

令和2年度事業（中間）評価結果一覧表（政策体系順）

No	政策_施策	事業名	部局名	課室名	開始年度	終了年度	令和元年度 事業費 (千円)	評価結果			
								必要性	有効性	効率性	総合評価
1	4-2	あきたコメ活プロジェクト推進事業	観光文化スポーツ部	秋田うまいもの販売課	2018	2020	8,206	A	A	A	E
2	4-2	アンテナショップ運営事業	観光文化スポーツ部	秋田うまいもの販売課	2011	—	63,926	B	C	B	B
3	4-2	秋田の食ビジネスチャンス拡大事業	観光文化スポーツ部	秋田うまいもの販売課	2018	2020	12,767	B	A	B	E
4	4-2	「秋田犬の里」首都圏プロモーション事業	観光文化スポーツ部	秋田うまいもの販売課	2019	2020	7,361	B	A	C	E
5	4-2	アキタノ美味旅プロモーション事業	観光文化スポーツ部	秋田うまいもの販売課	2019	2021	11,385	A	A	A	A
6	4-2	「世界へ羽ばたけ！秋田の食」輸出・誘客促進事業	観光文化スポーツ部	秋田うまいもの販売課	2019	2021	20,697	B	C	B	B

7. 事業の効果を把握するための手法及び効果の見込み

指標名	開発商品の販売金額								指標の種類
指標式	開発商品数 × 販売額 (千円)								成果指標 業績指標
年度別の目標値 (見込まれる効果) 低減目標指標 該当 非該当									
指標	30年度	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度	06年度	最終年度	
目標a	500	10,000	18,000						
実績b	515	12,360							
b / a	103%	123.6%	0%						
東北及び全国の状況 東北最下位、全国4位									
データ等の出典 工業統計調査 (経済産業省)									
把握する時期 当該年度中 月 翌年度 月 翌々年度 08月									

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 (見込まれる効果) 低減目標指標 該当 非該当									
指標	30年度	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度	06年度	最終年度	
目標a									
実績b									
a / b									
東北及び全国の状況									
データ等の出典									
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)

1次評価			評価結果
必要性の観点	課題に照らした妥当性	a b c	A
	理由	ワーキンググループでの具体的な協議や事業者間の連携により、新商品開発が進んでおり、販売額も増加してきている。	
	住民ニーズに照らした妥当性	a b c	
	理由	県産米を活用した米加工品の商品数増加に対するニーズは高く、各所が連携して新商品開発を進めるためにも妥当である。	
	県関与の妥当性 (民間、市町村、国との役割分担)	a b c	
理由	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		B
	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		C
理由	秋田コメ活プロジェクト推進協議会は、事業者、関係団体以外にも行政も参画しており、研究機関と各ワーキンググループ、取引先等との相互の連携を図るためには県の関与が必須である。		

1次評価		評価結果
有効性の観点	事業の効果 (事業目標は達成されているのかどうか) 適用の可否 可 不可 a 達成率100%以上 b 達成率80%以上100%未満 c 達成率80%未満 【評価への適用不可又はcの場合の理由】	A
		B
		C
効率性の観点	1 事業の経済性の妥当性 (費用対効果の対前年度比) 適用の可否 可 不可 a 1.1~ b 0.9~1.1 c ~0.9 $\left[\frac{\text{令和01年度の効果}}{\text{令和01年度の決算額}} \right] / \left[\frac{\text{平成30年度の効果}}{\text{平成30年度の決算額}} \right] = \text{(指標)}$ 【評価への適用不可又はcの場合の理由】	A
	2 コスト縮減のための取組状況 a 客観的で効果が高い b 取組んでいる c 取組んでいない 【コスト縮減に向けた具体的な取組内容又は取組んでいない理由】	B
	協議会やプレゼン会の会場を無料で開催できる会場を使用する他、旅費や役員費等の節約に努めた。	C
総合評価	A継続 B改善して継続 C見直し D休廃止 E終了	本県の食料品・飲料等製造出荷額の数値を押し上げるためには、米加工分野を新たな基幹分野として成長させる必要がある。「秋田コメ活プロジェクト推進協議会」には、約100事業者・団体が参画しており、引き続き県が力を入れて推進していくべき事業である。

2次評価	
必要性 - A - B - C	有効性 - A - B - C 効率性 - A - B - C
総合評価	A継続 B改善して継続 C見直し D休廃止 E終了
(2次評価対象外)	
評価結果の当該事業への反映状況等(対応方針)	
政策評価委員会意見	

