

施策名：「The・おおいた」ブランド確立に向けた商品づくり

事業名	担当課・局・室名	ページ
活力ある水田農業振興対策事業（米）	集落・水田対策室	2 / 17
活力ある水田農業振興対策事業（大豆）	集落・水田対策室	3 / 17
農林水産物輸出促進対策事業	おおいたブランド推進課	4 / 17
「The・おおいた」ブランド流通開拓・情報発信事業	おおいたブランド推進課	5 / 17
豊かな県民の食推進事業	おおいたブランド推進課	6 / 17
緊急雇用「とよの食彩愛用店」活性化事業	おおいたブランド推進課	7 / 17
葉たばこ作付転換円滑化対策事業	園芸振興室	8 / 17
次世代を担う園芸産地整備事業	園芸振興室	9 / 17
肉用牛繁殖経営支援事業	畜産技術室	10 / 17
酪農経営構造改革推進事業	畜産技術室	11 / 17
林業再生県産材利用促進事業	林産振興室	12 / 17
木造建築物等建設促進総合対策事業	林産振興室	13 / 17
椎茸生産基盤整備総合対策事業	林産振興室	14 / 17
県産材販路開拓総合対策事業	林産振興室	15 / 17
おおいたの魚商品力強化・利用拡大推進事業	漁業管理課	16 / 17
おおいたの魚販売総合対策事業	漁業管理課	17 / 17

事業名	活力ある水田農業振興対策事業（米）	事業期間	平成 17 年度～平成 25 年度	上位の施策名	「The・おおいた」ブランド確立に向けた商品づくり
				担当課・局・室名	集落・水田対策室

[目的、現状・課題]

目的	対象	米を供給する生産者	現状・課題	米の価格低迷及び高温等の影響による品質低下により、生産者の所得が減少しているため、高温耐性品種の導入や米の生産コストの削減、ブランド化により所得向上を図ることが課題となっている。
	意図	単収・品質の安定化による所得向上を図る		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト	22年度	23年度	24年度	25(予算)
特色ある米支援対策 水稻品種導入対策	高付加価値生産・販売のため、研修会や販売促進等の実施 新品種導入に向けた、試験ほ場を設置（14か所） 委託先：つや姫生産農家 新品種の有利販売に向けた、販売促進対策費の支援	間接補助 全部委託	市町村 県	総コスト	21,045	24,615	24,801	41,633
				事業費	16,045	19,615	19,801	36,633
		直接補助	JA全農おおいた	うち一般財源	16,045	19,615	19,801	22,219
				うち繰越額				14,414
				人件費	5,000	5,000	5,000	5,000
職員数(人)	0.50	0.50	0.50	0.50				

「うち一般財源」と「うち繰越額」は重複する場合がある。

[事業の成果等]

事業の成果	指標名(単位)	達成度	事業の実績				最終目標	
			23年度	24年度	目標値	目標年度		
新品種「つや姫」の導入が本格的に始まり、戦略的な生産・流通・販売により高い評価を得た。(相対取引価格：ヒノヒカリ：15,500円、つや姫：16,000円) 水稻全体の一等米比率については、9月上中旬の高温により品質低下が生じ昨年並みの結果であった。	つや姫作付面積(ha)		103	260	600	25		
	一等米比率(%)		57	54	85	25		

成果指標	指標名(単位)	達成度	22年度	23年度	24年度	25年度	最終達成(25年度)	評価	備考
			1,000	1,290	1,900	2,100	2,100		
高温耐性品種の導入面積(ha)	目標値		1,000	1,290	1,900	2,100	2,100	著しく 不十分	つや姫の作付面積については、生産者認定制度により品質・食味の確保を最優先にしたため計画を下回ったため。
	実績値		1,046	1,073	1,276				
	達成率		104.6%	83.2%	67.2%				

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	なし	県全体の販売戦略に基づき、地域に適した品種の作付けへ誘導するためには、県が実施する必要がある。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	効率性指標		左の計算式
		22年度	24年度	
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	図れない(見直し困難)	20 千円/ha	19 千円/ha	総コスト / 成果指標の実績値

[総合評価]

方向性	見直し(25年度)事業内容の拡充	方向性の判断理由	「つや姫」のさらなるブランド力向上を図りつつ作付面積拡大を行う必要があるため
改善計画等			<ul style="list-style-type: none"> 「つや姫」の低標高地への普及拡大、高品質安定生産のための実証圃・調査圃場を設置し技術指導を強化 「つや姫」の生産、流通、販売戦略を徹底しブランド力を高め、有利販売体制を確立 大分県産米全体の評価向上を目指すため、販売を起点とした高温耐性品種の導入計画を地域ごとに策定 「つや姫」の生産拡大を図るため、生産者認定制度を見直し

事業名	活力ある水田農業振興対策事業（大豆）	事業期間	平成 17 年度～平成 25 年度	上位の施策名	効率的で持続性のある生産基盤・環境づくり
				担当課・局・室名	集落・水田対策室

〔目的、現状・課題〕

目的	対象	大豆を出荷する生産者	現状・課題	播種の適期が梅雨時期にあたり、降雨による播種作業の遅れや出芽不良のため、生育量が不足し、減収や品質の低下を招いていることから、その改善が課題となっている。
	意図	生産量を増やし、品質を高位安定化させる		

〔事業の実施状況〕

（単位：千円）

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト	22年度	23年度	24年度	25(予算)
麦・大豆収量向上対策	適期播種・収量向上のための機械導入を支援	間接補助	市町村	総コスト	6,106	5,641	6,991	7,026
播種時期分散化対策	早期播種実証圃の設置等を支援（県内3か所）	直接補助	生産者組織等	事業費	1,106	641	1,991	2,026
大豆産地化支援対策	黒大豆（クロダマル）の品質統一、販路拡大を支援	直接補助	大分県農業協同組合	うち一般財源	1,106	641	1,991	2,026
				うち繰越額				
				人件費	5,000	5,000	5,000	5,000
				職員数（人）	0.50	0.50	0.50	0.50

「うち一般財源」と「うち繰越額」は重複する場合がある。

〔事業の成果等〕

事業の成果	播種適期である7月上中旬に断続的な降雨（豪雨）があったことに加え、その後も降雨が続いたため、播種時期が大幅に遅れた。そのため、大幅な減収および品質低下が予想されたが、その後の実証圃設置や研修会などの実施により、収量・品質の低下程度は小さくなった。	活動指標	指標名（単位）		事業の実績		最終目標	
			23年度	24年度	目標値	目標年度		
			上位等級比率（％）	12	58	80	25	

