

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
「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	2 / 16
農林水産物輸出促進対策事業	おおいたブランド推進課	3 / 16
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	4 / 16
地産地消運動活性化推進事業	おおいたブランド推進課	5 / 16
市場ニーズに応える次世代担い手組織育成事業	おおいたブランド推進課	6 / 16
次世代を担う園芸産地整備事業	園芸振興室	7 / 16
ハウス内環境制御技術普及促進事業	園芸振興室	8 / 16
県産和牛流通総合対策事業	畜産振興課	9 / 16
肉用牛繁殖経営支援事業	畜産技術室	10 / 16
酪農経営構造改革推進事業	畜産技術室	11 / 16
林業再生県産材利用促進事業	林産振興室	12 / 16
木造建築物等建設促進総合対策事業	林産振興室	13 / 16
しいたけ増産体制整備総合対策事業	林産振興室	14 / 16
県産材販売強化総合対策事業	林産振興室	15 / 16
県産魚販売総合力向上事業	漁業管理課	16 / 16

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	23年度	24年度	25年度	26(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	101,856	90,862	89,899	
				事業費	26,856	25,862	24,899	
				うち一般財源	26,856	25,862	24,899	
				うち繰越額				
「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	人件費	75,000	65,000	65,000	
				職員数(人)	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(4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点的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		
					24年度	25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)	12	10				
			メーカー設置人数(人)	3	4				
成果指標	指標名(単位)	達成度	23年度	24年度	25年度	26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	95	105	109	115	120	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。
		実績値	80	86	90				
		達成率	84.2%	81.9%	82.6%				

[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	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	25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)	23年度	25年度	総コスト / 成果指標の実績値
			1,273.2 千円/億円	998.9 千円/億円	

[総合評価]

方向性	終了(25年度末)	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"> ・ 今後は、より農業団体等との連携を強化し、県域流通体制の確立を一層推進(ピーマン・白ねぎ・にら・ハウスみかんの県域生産・流通体制確立)するため、「The・おおいたブランド流通戦略推進事業」を実施 ・ 26年度は、大分県農協の自主的取組(京浜地区に駐在員1名を配置など)を更に推進 ・ 県メーカーを5名体制(椎茸担当新設)とし、農・畜・林・水産物の総合商談窓口として、各生産団体と連携を深めながら販路開拓を実施 		

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勢は悪化している。
	意図	農林漁業者の所得を向上させる		

[事業の実施状況]

活動名		活動内容	執行形態	事業主体	(単位：千円)				
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	コスト	23年度	24年度	25年度	26(予算)	
				総コスト	16,455	15,753	15,650	18,769	
				事業費	4,455	3,753	3,650	6,769	
				うち一般財源	4,455	3,753	3,650	6,769	
				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	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。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標		
					24年度	25年度	目標値	目標年度	
			店頭販促(回)		7	4	6	26	
			輸出セミナー・商談会(回)		7	2	3	26	
バイヤー招へい(回)		1	2	5	26				
成果指標	指標名(単位)	達成度	23年度	24年度	25年度	26年度	最終達成 (28年度)	評価	備考
	農林水産物の輸出額(千円)	目標値	1,250,000	1,401,200	1,433,100	1,465,000	1,500,000	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	1,080,597	931,063	983,831				
		達成率	86.4%	66.4%	68.7%				

[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	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	25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)	・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	23年度	25年度	総コスト / 成果指標の実績値
			1,522.8	1,590.7	
			千円/億円	千円/億円	

[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	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				
				23年度	24年度	25年度	26(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 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 「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	7,676	
				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	1,000	
				職員数(人)		0.10	0.10	

※「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	
			24年度	25年度	目標値	目標年度		
			登録店舗数(店舗)	96	102	80	25	

成果指標	指標名(単位)	達成度	23年度	24年度	25年度	26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	102		102		
		達成率			137.1%	127.5%		127.5%		

[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	25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
			24年度	25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	75.3 千円/店舗	総コスト / 成果指標の実績値

[総合評価]

方向性	終了(25年度末)	方向性の判断理由	初期の目的を概ね達成したため
改善計画等			

事業名	地産地消運動活性化推進事業 (※旧豊かな県民の食推進事業)	事業期間	平成 25 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	おおいたブランド推進課

[目的、現状・課題]

