

施策体系シート(行政経営Bシート)

作成者	組織	生産流通課	職	課長	氏名	山下 吉明
評価者	組織	生産流通課	職	課長	氏名	津川 久孝

施策	施策の目標	成果指標	単位	目標値 (年度)	現状値		評価
					(年度)	(年度)	
施策1	県産農林水産物のブランド化、販路拡大	戦略作物の選定数	品目	現状より増加 (H27) 5	5 (H26)	5 (H27)	B
施策2	特色ある園芸産地の育成	産地マーケティング取組産地数	産地	10 (H27)	23 (H26)	28 (H27)	A
施策3	地産地消の推進	地産地消推進協力店	店	1,000 (H27)	929 (H26)	929 (H27)	B
施策4	売れる畜産物づくりの推進	能登牛の認定頭数	頭	1,000 (H28)	695 (H26)	672 (H27)	B
施策5	良品質で売れる米づくりの推進	1等米比率	%	90 (H27)	74 (H26)	87 (H27)	B
施策6	企業的経営体の持続的発展に向けた支援	総合化事業計画の認定者数	件	6(累計) (H27)	8 (H26)	10 (H27)	A

施策の目標達成に向けて重点的に取り組むべき課題							課題に対する主な取り組み				評価			
施策	課題	成果指標	単位	目標値 (年度)	現状値		事務事業	対象	予算 (千円)	決算 (千円)	これまでの 有効性	今後の 方向性		
					(年度)	(年度)								
施策1	課題1	県産食材の販路の開拓・拡大、ブランド化	ルビーロマン販売量	t	17.0 (H28)	16.0 (H26)	16.2 (H27)	1	ルビーロマンプロモーション事業費	生産者	2,500	2,500	B	継続
								2	ルビーロマン高品質生産技術確立事業費	生産者	6,800	6,800	B	継続
								3	エアリーフローラブランド化推進事業費	生産者、JA	7,250	7,250	B	継続
								4	いしかわオリジナルなブランド化事業費	生産者	3,500	3,349	B	継続
	課題2	県産食材の販路の開拓・拡大	マルシェ受注金額	千円	60,000 (H27)	51,583 (H26)	68,095 (H27)	1	県産食材販路開拓推進事業費	生産者、流通関係者等	14,700	14,700	A	継続
								2	首都圏農林水産物魅力発信事業費	生産者、流通関係者等	3,400	3,310	A	継続
								3	県産食材海外販路開拓推進事業費	生産者、流通関係者等	3,500	3,500	A	統合
課題3	生産と流通が一体となった販路拡大	特色ある食材の金沢市場への販売金額	千円	50,000 (H28)	36,464 (H26)	44,690 (H27)		奥能登の食材市場流通モデル事業	生産者、流通関係者等	1,000	1,000	A	継続	
施策2	課題1	需要に即した競争力ある産地づくり	新産地数	産地	17 (H29)	7 (H26)	10 (H27)	1	青果物新産地づくり推進事業費	生産者	2,000	1,857	B	継続
			エコ農業推進団体数	団体	35 (H31)	19 (H26)	25 (H27)	2	能登のこだわり農産物生産推進事業費	生産者	4,005	3,838	A	継続
施策3	課題1	地産地消の推進	地産地消推進協力店	店	1,000 (H28)	929 (H26)	929 (H27)		いしかわ地産地消ネットワーク形成事業費	生産者、事業者等	3,160	3,141	B	継続
施策4	課題1	能登牛1000頭生産体制の確立	能登牛の認定頭数	頭	1,000 (H28)	695 (H26)	672 (H27)		能登牛1,000頭生産体制整備事業費	生産者	16,073	15,922	B	継続

# 事務事業シート(行政経営Cシート)

事務事業名	ルビーロマンプロモーション事業費	事業開始年度	H20	事業終了予定年度		作 組 織	生産流通課	
		根拠法令 ・計画等	いしかわの食と農業・農村ビジョン				成 職・氏名	課長補佐 吉住 隆司
							電 話 番 号	076 - 225 - 1621 内線 4682

1 事業の背景・目的  
 本県が開発したルビーロマンは、1粒の大きさが巨峰の約2倍もあり、鮮やかなルビー色をしているなど優れた特徴を有しており、これまで厳しい品質管理や一元集出荷体制を整備し、高級なイメージを浸透・定着させる販売戦略のもと販売してきた。  
 今後、ルビーロマンを全国に誇れるブランドとして育てていくため、県内を中心に首都圏、関西圏へ販売するとともに、出荷販売体制の強化及び消費者、市場関係者、小売店等に対する積極的なPR・販売促進活動を展開する。  
 一方、近年の夏期の高温等による着色不良や、集中豪雨による裂果等の発生が顕著になっており、商品化率が30%台と低く、対策が急務となっている。このため、ルビーロマンの商品化率向上に向けた新技術の導入を推進し、出荷量を拡大し、ブランド価値の向上に資する。

2 事業の概要 (単位:千円)

区分	事業主体	事業内容	平成27年度	
			事業費	予算額
流通・販売対策	全農石川県本部	1 PR・魅力発信 (1)知事トップセールスの実施 ・東京・大阪の市場、百貨店等の知事によるトップセールスの実施 (2)アンテナショップを活用した情報発信 ・ルビーロマンフェアの開催 2 ブランド力を活用した規格外品の利用促進 ・有名菓子店、県内ホテル・レストラン等飲食店、スイーツ等加工品 など	4,000	2,000
生産技術対策	ルビーロマン研究会	商品化率向上のための技術習得や生産拡大等の取組に対する助成	1,000	500