7. 事業の効果を把握するための手法及び効果の見込み										
指標	指標名	東京アンテナショップの売上額							指標の種類	
	指標式	東京アンテナショップの売上額の合計							成果指標 業績指標	
	年度別の目標値（見込まれる効果） 低減目標指標 該当 非該当									
	指標	30年度	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度	06年度	最終年度	
	目標a	385,800	419,390	455,309						
	実績b	360,835	336,758							
	b/a	93.5%	80.3%	0%						
	東北及び全国の状況 売上3億円未満44店、3億円以上16店(地域活性化センター - 調査 2019年度)									
	データ等の出典 東京アンテナショップの売上報告									
	把握する時期 当該年度中 月 翌年度 04月 翌々年度 月									
指標	指標名	東京アンテナショップで市町村等が開催するイベント件数							指標の種類	
	指標式	東京アンテナショップで市町村、商工会、民間等が開催するイベント件数							成果指標 業績指標	
	年度別の目標値（見込まれる効果） 低減目標指標 該当 非該当									
	指標	30年度	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度	06年度	最終年度	
	目標a	29	31	31						
	実績b	40	19							
	b/a	137.9%	61.3%	0%						
	東北及び全国の状況 把握していない。									
	データ等の出典 東京事務所とりまとめ資料									
	把握する時期 当該年度中 月 翌年度 04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)										
1次評価										
観 点	課題に照らした妥当性	a b c							評価結果	
	理由	アンテナショップの情報発信機能の充実や県産品の販路拡大は、市町村、農林商工団体、民間事業者等のニーズに合致することから、本事業を継続して実施する必要がある。							A	
	住民ニーズに照らした妥当性	a b c							B	
	理由	テスト販売の申請件数の増加等からも、今後、首都圏等への販路拡大を求める事業者が増えることが予想される。								
	県関与の妥当性(民間、市町村、国との役割分担)	a b c							C	
理由	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									
理由	秋田県の食・農・観の一体的な売り込みを図るためには、関係機関の連携が重要となることから、県が調整役を担うなど広域的な観点から関与する必要がある。									

1次評価		評価結果
有効性の観点	事業の効果（事業目標は達成されているかどうか） 適用の可否 可 不可 a 達成率100%以上 b 達成率80%以上100%未満 c 達成率80%未満 【評価への適用不可又はcの場合の理由】 新型コロナウイルスの影響により、3月の売上額が半減したことから、全体の売上実績が落ち込んだ。また、前年度に複数回イベントを実施した事業者の商品が店舗での通年販売に移行したこと等によりイベント回数の減少が見られるが、新型コロナウイルスの影響を除けば、売上額は概ね安定して推移している。	A B C
	1 事業の経済性の妥当性(費用対効果の対前年度比) 適用の可否 可 不可 a 1.1~ b 0.9~1.1 c ~0.9 〔令和01年度の効果 / 令和01年度の決算額〕 / 〔平成30年度の効果 / 平成30年度の決算額〕 = (指標) 【評価への適用不可又はcの場合の理由】	A
効率性の観点	2 コスト縮減のための取組状況 a 客観的で効果が高い b 取組んでいる c 取組んでいない 【コスト縮減に向けた具体的な取組内容又は取組んでいない理由】 毎月現地で開催していたアンテナショップ連絡協議会を、令和元年度からは隔月の開催とし、運営コストの縮減に努めている。	B C
	A継続 B改善して継続 C見直し D休廃止 E終了	首都圏においては、今後ますます県産品や観光等に関する情報提供が重要となってくることから、アンテナショップの情報発信機能の充実のほか、県内事業者等による店舗の活用機会を増やす等により、県産品の販路拡大及び売上の増加に取り組んでいく。
2次評価		
必要性 - A - B - C 有効性 - A - B - C 効率性 - A - B - C		
総合評価	A継続 B改善して継続 C見直し D休廃止 E終了	(2次評価対象外)
	評価結果の当該事業への反映状況等(対応方針)	
政策評価委員会意見		

7. 事業の効果を把握するための手法及び効果の見込み										
指標	指標名	首都圏企業とのマッチングによる成約件数							指標の種類	
	指標式	中食・外食企業等との成約件数							成果指標 業績指標	
	年度別の目標値（見込まれる効果） 低減目標指標 該当 非該当									
	指標	30年度	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度	06年度	最終年度	
	目標a		130	143	157					
	実績b		190							
	b/a		146.2%	0%	0%					
	東北及び全国の状況 比較指標なし									
	データ等の出典 秋田うまいもの販売課調べ									
	把握する時期 当該年度中 月 翌年度 03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（見込まれる効果） 低減目標指標 該当 非該当									
	指標	30年度	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度	06年度	最終年度	
	目標a									
	実績b									
	a/b									
	東北及び全国の状況									
	データ等の出典									
	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)										

