

施策評価調書(24年度実績)

施策コード Ⅱ-1-(2)

政策体系	施策名	「The・おおいた」ブランド確立に向けた商品づくり	所管部局名	農林水産部	長期総合計画頁	79
	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	関係部局名	農林水産部		

【Ⅰ. 主な取り組み】

取組No.	①	②	③	④
取組項目	農畜産物の生産拡大とブランド化の推進	林産物の需要拡大とブランド化の推進	県産魚の安定供給とブランド化の推進	新しい流通の展開
取組No.	⑤			
取組項目	地産地消の推進			

【Ⅱ. 目標指標】

指 標	関連する取組No.	基準値		24年度			25年度	27年度	目標達成度(%)											
		年度	基準値	目標値a	実績b	b/a	目標値	目標値	25	50	75	100	125							
i 園芸12品目(戦略品目)の産出額(百万円/年)	①	H21	22,313	24,137 (H23)	23,739 (H23)	98.4%	25,574	27,000												
ii 大分方式乾燥材認証工場による乾燥材生産量(m ³ /年)	②	H21	67,453	94,000	106,266	113.0%	96,000	100,000												
iii 「The・おおいた」ブランドチャレンジ魚種 県漁協販売額(百万円/年)	③④⑤	H21	5,401	5,900	6,059	102.7%	6,300	6,300												
iv 農林水産物直売所の売上額(百万円/年)	⑤	H15	6,597	12,100 (H23)	11,990 (H23)	99.1%	12,300	12,500												

【Ⅲ. 指標による評価】

評価	理由等	平均評価
i 概ね達成	梅雨前線豪雨による災害等により一部品目の出荷量の減少、単価の低下が生じたものの、葉たばこ廃作地への園芸品目の推進と、企業参入や大規模リース団地等を積極的に進めた結果、23年度に比べ栽培面積は着実に増加している。なお、24年実績が12月公表のため、目標値と実績は23年の数値を記載している。	達成
ii 達成	新たに大分方式乾燥材認証工場が3社認定されたこと、及び認定工場に乾燥機が増設されたことにより、乾燥材生産量は着実に増加している。	
iii 達成	県内外において市場・流通関係者へ販売促進に努めた結果、平成24年は養殖ブリの出荷量の伸びや県漁協加工場のブリフィレ加工品の販路拡大により、目標額を約2.7%上回った。	
iv 概ね達成	景気後退による消費者の購買意欲の低下や高速道路の無料化社会実験の終了などマイナス要因により、売上が減少し目標は達成できなかったが、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売所の人気は依然としてあることから、今後売上げ増加が期待できる。なお、24年実績が11月確定のため、目標値と実績は23年の数値を記載している。	

【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	・葉たばこ廃作面積の転換品目のうち43%が園芸品目であり、また、参入企業28件のうち園芸部門は15件で、平成21年に整備されたカボス園(ハマノ果香園:22ha)の収穫が開始されるなど、生産の拡大が図られている。さらに、大規模リース団地ではキク(77a)、こねぎ(42a)の栽培施設を整備したことで企業経営体が増加している。
②	・24年度は、円高により安価な輸入製材品が流入したことで、生産・販売への影響が危惧されたが、高品質な乾燥材が評価されたこともあり、製材品の県外出荷量は21年度の292千m ³ を底に、H24年度見込みは341千m ³ と着実に増加している。
③	・養殖ブリの価格が低迷する中、消費者の利用しやすい形態であるフィレに加工し、関東以北への販路開拓を行った。また、フィレマシーンを増設し、年末の繁忙期の需要に対応したことから、当初計画の14万尾に対して153%の21万4千尾を加工した。
④	・平成24年度の日田梨の輸出については、バイヤー招聘や積極的な販促活動により、前年度(57t)を大きく上回る124tの輸出実績となった。特に台湾向けは、中秋節、春節の贈答用を中心に前年の3倍の100tが取引された。 ・チャレンジ7魚種については、大阪で求評商談会を開催し、県産魚のPRを行った結果、阪急百貨店等15店舗との取引が開始された。
⑤	・アドバイザー派遣や研修会、講演会等を実施したことにより経営改善や接客・陳列・PR方法を改善したことで運営力向上が図られた。

【V. 施策を構成する主要事業】

取組 No.	事業名(24年度事業)	事業コスト(千円)	25年度の実施状況	主要な施策の成果掲載頁
①	次世代を担う園芸産地整備事業	787,973	継続	168
	酪農経営構造改革推進事業	321,740	継続	171
	肉用牛繁殖経営支援事業	20,604	継続	170
	葉たばこ作付転換円滑化対策事業	34,212	終了	169
②	林業再生県産材利用促進事業	225,965	継続	172
	椎茸生産基盤整備総合対策事業	97,554	継続	175
	木造建築物等建設促進総合対策事業	34,965	継続	173
③	おおいたの魚商品力強化・利用拡大推進事業	13,254	終了	176
④	「The・おおいた」ブランド流通開拓・情報発信事業	90,862	継続	165
	県産材販路開拓総合対策事業	22,708	継続	174
	おおいたの魚販売総合対策事業	11,245	終了	177
	農林水産物輸出促進対策事業	16,100	継続	166
⑤	豊かな県民の食推進事業	16,011	終了	161
	緊急雇用「とよの食彩愛用店」活性化事業	4,080	継続	167

【VI. 施策に対する意見・提言】

○「安心・活力・発展プラン2005」推進委員会(H24. 7. 11) ・ブランド化には、生産者の資質向上が必要であり、生産者部会の活動がやる気を起こすことから、県と農協、生産部会の連携が重要であり、生産部会の活動の強化にも力を入れてもらいたい。	○県政モニター(H24. 9. 3) ・道の駅等での農畜産物の産直販売は安全面、価格面とも魅力的で消費者を引きつけている。今後とも地産地消の取組を進めて欲しい。
--	---

【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
A	・全国和牛共進会で全国3位に輝いた豊後牛の更なるブランド化に向け、銘柄の統一や老朽化した畜産公社の施設について本格的な検討を行っていく。 ・増加する乾燥材需要に応えるため、日田・佐伯地域の大型製材工場を対象として、さらなる施設の大規模化と作業の効率化を図っていく。 ・県産魚の消費・利用拡大を推進するため、消費者ニーズをとらえた加工品開発や学校給食に加え、福祉・医療施設等での消費拡大を図っていく。