

## 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
活力ある水田農業振興対策事業（米）	集落・水田対策室	2 / 22
活力ある水田農業振興対策事業（大豆）	集落・水田対策室	3 / 22
農林水産物輸出促進対策事業	おおいたブランド推進課	4 / 22
「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	5 / 22
豊かな県民の食推進事業	おおいたブランド推進課	6 / 22
次世代を担う園芸産地整備事業	園芸振興室	7 / 22
緊急雇用園芸品目規模拡大推進事業	園芸振興室	8 / 22
緊急雇用園芸リース団地整備拡大推進事業	園芸振興室	9 / 22
豊後牛販売拡大推進事業	畜産振興課	10 / 22
肉用牛肥育総合対策事業	畜産振興課	11 / 22
肉用牛繁殖経営支援事業	畜産振興課	12 / 22
酪農経営構造改革推進事業	畜産振興課	13 / 22
緊急雇用牛乳消費拡大対策事業	畜産振興課	14 / 22
林業再生県産材利用促進事業	林産振興室	15 / 22
林業再生地域材活用住宅建設促進事業	林産振興室	16 / 22
県産材販路開拓総合対策事業	林産振興室	17 / 22
乾燥小割材出荷体制整備事業	林産振興室	18 / 22
椎茸生産基盤整備総合対策事業	林産振興室	19 / 22
おおいたの魚販売総合対策事業	漁業管理課	20 / 22
おおいたの魚商品力強化・利用拡大推進事業	漁業管理課	21 / 22
県産木材有効利活用促進事業	建設政策課	22 / 22

事業名	活力ある水田農業振興対策事業（米）	事業期間	平成 17 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	集落・水田対策室

[目的、現状・課題]

目的	対象	米を栽培する生産者	現状・課題	米の価格低迷及び高温等の影響による品質低下により、生産者の所得が減少しているため、高温耐性品種の導入や米の生産コストの削減、ブランド化により所得向上を図ることが課題となっている。
	意図	単収・品質の安定化による所得向上を図る		

[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	21年度	22年度	23年度	24(予算)
集落農場型低コスト省力技術対策 特色ある米支援対策 水稻新品種導入対策	直播栽培の定着を図るため、展示圃の設置、研修会の実施 高付加価値生産・販売のため、研修会や販売促進等の実施 新品種導入に向けた、試験ほ場を設置（14か所） 委託先：つや姫生産農家 新品種の有利販売に向けた、販売促進対策費の支援	間接補助	市町村	総コスト	33,118	21,045	24,615	26,661
				事業費	28,118	16,045	19,615	21,661
		うち一般財源	28,118	16,045	19,615	21,661		
		人件費	5,000	5,000	5,000	5,000		
		職員数（人）	0.50	0.50	0.50	0.50		

[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	
		22年度	23年度	目標値	目標年度
新品種「つや姫」の導入が本格的に始まり、戦略的な生産・流通・販売により高い評価を得た。（相対取引価格：ヒノヒカリ：14,500円、つや姫：15,000円） 一等米比率については、前年より高かったものの日照不足による品質低下が生じた。	つや姫作付け面積（ha）	10	103	1,000	25
	一等米比率（%）	47	57	85	25

  

成果指標	指標名（単位）	達成度	21年度	22年度	23年度	24年度	最終達成 （25年度）	評価	備考	
	高温耐性品種の導入（ha）	目標値		600	1,000	1,290	1,900			2,500
		実績値		592	1,046	1,073				
		達成率		98.7%	104.6%	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	県全体の販売戦略に基づき、地域に適した品種の作付けへ誘導するためには、県が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	23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 総コスト / 成果指標の実績値
			21年度	23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）	

[総合評価]

方向性	見直し（24年度）事業内容の変更	方向性の判断理由	「つや姫」のさらなるブランド力向上が必要なため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>「つや姫」の生産拡大、高品質安定生産のための実証圃・調査圃場を設置し技術指導を強化するとともに、生産、流通、販売戦略を徹底しブランド力を高め、有利販売体制を確立</li> <li>大分県産米全体の評価向上を目指すため、販売を起点とした高温耐性品種の導入計画を地域ごとに策定</li> <li>「つや姫」の今後の戦略を加味したうえで、「にこまる」・「あきまさり」の生産・流通・販売戦略を再構築</li> <li>25年度は、24年度の実績を踏まえ、成果指標の目標値の達成に向けて検討</li> </ul>		

事業名	活力ある水田農業振興対策事業（大豆）	事業期間	平成 17 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	集落・水田対策室

[目的、現状・課題]

目的	対象	大豆を出荷する生産者	現状・課題	播種の適期が梅雨時期にあたり、降雨による播種作業の遅れや出芽不良のため、生育量が不足し、減収あるいは品質の低下を招いていることから、その改善が課題となっている。
	意図	生産量を増やし、品質を高位安定化させる		