1次評価		評価結果
有効性の観点	事業の効果（事業目標は達成されているかどうか） 適用の可否 可 不可 a 達成率100%以上 b 達成率80%以上100%未満 c 達成率80%未満 【評価への適用不可又はcの場合の理由】 令和元年度は、商談会でのマッチングにより成約件数が目標値を上回った。これは、県内外のバイヤーとの予約商談を中心とした個別商談により、成約件数が過去最高となったため。本年度の評価基準となる商談会の実績は11月開催後の調査となるため、現時点の評価はできない。	A B C
	1 事業の経済性の妥当性(費用対効果の対前年度比) 適用の可否 可 不可 a 1.1~ b 0.9~1.1 c ~0.9 〔 令和01年度の効果 / 令和01年度の決算額 〕 / 〔 平成30年度の効果 / 平成30年度の決算額 〕 = (指標) 【評価への適用不可又はcの場合の理由】	A
効率性の観点	2 コスト縮減のための取組状況 a 客観的で効果が高い b 取組んでいる c 取組んでいない 【コスト縮減に向けた具体的な取組内容又は取組んでいない理由】 郊外の会場における実施や公用車によるバイヤーの送迎など、既にコスト縮減策を十分に講じており、さらなる効果を求めることが困難。	B C
	A継続 B改善して継続 C見直し D休廃止 E終了 予約商談方式の導入が功を奏してか成約件数は伸びており、県産品の販路拡大に一定の効果有する事業であることから、継続して実施すべき。	
総合評価		
2次評価		
必要性 - A - B - C 有効性 - A - B - C 効率性 - A - B - C		
必要性の観点	A継続 B改善して継続 C見直し D休廃止 E終了 （2次評価対象外）	
	評価結果の当該事業への反映状況等(対応方針)	
	政策評価委員会意見	
1次評価		評価結果
必要性の観点	課題に照らした妥当性 a b c 理由 販路先ニーズに対応した県産食材（小売商品、業務用商品）のマッチングを図り、県内食品事業者の販路開拓を支援する。ただ、コロナウイルスの影響により、外食業態の流通が麻痺しており、業務用食材の支援については、今後の消費動向を注視しながら進める。	A
	住民ニーズに照らした妥当性 a b c 理由 コロナウイルスの影響により、量販店を中心とした家庭消費食材の動きは良いが、外食利用の減少に伴い、業務用食材の消費の落ち込みが大きく、業務用販路への支援は今後の動向を注視して行う必要がある。	B
	県関与の妥当性（民間、市町村、国との役割分担） a b c 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	C
	理由 本事業で実施する県産食材マッチング商談会は、県内最大規模の商談会であり、県内外のバイヤーを一堂に会して商談機会を創出できる唯一の事業である。また、共催機関として地方銀行や金融機関等と連携している。	

7. 事業の効果を把握するための手法及び効果の見込み

指標	指標名	イベント会場への来場者数							指標の種類
	指標式	来場概算人数							成果指標 業績指標
	年度別の目標値（見込まれる効果） 低減目標指標 該当 非該当								
	指標	30年度	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度	06年度	最終年度
	目標a		50,000	90,000					140000
	実績b		80,000						
	b/a		160%	0%					
	東北及び全国の状況 なし								
	データ等の出典 なし								
	把握する時期 当該年度中 02月 翌年度 月 翌々年度 月								

指標	指標名	販売額							指標の種類
	指標式	イベント会場内での飲食・物販販売実績額							成果指標 業績指標
	年度別の目標値（見込まれる効果） 低減目標指標 該当 非該当								
	指標	30年度	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度	06年度	最終年度
	目標a		9,027,000	10,500,000					19527000
	実績b	8,207,000	9,579,000						
	b/a		106.1%	0%					
	東北及び全国の状況 なし								
	データ等の出典 なし								
	把握する時期 当該年度中 02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)

1次評価			評価結果	
観 点	課題に照らした妥当性	a	b	c
	【理由】	インバウンド需要の増加に対する対策に重点を置き対応している。		
	住民ニーズに照らした妥当性	a	b	c
	【理由】	出店者、来場者の増に対し出店数やスペースの確保により対応している。		
	県関与の妥当性（民間、市町村、国との役割分担）	a	b	c
【理由】	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			
【理由】	民間・市町村・県が参加する事業であり、安全対策等を含め、県による関与が必要。			