施策・課題の状況							
施策	県産農林水産物のブランド化、販路拡大				評価	B	
課題	県産食材の販路の開拓・拡大、ブランド化						
	指標	ルビーロマン販売量			単位	t	
	目標値	現状値					
	平成28年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	
	17.0	7.5	11.7	11.9	16.0	16.2	

※ルビーロマン販売量は房出荷、業務用、加工用の計。

事業費						
(単位:千円)	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	
事業費	予算	2,000	2,000	3,000	4,500	2,500
	決算	2,000	2,000	2,982	4,475	2,500
一般	予算	2,000	2,000	3,000	4,500	0
	決算	2,000	2,000	2,982	4,475	0
財源	決算	2,000	2,000	2,982	4,475	0
事業費累計		8,000	10,000	12,982	17,457	19,957

評価		
項目	評価	左記の評価の理由
事業の有効性 (費用対効果の観点も含め、この事業が問題解決に役立ったか)	B	知事によるトップセールスや金沢駅で試食会を開催するなど、PR・販売促進活動を実施し、全国でのブランドイメージの定着が図られた。 栽培管理講習会や現地研修会等を通じて、適正着果の遵守等着色向上に取り組み、商品化率(38%→43%)が向上し、前年を上回る販売量となった。
今後の方向性 (県民ニーズ、緊急性、県関与のあり方等を踏まえ、今後どのように取り組むのか)	継続	北陸新幹線金沢開業に伴う交流人口の増加に対し、首都圏、関西圏でのPR・販売促進活動に加え、地元市場においてもPR活動を実施し、県外客に対するもてなし食材としての魅力向上も図る。 また、生産者の所得向上と合わせ、より長い期間においてルビーロマンをPRできるよう、加工品開発などを支援し、多様な販売方法を推進する。

# 事務事業シート(行政経営Cシート)

事務事業名: ルビーロマン高品質生産技術確立事業費	事業開始年度: H25	事業終了予定年度:	作 組 織: 生産流通課
	根拠法令	いしかわの食と農業・農村ビジョン	成 職・氏名: 技師 伊達 彩香
	計画等		者 電話番号: 076 - 225 - 1621 内線 4670

**1 事業の背景・目的**  
 ルビーロマンは、県が14年の歳月を費やして育成したオリジナル品種で、1粒の大きさが巨峰の約2倍もあり、鮮やかな赤色をしているなど、優れた特徴を有しており、本県を代表するブランド品目として育成している。  
 しかしながら、近年、着色期に夜間の気温の高い日が続き、着色が進まず、出荷基準に満たない房が多発しており、商品化率を低下させる主要因となっている。  
 このため、農林総合研究センターが県立大学や工業試験場と連携し、ルビーロマンの着色メカニズムの解明や着色に最適な温度と生育ステージの関係を解明し、高温下でも着色が優れる栽培技術を開発することにより、商品化率の向上を図る。

**2 事業の概要**

(1)ルビーロマン商品化率向上新技術の導入

- ① 温度や光の色と色素発現の関係など、着色メカニズムの解明(県立大学)
- ② 着色期の温度管理マニュアルの作成(農林総合研究センター)

(2) 着色向上技術の確立(試験研究)

- ① 局所冷房(スポットクーラー)による着色向上効果の検討
- ② LED光を活用した着色向上効果の検討
- ③ 着色しやすい時期に栽培する新たな作型の確立

**3 事業主体** 県

**4 事業実施期間** 平成25年度～

施策・課題の状況							
施策	県産農林水産物のブランド化、販路拡大					評価	B
課題	県産食材の販路の開拓・拡大、ブランド化						
	指標	ルビーロマン販売量				単位	t
	目標値	現状値					
	平成28年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	
	17.0	7.5	11.7	11.9	16.0	16.2	
ルビーロマン販売量は房出荷、業務用、加工用の計。							
事業費							
	(単位:千円)	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	
事業費	予算			7,148	7,000	6,800	
	決算			7,104	6,946	6,800	
一般	予算			4,148	7,000	0	
	決算			4,014	6,946	0	
事業費累計		0	0	7,104	14,050	20,850	
評価							
項目	評価	左記の評価の理由					
事業の有効性 (費用対効果の観点も含め、この事業が問題解決に役立ったか)	B	近年、着色期の高夜温により着色が進まず、出荷基準に満たない房が多発している。着色不足は商品化率を低下させる主要要因となっている。 本事業の実施により、局所冷房(スポットクーラー)を用い、満開60～80日の間に10日間程度、果房を冷却することで、着色が促進されることが解明された。					
今後の方向性 (県民のニーズ、緊急性、県関与のあり方等を踏まえ、今後どのように取り組むのか)	継続	本事業の実施により、生産場の課題の解決が図られ、商品化率の向上が期待できる。 着色のメカニズムの解明と着色向上技術の確立は、産地にとって重要な課題であることから、今後、現地試験等を行い、継続して実施する。					

# 事務事業シート(行政経営Cシート)

<b>事務事業名</b>	エアリーフローラブランド化推進事業費	<b>事業開始年度</b>	H24	<b>事業終了予定年度</b>	H29	<b>作 組 織</b>	生産流通課	
		<b>根拠法令・計画等</b>	いしかわの食と農業・農村ビジョン				<b>成 職・氏名</b>	課長補佐 吉住 隆司
							<b>者 電話番号</b>	076 - 225 - 1621 内線 4682