[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				
				21年度	22年度	23年度	24(予算)	25(実績)
麦・大豆収量向上対策 播種時期分散化対策 大豆産地化支援対策	適期播種・収量向上のための機械導入を支援 早期播種実証ほの設置等を支援 黒大豆（クロダマル）の品質統一、販路拡大を支援	間接補助 間接補助 直接補助	市町村 市町村 大分県農業協同組合	総コスト	5,596	6,106	5,641	6,750
				事業費	596	1,106	641	1,750
				うち一般財源	596	1,106	641	1,750
				人件費	5,000	5,000	5,000	5,000
				職員数(人)	0.50	0.50	0.50	0.50

[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	
			22年度	23年度	目標値	目標年度		
播種機械の導入、播種時期改善のための実証圃設置、研修会などを実施し、出芽数を確保したため、収穫前までは品質・収量向上を期待できたが、収穫時期の断続的な降雨と高温により、病気の発生や粒の変形により、品質・収量は低下した。	活動指標		31	12	80	25		
	上位等級比率(%)							

  

成果指標	指標名(単位)	達成度	21年度	22年度	23年度	24年度	最終達成(25年度)	評価	備考
	実績値			112					
	達成率			74.7%					

[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	需要の動向をもとに、品種構成や契約数量の調整など、県全体で生産振興を行う必要があるため、県が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	23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	23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)	・事業地域の見直し(H23～) ・実施箇所数の見直し(H23～)		50,366 円/t	総コスト / 成果指標の実績値

[総合評価]

方向性	見直し(24年度)事業内容の変更	方向性の判断理由	成果指標が目標値を下回っているため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>畝立播種機の導入配分率や実証圃の設置箇所を見直し、主な生産地に集中的に配分</li> <li>新品種「クロダマル」の販路拡大に向けた販促活動の充実</li> <li>農業者戸別所得補償制度を活用した作付け拡大を積極的に推進</li> <li>25年度は、成果指標の達成に向けて効果的な方策について検討</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 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況は悪化している。
	意図	農林漁業者の所得を向上させる		

[事業の実施状況]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト				
				21年度	22年度	23年度	24(予算)	
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	総コスト	12,350	18,357	16,455	16,100
				事業費	4,350	6,357	4,455	4,100
				うち一般財源	4,350	6,357	4,455	4,100
				人件費	8,000	12,000	12,000	12,000
				職員数(人)	0.80	1.20	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	
			22年度	23年度	目標値	目標年度		
			店頭販促(回)	5	7	6	26	
			輸出セミナー・商談会(回)	3	5	3	26	
			バイヤー招へい(回)	5	4	5	26	

  

成果指標	指標名(単位)	達成度	21年度	22年度	23年度	24年度	最終達成 (26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	1,401,200			1,465,000
		実績値		846,772	1,237,061	1,080,597				
		達成率		98.8%	117.0%	86.4%				

達成不十分 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。

[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	23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	23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)	・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	1,458 千円/億円	1,523 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	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"> <li>・大分県海外戦略に基づく部局間連携の促進</li> <li>・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</li> <li>・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</li> <li>・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</li> </ul>		

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	21年度	22年度	23年度	24(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		121,539	101,856	91,979
				事業費		46,539	26,856	26,979
「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	うち一般財源		46,539	26,856	26,979
				人件費		75,000	75,000	65,000
				職員数(人)		7.50	7.50	6.50

[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の産地づくりに取り 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、平成23年度は ピーマン、白ねぎで県域生産・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	
			22年度	23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)		14	15									
メーカー設置人数(人)		4	4										
成果指標	指標名(単位)	達成度	21年度	22年度	23年度	24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	80	107	95	105	120	達成不十分	こねぎ、白ねぎ、ピーマンなどは県域生産・流通体制が 着実に進んだが、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品目がある。				
		実績値	52.0	73.0	80.0								
		達成率	65.0%	68.2%	84.2%								

[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	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	23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、白ねぎ等)	22年度	23年度	総コスト / 成果指標の実績値
			1,665 千円/億円	1,273 千円/億円	

[総合評価]

方向性	見直し(24年度)事業内容の拡充	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>・農業団体等の連携を強化し、県域流通体制の確立を一層推進(ピーマン・白ねぎの県域生産・流通体制確立)</li> <li>・24年度からは、大分県農協の自主的な取り組みを更に強化(農協内に流通販売チーム設立・チーム長はJAアドバイザー・JAメーカーを2名設置・園芸課を2課へ拡充など)</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	「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	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、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	21年度	22年度	23年度	24(予算)
直売所活性化事業	アドバイザーの派遣、直売所・消費者交流会等の開催	直接実施	県	総コスト		17,142	17,431	16,011
地産地消推進事業	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：(株)アシスト丸和等 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	一部委託	県	事業費		7,142	7,431	6,011
		一部委託	県	うち一般財源		7,142	7,020	6,011
				人件費		10,000	10,000	10,000
		全部委託	県	職員数(人)		1.00	1.00	1.00
		直接実施	県					

[事業の成果等]

事業の成果	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	指標名(単位)		事業の実績		最終目標	
			22年度	23年度	目標値	目標年度		
			アドバイザー派遣日数(日)	15	17	20	24	
			地産地消キャンペーン開催回数(回)	4	4	4	24	
			学校給食供給品目数(品目)	53	61	75	24	