目的	対象	高校生、大学生、コンビニ、直売所、県民	現状・課題	これまでの地産地消運動は、行政主導になりがちであったため、民間企業やNPO等との連携強化や県民参加型キャンペーンを拡大し、県民総ぐるみの運動にステップアップすることにより、広がりのある地産地消運動の推進が求められている。
	意図	民間企業等と連携し、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	23年度	24年度	25年度	26(予算)
地産地消商品開発支援事業	県産食材加工品コンテストの実施(県内高校生等63作品) コンテスト最優秀賞作品の商品化	直接実施 直接実施	県	総コスト	17,431	15,111	13,757	13,956
				事業費	7,431	5,111	3,757	3,956
地産地消キャンペーン	地産地消キャンペーンの実施(3回) 委託先：Bーグル大分 学校給食の食材供給 委託先：県青果物卸売市場連合会	一部委託 全部委託 一部委託	県	うち一般財源	7,020	5,111	3,757	3,956
				うち繰越額				
直売所連携強化推進事業	直売所経営者を対象の研修会、意見交換会			人件費	10,000	10,000	10,000	10,000
				職員数(人)	1.00	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	<p>高校生のコンテスト最優秀賞作品が商品化され、九州全域で販売されるなど若年層への地産地消意識の普及拡大するとともに、地産地消キャンペーンの参加団体・店舗数が着実に増加(H24 360からH25 369)した。 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情報の共有が図られた。</p>	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標		
					24年度	25年度	目標値	目標年度	
			地産地消キャンペーン開催回数(回)		3	3	3	27	
			学校給食供給品目数(品目)		61	61	75	27	
直売所の売上額(25年度は速報値)(百万円/年)		12,557	12,711	12,500	27				
成果指標	指標名(単位)	達成度	23年度	24年度	25年度	26年度	最終達成(27年度)	評価	備考
	地産地消キャンペーン参加団体 店舗数(団体・店舗数)	目標値	321	328	330	340	350	達成	
		実績値	358	360	369				
		達成率	111.5%	109.8%	111.8%				

[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	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、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。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	25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)	<ul style="list-style-type: none"> NPOや民間企業等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 	23年度	25年度	総コスト
			48.7	37.3	/
			千円/店舗	千円/店舗	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	引き続き民間企業等と連携し、地産地消運動を推進する必要があるため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> 包括協定を結ぶ企業と協働し、若年層への地産地消意識の普及拡大 大手食品メーカーの商品宣伝活動とタイアップし、県産品の効果的なPRを実施 NPO法人等の地産地消や食育のイベントと連携し、地産地消運動の効果的な推進 直売所経営者を対象とした研修会等を実施し情報共有するとともに、ネットワークを強化 		

事業名	市場ニーズに応える次世代担い手組織育成事業	事業期間	平成 25 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	おおいたブランド推進課

[目的、現状・課題]

目的	対象	意欲の高い若手生産者	現状・課題	農産物のブランド化には、県域での生産・流通体制の整備とともに、「マーケット起点の商品（もの）づくり」を基本理念とした生産者の意識改革が重要であり、農業団体による若手生産者を中心とした人材の育成や意識改革が求められている。
	意図	流通研修を通じて県域担い手組織を育成する		

[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	23年度	24年度	25年度	26(予算)
戦略品目別若手担い手組織育成	次世代マーケティング研究会の設立(2品目) 品目別に若手生産者を県域で組織化し、流通体制、市場ニーズ、品質向上等に関する研修会を実施 座学研修(延べ7回実施) 流通専門家、市場関係者、バイヤー等の講演・意見交換 現地研修(延べ3回実施) 拠点市場の視察、量販店での店頭販促、百貨店流通調査	直接負担 一部補助	県 県域生産者協議会 (品目別)	総コスト			6,753	7,651
				事業費			1,753	2,651
				うち一般財源			1,753	2,651
				うち繰越額				
				人件費			5,000	5,000
				職員数(人)			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	にらとピーマンの2品目について、「次世代マーケティング研究会」を設立するとともに、市場関係者やバイヤー等を講師とした座学研修や品目別の拠点出荷市場の視察及び量販店販促などの現地研修会を開催し、若手農業生産者の機運醸成に繋がった。						活動指標		指標名(単位)	事業の実績		最終目標	
										24年度	25年度	目標値	目標年度
							座学研修			7			
			現地研修(拠点市場視察等)			3							
成果指標	指標名(単位)	達成度	23年度	24年度	25年度	26年度	最終達成(27年度)	評価	備考				
	県域担い手組織の累計設立数(団体)	目標値			2	4	6	著しく不十分	ピーマンでは県域担い手組織が設立されたが、にらでは各事業部毎の担い手組織の設立にとどまっているため。				
		実績値			1								
		達成率			50.0%								