成果指標	指標名（単位）	達成度	22年度	23年度	24年度	25年度	最終達成 （25年度）	評価	備考
	主要な担い手の10aあたりの 収量（kg）	目標値		150	180	210	210		
		実績値		112	147				
		達成率		74.7%	81.7%				

達成不十分 播種適期に断続的な降雨（豪雨）があったことに加え、その後も降雨が続き播種時期が大幅に遅れたため。

〔県が実施する必要性〕

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	なし	需要の動向をもとに、品種構成や契約数量の調整など、県全体で生産振興を行う必要があるため、県が実施する必要がある。

〔実施方法の効率性〕

検証の視点	検証結果	24年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式 総コスト / 成果指標の実績値
事業の簡素化、実施方法の見直し（業務の民間委託など）を図っているか	図っている（拡大困難）	・事業地域の見直し（23年度～） ・実施箇所数の見直し（23年度～）	23年度	24年度	
			50 千円/kg	48 千円/kg	

〔総合評価〕

方向性	見直し（25年度）事業内容の変更	方向性の判断理由	成果指標が目標値を下回っているため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> ・畝立播種機の導入配分率や実証圃の設置箇所を見直し、主な生産地に集中的に配分 ・新品种「クロダマル」の販路拡大に向けた販促活動の充実 ・経営所得安定対策を活用し、単収および品質の向上を積極的に推進 ・国の大豆・麦等生産体制緊急整備事業を活用し、生産拡大研修会を開催することにより単収・品質の向上を推進 		

事業名	農林水産物輸出促進対策事業	事業期間	平成 21 年度～平成 26 年度	上位の施策名	「The・おおいたブランド」確立に向けた商品づくり
				担当課・局・室名	おおいたブランド推進課

[目的、現状・課題]

目的	対象	農林水産物の輸出に取り組む団体	現状・課題	大分県海外戦略を策定し、農林水産物の東アジア向けの輸出対策の戦略を明確にし輸出促進に取り組んでいるが、原発事故による輸出先での日本食品離れや円高等により輸出状況は悪化している。
	意図	農林漁業者の所得を向上させる		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト	22年度	23年度	24年度	25(予算)
輸出定着・拡大対策	海外市場開拓調査 中国・香港での市場調査 海外販売促進活動 台湾、上海での中秋節・春節販売促進 香港・タイでの販売促進 バイヤー招へい 産地PR・ほ場視察	直接補助	ブランドおおいた輸出促進協議会	総コスト	18,357	16,455	15,753	15,950
				事業費	6,357	4,455	3,753	3,950
				うち一般財源	6,357	4,455	3,753	3,950
				うち繰越額				
				人件費	12,000	12,000	12,000	12,000
				職員数(人)	1.20	1.20	1.20	1.20

「うち一般財源」と「うち繰越額」は重複する場合がある。

[事業の成果等]

事業の成果	指標名(単位)	事業の実績		最終目標	
		23年度	24年度	目標値	目標年度
海外の市場・店頭での調査・店頭プロモーション、バイヤーの産地招へいなどにより、県産農林水産物の海外での認知向上を図った。 また、原発事故の風評被害が広がるなか、県産品の安全性のPRが図れた。	店頭販促(回)	7	7	6	26
	輸出セミナー・商談会(回)	5	7	3	26
	バイヤー招へい(回)	4	1	5	26

成果指標	指標名(単位)	達成度	22年度	23年度	24年度	25年度	最終達成(26年度)	評価	備考
			目標値	実績値	達成率				
農林水産物の輸出額(千円)	目標値		1,057,200	1,250,000	1,401,200	1,433,100	1,465,000	著しく不十分	福島原発事故等による輸入規制、風評被害や、急速な円高等により情勢が悪化したため達成には至らなかった。
	実績値		1,237,061	1,080,597	931,064				
	達成率		117.0%	86.4%	66.4%				

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	なし	市町村をまたがり生産される農産物、林産物、水産物を海外に向けて一体的にプロモーション、PRするためには県の関与が必要である。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	24年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
			22年度	24年度	
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	図っている(拡大困難)	輸出に取組む民間事業者を含めた組織「ブランドおおいた輸出促進協議会」で取組を実施	1,484 千円/億円	0 千円/億円	総コスト / 成果指標の実績値

[総合評価]

方向性	現状維持	方向性の判断理由	引き続き任意団体の活動を支援し、円高・原発事故による情勢悪化に対応するため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> 大分県海外戦略に基づく部局間連携の促進 福島原子力発電所事故の影響で、日本産食品への安全・安心が揺らぐなか、大分県産農林水産物の安全・安心をPR 輸出先国や国の対応を見極めて、九州ブランドとしての方向も含め、品目、輸出先国ならびに販売先に応じたPR方法を検討 任意団体(ブランドおおいた輸出促進協議会)の活動を効率的に実施できるよう支援 		

事業名	「The・おおいた」ブランド流通開拓・情報発信事業 (旧「The・おおいた」ブランド流通改革推進事業)	事業期間	平成 23 年度～平成 25 年度	上位の施策名	「The・おおいた」ブランド確立に向けた商品づくり
				担当課・局・室名	おおいたブランド推進課

〔目的、現状・課題〕

目的	対象	生産者等	現状・課題	これまでの活動は一定の成果をあげてきたが、本来マーケティングを担うべき農業団体の取り組みは、人材育成を含めて遅れている。また、農水産物のブランド化には、県域での生産・流通体制の整備が必要であるが、品目ごとに課題背景が異なる。
	意図	県域生産・県域流通体制を整備する		

〔事業の実施状況〕

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト	22年度	23年度	24年度	25(予算)
マーケティング活動による 販路開拓と県農協の流通改革 支援対策	マーケティングアドバイザーを活用した商談の拡大 県メーカーと県農協・県漁協の流通担当との連携、流通 を担う人材の育成、品質規格統一と情報一元化・分荷体制 確立、農水産物一体となった販路開拓推進	直接負担	「The・おおいた」 ブランド流通対策本部	総コスト	121,539	101,856	90,862	90,647
				事業費	46,539	26,856	25,862	25,647
「The・おおいた」ブランド情報 発信事業	「The・おおいた」HP運営、ブログ・twitter等の幅広い メディアで情報発信を強化 委託先：鬼塚電気工業(株)	一部委託	県	うち一般財源	46,539	26,856	25,862	25,647
				うち繰越額				
				人件費	75,000	75,000	65,000	65,000
				職員数(人)	7.50	7.50	6.50	6.50