  

成果指標	指標名(単位)	達成度	21年度	22年度	23年度	24年度	最終達成(27年度)	評価	備考				
			農林水産物直売所の売上額(百万円/年)	目標値		7,500	12,100			12,200	12,500	概ね達成	数値は7月速報値(確定は10月予定)
				実績値		12,039	11,990						
				達成率		160.5%	99.1%						

[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	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	23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
			22年度	23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やホテル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	142	1	総コスト / 成果指標の実績値
			千円/億円	千円/億円	

[総合評価]

方向性	見直し(25年度)事業内容の変更	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の蓄積及び共有を図り効率的・効果的に事業を実施</li> <li>地産地消キャンペーンの充実・・・農業団体、市場、小売、飲食店、食品メーカーとの連携を強化し効果的に事業を実施</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>25年度は民間団体との更なる協働及び連携を検討し効果的に事業を推進</li> </ul>		

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]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト				
				21年度	22年度	23年度	24年度	25年度
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	栽培施設の拡大や生産基盤の整備に対して支援(36ha) 参入企業の栽培施設等の整備に対して支援(1.2ha) 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(2.0ha)	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	468,340	712,093	438,231	810,386
				事業費	418,340	634,093	360,231	732,386
				うち一般財源	241,040	449,797	312,568	447,730
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	県公社が整備する大規模リース団地に対して支援(2.9ha) 広域集出荷施設の整備に支援	間接補助 直接補助	県農業農村振興公社 県農協	人件費	50,000	78,000	78,000	78,000
				職員数(人)	5.00	7.80	7.80	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		
			22年度	23年度	目標値	目標年度			
			ねぎ・キクの栽培面積(ha)	886	928	1,051	27		
成果指標	指標名(単位)	達成度	21年度	22年度	23年度	24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	32.37	57.00	44.16	29.53		概ね達成	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	59.79	87.41	41.98				
		達成率	184.7%	153.4%	95.1%				

[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	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	23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 ・大規模リース団地整備事業の関連事業を組み込み一体的に実施	21年度	23年度	総コスト / 成果指標の実績値
			7,833 千円/ha	10,439 千円/ha	

[総合評価]

方向性	見直し(24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	<ul style="list-style-type: none"> <li>・24年度は次世代の園芸産地づくりに必要な広域拠点施設の整備を進めるため、大規模リース団地整備と広域集出荷施設を重点整備</li> <li>・大規模リース団地整備に対する支援事業とリース団地入植者に対する支援事業を統合することで、効率的に事業を執行</li> </ul>		

事業名	緊急雇用園芸品目規模拡大推進事業	事業期間	平成 23 年度～平成 25 年度	上位の施策名 担当課・局・室名	「The・おおいた」ブランド確立に向けた商品づくり 園芸振興室
-----	------------------	------	-------------------	--------------------	------------------------------------

[目的、現状・課題]

目的	対象	農業法人、営農集団、農業協同組合	現状・課題	活性化戦略の達成に向けて園芸戦略品目の産地拡大を図るため、産地の担い手育成、新規就農者の確保、出荷効率の向上等が課題となっている。
	意図	園芸品目の産地拡大を図る		

[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	21年度	22年度	23年度	24(予算)
いちごにおける対策	技術習得研修等を実施し、産地における即戦力となる人材の育成と新規就農者を確保 委託先：大分県農業協同組合佐伯豊南地域本部いちご生産部会	全部委託	県	総コスト			46,066	33,542
花きにおける対策	栽培ノウハウを持った担い手を育成 委託先：花き大規模生産法人等11戸			事業費			41,066	30,542
にんにくにおける対策	出荷効率の向上のため、共同出荷調製場で雇用 委託先：大分県農業協同組合			うち一般財源				
				人件費			5,000	3,000
				職員数(人)			0.50	0.30

[事業の成果等]

事業の成果	本事業により33名の新規雇用が創出された。うち20名が継続雇用となり、平成24年に1名、25年も1名が就農予定であり、雇用の創出及び今後の園芸産地の規模拡大が図られた。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標		
			22年度	23年度	目標値	目標年度			
			新規雇用失業者数(人)		33	18	25		
成果指標	指標名(単位)	達成度	21年度	22年度	23年度	24年度	最終達成(25年度)	評価	備考
	新規就農者数(人/年)	目標値			200	200	200	概ね達成	
		実績値			187				
		達成率			93.5%				

[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	緊急雇用創出事業実施要領	園芸品目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、担い手の育成、新規就農者の確保、産地規模の拡大のため、県が主体となって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	23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)	・委託先と連携を密にして事業実施	21年度	23年度	総コスト / 成果指標の実績値
				246 千円/人	

[総合評価]

方向性	終了(25年度末)	方向性の判断理由	基金事業が終了するため
改善計画等	・募集の仕方を工夫し、目標達成に向けて引き続き事業を実施		



事業名	緊急雇用園芸リース団地整備拡大推進事業	事業期間	平成 22 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	園芸振興室

[目的、現状・課題]

