

戦略的農産物販路・販売拡大事業費

事業評価個票（事業実施：平成30年度）					部局名	農林水産部		
短期アクションプラン	テーマ	テーマ4 地域の豊かさを支え、高いブランド力で国内外に展開する農林水産業						
	施策	施策4 県産農産物の魅力の向上と販売促進						
	目的	県産農林水産物の可能性を最大限に引き出すことで付加価値を高め、国内外への販路を拡大することにより、本県農林水産業の成長をけん引する。						
	目標指標(R2)	農林水産業を起点とする産出額		R2年まで3,500億円				
	策定時の実績	2,874億円(H26年)	現状	3,027億円(H27年)	主要事業	県産農林水産物のブランド化の推進と国内外への販路開拓・拡大		
事業名	戦略的農産物販路・販売拡大事業費			担当課・担当	6次産業推進課 農産物流通販売推進室 流通販売推進担当 輸出推進担当			
事業開始年度	平成29年度			事業終了(予定)年度	令和2年度			
事業の目的 (目指す姿を3行程度で簡潔に)	県産農産物の販路・販売拡大による農業所得者の向上を図るため、国内主要都市や海外における販路開拓・確保・拡大を展開する。							
事業概要 (5行程度で簡潔に)	<ul style="list-style-type: none"> ・地方主要5都市(札幌市、名古屋市、金沢市、広島市、福岡市)の実需者と本県産地とのマッチング機会の創出(試行販売、産地見学会、商談会等の実施に向けた検討及び実施) ・地方主要5都市の販路開拓コーディネーターによる情報収集・情報発信 ・輸出先の嗜好性や食文化等のマーケット調査・分析による輸出拡大に向けたアクションプランの策定 ・輸出拡大に向けたアクションプランに基づく具体的な事業の展開と評価・検証によるプランの見直し、輸出向け生産体制への反映 ・東京オリンピック・パラリンピックに向けた飲食提供事業者や市場関係者等への食材提案 							
実施方法	<input checked="" type="checkbox"/> 直接実施 <input checked="" type="checkbox"/> 委託・請負 <input type="checkbox"/> 補助 <input type="checkbox"/> 負担 <input type="checkbox"/> 交付 <input type="checkbox"/> 貸付 <input type="checkbox"/> その他							
	上記実施方法とする理由：①直接実施：県内外の関係機関から情報収集し、国別輸出アクションプランを策定するため ②委託・請負：販路開拓に向けた専門家からのアドバイス及び、上記アクションプランの策定に向け専門知識を有する機関等から情報を入手するため							
予算額・決算額 (単位:千円)	費目(予算見積書のグループ名)	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度		
	国内都市別販路開拓の展開	6,386	2,580					
	国別輸出アクションプランの策定と展開	5,933	7,463					
	新たな輸送体制の活用による国内外への販路拡大	424	0					
	東京オリ・パラに向けた食材提案	—	128					
計	12,743	10,171	0	0	0			
財源内訳 (単位:千円)	国庫支出金	2,875	3,679					
	繰入金							
	その他特定財源							
	一般財源	9,868	6,492					
	計	12,743	10,171	0	0	0		
活動指標及び活動実績 (アウトプット)	活動指標		単位	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
	①H29年度：国内主要5都市別販路戦略の策定件数 H30年度以降：試行販売等の実施都市件数	活動実績	都市	5	2			
		当初見込み	都市	5	2	2	1	
	②国別輸出アクションプラン(輸出マニュアル)の策定(累計)	活動実績	国・地域	3	6			
		当初見込み	国・地域	3	5	7	8	
成果指標及び成果実績 (アウトカム)	成果指標 (所管部局の分析)		単位	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
	①国内主要5都市の中央卸売市場における県産青果物の取扱金額(当該年度の県全体額)	成果実績	百万円	2,932	(調査中)			
		目標値	百万円	2,717	2,769	2,822	2,874	
		達成度	%	108	—			
	②県産農産物輸出数量(当該年度の県全体量)	成果実績	トン	1,128	(調査中)			
		目標値	トン	1,000	1,100	1,200	1,300	
		達成度	%	113	—			
関連事業	県産農産物・食品輸出拡大強化事業費 県産米等輸出力強化推進事業費 農産物等流通戦略推進事業費							

