

事業名	農林水産研究センター施設整備事業	事業期間	平成 21 年度～平成 22 年度	上位の施策名	戦略ある商品づくり
				担当課・局・室名	研究普及課

[目的、現状・課題]

目的	対象	試験研究	現状・課題	耕種部門の研究施設が分散しており、複数の研究員による共同研究に取り組みにくく、研究の重点化が図れていない。また、研究機器が集約できていないため、研究の効率化が図れていない。
	意図	効率化を図る		

[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	20年度	21年度	22年度	23(予算)
農林水産研究センター豊後大野庁舎改修工事 農林水産研究センター豊後大野圃場整備工事	センター本部（県庁）及び農業研究部（宇佐市）を豊後大野市に集約させ、業務の効率化を図るための庁舎改修工事 重点品目（トマト、イチゴ）に特化した圃場整備	直接実施	県	総コスト		134,355	1,073,462	
				事業費		124,355	1,063,462	
				うち一般財源			1,826	
				人件費		10,000	10,000	
				職員数（人）		1.00	1.00	

[事業の成果等]

事業の成果	研究施設の充実が図られたとともに、野菜、土壌環境、病害虫等の耕種部門が集約されたことで、研究の高度化と成果の早期作出が期待される。	活動指標	指標名（単位）		事業の実績		最終目標	
			21年度	22年度	目標値	目標年度		
			新規整備ハウス数（棟）		29	29	22	22
			新規整備作業舎（棟）		2	2	22	22

  

成果指標	指標名（単位）	達成度	20年度	21年度	22年度	23年度	最終達成 (22年度)	評価	備考	
	耕種部門圃場の豊後大野市への集約率（%）	目標値				70				70
		実績値			65.29	74.11				74.11
		達成率				105.9%				105.9%

[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	県設置試験研究機関の施設整備であり、県で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	22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
			20年度	22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）			121,708 千円/ポイント	総コスト / 集約率の増加

[総合評価]

方向性	終了（22年度末）	方向性の判断理由	研究施設の集約が終了したため
改善計画等	・24年度は耕種部門の集約化を活かして研究の重点化及び成果の早期作出を推進		

事業名	農林水産重点研究推進事業	事業期間	平成 22 年度～平成 24 年度	上位の施策名	戦略ある商品づくり
				担当課・局・室名	研究普及課

[目的、現状・課題]

目的	対象	農林漁業者	現状・課題	農林水産業の産出額向上のために、緊急・重要性のある研究課題について早期に課題解決を図る必要がある。
	意図	産出額を向上させる		

[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				
				20年度	21年度	22年度	23(予算)	
ハウスミカンの新着花予測法確立	ハウスミカンの収量向上と重油使用量削減による農家の経営改善のための、ハウス加温開始時期診断技術の確立	直接実施	県	総コスト			36,839	32,048
豚凍結精液による人工授精法確立	大規模養豚農家に豚凍結精液技術を導入するための、完全合成融解液(人工精漿)による人工授精法の開発			事業費			12,839	10,048
フルボ酸鉄による藻場造成力実証	藻場造成による漁獲量増を図るための、森・川から海へと流入するフルボ酸鉄の藻類生長に与える影響調査			うち一般財源			12,839	10,048
				人件費			24,000	22,000
				職員数(人)			2.40	2.20

[事業の成果等]

事業の成果	上記の3課題について、新技術確立のための知見が得られた。本事業は、生産性向上につながる技術的課題の解決を目的としたものであり、単年度で必ずしも成果が出るものではないため、目標値の設定は困難である。						指標名(単位)		事業の実績		最終目標	
							活動指標		21年度	22年度	目標値	目標年度
							新着花予測実施ハウス数(棟)		260	400	24	
							人工精漿による人工授精妊娠率(%)		77	80	24	
		佐伯湾内フルボ酸鉄定点調査数(か所)		8	7	24						

  

成果指標	指標名(単位)	達成度	20年度	21年度	22年度	23年度	最終達成(年度)	評価	備考
	新技術開発件数(件数)	目標値							
実績値		44	31	29					
達成率									

[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	農業改良助長法	県内の農林水産業者が求める技術的課題を解決し、産出額や生産者所得の向上に寄与することは公設試験研究機関の使命であるとともに、市町村や民間団体等では実施していないことから、今後も県が対応する必要がある。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	22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
			20年度	22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)	・研究の効率化や研究機能の補完のため県内試験研究機関(衛生環境研究センター)はもとより大学・国の研究機関と連携し共同研究を実施		12,280 千円/課題	総コスト / 課題数

[総合評価]

方向性	現状維持	方向性の判断理由	試験研究目標の達成に向けて、引き続き、技術開発に取り組むことが必要
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・効率的な試験研究の実施…22年度から四半期毎に試験研究進行管理によるフォローアップ実施</li> <li>・24年度は研究成果を取りまとめ次年度以降の生産現場への普及・指導を実施</li> </ul>		