目的	対象	こねぎ、キクの農業法人等	現状・課題	活性化戦略の達成に向けて園芸戦略品目の産地拡大を図るため、特にこねぎ、キクを重点に大規模リース団地を整備しているが、既存リース団地における雇用者の確保及び新規入植者の確保育成が課題となっている。
	意図	こねぎ、キクのリース団地の経営安定、規模拡大を図る		

[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				
				21年度	22年度	23年度	24(予算)	25(予算)
こねぎ及びキクにおける対策	農業法人等で技術習得研修を実施し、雇用者のスキルアップを図るとともに産地の中枢を担う新規入植者の確保育成を行い次世代を担う園芸産地作りを進め地域雇用機会を創出 委託先：(有)豊の郷, (有)中道, (株)ニシキ, (有)阿部組, (有)アトグリーン, (有)弦本農園, (有)葱屋おおくぼ, (有)花畑, (株)マムスカ・テン年田, 出口浩, 加木勝, 谷川健司, 後藤徳行, 中野元文	全部委託	県	総コスト		2,029	30,158	25,542
				事業費		1,029	27,158	23,542
				うち一般財源				
				人件費		1,000	3,000	2,000
				職員数(人)		0.10	0.30	0.20

[事業の成果等]

事業の成果	こねぎ、キク合計で15名の雇用が新たに創出された。また、これら新規雇用者に対する研修を行う中で1名が新規就農、11名が継続雇用となり、今後の経営安定、規模拡大につながった。事業主体の雇用・労務管理や人材育成に対する意識が向上した。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標	
			新規雇用失業者数(人)	2	15	9	25	

  

成果指標	指標名(単位)	達成度	21年度	22年度	23年度	24年度	最終達成(25年度)	評価	備考	
	新規就農者数(人/年)	目標値		125	200	200	200			概ね達成
		実績値		141	187					
		達成率		112.8%	93.5%					

[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	緊急雇用創出事業実施要領	こねぎ、キクは県の農林水産業振興計画の園芸戦略品目に位置づけられており、その規模拡大を推進するため、県が主体となって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	23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	23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)	・委託先と連携を密にして実施		161 千円/人	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	基金事業が終了するため
改善計画等	・募集の仕方を工夫し、目標達成に向けて引き続き事業を実施		

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 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	畜産振興課

[目的、現状・課題]

目的	対象	豊後牛	現状・課題	「The・おおいた豊後牛」は流通量、販売量とも少なく、認知度が不足している。
	意図	ブランド力の強化を図る		

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト					
				21年度	22年度	23年度	24(予算)	25(予算)	
緊急雇用「The・おおいた豊後牛」需要創出推進事業	豊後牛拡大推進員(3名)設置、県内外の旅館・飲食店等への巡回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	全部委託	県	総コスト		27,895	20,591	21,824	
				事業費		24,895	17,591	18,824	
豊後牛供給拡大推進事業 豊後牛魅力創出対策事業	取扱認定店拡大や需要創出のための宣伝活動 能力の高い雌牛の遺伝子調査 脂肪酸測定データの管理 委託先：大分県畜産公社	直接補助 間接補助 全部委託	大分県豊後牛流通促進対策協議会 生産者 県	うち一般財源		6,803	5,362	5,656	
				人件費		3,000	3,000	3,000	
				職員数(人)		0.30	0.30	0.30	

[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	
		22年度	23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164店舗となった。 豊後牛の新たなセールスポイントであるオレイン酸含有率の高い和牛肉を生産するための生産(繁殖)基盤の構築や、遺伝子の測定及び結果の収集を実施し、データの蓄積が図られた。	活動指標 オレイン酸に係る遺伝子調査頭数(頭)	533	622	3,000	24

  

成果指標	指標名(単位)	達成度	21年度	22年度	23年度	24年度	最終達成(25年度)	評価	備考
	取扱認定店店舗数(店舗)	目標値		95	110	125	194		
		実績値		81	136	164			
		達成率		85.3%	123.6%	131.2%			

[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	23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
			22年度	23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 千円/店舗	126 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>引き続き「豊後牛」の認知度向上によるブランド力強化を図るため、民間の和牛肉ブランド調査等を参考にしながら24年度目標達成に向けて取組を継続</li> <li>24年度は、取扱認定店の拡大に加え、認定店を活用した宣伝活動を実施</li> </ul>		

事業名	肉用牛肥育総合対策事業	事業期間	平成 19 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	畜産振興課

[目的、現状・課題]

目的	対象	肥育農家及び繁殖農家	現状・課題	飼料価格の高騰や枝肉価格の低迷により肥育農家の経営状況は厳しく、優秀な肥育素牛の確保が困難になっており、繁殖農家の安定的な所得確保にも影響を与えている。
	意図	豊後牛ブランドの確立を図る		