**1 事業の背景・目的**

平成24年春、市場デビューした石川県産フリージア「エアリーフローラ」は、豊富なカラーバリエーションが特長で市場の評価も高く、平成31年に100万本の出荷を目指し増産を図り、石川を代表する花としてブランド化を進めることとしている。

このため、北陸新幹線金沢開業による交流人口の増加を踏まえ、引き続き情報発信力の高い首都圏等における話題づくりや新たな使用場面の提案、各種業界との連携によりブランドの定着を図る。

また、クリスマス需要に対応する出荷の前進化など冬から春にかけての連続開花技術の確立を図るとともに、ボックス栽培などの簡易な栽培法による生産拡大を進める。

**2 事業の概要**

- (1) 首都圏での話題づくり、各種業界との連携によるブランド化の推進
- (2) 全農が実施する市場や小売店等への販促活動等に対する支援
- (3) 生産者組織やJA、営農組合等が実施する産地づくり活動に対する支援

(単位:千円)

区分	事業主体	事業内容	平成27年度		補助率
			事業費	予算額	
ブランド化推進事業	エアリーフローラ プロモーション実行委員会	首都圏での話題づくり、各種業界との連携によるエアリーフローラのブランド化の推進	2,000	2,000	県定額
生産販売振興事業	全農石川県本部	流通関係者、生花店へ販売促進活動	2,000	1,000	県1/2
特色ある花き産地育成事業	生産者組織、JA、営農組合等	栽培実証ほの設置、担い手育成会議の開催	1,500	750	県1/2
連続開花試験研究	県	連続開花技術の研究	1,500	1,500	—
ボックス栽培法開発研究		水稻育苗箱を利用したボックス栽培法の水稻経営体等での現地実証等	2,000	2,000	—

施策・課題の状況

<b>施策</b>	県産農林水産物のブランド化、販路拡大	<b>評価</b>	B
<b>課題</b>	県産食材の販路の開拓・拡大、ブランド化		
<b>指標</b>	エアリーフローラの販売本数	<b>単位</b>	万本
<b>目標値</b>	現状値		
平成30年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度
100		15	31
			35

事業費

		平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
<b>事業費</b>	<b>予算</b>		2,000	60,683	11,000	7,250
	<b>決算</b>		1,978	60,653	10,966	7,250
<b>一般</b>	<b>予算</b>		2,000	60,683	8,678	3,500
	<b>決算</b>		1,978	60,653	8,644	3,500
<b>事業費累計</b>		0	1,978	62,631	73,597	80,847

評価

項目	評価	左記の評価の理由
事業の有効性(費用対効果の観点も含め、この事業が問題解決に役立ったか)	B	<p>県が育成したフリージア品種「エアリーフローラ」のブランド化のため、品質の均一化、生産安定技術の実証、新たな生産者の確保、卸売市場や小売店などへの販売促進活動を実施した。</p> <p>さらに、研究機関により出荷期拡大のための技術開発等の研究を行った。</p> <p>本事業の実施により、エアリーフローラ生産拡大、ブランド化が図られ、県を代表する花として期待が高まっている。</p>
今後の方向性(県民のニーズ、緊急性、県関与のあり方等を踏まえ、今後どのように取り組むのか)	継続	<p>今後とも全国に誇れる県を代表する花として育成するため、試験研究や生産拡大、販売促進などの取組は重要であり、継続して取り組む。</p>

# 事務事業シート(行政経営Cシート)

事務事業名	いしかわオリジナルなしブランド化事業費	事業開始年度	H27	事業終了予定年度	H29	
		根拠法令	いしかわの食と農業・農村ビジョン			
		・計画等				

作成者	組	生産流通課					
	職・氏名	課長補佐 吉住 隆司					
	電話番号	076 - 225 - 1621 内線 4682					

1 事業の背景・目的  
 石川n1号は、県が開発している日本なしの優良系統であり、果肉が洋なしのように滑らかなことや、酸味が少なく甘みが強いため年代を問わず好まれるという優れた特徴を持つ。外観上の特徴としては、果実の皮の表面に凸凹が発生するため、他品種との差異化を図る武器とするか等、販売戦略を検討する必要がある。  
 このため、県や流通関係者等を交えた石川n1号デビュー・プロモーション実行委員会(仮称)を立ち上げ、今後の販売戦略や名称募集について検討する。

2 事業の概要  
 (1) 石川n1号の名称募集及びPR活動の支援  
 (2) 石川n1号の販売コンセプトの検討

(単位:千円)

区分	事業主体	事業内容	平成27年度		補助率
			事業費	予算額	
石川n1号デビュー・プロモーション事業	石川n1号デビュー・プロモーション実行委員会(仮称)	石川n1号の名称募集、PR活動支援 1 農林漁業まつり等での名称募集の実施 2 名称募集に合わせたPR活動の実施	2,000	2,000	県定額
	県	石川n1号の販売戦略の検討 1 販売コンセプトの検討 2 一般消費者や流通業者等需要者へのPR方法の検討	1,500	1,500	-
合 計			3,500	3,500	