事業名	「The・おおいた」ブランド流通改革推進事業	事業期間	平成 22 年度～平成 22 年度	上位の施策名	戦略ある商品づくり
				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	市場でのブランド化には、品質の均一化とロットの確保が重要であるが、産地ごとに出荷規格が不統一であり、かつ別々に流通販売されているため、その改善が必要である。
	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				
				20年度	21年度	22年度	23(予算)	
流通改革品目対策	流通改革アドバイザーの設置による品質規格の統一 出荷情報の一元化による分荷体制の確立	直接補助	大分県農協	総コスト			121,539	
マーケティング活動による販路開拓と流通改革対策	マーケティングアドバイザーの増設	直接負担	「The・おおいた」ブランド流通対策本部	事業費			46,539	
				うち一般財源			46,539	
情報発信対策	「The・おおいた」HP運営 委託先：鬼塚電気工業(株)	一部委託	県	人件費			75,000	
				職員数(人)			7.50	

[事業の成果等]

事業の成果	19年度に認定したブランドチャレンジ計画を着実に推進するため、県職員 マーケター(農業～東京、大阪、福岡担当各1名、水産～1名 計4名)を配置し、 民間の流通専門家(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の産地づくりに取り組んだ。また各生産者協 議会やJAと連携して県域生産・県域流通体制の整備を推進し、ロット拡大と品 質向上による「The・おおいた」ブランドづくりに取り組んだ。					活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標	
			21年度	22年度	目標値		目標年度					
	マーケティングアドバイザー設置数(人)	12	14									
		マーケター設置数(人)	3	4								
成果指標	指標名(単位)	達成度	20年度	21年度	22年度	23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	70	80	107		126	著しく 不十分	大分県農協設立により県域流通体制整備が急速に進展することを見込んだ目標設定としていたが、22年度まで地域本部制を採用したことから目標達成には至らなかった。			
		実績値	29.5	52.0	63.1							
		達成率	42.1%	65.0%	59.0%							

[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	大型化、多様化する流通に対応できる県域でまとまった生産・流通体制を確立し、量と品質で全国に通用する「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ことから県主導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	22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り組み強化、意識改革を促すためアドバイザーをJA内に配置 ・県域流通を担う県域生産者組織の育成拡大(ピーマン、白ねぎ等)	20年度	22年度	総コスト / 成果指標の実績値
				1,926 千円/億円	

[総合評価]

方向性	終了(22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"> <li>23年度から大分県農協が事業部制に移行し、県域流通に向けた推進体制が強化されることから、農業団体、生産者団体との連携を強化するため、「The・おおいた」ブランド流通開拓・情報発信事業に組み替え、県域流通体制整備に向けた取り組みを加速</li> <li>24年度は、大分県農協の自主的な取り組みを更に強化すると共に最終的には農協を中心に事業実施できるよう長期的な視野に立った戦略を検討</li> </ul>		

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 23 年度	上位の施策名	戦略ある商品づくり
				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	少子高齢化・生活習慣の変化により、農林水産物の国内消費・価格が低迷している。
	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				
				20年度	21年度	22年度	23(予算)	
定着・拡大・市場調査、輸出セミナー	海外市場開拓調査 香港、武漢での市場調査 海外販売促進活動 上海、台湾での中秋節・春節販売促進 香港、タイでの販売促進 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		12,350	18,357	16,616
				事業費		4,350	6,357	4,616
バイヤー招へい				うち一般財源		4,350	6,357	4,616
				人件費		8,000	12,000	12,000
				職員数(人)		0.80	1.20	1.20

[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度向上及び販売額の増加が図られた。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標	
			21年度	22年度	目標値	目標年度		
			店頭販促(回)	6	5	6	23	
			輸出セミナー・商談会(回)	3	3	3	23	
			バイヤー招へい(回)	5	5	5	23	

  

成果指標	指標名(単位)	達成度	20年度	21年度	22年度	23年度	最終達成(23年度)	評価	備考
	農林水産物の輸出額(千円)	目標値			857,200	1,057,200	1,250,000		
		実績値	695,763	846,772	1,234,511			達成	
		達成率		98.8%	116.8%				

[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	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	22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
			21年度	22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)	・民間業者を含めたブランドおおいた輸出促進協議会での取組	1,458 千円/億円	1,487 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	輸出定着化及び拡大が図られつつあるため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・上海へ乾しいたけの輸出販売を促進</li> <li>・任意団体(ブランドおおいた輸出促進協議会)の事務を効率的に実施</li> <li>・東日本大震災に起因する福島原発事故の影響で、日本産食品に対する安全・安心が揺らいでいるため、大分県産農林水産物の安全・安心をPR</li> <li>・24年度は、輸出先国や国の対応を見極めながら、九州ブランドとしての方向も含め、品目・輸出先国・PR方法を検討</li> </ul>		

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	戦略ある商品づくり
				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る、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				
				20年度	21年度	22年度	23(予算)	
小規模農林水産業者生産力向上 (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 ホームページ等による情報発信 県民会議の運営、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：民間業者 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 直接補助 一部委託  一部委託 全部委託 直接実施	県 NPO法人APO 県 県 県 県	総コスト			17,142	17,260
				事業費			7,142	7,260
				うち一般財源			7,142	7,260
				人件費			10,000	10,000
				職員数(人)			1.00	1.00

[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					
		21年度	22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の改善が図られた。 県民の地産地消推進の気運の醸成が図られた。	活動指標		15	20	24				
	アドバイザー派遣日数(日)		4	4	24				
	地産地消キャンペーン開催回数(回)		53	75	24				
成果指標	指標名(単位)	達成度	20年度	21年度	22年度	23年度	最終達成(27年度)	評価	備考
		目標値	7,250	7,380	7,500	7,640	8,200	達成	
		実績値	10,400	10,735	12,039				
		達成率	143.4%	145.5%	160.5%				