[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	21年度	22年度	23年度	24(予算)
優秀肥育素牛導入促進対策事業 一貫経営促進対策事業	優秀な肥育素牛を導入するための基金造成(160頭) 一貫経営を拡大・開始するために必要な経費を助成 (8戸16頭)	間接補助 間接補助	全農県本部 市町村又は農協	総コスト	16,722	12,672	13,003	12,759
				事業費	13,722	9,672	10,003	9,759
肉用牛経営安定化推進事業	研修会の開催(6回)、啓発資料の作成(4種類) 地区研修会の開催(6地区)	間接補助	おおいた肉用牛 振興協議会	うち一般財源	13,722	9,672	10,003	9,759
				人件費	3,000	3,000	3,000	3,000
				職員数(人)	0.30	0.30	0.30	0.30

[事業の成果等]

事業の成果	肥育農家が優秀な肥育素牛160頭を導入し、枝肉協会の成績向上とともに豊後牛のブランド確立に資することができた。また、8戸の繁殖農家に対し一貫経営への取組を誘導した。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標		
			22年度	23年度	目標値	目標年度			
			肥育牛導入頭数(頭)	167	176	150	25		
成果指標	指標名(単位)	達成度	21年度	22年度	23年度	24年度	最終達成 (25年度)	評価	備考
	共励会成績における上物率 (肉質4等級、5等級の割合)(%)	目標値	70	70	70	73	75	達成	
		実績値	66	84.8	71.4				
		達成率	94.4%	121.1%	102.0%				

[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	枝肉成績の向上による「The・おおいた豊後牛」のブランド確立に資するため、農業団体等と連携し県が主体的に実施していく必要がある。

[実施方法の効率性]

検証の視点	検証結果	23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)	・重点農家を対象とした技術指導を実施	21年度	23年度	総コスト/ 県内肉用種肥育牛飼養頭数 (H21:12,800、H23:14,600)
			1,306 円/頭	891 円/頭	

[総合評価]

方向性	見直し(25年度)事業内容の変更	方向性の判断理由	より効率的に肥育頭数拡大を図る必要があるため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>優秀肥育素牛導入促進対策事業については、豊後牛のより一層の肉質向上を目指し、平成25年度より基金の活用法について見直しを検討</li> <li>目標は概ね達成されているが、繁殖農家の経営がさらに厳しくなることが予想されることから、引き続き、所得確保のため繁殖農家の一貫経営への取組みを支援</li> <li>25年度は、県費継ぎ足しなして運用可能な基金スキームを検討</li> </ul>		

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	畜産振興課

[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いる。また、子牛の死産率は他県と比較して高く、子牛の疾病予防も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	21年度	22年度	23年度	24(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(57戸、98頭)	間接補助	市町村等	総コスト			14,510	34,164
肉用子牛衛生管理向上対策	子牛の疾病発生の低減のため初乳製剤利用に対する補助(91戸、2,397頭)	間接補助	農業協同組合等	事業費			11,510	31,164
				うち一般財源			11,510	31,164
				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	繁殖雌牛の若返り対策では、事業初年度は導入した若い雌牛が育成期であり、未だ繁殖雌牛として供用されていないことから、平均年齢は次年度に判明するが、肉用子牛の衛生管理向上対策では、市場出荷までの子牛の事故率が大幅に減少し、生産者の経営安定が図られた。						活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標	
										22年度	23年度	目標値	目標年度
								事業による繁殖雌牛導入頭数(頭)			98	1,000	25
								初乳製剤を利用した子牛頭数(頭)			2,397	4,400	24
成果指標	指標名(単位)		達成度	21年度	22年度	23年度	24年度	最終達成(25年度)	評価	備考 成果指標の実績値は、導入した若雌牛が母牛となる平成24年度以降に判明する。			
	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				0.5	1.1					
			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	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	23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)	・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	21年度	23年度	成果指標の実績値が、平成24年度以降に判明するため

[総合評価]

方向性	現状維持	方向性の判断理由	子牛の品質向上のためには、繁殖雌牛の若返りと子牛の衛生管理向上対策が有効であるため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>繁殖雌牛の若返り対策では、導入実績の成果が出るよう引き続き取組を継続</li> <li>生産者が確実に高能力な繁殖雌牛を導入できるよう、県からの情報提供を強化</li> <li>肉用子牛衛生管理向上対策では十分な成果が認められたことから取組を継続</li> </ul>		

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	畜産振興課

[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	21年度	22年度	23年度	24(予算)
生産性向上強化施設整備事業	暑熱(5か所)、カウコンフォート用(5か所)、育成牛舎(3か所)、発電機(4か所)の整備	間接補助	大分県酪農業協同組合	総コスト			318,825	475,581
保留促進対策事業	計画的に雌子牛を生産するための雌性判別精液本数(2,283本)	間接補助	大分県酪農業協同組合	事業費			315,825	472,581
初妊牛貸付事業	既貸付け(628頭)	貸付	大分県酪農業協同組合	うち一般財源			27,598	40,581
				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	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	
			22年度	23年度	目標値	目標年度		
			施設整備箇所数(か所)		17	17	27	
			雌性判別精液本数(本)		2,283	3,500	25	
			初妊牛貸付頭数(頭)		628	900	23	

  

成果指標	指標名(単位)	達成度	21年度	22年度	23年度	24年度	最終達成(27年度)	評価	備考	
	50頭規模以上農家戸数(戸)	目標値				80	85	100	達成	
		実績値				83				
		達成率				103.8%				