施策・課題の状況				
施策	県産農林水産部のブランド化、販路拡大	評価	B	
課題	県産食材の販路の開拓・拡大、ブランド化			
	指標	なし新品種の栽培面積	単位	ha
	目標値	現状値		
	平成29年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
	5		0	2
事業費				
(単位:千円)		平成27年度		
事業費	予算	3,500		
	決算	3,349		
一般財源	予算	3,500		
	決算	3,349		
事業費累計	0	0	0	3,349
評価				
項目	評価	左記の評価の理由		
事業の有効性(費用対効果の観点も含め、この事業が問題解決に役立ったか)	B	なし新品種の名称募集にあわせて、百貨店や小売店、各種イベント等で試食会を実施し、消費者への知名度向上が図られた。 また、生産者、生産者団体、流通業者、小売店、県などが一体となって販売コンセプトを検討するとともに、新品種の名称を決定した。		
今後の方向性(県民のニーズ、緊急性、県関与のあり方等を踏まえ、今後どのように取り組むのか)	継続	平成30年の本格出荷に向けて、販売計画や出荷体制の整備、ブランド確立に向けた消費者へのPRなどの取組は重要であり、継続して取り組む。		

# 事務事業シート(行政経営Cシート)

事務事業名 県産食材販路開拓推進事業費	事業開始年度	H21	事業終了予定年度	H27	作 組 織 生産流通課
	根拠法令 ・計画等	いしかわの食と農業・農村ビジョン			成 職・氏名 専門員 竹上 仁志
					者 電話番号 076 - 225 - 1621 内線 4683

**1 事業の背景・目的**  
 県では、情報発信力の高い首都圏の有名レストランのオーナーやシェフ、専門店のバイヤー等を「いしかわ百万石マルシェ」や「産地交流会」に招待し、特色ある県産ブランド食材の魅力のPRに努めてきた。  
 この結果、首都圏に県産食材の魅力が浸透してきたところであり、今後さらに魅力を発信し、県産食材のブランドの定着と首都圏での販路を開拓、拡大に資する。

**2 事業の概要** (単位:千円)

事業区分	事業内容	H27年度	実施主体	補助率
県産食材のブランド化の推進	①専門家等によるブランド化の取組に対する指導 ②ブランド食材プロデューサーの設置 ③首都圏のメディア、需要者等への県産食材のサンプル提供等	1,200	県産食材ブランド化アドバイザー会議	定 額
首都圏における県産食材の情報発信	①いしかわ百万石マルシェの開催(2回) ②産地交流会の実施(2回) ③首都圏での県産食材フェア等の開催支援 ④生産者を対象にした商談力向上研修会の開催 ⑤首都圏での商談会等に出展する生産者への支援 ⑥関係業界との調整、指導・助言を行う専門家の設置 ⑦長野県での食材提案会・フェアの開催	13,500	公益財団法人いしかわ農業総合支援機構	
合 計		14,700		

施策・課題の状況						
施策	県産農畜水産物のブランド化、販路拡大	評価	B			
課題	県産食材の販路の開拓・拡大					
	指標	マルシェ受注金額	単位	千円		
	目標値	現状値				
	平成27年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
	60,000	31,000	41,500	57,847	51,583	68,095

事業費						
(単位:千円)		平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
事業費	予算	13,000	11,600	11,400	14,000	14,700
	決算	13,000	11,085	9,764	14,000	14,700
一般	予算	13,000	11,600	11,000	14,000	4,700
財源	決算	13,000	11,085	9,764	14,000	4,700
事業費累計		73,980	85,065	94,829	108,829	123,529

評価		
項目	評価	左記の評価の理由
事業の有効性 (費用対効果の観点も含め、この事業が課題解決に役立ったか)	A	いしかわ百万石マルシェや産地交流会の開催を通じて、首都圏のホテルやレストラン等との受注金額が対前年比132%の68百万円に増加した。 また、ブランド食材プロデューサーによるなし新品种「加賀しずく」の販売戦略に関する指導・助言をいただいた。
今後の方向性 (県民ニーズ、緊急性、県関与のあり方等を踏まえ、今後どのように取り組むのか)	継続	北陸新幹線の金沢開業により県内及び首都圏で県産食材のニーズが高まっており、引き続き、いしかわ百万石マルシェや県内産地での交流会、首都圏のホテル等での県産食材フェアなどを開催し、県産食材の販路拡大を図る。 また、引き続き、ブランド食材プロデューサーの指導をいただきながら加賀しずくの効果的なプロモーションを実施していく。

# 事務事業シート(行政経営Cシート)

<b>事務事業名</b>	首都圏農林水産物魅力発信事業費	<b>事業開始年度</b>	H26	<b>事業終了予定年度</b>	H28	<b>作 組 織</b>	生産流通課	
		<b>根拠法令 ・計画等</b>	いしかわの食と農業・農村ビジョン				<b>成 職・氏名</b>	専門員 竹上 仁志
						<b>電 話 番 号</b>	076 - 225 - 1621 内線 4683	

**1 事業の背景・目的**  
 平成27年の北陸新幹線金沢開業効果を最大限に引き出すためには、本県の魅力ある食材や食文化をPRし、首都圏からの誘客促進を図ることが必要である。  
 新アンテナショップを首都圏における情報受発信の拠点とし、アンテナショップ等を活用した県産農林水産物等の販売を通じて、その魅力の発信及び首都圏ニーズ等の受信に取り組むとともに、首都圏で得られたニーズ情報を踏まえた売れる農林水産物づくりを進め、本県農林水産物の生産振興を図る。

