

山形県産品愛用運動推進事業費

事業評価個票（事業実施：平成30年度）					部局名	商工労働部		
短期アクションプラン	テーマ	テーマ3 新たな価値の創造・拡大・発信による活力ある産業の集積						
	施策	施策3 県産品の販路拡大						
	目的	国内の市場が成熟し商品が厳選される中、商品の魅力向上とともに、消費者に商品価値を的確に伝えるなど、県産品の新たな需要を掘り起こしていく。						
	目標指標(R2)	山形ファンクラブ会員数	45,000人					
	策定時の実績	24,107人(H27)	現状	27,004人(H30.2)	主要事業	世界に通用するブランドの創出		
事業名	山形県産品愛用運動推進事業費			担当課・担当	商業・県産品振興課 ふるさと産業振興担当			
事業開始年度	平成22年度			事業終了(予定)年度				
事業の目的 (目指す姿を3行程度で簡潔に)	県民自らが県産品を知って、買って、使って、その良さを発信いただくこと、さらに、県産品の消費拡大による県内経済好循環の輪の形成を図る。							
事業概要 (5行程度で簡潔に)	<ul style="list-style-type: none"> ・運動の普及啓発活動 ・ホームページによる情報発信 ・「登録企業」「協力店」の普及促進 ・「乾杯は県産酒で！」の推進 ・県産品展示販売会の開催 							
実施方法	<input type="checkbox"/> 直接実施 <input type="checkbox"/> 委託・請負 <input type="checkbox"/> 補助 <input checked="" type="checkbox"/> 負担 <input type="checkbox"/> 交付 <input type="checkbox"/> 貸付 <input type="checkbox"/> その他 上記実施方法とする理由：協議会により事業を実施するため。							
予算額・決算額 (単位:千円)	費目(予算見積書のグループ名)	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度		
	山形県産品愛用運動推進事業費	3,366	3,303					
	計	3,366	3,303	0	0	0		
財源内訳 (単位:千円)	国庫支出金							
	繰入金							
	その他特定財源							
	一般財源	3,366	3,303					
	計	3,366	3,303	0	0	0		
活動指標及び活動実績 (アウトプット)	活動指標		単位	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
	県産品愛用運動の登録企業・協力店数	活動実績	店	930	938			
		当初見込み	店	950	1,050	1,150	1,250	
成果指標及び成果実績 (アウトカム)	成果指標 (所管部局の分析)		単位	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
	県産品愛用運動認知度 (H32年度までに県民の認知度50%を目指す)	成果実績	%	46.9%	48.0%			
		目標値	%	-	-	-	50.0%	
		達成度	%					
関連事業								

事業目標の考え方(事業目標設定時)

県民に運動が浸透されているとは言い難く、特に若者世代(10代~30代)での認知度が全世代の中でも特に低い。また、まとめて県産品を見る機会がないこと、具体的な県産品がわからないため購入につながらないという声がある。より多くの県民に運動を知っていただくため、露出の機会を増やし、より県産品を身近に感じ、親しんでもらえる取組みを進め、認知度向上を目指す。

事業所管部局による評価・検証

	項目	評価	評価に関する説明
事業目標の妥当性・達成度	事業の目的は県民や社会のニーズを的確に反映しているか。	A	県産品の消費拡大による県内経済の好循環実現は県民のニーズに合致するものであるが、十分に認知されている状況ではなく、登録企業・協力店の増加を図る必要がある
	明確な政策目的(成果目標)の達成手段として位置付けられ、優先度の高い事業となっているか。	B	
	目標水準は妥当か。	B	
	期待する成果が得られたか。	B	
	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。	B	
事業内容の妥当性	活動実績は見込みに見合ったものであるか。	B	登録企業・協力店の増加に向け、様々な関係機関と連携して取り組んで行く必要がある。 認知度の向上に向け、必要な事業に取り組んでいるが、より効果的・効率的な仕組みを考える必要がある。
	支出先の選定は妥当か。	A	
	受益者との負担関係は妥当であるか。	A	
	費目・使途が事業目的に即し真に必要なものに限定されているか。	B	
	事業実施に当たって他の手段・方法等が考えられる場合、それと比較してより効果的あるいは低コストで実施できているか。	A	
類似の事業がある場合、他部局等と適切な役割分担を行っているか。	A		
の役割 妥当性 分担	市町村、民間等に委ねることができない事業なのか。	A	県、市町村、民間が連携して、県内各地に数多くある県産品を一体的かつ公平に情報発信している
今 改善の 課題 等	登録企業・協力店数の増加に向けては、業界団体や組合に加え、新たに金融機関などとも連携して、県産品愛用運動の情報発信を強化し、認知度の向上を図る		

・事業所管部局による評価にあたっては、以下の4つの選択肢から、1つを選ぶこと。

A: 目標を上回って達成する見込み。期待通りの成果(100%以上)。妥当。

B: 目標を概ね達成する見込み。概ね期待通りの成果(80~99%)。概ね妥当。

C: 改善の余地あり。期待した成果を下回っている(79%以下)。

ー: 該当しない