

事業コード	0020201	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	枝豆といえば秋田！ブランド産地確立事業	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	02	施策目標(指標)名	「しいたけ」や「えだまめ」など日本一を目指す園芸産地づくり						
部局名	農林水産部	課室名	園芸振興課	班名	野菜・畑作・特用林産班	(tel)	1803	担当課長名	本藤 昌泰	担当者名	相場優志
評 価 対 象 事 業 の 内 容											
事業年度 平成29年度 ~ 令和01年度											

1-1. 事業実施の背景(施策目標の達成のためになぜこの事業が必要であったのか)
 枝豆の生産・販売の拡大に、これまでオール秋田体制で取り組んできており、東京都中央卸売市場における出荷量(7~10月)が2年連続で日本一(H27~28)となるなど、一定の成果を挙げた。この好機を逸せず、日本一産地としての地位を確固たるものとするため、更なる総合的な対策を実施し、農家所得の向上を図る必要がある。

1-2. 外部環境の変化及び事業推進上又は完了後に明らかになった問題点
 今後、更なる生産量の拡大が見込まれるため、目標を東京都中央含む京浜中央市場における年間出荷量(2,100t)に拡大し、引き続き農業団体等と連携したオール秋田体制で日本一達成を目指すとともに、単価と品質の向上を図る必要がある。

2. 住民満足度の状況(事業終了後に把握したもの)
 満足度を把握した対象 受益者 一般県民(時期: R02年 04月)
 満足度の把握方法 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 事業実施地域のJA等に聞き取り調査)
 満足度の状況
 生産者等からは単価の高い7月の早期出荷や「あきたほのか」等の県オリジナル品種の差別化販売により、出荷量の拡大が図られ、京浜中央市場における令和元年度の年間出荷量日本一を達成したこと、また、流通関係者からは、JA間での品質格差が小さくなっているなど、一定の評価があった。

3. 事業目的(どういう状態にしたかったのか)
 総合的な生産振興・販売支援により生産量を増大させ、京浜中央市場の年間出荷量日本一を獲得するとともに、品質の高位平準化や単価の向上、ブランド化による農家所得の向上を図る。

4. 目的達成のための方法
 事業の実施主体
 県、えだまめ販売戦略会議、農協等
 事業の対象者・団体
 農協、認定農業者、農業法人、集落営農組織、実需者等
 達成のための手段
 えだまめ販売戦略会議を核としたオール秋田体制で、更なる出荷量の拡大や長期安定出荷、品質の高位平準化を進めるとともに、新たなネーミング等によるプロモーションの展開や販路開拓を推進する。

5. 前回評価における指摘事項等
 指摘事項
 指摘事項への対応

6. 事業の内容
 事業概要及び推進状況
 京浜中央市場におけるえだまめ出荷量日本一を達成するため、更なる出荷量の増大と早出し栽培の拡大による長期安定出荷を推進するとともに、主力品種の「あきたほのか」をはじめとする県産えだまめのブランド力強化に取り組んできた。

事業費等		単位(千円)	
内 訳		当初計画事業費	最終事業費
秋田のえだまめ生産拡大推進事業		7,836	4,415
秋田のえだまめ高品質化対策事業		4,278	1,069
秋田のえだまめ販路拡大支援事業		936	744
秋田のえだまめプロモーション強化支援事業		20,601	14,456
		0	0
事業費計		33,651	20,684
財源内訳	国庫補助金	0	0
	県 債	0	0
	そ の 他	33,651	20,684
	一 般 財 源	0	0

当初計画及び最終の事業費比較
 最終事業費 / 当初計画事業費 =(0.61)

7. 事業の効果及び課題の改善状況

園芸メガ団地や夢プラン事業等により、生産基盤の拡大を支援したことにより作付面積が拡大し、令和元年度には、京浜中央市場での年間出荷量が日本一となった。また、県オリジナル品種「あきたほのか」の優れた食味をPRするため、食味分析結果に基づくPRブックを作成し、首都圏における試食宣伝会を通じて宣伝を行うとともに、手軽に調理可能なレンジパック等、新たなパッケージでの試食販売会や流通調査を実施し、一般消費者へPRを行った。しかし、その一方で流通関係者からは、JA間での品質格差のさらなる解消が求められており、県産えだまめのブランド力向上に向け改善が必要となっている。

8. 事業の効果을把握するための手法及び効果の見込み

指標名	枝豆の販売額								指標の種類
指標式	販売額(百万円)								成果指標 業績指標
年度別の目標値(見込まれる効果) 低減目標指標 該当 非該当									
指標	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	01年度	全体	
目標a					1,703	2,081	2,287	6071	
実績b					1,246	1,250	1,277	3773	
b/a					73.2%	60.1%	55.8%	62.1%	
データ等の出典	JA青果物生産販売実績								
把握する時期 当該年度中 月 翌年度 05月 翌々年度 月									