1次評価		評価結果
有効性の観点	事業の効果（事業目標は達成されているかどうか） 適用の可否 可 不可 a 達成率100%以上 b 達成率80%以上100%未満 c 達成率80%未満 【評価への適用不可又はcの場合の理由】	A
		B
		C
効率性の観点	1 事業の経済性の妥当性(費用対効果の対前年度比) 適用の可否 可 不可 a 1.1~ b 0.9~1.1 c ~0.9 $\left[\frac{\text{令和01年度の効果}}{\text{令和01年度の決算額}} \right] / \left[\frac{\text{平成30年度の効果}}{\text{平成30年度の決算額}} \right] = \text{ (指標) }$ 【評価への適用不可又はcの場合の理由】	A
	2 コスト縮減のための取組状況 a 客観的で効果が高い b 取組んでいる c 取組んでいない 【コスト縮減に向けた具体的な取組内容又は取組んでいない理由】	B
	人件費の上昇、来場者増に対する安全対策のため新たなコストが発生し縮減効果の発現が小さい。	C
総合評価	A継続 B改善して継続 C見直し D休廃止 E終了	本県を代表する首都圏イベントとして、出店者、来場者に定着。継続することにより食・観光の情報を発信する機会として存在感を増している。

2次評価	
必要性 - A - B - C	有効性 - A - B - C 効率性 - A - B - C
総合評価	A継続 B改善して継続 C見直し D休廃止 E終了
(2次評価対象外)	
評価結果の当該事業への反映状況等(対応方針)	
政策評価委員会意見	

事業コード	04020402	政策コード	04	政策名	秋田の魅力が際立つ人・もの交流拡大戦略					
事業名	アキタノ美味旅プロモーション事業	施策コード	02	施策名	「食」がリードする秋田の活性化と誘客の推進					
		指標コード	04	施策目標(指標)名	エリアやターゲットを戦略的に選定した秋田の「食」の輸出拡大と、独自性の高					
部局名	観光文化スポー	課室名	秋田うまいもの販売課	班名	まるごと売込み班	(tel) 8602259	担当課長名	柴田 靖	担当者名	三浦貴子

評価対象事業の内容

事業年度 令和01年度 ~ 令和03年度

1-1. 事業実施当初の背景(施策目標達成のためになぜこの事業が必要であったのか) クルーズ船の寄港回数の増加などにより国内外からの観光客が増大しており、クルーズ船客を対象とした独自のアンケート調査で、本県特産の食を味わえる飲食店やお土産店等の情報が不足していることが分かった。また、平成30年度にクルーズ船運営会社等へ積極的に売り込んだ結果、県産食材や酒が採用されたため、新規取引先として有望であることが分かった。 このため、店舗情報のパンフレットの多言語での作成や、クルーズ船内でのプロモーション活動の展開や船内提供メニューに対する県産食材の売り込みなどを行い、販路拡大と観光誘客により県内経済への波及効果を高める。	3. 事業目的(どういう状態にしたいのか) 国内外からの観光客に、本県の食や食文化等を知ってもらうことで、県産品を購入したり、県産食材がクルーズ船や国際・国内航空路線等の提供メニューに採用されることで、本県の認知度向上と新たなマーケットを開拓する。(食材販売額 5,000千円、プレミアム商品販売額 10,000千円) (重点施策推進方針との関係) 重点事業 その他事業
1-2. 外部環境の変化及び事業推進上の課題 クルーズ船は、台風等の影響による寄港中止や滞在時間の短縮等が発生する場合があります。計画通りに乗船PRやプロモーション活動を実施できないことがある。 商談会では、出展者ごとのPR力、商談スキルに差があるため、成約率向上に向けて県内事業者のスキルアップを図る必要がある。 プレミアム商品カタログの販売拡大を図るため、更なるPRが必要である。	4. 目的達成のための方法 事業の実施主体 県、あきたクルーズ振興協議会、市町村 事業の対象者・団体 あきたクルーズ振興協議会、県内食品事業者 達成のための手段 港湾空港課、観光振興課と連携して開催するプレゼン商談会で秋田の食とお土産をPRするブースを設置し、クルーズ船社や旅行会社等へアプローチする。また、乗船記念プレミアム商品を造成し、船内でカタログによる予約販売を行う。 国内外の観光客を対象に、秋田の食やお土産店を掲載したパンフレットを作成し、配布する。
2. 住民ニーズの状況(事業継続中に把握したもの) ニーズを把握した対象 受益者 一般県民 (時期: R01年 08月) ニーズの変化の状況 a 増大した b 変わらない c 減少した ニーズの把握の方法 アンケート調査 各種委員会及び審議会 ヒアリング インターネット その他の手法 (具体的に) ニーズの具体的内容及び変化の状況の内容 8月に開催した商談会のアンケートでは、来場者、出展者ともに有益であったとの回答が多く、次回開催時には規模拡大を望む声が多かった。「秋田の食を旅するBOOK」について、10月にクルーズ船客を対象にしたアンケート調査では、85%が役に立ったと回答している。	5. 昨年度の評価結果等 継続 改善 見直しまたは休廃止 評価の内容 評価に対する対応