[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	NPOとの協働が可能	なし	県内全域で地産地消を推進していくため、県が実施する必要がある。また、様々な活動主体と連携した県民運動を展開するため、NPO等と協働している。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	22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
			20年度	22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との協働による効率的な事業実施		142	総コスト / 成果指標の実績値
				千円/億円	

[総合評価]

方向性	現状維持	方向性の判断理由	六次産業化法に基づき地産地消に関する施策を着実に実施する必要があるため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>直売所活性化事業の充実・・・各振興局で実施した取組の情報共有を図り効率的・効果的に事業を実施</li> <li>直売所情報発信(ホームページ運営)に係る情報提供等のフォローアップ</li> <li>学校給食供給用に市場連合会と連携して新規や早生・晩生農産物の産地形成</li> <li>24年度は民間団体との更なる協働を検討し効果的に事業を推進</li> </ul>		

事業名	ブランドを育む園芸産地整備事業	事業期間	平成 18 年度～平成 22 年度	上位の施策名	戦略ある商品づくり
				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を育成する必要がある。
	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	20年度	21年度	22年度	23(予算)
戦略品目等産地育成対策	規模の拡大や低コスト化を図るため栽培施設や生産基盤の整備に対して支援 (188.4ha)	間接補助	営農集団、農業生産法人等	総コスト	531,020	468,340	712,093	
大規模リース団地施設整備対策	県公社が整備する大規模リース団地に対して支援 (3.7ha)	間接補助	県公社	事業費	481,020	418,340	634,093	
遊休ハウス活用対策	遊休ハウスの活用を支援 (1.1ha)	間接補助	認定農業者等	うち一般財源	389,420	241,040	449,797	
白ねぎ広域集出荷施設整備対策	県農協が整備する白ねぎの広域集出荷施設に対して支援	直接補助	県農協	人件費	50,000	50,000	78,000	
日田梨販路拡大集出荷施設整備対策	県農協が整備する日田梨の集出荷施設に対して支援	間接補助	県農協	職員数(人)	5.00	5.00	7.80	

[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	
			21年度	22年度	目標値	目標年度		
			栽培施設等拡大面積 (ha)	151	193	77	22	

  

成果指標	指標名(単位)	達成度	20年度	21年度	22年度	23年度	最終達成(22年度)	評価	備考	
	園芸戦略品目産出額(百万円)	目標値		22,663	23,829	24,950				24,950
		実績値		19,629	19,667	20,759				20,759
		達成率		86.6%	82.5%	83.2%				83.2%

達成不十分 22年産出額は23年12月頃公表のため、推計値を記載している。

[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、競争力のある園芸産地育成のため、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	22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)	・整備する施設の大規模化が進んでいるため国庫事業の活用を誘導	20年度	22年度	総コスト / 栽培施設等拡大面積
			5,364 千円/ha	3,545 千円/ha	

[総合評価]

方向性	終了(22年度末)	方向性の判断理由	活動指標を達成したため以下の点を加えて新事業に組み替えて実施する
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・23年度は次世代の園芸産地づくりをすすめるため、企業的経営体の育成を主眼とし、園芸企業者育成と企業参入促進を明確に打ち出した新規事業を実施</li> <li>・新規「次世代を担う園芸産地整備事業」では、産地の拠点となる栽培施設や流通施設等の整備を支援し戦略品目等の産地拡大を推進</li> <li>・園芸企業者の育成、企業参入の促進を強化するため、国庫事業(直接採択)への上乗せ支援を追加</li> <li>・認定農業者の経営継承を強化するため、園芸施設の長寿命化についての支援を追加</li> </ul>		

事業名	園芸戦略品目産地確立推進事業	事業期間	平成 22 年度～平成 24 年度	上位の施策名	戦略ある商品づくり
				担当課・局・室名	園芸振興室

[目的、現状・課題]

目的	対象	営農集団等	現状・課題	園芸戦略品目毎に、需要に対応した生産性向上等の課題（こねぎ：夏場の出荷量不足、キク：産地拡大計画に伴う種苗不足）があり、それらの課題を解決する必要がある。
	意図	園芸戦略品目産地の早期確立を図る		

[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	20年度	21年度	22年度	23(予算)
こねぎマーケットニーズ対応対策	夏期需要期の出荷量増大を図るため、多収品種への転換に対する支援 (16ha)	直接補助	営農集団	総コスト			13,343	22,681
キク緊急種苗供給対策	キク産地拡大に伴い、不足する品質・数量の安定した種苗の供給体制の整備 (20万本)	直接補助	杵築市地域活性化センター	事業費			4,343	4,681
				うち一般財源			4,343	4,681
				人件費			9,000	18,000
				職員数(人)			0.90	1.80

[事業の成果等]

事業の成果	こねぎについては、中津市、宇佐市、国東市において当初目標の1.6倍にあたる16haが多収品種へ転換を行い、出荷量が増大した。 キクについては、杵築市地域活性化センターに20aの種苗供給施設を整備し、22年度目標23万本の86%にあたる約20万本の種苗生産を行った結果、出荷量が増加した。					活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標	
							21年度	22年度	目標値	目標年度		
							こねぎ夏期多収品種への転換面積(ha)		16	10	24	
			キク種苗供給施設による種苗生産本数(万本)		20	240	24					

