

事業名	「The・おおいた」ブランドづくり支援事業	事業の目的	「The・おおいた」ブランドづくりを進めるため、県域での生産流通体制により生産拡大を目指す意欲ある生産者に対して、販売促進や生産拡大等を重点的に支援する。	事業期間	平成19年度 ） 平成21年度
-----	-----------------------	-------	---	------	-----------------------

[事業の実施状況]

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(予算)	
マーケター及びマーケティングアドバイザーの配置 情報発信機能の強化	県	生産者等 県民	マーケター(4名)、アドバイザー(11名)の配置、流通対策本部の設置 ブランド製品の広報戦略、販売促進資材の作成	決算額	74,645	62,109	41,157		
				財源内訳	国庫支出金				
					一般財源	74,645	62,109	41,157	
					職員数(人)	0.50	0.50	0.50	
				人件費	5,000	5,000	5,000		
				合計	79,645	67,109	46,157		

[事業の成果等]

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、大消費地である東京、大阪、福岡の各地区を担当する県職員マーケター(4名うち1名は水産担当)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(11名))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。

[成果指標・実績]

(単位：億円)

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成 (21年度)	評価	備考
成果指標	新たな広域流通品目の販売額	目標値	41	70	80		80	著しく 不十分	こねぎ、白ネギ、ピーマンなど県北流通の取組が進んだ品目がある一方、トマト、ニラ等JAや生産者団体との合意形成に至っていない品目があるため。
		実績値	14.5	29.5	52.0		52.0		
		達成率	35.4%	42.1%	65.0%		65.0%		

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	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)	・味覚の数値化を廃止(H20～) ・補助率嵩上げ事業を他事業に組み込み、一元的な事業執行により事務を効率化	888千円/億円	21年度決算額合計 / 新たな広域流通品目の販売額

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	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、県主導による実施が必要である。

[総合評価]

方向性	終了(21年度末)
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> ・22年度から以下の2点を加えて「The・おおいた」ブランド流通改革推進事業に組替 ・流通改革アドバイザーを新たに配置し、県域生産流通に対する生産者等の意識改革と広域産地間の出荷規格統一による価格向上を推進 ・急速に変化するマーケット需要を適確に捉え、販路拡大につなげるため、マーケティングアドバイザーを拡充(11名→14名)し、県産農水産物の販路拡大を推進

事業名	農林水産物輸出促進対策事業	事業の目的	世界的な日本食ブームやアジア諸国の経済成長を踏まえ、生産者の所得向上と地域農林水産物の振興が図られるよう、県産農林水産物の海外輸出促進対策に支援する。	事業期間	平成21年度 ～ 平成23年度
-----	---------------	-------	---	------	-----------------------

[事業の実施状況]

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(予算)	
定着・拡大・市場調査 輸入バイヤー招へい 輸出セミナー	ブランドお おいた輸出 促進協議会	バイヤー等 バイヤー 生産者等	輸出市場調査 産地PR・ほ場視察 台湾バイヤー、上海バイヤー、香港バイヤーの招へい 物流技術実証 海外輸出環境整備 春節向け梨の貯蔵試験 海外販売促進活動 上海、タイでの大分フェア、香港でのミニフェア	決算額			4,350	6,837	
				財源内訳	国庫支出金				
				一般財源				4,350	6,837
				職員数(人)				0.80	1.20
				人件費				8,000	12,000
				合計				12,350	18,837

[事業の成果等]

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。

[成果指標・実績]

(単位：千円)

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成 (23年度)	評価	備考
成果指標	農林水産物の輸出額	目標値			857,200	1,057,200	1,250,000	概ね達成	
		実績値		695,763	846,772				
		達成率			98.8%				

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	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)	・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	21年度決算額合計 / 農林水産物の輸出額

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	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	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。

[総合評価]

方向性	見直し(22年度) 事業内容の拡充
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> ・22年度予算では、県産農林水産物の海外での「商標」取得を支援し、商品ブランドの確立を実施するとともに、海外にアドバイザー2名を委嘱 ・バイヤー招へいを通じて、信頼できるパートナーを確保し、輸出額の拡大を推進 ・23年度は、任意団体(ブランドおおいた輸出促進協議会)の事務の効率的な実施を検討

