

## 施策評価調書(2年度実績)

				施策コード	Ⅱ-1-(2)			
政策体系	施策名	マーケットインの <sup>もの</sup> 商品づくりの加速	所管部局名	農林水産部			長期総合計画頁	79
	政策名	挑戦と努力が報われる農林水産業の実現	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	マーケットニーズに対応した 流通・販売力の強化	新たなマーケットの創造	産地間競争に勝ち抜く 生産力の強化	新たな需要を獲得する 戦略的な海外展開

### 【Ⅱ. 目標指標】

	指 標	関連する 取組No.	基準値		2年度			6年度	目標達成度(%)											
			年度	基準値	目標値	実績値	達成度	目標値	25	50	75	100	125							
i	農林水産業による創出額のうち 戦略品目の産出額(億円)		H25	821	963 (R1)	909 (R1)	94.4%	1,169 (R5)												
	農 業	①②③	H25	442	527 (R1)	456 (R1)	86.5%	660 (R5)												
	林 業	①②③	H25	169	204 (R1)	199 (R1)	97.5%	230 (R5)												
	水産業	①②③	H25	210	232 (R1)	254 (R1)	109.5%	279 (R5)												
ii	農林水産物輸出額(億円)	④	H26	15	37.6	28.9	76.9%	57												

### 【Ⅲ. 指標による評価】

評価	理 由 等		平均評価
i 概ね 達成	<p>農業のうち園芸品目では、ねぎ類やトマト等で生産が拡大したものの、暖冬による生産量の増加で価格が低下したことなどから達成度が82.1%にとどまった。また、畜産も肥育牛の増頭(+1,400頭)が進んだものの、消費税増税による消費者の節約志向等により、枝肉価格が低下したことから、達成度は93.3%となり、農業戦略品目全体の産出額は昨年度と同額の456億円と厳しい状況となっている。</p> <p>林業は、堅調な国産材需要を背景に木材生産が8億円(+5.5%)増加したものの、乾しいたけが暖冬・少雨による不作や価格低下で8億円(△20.5%)減少し、林業全体で産出額は昨年度と同額の199億円となり、目標達成には至らなかった。</p> <p>水産業は、養殖のクロマグロやブリ類の生産量の増加などにより29億円(+12.9%)増加し、目標値を達成した。</p> <p>(農林水産業産出額の国の公表が約1年後となることから、R2年度の目標値・実績値にはR1年の数値を記載している。)</p>		達成 不十分
ii 著しく 不十分	<p>輸出額は、米国向け牛肉や中国向け丸太の取引量の増加等により、過去最高の28.9億円(対前年比3.3億円(+12.9%)増)を記録したものの、コロナ禍による外食需要の減少により、米国や欧州向けの養殖ブリ、養殖クロマグロ等の輸出が低調であったため、目標値を下回った。</p>		

#### 【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"> <li>・県外でのトップセールスに代わり、SNSやHPでの情報発信や、フェア等でのPR動画の放映に注力した。</li> <li>・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(5%)を上回る13%となった。年内単収も目標を上回ったことから、さがほのかに対するベリーの販売単価比率は1.1倍となった。</li> <li>・新ブランド「うまみだけ」のテレビCM等による県内認知度向上対策やレシビ開発、マーケター等による販路開拓を実施した。</li> </ul>
②	<ul style="list-style-type: none"> <li>・付加価値額の向上に向けた6次産業化を推進するため、コロナ禍に対応したオンラインでの商談会を実施したほか、企業等との異業種交流会を開催し、販路の拡大や新たな商品開発を進めた。</li> <li>・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工夫により、8人が修了した。</li> </ul>
③	<ul style="list-style-type: none"> <li>・県域での有機農業の生産流通体制の整備を支援し、「おおいた有機野菜生産出荷体制構築会議」を設立したことで、産地化に取り組む経営体数が昨年度から6戸増加し、17戸となった。</li> <li>・ピーマン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57ha増加した。</li> <li>・ブリ類養殖の人工種苗生産技術が向上したことで、生産尾数は目標を上回る69,000尾となった。(対前年比2,000尾(+3.0%)増)</li> </ul>
④	<ul style="list-style-type: none"> <li>・県産農林水産物の輸出拡大に向け、オンライン商談や現地輸入商社等と連携したフェア等を行った結果、輸出延べ品目数は目標を上回る53品目となった。</li> </ul>

#### 【V. 施策を構成する主要事業】

取組 No.	事業名(2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」ブランド確立対策事業	100.0	170
	しいたけ消費拡大推進事業	111.3	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	53.3	174
③	「おおいたの有機」産地づくり加速化事業	101.1	174
	活力あふれる園芸産地整備事業	90.5	175
	ブリ類養殖業成長産業化推進事業	95.2	180
④	農林水産物輸出需要開拓事業	76.9	180

#### 【VI. 施策に対する意見・提言】

○第2回食育推進会議(R2.11)

・消費者への有機栽培の理解を促進するため、慣行栽培・特別栽培・有機栽培の違いが分かる表を作成し、公表して欲しい。(有機栽培者の意見を踏まえて表を作成し、R3.3に大分県HPにて公表。)

#### 【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"> <li>・農業総合戦略会議を設置し、品目毎の課題や支援のあり方を検討し、早急な対応を進める。</li> <li>・ねぎ産出額100億円プロジェクトの推進や、園芸団地づくり計画策定地区への重点支援により、園芸戦略品目等の栽培面積の拡大と産出額の向上を図る。</li> <li>・県オリジナルいちご「ベリー」や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生産・流通拡大を進める。</li> <li>・農林水産物の付加価値額の向上及びもうかる有機農業を実現するため、食品企業等へ県産農産物の利用を拡大し、県域での有機野菜生産出荷体制の支援や国内外の消費者への情報発信を強化する。併せてコロナ禍での影響を踏まえ、安定出荷のための販路の多チャンネル化を検討する。</li> <li>・大分青果センターの機能拡充、出荷に関するコントロール機能の集約、RORO船の活用によるモーダルシフト等、効率的な広域流通体制のあり方を検討する。</li> <li>・コロナ禍からの商流回復に向けた米国向け販促強化に加え、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。</li> </ul>