[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	農産物のブランド化は、県域での生産・流通体制の整備とともに、市場のニーズに応える商品づくりについて生産者の意識改革が重要であるため、県が県域生産者協議会と連携して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	25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)	・研修内容の企画・立案等は県域生産者協議会と協働で実施	23年度	総コスト / 成果指標の実績値
			25年度	
			千円/団体数	6,753

[総合評価]

方向性	現状維持	方向性の判断理由	年度毎に品目を変え、各県域協議会と連携して、担い手組織を育成する必要があるため
改善計画等	・26年度はハウスみかんと白ねぎを対象品目として、県域担い手組織を育成		

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]

活動名		活動内容	執行形態	事業主体	(単位：千円)				
園芸企業者育成対策 企業参入促進対策 低コスト園芸施設整備対策	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	栽培施設の拡大や生産基盤の整備に対して支援 (17.1ha) 参入企業の栽培施設等の整備に対して支援(4.7a) 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) 県公社が整備する大規模リース団地に対して支援 (4.7ha) 広域集出荷施設の整備に支援	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	23年度	24年度	25年度	26(予算)
					事業費	438,231	533,649	790,283	1,626,531
					うち一般財源	360,231	455,649	712,283	1,548,531
					うち繰越額	312,568	310,225	495,812	333,996
					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)	24年度	25年度	目標値	目標年度		
				952	962	1,051	27		
成果指標	指標名(単位)	達成度	23年度	24年度	25年度	26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	44.16	29.53	21.00	23.36		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	41.98	48.90	27.00				
		達成率	95.1%	165.6%	128.6%				

[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	25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	23年度	25年度	総コスト / 成果指標の実績値
			10,439	29,270	
			千円/ha	千円/ha	

[総合評価]

方向性	見直し(26年度)事業内容の拡充	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	・26年度は次世代の園芸産地づくりに必要な施設の整備を進めるため、大規模リース団地と大規模栽培施設を重点整備		

事業名	ハウス内環境制御技術普及促進事業	事業期間	平成 25 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、農業生産法人	現状・課題	活性化戦略の達成に向けて園芸戦略品目の生産性向上を図るため、ハウス内の環境データに基づき、環境制御を行う栽培技術の確立、普及が課題となっている。
	意図	施設園芸農家の収益性改善を図る		

[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	23年度	24年度	25年度	26(予算)
施設園芸における対策 最適管理マニュアル等の作成 ハウス内環境制御技術研修会	ハウス内の環境データを複合的にモニタリング出来る測定機器の導入等に対して支援(19戸) 品目ごとの管理マニュアル整備(3品目) 生産者、JA関係者、普及指導員等に対し開催(6回)	直接補助 直接実施 直接実施	営農集団 農業生産法人 県 県	総コスト			36,295	36,542
				事業費			10,295	10,542
				うち一般財源			10,295	10,542
				うち繰越額				
				人件費			26,000	26,000
				職員数(人)			2.60	2.60

※「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	研修会の開催等により、生産者、技術者ともにハウス内の環境制御への関心が高まり、いちご、トマト、バラ、にらでモニタリング機器が導入され、ハウス内環境を常時把握できる体制整備が進んだ。また、農林水産研究指導センターを中心に3品目(いちご、トマト、バラ)の管理マニュアルが作成された。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標		
			24年度	25年度	目標値	目標年度			
			モニタリング機器導入実証数(戸)		19	84	27		
成果指標	指標名(単位)	達成度	23年度	24年度	25年度	26年度	最終達成(27年度)	評価	備考
	管理マニュアルの整備(品目)	目標値			3	5	7	達成	
		実績値			3				
		達成率			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	施設園芸は県の農林水産業振興計画の中で非常に重要な位置付けにあり、施設園芸の収益性改善を図るため、ハウス内環境制御技術を開発、普及していく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	25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)	・通常の栽培講習会とあわせて研修会を開催	23年度	25年度	総コスト / 成果指標の実績値
				12,098 千円/品目	

[総合評価]

方向性	見直し(26年度)事業内容の拡充	方向性の判断理由	ハウス内環境制御技術の取組を一層推進するため
改善計画等	・モニタリング機器導入の対象品目を拡大(キク、トルコギキョウ)		