  

成果指標	指標名(単位)	達成度	20年度	21年度	22年度	23年度	最終達成(24年度)	評価	備考
	園芸戦略品目産出額(百万円)	目標値	22,663	23,829	24,950	25,679	26,430		
		実績値	19,629	19,667	20,759				
		達成率	86.6%	82.5%	83.2%				

[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	園芸戦略品目の産地確立には、市町村を超えて広域的に行う必要があるため、今後とも県が対応する必要がある。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	22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)	・園芸戦略品目の中でも、現在最も課題となっている事柄・品目にポイントを絞って実施	20年度	22年度	園芸戦略品目産地化のため事業内容・対象品目が毎年変わり効率性指標は設定できない。

[総合評価]

方向性	見直し(23年度)事業内容の変更	方向性の判断理由	活動指標のこねぎ夏期多収品種への転換が目標値を達成したため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>こねぎマーケットニーズ対応対策については目標を達成し、22年度で終了</li> <li>23年度は、いちご育苗施設利用型早期収量向上に向けた対策及びホオズキ量販向け生産拡大に向けた対策を新たに推進</li> <li>24年度は、新たに課題となる園芸戦略品目等の課題を追加予定</li> </ul>		

事業名	豊後牛販売拡大推進事業	事業期間	平成 22 年度～平成 24 年度	上位の施策名	戦略ある商品づくり
				担当課・局・室名	畜産振興課

[目的、現状・課題]

目的	対象	豊後牛	現状・課題	豊後牛を「The・おおいた豊後牛」として取扱う店舗が少なく、他県産和牛と異なるセールスポイントが不足している。
	意図	ブランド化を図る		

[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				
				20年度	21年度	22年度	23(予算)	24(予算)
緊急雇用「The・おおいた豊後牛」 需要創出推進事業 豊後牛供給拡大推進事業 豊後牛魅力創出対策事業	豊後牛拡大推進員(3名)設置、巡回PR、店舗情報の収集 委託先：大分県豊後牛流通促進対策協議会 取扱認定店拡大や需要創出のための宣伝活動 豊後牛の新たな魅力「豊味の証(うまいのあかし)」の創出 脂肪酸測定分析装置の導入 能力の高い雌牛の遺伝子調査、成分データ表示	全部委託	県	総コスト			27,895	21,752
				事業費			24,895	18,752
		うち一般財源			6,803	6,523		
		人件費			3,000	3,000		
		直接補助	大分県豊後牛流通 促進対策協議会	職員数(人)			0.30	0.30
		直接実施	県					
		直接補助	大分県畜産公社					
		間接補助	生産者					

[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	
		21年度	22年度	目標値	目標年度		
豊後牛拡大推進員が県内の旅館・飲食店を巡回し、店舗情報の収集、豊後牛のPR等を実施した結果、取扱認定店店舗数が136店舗となった。 豊後牛の新たなセールスポイントとなるオレイン酸含有率の測定体制を確立するとともに、高含有率を示す和牛肉を差別化して販売するため、「豊味の証」(ロゴマーク)を創設した。	オレイン酸に係る遺伝子調査頭数(頭)		533	3,000	24		

  

成果指標	指標名(単位)	達成度	20年度	21年度	22年度	23年度	最終達成 (24年度)	評価	備考	
	取扱認定店舗数(店舗)	目標値		75	95	110	125	130	達成	
		実績値		66	81	136				
		達成率		88.0%	85.3%	123.6%				

[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	県内で生産される豊後牛の販売段階におけるPRや取扱認定店の増加は、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	22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
			20年度	22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)	・宣伝広告は民間業者からの企画の提案を受け選定 ・豊後牛拡大推進員の活動は民間業者と連携して実施		205	総コスト / 成果指標の実績値
			千円/店舗		

[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おり、事業効果が認められるため
改善計画等			・24年度目標を既に達成したが、取扱店舗数が多いほど消費者に「豊後牛」ブランドが浸透すると考えられるため、取組を継続 ・24年度は、取扱認定店の拡大から、認定店を活用した宣伝活動へ重点化

事業名	第10回全国和牛能力共進会対策事業	事業期間	平成 22 年度～平成 24 年度	上位の施策名	戦略ある商品づくり
				担当課・局・室名	畜産振興課

[目的、現状・課題]

目的	対象	豊後牛	現状・課題	肥育成績が伸び悩み、子牛の市場価格も低迷していることから、「The・おおいた豊後牛」の銘柄の確立による繁殖農家の所得向上を目指す必要がある。
	意図	ブランド化を図る		

[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				
				20年度	21年度	22年度	23(予算)	
出品牛選抜策強化事業	第10回全共大分県推進協議会を組織し、出品体制を強化	直接補助	第10回全国和牛能力共進会推進協議会	総コスト			4,697	6,688
				事業費			1,697	3,688
				うち一般財源			1,697	3,688
				人件費			3,000	3,000
				職員数(人)			0.30	0.30

[事業の成果等]

事業の成果	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標	
		20年度	22年度	目標値	目標年度		
平成24年10月に長崎県で開催される第10回全国和牛能力共進会を前に、同推進協議会を設立し、協議会を中心に出品候補牛確保のための取組を実施した。	全共用子牛管理マニュアル作成(式)		1	1	22		
	肉牛の区候補牛の確保(頭)		75	60	23		