**2 内 容**

区分	事業主体	事業内容	平成27年度	
			事業費	予算額
首都圏での県産食材の情報発信	いしかわ農業総合支援機構	・生産者等が参加するPRイベントの企画・実施 ・食のポータルサイトによる情報発信 ・販路開拓・マッチング(フォローアップ)	2,900	2,900
首都圏ニーズ情報のフィードバック	石川県漁業協同組合	・首都圏ニーズを踏まえた売れる農林水産物づくり	500	500
<b>合 計</b>			<b>3,400</b>	<b>3,400</b>

施策・課題の状況					
<b>施策</b>	県産農林水産物のブランド化、販路拡大			<b>評価</b>	B
<b>課題</b>	県産食材の販路の開拓・拡大				
<b>指標</b>	アンテナショップでの農林水産物(生鮮)販売品目数		<b>単位</b>	<b>種類</b>	
<b>目標値</b>	現状値				
平成28年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
60			-	8	142

事業費						
	(単位:千円)	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
<b>事業費</b>	予算				7,100	3,400
	決算				6,996	3,310
<b>一般財源</b>	予算				7,199	1,900
	決算				6,996	1,810
<b>事業費累計</b>		0	0		6,996	10,306

評価		
項目	評価	左記の評価の理由
事業の有効性(費用対効果の観点も含め、この事業が問題解決に役立ったか)	A	首都圏における情報受発信拠点であるアンテナショップにおいて、加賀野菜、能登野菜を中心に、奥能登地域の特色ある農産物も含めて142品目の生鮮品を販売するとともに、生産者による店頭PRイベントを年20回実施し、首都圏の消費者へ県産食材の魅力を発信することができた。
今後の方向性(県民ニーズ、緊急性、県関与のあり方等を踏まえ、今後どのように取り組むのか)	継続	アンテナショップ等を活用した県産農林水産物等の販売・PRイベントを通じて、首都圏での魅力発信及びニーズ等の把握に取り組むとともに、得られたニーズ情報を踏まえた売れる農産物づくりを進める。

# 事務事業シート(行政経営Cシート)

事務事業名	県産農林水産物海外販路開拓推進事業費	事業開始年度	H27	事業終了予定年度	
		根拠法令・計画等	いしかわの食と農業・農村ビジョン		

作	組	生産流通課
成	職・氏名	主任技師 金田 哲郎
者	電話番号	076 - 225 - 1621 内線 4668

1 事業の背景・目的  
 国内市場は、人口減少等により縮小する見込みだが、世界的な日本食ブームの広がりによりアジア諸国を中心に魅力的な市場が形成されている。特に、シンガポールの高級レストランでは、食品見本市への出展や食文化提案会を通じて県産農林水産物への関心が高まっている。  
 一方で本県の農林水産物は、加賀野菜や水産物など優れた品質を有するものが多いが、一般米を除いて量が少なく、輸出を行う県内農林漁業者は少ない状況である。  
 このため、少量多品目という特長を持つ県産農林水産物の輸出の先行事例をつくり、意欲ある農林漁業者と取組を波及させることで、将来の国内市場の縮小を見据えた海外の販路開拓を図る。

2 事業の概要 (単位:千円)

事業主体	事業内容	平成27年度	
		事業費	予算額
公益財団法人いしかわ農業総合支援機構	1 食材の詳細情報を掲載したリストの作成 <食材リストのイメージ> 食材の旬・特長、生産者、食べ方等(英語版も)	3,500	3,500
	2 現地での営業活動 バイヤー等への食材提案、現地ニーズの確認等 ※1、2は金沢工業大学との連携 貿易専門家による指導・助言、ネットワークの活用		
	3 「商社バイヤー等産地招聘事業」への参画【商工労働部主催】		
	4 国際食品見本市への出展【商工労働部と連携して出展】		

施策・課題の状況							
施策	県産農林水産物のブランド化、販路拡大				評価	B	
課題	県産食材の販路の開拓・拡大						
	指標	輸出金額				単位	万円
	目標値	現状値					
	平成31年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	
	3,000	-	-	1,277	1,005	8,593	

事業費						
(単位:千円)		平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
事業費	予算					3,500
	決算					3,500
一般財源	予算					0
	決算					0
事業費累計						3,500

評価		
項目	評価	左記の評価の理由
事業の有効性 (費用対効果の観点も含め、この事業が問題解決に役立ったか)	A	バイヤー招聘や現地での営業活動を通じたニーズ調査など、将来的な販路開拓・拡大に向けた初期段階の取組を着実に進めることができた。 本事業費で支援した事業者等の取組により、県産水産物の輸出が大幅に増加した。
今後の方向性 (県民ニーズ、緊急性、県関与のあり方等を踏まえ、今後どのように取り組むのか)	統合	国内市場は人口減少等により、今後、一層の縮小が見込まれている中、県産農林水産物についても、将来に向けた、海外への販路開拓の必要性が高まっている。 引き続き、意欲ある生産者の取組を支援し、海外展開の先行事例を作り、波及を期待させることで、県産農林水産物の海外での販路拡大を図る。 また、平成28年度から、小松台北便を活用した台湾への食材輸送を検証していた「県産食材海外輸送調査事業」と統合し、県産食材の海外販路開拓を更に推進する。



# 事務事業シート(行政経営Cシート)

事務事業名 奥能登の食材市場流通モデル事業費	事業開始年度	H21	事業終了予定年度	
	根拠法令	いしかわの食と農業・農村ビジョン		
	計画等			
				作 組 織 生産流通課
				成 職・氏名 技師 山口 拓人
				者 電話番号 076 - 225 - 1622 内線 4676

