

| 事業コード | 0020502 | 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 | 「あきたの美味食」販売強化事業 | 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 | 05 | 施策目標(指標)名 | その他施策関連事業 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 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 | 調整・食品振興班 | (tel) | 2258 | 担当課長名 | 柴田靖 | 担当者名 | 櫻井慎也 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 評 価 対 象 事 業 の 内 容 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>1-1. 事業実施の背景(施策目標の達成のためになぜこの事業が必要であったのか) 新型コロナウイルス感染拡大の影響により、観光や宴会などの自粛が続く、県産食品(日本酒、お土産等)の売り上げが減少している。そこで、駅での物産展開催、アンテナショップでの割引券の配布並びに日本酒の販売企画等を通して、県産食品の売上回復と拡大を図る。</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>1-2. 外部環境の変化及び事業推進上又は完了後に明らかになった問題点 事業実施により食品事業者等の売上確保につながったが新型コロナウイルスの感染は予断を許さず、今後も感染状況を注視しながら支援を続けていく必要がある。</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>2. 住民満足度の状況(事業終了後に把握したもの) 満足度を把握した対象 受益者 一般県民(時期: R03年 04月) 満足度の把握方法 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) 満足度の状況 新型コロナウイルスにより影響を受けた事業者が積極的に参加した。同事業は県産食品の売上回復に貢献した。</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>3. 事業目的(どういう状態にしたかったのか) 新型コロナウイルス感染拡大の影響により、大きな打撃を受けている酒造メーカーを始めとした食品事業者等が、感染の収束や新しい生活様式を踏まえ実施する販売強化策を支援し、県産食品の売上回復と拡大を図る。</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>4. 目的達成のための方法 事業の実施主体 県 事業の対象者・団体 民間事業者 達成のための手段 民間が行う消費喚起の取組に対する補助金の交付や、県産食品の委託による売上回復に向けた物産フェアや日本酒およびビールの特別販売企画等の委託を実施。</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>5. 前回評価における指摘事項等</p> <p>指摘事項</p> <p>指摘事項への対応</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>6. 事業の内容 事業概要及び推進状況 当事業は大きく以下の3つの事業を通して県産食品の売り上げ回復を図った。 県外販売強化事業では、主要JR駅(仙台、浦和、大宮)においてフェアを開催した。また、首都圏のアンテナショップで利用できる「あきたうまいもの割引券」の配布やアンテナショップのWEBサイトの情報発信機能強化等により物販支援の強化を図った。 2. 秋田の酒でカンバイ支援事業では、日本酒およびビールの業界団体が実施する特別販売企画への支援を行った。 3. 香り華やか秋田みそ・醤油販売拡大支援事業は、県内の味噌・醤油蔵マップと醸造元を紹介するパンフレットを制作しコンテンツとして情報発信を行った。またECサイトとも連動してネット販売の拡大を図った。</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 単位(千円) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="2" style="text-align: center;">内 訳</th> <th style="text-align: center;">当初計画事業費</th> <th style="text-align: center;">最終事業費</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="2">県外販売強化事業</td> <td style="text-align: right;">46,303</td> <td style="text-align: right;">24,599</td> </tr> <tr> <td colspan="2">秋田の酒でカンバイ支援事業</td> <td style="text-align: right;">11,798</td> <td style="text-align: right;">10,778</td> </tr> <tr> <td colspan="2">香り華やか秋田みそ・醤油販売拡大支援事業</td> <td style="text-align: right;">2,000</td> <td style="text-align: right;">2,000</td> </tr> <tr> <td colspan="2"></td> <td style="text-align: right;">0</td> <td style="text-align: right;">0</td> </tr> <tr> <td colspan="2"></td> <td style="text-align: right;">0</td> <td style="text-align: right;">0</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">事業費計</td> <td style="text-align: right;">60,101</td> <td style="text-align: right;">37,377</td> </tr> <tr> <td rowspan="4" style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">財 源 内 訳</td> <td style="text-align: center;">国 庫 補 助 金</td> <td style="text-align: right;">60,101</td> <td style="text-align: right;">37,377</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">県 債</td> <td style="text-align: right;">0</td> <td style="text-align: right;">0</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">そ の 他</td> <td style="text-align: right;">0</td> <td style="text-align: right;">0</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">一 般 財 源</td> <td style="text-align: right;">0</td> <td style="text-align: right;">0</td> </tr> </tbody> </table> | | | | | | | | | | 内 訳 | | 当初計画事業費 | 最終事業費 | 県外販売強化事業 | | 46,303 | 24,599 | 秋田の酒でカンバイ支援事業 | | 11,798 | 10,778 | 香り華やか秋田みそ・醤油販売拡大支援事業 | | 2,000 | 2,000 | | | 0 | 0 | | | 0 | 0 | 事業費計 | | 60,101 | 37,377 | 財 源 内 訳 | 国 庫 補 助 金 | 60,101 | 37,377 | 県 債 | 0 | 0 | そ の 他 | 0 | 0 | 一 般 財 源 | 0 | 0 |
| 内 訳 | | 当初計画事業費 | 最終事業費 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 県外販売強化事業 | | 46,303 | 24,599 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 秋田の酒でカンバイ支援事業 | | 11,798 | 10,778 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 香り華やか秋田みそ・醤油販売拡大支援事業 | | 2,000 | 2,000 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 0 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 0 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 事業費計 | | 60,101 | 37,377 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 財 源 内 訳 | 国 庫 補 助 金 | 60,101 | 37,377 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 県 債 | 0 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | そ の 他 | 0 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 一 般 財 源 | 0 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>当初計画及び最終の事業費比較</p> <p style="text-align: right;">最終事業費 / 当初計画事業費 =(0.62)</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