  

成果指標	指標名(単位)	達成度	20年度	21年度	22年度	23年度	最終達成(24年度)	評価	備考
		目標値							指標や目標値が設定できないのは、平成24年に開催される共進会での上位入賞を目指して実施している事業であり、現時点では成果を評価することができないため。
		実績値							
		達成率							

[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	全国和牛能力共進会は、和牛の能力と斉一性の向上を目的に、全国の畜産県が競う場であり、優秀な成績を収めることで、豊後牛のブランド力向上が大いに期待出来ることから、市町村、農協や畜産関係機関等の協力を得て、県下全域で一体となって取り組む必要があることから、県の主体的な支援が必要である。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	22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
			20年度	22年度	H24開催の共進会上位入賞のための事業のため効率性指標は設定できない。
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)	・協議会事務局を候補牛の出品条件等を有する全国和牛登録協会大分県支部に置くことで事務を効率化			

[総合評価]

方向性	見直し(23年度)事業内容の拡充	方向性の判断理由	23年度は開催前年度にあたり臨時市場の開催、候補牛の肥育が始まるなど、取組が本格化してくるため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・継続して全共推進協議会事務局と連携して、事務事業の効率化を図る予定</li> <li>・24年度は開催年度であるため、全区優等賞獲得を目指し、関係機関一体となって取り組む予定</li> </ul>		

事業名	冠地どりブランド確立モデル事業	事業期間	平成 22 年度～平成 22 年度	上位の施策名	戦略ある商品づくり
				担当課・局・室名	畜産振興課

[目的、現状・課題]

目的	対象	おおいた冠地どり	現状・課題	県内におおいた冠地どり専用の処理施設がなく、既存の処理場では処理羽数に制限があるとともに、流通業者の求める高い品質管理基準を満たす食鳥処理場がないことから販路拡大ができず、ブランド化の障害となっている。
	意図	ブランド化を図る		

[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	20年度	21年度	22年度	23(予算)
食鳥処理加工施設整備事業	処理加工施設(1棟、410.95㎡) 処理能力500羽/日(15万羽/年)	直接補助	おおいた冠地どり 処理加工協同組合	総コスト			43,738	
				事業費			42,738	
				うち一般財源				
				人件費			1,000	
				職員数(人)			0.10	

[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	
		21年度	22年度	目標値	目標年度	
処理羽数拡大による生産拡大ができ、流通業者の求める品質管理基準を満たす高品質な鶏肉が供給可能となり、更なる販路拡大及びブランドの確立が図られた。 食鳥処理加工施設の新設による雇用の創出及び地域の活性化が図られた。	冠地どり処理能力(羽/年)	40,000	45,000	150,000	22	

  

成果指標	指標名(単位)	達成度	20年度	21年度	22年度	23年度	最終達成(23年度)	評価	備考	
	出荷羽数(羽)	目標値				70,000	75,000			75,000
		実績値	36,000	39,400	45,000					
		達成率			64.3%					

[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	大分県が作出したおおいた冠地どりのブランド化に向け、流通業者が求める高い品質管理基準を満たす処理加工施設は必要であり、県が対応する必要がある。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	22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
			20年度	22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)	・国の強い農業づくり交付金(農業・食品産業強化対策整備交付金)を活用		0.97 千円/羽	総コスト / 成果指標の実績値

[総合評価]

方向性	終了(22年度末)	方向性の判断理由	処理加工場の建設が終了したため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・23年度は、冠地どり銘柄協議会との連携のもと、養鶏経営基盤強化総合対策事業や雇用再生畜産物販路拡大対策事業を活用し、目標出荷羽数達成に向けた販路拡大の取組を支援</li> <li>・24年度以降も引き続き養鶏経営基盤強化総合対策事業等により早期の15万羽の生産、出荷達成を目指し、販路拡大の取組を支援</li> </ul>		

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 23 年度	上位の施策名	戦略ある商品づくり
				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	木材需要の低迷により、製材所のコスト競争力が低下している。森林資源の有効活用と間伐材等の流通量の拡大、大規模化・高品質化による競争力を高めるため製材工場等の施設整備、県産材の需要拡大を図るための公共施設の木造化・木質化等を促進する必要がある。
	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	20年度	21年度	22年度	23(予算)
間伐材流通促進対策事業	間伐材の安定供給に係る運賃の助成(9社)	直接補助	森林組合等	総コスト		112,206	566,711	919,869
未利用間伐材等供給利用促進事業	燃料用間伐材や林地残材の搬出・輸送経費の助成(1社)	直接補助	森林組合等	事業費		90,206	526,711	879,869
公共施設等県産材利用促進事業	県産材による公共施設等の木造化、内装木質化に係る建築費の助成(3施設)	直接補助	県・市町村等	うち一般財源				
木材加工流通施設等整備事業	加工業者等が実施する加工施設整備に係る経費の助成(15社)	直接補助	企業等	人件費		22,000	40,000	40,000
地域材利用開発事業	地域材の需要拡大に繋がる新規商品の開発に係る経費の助成(1社)	直接補助	企業等	職員数(人)		2.20	4.00	4.00

[事業の成果等]

