に取り組んだ結果、首都圏の食品スーパーやレストラン等で、多数の愛あるブランド産品が採用されるなど、愛媛ブランドの認知度向上や売上額の増加につながっている。

他産地との競争に勝ち抜くため、さらなる認知度向上を図るとともに、次の事業に重点的に取り組み、ビジネスベースでの取引が維持・拡大されるよう努める。

- 本県が誇る柑橘や愛育フィッシュ(養殖魚)を中心とした県産農林水産物の大都市圏及び東アジア等への販路開拓
- 大都市圏における民間企業と連携した愛媛ブランド・愛媛産品の情報発信の強化やセールスフォローアップの充実
- 地産地消の推進や農産物を使ったスイーツ商品の開発など消費拡大に向けた取組みの実施 等

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	R元年度	R2年度	R3年度	R4年度	最終目標 (R?)	コスト (単位：千円)	R元年度	R2年度	R3年度	R4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	5400	5400	5400	6000	コスト (単位：千円)	R元年度	R2年度	R3年度	R4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-	商談会、物産展等への参加事業者数	社	実績	4780	5226	6200		事業費計	16,000	16,000	16,000					16,000	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	88.52%	96.78%	114.81%		国費									
				その他														
指標種類2	指標名称2	単位	計画	800	800	800	900	事業費計	16,000	16,000	16,000	16,000	見直し方向性	方向1 方向2 方向3	このまま継続			
活動	+ 70-	商談会、物産展等の開催回数	件	実績	862	685	879	国費										
				達成率	107.75%	85.63%	109.88%	その他										
				県費	15,298	11,119	15,161											
指標種類3	指標名称3	単位	計画					事業費計	15,298	11,119	15,161							
実施期間	始期	終期	事業の概要					人役	6.0	6.0	6.0							
	H25	予定・見込があれば記入	愛のくに えひめ営業本部の営業活動に係る経費					人件費	40,836	40,596	36,300							
2 えひめ・まつやま産業まつり開催費		指標動向	R元年度	R2年度	R3年度	R4年度	最終目標 (R?)	コスト (単位：千円)	R元年度	R2年度	R3年度	R4年度	成果動向	4成果順調である	向上余地	1成果向上余地が小さい		
指標種類1	指標名称1	単位	計画	120	120	120	120	コスト (単位：千円)	R元年度	R2年度	R3年度	R4年度	評価	4成果順調である	向上余地	1成果向上余地が小さい		
成果	+ 70-	来場者数	%	実績	130	中止	中止		事業費計	13,000	0	1,920					13,000	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	108.33%	-	-		国費									
				その他														
指標種類2	指標名称2	単位	計画	310	310	310	310	事業費計	13,000	0	1,920	13,000	見直し方向性	方向1 方向2 方向3	このまま継続			
活動	+ 70-	出展団体数	団体	実績	322	中止	中止	国費										
				達成率	103.87%	-	-	その他										
				県費	12,945	0	1,919											
指標種類3	指標名称3	単位	計画					事業費計	12,945	0	1,919							
実施期間	始期	終期	事業の概要					人役	0.9	0.3	0.3							
	H23		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					人件費	6,126	2,030	1,815							
3 地産地消促進事業費		指標動向	R元年度	R2年度	R3年度	R4年度	最終目標 (R?)	コスト (単位：千円)	R元年度	R2年度	R3年度	R4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	40	40	40	40	コスト (単位：千円)	R元年度	R2年度	R3年度	R4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-	学校給食における地場産物の活用状況	%	実績	42.3	42.0	45		事業費計	8,291	10,150	13,415					12,315	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	105.75%	105.00%	112.50%		国費	100	1,750	4,235					3,135	
				その他														
指標種類2	指標名称2	単位	計画	33000	33000	33000	11000	事業費計	8,191	8,400	9,180	9,180	見直し方向性	方向1 方向2 方向3	このまま継続			
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	33000	30000	11000	国費		650	4,114							
				達成率	100.00%	90.91%	33.33%	その他										
				県費	7,361	6,076	12,434											
指標種類3	指標名称3	単位	計画					事業費計	7,361	5,426	8,320							
実施期間	始期	終期	事業の概要					人役	1.0	1.0	1.0							
	H25	R6	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					人件費	6,806	6,766	6,050							