事業目標の考え方(事業目標設定時)

①国内での県産農産物(米、青果)の仕向け先の約75%が関東・東北で占められており、関西以西の総人口が約50%を占めているにもかかわらず約20%にとどまっている状況。このような中、大規模園芸団地化などによる競争力の高い園芸産地づくりを推進する「園芸大国やまがた」の実現による農業所得向上の取り組みが進められている。これらの状況を踏まえ首都圏・関西圏以外の国内主要5都市へも販路開拓・確保・拡大を展開していくことが重要である。

本事業目標は、国内主要5都市の中央卸売市場における県産青果物取扱金額(H27年:2,613百万円)に、1.1倍を乗算し設定した。

②少子高齢化等により国内の食市場は縮小傾向であることから、本県農業を維持するために県産農産物の新たな市場(販路)を海外に開拓することが重要である。

本事業目標は、H27県産農産物輸出実績に、政府輸出戦略で定める目標値1兆円に対するH27輸出額からの伸び率1.3倍を乗算し設定した。

(第三次農林水産業元気再生戦略のプロジェクト目標と同じ)

事業所管部局による評価・検証

	項目	評価	評価に関する説明
事業目標の妥当性・達成度	事業の目的は県民や社会のニーズを的確に反映しているか。	A	・農業所得の向上が事業の目的であり、農業者や輸出事業者等のニーズを反映している。
	明確な政策目的(成果目標)の達成手段として位置付けられ、優先度の高い事業となっているか。	A	・国内地方主要5都市別販売戦略は対象都市の販路開拓・確保・拡大、国別アクションプランは輸出拡大を推進していくためのツールとして活用でき、優先度は高い。
	目標水準は妥当か。	A	・目標水準は、事業目標の考え方に沿って県の実績、政府の輸出目標の伸び率を反映して設定しているため妥当である。
	期待する成果が得られたか。	A	・成果実績は現在調査中であるが、県産農産物の輸出量は指標を上回る見込みであり、期待する事業成果は得られたと考える。
	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。	A	・本事業で作成した国内地方主要5都市別販売戦略は関係者に活用を働きかけており、国別アクションプランについては新規輸出者の掘り起しなどに活用している。
事業内容の妥当性	活動実績は見込みに見合ったものであるか。	A	・活動は計画に沿って実施している。
	支出先の選定は妥当か。	A	・支出先となる調査・分析の委託業者は、専門的知識を有する法人を選定しており妥当である。
	受益者との負担関係は妥当であるか。	A	・県が指針として販売戦略やアクションプランを策定し、これに基づき、受益者たる事業者はそれぞれリスクを負って事業を実施するため、プラン策定等への負担は求めない。
	費目・使途が事業目的に即し真に必要なものに限定されているか。	A	・費目・使途は必要なものに限定し実施している。
	事業実施に当たって他の手段・方法等が考えられる場合、それと比較してより効果的あるいは低コストで実施できているか。	A	・事業実施に当たっては効果的な手段・方法等を検討し、低コストに努めた。
類似の事業がある場合、他部局等と適切な役割分担を行っているか。	A	・農林水産物に特化した国内流通・輸出に関する類似の事業はない。	
の役割分担性	市町村、民間等に委ねることができない事業なのか。	A	・県全体で市町村や民間等と連携する事業のため、県が実施する必要がある。
今改善の点課題	<p>・国内においては、国内地方主要5都市別販売戦略に基づく対象都市への販路開拓・確保・拡大を進めるため、取引につながる機会創出に取り組んでいく。</p> <p>・輸出においては、県産農産物等の輸出量の拡大が見込まれる国・地域を対象とした輸出アクションプランを策定していく。また、輸出アクションプランを活用し、新規輸出者の掘り起しや輸出振興に取り組んでいく。</p>		

・事業所管部局による評価にあたっては、以下の4つの選択肢から、1つを選ぶこと。

A: 目標を上回って達成する見込み。期待通りの成果(100%以上)。妥当。

B: 目標を概ね達成する見込み。概ね期待通りの成果(80~99%)。概ね妥当。

C: 改善の余地あり。期待した成果を下回っている(79%以下)。

ー: 該当しない