事業名	県域流通体制整備促進事業	事業の目的	県産農産物の競争力強化を図るため、大分県農協が実施する新たな物流システム（品質管理と県域流通体制の整備）の構築について支援する。	事業期間	平成21年度 ） 平成21年度
-----	--------------	-------	--	------	-----------------------

【事業の実施状況】

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(予算)	
「にら」の県域モデルルート構築支援 「ピーマン」の県域モデルルート構築支援	県農協	生産者等	市場への協同販売セールス活動(2回) 包装資材の統一 協同出荷輸送経路統一 品質管理システム導入(6台)	決算額			5,518		
				財源内訳	国庫支出金				
					一般財源			5,518	
					職員数(人)			0.30	
				人件費			3,000		
				合計			8,518		

【事業の成果等】

京阪神地区において、「大分ピーマン」「大分にら」の統一ブランドで協同販売することに成功した。加えて京阪神市場のシェアを拡大し有利販売に繋げることができた。またピーマンについては、県内各産地の生産者部会が統一し、県域の生産者部会が発足した。

【成果指標・実績】

(単位：t)

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成 (21年度)	評価	備考
成果指標	京阪神市場におけるピーマンの 協調販売実績	目標値			546		546	概ね達成	
		実績値			516		516		
		達成率			94.5%		94.5%		

【実施方法の効率性】

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	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)	・県農協による実施	17千円/t	21年度決算額合計 / 協調販売実績

【県が実施する必要性】

検証の視点	検証結果	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	県域の流通体制の構築については、県農協が中心に進めていくべきだが、組織が脆弱であるため、当面県による補助事業として実施していく必要がある。

【総合評価】

方向性	内容
方向性	廃止(21年度末)
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> 一定の効果を見たが、今後は大分県農協の組織体制の拡充が必要 県域の共同出荷体制が確立したものについては、今後は県農協による一元分荷体制の確立に取り組む予定

事業名	「おおいたの食」応援事業	事業の目的	県民みんなが食と農林水産をめぐる様々な問題について考え、豊かな暮らしと環境を次代につないでいくための県民運動を展開する。	事業期間	平成19年度 ～ 平成21年度
-----	--------------	-------	--	------	-----------------------

【事業の実施状況】

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(予算)
県民運動推進事業	県	関係団体 県民 生産者等	おおいたの「食」と「農林水産」をつなぐ県民会議の運営 地産地消の日キャンペーン(4回) 直販所魅力・運営能力向上研修会(1回)	決算額	9,115	6,962	5,389	
				財源内訳				
食育推進事業	市町村	県民 県民	援農ボランティアの活動支援 食事バランスガイドの普及	国庫支出金			500	
				一般財源	9,115	6,962	4,889	
				職員数(人)	1.00	1.00	1.00	
				人件費	10,000	10,000	10,000	
			合計	19,115	16,962	15,389		

【事業の成果等】

地産地消・スローフード運動の取組の成果を継承し、県民全体で「食」と「農・林・水産」の関わりやそのあり方を考え、また、県民自らが農林水産業を応援し、参加していく環境づくりを進めるための「おおいたの『食』と『農・林・水産』をつなぐ県民会議」を運営した。また、地産地消の定着を図るため、「地産地消の日」などに小売店、直販所、学校、飲食店等広く県民が参加できる取り組みを行った。

【成果指標・実績】

(単位：団体)

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成 (21年度)	評価	備考
成果指標	県民会議構成団体数(累計)	目標値	50	80	80		80	達成	
		実績値	57	57	93		93		
		達成率	114.0%	71.3%	116.3%		116.3%		

【実施方法の効率性】

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	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)	・県青果物卸売市場連合会との連携やNPOとの協働による効率的実施	165千円/団体	21年度決算額合計 / 県民会議参加団体数

【県が実施する必要性】

検証の視点	検証結果	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	県内で広域的に県民運動を展開していくには、県が実施する必要がある。

【総合評価】

方向性	廃止(21年度末)
改善計画等	・22年度は直売所の情報発信等を加えて「豊かな県民の食推進事業」において実施

事業名	ブランドを育む園芸産地整備事業	事業の目的	経営感覚に優れ、企業的経営規模を持った農業者を育成し、「The・おおいた」ブランドを育む競争力ある園芸産地づくりを推進するため、園芸生産者の栽培施設、生産基盤、機械等の整備に対して支援する。	事業期間	平成19年度 ） 平成22年度
-----	-----------------	-------	---	------	-----------------------

