

## 県産農産物・食品輸出拡大強化事業費

事業評価個票（事業実施：平成30年度）				部局名	農林水産部			
短期アクションプラン	テーマ	テーマ4 地域の豊かさを支え、高いブランド力で国内外に展開する農林水産業						
	施策	施策4 県産農産物の魅力の向上と販売促進						
	目的	県産農林水産物の可能性を最大限に引き出すことで付加価値を高め、国内外への販路を拡大することにより、本県農林水産業の成長をけん引する。						
	目標指標（R2）	農林水産業を起点とする産出額		R2年まで3,500億円				
	策定時の実績	2,874億円（H26年）	現状	3,027 億円（H27 年）	主要事業	県産農林水産物のブランド化の推進と国内外への販路開拓・拡大		
事業名	県産農産物・食品輸出拡大強化事業費		担当課・担当	6次産業推進課 農産物流通販売推進室 輸出推進担当				
事業開始年度	平成29年度		事業終了(予定)年度	令和2年度				
事業の目的 (目指す姿を3行程度で簡潔に)	主要輸出国・地域における信頼と輸出の回復を図るため、プロモーションを継続するとともに、経済成長著しい新興市場や所得水準の高い新規市場への販路開拓を図る。							
事業概要 (5行程度で簡潔に)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 検疫条件緩和農産物等の早期ブランド確立</li> <li>○ 新たな輸送体系を活用した輸出可能性調査</li> <li>○ 農産物等輸出販路拡大・販売促進支援事業費補助金</li> <li>○ 県産品輸出コーディネーターの設置</li> <li>○ 県産ブランド取扱パートナーの発掘</li> <li>○ 県産品販売プロモーションの実施</li> </ul>							
実施方法	<p>■直接実施    ■委託・請負    ■補助    □負担    □交付    □貸付    □その他</p> <p>上記実施方法とする理由：①直接実施：新たな輸送体系を活用した輸出可能性のある農産物を把握するため ②委託・請負：海外マーケットでの求評調査や輸出パートナーの発掘等について専門性が高いため ③補助：県産農産物の輸出拡大に向けた事業者の取組を支援するため</p>							
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		
	輸出促進強化事業	4,987	3,763					
	輸出促進事業費補助金	5,000	3,500					
	輸出支援組織による輸出支援事業	24,240	23,588					
	輸出支援体制機能強化助成事業	9,505	9,523					
	事務費	2,300	2,109					
	ミラノ万博を契機としたEUへの輸出・交流拡大	500	0					
計	46,532	42,483	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	46,532	42,483					
	計	46,532	42,483	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
	国別輸出アクションプラン(輸出マニュアル)の策定(累計)	活動実績	国・地域	3	6			
		当初見込み	国・地域	3	5	7	8	
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
	県産農産物輸出数量(当該年度の県全体量)	成果実績	トン	1,128	(調査中)			
		目標値	トン	1,000	1,100	1,200	1,300	
		達成度	%	113	—			
関連事業	戦略的農産物販路・販売拡大事業費 県産米等輸出力強化推進事業費							

## 事業目標の考え方(事業目標設定時)

少子高齢化等により国内の食市場は縮小傾向であることから、本県農業を維持するために県産農産物の新たな市場(販路)を海外に開拓することが重要である。  
 本事業目標は、H27県産農産物輸出実績に、政府輸出戦略で定める目標値1兆円に対するH27輸出額からの伸び率1.3倍を乗算し設定した。  
 (第三次農林水産業元気再生戦略のプロジェクト目標と同じ)

## 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	・農業所得の向上が事業の目的であり、農業者や輸出事業者等のニーズを反映している。
	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。	A	・県産農産物等輸出販路拡大・販売促進支援事業費補助金は、農産物等の輸出に取り組む事業者等スターターとして、海外での県産品販売プロモーション等の事業については、県産農産物等の輸出先における認知度向上に寄与しており、優先度は高い。
	目標水準は妥当か。	A	・目標水準は、事業目標の考え方に沿って県の実績、政府の輸出目標の伸び率を乗じて設定しているため妥当である。
	期待する成果が得られたか。	A	・期待する成果は、成果指標の県産農産物の輸出量の実績が指標を上回る見込みである。
	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。	—	
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。	A	・活動は計画に沿って実施している。
	支出先の選定は妥当か。	A	・補助金の支出先は県産農産物の輸出に取り組む事業者であり妥当である。その他の事業の支出先となる海外での県産品販売プロモーション等の委託業者は、専門的知識を有する法人を選定しており妥当である。
	受益者との負担関係は妥当であるか。	A	・補助金について受益者が初年度1/2、2年目2/3、3年目3/4の負担をしており、妥当である。その他の事業については、県が海外プロモーションにより県産農産物の認知度向上を図り、受益者たる事業者はそれぞれリスクを負って事業を実施するため、負担は求めない。
	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。	A	・費目・使途は必要なものに限定し実施している。
	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	・事業実施に当たっては効果的な手段・方法等を検討し、低コストに努めた。
	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	・海外での県産品販売プロモーション等の事業については、観光文化スポーツ部と予算を折半して実施している。
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	・県が主体的に行うべき事業である。
今 改善 後の 課題 等	・販売プロモーションについては、高級スーパー等小売が中心に実施しており、一般消費者への山形ブランドの認知度は徐々に高まってきている。今後更に県産農産物等の輸出量をさらに伸ばしていくためには、一般消費者のみならず業務用取引の拡大が必要である。業務用については、価格競争力が求められるため、米の低コスト・多収栽培技術の実証等を実施していく。		

・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)。

—: 該当しない