[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	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	23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	23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)	・補助対象を認定農業者かつ牛群検定に取り組む酪農家に重点化		3,841 千円/戸	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	50頭規模以上農家戸数が最終達成目標に達していないことから、取り組みを継続する必要があるため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・24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</li> <li>・25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</li> </ul>		

事業名	緊急雇用牛乳消費拡大対策事業 (※旧牛乳理解促進・消費拡大対策事業)	事業期間	平成 21 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 畜産振興課
				担当課・局・室名	

[目的、現状・課題]

目的	対象	県民・酪農家	現状・課題	総合栄養食品としての牛乳の消費が減少傾向にあり、生産調整せざるを得ないなど、酪農経営を圧迫している。
	意図	牛乳消費を促進し生乳生産量の拡大を図る		

[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				
				21年度	22年度	23年度	24(予算)	
緊急雇用牛乳消費拡大推進事業	牛乳相談指導員による食育活動(434か所) 牛乳販売促進員による啓発・販売活動(1,457か所) 搾乳体験(5回)、ふれあい牧場(5回) 県農業祭(1回)、その他広報活動 委託先：大分県牛乳普及推進協議会	全部委託	県	総コスト	29,852	61,790	52,593	36,290
				事業費	26,852	58,790	49,593	33,290
				うち一般財源	11,258	800		
				人件費	3,000	3,000	3,000	3,000
				職員数(人)	0.30	0.30	0.30	0.30

[事業の成果等]

事業の成果	食育活動や搾乳体験等のイベント活動を通じて、児童、保護者等の牛乳の理解醸成が図られ、また、量販店等における啓発・販売活動で消費拡大が推進された。	活動指標	指標名(単位)		事業の実績		最終目標		
			22年度	23年度	目標値	目標年度			
事業の成果		活動指標	新規雇用失業者数(人)	16	16	8	25		
			牛乳相談指導員による食育活動(回)	384	434	576	25		
			牛乳販売促進員による啓発・販促活動(回)	1,486	1,457	1,760	25		
成果指標	指標名(単位)	達成度	21年度	22年度	23年度	24年度	最終達成 (27年度)	評価	備考
	生乳生産量(千t/年)	目標値	93	89	88	88	88		
		実績値	91	86	82				
		達成率	97.8%	96.6%	93.2%				

[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	酪農は農家数193戸、産出額97億円と、県農業において大きなウエイトを占めており、その振興を図る施策は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	23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	23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)	・イベント会場、対象者等の検討による効率的な事業実施 ・その他酪農団体との連携による共同実施	328 千円/千t	641 千円/千t	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	牛乳の消費を促進するため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>生産者団体と協議会が連携して、牛乳理解促進及び消費拡大対策を推進</li> <li>24年度は消費拡大対策と酪農理解醸成対策を生産者と一体となって実施</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 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]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト	21年度	22年度	23年度	24(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(10社)	直接補助	森林組合等	総コスト	112,206	566,711	1,083,766	716,285
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	1,043,766	676,285
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(2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(19社)	直接補助	企業等	人件費	22,000	40,000	40,000	40,000
木質バイオマス加工流通施設等整備事業	間伐材をバイオマス燃料として利用する加工施設整備に係る経費の助成(3社)	直接補助	企業等	職員数(人)	2.20	4.00	4.00	4.00
木質バイオマス利用施設等整備事業	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)	直接補助	企業等					

[事業の成果等]

事業の成果	公共施設の木造化等により県産材利用が促進された。また、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)		22年度	23年度	目標値	目標年度	
				4	4	3	26		
成果指標	指標名(単位)	達成度	21年度	22年度	23年度	24年度	最終達成(26年度)	評価	備考
	認証工場による大分方式乾燥材等生産量(m <sup>3</sup> )	目標値	51,000	70,000	92,000	94,000	98,000	達成	
		実績値	67,453	83,970	96,714				
		達成率	132.3%	120.0%	105.1%				

[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	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	23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	23年度	総コスト / 成果指標の実績値
			1,663 円/m <sup>3</sup>	11,206 円/m <sup>3</sup>	

[総合評価]

方向性	見直し(24年度)事業内容の縮小	方向性の判断理由	国の「森林整備加速化・林業再生基金事業」メニューが一部終了したため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>本事業のうち公共施設等県産材利用促進事業は23年度で終了し、24年度以降は森林環境税を活用した木造建築物等建設促進総合対策事業により実施</li> </ul>		

事業名	林業再生地域材活用住宅建設促進事業	事業期間	平成 23 年度～平成 23 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	木造の住宅等の新築又は増改築を行う建築主	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				
				21年度	22年度	23年度	24(予算)	
地域材活用住宅建設促進事業	木造住宅等建築物の新築又は増改築を行う建築主へ地域材利用量に応じて25,000円～400,000円を補助 新築：319件、増改築：57件	直接補助	県	総コスト			110,309	
				事業費			100,309	
				うち一般財源				
				人件費			10,000	
				職員数(人)			1.00	

