

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 首都圏等における販売力の更なる強化

指標名	マッチング成約件数	指標の種類
指標式	県が実施する販路開拓支援関係事業や県が仲介するマッチングの成約件数	成果指標 業績指標

指標

年度別の目標値（見込まれる成果による指標）

指標	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度	最終年度
目標a		165	170	180	190	200		
実績b	162	データ等の出典						
東北	農業経済課販売戦略室調べ							
全国								

把握する時期 当該年度中 月 翌年度 04月 翌々年度 月

指標

年度別の目標値（見込まれる成果による指標）

指標	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度	34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
加工・業務用需要の拡大など販売環境の変化に的確に対応するためには、生産者・実需者・行政が一体となって販売力強化に取り組む必要がある。

住民ニーズに照らした事業の必要性
消費者・実需者ニーズに対応したマーケティング活動を展開することにより、販売力の強化が図られる。

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
農産物の販売力強化は、生産者や関係団体が主体的に取り組むものであるが、県が関与することで、実需者ニーズに基づく産地づくりを効率的に推進できる。

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