〔事業の実施状況〕

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(予算)	
規模拡大対策	市町村 農協 営農集団 認定農業者 大分県農業 農村振興公 社	園芸生産者	栽培施設整備、生産基盤整備、新植等に対する助成(84.3ha)	決算額	276,680	481,020	418,340	747,064	
低コスト化対策			施設高度利用、防災対策、重油高騰対策に対する助成(57.8ha)	財 源 内 訳	国庫支出金		91,600	177,300	315,000
大規模リース団地施設整備対策			栽培施設整備に対する助成(7.6ha)						
遊休ハウス活用対策			遊休ハウスの移設・補修に対する助成(1.0ha)		一般財源	276,680	389,420	241,040	432,064
にんにく広域集出荷施設整備対策			にんにくの集出荷施設整備に対する助成(津久見市)		職員数(人)	5.00	5.00	5.00	7.80
				人件費	50,000	50,000	50,000	78,000	
				合計	326,680	531,020	468,340	825,064	

〔事業の成果等〕

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。

〔成果指標・実績〕

(単位：ha)

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成 (22年度)	評価	備考
活動指標	施設栽培拡大等面積	目標値	58	40	52	77	77	達成	
		実績値	68	99	151				
		達成率	117.2%	247.5%	290.4%				

〔実施方法の効率性〕

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	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)	・ソフト面の支援対策を廃止し、ハード面(施設拡大等の整備)に集中 ・施設整備の大規模化による国庫事業の活用を誘導	3,102千円/ha	21年度決算額合計 / 施設栽培拡大等面積

〔県が実施する必要性〕

検証の視点	検証結果	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	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、戦略品目を中心に規模拡大や低コスト化対策を行うためには、県による実施が必要である。

〔総合評価〕

方向性	見直し(22年度) 事業内容の拡充
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> ・白ねぎの品質向上による販売力強化を図るため、広域集出荷施設整備についての支援を追加 ・多様なニーズに対応した販売体制を構築するため、集出荷施設整備についての支援を追加 ・21年度ににんにく広域集出荷施設を整備したため、にんにくに対する広域集出荷施設整備についての支援を終了 ・23年度は、ハウス等の整備にあたり、最小の投資で最大の効果を上げる工夫が課題

事業名	ブランド育成産地支援事業	事業の目的	中国産の残留農薬問題等から国産の需要が増加しているにんにくと、青果用・加工用として大きな需要が見込まれる高糖度かんしょ「べにはるか」が、実需者ニーズに対応できるように、競争力のある産地づくりと産地拡大に対し支援を行う。	事業期間	平成21年度 ～ 平成23年度
-----	--------------	-------	---	------	-----------------------

[事業の実施状況]

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(予算)
にんにく産地育成対策	全農 大分県本部	生産者	にんにく優良種苗導入に対する助成(22ha)	決算額			5,256	4,090
				財源内訳	国庫支出金			
高品質かんしょ産地育成対策	農協 営農集団 協議会	生産者	かんしょ優良種苗導入(26ha)、販路拡大に対する助成(全農)	一般財源			5,256	4,090
				職員数(人)			0.40	0.40
				人件費			4,000	4,000
				合計			9,256	8,090

[事業の成果等]

にんにく、かんしょの優良種苗導入により新規産地の拡大、品質の向上が図られた。また販路拡大の支援を行ったことで県内外で知名度の向上が図られ、有利販売が行われた。

[成果指標・実績]

(単位：ha)

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成 (23年度)	評価	備考
活動指標	栽培拡大面積	目標値			17.3	27	35	達成	
		実績値			48				
		達成率			277.5%				

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	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)	・事業実施主体と連携を密にして実施	193千円/ha	21年度決算額合計 / 栽培拡大面積

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	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	早期に県産地体制の確立、産地規模の拡大を図るためには、県による実施が必要である。

[総合評価]