「うち一般財源」と「うち繰越額」は重複する場合がある。

〔事業の成果等〕

事業の成果	県職員メーカー(3名)を配置し、民間のマーケティングアドバイザーの助言仲介等をもとに、県産農水産物の販路開拓とマーケット起地の産地づくりに取り組んだ。また各生産者団体やJA等と連携して県域生産・県域流通体制の整備を推進し、「The・おおいた」ブランドづくりに取り組んだ結果、23年度はピーマン、白ねぎで、24年度はにらで県域生産・流通体制が確立した。					活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標	
	指標名(単位)		23年度	24年度	目標値		目標年度					
	マーケティングアドバイザー設置人数(人)		15	12								
メーカー設置人数(人)		4	3									
成果指標	指標名(単位)		達成度	22年度	23年度	24年度	25年度	最終達成 (27年度)	評価	備考		
	新たな広域流通品目の販売額(億円)		目標値	107	95	105	109	120				
			実績値	73	80	87						
			達成率	68.2%	84.2%	82.9%						
								達成不十分	品目によってJAや生産者団体等と合意形成に至っていないため。			

〔県が実施する必要性〕

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	なし	全国に通用する「The・おおいた」ブランドづくりを推進していくためには、県内に分散した小規模産地が連携した県域生産・流通体制の確立が急務であるとともに、この取り組みを農業団体の自主的なものへ誘導・強化するために県主導の実施が必要である。

〔実施方法の効率性〕

検証の視点	検証結果	24年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	一部図っている(拡大可能)	・農業団体の自主的な取組強化(JAアドバイザーの自主的継続) ・県域流通を担う県域生産者組織の育成(ピーマン、白ねぎ、にら等)	22年度	24年度	総コスト / 成果指標の実績値
			1,665 千円/億円	1,044 千円/億円	

〔総合評価〕

方向性	見直し(25年度)事業内容の拡充	方向性の判断理由	目標値の最終達成に向け、取り組みを一層強化する必要があるため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> 農業団体等の連携を強化し、県域流通体制の確立を一層推進(ピーマン・白ねぎ・にらの県域生産・流通体制確立) 25年度からは、大分県農協の自主的な取り組みを更に強化(農協内に流通販売推進室を設置、県職員(業務援助)を室長とし、JAメーカーを2名配置など) 26年度は県農協の取組と成果について分析の上、県メーカーのあり方を検討 26年度は県域生産・流通体制が確立していない品目について合意形成ができるよう、より効果的な方策を検討 		

事業名	豊かな県民の食推進事業	事業期間	平成 22 年度～平成 24 年度	上位の施策名	「The・おおいた」ブランド確立に向けた商品づくり
				担当課・局・室名	おおいたブランド推進課

[目的、現状・課題]

目的	対象	直売所・加工所・農村レストラン、県民	現状・課題	本県では、多種多様で特色ある農林水産物が生産されているが、産地規模が小さいこと等の現状を踏まえ、多様な販路の開拓、販売力の強化を図る必要がある。また、生産者と消費者の信頼関係を構築する「顔の見える関係づくり」が求められている。
	意図	直売所等を活性化させ、地産地消を推進する		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト	22年度	23年度	24年度	25(予算)
直売所活性化事業 地産地消推進事業	アドバイザーの派遣、直売所・消費者交流会等の開催 県民フォーラムの開催(1回) 委託先：NPO法人APO 地産地消キャンペーンの実施(4回) 委託先：(株)アシスト丸和等 学校給食の食材供給 委託先：県青果物卸売市場連合会 援農活動の支援	直接実施	県	総コスト	17,142	17,431	15,112	
		一部委託		事業費	7,142	7,431	5,112	
				うち一般財源	7,142	7,020	5,112	
		一部委託		うち繰越額				
		全部委託		人件費	10,000	10,000	10,000	
		直接実施		職員数(人)	1.00	1.00	1.00	

「うち一般財源」と「うち繰越額」は重複する場合がある。

[事業の成果等]

事業の成果	指標名(単位)	事業の実績		最終目標		
		23年度	24年度	目標値	目標年度	
小規模生産者の出荷先、地産地消推進や地域活性化の拠点となる直売所等の関係者の意識向上や販売方法等が改善されるとともに、県民の地産地消推進の気運の醸成が図られた。	活動指標	アドバイザー派遣日数(日)	17	16	20	24
	地産地消キャンペーン開催回数(回)	4	4	4	4	24
	学校給食供給品目数(品目)	61	61	75	75	24

成果指標	指標名(単位)	達成度	22年度	23年度	24年度	25年度	最終達成 (24年度)	評価	備考				
			農林水産物直売所の売上額 (百万円/年)	目標値	7,500	12,100				12,200		12,500	達成
			実績値	12,039	11,990	12,941							
			達成率	160.5%	99.1%	106.1%							

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	NPOとの協働が可能	地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律	六次産業化法第35条の規定に基づき、県は地産地消促進に関して自主的な施策を実施する責務があるが、NPO等に委託できる業務については積極的に役割分担している。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	24年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
			22年度	24年度	
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	一部図っている(拡大可能)	・NPOやホテルとの協働による効率的な事業実施 ・食品メーカーとの連携による効率的な事業実施	142.4 千円/億円	1 千円/億円	総コスト / 成果指標の実績値

[総合評価]

方向性	終了(24年度末)	方向性の判断理由	事業の一部を他事業に組み入れることで、より効果的に事業を実施するため
改善計画等	・地産地消の事業をより効果的・効率的にすすめ、地産地消の一層の推進を図るため、25年度から新規事業を実施		

事業名	緊急雇用「とよの食彩愛用店」活性化事業	事業期間	平成 24 年度～平成 25 年度	上位の施策名	「The・おおいた」ブランド確立に向けた商品づくり
				担当課・局・室名	おおいたブランド推進課

[目的、現状・課題]

