

事業コード	02010207	政策コード	02	政策名	国内外に打って出る攻めの農林水産戦略						
事業名	秋田の園芸品目販売拡大事業	施策コード	01	施策名	"オール秋田"で取り組むブランド農業の拡大						
部局名	農林水産部	課室名	園芸振興課	指標コード	02	施策目標(指標)名	実需者ニーズに機動的に対応する青果物流通体制の構築			担当者名	伊藤恒徳
				班名	野菜・畑作・特用林産班	(tel)	1803	担当課長名	齋藤了		
評価対象事業(計画)の内容										事業年度	平成27年度 ~ 平成29年度
<p>1. 事業立案の背景(施策目標の達成のために今なぜこの事業が必要なのか)</p> <p>国の農政改革等により、今後、産地間競争の激化が想定される中で、これまで以上にマーケットインの視点で、消費者や実需者ニーズに対応した販売戦略に積極的に取り組むことが急務となっている。激しい産地間競争を勝ち抜くためには、秋田を代表する野菜や果樹、花きのブランド化を進めることが重要であり、そのためには、業態に対応したマーケティング活動や、首都圏等の大消費地における販売促進活動を強化する必要があることから、これまで品目毎に取り組んできた販売促進活動を一本化し、販売促進活動の強化と効率化を図り、消費者や実需者に選ばれる産地づくりや県産園芸品目の販売額増大を目的として実施する。</p>				<p>3. 事業目的(どういう状態にしたいのか)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ J A 系統を連携し、県産園芸品目の首都圏等の大消費地における販促活動の強化により、県産品の魅力を P R し、認知度を向上させる。 ・ 業態に対応したマーケティング活動を実施し、販売力の強化と販売単価・販売額が増加する。 ・ 買取方式を活用した物流コストの低減や高付加価値販売などにより、農家所得を向上する。 <p>(重点施策推進方針との関係) 重点事業として要望 その他事業として要望</p>							
<p>2. 住民ニーズの状況</p> <p>ニーズを把握した対象 受益者 一般県民 (時期: H26 年 05 月)</p> <p>ニーズの把握の方法 アンケート調査 各種委員会及び審議会 ヒアリング インターネット その他の手法 (具体的に)</p> <p>ニーズの具体的内容</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 県オリジナル品種や高品質な県産園芸品目の販売促進活動の強化が必要である。 ・ 県産園芸品目の価値を消費者や実需者に伝えるため、卸売市場への販売だけでなく実需者と直接交渉できる取引が必要である。 ・ えだまめの成果であるオール秋田での販売をえだまめ以外に拡大すべきである。など 				<p>4. 目的達成のための方法</p> <p>事業の実施主体 県、あきた園芸戦略対策協議会、全農秋田、卸売市場、農業法人等</p> <p>事業の対象者・団体 卸売市場、量販店、実需者等</p> <p>達成のための手段</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ あきた園芸戦略対策協議会を核とした販売促進活動の強化と卸売市場より先にいるバイヤーを組織化し、産地情報の提供や商品提案による特定バイヤーとの契約取引を拡大する。 ・ 秋田を代表する野菜・果樹・花き品目のブランド確立を図るため、業態に対応したマーケティング活動を実施する。 ・ 買取方式を活用し、物流コストの低減や高付加価値販売の新たなビジネスモデルを実証する。 				<p>比較した代替手段及び選択した手段の有効性</p> <p>品目毎に販売促進活動の実施を検討したが、県産園芸品目の販売促進活動を一本化することにより、販売促進活動の強化と効率化を図られる。</p>			
把握していない場合の理由及び今後の方針											
理由											
今後の方針											
5. 事業の全体計画及び財源										単位(千円)	
順位	事業内訳	左の説明	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度	全体(最終)計画		
01	園芸品目販売体制強化事業	J A 系統と連携して販売促進活動を強化するとともに、秋田県産のファンとなるバイヤーを増やし、県産園芸品目の認知度向上と販売額の増大を図る。	4,000	4,000	4,000					12,000	
02	秋田の園芸品目売り込み強化事業	秋田を代表する野菜・果樹・花き品目のブランドを確立するため、業態に対応したマーケティング活動を強化する。	16,442	16,442	16,442					49,326	
03	新たな流通販売システム実証事業	流通の合理化と農産物の差別化により、物流コストの低減や高付加価値販売など、農家の所得向上につながる物流モデルを実証する。	800	800	800					2,400	
財源内訳		左の説明	21,242	21,242	21,242					63,726	
国庫補助金											
県債											
その他		農林漁業振興臨時対策基金	21,242	21,242	21,242					63,726	
一般財源			0	0	0					0	

6. 事業の効果を把握するための手法及び効果の見込み

事業の期待される成果		主な園芸作物の販売額						
指標名	主な園芸作物の販売額							指標の種類
指標式	野菜戦略6品目、果樹戦略5品目、花き戦略5品目、栽培しいたけの販売額計 (単位:百万円)							成果指標 業績指標
年度別の目標値(見込まれる成果による指標)								
指標	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	最終年度
目標a		13,200	13,300	13,400	13,500			13500
実績b	13,147	データ等の出典						
東北	全農生産販売計画							
全国								
把握する時期 当該年度中 月 翌年度 06月 翌々年度 月								

指標名									指標の種類
指標式								成果指標 業績指標	
年度別の目標値(見込まれる成果による指標)									
指標	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	最終年度	
目標a									
実績b		データ等の出典							
東北									
全国									
把握する時期 当該年度中 月 翌年度 月 翌々年度 月									

指標を設定することができない場合の効果の把握方法
 指標を設定することが出来ない理由

見込まれる効果及び具体的な把握方法(データの出典含む)

事業の必要性	
現状の課題及び施策目的に照らした事業の必要性 国の農政改革等により、今後、産地間競争の激化が想定される中で、これまで以上にマーケットインの販売促進活動の強化と効率化を図り、消費者や実需者に選ばれる産地づくりや県産園芸品目の販売額増大の取組は必要である。	
住民ニーズに照らした事業の必要性 農家所得の向上のために、生産の強化と併せて販売の強化は、園芸品目の振興に必要不可欠である。	
事業の県関与の必要性 法令・条例上の義務 内部管理事務 県でなければ実施できないもの 民間・市町村で実施可能であるが、県が関与する必要性が認められるもの	
オール秋田での生産販売体制の構築や県オリジナル品種の新たな販売対策の策定など、県がこれまで積極的に関与し、牽引してきている。園芸品目の生産振興・販売対策には県の関与が不可欠となっている。	

政策評価委員会意見		重点事業の適合及び指標・目標値の適合性判定
		重点事業 その他