事業名	県産和牛流通総合対策事業	事業期間	平成 25 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	畜産振興課

[目的、現状・課題]

目的	対象	県産和牛	現状・課題	県産和牛の市場における信頼を高めるため、質及び量的な安定供給や美味しさに着目した他県産和牛との差別化を図ることで県産和牛のブランド力向上が求められる。
	意図	ブランド力の向上を図る		

[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	23年度	24年度	25年度	26(予算)
県外出荷体制の整備 県産和牛ブランド確立事業	県域肥育指導プロジェクトチームの指導による県産和牛の品質向上 県産和牛のブランド周知のための県内外でのPR活動、販促資材の作成 消費拡大推進員によるイベント等での消費者への直接的PR 委託先：大分県豊後牛流通促進対策協議会	直接補助 全部委託	県 大分県豊後牛流通促進対策協議会	総コスト			42,045	30,708
				事業費			22,045	10,708
				うち一般財源			12,142	10,708
				うち繰越額				
美味しい県産和牛流通対策事業	県外枝肉市場（大阪市）でのオレイン酸測定のための装置の導入	直接補助	全国農業協同組合連合会大分県本部	人件費			20,000	20,000
輸出戦略促進対策事業	オレイン和牛の4県合同イベントの開催による消費者へのPR	負担金	「れいし和牛の饗宴」協議会	職員数（人）			2.00	2.00
	県産和牛の輸出促進のための海外プロモーションへの参加	負担金	ブランド「おおいた」輸出促進協議会	※「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		
			24年度	25年度	目標値	目標年度			
県産和牛の県内流通量の83%が「おおいた豊後牛」として流通するようになるなど銘柄の統一が進むとともに、食肉脂質測定装置の導入で県外枝肉市場での県産和牛のオレイン酸測定が開始された。 また、県外でのPR活動により「おおいた豊後牛」の県外取扱店舗の新規開拓が図られた。	オレイン酸55%以上率			30.3%	35.0%	27			
成果指標	指標名（単位）	達成度	23年度	24年度	25年度	26年度	最終達成（27年度）	評価	備考
	県外取扱認定店数（店舗）	目標値			20	25	30	達成	
		実績値			20				
		達成率			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	県内で生産される「おおいた豊後牛」の販売段階におけるPRや販路開拓・拡大は、「おおいた豊後牛」のブランド化及び肉用牛振興につながるため、県が支援する必要がある。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	25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
			23年度	25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）			2,102 千円/店舗	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	成果指標の目標を達成しているため
改善計画等	・引き続き「おおいた豊後牛」の認知度向上によるブランド力向上を図り、27年度目標達成に向けて取組を継続		

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おり、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				
				23年度	24年度	25年度	26(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(93戸、179頭)	間接補助	市町村等	総コスト	14,510	20,604	17,916	
				事業費	11,510	17,604	14,916	
				うち一般財源	11,510	17,604	14,916	
				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	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7.1才と、1.5才の若返りを達成できた。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標	
			24年度	25年度	目標値	目標年度		
			事業による繁殖雌牛導入頭数(頭)	268	179	1,000	25	

成果指標	指標名(単位)	達成度	23年度	24年度	25年度	26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		
	実績値	0.0	0.7	1.5		1.5			
	達成率	100.0%	140.0%	136.4%		136.4%			

[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	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
			24年度	25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	1,218 円/頭	1,123 円/頭	総コスト /繁殖雌牛頭数 (24年度:16,914頭、25年度:15,954頭)

[総合評価]

方向性	終了(25年度末)	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	・繁殖雌牛の若返り対策では、一定の効果の出現が認められたことから、25年度をもって事業を終了		

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	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]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト	23年度	24年度	25年度	26(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(2か所)、暑熱(4か所)、カウコンフォート用(10か所)、育成牛舎(2か所)、発電機(1か所)の整備 雌性判別精液本数(3,060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	244,619	169,927
				事業費	315,825	318,740	241,619	166,927
				うち一般財源	27,598	30,513	25,448	20,694
				うち繰越額				
				人件費	3,000	3,000	3,000	3,000
				職員数(人)	0.30	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	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	
			24年度	25年度	目標値	目標年度		
			施設整備箇所数(か所)	29	19	17	27	
			雌性判別精液本数(本)	2,242	3,060	2,800	25	
			初妊牛貸付頭数(頭)	628	628	628	23	

成果指標	指標名(単位)	達成度	23年度	24年度	25年度	26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	85	100	概ね達成	
		実績値		83	80	80				
		達成率		103.8%	100.0%	94.1%				