事業の成果	景気低迷で木造需要が低迷する中、公共施設の木造化や間伐材等の流通促進により県産材の利用促進が図られた。また、施設導入により製材所の競争力強化が図られた。	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)	21年度	22年度	目標値	目標年度	
				4	4	4	23	

  

成果指標	指標名(単位)	達成度	20年度	21年度	22年度	23年度	最終達成(23年度)	評価	備考
	認証工場による大分方式乾燥材等生産量(m³)	目標値		51,000	70,000	92,000	92,000	達成	
		実績値		67,453	83,970				
		達成率		132.3%	120.0%				

[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、社会福祉法人、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	22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	21年度	22年度	総コスト
			1,663 千円/m³	6,749 千円/m³	/
					成果指標の実績値

[総合評価]

方向性	終了(23年度末)	方向性の判断理由	国から補助された「森林整備加速化・林業再生基金」の事業期間が終了するため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・県産材の需要拡大と原木の流通・加工等コストダウンに向けた構造改革を支援</li> <li>・24年度以降は国の予算状況などを注視し、県産材の需要拡大につながる事業を検討</li> </ul>		

事業名	県産材需要拡大総合対策事業	事業期間	平成 21 年度～平成 22 年度	上位の施策名	戦略ある商品づくり
				担当課・局・室名	林産振興室

[目的、現状・課題]

目的	対象	県内外工務店	現状・課題	県産材需要の低迷や木材価格の低下等により、林業・木材産業は厳しい経営環境にある。県産材の需要拡大を図るため、県内で乾燥梁桁材を使った優良木造住宅の建設を促進するとともに、県外でこだわりの家づくりに取り組む工務店に県産材を多用してもらう等の取組が必要である。
	意図	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				
				20年度	21年度	22年度	23(予算)	
県産木づくり住宅支援事業 こだわりの家づくり連携促進事業	県内工務店が行う県産材を多用した住宅建設に対して、梁桁購入経費の一部を補助 県外工務店が行う県産材普及宣伝活動及び林業・木材産業の普及啓発活動に対する助成	直接補助	県内工務店 県外工務店	総コスト		18,589	16,449	
				事業費		10,589	8,449	
				うち一般財源		8,202	6,508	
				人件費		8,000	8,000	
				職員数(人)		0.80	0.80	

[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					
		21年度	22年度	目標値	目標年度				
工務店の県産材使用の普及活動に支援することにより、県外・県内において県産材の需要拡大が図られた。	活動指標	住宅建築戸数(戸)	205	177					
成果指標	指標名(単位)	達成度	20年度	21年度	22年度	23年度	最終達成(22年度)	評価	備考
	県産材製材品出荷量(m³)	目標値		450,000	460,000		460,000	概ね達成	
		実績値		414,000	438,000		438,000		
		達成率		92.0%	95.2%		95.2%		

[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	県産材を活用した住宅建設を促進するには、県産材の優位性を積極的に宣伝していく必要があり、広域的な取組を推進するためには、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	22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
			21年度	22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)	・こだわり事業について、県外工務店が普及啓発活動で建築した木造住宅の検査日を集中化	45 円/m³	38 円/m³	総コスト / 成果指標の実績値

[総合評価]

方向性	廃止(22年度末)	方向性の判断理由	国の補助事業に新設された「地域材活用支援」により、住宅支援ができることとなったため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・23年度は、新たに林業再生地域材活用住宅建設促進事業により、県産材の需要拡大の取り組みを強化</li> <li>・24年度以降は、国の予算状況などを注視し、県産材の需要拡大につながる事業を検討</li> </ul>		

事業名	乾燥小割材出荷体制整備事業	事業期間	平成 20 年度～平成 23 年度	上位の施策名	戦略ある商品づくり
				担当課・局・室名	林産振興室

[目的、現状・課題]

目的	対象	乾燥小割材の生産を計画する製材所	現状・課題	消費者は品質の優れた乾燥材を求めており、小割の大分方式乾燥材生産量を拡大するため、木材乾燥施設の導入と認証工場数の拡大を図る必要がある。
	意図	大分方式による乾燥小割材の生産拡大を図る		

[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				
				20年度	21年度	22年度	23(予算)	
施設整備	リースによる乾燥施設の導入に対する支援(6社) ※ リースの補助期間は36か月	間接補助	日田木材流通センター	総コスト	4,596	9,094	8,922	6,522
				事業費	2,596	7,094	6,922	4,522
				うち一般財源	2,596	7,094	6,922	4,522
				人件費	2,000	2,000	2,000	2,000
				職員数(人)	0.20	0.20	0.20	0.20

[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	
			21年度	22年度	目標値	目標年度		
整備した乾燥機(6基)を利用して大分方式による乾燥小割材の生産を拡大した。	乾燥施設整備数(基)		6	6	6	23		

  

成果指標	指標名(単位)	達成度	20年度	21年度	22年度	23年度	最終達成(23年度)	評価	備考	
	認証工場による大分方式乾燥材等生産量(m³)	目標値		42,000	51,000	70,000	92,000			92,000
		実績値		49,229	67,453	83,970				
		達成率		117.2%	132.3%	120.0%				

[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	大分方式による乾燥材を増産するため、製材所に適正規模の乾燥機の導入を指導し、乾燥材の品質管理等を指導するためには、製材所の経営や製材品市場の動向に関する情報と、製材品乾燥に関する技術など幅広い知識が必要となり、県以外では行えないため、今後も県が対応する必要がある。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	22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
			20年度	22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)	