方向性	現状維持
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> ・計画的に産地の規模拡大を進めていくため、優良種苗の導入を継続 ・PR活動等により消費者へのブランド浸透を促進 ・にんにくの安定出荷を図るため、長期貯蔵技術を検討し、導入を支援 ・21～23の3年間で100haの栽培面積拡大を目標としているのに対して初年度で既に約5割を達成しているため、23年度継続の必要性については、22年度の達成状況を勘案

事業名	豊後牛肉流通促進対策事業	事業の目的	豊後牛のブランド力を強化し取扱店の拡大が図られるよう、19年度に誕生した統一ブランド「The・おおいた豊後牛」のテレビ・新聞などによる宣伝広告、ロゴシール等の販促資材の活用等を積極的に実施する。	事業期間	平成19年度 ～ 平成21年度
-----	--------------	-------	---	------	-----------------------

[事業の実施状況]

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(予算)
県内対策	豊後牛流通促進対策協議会	消費者	新聞・雑誌(5本)、テレビ企画番組(3本) ミニ幟の作成(65本)、横断幕(5本)、チラシ(1,000部) 消費拡大キャンペーン(2回)、トリニタとの合同PR企画(1回) HPの作成(年4回更新)	決算額	4,819	4,819	4,819	
				財源内訳				
県外対策	全農県本部		豊後牛フェアの開催(1回：近鉄百貨店) 大分県人会プレゼント(1回)、購買者との意見交換会(2回) のぼり(400)、ポスター(400)、シール(11,000枚)	国庫支出金				
				一般財源	4,819	4,819	4,819	
				職員数(人)	0.30	0.30	0.30	
				人件費	3,000	3,000	3,000	
				合計	7,819	7,819	7,819	

[事業の成果等]

県内対策として、新聞・雑誌・テレビ等を利用した積極的なPR活動を実施し、県外対策として全農を中心に大阪での豊後牛の購買者との意見交換会を開催する等、県内外で豊後牛の認知度を高めるとともに、年間2回の消費拡大キャンペーンを行い豊後牛の販売拡大を行った。

[成果指標・実績]

(単位：店舗)

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成(21年度)	評価	備考
成果指標	取扱認定店舗数	目標値	60	75	95		95	達成不十分	21年度拡大店舗数 小売店5店舗、旅館・飲食店1店舗、催事・企画認定9店舗
		実績値	59	66	81		81		
		達成率	98.3%	88.0%	85.3%		85.3%		

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	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)	・宣伝広告について、民間業者等から企画を募集し、費用対効果を検討のうえ実施 ・トリニタとの合同開催イベントによるPR効果の増大とブランドイメージの向上	97千円/店舗	21年度決算額合計 / 取扱認定店舗数

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	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	県内で生産される豊後牛の販売段階におけるPRや認定店の増加は、豊後牛のブランド化と肉用牛振興につながるため、協議会等の取り組みに対し、県が助成する必要がある。

[総合評価]

方向性	終了(21年度末)
改善計画等	・22年度からは「豊後牛販売拡大推進事業」に組み替えて実施

事業名	県産材需要拡大総合対策事業	事業の目的	県内外の工務店が、県産材をより多く使用するよう、PR活動に対して助成するとともに、県内工務店が建設する長期優良住宅の県産材購入経費の一部を助成する。	事業期間	平成21年度 ～ 平成23年度
-----	---------------	-------	--	------	-----------------------

[事業の実施状況]

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(予算)
県産木づかい住宅推進事業	大分県産材流通情報センター	県内工務店	工務店への支援事業のPR及び指導	決算額			10,589	13,848
				財源内訳	国庫支出金			2,387
県産木づかい住宅支援事業	県内工務店	県内工務店	長期優良住宅の建設を行う工務店に対して、梁・桁の購入経費の一部を助成	一般財源			8,202	10,215
こだわりの家づくり連携促進事業	県外工務店	県外工務店	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	職員数(人)			0.80	0.80
				人件費			8,000	8,000
				合計			18,589	21,848

[事業の成果等]

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。

[成果指標・実績]

(単位：m³)

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成(23年度)	評価	備考
成果指標	県産材原木換算使用量	目標値			3,800	3,500	3,500	達成	
		実績値			6,507				
		達成率			171.2%				

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	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)	・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	2,857円/m ³	21年度決算額合計 / 県産材原木換算使用量

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	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	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。

[総合評価]