**1 事業の背景・目的**  
 地産地消や食の安全・安心の観点から、県内消費者や販売店等の県産農産物への関心は高まっている一方で、奥能登地域は、消費人口が少ないため、山菜やきのこなど特色ある農産物が豊富にあるが、地元直売所等で販売しても売れ残る状況にある。  
 こうした課題を解決するため、県、奥能登の市町、J A が連携し、様々な農産物を消費人口の多い金沢へ安定的に供給する取組みとして、金沢市中央卸売市場への直行便を運行している。市場から、安定的な出荷及び出荷量の拡大、品質の向上が求められていることから、新規出荷者の掘り起こしや生産者グループの育成支援を行うとともに、生産者カルテに基づく個別指導を行うなどの取組みを支援する。

**2 事業の概要**  
 (1) 推進方策の検討  
 顔の見える能登の食材市場流通推進協議会の開催

(2) 出荷者・出荷量の拡大  
 ① 新規出荷者の掘り起こし  
     ・地区別説明会の開催  
     ・広報誌等へ取組み事例紹介等の掲載  
 ② 長期安定出荷に向けた生産者グループの育成  
     ・広域的な栽培技術講習会の開催  
 ③ 市場ニーズに基づく計画的な作付・出荷の推進  
     ・市場関係者との意見交換会の開催  
 ④ 品質向上に向けた生産対策の指導・普及  
     ・生産者カルテに基づく個別生産者への栽培指導の推進

(3) 魅力ある商品づくり  
 ① 出荷時の工夫や売れ筋商品を把握するための研修会の開催  
 ② 出荷時の荷姿や規格等をアドバイスする巡回指導の実施

(4) 特色ある能登の食材の魅力発信  
 即売会や試食会の開催

**3 事業主体**  
 奥能登農業推進協議会（奥能登の4 J A と 2 市 2 町、県で構成）

施策・課題の状況							
施策	県産農林水産物のブランド化、販路拡大				評価	B	
課題	生産と流通が一体となった県産食材ブランド化						
	指標	特色ある食材の金沢市場への販売金額				単位	千円
	目標値	現状値					
	平成28年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	
	50,000	26,559	28,370	35,833	36,464	44,690	
事業費							
	(単位:千円)	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	
事業費	予算	1,500	1,000	1,000	1,000	1,000	
	決算	1,500	1,000	1,000	1,000	1,000	
一般	予算	1,500	1,000	1,000	1,000	1,000	
	決算	1,500	1,000	1,000	1,000	1,000	
財源	決算	1,500	1,000	1,000	1,000	1,000	
事業費累計		4,500	5,500	6,500	7,500	8,500	
評価							
項目	評価	左記の評価の理由					
事業の有効性 (費用対効果の観点も含め、この事業が課題解決に役立ったか)	A	市場ニーズに即した計画的な作付の推進や栽培技術講習会の開催による品質向上により、市場評価が高まるとともに、販売金額が増加した。 その結果、出荷者の取り組み意欲が高まり、能登の農業の活性化に成果があった。					
今後の方向性 (県民ニーズ、緊急性、県関与のあり方等を踏まえ、今後どのように取り組むのか)	継続	出荷者・出荷量を拡大するため、引き続き新規生産者の掘り起こしを行うとともに、計画的な作付の推進、長期安定出荷に向けた生産者グループの育成を図る。 また、出荷方法の改善や売れ筋商品を把握するための研修会の開催、出荷時の荷姿や規格等をアドバイスする巡回指導の実施等により、魅力ある商品づくりを推進する。					

# 事務事業シート(行政経営Cシート)

事務事業名 青果物新産地づくり推進事業費	事業開始年度	H25	事業終了予定年度	H29	作 組 織 生産流通課
	根拠法令 ・計画等	いしかわの食と農業・農村ビジョン			成 職・氏名 課長補佐 池野 雅恵
					者 電話番号 076 - 225 - 1621 内線 4672

1 事業の背景・目的  
 北陸新幹線金沢開業に伴う交流人口の増加を見込み、小売店や飲食店、食品加工業者から県産野菜の要望が高まっているため、担い手育成や生産増強の取組を支援し、求められる品目や時期、量など需要者の要望に対応した安定供給体制を構築する

2 事業の概要  
 (1) JAグループによる地区協議会での推進活動への支援(全農石川県本部)  
 (2) 需要者の要望に対応した安定供給のための栽培技術の確立(県)

(単位:千円)

事業主体	事業内容	平成27年度		補助率
		事業費	予算額	
全農石川県本部	つくろう！ふやそう！園芸産地運動の推進 ・新規栽培者の掘り起こしのためのチラシ作成や広報誌への掲載、説明会の開催 ・栽培研修会の開催 ・試作にかかる種苗、肥料等の支援	2,000	1,000	県1/2
県	需要に対応した安定供給技術の実施 ・機械化実証試験ほの設置、調査 ・セミナーテキスト、栽培マニュアルの作成	1,000	1,000	—
合 計		3,000	2,000	

施策・課題の状況						
施策	特色ある園芸産地の育成				評価	A
課題	需要に即した競争力のある産地づくり					
指標	新産地数			単位	産地	
目標値	現状値					
	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	
	17		3	7	10	

事業費					
(単位:千円)	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
事業費 予算			2,800	2,300	2,000
事業費 決算			2,651	2,241	1,857
一般 予算			2,800	2,300	2,000
財源 決算			2,651	2,241	1,857
事業費累計	0	0	2,651	4,892	6,749