目的	対象	とよの食彩愛用店	現状・課題	県産食材を積極的に使用する飲食店等を県が登録する「とよの食彩愛用店」は、近年登録店舗数が伸び悩んでおり、また登録店についても地産地消推進活動が低調である。
	意図	とよの食彩愛用店を活性化させ、地産地消を推進する		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト				
				22年度	23年度	24年度	25(予算)	
新規登録店の勧誘 地産地消キャンペーンの協力勧誘 「The・おおいた」HPの更新 統一看板の整備・配布 PRチラシ・ガイドブック作成	県内の料理店、旅館、ホテル等への登録勧誘(240件) 既存登録店舗へ県産食材のさらなる利用拡大、地産地消 キャンペーンへの協力依頼(263件) 「The・おおいた」HPの更新 登録店舗の統一看板の整備と配布 登録店舗のPRチラシとガイドブックの作成 委託先：鬼塚電気工事(株)	全部委託	県	総コスト			4,080	8,676
				事業費			3,080	6,676
				うち一般財源			3,080	6,676
				うち繰越額				
				人件費			1,000	2,000
				職員数(人)			0.10	0.20

「うち一般財源」と「うち繰越額」は重複する場合がある。

[事業の成果等]

事業の成果	とよの食彩愛用店の登録店舗数が増加と活性化により、地産地消の推進が図られた。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標	
			23年度	24年度	目標値	目標年度		
			登録店舗数(店舗)		96	80	25	

成果指標	指標名(単位)	達成度	22年度	23年度	24年度	25年度	最終達成 (25年度)	評価	備考	
	登録店舗数(店舗/年)	目標値				70	80	80	達成	
		実績値				96				
		達成率				137.1%				

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	なし	とよの食彩愛用店は市町村の枠を超えた県域での取組であり、地産地消や県産農林水産物の消費拡大を推進するためには、県が主体的に取り組む必要がある。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	24年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
			22年度	24年度	
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	図っている(拡大困難)	・緊急雇用創出事業を活用しすべての業務を民間委託		42.5 千円/店舗数	総コスト / 成果指標の実績値

[総合評価]

方向性	見直し(25年度)事業内容の拡充	方向性の判断理由	目標値の最終達成に向け、取り組みを一層強化する必要があるため
改善計画等	・とよの食彩愛用店のさらなる活性化を図るため、ガイドブックに加えて高校総体用PRチラシを作成		

事業名	葉たばこ作付転換円滑化対策事業	事業期間	平成 24 年度～平成 24 年度	上位の施策名	「The・おおいた」ブランド確立に向けた商品づくり
				担当課・局・室名	園芸振興室

[目的、現状・課題]

目的	対象	県農協、県農業農村振興公社等	現状・課題	平成23年の日本たばこ産業による原料需給バランス確保のための葉たばこ廃作助奨に伴い、県下で149戸（廃作面積253ha）が廃作に応じたが、転作品目が未決定の農地があるため早急な対策が求められている。
	意図	葉たばこから園芸品目等への円滑な転換を図る		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト				
				22年度	23年度	24年度	25(予算)	
葉たばこ作付転換対策 廃作農地流動化対策	広域共同利用施設の整備等を支援 農地の保全経費に対し助成	直接補助 間接補助	県農協 県農業農村振興公社等	総コスト			34,212	
				事業費			29,212	
				うち一般財源			29,212	
				うち繰越額				
				人件費			5,000	
職員数(人)			0.50					

「うち一般財源」と「うち繰越額」は重複する場合がある。

[事業の成果等]

事業の成果	指標名(単位)	達成度	事業の実績				最終目標	
			23年度	24年度	目標値	目標年度		
事業の成果	転作品目(高糖度かんしょ)の広域共同利用施設の整備、利用未決定の葉たばこ廃作農地の保全を行い、全体の約91%が葉たばこから高糖度かんしょ等への円滑な転作が図られた。残りの廃作地については、地域で農地の流動化を進める。	活動指標	高糖度かんしょの栽培面積(ha)	43	68	100	24	

成果指標	指標名(単位)	達成度	22年度	23年度	24年度	25年度	最終達成(年度)	評価	備考	
			目標値			253				
			実績値			245				
			達成率			96.8%				

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	なし	葉たばこ廃作による耕作放棄地を未然に防ぐため緊急を要する事業であり、県による実施が必要である。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	24年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
			22年度	24年度	
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	図っている(拡大困難)	・国庫事業を活用(国による直接採択事業)		140 千円/ha	総コスト / 成果指標の実績値

[総合評価]

方向性	終了(24年度末)	方向性の判断理由	緊急に対応が必要な事業であったため
改善計画等	・緊急に対応が必要であった時限的な事業であり、一定の成果を達成したため24年度で終了		

事業名	次世代を担う園芸産地整備事業 (旧ブランドを育む園芸産地整備事業)	事業期間	平成 23 年度～平成 27 年度	上位の施策名	「The・おおいたブランド」確立に向けた商品づくり
				担当課・局・室名	園芸振興室

[目的、現状・課題]

目的	対象	営農集団、県農協、県農業農村振興公社等	現状・課題	産地規模が小さく、有利販売ができる品目が少ないため、大分県の顔となる戦略品目を設定し産地規模の拡大や県域産地の育成が課題となっている。
	意図	競争力のある園芸産地の育成を図る		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト	22年度	23年度	24年度	25(予算)
園芸企業者育成対策	栽培施設の拡大や生産基盤の整備に対して支援(42.6ha)	間接補助	営農集団、農業生産法人、農協等、認定農業者	総コスト	712,093	438,231	535,507	709,620
企業参入促進対策	参入企業の栽培施設等の整備に対して支援(2.4ha)			事業費	634,093	360,231	457,507	631,620
低コスト園芸施設整備対策	省力施設等の導入に対して支援 遊休ハウス等の活用を支援(0.5ha)			うち一般財源	449,797	312,568	218,760	398,820
園芸産地拠点施設整備対策 大規模リース団地整備事業 広域産地拠点施設整備事業	県公社が整備する大規模リース団地に対して支援(3.4ha) 広域集出荷施設の整備に支援	間接補助 直接補助	県農業農村振興公社 県農協	うち繰越額	28,105	120,610	375,161	
				人件費	78,000	78,000	78,000	78,000
				職員数(人)	7.80	7.80	7.80	7.80

「うち一般財源」と「うち繰越額」は重複する場合がある。

[事業の成果等]

事業の成果	野菜、果樹、花きの栽培施設や省力栽培機械等の整備により、園芸戦略品目を中心に生産者の経営基盤が拡大され、企業的農業者の育成と産地拡大が図られた。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標	
			ねぎ・キクの栽培面積(ha)	23年度	24年度	目標値	目標年度	
				928	952	1,051	27	