[総合評価]

方向性	終了(23年度末)	方向性の判断理由	目標を達成する見込みであるため
改善計画等	・24年度以降はマーケットや県外販売促進アドバイザーと連携した販促活動を強化することにより、大分方式乾燥材の効率的な生産拡大を推進		

事業名	県産材販路拡大トライアル事業	事業期間	平成 21 年度～平成 22 年度	上位の施策名	戦略ある商品づくり
				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を図る必要がある。
	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	20年度	21年度	22年度	23(予算)
県産材クリーン輸送トライアル事業 スギ丸太等海外輸出促進事業	関東以北への鉄道輸送に対する支援（輸送量5,418m <sup>3</sup> ） スギ丸太低質材の海外輸出に対する支援（輸送量11,057m <sup>3</sup> ）	直接補助 直接補助	佐伯広域森林組合 大分県スギ丸太等輸出促進協議会	総コスト		21,061	20,614	
				事業費		11,061	10,614	
県産材海外輸出対策事業	製材品の海外輸出に対する支援（輸送量5,240m <sup>3</sup> ）	直接補助	県内企業 日田市	うち一般財源		2,897	2,451	
				人件費		10,000	10,000	
				職員数(人)		1.00	1.00	

[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			
			21年度	22年度	目標値	目標年度				
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	県産材の輸送量 (m <sup>3</sup> )	12,308	21,715					
成果指標	指標名(単位)	達成度	20年度	21年度	22年度	23年度	最終達成(22年度)	評価	備考	
			目標値		7,300	13,000				13,000
			実績値		10,115	16,297				16,297
			達成率		138.6%	125.4%				125.4%

[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	22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	21年度	22年度	総コスト / 成果指標の実績値
			2,082 円/m <sup>3</sup>	1,265 円/m <sup>3</sup>	

[総合評価]

方向性	廃止(22年度末)	方向性の判断理由	他事業と統合するため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・スギ丸太等海外輸出促進事業及び県産材海外輸出対策事業については、平成23年度県産材販路開拓総合対策事業に統合して、継続実施</li> <li>・24年度は、市況情報収集の強化を図る事業を検討</li> </ul>		

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 24 年度	上位の施策名	戦略ある商品づくり
				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	現状・課題	多くの椎茸栽培者は、半自然栽培で施設化、機械化の遅れから小規模生産経営である。生産性の向上・増産を図るために、施設化・機械化の推進、低コスト化と品質向上、規模拡大が必要である。
	意図	生産量の増大と品質向上を図る		

[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				
				20年度	21年度	22年度	23(予算)	24(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 乾椎茸品質向上緊急対策事業	しいたけ原木搬出のための簡易作業路の開設 (45,000m) しいたけ生産施設の整備 (47件) 椎茸乾燥機の整備 (62台)	間接補助 間接補助 直接補助	協業体等 生産者、協業体等 大分県椎茸農業協同組合	総コスト	164,022	134,608	123,140	152,986
				事業費	124,022	94,608	83,140	112,986
				うち一般財源	90,105	63,108	58,140	52,986
				人件費	40,000	40,000	40,000	40,000
				職員数(人)	4.00	4.00	4.00	4.00

[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	
		21年度	22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。また、品質向上のために椎茸乾燥機の整備を支援し、総じて高品質乾椎茸生産体制が整ってきた。	低コスト簡易作業路の開設 (m)	50,000	45,000	45,000	24
	生産施設の整備 (件)	59	47	50	24
	椎茸乾燥機の整備 (台)	79	62	180	23

  

成果指標	指標名(単位)	達成度	20年度	21年度	22年度	23年度	最終達成 (24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	11,520	11,520				11,520	11,520	11,520	概ね達成
			実績値	11,766	11,023	11,322							
			達成率	102.1%	95.7%	98.3%							

[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	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	22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
			20年度	22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"> <li>一定規模以上の生産者に対して助成(H14～)特に規模の大きな生産者を限定(H22～)</li> <li>一定規模以上の施設等に対して助成(H14～)</li> <li>一部施設で単位当たりの上限単価を設定(H14～)</li> </ul>	14 千円/t	11 千円/t	総コスト / 成果指標の実績値

[総合評価]

方向性	見直し(23年度)事業内容の拡充	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"> <li>運搬機械の導入支援により、低コストで労働強度を低減し、増産</li> <li>研究普及課と連携した生産、品質向上の技術支援を活用</li> <li>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</li> <li>24年度も引き続き生産基盤の整備に支援</li> </ul>		

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	戦略ある商品づくり
				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				
				20年度	21年度	22年度	23(予算)	
かぼすブリ、かぼすヒラメブランド確立 鮮度保持技術開発 商品差別化推進 給食利用等拡大	求評会、試食会等の販売促進PR活動(12回)	直接補助	県漁協				13,394	14,952
	商標登録(2件)						8,394	9,952
	低温氷を使った関あじ・関さばの鮮度向上試験(4回)	直接補助	県漁協				8,394	9,952
	新商品の開発(10件)	直接補助	生産者団体					
	給食用商品の開発(4件)	直接補助	県漁協				5,000	5,000
	魚食普及活動(57回)	直接補助	(財)学校給食会				0.50	0.50