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	R元年度	R2年度	R3年度	R4年度	最終目標 (R?)	コスト (単位: 千円)	R元年度	R2年度	R3年度	R4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	105	事業費計	13,030	16,030	13,030	13,030	評価										
成果 +	70-	「愛」あるブランド製品の年間販売額の向上	%	実績	101.1	98.7	110.4	国費		1,500													
				達成率	96.29%	94.00%	105.14%	その他	13,030	14,530	13,030	13,030											
指標種類2	指標名称2	単位	計画					事業費計	13,030	13,030	13,030	見直し方向性					方向1 方向2 方向3	このまま継続					
				実績				国費		0													
				達成率				その他	13,030	13,030	13,030												
指標種類3	指標名称3	単位	計画					人役	4.9	4.9	4.9									見直し方向性	方向1 方向2 方向3	このまま継続	
				実績				人件費	33,350	33,154	29,645												
				達成率				事業の概要															
実施期間	始期	終期	事業の概要								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	R元年度	R2年度	R3年度	R4年度	最終目標 (R6年度)	コスト (単位: 千円)	R元年度	R2年度	R3年度	R4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	35	50	125	175	事業費計	19,831	10,610	30,622	24,622	評価										
成果 +	70-	県産かんきつ輸出量	トン	実績	83.9	83.5	107.2	国費	11,155	6,805	25,311	19,311												
				達成率	239.71%	238.57%	214.40%	その他																
指標種類2	指標名称2	単位	計画	30000	30000	40000	90000	130000	事業費計	18,504	10,549	20,289	見直し方向性					方向1 方向2 方向3	このまま継続					
成果 +	70-	県産かんきつ輸出金額	千円	実績	37,220	43412	49,936	国費	9,828	6,744	14,978													
				達成率	124.07%	144.71%	124.84%	その他																
指標種類3	指標名称3	単位	計画	15	15	20	20	25	事業費計	8,676	3,805	5,311									見直し方向性	方向1 方向2 方向3	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	15	7	9	国費																
				達成率	100.00%	46.67%	45.00%	その他	8,676	3,805	5,311													
実施期間	始期	終期	事業の概要								かんきつをはじめとする県産青果物及び赤石五葉松盆栽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	R元年度	R2年度	R3年度	R4年度	最終目標 (R?)	コスト (単位: 千円)	R元年度	R2年度	R3年度	R4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	事業費計	0	75,724	15,000	20,000	評価										
成果 +	70-	かんきつと都道府県名の関連調査	%	実績	59.6	68.6	68.7	国費		75,724	7,500	10,000											
				達成率		91.47%	76.33%	その他															
指標種類2	指標名称2	単位	計画		26000	48000	60000	事業費計	0	75,724	15,000	見直し方向性					方向1 方向2 方向3	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	8,662	15186	20,755	国費		75,724	7,500												
				達成率		58.41%	43.24%	その他															
指標種類3	指標名称3	単位	計画					事業費計			7,500									見直し方向性	方向1 方向2 方向3	有効性改善	成果向上
				実績				国費			0.5												
				達成率				その他															
実施期間	始期	終期	事業の概要								コロナ禍におけるかんきつの健康面を切り口とした首都圏等でのPRの強化を図るための経費												

7 えひめ食材販路拡大定期便事業費		指標動向	R元年度	R2年度	R3年度	R4年度	最終目標 (R?)	コスト (単位: 千円)	R元年度	R2年度	R3年度	R4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		事業費計	0	0	15,390	19,332	評価										
成果 +	70-	参加飲食店数	店	実績		62		国費			7,506	9,236											
				達成率			103.33%		その他														
指標種類2	指標名称2	単位	計画		160	120		事業費計	0	0	14,750	見直し方向性					方向1 方向2 方向3	見直し(拡大・縮小・執行方法の改善等)					
成果 +	70-	提案食材数	者	実績		148		国費			7,271												
				達成率			92.50%		その他														
指標種類3	指標名称3	単位	計画					事業費計			7,479									見直し方向性	方向1 方向2 方向3	有効性改善	成果向上
				実績				国費			2.0												
				達成率				その他															
実施期間	始期	終期	事業の概要								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												

