

6. 事業の効果を把握するための手法及び効果の見込み

事業の期待される成果 県産品の販路拡大

指標	指標名	首都圏商談会での成約件数						指標の種類	
	指標式	平成23年度開催の商談会では、出展41社：成約21件であり、平成27年度開催では出展100社を目標としていることから成約50件を目標とした。						成果指標 業績指標	
	年度別の目標値（見込まれる成果による指標）								
	指標	24年度	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	最終年度
	目標a				50	50			
	実績b	データ等の出典							
	東北 全国	秋田うまいもの販売課調べ							

把握する時期 当該年度中 03月 翌年度 月 翌々年度 月

指標	指標名							指標の種類	
	指標式							成果指標 業績指標	
	年度別の目標値（見込まれる成果による指標）								
	指標	24年度	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	最終年度
	目標a								
	実績b	データ等の出典							
	東北 全国								

把握する時期 当該年度中 月 翌年度 月 翌々年度 月

指標を設定することができない場合の効果の把握方法
 指標を設定することが出来ない理由

見込まれる効果及び具体的な把握方法(データの出典含む)

事業の必要性

現状の課題及び施策目的に照らした事業の必要性
 『第2期ふるさと秋田元気創造プラン』にある「県内外市場にチャレンジする食品事業者群の育成」「市場ニーズを先取りした秋田オリジナルな商品開発」「ターゲットや地域を明確にした戦略的なプロモーション」に基づく取組であることから事業の必要性はある。

住民ニーズに照らした事業の必要性
 県内食品事業者等から県が主催・関与する販路拡大支援への要望は大きい。

事業の県関与の必要性
 法令・条例上の義務 内部管理事務 県でなければ実施できないもの
 民間・市町村で実施可能であるが、県が関与する必要性が認められるもの
 全県の食品事業者等が参加する必要があるため、県が関与する必要性は認められる。

政策評価委員会意見	重点事業の適合及び指標・目標値の適合性判定
	重点事業 その他