6. 事業の全体計画及び財源										単位(千円)
順位	事業内訳	左の説明	30年度	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度	全体(最終)計画	
01	美酒美食の国あきた売り込み事業	商談会を開催し観光と食を一体的に売り込むほか、船内メニューへの県産食材の採用拡大を図る。パンフレットやカタログ等により新たなマーケットを開拓する。		11,385	9,268				20,653	
財源内訳		左の説明		11,385	9,268				20,653	
国庫補助金		地方創生推進交付金		5,692	4,537				10,229	
県債				5,692	4,731				10,423	
その他										
一般財源										

7. 事業の効果を把握するための手法及び効果の見込み

指標	指標名	プレミアム商品販売額							指標の種類
	指標式	商品点数 × 販売額 (千円)							成果指標 業績指標
	年度別の目標値 (見込まれる効果) 低減目標指標 該当 非該当								
	指標	30年度	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度	06年度	最終年度
	目標a		1,000	3,000	5,000				9000
	実績b		1,251						
	b/a		125.1%	0%	0%				
東北及び全国の状況 なし									
データ等の出典 プレミアム商品カタログ「極選秋田」運営者への聞き取り調査									
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	商談会での成約件数							指標の種類
	指標式	成約件数 × 1回 (件)							成果指標 業績指標
	年度別の目標値 (見込まれる効果) 低減目標指標 該当 非該当								
	指標	30年度	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度	06年度	最終年度
	目標a		30	40	50				120
	実績b		44						
	b/a		146.7%	0%	0%				
東北及び全国の状況 なし									
データ等の出典 商談会出席者からの聞き取り調査									
把握する時期 当該年度中 03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)

1次評価			評価結果
観 点	課題に照らした妥当性	a b c	A
	理由	県産品の新たな販路開拓による販売拡大と来県した観光客に対する情報提供により、県内消費額の増加をさらに進めるため、適切に対応している。	
	住民ニーズに照らした妥当性	a b c	
	理由	食品及び観光関係事業者がクルーズ船運営会社、旅行エージェント、業務用食材を扱うバイヤー等と新たな取引を開始することができた。また、国内外からの観光客には食を味わえる飲食店等の情報拡散が進んでいる。	
	県関与の妥当性(民間、市町村、国との役割分担)	a b c	
理由	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		
理由	食品、観光、流通分野等の異業種が相互に連携している事業であるため、関係する事業者が多分野に渡っており、県の関与が必須である。		

1次評価		評価結果
有効性の観点	事業の効果(事業目標は達成されているかどうか) 適用の可否 可 不可 a 達成率100%以上 b 達成率80%以上100%未満 c 達成率80%未満 【評価への適用不可又はcの場合の理由】	A
		B
		C
効率性の観点	1 事業の経済性の妥当性(費用対効果の対前年度比) 適用の可否 可 不可 a 1.1~ b 0.9~1.1 c ~0.9 $\left[\frac{\text{令和01年度の効果}}{\text{令和01年度の決算額}} \right] / \left[\frac{\text{平成30年度の効果}}{\text{平成30年度の決算額}} \right] = \text{(指標)}$ 【評価への適用不可又はcの場合の理由】	A
	2 コスト縮減のための取組状況 a 客観的で効果が高い b 取組んでいる c 取組んでいない 【コスト縮減に向けた具体的な取組内容又は取組んでいない理由】	B
		C
総合評価	A継続 B改善して継続 C見直し D休廃止 E終了 県産品の販売拡大と来県した観光客に対する情報提供により県内経済への波及効果を高めるため、引き続き県が力を入れて推進していくべき事業である。	