8 生産流通推進事業費				指標動向	R元年度	R2年度	R3年度	R4年度	最終目標 (R?)	コスト (単位: 千円)	R元年度	R2年度	R3年度	R4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	75949	-	事業費計	10,713	5,776	5,417	5,417	評価 見直し方向性	3成果横ばい	向上余地	1成果向上余地が小さい	
成果 +	70-	地方卸売市場 青果物取扱量	実績	76168	67885	R4.11頃判明			国費	1,787	641							
			達成率	100.29%	89.38%				その他									
指標種類2	指標名称2	単位	計画	10	10	10	10	-	事業費計	10,072	4,253	4,606						
成果 +	70-	卸売市場調査	実績	15	11	11			国費	1,787	375							
			達成率	150.00%	110.00%	110.00%			その他									
指標種類3	指標名称3	単位	計画						県費	8,285	3,878	4,606						
			実績						人役	0.2	0.2	0.2						
			達成率						人件費	1,362	1,354	1,210						
実施期間	始期	終期	事業の概要															
	S28	無	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															

9 えひめ花まつり開催費				指標動向	R元年度	R2年度	R3年度	R4年度	最終目標	コスト (単位: 千円)	R元年度	R2年度	R3年度	R4年度	成果動向	1成果なし	向上余地	4その他
指標種類1	指標名称1	単位	計画	37	37	37	37	-	事業費計	1,245	1,267	1,267	1,267	評価 見直し方向性	1成果なし	向上余地	4その他	
成果 +	70-	県内花き類生産額	実績	28	20	R5.3頃判明			国費									
			達成率	75.68%	54.05%				その他									
指標種類2	指標名称2	単位	計画	10000	10000	10000	10000	-	事業費計	1,191	334	55	1,267					
成果 +	70-	花まつり参観者数	実績	11012	-	-			国費									
			達成率	110.12%	-	0.00%			その他									
指標種類3	指標名称3	単位	計画						県費	1,191	334	55						
			実績						人役	0.5	0.5	0.5						
			達成率						人件費	3,403	3,383	3,025						
実施期間	始期	終期	事業の概要															
	S41	予定・見込があれば記入	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。															

10 えひめ食農教育推進事業費				指標動向	R元年度	R2年度	R3年度	R4年度	最終目標 (R6年度)	コスト (単位: 千円)	R元年度	R2年度	R3年度	R4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	2300	2300	事業費計	1,093	1,093	1,093	1,093	評価 見直し方向性	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	
成果 +	70-	講座等への参加者数	実績	1982	780	925			国費									
			達成率	86.17%	33.91%	40.22%			その他									
指標種類2	指標名称2	単位	計画	26	26	26	26	26	事業費計	1,093	1,093	1,093	1,093					
活動 +	70-	食文化普及講座等実施回数	実績	49	36	36			国費									
			達成率	188.46%	138.46%	138.46%			その他									
指標種類3	指標名称3	単位	計画						県費	1,093	1,093	1,093						
			実績						人役	0.2	0.2	0.2						
			達成率						人件費	1,362	1,354	1,210						
実施期間	始期	終期	事業の概要															
	H17	予定・見込があれば記入	体験活動や郷土料理づくりを通じて、愛媛への愛着と親近感を感じさせる食文化の普及・継承と地域特産農産物の利用促進を図るために、えひめ食文化普及講座、食農教育連携会議、えひめ食文化保存継承活動、食農教育フォーラムを実施する。															