評価		
項目	評価	左記の評価の理由
事業の有効性 (費用対効果の観点も含め、この事業が問題解決に役立ったか)	B	地元農産物を求める声に応えるため卸売市場や量販店等のニーズを把握し、各地域ごとに推進品目の生産拡大を図るため、技術実証や流通体制の整備などを行うことにより、H27年度には新たに、たまねぎ(羽咋郡市)、えだまめ(石川かほく)等の産地が育成されたほか、ブロッコリー(JA加賀)が大幅に拡大した。
今後の方向性 (県民のニーズ、緊急性、県関与のあり方等を踏まえ、今後どのように取り組むのか)	継続	県内市場からの需要だけでなく、県外市場からの需要も増加したことや、水稲経営体への園芸複合化推進と既存産地の構造改革を一体的に進めるため、関係団体との連携強化により、さらなる生産拡大に継続して取り組む。

# 事務事業シート(行政経営Cシート)

<b>事務事業名</b>	能登のこだわり農産物生産推進事業費	<b>事業開始年度</b>	H24	<b>事業終了予定年度</b>	H31	<b>作 組 織</b> 生産流通課
		<b>根拠法令 ・計画等</b>	持続農業法	<b>成 職・氏名</b> 技師 三門 奈里子	<b>電 話 番 号</b> 076 - 225 - 1622 内線 4686	

**事業の背景・目的**

世界農業遺産認定の価値を維持・向上させるためには、環境と調和した農業への取組みが重要である。

しかし、認定地域における環境保全型農業の実施状況は、能登棚田米や能登米等一部の作物、生産者に限定され、園芸品目での取組は少ない。また、品目や作型によっては、環境にやさしい農業生産技術の導入が容易でないものもあり、面的な拡大の阻害要因となっている。

一方で、既に取り組んでいる品目については、取組地域の拡大や、農産物のブランド価値の向上を目指し、エコ栽培から特別栽培へのステップアップを図る必要がある。

**事業の概要**

世界農業遺産認定の価値の向上を図るため、能登地域において環境に優しい農業生産方式の定着を図るとともに、能登産農産物の評価向上を目指し、以下の取組を実施する。

- 1 エコ農業の推進
- (1) 能登野菜のエコ農業化に向けた技術導入・定着への支援（実施主体：能登野菜振興協議会）
- ・エコ農業の定着への支援（エコ栽培指針の作成）
  - ・エコ農業推進団体の認定に向けた生産者研修会の開催等
  - ・消費者の理解促進のためのPR活動の実施
- (2) 導入が困難な地域におけるエコ栽培新技術の確立
- ・技術検証のためのエコ栽培モデル地区の指定
- 2 エコ農業からステップアップした特別栽培等の付加価値向上及び環境にやさしい農業の普及定着の強化
- (1) 能登米の付加価値向上への支援（実施主体：能登米生産者協議会）
- ・エコ農業の取組拡大に向けた生産者への啓発
  - ・消費者の理解促進のためのPR活動の実施
  - ・生さみの調査の実施にかかる指導、マニュアルの作成等
- (2) 特別栽培米の拡大に向けた推進活動及び実証ほの設置等による技術支援（県）
- (3) 消費者への理解促進、環境こだわり農産物の生産体制の強化と販路開拓支援（県）
- ・ブランド化を目指す環境こだわり農産物やその産地のイメージアップに向けた情報発信
  - ・複数品目での生産者組織の設立等による流通体制の構築、連携支援
- ◎ 事業の効果
- ① 能登地域での環境に優しい農業生産方式の定着による世界農業遺産認定の価値向上
  - ② 能登産農産物の評価向上による農家経営の安定
  - ③ 環境保全活動の定着による耕作放棄地の解消と地域の活性化
  - ④ 能登地域をモデルとした環境保全型農業の県下への波及

施策・課題の状況							
<b>施策</b>	特色ある園芸産地の育成					<b>評価</b>	A
<b>課題</b>	需要に即した競争力ある産地づくり						
	<b>指標</b>	エコ農業推進団体数				<b>単位</b>	団体
	<b>目標値</b>	<b>現状値</b>					
	平成31年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	
	35	-	3	8	19	25	

事業費						
	(単位:千円)	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
<b>事業費</b>	予算		3,000	4,200	3,000	4,005
	決算		2,166	3,391	2,940	3,838
<b>一般財源</b>	予算		3,000	4,200	3,000	4,005
	決算		2,166	3,391	2,940	3,838
<b>事業費累計</b>		0	2,166	5,557	8,497	12,335

評価		
<b>項目</b>	<b>評価</b>	<b>左記の評価の理由</b>
事業の有効性 (費用対効果の観点も含め、この事業が問題解決に役立ったか)	A	世界農業遺産に認定された能登地域を中心に、国の進めるエコ農業者の認定に加え、県独自のエコ農業推進団体の認定を推進し、JAの園芸品目の部会など6件を新たに認定した。 また、エコ農業や特別栽培の技術の導入・定着に向けた栽培実証モデルほ場の設置や、研修会を開催し、新規にエコ栽培に取り組む農業者の掘り起こしや、特別栽培へのステップアップへの支援、若手農業者や営農指導員の育成を行った。 この結果、エコ農業推進団体の認定数は25団体に拡大した。
今後の方向性 (県民のニーズ、緊急性、県関与のあり方等を踏まえ、今後どのように取り組むのか)	継続	本事業の実施により、環境保全型農業の取組は着実に増加している。 今後は、能登野菜のエコ農業化の促進や、エコ農業による能登米生産の能登全域への拡大及び特別栽培への移行などを引き続き推進し、能登地域における環境保全型農業の定着を図るとともに、これらの取組を積極的にPRし、生産者の意欲醸成、消費者への理解促進、販路拡大に努め、能登地域をモデルとした県下全域への波及を目指す。



