

(様式3) 目的設定表(平成30年度) 予算区分:通常

要求区分:平成30年度当初予算

確定日(平成30年03月20日)

事業コード	03020502	政策コード	03	政策名	新時代を勝ち抜く攻めの農林水産戦略							
事業名	秋田牛ブランド確立推進事業	施策コード	02	施策名	複合型生産構造への転換の加速化							
		指標コード	05	施策目標(指標)名	秋田牛や比内地鶏など秋田ブランドによる畜産振興							
部局名	農林水産部	課室名	畜産振興課	班名	調整・畜政・経済班							
				(tel)	1806							
				担当課長名	畠山英男							
				担当者名	伊藤東子							
評価対象事業(計画)の内容												
事業年度 平成30年度 ~ 平成33年度												
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) ・平成26年10月に、県産牛のブランド確立を推進するため、秋田牛ブランド推進協議会を設立し、「米」をキーワードとした新たなブランド「秋田牛」が誕生した。 ・秋田牛の有利販売と全国メジャー化を図るため、オール秋田での販売促進やPR活動に取り組んだ結果、ブランド確立に向けた体制整備が徐々に進展、県内外の食肉事業者とのパイプが強化され、販売店舗の増加につながるなど、ブランドの認知度が向上しつつある。 ・しかしながら、全国での認知度はいまだ低く、県内においてもブランドの求心力を高める必要があることから、引き続き「認知度向上」に向けた施策を継続する必要がある。				3. 事業目的(どういう状態にしたいのか) 本県の特長を活かしたオール秋田のブランド「秋田牛」の認知度を向上させるとともに、品質向上によるブランド力の強化に取り組むことにより、秋田牛の有利販売と全国メジャー化が図られる。 (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								
2. 住民ニーズの状況 ニーズを把握した対象 受益者 一般県民 (時期: H29年07月) 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 秋田牛ブランド推進協議会総会) ニーズの具体的な内容 全県域のブランドである秋田牛ブランドの確立には、県の強力なリーダーシップが不可欠である。				4. 目的達成のための方法 事業の実施主体 県、秋田牛ブランド推進協議会、肉用牛肥育農家 事業の対象者・団体 秋田牛ブランド推進協議会、肉用牛肥育農家 達成のための手段 県内外における認知度向上に向けたPR(首都圏量販店等のキャンペーン、著名飲食店におけるメニュー化、県民向けフェア等)を実施する。 品質向上および意欲向上を目的とした、枝肉共励会や研修会等を実施する。 比較した代替手段及び選択した手段の有効性 秋田牛の認知度向上のための手段として、メディア等を活用した広告宣伝や大型看板の設置等が考えられるが、デビューもないブランドであり、取扱店等事業者と連携のもと継続的にPR活動(フェア、キャンペーン、メニュー化推進)を実施したほうが少ない費用で効果が高く、有効と判断した。								
把握して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				30年度	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度	全体(最終)計画
01	秋田牛ブランド確立推進事業	秋田牛の有利販売と全国メジャー化を図るため、県内外において「秋田牛」ブランドの浸透を図るとともに、品質向上によるブランド化の強化に取り組む。				20,858	20,000	20,000	20,000			80,858
財源内訳		左の説明				20,858	20,000	20,000	20,000			80,858
国庫補助金												
県債												
その他		農林漁業振興臨時対策基金				20,858	20,000	20,000	20,000			80,858
一般財源						0	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		肉用牛肥育経営の大規模化						
指標名	肉用牛肥育経営 1戸当たりの飼養頭数						指標の種類	
指標式	肉用肥育牛飼養頭数 / 肉用牛肥育経営戸数						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	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度	最終年度
目標a		48	48	48	49	50		50
実績b	46	47	データ等の出典					
東北	49	54畜産統計（農林水産省、各年2月1日現在）						
全国	86	92						
把握する時期		当該年度中 月		翌年度 08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	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度	34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
 秋田牛ブランドの浸透を図るためのPRや品質向上によるブランド力強化への取り組みは、秋田牛の全国展開や有利販売を果たすために必要な事業である。

住民ニーズに照らした事業の必要性
 県域を対象とした肉用牛ブランドの推進に際し、関係団体や肉用牛農家から、県のリーダーシップを求める声大きい。

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

県域を対象とした肉用牛ブランドの推進であり、「秋田牛」創設を主導した県が主体となって取り組む必要がある。

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