11 魚食推進事業費				指標動向	R元年度	R2年度	R3年度	R4年度	最終目標 (R?)	コスト (単位: 千円)	R元年度	R2年度	R3年度	R4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	65000	-	事業費計	1,559	2,169	4,048	4,048	評価 見直し方向性	3成果横ばい	向上余地	2一定の成果向上余地あり	
成果 +	70-	都道府県庁所在市市1世帯当たり魚介類支出金額 (松山市 二人以上の世帯)	実績	61502	66077	69455			国費									
			達成率	94.62%	101.66%	106.85%			その他									
指標種類2	指標名称2	単位	計画	4	4	8	8	-	事業費計	1,559	2,169	4,048	4,048					
活動 +	70-	魚食関係の情報発信回数 (イベント及び講習会)	実績	6	5	9			国費									
			達成率	150.00%	125.00%	112.50%			その他									
指標種類3	指標名称3	単位	計画						県費	1,313	2,169	3,925						
			実績						人役	0.5	0.5	0.5						
			達成率						人件費	3,403	3,383	3,025						
実施期間	始期	終期	事業の概要															
	H22	予定・見込があれば記入	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。															

12 県産水産物販路拡大支援事業費		指標動向	R元年度	R2年度	R3年度	R4年度	最終目標 (R6)	コスト (単位: 千円)	R元年度	R2年度	R3年度	R4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	5000	5000	事業費計	8,074	9,846	10,025	10,158	評価	R3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1/2程度の出展者であったが、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-	愛媛県ブースへの来訪者数	実績	15000	2500	3700		国費	2,958	3,667	4,046	4,179							
			達成率	300.00%	50.00%	74.00%		その他	5,116	6,179	5,979	5,979							
指標種類2	指標名称2	単位	計画	15000	15000	15000	15000	15000	事業費計	8,073	7,394	9,412	見直し方向性				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。	方向1 このまま継続 方向2 方向3	
成果 +	70-	商談成約金額	実績	913610	405690	273850		国費	2,958	3,449	4,046								
			達成率	6090.73%	2704.60%	1825.67%		その他	5,115	3,945	5,366								
指標種類3	指標名称3	単位	計画	15	15	15	15	15	人役	0.2	0.2	0.2							
活動 +	70-	商談会参加事業者数	実績	18	10	9		人件費	1,362	1,354	1,210								
			達成率	120.00%	66.67%	60.00%													
実施期間	始期	終期	事業の概要																
	H25	R3	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。																

13 愛育フィッシュ輸出拡大事業費		指標動向	R元年度	R2年度	R3年度	R4年度	最終目標 (R7)	コスト (単位: 千円)	R元年度	R2年度	R3年度	R4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	2000000	7500000	8800000	12900000	事業費計	15,384	15,383	22,221	25,202	評価				
成果 +	70-	輸出実績額	実績	2408324	2001309	7978920		国費	6,006	6,006	6,006	6,006						
			達成率	120.42%	100.07%	106.39%		その他	9,378	9,377	16,215	19,196						
指標種類2	指標名称2	単位	計画	2	2	2	0	0	事業費計	15,382	12,215	16,753	見直し方向性				方向1 このまま継続 方向2 方向3	
活動 +	70-	招聘活動回数	実績	2	0	0		国費	6,005	6,005	6,005							
			達成率	100.00%	0.00%	0.00%		その他	9,377	6,210	10,748							
指標種類3	指標名称3	単位	計画	4	4	4	4	4	人役	0.7	0.7	2.7						
活動 +	70-	現地訪問活動回数	実績	9	0	0		人件費	4,765	4,737	16,335							
			達成率	225.00%	0.00%	0.00%												
実施期間	始期	終期	事業の概要															
	H24	R3	北米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															