[事業の成果等]

事業の成果	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	
			22年度	23年度	目標値	目標年度		
事業の成果		活動指標	地域材利用量(新築) (m <sup>3</sup> )		6,895			
			地域材利用量(増改築) (m <sup>3</sup> )		449			

  

成果指標	指標名(単位)	達成度	21年度	22年度	23年度	24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 (m <sup>3</sup> )	目標値				92,000		92,000	達成	
		実績値				96,714		96,714		
		達成率				105.1%		105.1%		

[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	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	23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	23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)	・受付業務等の一部を大分県木材協同組合連合会に委託		1,141 円/m <sup>3</sup>	総コスト / 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	国の「森林整備加速化・林業再生基金事業」のうち、当該メニューが終了したため
改善計画等	・24年度以降は森林環境税を活用した木造建築物等建設促進総合対策事業により実施		



事業名	県産材販路開拓総合対策事業 (※旧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 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	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				
				21年度	22年度	23年度	24(予算)	
スギ丸太等海外輸出促進事業	スギ丸太低質材の海外輸出に対する支援 (輸出量6,214m³)	直接補助	大分県スギ丸太等輸出促進協議会 県内企業、日田市流通情報センター	総コスト	21,061	20,614	23,908	27,179
県産材海外輸出促進事業 県産材販売活動強化対策事業	製材品の海外輸出に対する支援 (輸出量6,585m³) 製材品の国内販売に対する支援	直接補助 直接補助		事業費	11,061	10,614	13,908	17,179
				うち一般財源	2,897	2,451	5,214	4,718
				人件費	1,000	10,000	10,000	10,000
				職員数(人)	1.00	1.00	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			
			22年度	23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	マーケター販売実績(百万円)	1,166	1,386	1,300	24			
成果指標	指標名(単位)	達成度	21年度	22年度	23年度	24年度	最終達成(26年度)	評価	備考	
			スギ丸太等の海外輸出量(m³)	7,300	13,000	14,000	14,000			14,000
			目標値	10,115	16,297	12,799				
			実績値	138.6%	125.4%	91.4%				
	達成率						概ね達成			

[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	23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	23年度	総コスト / 成果指標の実績値
			2,082 円/m³	1,868 円/m³	

[総合評価]

方向性	見直し(25年度)事業内容の縮小	方向性の判断理由	一部事業について民間への移行を進めるため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>県産材販売活動強化対策事業については、販売活動を民間に移行することにより、25年度は事業内容を縮小</li> <li>25年度は、スギ丸太等海外輸出促進事業について、効率的で実態に即した支援策を検討</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	「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	消費者は品質に優れた乾燥材を求めているが、大分方式による乾燥小割材を生産する製材所が少ない。
	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	21年度	22年度	23年度	24(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	9,094	8,922	6,521	
				事業費	7,094	6,922	4,521	
				うち一般財源	7,094	6,922	4,521	
				人件費	2,000	2,000	2,000	
				職員数(人)	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	
			22年度	23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	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(m <sup>3</sup> )	目標値		51,000	70,000	92,000			92,000
		実績値		67,453	83,970	96,714			96,714
		達成率		132.3%	120.0%	105.1%			105.1%

[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	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るので、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	23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)	・乾燥施設の導入を日田木材流通センターと共同で推進	21年度	23年度	総コスト / 成果指標の実績値
			135 円/m <sup>3</sup>	67 円/m <sup>3</sup>	

[総合評価]

方向性	終了(23年度末)	方向性の判断理由	リースの補助期間が満了するため
改善計画等	<ul style="list-style-type: none"> <li>乾燥機のリースについては終了するが、24年度以降は林業再生県産材利用促進事業において施設整備(購入)を推進</li> <li>大分方式乾燥材の販売促進については、県産材販路開拓総合対策事業で対応</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 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	乾・生しいたけ生産者（既存生産者、一定植菌量以上）	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]

(単位：千円)

活動名	活動内容	執行形態	事業主体	コスト				
				21年度	22年度	23年度	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 乾椎茸増産対策基盤強化事業 大分乾しいたけ食の伝道師養成事業	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 (39件) 椎茸乾燥機、林内作業車の整備 (196台) 大分乾しいたけ食の伝道師の養成 (4人)	間接補助 間接補助 直接補助 直接補助	市町村 市町村 大分県椎茸農業協同組合 大分乾しいたけトレーサビリティ協議会	総コスト	134,608	123,140	152,903	97,987
				事業費	94,608	83,140	112,903	57,987
				うち一般財源	63,108	58,140	52,903	57,987
				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	
		22年度	23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)	45,000	45,000	37,500	26
	生産施設の整備 (件)	47	39	50	26
	椎茸乾燥機、林内作業車の整備(台)	62	196	180	23

  

成果指標	指標名(単位:トン)	達成度	21年度	22年度	23年度	24年度	最終達成 (26年度)	評価	備考	
			目標値	11,520	11,670	11,783				11,935
	乾・生しいたけの生産量 (生しいたけ換算) (t)	実績値		11,023	11,322	12,241			達成	
		達成率		95.7%	97.0%	103.9%				