方向性	見直し(22年度) 事業内容の縮小
改善計画等	・工務店への補助事業PRについては初年度で目的が達成されたため、県産木づかい住宅推進事業については21年度で終了

事業名	乾燥小割材出荷体制整備事業	事業の目的	現在主流となっている乾燥小割材等の邸別供給体制が整備されるよう、乾燥小割材の生産に取り組む製材工場が行うリースによる乾燥施設の導入に対して支援する。	事業期間	平成20年度 ～ 平成23年度
-----	---------------	-------	--	------	-----------------------

[事業の実施状況]

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(予算)	
施設整備	協同組合連合会日田木材流通センター	一定規模の条件を満たした製材工場	リースによる乾燥施設の導入に対する支援(6社) 乾燥小割材の協同出荷体制の確立 ※ 補助リース期間は36ヵ月	決算額		2,596	7,094	6,922	
				財源内訳	国庫支出金				
					一般財源		2,596	7,094	6,922
					職員数(人)		0.20	0.20	0.20
				人件費		2,000	2,000	2,000	
				合計		4,596	9,094	8,922	

[事業の成果等]

整備した乾燥施設を利用して乾燥小割材の生産を拡大し、邸別出荷体制の構築が促進された。

[成果指標・実績]

(単位：基)

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成(23年度)	評価	備考
活動指標	乾燥施設整備数	目標値		6	6	6	6	達成	
		実績値		6	6				
		達成率		100.0%	100.0%				

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	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)	・乾燥施設の導入を協同組合連合会と共同で推進	1,516千円/基	21年度決算額合計 / 乾燥施設整備数

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	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	乾燥小割材の生産拡大には乾燥施設が必要であるが、国の新生産システムによる新規採択が終了し、現在では国庫による補助事業が存在しないため、県による実施が必要である。

[総合評価]

方向性	現状維持
改善計画等	・引き続きリースによる乾燥施設の導入を促進

事業名	県産材販路拡大トライアル事業	事業の目的	県産材の需要拡大を図るため、県外への鉄道を利用した輸送や、海外への丸太・製材品の輸出について支援する。	事業期間	平成21年度 ～ 平成23年度
-----	----------------	-------	---	------	-----------------------

[事業の実施状況]

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(予算)
県産材クリーン輸送トライアル事業	佐伯広域 森林組合	佐伯広域 森林組合	製材品の関東以北への鉄道輸送に対する支援 (輸送量2,193m ³)	決算額			11,061	10,614
				財源内訳	国庫支出金			
スギ丸太等海外輸出促進事業	大分県スギ 丸太輸出 促進協議会	原木市場等	スギ丸太低質材の海外輸出に対する支援 (輸送量7,765m ³)	繰入金			8,164	8,163
				一般財源			2,897	2,451
県産材海外輸出対策事業	県内企業 日田市	県内企業 日田市	製材品の海外輸出に対する支援 (輸送量2,350m ³)	職員数(人)			1.00	1.00
				人件費			10,000	10,000
				合計			21,061	20,614

[事業の成果等]

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。

[成果指標・実績]

(単位：m³)

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成 (23年度)	評価	備考
成果指標	スギ丸太等の海外輸送量	目標値			7,300	13,000		達成	
		実績値			10,115				
		達成率			138.6%				

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	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	2,082円/m ³	21年度決算額合計 / スギ丸太等の海外輸送量

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	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	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。

[総合評価]

方向性	現状維持
改善計画等	・引き続き、海外等の県産スギ丸太の新たな販路開拓に支援

事業名	椎茸生産基盤整備総合対策事業	事業の目的	しいたけの生産コスト削減と生産性や品質向上を図るため、簡易作業路の開設、生産施設等の整備に対して支援する。	事業期間	平成14年度 ） 平成24年度
-----	----------------	-------	---	------	-----------------------

[事業の実施状況]

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(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	協業体等 協業体等 椎茸農協	椎茸生産者	しいたけ原木搬出のための簡易作業路の開設(50,000m) しいたけ生産施設の整備(59件) 椎茸乾燥機の整備(79台)	決算額	158,373	124,022	94,608	83,163	
				財源内訳	国庫支出金	61,401	25,000	31,500	25,000
					その他		8,917		
					一般財源	96,972	90,105	63,108	58,163
				職員数(人)	4.00	4.00	4.00	4.00	
				人件費	40,000	40,000	40,000	40,000	
				合計	198,373	164,022	134,608	123,163	