成果指標	指標名(単位)	達成度	22年度	23年度	24年度	25年度	最終達成(27年度)	評価	備考
	当事業での園芸品目栽培拡大面積(ha)	目標値	57.00	44.16	29.53	21.00		達成	最終達成(27年度)目標値がないのは、目標値を前年度当初予算時に設定するため。
		実績値	87.41	41.98	48.90				
		達成率	153.4%	95.1%	165.6%				

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	なし	県の農林水産業振興計画に基づき、競争力のある広域・県域の園芸産地育成を図るため、戦略品目を中心に施設整備等や低コスト化対策を行う。そのためには、県による実施が必要である。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	24年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	図っている(拡大困難)	・国庫事業の活用に誘導	22年度	24年度	総コスト / 成果指標の実績値
			8,147 千円/ha	10,951 千円/ha	

[総合評価]

方向性	現状維持	方向性の判断理由	他事業の一部を組み入れることで、より効率的に事業を実施するため
改善計画等	・25年度は次世代の園芸産地づくりに必要な広域拠点施設の整備を進めるため、大規模リース団地整備と広域集出荷施設を重点整備		

事業名	肉用牛繁殖経営支援事業	事業期間	平成 23 年度～平成 25 年度	上位の施策名	「The・おおいた」ブランド確立に向けた商品づくり
				担当課・局・室名	畜産技術室

[目的、現状・課題]

目的	対象	肉用牛繁殖農家	現状・課題	県内の肉用牛繁殖雌牛は、更新の遅れから高齢化が進み、子牛の市場価格に悪影響を与えていることから、繁殖雌牛の年齢的・血統的な若返りは喫緊の課題となっている。また、子牛の死廃率は他県と比較して高く、子牛の疾病予防も肉用牛繁殖経営にとって大きな課題となっている。
	意図	経営を安定させる		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト	22年度	23年度	24年度	25(予算)
繁殖雌牛の若返り対策	高齢な繁殖雌牛を出荷し、若雌牛を導入することに対する補助(111戸、268頭)	間接補助	市町村等	総コスト		14,510	20,604	29,880
肉用子牛衛生管理向上対策	子牛の疾病発生の低減のため初乳製剤利用に対する補助(117戸、2,750頭)	間接補助	農業協同組合等	事業費		11,510	17,604	26,880
				うち一般財源		11,510	17,604	26,880
				うち繰越額				
				人件費		3,000	3,000	3,000
				職員数(人)		0.30	0.30	0.30

「うち一般財源」と「うち繰越額」は重複する場合がある。

[事業の成果等]

事業の成果	指標名(単位)	達成度	事業の実績				最終目標	
			23年度	24年度	目標値	目標年度		
繁殖雌牛の若返り対策では、事業初年度に導入した若い雌牛の本格的な供用が始まり、平均年齢が7.9才と、0.7才の若返りを達成でき、肉用子牛衛生管理向上対策では、市場出荷までの子牛の死廃率が、平成21年度の7.3%から24年度は6.3%に減少した。	事業による繁殖雌牛導入頭数(頭)		98	268	1,000	25		
	事業に取り組んだ子牛の頭数(頭)		2,397	2,750	4,400	24		

成果指標	指標名(単位)	達成度	22年度	23年度	24年度	25年度	最終達成(25年度)	評価	備考
繁殖雌牛の平成22年度平均年齢8.6才からの若返り(才)	目標値			0.0	0.5	1.1	1.1	達成	
	実績値			0.0	0.7				
	達成率			100.0%	140.0%				

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	なし	県外購買者の多い大分県の子牛市場を活性化し、肉用牛繁殖農家の経営安定を図るためには、高品質な子牛生産に向け、生産者や関係機関が一体となって取り組むことが重要であるため、県が主導し実施する必要がある。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	24年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式 (総コスト/繁殖雌牛頭数(24年度:16,914頭)) / 成果指標の実績値
			22年度	24年度	
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	一部図っている(拡大可能)	・補助対象者の要件に、飼養頭数、年齢、後継者の有無などを設定して重点化		1,740 円/頭	

[総合評価]

方向性	見直し(25年度)事業内容の変更	方向性の判断理由	一部のメニューについて効果が認められたことから終了し、内容を変更するため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> 繁殖雌牛の若返り対策は、目標達成に向け継続して取組みを実施するとともに、生産者が確実に高能力な繁殖雌牛を導入できるよう、県からの情報提供を強化 肉用子牛衛生管理向上対策では十分な成果が認められ、生産者自らが積極的に取り組むことが見込まれることから、25年度で終了 オレイン酸生成能力及び産肉能力に優れる繁殖雌牛の増頭を支援する取組を実施 26年度は事業コストを踏まえながら事業の見直しを実施 		

事業名	酪農経営構造改革推進事業	事業期間	平成 23 年度～平成 27 年度	上位の施策名	「The・おおいブランド」確立に向けた商品づくり
				担当課・局・室名	畜産技術室

「目的、現状・課題」

目的	対象	酪農家、酪農団体	現状・課題	飼料や搾乳牛の導入費用等、生産コストの上昇が酪農経営を圧迫している。
	意図	生産性を向上させる		

「事業の実施状況」

活動名		活動内容	執行形態	事業主体	(単位：千円)				
					コスト	22年度	23年度	24年度	25(予算)
生産性向上強化施設整備事業 保留促進対策事業 初妊牛貸付事業		省力化(4か所)、暑熱(6か所)、カウコンフォート用(11か所)、育成牛舎(4か所)、発電機(4か所)の整備 雌性判別精液本数(2,242本) 既貸付け(628頭)	間接補助 間接補助 貸付	大分県酪農業協同組合	総コスト		318,825	321,740	252,910
					事業費		315,825	318,740	249,910
					うち一般財源		27,598	30,513	33,739
					うち繰越額				
					人件費		3,000	3,000	3,000
職員数(人)		0.30	0.30	0.30					