2次評価	
必要性 - A - B - C	有効性 - A - B - C 効率性 - A - B - C
総合評価	A継続 B改善して継続 C見直し D休廃止 E終了 (2次評価対象外)
評価結果の当該事業への反映状況等(対応方針)	
政策評価委員会意見	

7. 事業の効果を把握するための手法及び効果の見込み											
指標	指標名	日本酒・加工食品の輸出額							指標の種類		
	指標式	日本酒と加工食品の輸出金額の合計(百万円)							成果指標 業績指標		
	年度別の目標値(見込まれる効果) 低減目標指標 該当 非該当										
	指標	30年度	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度	06年度	最終年度		
	目標a		697	761	831				831		
	実績b										
	b/a		0%	0%	0%						
	東北及び全国の状況 把握できない。										
	データ等の出典	秋田うまいもの販売課が県内食品事業者を対象に調査して算出。									
	把握する時期 当該年度中 月 翌年度 08月 翌々年度 月										
指標	指標名	県産酒の県出荷総量に占める県輸出総量							指標の種類		
	指標式	県産酒輸出数量 / 県産酒出荷総量 (%)							成果指標 業績指標		
	年度別の目標値(見込まれる効果) 低減目標指標 該当 非該当										
	指標	30年度	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度	06年度	最終年度		
	目標a		2	2.18	2.36				2.36		
	実績b										
	b/a		0%	0%	0%						
	東北及び全国の状況 把握できない。										
	データ等の出典	清酒課税移出数量をもとに秋田うまいもの販売課で算出。									
	把握する時期 当該年度中 月 翌年度 08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)											
1次評価											
必要性の観点	課題に照らした妥当性								a	b	c
	理由	県の収支の改善や県内食品産業振興のためには、新たな販路開拓が不可欠であり、人口の減少などで大きな成果が見込めない国内市場にとどまるのではなく、成長が期待できる海外市場への展開を図ることが求められており、本事業は必要である。									
	住民ニーズに照らした妥当性								a	b	c
	理由	輸出に対する県内食品事業者の関心は高まっているが、人的にネットワークの不足や物流のコスト、言語など輸出スキル不足により踏み切れない事業も多く、県が主催する事業でそれらの参入障壁を低くすることは重要であり、本事業の必要性は高い。									
	県関与の妥当性(民間、市町村、国との役割分担)								a	b	c
観	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										
	理由	海外との取引の開始にあたっては対外的な信用の面や、食だけではなく観光や伝統工芸品と連携したオール秋田での取組が有効であることから県が関与することが重要である。また、輸出に関する人的確保が困難な小規模事業者も多く、一定規模の県の関与が必要である。									

1次評価		評価結果
有効性の観点	事業の効果(事業目標は達成されているかどうか) 適用の可否 可 不可 a 達成率100%以上 b 達成率80%以上100%未満 c 達成率80%未満 【評価への適用不可又はcの場合の理由】 輸出調査実績が未判明のため。	A B C
	1 事業の経済性の妥当性(費用対効果の対前年度比) 適用の可否 可 不可 a 1.1~ b 0.9~1.1 c ~0.9 〔令和01年度の効果 / 令和01年度の決算額〕 / 〔平成30年度の効果 / 平成30年度の決算額〕 = (指標) 【評価への適用不可又はcの場合の理由】	A
	2 コスト縮減のための取組状況 a 客観的で効果が高い b 取組んでいる c 取組んでいない 【コスト縮減に向けた具体的な取組内容又は取組んでいない理由】 海外に渡航する前にオンラインでの商談会を実施し、作業の効率化・コスト削減(渡航回数の削減のため)に取り組んでいる。	B C
総合評価	A継続 B改善して継続 C見直し D休廃止 E終了	台湾、タイ、フランス、韓国において、本県独自の商談会の開催や国際食品見本市への出展、現地レストランでの県産食材を使用したメニューフェアの開催を行い、現地のニーズ把握、商談機会の創出、成約、秋田県食材のPRが実現した。特に稲庭うどん・日本酒・発酵食品への評価が高く、韓国では新たに稲庭うどんが業務用で販路拡大したのに加え、台湾では甘酒等の発酵食品の販路拡大が実現したため、引き続き事業を展開する。
2次評価		
必要性 - A - B - C 有効性 - A - B - C 効率性 - A - B - C		
総合評価	A継続 B改善して継続 C見直し D休廃止 E終了	(2次評価対象外)
評価結果の当該事業への反映状況等(対応方針)		
政策評価委員会意見		