[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	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	23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	23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>	12 千円/t	12 千円/t	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	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>研究普及課と連携した品質や生産向上の技術支援</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年度は、異常気象による単収・品質低下対策として散水施設の整備に重点支援</li> <li>25年度は、生産量のさらなる増大に向けた取組の実施</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	「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				
				21年度	22年度	23年度	24(予算)	
都市圏等への販路拡大	都市圏市場等への販路開拓 (23回) 量販店、飲食店等でのフェア開催 (9件) 委託型アンテナショップ設置によるPR (5店舗)	直接補助 直接補助 全部委託	県漁協 県漁協 県	総コスト		13,473	10,614	11,245
				事業費		7,473	4,614	5,245
県内拠点での販売促進	委託先：ホテル等飲食店 農産物直販所での試験販売 (1か所)	直接補助	生産者団体	うち一般財源		7,473	4,614	3,685
				人件費		6,000	6,000	6,000
				職員数 (人)		0.60	0.60	0.60

[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	
		22年度	23年度	目標値	目標年度
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。	フェア開催等販路開拓活動 (回)	43	43	26	24
	アンテナショップ委託店舗数 (店舗)	4	5	5	23
	農産物直販所での試験販売箇所 (か所)	3	1	3	23

  

成果指標	指標名 (単位)	達成度	21年度	22年度	23年度	24年度	最終達成 (27年度)	評価	備考
	実績値		4,903	6,129					
	達成率		89.1%	103.9%					

[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	23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
			22年度	23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)	・農産物等とのフェア合同開催による効果的实施 ・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	75 千円/回	100 千円/回	フェア等販路開拓活動の補助額 (H22: 3,811千円、H23: 3,711千円) / フェア等販路開拓活動の実績値 (H22: 51回、H23: 37回)

[総合評価]

方向性	見直し (24年度) 効率化の推進	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>・県が培った「アンテナショップ」の設置ノウハウを県漁協に移行</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	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	「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	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				
				21年度	22年度	23年度	24(予算)	
ブリフィレ等商品力強化 かぼすブリ・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	加工品開発(5件) 求評会、試食会等の販売促進PR活動(13回) 冷凍ヒラメフィレの鮮度試験(1件) 新商品の開発(5件) 給食用商品の開発(5件) 魚食普及活動(46回)	直接補助 直接補助 直接補助 直接補助 直接補助	県漁協 県漁協 県漁協 生産者団体 (財)学校給食会 県漁協	総コスト		13,394	14,952	13,254
				事業費		8,394	9,952	8,254
				うち一般財源		8,394	9,952	8,254
				人件費		5,000	5,000	5,000
				職員数(人)		0.50	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	
			22年度	23年度	目標値	目標年度		
			新ブランド商標登録(件)	2		2	22	
			鮮度保持技術開発(件)	1	1	1	24	
			魚食普及活動(回)	57	46	50	24	

  

成果指標	指標名(単位)	達成度	21年度	22年度	23年度	24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	290.0	350.0			350.0
		実績値			130	267.0				
		達成率			114.0%	92.1%				

[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	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	23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
			22年度	23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	103 千円/t	56 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(24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、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、魚価の向上を推進</li> <li>・25年度は、独自ブランドの開発推進について検討</li> </ul>		

事業名	県産木材有効利活用促進事業	事業期間	平成 18 年度～平成 23 年度	上位の施策名 担当課・局・室名	「The・おおいた」ブランド確立に向けた商品づくり 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	21年度	22年度	23年度	24(予算)
県産木材有効利活用促進事業	J R 亀川駅前の県道において、県産木資材を利用した木製横断防止柵を設置 (325m)	直接実施	県	総コスト	4,000	5,000	4,000	
				事業費	3,000	4,000	3,000	
				うち一般財源				
				人件費	1,000	1,000	1,000	
				職員数 (人)	0.10	0.10	0.10	

[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	
		22年度	23年度	目標値	目標年度		
多くの人が利用する J R 亀川駅前の県道において、県産木資材を利用した木製横断防止柵を設置することで、道路利用者の安全な道路空間が確保されたことのみならず、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> )	23	6				

  

成果指標	指標名 (単位)	達成度	21年度	22年度	23年度	24年度	最終達成 (23年度)	評価	備考	
	県産木資材の使用量 (m <sup>3</sup> )	目標値								目標値が設定できないのは、土木工事において県産木材を可能な限り活用することが事業目的であり、より効果的な設置箇所や施設を毎年選定しているため 最終達成は、本事業における累計実績を計上
		実績値		4	23	6	62			
		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	23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	図れていない (見直し可能)	・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	21年度	23年度	総コスト / 成果指標の実績値
			1,000 千円/m <sup>3</sup>	667 千円/m <sup>3</sup>	

[総合評価]

方向性	廃止 (23年度末)	方向性の判断理由	これまでに一定の成果を挙げたため
改善計画等	・財源となる森林環境税の減収見込みから事業を見直した結果、当該事業はこれまで一定の成果を挙げており、さらなる減額予算では効果的な事業実施が不可能となるため廃止		