7. 事業の効果及び課題の改善状況
 JRと連携して県外3箇所で開催した「あきたフェア」では、多くの方に秋田の食と観光をPRすることができた。あきたうまいもの割引券はアンテナショップの利用促進に一定の効果はあったものの、新型コロナウイルスの影響が長引き売上の回復には至らなかった。(1枚500円の割引券が1.6万枚枚が使用された)秋田の酒でカンバイ支援事業では、日本酒の販売「秋田旬吟醸」を販売し約1.6千本が即売となり、参加した秋田県の酒蔵30蔵にとっては効果的な宣伝となった。また、「香り華やか秋田みそ・醤油販売拡大支援事業」では、ホームページ、SNSを活用したPRを図り、広報活動を行ったことをきっかけに地域の方や若年層等新たな客層の獲得に成功した。またきりたんぼ味噌鍋のセット販売も好調であった。

8. 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 | | | | | | | | | 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 | 26年度 | 27年度 | 28年度 | 29年度 | 30年度 | 01年度 | 02年度 | 全体 | |
| 目標a | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | |
| 実績b | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | |
| a/b | | | | | | | | | 0% |
| 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 | 26年度 | 27年度 | 28年度 | 29年度 | 30年度 | 01年度 | 02年度 | 全体 | |
| 目標a | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | |
| 実績b | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | |
| a/b | | | | | | | | | 0% |
| 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かった場合の効果の把握方法
 指標を設定することが出来なかった理由
 多岐にわたる食品製造事業者の売上を捕捉することが困難なため。

成果(見込まれる効果)
 補助対象とする業界団体にヒアリングを行い、業況を確認することは可能。

| | | |
|------------------------|---|-------------------------------|
| 所管課の評価 | | 評価結果 |
| 有効性の観点 | 住民満足度の状況 a b c 【b又はcの場合の分析】 | A B C |
| | 事業の効果 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 【b又はcの場合の理由】 | |
| | 事業の経済性の妥当性 適用の可否 可 不可 a 1.0~ b 0.8~1.0 c ~0.8 【評価への適用不可、又はb、cの場合の理由】 商品販売を行う際に、広告を出す費用を削減して、メーカー・酒蔵が持つSNS等で発信を行い、広告費用を抑えた。 | |
| 効率的性の観点 | $\left[\frac{\text{事業終了後の効果}}{\text{最終事業費}} \right] / \left[\frac{\text{当初計画時の効果}}{\text{当初計画事業費}} \right] =$ | A 1.0~ B 0.8~1.0 C ~0.8 |
| 総合評価 | A (妥当性が高い) B (概ね妥当である) C (妥当性が低い) 新型コロナウイルスの影響を受けて、県産食品や日本酒の売上が減少しており、事業者支援のため同事業を実施した。同事業では食品事業者から酒蔵・ビールメーカー、アンテナショップ等多岐に亘る支援を実施できた。また実施方法では、EC販売に重きをおき、巣ごもり消費に適應する形で事業を進めていった。今後、新型コロナウイルスの影響が長期化することを念頭に、新しい生活様式に合った販売方法を検討していく必要がある。 | 政策評価委員会意見 |
| 評価結果の類似事業への反映状況等(対応方針) | | |

終了事業事後評価判定点検表

(様式5-1)

(1) 各評価項目の判定基準

| 観点 | 評価項目 | 判定基準 | 配点 | 1次 | 2次 | 評価結果 | |
|------|-----------------|-------------------------------------|----|----|----|--------------------|---|
| ア有効性 | 一 住民満足度等の状況 | a 住民満足度等を的確に把握しており、満足度も高い | 2 | 2 | | A:有効性は高い (4点) | |
| | | b 住民満足度等を把握しているが、手法が的確でない又は満足度が高くない | 1 | | | | |
| | | c 住民満足度等を把握していない | 0 | | | | |
| | 二 事業目的の達成状況 | a 目標値に対する達成率が全て100%以上 | 2 | 1 | 1 | B:有効性はある (1~3点) | |
| | | b a、c 以外の場合 | 1 | | | | |
| | | c 目標値に対する達成率のいずれかが80%未満 | 0 | | | | |
| 計 | | | 4 | 3 | | B | |
| イ効率性 | 一 事業の経済性の妥当性 | a 当初計画時と事業終了後の事業効果を比較した値(注)が全て1.0以上 | 2 | 0 | | A:効率性は高い (2点) | |
| | | b a、c 以外の場合 | 1 | | | | |
| | | c 当初計画時と事業終了後の事業効果を比較した値のいずれかが0.8未満 | 0 | | | | |
| | 計 | | | 2 | 0 | | C |

(注) 事業経済性の算定式

$$\left(\frac{\text{事業終了後の効果} / \text{最終事業費}}{\text{当初計画時の効果} / \text{当初計画時事業費}} \right)$$

上式で、効果とは事業の効果を把握するために設定した指標の実績値をいう。なお累積の実績値を設定している場合は、前年度からの差し引きによる「単年度増加分」を実績値として用います。

(2) 総合評価の判定基準

| 総合評価の区分 | 判定基準 | 総合評価 | |
|-------------|----------------------|------|--|
| A (妥当性が高い) | 全ての観点の評価結果が「A」判定の場合 | B | |
| B (概ね妥当である) | 総合評価結果が「A」又は「C」以外の場合 | | |
| C (妥当性が低い) | 全ての観点の評価結果が「C」判定の場合 | | |