[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36万食に増加した。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標	
			21年度	22年度	目標値	目標年度		
			新ブランド商標登録(件)		2	2	2	2
			鮮度保持技術開発(件)		1	1	1	2
			魚食普及活動(回)		57	50	50	2

  

成果指標	指標名(単位)	達成度	20年度	21年度	22年度	23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				114.0	290.0	350.0	達成	
		実績値				120.0				
		達成率				105.3%				

[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	22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
			20年度	22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		112 千円/t	総コスト / 成果指標の実績値

[総合評価]

方向性	見直し(23年度)事業内容の拡充	方向性の判断理由	県産水産物の消費をさらに拡大させるため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>22年度末に完成した県漁協ブリフィレ工場を有効活用し、養殖ブリ以外の魚種や養殖ブリ加工残渣の加工品開発を推進</li> <li>24年度は、カボスを軸にストーリー展開を踏まえた広報戦略を検討し、かぼすブリ、かぼすヒラメなど新ブランドの販売促進PRを積極的に展開して魚価の向上を推進</li> </ul>		

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	戦略ある商品づくり
				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				
				20年度	21年度	22年度	23(予算)	
都市圏等への販路拡大	都市圏市場等への販路開拓 (43回) 量販店、飲食店等でのフェア開催 (8件) 委託型アンテナショップ設置によるPR 委託先：ホテル等飲食店	直接補助	県漁協	総コスト			13,473	10,843
				事業費			7,473	4,843
		全部委託	県	うち一般財源			7,473	4,843
				人件費			6,000	6,000
県内拠点での販売促進	新商品開発 (4件) 県産魚消費拡大イベントの開催 (5回) 農産物直販所での試験販売 (3か所)	直接補助	県漁協	職員数 (人)			0.60	0.60
		直接補助	県漁協・生産者団体					
		直接補助	生産者団体					

[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。県内外に委託型アンテナショップを設置したことにより、県産魚の情報発信と地域需要動向の把握ができた。	活動指標	指標名 (単位)		事業の実績		最終目標	
			21年度	22年度	目標値	目標年度		
			フェア開催等販路開拓活動 (回)		43	26	24	
			アンテナショップ委託店舗数 (店舗)		4	5	23	
			農産物直販所での試験販売箇所 (か所)		3	3	23	

  

成果指標	指標名 (単位)	達成度	20年度	21年度	22年度	23年度	最終達成 (24年度)	評価	備考
	県漁協の共同販売率 (%)	目標値			63.0	63.6	64.1		22年度実績値がないのは、県水産物の生産量を示す農林水産統計が24年4月公表のため。
		実績値	56.5	49.4					
		達成率							

[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	22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 ・アンテナショップを民間に委託し、期間等を限定し、効率的に推進	20年度	22年度	フェア等販路開拓活動の補助額
				75	／
			千円/回		フェア等販路開拓活動の実績値

[総合評価]

方向性	見直し (23年度) 事業内容の拡充	方向性の判断理由	県産水産物の販売力をさらに向上させるため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>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のPRをアンテナショップに委託</li> <li>24年度は、量販店への直接販売や大市場との取引魚種を拡大</li> </ul>		

事業名	県産木材有効活用促進事業	事業期間	平成 18 年度～平成 年度	上位の施策名	戦略ある商品づくり
				担当課・局・室名	建設政策課

[目的、現状・課題]

目的	対象	県産木資材	現状・課題	県産木資材は、需要が少ないことから販路が拡大されず、通常製品と比較してコスト高となっている。
	意図	土木工事において活用する		

[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	20年度	21年度	22年度	23(予算)
県産木材有効活用促進事業	周辺景観との調和、道路の雑草防止を目的とし、県産杉の丸太を加工し、道路法面に設置 (23m <sup>3</sup> )	直接実施	県	総コスト	4,000	4,000	5,000	4,000
				事業費	3,000	3,000	4,000	3,000
				うち一般財源				
				人件費	1,000	1,000	1,000	1,000
				職員数(人)	0.10	0.10	0.10	0.10

[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	
		21年度	22年度	目標値	目標年度
県産木資材を土木工事において活用することにより、周辺環境への調和を図ることができ、県民に木のぬくもりなどの癒しを提供することができた。	県産木資材の使用量 (m <sup>3</sup> )	4	23		

  

成果指標	指標名(単位)	達成度	20年度	21年度	22年度	23年度	最終達成(年度)	評価	備考	
	県産木資材の使用量 (m <sup>3</sup> )	目標値							達成	目標値の設定が困難なのは、土木工事において県産木材をできる限り活用することが事業目的であるが、より効果的に設置するために、場所や施設を毎年選定しているためである。
		実績値	12	4	23					
		達成率								

[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	大分県公共建築物等における地域材の利用の促進に関する基本方針	県が積極的に県産木資材を活用することにより、国や市町村の工事や民間工事において県産木資材の需要拡大を図り、販路の拡大やコスト低減を支援する。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	22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
			20年度	22年度	総コスト
			千円/m <sup>3</sup>	千円/m <sup>3</sup>	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	一部図っている(拡大可能)	・森林環境税の有効活用をPRするための看板を設置 ・周知効果の高い場所での事業実施	339	217	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	一定の成果を挙げている
改善計画等	・より周知効果の高い事業箇所を選定することによる投資効果の増大		