

事業コード	03020517	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	比内地鶏販売ルート多角化推進事業	施策コード	02	施策名	複合型生産構造への転換の加速化				
部局名	農林水産部	課室名	畜産振興課	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		
		班名	調整・畜政・経済班	(tel)	1806	担当課長名	畠山英男	担当者名	工藤一磨

評価対象事業(計画)の内容

事業年度 令和02年度 ~ 令和02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)
 外食向け出荷が全体の6割を占める比内地鶏は、新型コロナウイルス感染症の拡大により、流通が停滞し、在庫が急増している。
 比内地鶏は他の肉用鶏と比較して飼育期間が長いことなどから生産コストが高く、価格の引き下げが困難であることから、引き続き産地を維持していくためには、新型コロナウイルスにより変化した消費者の新たな生活スタイルに対応した販売拡大が喫緊の課題となっている。

3. 事業目的(どういう状態にしたいのか)
 新型コロナウイルス感染症の拡大により、増加した比内地鶏の在庫を発生以前の水準に戻すとともに、家庭内消費の拡大や量販店での販売など、比内地鶏の販路を多角化する。
 (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: R02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)
 ニーズの具体的内容
 比内地鶏の需要が回復せず在庫が増加している状況が続いており、生産調整が継続実施されているため、生産者や食鳥処理・流通販売業者から消費拡大に向けた取組への支援を求められている。

4. 目的達成のための方法
 事業の実施主体 県、秋田県比内地鶏ブランド認証推進協議会、民間事業者
 事業の対象者・団体 一般消費者、量販店、比内地鶏流通販売事業者
 達成のための手段
 ・比内地鶏のオンライン料理教室の開催やレシピ動画を提供
 ・首都圏及び県内の量販店において販売促進フェアを開催
 ・比内地鶏を取り扱う飲食店等のPR活動を支援
 ・インバウンドの多い沖縄県への販売流通網を整備し、プロモーションを実施
 ・県内企業による新商品開発や販路開拓の取組を支援

比較した代替手段及び選択した手段の有効性
 消費者の新たな生活スタイルに適応し、販売拡大を推進する上で、不特定多数の人の集いを生じないオンライン料理教室や量販店での販促、新たな需要開拓の取組は、コロナ禍に適応した有効な手段である。

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	02年度	03年度	04年度	05年度	06年度	07年度	全体(最終)計画
01	家庭内消費拡大促進事業	首都圏でのオンライン料理教室の開催、比内地鶏料理の動画作成、全国番組での比内地鶏の紹介、著名人による料理映像の提供	29,848	0	0	0	0	0	29,848
02	量販店販売ルート強化事業	首都圏及び県内の量販店でのフェアの開催	8,061	0	0	0	0	0	8,061
03	比内地鶏取扱店PR事業	ブランド認証された比内地鶏肉を取り扱う飲食店や小売店の登録制度創設及びPR	4,373	0	0	0	0	0	4,373
04	沖縄起点輸出ルート開拓事業	インバウンドが多い沖縄県への販売流通網の整備及びアジア圏への輸出ルート構築に資する新商品の開発、特設販売及びプロモーション活動	25,964	0	0	0	0	0	25,964
05	加工品等開発支援事業	県内企業による新商品開発や販路開拓等の取組	5,000	0	0	0	0	0	5,000
	財源内訳	左の説明	73,246	0	0	0	0	0	73,246
	国庫補助金	新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金	73,246	0	0	0	0	0	73,246
	県債		0	0	0	0	0	0	0
	その他		0	0	0	0	0	0	0
	一般財源		0	0	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 外食需要に依存している比内地鶏の販売力強化に向けた家庭内消費の拡大や量販店での販売強化などの販路の多角化

指標名	認証された比内地鶏を取り扱う登録店舗数	指標の種類
指標式	認証された比内地鶏を取り扱う登録店舗数	成果指標 業績指標

指標

年度別の目標値（見込まれる成果による指標）

指標	30年度	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度	06年度	最終年度
目標a			50					50
実績b	データ等の出典							
東北	畜産振興課調べ							
全国								

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	県内企業による新商品開発や販路開拓に係る新たな取組数	指標の種類
指標式	県内企業による新商品開発や販路開拓に係る新たな取組数	成果指標 業績指標

指標

年度別の目標値（見込まれる成果による指標）

指標	30年度	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度	06年度	最終年度
目標a			5					5
実績b	データ等の出典							
東北	畜産振興課調べ							
全国								

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
急増している在庫を解消するためには、外食産業だけに依存せず、家庭内消費の拡大に向けた量販店での販売や新たな需要開拓を図るための取組により、販路の多角化を推進する必要がある。

住民ニーズに照らした事業の必要性
販売不振により在庫量増加が続くと、減産など比内地鶏の生産継続へ大きな影響が生じることから、比内地鶏の生産者や食鳥処理・流通販売業者から消費拡大に向けた支援を強く要望されている。

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

比内地鶏は単なる農畜産物の一つにとどまることなく、食品産業や観光業など多くの産業や雇用と結びついている本県を代表するブランドであるため、県の主導により比内地鶏ブランドを維持・発展させていく必要がある。

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
		重点事業 其他