[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	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る。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	25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
			23年度	25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)	

[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"> 26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 26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]

活動名		活動内容	執行形態	事業主体	(単位：千円)				
					コスト	23年度	24年度	25年度	26(予算)
原木流通施設整備事業	木材加工施設整備事業	間伐材の安定取引協定に基づく原木流通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	1,083,766	225,965	881,531	1,244,800
					事業費	1,043,766	185,965	841,531	1,204,800
		間伐材の安定取引協定に基づく木材加工施設整備に係る経費の助成(6社)			うち一般財源				
			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)			うち繰越額		840,500	670,000
				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	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	指標名(単位)		事業の実績		最終目標	
			部会開催回数(回)		24年度	25年度	目標値	目標年度
				3	2	3	26	

成果指標	指標名(単位)	達成度	23年度	24年度	25年度	26年度	最終達成(27年度)	評価	備考
	大分方式乾燥材認証工場による乾燥材生産量(m ³ /年)	目標値	92,000	94,000	96,000	98,000	100,000	達成	
		実績値	98,374	106,266	114,949				
		達成率	106.9%	113.0%	119.7%				

[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	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	25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)	・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	23年度	25年度	総コスト / 成果指標の実績値
			11,017 円/m ³	7,669 円/m ³	

[総合評価]

方向性	現状維持	方向性の判断理由	原木の加工・流通の低コスト化は引き続き取り組みが必要であるため
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 農林漁業セーフティネット資金利子助成事業は25年度末で廃止 		

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、公益法人等、工務店、建築主	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	23年度	24年度	25年度	26(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、内装木質化に係る建設費の助成	直接補助	市町村、学校法人等	総コスト		34,965	174,135	1,043,649
				事業費		24,965	154,135	1,023,649
地域材活用住宅建設促進事業	高品質乾燥材の利用に取り組む工務店に対する助成(26戸)	直接補助	工務店	うち一般財源				
				うち繰越額				229,045
				人件費		10,000	20,000	20,000
				職員数(人)		1.00	2.00	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	
			24年度	25年度	目標値	目標年度		
			公共建築物(施設)	5	5			
			地域材活用住宅(戸)	47	26			

成果指標	指標名(単位)	達成度	23年度	24年度	25年度	26年度	最終達成(27年度)	評価	備考
	大分方式乾燥材認証工場による乾燥材生産量(m ³ /年)	目標値		92,000	94,000	96,000	98,000	100,000	達成
実績値			98,374	106,266	114,949				
達成率			106.9%	113.0%	119.7%				

[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	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	25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
			24年度	25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)	・地域材材活用住宅建設促進事業における採択条件を見直し	329 円/m ³	1,515 円/m ³	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	地域材の需要拡大は引き続き取り組みが必要であるため
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が追加されたため、25年度から基金事業を活用して継続実施 		

事業名	しいたけ増産体制整備総合対策事業 (旧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・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]

活動名		活動内容	執行形態	事業主体	(単位：千円)				
					コスト	23年度	24年度	25年度	26(予算)
低コスト簡易作業路緊急整備事業 生産基盤整備対策事業	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 (107件)		間接補助	市町村	総コスト	152,903	97,554	96,926	133,635
					事業費	112,903	57,554	56,926	93,635
					うち一般財源	52,903	57,544	56,926	52,726
					うち繰越額				40,909
					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	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	指標名(単位)		事業の実績		最終目標	
			24年度	25年度	目標値	目標年度		
			低コスト簡易作業路の開設 (m)	37,500	37,500	37,500	27	
			生産施設の整備 (件)	106	120	50	27	

成果指標	指標名(単位)	達成度	23年度	24年度	25年度	26年度	最終達成 (27年度)	評価	備考
	乾・しいたけの生産量 (しいたけ換算) (t)	目標値		11,783	11,935	12,470	12,580	12,900	達成
実績値			12,241	13,963	12,690				
達成率			103.9%	117.0%	101.8%				