「事業の成果等」

事業の成果	飼育管理の省力化、環境改善、自家保留率の向上及び乳量の緊急確保が図られ、生産性の高い酪農経営体の育成につながった。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標		
			23年度	24年度	目標値	目標年度			
			施設整備箇所数(か所)	17	29	17	27		
			雌性判別精液本数(本)	2,283	2,242	3,500	25		
			初妊牛貸付頭数(頭)	628	628	900	23		
成果指標	指標名(単位)	達成度	22年度	23年度	24年度	25年度	最終達成(27年度)	評価	備考
	50頭規模以上農家数(戸)	目標値		80	80	85	100	達成	1戸当たりの飼養頭数は81.9頭(全国3位)で大規模化が図られている。
		実績値		83	80				
		達成率		103.8%	100.0%				

「県が実施する必要性」

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	なし	飼料価格の高騰や安全・安心な畜産物の安定供給を図る為に、飼育管理の改善や改良促進による生産性の向上が喫緊の課題であり、農業者の高齢化、初期投資の大きさ等から、関係機関と連携し、県が主導的に実施する必要がある。

「実施方法の効率性」

検証の視点	検証結果	24年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	一部図っている(拡大可能)	・補助対象を認定農業者かつ牛群検定に取り組む酪農家に重点化	23年度	24年度	総コスト / 成果指標の実績値
			3,841	4,022	
			千円/戸	千円/戸	

「総合評価」

方向性	現状維持	方向性の判断理由	最終達成目標に達していないため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> 24年度は引き続き生産性向上を目指した整備施策を継続するとともに、自家保留率向上のための雌性判別精液の購入支援と受胎率向上に向けた指導を実施 25年度は国の動向と県の方向性を整理し、生産性向上の取組を推進 		

事業名	林業再生県産材利用促進事業	事業期間	平成 21 年度～平成 26 年度	上位の施策名	「The・おおいた」ブランド確立に向けた商品づくり
				担当課・局・室名	林産振興室

[目的、現状・課題]

目的	対象	基金事業に取り組む協議会の構成員	現状・課題	伐期を迎えたスギ等人工林資源が増加し、また、円高等により材価が下落する中、外材に負けない競争力を身につけるための原木の加工・流通の低コスト化と県産材の需要拡大が課題となっている。
	意図	加工流通体制を整備し、県産材の利用拡大を図る		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト	22年度	23年度	24年度	25(予算)
間伐材流通促進対策事業 木材加工流通施設等整備事業 木質バイオマス利用施設等整備事業	間伐材の安定供給に係る運賃の助成(2社) 加工業者等が実施する加工施設整備に係る経費の助成(7社) 間伐材の安定取引協定に基づく木質バイオマス利用施設整備に係る経費の助成(1社)	直接補助	企業等	総コスト	566,711	1,083,766	225,965	1,554,976
				事業費	526,711	1,043,766	185,965	1,514,976
				うち一般財源				
				うち繰越額		179,360		840,500
				人件費	40,000	40,000	40,000	40,000
				職員数(人)	4.00	4.00	4.00	4.00

「うち一般財源」と「うち繰越額」は重複する場合がある。

[事業の成果等]

事業の成果	指標名(単位)	事業の実績		最終目標	
		23年度	24年度	目標値	目標年度
製材機や乾燥機の導入により製材所等の競争力が強化された。	活動指標 部会開催回数(回)	4	3	3	26

成果指標	指標名(単位)	達成度	22年度	23年度	24年度	25年度	最終達成 (27年度)	評価	備考	
	認証工場による大分方式 乾燥材等生産量(m ³)	目標値		70,000	92,000	94,000	96,000			100,000
		実績値		83,970	98,374	106,266				
		達成率		120.0%	106.9%	113.0%				

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	森林整備加速化・林業再生事業費補助金実施要綱	補助制度上、県と連携する市町村、森林組合民間企業等による協議会組織メンバーが事業主体となるため、県による実施が必要である。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	24年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
			22年度	24年度	
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	図っている(拡大困難)	・県産材の利用拡大を図る協議会構成メンバーに支援対象を限定	6,749 円/m ³	2,126 円/m ³	総コスト / 成果指標の実績値

[総合評価]

方向性	見直し(25年度)事業内容の拡充	方向性の判断理由	国の「森林整備加速化・林業再生基金事業」メニューが一部追加されたため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> 引き続き、原木の流通・加工等コストダウンに向けた構造改革を支援 25年度以降は、一時的に経営状態が悪化した林業者が資金を借り入れる場合の利子を助成する「農林漁業セーフティネット資金利子助成事業」を追加実施 		

事業名	木造建築物等建設促進総合対策事業	事業期間	平成 24 年度～平成 27 年度	上位の施策名	「The・おおいた」ブランド確立に向けた商品づくり
				担当課・局・室名	林産振興室

[目的、現状・課題]

目的	対象	公共建築物を整備する市町村、工務店等	現状・課題	伐期を迎えたスギ等人工林資源が増加し、また、円高等により材価が下落する中、地域材を活用した木造住宅等の新築・増改築への支援を通じた地域材の需要拡大が課題となっている。
	意図	地域材の需用拡大を図る		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト				
				22年度	23年度	24年度	25(予算)	
公共建築物等地域材利用促進事業	地域材による公共建築物の木造化、内装木質化に係る経費の助成 地域材利用に取り組む工務店に対する助成(14戸) 高品質乾燥材の利用に取り組む工務店に対する助成(20戸) 木造住宅等建築物の増改築を行う建築主への助成(13戸)	直接補助	市町村等 工務店 工務店 建築主	総コスト			34,965	398,768
地域材活用住宅建設促進事業				事業費			24,965	378,768
				うち一般財源				
				うち繰越額				
				人件費			10,000	20,000
				職員数(人)			1.00	2.00

「うち一般財源」と「うち繰越額」は重複する場合がある。

[事業の成果等]

事業の成果	公共建築物や木造住宅等の新築・増改築における地域材利用を喚起したことにより、地域材の需要拡大が図られた。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標	
			23年度	24年度	目標値	目標年度		
			公共建築物(施設)		5			
			地域材活用住宅(戸)		47			

成果指標	指標名(単位)	達成度	22年度	23年度	24年度	25年度	最終達成(27年度)	評価	備考	
	認証工場による大分方式乾燥材等生産量(m ³)	目標値		70,000	92,000	94,000	96,000	100,000	達成	
		実績値		83,970	98,374	106,266				
		達成率		120.0%	106.9%	113.0%				

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	なし	地域材の需要拡大は全県的な取組であることから、県による実施が必要である。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	24年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
			22年度	24年度	
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	図っている(拡大困難)			329 円/m ³	総コスト / 成果指標の実績値