指標名	枝豆の作付面積								指標の種類
指標式	作付面積(ha)								成果指標 業績指標
年度別の目標値(見込まれる効果) 低減目標指標 該当 非該当									
指標	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	01年度	全体	
目標a					840	900	950	2690	
実績b					838	900	896	2634	
b/a					99.8%	100%	94.3%	97.9%	
データ等の出典	JA青果物生産販売実績								
把握する時期 当該年度中 月 翌年度 05月 翌々年度 月									

指標を設定することができなかった場合の効果の把握方法

指標を設定することが出来なかった理由

成果(見込まれる効果)

所管課の評価				評価結果		
有効性の観点	住民満足度の状況	a	b	c	A B C	
	【b又はcの場合の分析】					
	栽培面積は大きく拡大し、出荷量も令和元年度に京浜中央市場で日本一となったものの、他のブランド産地と比較した際に販売単価が低く、販売額はほぼ横ばいとなった。特に、県オリジナル品種の出荷が始まる9月以降の単価が低く、今後も品質の向上対策に加え、知名度向上を目的に県内外へのPRが必要と思われる。					
効率的性の観点	事業の効果	適用の可否		可	不可	A 1.0~ B 0.8~ 1.0 C ~0.8
	a 達成率100%以上	b 達成率80%以上100%未満	c 達成率80%未満			
	【b又はcの場合の理由】					
総合評価	成果指標のうち、作付面積が堅調に増加したことから、京浜中央市場における出荷量も大幅に増加し、令和元年度に日本一を獲得した(H29:1,626t、R元:1,795t)。一方で、H30年度は気象の影響により、大きく収量を落とし、また関東産の出荷が遅れ、本県産と出荷が重なったことにより単価が下落したが、元年度は生産量が多かったことが単価の低下を招き、面積、出荷量が拡大したものの販売額はほぼ横ばいとなった。				A (妥当性が高い) B (概ね妥当である) C (妥当性が低い)	
	事業の経済性の妥当性 適用の可否 可 不可					
	$\left[\frac{\text{事業終了後の効果}}{\text{最終事業費}} \right] / \left[\frac{\text{当初計画時の効果}}{\text{当初計画事業費}} \right] =$ (: 1.01、 : 1.61)					
<p>県内外で開催した試食販売会などにおける消費者調査の結果から、食味の良さや認知度は徐々に高まっており、プロモーションの取組に一定の効果があったものと考えている。気象の影響等により、年度により出荷量や販売額が低調となったこともあるが、県オリジナル品種「あきたほのか」を始めとする県産えだまめのブランド力には課題があり、販売価格の向上に向けて引きつづきプロモーション活動が必要である。また、作付面積については堅調に伸びており、令和元年度には初めて京浜中央市場における出荷量が日本一を達成したことは、今後につながるものとして十分な効果があったと考える。</p>						
評価結果の類似事業への反映状況等(対応方針)						
政策評価委員会意見						

終了事業事後評価判定点検表

(様式5-1)

(1) 各評価項目の判定基準

観点	評価項目	判定基準	配点	1次	2次	評価結果	
ア有効性	一 住民満足度等の状況	a 住民満足度等を的確に把握しており、満足度も高い	2	1		A:有効性は高い (4点)	
		b 住民満足度等を把握しているが、手法が的確でない又は満足度が低い	1				
		c 住民満足度等を把握していない	0				
	二 事業目的の達成状況	a 目標値に対する達成率が全て100%以上	2	0		B:有効性はある (1~3点)	
		b a、c 以外の場合	1				
		c 目標値に対する達成率のいずれかが80%未満	0				
計			4	1		B	
イ効率性	一 事業の経済性の妥当性	a 当初計画時と事業終了後の事業効果を比較した値(注)が全て1.0以上	2	2		A:効率性は高い (2点)	
		b a、c 以外の場合	1				
		c 当初計画時と事業終了後の事業効果を比較した値のいずれかが0.8未満	0				
	計			2	2		A

(注) 事業経済性の算定式

$$\left(\text{事業終了後の効果} / \text{最終事業費} \right) / \left(\text{当初計画時の効果} / \text{当初計画時事業費} \right)$$

上式で、効果とは事業の効果を把握するために設定した指標の実績値をいう。なお累積の実績値を設定している場合は、前年度からの差し引きによる「単年度増加分」を実績値として用います。

(2) 総合評価の判定基準

総合評価の区分	判定基準	総合評価	
A (妥当性が高い)	全ての観点の評価結果が「A」判定の場合	B	
B (概ね妥当である)	総合評価結果が「A」又は「C」以外の場合		
C (妥当性が低い)	全ての観点の評価結果が「C」判定の場合		