[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	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	25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
			23年度	25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～) 	12,491 円/t	7,638 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 施設整備等を進めることにより生産性を向上させ、増産意欲のある生産者に対する効率化を促進 27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	県産材販売強化総合対策事業 (旧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	23年度	24年度	25年度	26(予算)
スギ丸太等内航貨物輸送トライアル事業 県産材販売活動支援事業 スギ丸太等海外輸出促進事業 県産材海外販路開拓事業	スギ丸太等の船舶を活用した国内輸送に対する支援	直接補助	企業等	総コスト	23,908	22,708	27,113	23,279
	製材品の国内販売に対する支援			事業費	13,908	12,708	17,113	13,279
				うち一般財源	5,214	4,451	4,750	4,689
	スギ丸太低質材の海外輸出に対する支援(輸出量18,906m ³)			うち繰越額				
				製材品の海外輸出に対する支援(輸出量2,568m ³)	人件費	10,000	10,000	10,000
				職員数(人)	1.00	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	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	指標名(単位)		事業の実績		最終目標		
			24年度	25年度	目標値	目標年度			
			マーケット販売実績(百万円)		1,293	1,572	1,450	27	
成果指標	指標名(単位)	達成度	23年度	24年度	25年度	26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	14,000	14,000	14,000		14,000	達成	
		実績値	12,799	13,035	20,904				
		達成率	91.4%	93.1%	149.3%				

[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	丸太の海外輸出、船舶による国内輸送等については、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	25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)	<ul style="list-style-type: none"> 県産材販売活動支援事業、海外輸出促進事業は、協議会等への随意契約から企業等を対象にした公募へと補助対象を拡大 県産材海外販路開拓事業について補助対象経費の見直し 	23年度	25年度	総コスト / 成果指標の実績値
			1,868	1,297	
			円/m ³	円/m ³	

[総合評価]

方向性	見直し(26年度)事業内容の縮小	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"> スギ丸太等内航貨物輸送トライアル事業の廃止 スギ丸太等海外輸出促進事業について補助単価の削減(25年度:燻蒸あり・1,100円/m³、燻蒸なし・700円/m³→26年度:燻蒸あり・800円/m³、燻蒸なし・400円/m³) 		

事業名	県産魚販売総合力向上事業	事業期間	平成 25 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	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・消費の変化から、県産魚の需要が伸び悩んでいるため、県漁協等による県内外に向けた様々な販売活動の強化や消費者ニーズに対応した商品づくりによる県産魚の消費拡大と価格の向上が課題となっている。
	意図	販売力、商品力を強化し、消費の向上を図る		

[事業の実施状況]

活動名		活動内容	執行形態	事業主体	コスト	23年度	24年度	25年度	26(予算)	
都市圏等への販路拡大 かぼすブリ・かぼすヒラメブランドの確立 加工品開発による県産魚の普及	都市圏市場等への販路開拓 (54回)		直接補助	県漁協 県漁協 生産者団体 県漁協等 県	総コスト			25,890	23,591	
	量販店、飲食店等でのフェア開催 (23件)		直接補助		事業費				14,890	12,591
	加工品開発 (7件)		直接補助		うち一般財源				14,890	12,591
	魚食普及活動 (52回)		直接補助		うち繰越額					
	病院・福祉施設向け商品販売 (3件) 委託先：(公社)大分県栄養士会		全部委託		人件費				11,000	11,000
					職員数(人)			1.10	1.10	

※「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」を中心として、県内外でのPR活動、量販店や飲食店での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。 病院や福祉施設向けに県産魚利用拡大を進める協議を行い、これらの施設に向けた県産魚加工品の販売を開始することとなった。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標	
					24年度	25年度	目標値	目標年度
			フェア開催等販路開拓活動(回)		54	77	90	27
			県産魚の加工品開発(件)		35	42	50	27
魚食普及活動(回)		58	52	60	27			

成果指標	指標名(単位)	達成度	23年度	24年度	25年度	26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	5,900	5,900	6,300	6,300	6,300	達成不十分	チャレンジ7魚種の販売額のうち7割を占める養殖ブリの生産量減少により取扱量が減少したため
		実績値	6,129	6,059	5,286				
		達成率	103.9%	102.7%	83.9%				

[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は、対象となる水産物が全県下にわたることや、加工品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	25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実施 ・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、栄養士や民間ボランティアなどを活用し、効率的に推進	23年度	25年度
				55
			千円/回	フェア等販路開拓活動の補助額(H25・4,253千円)/フェア等販路開拓活動の実績値(H25・77回)

[総合評価]

方向性	現状維持	方向性の判断理由	県産水産物の更なる販売力向上のため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> かぼすブリ、かぼすヒラメなど県が推進する新ブランド魚種を中心として、販売促進PR、フェア等による販路拡大を推進 県産魚の給食利用を学校以外の施設(病院等)へ拡大 		