[総合評価]

方向性	見直し(25年度)事業内容の拡充	方向性の判断理由	国の「森林整備加速化・林業再生基金事業」メニューが一部追加されたため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> 引き続き、地域材需要拡大に係る取組を支援 国の事業メニューのうち木造公共施設等整備事業が追加されたため、25年度は基金事業を活用して継続実施 26年度は建築材の需要が減退した場合への必要な対策について検討 		

事業名	椎茸生産基盤整備総合対策事業	事業期間	平成 14 年度～平成 27 年度	上位の施策名	「The・おおいたブランド」確立に向けた商品づくり
				担当課・局・室名	林産振興室

[目的、現状・課題]

目的	対象	乾・生しいたけ生産者（既存生産者、一定植菌量以上）	現状・課題	小規模生産経営であり、生産性の向上・増産を図るためには、施設化・機械化の推進、低コスト化と品質向上、規模拡大が課題となっている。
	意図	生産量の増大と品質向上等を図る		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト				
				22年度	23年度	24年度	25(予算)	
低コスト簡易作業路緊急整備事業 生産基盤高度化緊急対策事業	しいたけ原木搬出のための簡易作業路の開設(37,500m) しいたけ生産施設の整備(106件)	間接補助	市町村	総コスト	123,140	152,903	97,554	98,540
				事業費	83,140	112,903	57,554	58,540
				うち一般財源	58,140	52,903	57,554	58,540
				うち繰越額				
				人件費	40,000	40,000	40,000	40,000
職員数(人)	4.00	4.00	4.00	4.00				

「うち一般財源」と「うち繰越額」は重複する場合がある。

[事業の成果等]

事業の成果	指標名(単位)	事業の実績		最終目標		
		23年度	24年度	目標値	目標年度	
しいたけ原木搬出に利用する簡易作業路の開設、散水施設や人工ほだ場等の生産施設設置を支援したことにより、低コスト化、増産体制が整備された。	活動指標	低コスト簡易作業路の開設(m)	45,000	37,500	37,500	27
		生産施設の整備(件)	39	106	50	27

成果指標	指標名(単位)	達成度	22年度	23年度	24年度	25年度	最終達成 (27年度)	評価	備考				
			乾・生しいたけの生産量 (生しいたけ換算)(t)	目標値	11,670	11,783				11,935	12,470	12,900	達成
				実績値	11,322	12,241				13,963			
				達成率	97.0%	103.9%				117.0%			

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	なし	全国ブランドである「大分しいたけ」のブランド力を更に強めるためには、県下全域で生産拡大や品質向上を促進することが重要であることから、市町村や関係団体と密に連携を図りながら県が事業を推進する必要がある。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	24年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
			22年度	24年度	
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	図っている(拡大困難)	<ul style="list-style-type: none"> 一定規模以上の生産者に対して助成(H14～)特に大規模生産者を限定(H22～) 一定規模以上の施設等に対して助成(H14～) 一部施設で単位当たりの上限単価を設定(H14～) 	10,876 円/t	6,987 円/t	総コスト / 成果指標の実績値

[総合評価]

方向性	見直し(26年度)効率化の推進	方向性の判断理由	生産基盤の整備強化を図る必要があるため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> 研究普及課と連携した品質や生産向上の技術支援 生産者の意見を反映した、作業路の開設や生産施設の整備 26年度は選択と集中により更に一定規模以上の生産者に絞り込んで助成するとともに、効率化促進対策により構造改革を促進 26年度は輸出を拡大するなど、マーケット起点の流通対策について検討 		

事業名	県産材販路開拓総合対策事業	事業期間	平成 21 年度～平成 27 年度	上位の施策名	「The・おおいた」ブランド確立に向けた商品づくり
				担当課・局・室名	林産振興室

[目的、現状・課題]

目的	対象	県産材を県外、海外へ販売する企業、森林組合等	現状・課題	住宅着工数の減少が続き木材価格が低迷している中、森林所有者の所得向上と持続的活用可能な森林資源を育成するため、製材品の新規販路開拓や低質原木の販路拡大が課題となっている。
	意図	販路拡大による県産材の需要拡大を図る		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト	22年度	23年度	24年度	25(予算)
スギ丸太等海外輸出促進事業	スギ丸太低質材の海外輸出に対する支援 (輸出量9,368m ³)	直接補助	大分県スギ丸太等輸出促進協議会 県内企業 流通情報センター	総コスト	20,614	23,908	22,708	
県産材海外輸出促進事業 県産材販売活動強化対策事業	製材品の海外輸出に対する支援 (輸出量3,706m ³) 製材品の国内販売に対する支援			事業費	10,614	13,908	12,708	
				うち一般財源	2,451	5,214	4,451	
				うち繰越額				
		人件費	10,000	10,000	10,000			
		職員数(人)	1.00	1.00	1.00			

「うち一般財源」と「うち繰越額」は重複する場合がある。

[事業の成果等]

事業の成果	指標名(単位)	達成度	事業の実績				最終目標	
			23年度	24年度	目標値	目標年度		
県産材の県外・海外への販路拡大により、需要拡大が図られた。	活動指標							
	メーカー販売実績(百万円)		1,386	1,293	1,450	27		

成果指標	指標名(単位)	達成度	22年度	23年度	24年度	25年度	最終達成(27年度)	評価	備考	
	スギ丸太等の海外輸出量 (m ³)	目標値		13,000	14,000	14,000	14,000			14,000
		実績値		16,297	12,799	13,074				
		達成率		125.4%	91.4%	93.4%				

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	なし	丸太の海外輸出等については、新たな県産材の需要拡大の取り組みであり、効果的に展開させるためには、県による実施が必要である。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	24年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	図っている(拡大困難)	・海外輸出促進事業は、協議会組織を通じて支援	22年度	24年度	総コスト / 成果指標の実績値
			1,265 円/m ³	1,737 円/m ³	

[総合評価]

方向性	見直し(25年度)効率化の推進	方向性の判断理由	民間への移行を進めるため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> ・25年度以降は、県産材の需要拡大につながる事業の再検討 ・スギ丸太等海外輸出促進事業、県産材販売活動強化対策事業については、販売活動を民間に移行 ・26年度も引き続き、低質材の販路拡大を図るための事業制度を検討 		