[事業の成果等]

簡易作業路の開設、人工ほだやハウス・散水施設等の生産施設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、椎茸乾燥機の整備を支援したことにより、高品質乾椎茸の生産体制が整った。

[成果指標・実績]

(単位：t)

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成 (24年度)	評価	備考
成果指標	乾・生しいたけの生産量 (生しいたけ換算)	目標値	11,310	11,520	11,520	11,520	11,520	概ね達成	
		実績値	10,454	11,766	11,023				
		達成率	92.4%	102.1%	95.7%				

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	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"> 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上限単価を設定(H14~) 	12千円/t	21年度決算額合計/ 乾・生しいたけの生産量 (生しいたけ換算)

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	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	全国ブランドである「大分しいたけ」のブランド力強化を図るためには、県下全域による生産拡大や品質向上を図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。

[総合評価]

方向性	現状維持
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> 生産者の意見を反映した、作業路の開設延長や生産施設の整備 研究普及課と連携した品質や生産向上の技術支援 22年度は、企業の経営体の育成を図るため、事業対象に一定規模以上の個人生産者を追加 23年度以降どう推進していくのか、過去の経緯も含めた整理を検討

事業名	「The・おおいた」ブランド水産物育成事業	事業の目的	「The・おおいた」ブランドを支える県産水産物が、県外における販路拡大につながるよう、共同出荷体制の構築等に支援する。また、水産加工品が、より消費者に安全安心に提供され、消費拡大が図れるよう、商品開発や販促等の活動に支援する。	事業期間	平成19年度 ～ 平成21年度
-----	-----------------------	-------	---	------	-----------------------

〔事業の実施状況〕

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(予算)
ブランド水産物の販売促進事業	県漁協	県民	マアジ、マサバ等の支店間を越えた共同出荷体制の構築 飲食店、居酒屋等への販路開拓活動 ブランドチャレンジ認定品目のフェア、販売促進活動(13回) カボス添加飼料の品質向上効果の検証	決算額	6,373	6,475	7,482	
				財源内訳				
ブランド水産加工品の開発事業	生産者団体 県加工協	生産者団体 県加工協	水産加工品の開発(4品目) 水産加工品の消費拡大等PR活動、加工場の衛生検査	国庫支出金				
				一般財源	6,373	6,475	7,482	
				職員数(人)	0.20	0.15	0.15	
				人件費	2,000	1,500	1,500	
				合計	8,373	7,975	8,982	

〔事業の成果等〕

県漁協による出荷体制の強化により、支店間を越えたマアジ、マサバの共同出荷体制の構築が図られ、また、市場や飲食店等への試験出荷により新たな販路開拓が図られた。さらに、養殖ヒラメにおいて、カボス添加飼料による品質向上効果が検証された。なお、加工品開発においては、新たに4品を開発することができた。

〔成果指標・実績〕

(単位：品目)

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成 (21年度)	評価	備考
成果指標	ブランドチャレンジ認定品目 (累計)	目標値	4	7	7		7	達成	
		実績値	4	7	7		7		
		達成率	100.0%	100.0%	100.0%		100.0%		

〔実施方法の効率性〕

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	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"> 加工品開発においては、民間業者の意見を取り入れて実施 カボス添加飼料の品質向上効果検証は生産者団体に委託 21年度において、流通事業の統廃合を行い効率的に事業推進 	1,283千円/品目	21年度決算額合計 / ブランドチャレンジ認定品目(累計)

〔県が実施する必要性〕

検証の視点	検証結果	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	「The・おおいた」ブランドは、大分県農林水産振興計画において重点的に推進している施策であり、市町村さらには海区を越えた広域な取組であることから、県が継続して実施し、定着させることが必要である。

〔総合評価〕

方向性	終了(21年度末)
改善計画等	

事業名	水産物販売基盤強化事業	事業の目的	県産水産物が、首都圏等の大消費地で販路を拡大し、消費の拡大による漁業所得の向上につながるよう、県漁協の海区販売リーダーによる販売促進活動や販路開拓活動等の取組に対し支援する。	事業期間	平成20年度 ～ 平成21年度
-----	-------------	-------	---	------	-----------------------