14 媛スマ産地づくり推進事業費		指標動向	R元年度	R2年度	R3年度	R4年度	最終目標 (R4)	コスト (単位: 千円)	R元年度	R2年度	R3年度	R4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	4000	5000	6000	7000	7000	事業費計	16,704	30,911	28,899	25,893	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、販売尾数は堅調に推移している。			
成果 +	70-	出荷尾数	実績	4819	20979	12539		国費	936	14,913	12,901	9,895						
			達成率	120.48%	419.58%	208.98%		その他	15,768	15,998	15,998	15,998						
指標種類2	指標名称2	単位	計画	10	15	20	25	25	事業費計	16,397	24,746	18,921	見直し方向性				方向1 このまま継続 方向2 方向3	
活動 +	70-	試験販売等PRや営業回数	実績	25	62	47		国費	821	9,817	9,819							
			達成率	250.00%	413.33%	235.00%		その他	15,576	14,929	9,102							
指標種類3	指標名称3	単位	計画						人役	1.0	1.0	1.0						
			実績					人件費	6,806	6,766	6,050							
			達成率	-	-	-												
実施期間	始期	終期	事業の概要															
	H26	R4	本県養殖スマの「産地づくり」への取組みを加速度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、養殖に取組む漁家を拡大し、安定的な生産体制の構築を目指す。															

15 水産物輸出基盤整備支援事業費		指標動向	R元年度	R2年度	R3年度	R4年度	最終目標 (R4)	コスト (単位: 千円)	R元年度	R2年度	R3年度	R4年度	成果動向	4成果順調である	向上余地	1成果向上余地が小さい		
指標種類1	指標名称1	単位	計画		2	2	2	2	事業費計	0	115,701	567,420	613,497	評価	毎年、HACCP対応施設が増加している。			
活動 +	70-	HACCP加工施設の整備	実績		2	4		国費		112,282	567,420	613,497						
			達成率	-	100.00%	200.00%		その他		3,419								
指標種類2	指標名称2	単位	計画		1	0	1	1	事業費計	0	102,859	403,877	見直し方向性				方向1 このまま継続 方向2 方向3	
成果 +	70-	輸出計画の策定	実績		1	0		国費		100,290	403,877							
			達成率	-	100.00%	-		その他		2,569								
指標種類3	指標名称3	単位	計画						人役		0.6	0.6						
			実績					人件費		4,060	3,630							
			達成率	-	-	-												
実施期間	始期	終期	事業の概要															
	R2	R4	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。															

4-2 事務事業管理シート（評価対象外事業）

予算施策名

ns09

農林水産物の消費拡大・販売力強化

1 南予の農産物販売促進事業費（南予）	コスト （単位：千円）					R元年度	R2年度	R3年度	R4年度	コスト （単位：千円）		
	事業費計	国費	その他	県費	事業費計					国費	その他	県費
評価対象外の理由	0	0	1809	0	0	0	0	1,639				
単年度事業												
評価対象外その他の理由（記述）			1809								1,639	
										人役	1.0	
										人件費	6,050	

2 えひめ水産応援プロジェクト推進事業費	コスト （単位：千円）					R元年度	R2年度	R3年度	R4年度	コスト （単位：千円）		
	事業費計	国費	その他	県費	事業費計					国費	その他	県費
評価対象外の理由	0	0	39510	0	0	0	0	33,052				
単年度事業			39510					33,052				
評価対象外その他の理由（記述）												
										人役	0.2	
										人件費	1,210	

4-3 事務事業管理シート（新規事業）

予算施策名 ns09 農林水産物の消費拡大・販売力強化

1 県産かんきつ飲料自宅療養者配達サービス事業費	コスト (単位：千円)	4年度	
	事業費計	15,000	
	予算	国費	15,000
		その他	
		県費	

2 地産地消促進マッチング支援事業	コスト (単位：千円)	4年度	
	事業費計	6,875	
	予算	国費	6,875
		その他	
		県費	

3 えひめ食材消費拡大フェア開催事業費	コスト (単位：千円)	4年度	
	事業費計	19,392	
	予算	国費	19,392
		その他	
		県費	

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)	4年度	
	事業費計	20,998	
	予算	国費	20,998
		その他	
		県費	

5 首都圏まるごと愛媛PRキッチンカー運営事業費	コスト (単位：千円)	4年度	
	事業費計	9,769	
	予算	国費	9,769
		その他	
		県費	