事業名	おおいたの魚商品力強化・利用拡大推進事業	事業期間	平成 22 年度～平成 24 年度	上位の施策名	「The・おおいた」ブランド確立に向けた商品づくり
				担当課・局・室名	漁業管理課

[目的、現状・課題]

目的	対象	県産水産物	現状・課題	生活様式の変化により「魚離れ」が進行しており、消費者ニーズに対応した魅力ある商品をつくり、県産魚の消費と価格を向上させることが課題となっている。
	意図	商品力の強化と消費を拡大させる		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト	22年度	23年度	24年度	25(予算)
県漁協水産加工等商品力強化 かぼすブリ・ヒラメブランド確立 商品差別化推進 給食利用等拡大	加工品開発(6件) 求評会、試食会等の販売促進PR活動(14回) 新商品の開発(1件) 給食用商品の開発(2件) 魚食普及活動(58回)	直接補助	県漁協 県漁協 生産者団体 (公財)学校給食会 県漁協等	総コスト	13,394	14,952	13,254	
				事業費	8,394	9,952	8,254	
				うち一般財源	8,394	9,952	8,254	
				うち繰越額				
				人件費	5,000	5,000	5,000	
職員数(人)	0.50	0.50	0.50					

「うち一般財源」と「うち繰越額」は重複する場合がある。

[事業の成果等]

事業の成果	新ブランド「かぼすブリ」「かぼすヒラメ」の県内外へのPR活動を行い、販売力の向上が図られた。 給食用商品等、消費者ニーズをとらえた商品づくりを行い、学校給食への供給数は42万食に増加した。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標	
			23年度	24年度	目標値	目標年度		
			県産魚の加工品開発(件)	26	35	30	24	
			魚食普及活動(回)	46	58	50	24	

成果指標	指標名(単位)	達成度	22年度	23年度	24年度	25年度	最終達成 (24年度)	評価	備考	
	かぼすブリ・かぼすヒラメの 販売量(t)	目標値		114	290	330		330	達成	
		実績値		130	267	331		331		
		達成率		114.0%	92.1%	100.3%		100.3%		

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	なし	養殖ブリ、養殖ヒラメなど、県産魚の生産地は市町村を越えていることや、加工品の開発には、多くの関連業者が必要であり、市町村を越えた取組となることから、事業を効率的に推進するためには県が主体となり、総合的に取り組む必要がある。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	24年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
			22年度	24年度	
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	図っている(拡大困難)	・加工品開発については、民間業者の意見を取り入れて実施 ・魚食普及活動は民間ボランティア等の協力を得て、効率的に推進	103 千円/t	40 千円/t	総コスト / 成果指標の実績値

[総合評価]

方向性	終了(24年度末)	方向性の判断理由	事業を組み替え、更なる県産水産物の販売力向上を図るため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> ・おおいたの魚販売総合対策事業、おおいたの魚商品力強化・利用拡大推進事業を一本化し、平成25年度は県産魚販売総合力向上事業で実施 ・かぼすブリ、かぼすヒラメなど新ブランドの販売促進PRを積極的に展開し、魚価の向上を推進 ・県産魚の給食利用を学校以外の施設(病院等)へ拡大 		

事業名	おおいたの魚販売総合対策事業	事業期間	平成 22 年度～平成 24 年度	上位の施策名	「The・おおいた」ブランド確立に向けた商品づくり
				担当課・局・室名	漁業管理課

[目的、現状・課題]

目的	対象	県産水産物	現状・課題	国内水産物の流通・消費の状況変化から、県産魚の需要が伸び悩んでいるため、県漁協のスケールメリットを活かして県内外に向けた様々な販売活動を強化させることが課題となっている。
	意図	販売力を向上させる		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト	22年度	23年度	24年度	25(予算)
都市圏等への販路拡大 県内拠点での販売促進	都市圏市場等への販路開拓(37回) 量販店、飲食店等でのフェア開催(17件) タチウオ単価向上対策専門部会の開催(4回)	直接補助 直接補助 直接実施	県漁協 県漁協 県	総コスト	13,473	10,614	11,245	
				事業費	7,473	4,614	5,245	
				うち一般財源	7,473	4,614	3,685	
				うち繰越額				
				人件費	6,000	6,000	6,000	
				職員数(人)	0.60	0.60	0.60	

「うち一般財源」と「うち繰越額」は重複する場合がある。

[事業の成果等]

事業の成果	量販店や飲食店でフェア開催等を行った結果、県産魚の直接取引が拡大した。タチウオ単価向上対策専門部会を開催し、単価向上策として、臼杵地区での学校給食への導入、地元コンビニでのタチウオ弁当販売など地元消費拡大が進んだ。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標		
					23年度	24年度	目標値	目標年度	
			フェア開催等販路開拓活動(回)	43	54	26	24		
成果指標	指標名(単位)	達成度	22年度	23年度	24年度	25年度	最終達成(27年度)	評価	備考
	「The・おおいた」ブランド チャレンジ7魚種の漁協販売額 (百万円)	目標値	5,500	5,900	5,900	6,300	6,300	達成	
		実績値	4,903	6,129	6,059				
		達成率	89.1%	103.9%	102.7%				

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	活動根拠	説明
国・市町村・民間団体との役割分担を踏まえ、県による実施が必要か	県による実施が必要	なし	フェア開催等の販売促進活動は、対象となる水産物が全県下にわたり、市町村を越えて取り扱うことから、事業を効率的に推進するためには県が主体となり、総合的に取り組む必要がある。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	24年度までの主な効率化の取組状況	効率性指標		左の計算式
事業の簡素化、実施方法の見直し(業務の民間委託など)を図っているか	図っている(拡大困難)	・農産物等とのフェア合同開催による効果的实施 ・タチウオ単価向上では朝市、給食など民間での取組を実施	22年度	24年度	フェア等販路開拓活動の補助額(H22・3,811千円、H24・2,961千円)/フェア等販路開拓活動の実績値(H22・51回、H24・54回)
			75 千円/回	55 千円/回	

[総合評価]

方向性	終了(24年度末)	方向性の判断理由	事業を組み替え、更なる県産水産物の販売力向上を図るため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> ・おおいたの魚販売総合対策事業、おおいたの魚商品力強化・利用拡大推進事業を一本化し、平成25年度は県産魚販売総合力向上事業で実施 ・25年度は販売重点魚種を見直し、養殖ブリ、養殖ヒラメ、ハモに絞るとともに、ガザミ、ドジョウを新たに追加 		