[事業の実施状況]

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(予算)
海区販売リーダーによる販路拡大	県漁協	県民	県漁協海区販売リーダーが行う販路拡大活動支援 海区販売リーダーの現地研修(9回) 首都圏等における販売活動(坐来フェア等 13回) マアジ、マサバ鮮度保持試験 マアジ、マサバ出荷実証試験(首都圏向け)	決算額		3,871	3,354	
				財源内訳	国庫支出金			
鮮度保持技術の高度化				一般財源		3,871	3,354	
				職員数(人)		0.15	0.15	
				人件費		1,500	1,500	
				合計		5,371	4,854	

[事業の成果等]

県漁協海区販売リーダーの販路開拓活動や、坐来大分での商談活動等大消費地での販売促進活動が、量販店、外食チェーン店等のフェアに大分県産の水産物を使用される契機になるなど、販路拡大や知名度向上を図ることができた。また、鮮度保持方法の改善によって、商品力の向上が図られた。

[成果指標・実績]

(単位：%)

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成 (21年度)	評価	備考
成果指標	大分県漁協の共販率	目標値		62.0	62.1		62.1		21年度実績値がないのは、漁獲統計が2年後に公表予定のため。
		実績値	56.8	56.5					
		達成率		91.1%					

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	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)	・坐来大分を活用した商談活動における観光や農産物の同時PR ・地域フェア等との合同開催による効果的实施		21年度決算額合計 / 大分県漁協共同販売率

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	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	大消費地による販売促進活動は、対象となる水産物が全県下にわたり、地域を越えて扱うことから、事業を効率的に行うには県が主体となって総合的に事業に取り組む必要がある。

[総合評価]

方向性	廃止(21年度末)
改善計画等	

事業名	チャレンジ・日本一タチウオ販売強化事業	事業の目的	漁獲量日本一を誇る県産タチウオが、資源管理によって持続的な漁獲を図りながら、「The・おおいた」ブランドを代表する製品になるよう、統一ブランドの創出や販路の拡大等のブランド化を図る。	事業期間	平成21年度 ～ 平成22年度
-----	---------------------	-------	---	------	-----------------------

[事業の実施状況]

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(予算)	
統一ブランドの創出	県漁協	県民	統一ブランド協議会の開催(2回) 統一ロゴ出荷箱、パーチの作成 築地等へのPR、フェアの開催(4回) 市場、飲食店への販路開拓活動(4回) 商談会の開催(4回)	決算額			2,450	1,813	
都市圏出荷の促進				財源内訳	国庫支出金				
輸出の促進				一般財源			2,450	1,813	
				職員数(人)			0.20	0.20	
				人件費			2,000	2,000	
	合計			4,450	3,813				

[事業の成果等]

統一ブランド協議会の開催により、名称の統一化が図られたとともに、海域単位での共同出荷体制が構築された。また、築地等へのフェアや輸出商段階の開催により、知名度の向上とともに新たな販路開拓が図られた。

[成果指標・実績]

(単位：円/kg)

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成(22年度)	評価	備考
成果指標	タチウオの単価	目標値			694	720	720		21年度実績値がないのは漁獲統計が2年後に公表予定のため。
		実績値	668	659					
		達成率							

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	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"> 地域フェア等との合同開催による効果的実施 築地等へ観光や農産物等の同時PR 		$\frac{\text{21年度決算額合計}}{\text{タチウオ単価の向上額}}$

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	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	タチウオは「The・おおいた」ブランドチャレンジ品目として県が認定した魚種であり、市町村さらには海区を越えた広範囲で漁獲される魚種である。市場競争力をつけるためには県域での取組が重要であり、事業の効率的な推進には県が主体となり総合的に取り組む必要がある。

[総合評価]

方向性	終了(22年度末)
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> 22年度予算については「統一ブランドの創出」が21年度で完了したため、項目を廃止 22年度は、築地との連携をさらに強化し、都市圏出荷を促進

事業名	大分県漁協新生対策推進事業	事業の目的	大分県漁協の健全な体制づくりを支援するため、(社)大分県漁協組織強化推進協議会が行う大分県漁協の組織強化支援に伴う借入金の元利償還に対して補助する。	事業期間	平成14年度 、 平成23年度
-----	---------------	-------	--	------	-----------------------

