

【IV. 指標以外の観点からの評価】

取組 No.	指標以外の観点からの評価
①	<ul style="list-style-type: none"> ・県外でのトップセールスに代わり、オンライン商談やSNS等を用いた情報発信に努め、量販店でのフェア等でPR動画の放映に注力した。 ・高価格帯となる大玉のベリーの生産や販売に努め、ギフトアイテム出荷比率は目標(10%)を上回る19%となった。年内単収は目標を下回ったが、販売単価はさがほのかに対して1.1倍の比率となり、優位を確保した。 ・「うまみだけ」のプロモーション動画やオンライン料理教室のSNS発信による認知度向上対策、メーカー等による販路開拓により、目標を上回る76店舗のうまみだけ取扱店舗を確保した。 ・大消費地の量販店等でのかぼす養殖魚を核としたフェア開催が評価され、新たにパートナーシップを結ぶことが出来た。
②	<ul style="list-style-type: none"> ・付加価値額の向上に向けた6次産業化を推進するため、オンライン商談会を開催して商品の販路開拓を支援したほか、商品開発から販路開拓まで体系的な知識を修得できる研修会を開催し、人材の育成を進めた。 ・県産材利用拡大に向けた建築士の講習会は、リモートで実施するなどの工夫により、11人(前年8人)が修了した。
③	<ul style="list-style-type: none"> ・県域出荷組織「おおいた有機野菜等生産出荷体制構築会議」がR4年1月から県内大手量販店への試験出荷を開始した。 ・ピーマンや白ねぎなどの園芸戦略品目の栽培施設や基盤整備等により、園芸戦略品目の栽培面積は41.8ha増加した。
④	<ul style="list-style-type: none"> ・海外の市場を取り込み農林水産業者の所得向上を図るため、現地商社等と連携した販促活動やオンライン商談等に取り組んだ結果、輸出延べ品目数で54品目と目標を達成した。

【V. 施策を構成する主要事業】

取組 No.	事業名(3年度事業)	事務事業評価	
		成果指標の達成率(%)	掲載頁
①	The・おおいたブランド流通販売戦略推進事業	100.0	170
	「ベリーツ」ブランド確立対策事業	190.0	170
	しいたけ消費拡大対策事業	133.3	172
	県産水産物流通拡大推進事業	100.0	172
②	6次産業化サポート体制整備事業	100.0	173
	木造建築物等建設促進総合対策事業	73.3	173
③	「おおいたの有機」産地づくり加速化事業	100.0	174
	次代へ繋ぐ園芸産地整備事業	92.9	175
④	農林水産物輸出需要開拓事業	84.7	179

【VI. 施策に対する意見・提言】

<p>○農業システム再生に向けた行動宣言(R3.10)</p> <p>・農業非常事態宣言を受け、県内農業団体と県とで設置した大分県農業総合戦略会議では、生産者団体へのヒアリング等を通じ、県農業の再生に向けた行動宣言をとりまとめた。今後は、関係団体が団結して具体的な行動に移る。</p>
--

【VII. 総合評価と今後の施策展開について】

総合評価	施策展開の具体的内容
B	<ul style="list-style-type: none"> ・農業総合戦略会議での「行動宣言」を踏まえ、伸び代がある園芸品目の生産拡大や肉用牛を中心とした畜産振興を進め、農業の成長産業化に取り組む。 ・ねぎ産出額100億円プロジェクトの推進や、短期集中県域支援品目(ねぎ・ピーマン・高糖度かんしょ・ベリーツ)への重点支援により、栽培面積拡大と産出額向上を図る。 ・乾しいたけの新ブランド「うまみだけ」、かぼす養殖魚などのブランド化を図るとともに、生産・流通拡大を進める。 ・市町村単位での有機農業者の組織化を進め、土壌診断に基づく土作り等生産力向上に向けた支援を行うとともに、県域での有機野菜生産出荷体制の強化や学校給食への食材利用拡大等の流通販売対策を行い、有機農業の拡大を図る。 ・現地商社との連携等による販売促進活動に取り組むとともに、海外ニーズに対応した産地づくりも進め、さらなる輸出拡大を図る。