

施策評価調書(21年度実績)

政策体系	施策名	戦略ある商品づくり	施策コード	Ⅲ-2-(1)
	政策名	知恵を出し汗をかいてもうかる農林水産業の振興	主管部局名	農林水産部
			担当課室名	農林水産企画課
施策概要	本県の農林水産物は、多種多様で特色があるものの、産地規模が小さく多様化する流通への対応の遅れなどから県の顔となる製品の育成が図られていない。そのため、戦略品目を選定し、大量・周年需要に対応できる生産体制の構築に取り組むとともに、市場ニーズに対応した流通・販売戦略も含めた農林水産業の活性化対策を総合的に展開している。また、県内で生産された農林水産物を県民が愛用する地産地消運動等を推進している。			

【評価指標】

主な取組		指標	基準値		21年度			22年度	27年度
			年度	基準値	目標値a	実績b	b/a	目標値	目標値
①	農産物の生産拡大とブランド化の推進	i 園芸10品目(戦略品目)の産出額(百万円/年)	15	21,834	23,829	19,532	82.0%	24,950	28,600
②	林産物の需要拡大とブランド化の推進	ii 大分方式乾燥材生産量(m ³ /年)	—	—	51,000	34,269	67.2%	53,000	64,000
③	県産魚の安定供給とブランド化の推進	iii 漁協共同販売率(%)	15	59.6	62.1	56.5	91.0% (H20)	63.0	65.0
④	新しい流通の展開	i 園芸10品目(戦略品目)の産出額(百万円/年)	15	21,834	23,829	19,532	82.0%	24,950	28,600
		ii 大分方式乾燥材生産量(m ³ /年)	—	—	51,000	34,269	67.2%	53,000	64,000
		iii 漁協共同販売率(%)	15	59.6	62.1	56.5	91.0% (H20)	63.0	65.0
⑤	地産地消の推進	iv 農林水産物直販所の売上額(百万円/年)	15	6,597	7,380	10,735 (速報値)	145.5%	7,500	8,200
					平均達成率(%)		96.4%		

【業績評価】

No.	業 績 評 価			平均 評価
i	達成不十分	高齢・小規模農家の栽培中止等があるなか、企業参入等を積極的に進めた結果、20年度に比べ栽培面積は12ha増加した。しかし、景気後退による販売単価の不振により目標を達成できなかった。なお、21年実績値が22年11月公表のため、21年度実績値は推計値を記載している。		
ii	著しく不十分	乾燥材の生産を拡大するため、通常の乾燥材より高品質な大分方式乾燥材を中心に生産拡大に努めた。大分方式乾燥材は、生産に時間を要するため当初目標値には未だ到達していないが、生産量は20年度の20,543m ³ に対して21年度は34,269m ³ と約1.7倍に拡大している。		
iii	概ね達成	タチウオ釣りや船びき網漁業(チリメン)等の漁獲が不振であった上、ウオン安による韓国産の安価な養殖ヒラメの流入により市場価格が低迷し漁協取扱高が減少したが、養殖ブリ価格の回復等により概ね目標を達成した。なお、21年実績が23年3月公表のため、21年度の目標値及び実績は20年数値を記載している。		
iv	達成	景気後退により消費者の購買意欲が低下する中、地産地消の取組の推進により、安心して新鮮な農林水産物を販売する直販所の売上げ増加が図られ、目標を達成した。なお、21年実績値が22年11月に確定のため、21年度実績値は速報値を記載している。		
				概ね達成