[事業の実施状況]

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(予算)	
大分県漁協組織強化推進協議会補助金	(社)大分県漁協組織強化推進協議会	県漁協	大分県漁協の組織強化支援に伴う借入金の元利償還に対して補助 鶴見町漁協欠損金対策分 (19,350) その他漁協欠損金対策分 (31,802)	決算額	53,245	52,412	51,608	50,852	
				財源内訳	国庫支出金				
					一般財源	53,245	52,412	51,608	50,852
					職員数(人)	0.20	0.20	0.20	0.20
				人件費	2,000	2,000	2,000	2,000	
				合計	55,245	54,412	53,608	52,852	

[事業の成果等]

旧漁協の欠損金を解消し、県漁協合併が達成された。

[成果指標・実績]

(単位：%)

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成(23年度)	評価	備考
成果指標	県漁協の自己資本比率	目標値	15	15	15	15	15	概ね達成	
		実績値	13.6	12.9	14.2				
		達成率	90.7%	86.0%	94.7%				

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	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	図れない(見直し困難)			

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	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	平成14年の県漁協合併時に旧漁協の欠損金を解消し、県漁協の健全な体制づくりを支援するため、(社)大分県漁協組織強化推進協議会が行う大分県漁協の組織強化支援に伴う借入金の元利償還に対して補助することとした。関係市町村及び関係団体も併せて支援を行っており、当初どおりの支援が必要。

[総合評価]

方向性	現状維持
改善計画等	・合併した県漁協の経営状況が再度悪化することのないよう、経営改善に向けモニタリング、検査を行うなど指導を継続

事業名	県産木材有効利活用促進事業	事業の目的	県産木材が、県の公共工事に使用されることで、良さが県民に周知され、市町村、民間等の工事への需要拡大、販路の形成や生産コストの低減につながるように、観光地等で行う県の道路工事箇所に木製ガードレール等を設置する。	事業期間	平成18年度 ～ 平成 年度
-----	---------------	-------	--	------	----------------------

[事業の実施状況]

(単位：千円)

区分	事業主体	対象	事業内容	投入指標	19年度	20年度	21年度	22(予算)	
県産木材有効利活用促進事業	県	県民	大分スポーツ公園内で県産木材を利用した木製ガードレールや木製横断防止柵を設置した (木製ガードレール及び木製横断防止柵 L=111m)	決算額	4,000	3,000	3,000	4,000	
				財源内訳	国庫支出金				
					繰入金	4,000	3,000	3,000	4,000
					一般財源				
				職員数(人)	0.10	0.10	0.10	0.10	
				人件費	1,000	1,000	1,000	1,000	
合計	5,000	4,000	4,000	5,000					

[事業の成果等]

多くの人が利用する大分スポーツ公園内に県産木材を活用した木製ガードレールや木製横断防止柵を設置したことで、県産木材の土木施設への利用を広くPRができた。

[成果指標・実績]

(単位：㎡)

指標の別	指標の内容	達成度	19年度	20年度	21年度	22年度	最終達成 (年度)	評価	備考
活動指標	土木施設として設置した県産木材の利用量	目標値							目標値を設定できないのは、前年度の活用効果の評価を踏まえ、設置箇所や施設がより効果的なものとなるよう、毎年度箇所等の選定を行っているため。
		実績値	7.5	11.8	4.0				
		達成率							

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	21年度までの主な取組状況	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"> 県における森林環境税の活用方法のPRのため看板を設置 周知効果が高い箇所で実施し、国、市町村等への活用を推奨 	1,000千円/㎡	21年度決算額合計 / 県産木材の使用量(㎡)

[県が実施する必要性]

検証の視点	検証結果	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	県産木材の活用と森林環境税の有効活用をPRするために県による実施が必要である。

[総合評価]

方向性	現状維持
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> 引き続き森林環境税を活用し、県産木材の活用をPRするとともに、より周知効果の高い箇所での活用 当該取り組みを通じて、木製資材を他の土木施設で有効に活用できる方法を模索 成果目標を設定し、より効果的な森林環境税の活用方策を検討