## 事務事業シート(行政経営Cシート)

事務事業名	いしかわ地産地消ネットワーク形成事業費		事業開始年度	H17	事業終了予定年度		作組織	生産流通課			
			根拠法令	「いしかわの食と農業・農村ビジョン」				成職・氏名	主事 隅田 千晶		
			・計画等					者電話番号	076 - 225 - 1622 内線 4685		

<p>1 事業の背景・目的</p> <p>地域でとれた生産物を地域で消費する「地産地消」は、生産者と消費者との身近な関係の構築により、新鮮で安心できる食材の供給や食文化の継承が見込め、農林水産業の活性化にもつながる。</p> <p>県では「地産地消サポートデスク」の設置による相談受付、地産地消を推進する小売店や飲食店の認定、県内商工業者と農林漁業者とのマッチングなどに取り組んでおり、新たな商品開発や需要開拓につながっていることから、今後も生産・流通・販売の各々の関係者と連携し、商工業者と農林漁業者が共に活性化する取組を進めることにより、地産地消の推進に資する。</p> <p>2 事業の概要</p> <p>(1) 商工業者と連携した地産地消の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>① 地産地消サポートデスクの設置</li> <li>② 「地産地消推進協力店(小売店・飲食店)」の認定</li> <li>③ 県内版マルシェ(地産地消受注懇談会、もてなし食材食談会)の開催</li> <li>④ 産地見学ツアーの開催</li> <li>⑤ 米粉コンテストの実施</li> <li>⑥ 米粉の普及に向けたイベント出展</li> <li>⑦ 米粉の小麦粉代替利用方法等の周知(資料提供など)</li> </ul> <p>(2) 地域農業の理解と地元食材の導入促進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・食と農の見学・体験学習会等の開催</li> <li>・地域別の食農教育連絡会議及び学校給食に関する検討会の開催</li> <li>・県産食材利用促進会議の開催</li> </ul> <p>3 事業実施主体</p> <p>県。ただし、「2 事業の概要」(1)③・④は、(公財)いしかわ農業総合支援機構、(1)⑤・⑥は、石川県米粉用米等利用推進協議会。</p>	施策・課題の状況							
	施策	地産地消の推進					評価	B
	課題	地産地消の推進						
	指標	地産地消推進協力店				単位	店	
	目標値	現状値						
	平成28年度	H23	H24	H25	H26	H27		
		1,000	788	811	880	929	929	
	スーパーマーケット、直売所等の小売店 約1,000店 (平成21年経済センサス-基礎調査より)							
	事業費							
	(単位:千円)	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
事業費	予算	3,300	2,582	2,050	2,000	3,160		
	決算	3,243	2,459	1,859	1,944	3,141		
一般	予算	3,300	2,582	2,050	2,000	2,980		
財源	決算	3,243	2,459	1,859	1,944	2,970		
事業費累計		21,469	23,928	25,787	27,731	30,872		
評価								
項目	評価	左記の評価の理由						
事業の有効性 (費用対効果の観点も含め、この事業が課題解決に役立ったか)	B	<p>県産食材を利用する小売店や飲食店などを、地産地消の協力店として認定・登録するとともに、県ホームページ等で協力店についての情報を発信することにより、地産地消の推進を図った。</p> <p>また、県内の小売店・飲食店等の商工業者と農林漁業者が直接商談を行う受注懇談会を開催し、マッチングを行った。</p>						
今後の方向性 (県民ニーズ、緊急性、県関与のあり方等を踏まえ、今後どのように取り組むのか)	継続	<p>今後も来県者の増加が見込まれる中、来県者に本県の魅力ある食によるおもてなしができるよう、県内小売店・飲食店等の商工業者と農林漁業者とのマッチングを進め、食材やその加工品・料理を磨き上げることが重要である。</p> <p>このため、引き続き、サポートデスクでの相談対応や協力店の登録、受注懇談会の開催等により、地産地消を推進する。</p>						

# 事務事業シート(行政経営Cシート)

事務事業名	能登牛1000頭生産体制整備事業費	事業開始年度	H22	事業終了予定年度																			
		根拠法令	いしかわの食と農業・農村ビジョン																				
		計画等																					
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>作</td> <td>組</td> <td>織</td> <td colspan="3">生産流通課</td> </tr> <tr> <td>成</td> <td>職</td> <td>氏名</td> <td colspan="3">技師 西川 和奈</td> </tr> <tr> <td>者</td> <td>電話番号</td> <td colspan="4">076 - 225 - 1623 内線 4680</td> </tr> </table>						作	組	織	生産流通課			成	職	氏名	技師 西川 和奈			者	電話番号	076 - 225 - 1623 内線 4680			
作	組	織	生産流通課																				
成	職	氏名	技師 西川 和奈																				
者	電話番号	076 - 225 - 1623 内線 4680																					

**事業の背景・目的**  
 「能登牛」はおいしい等の肉質において一定の評価を得ているものの、市場への供給量が少なく、消費者等の需要に広えられていない。また、県内食肉専門店等では他県産のブランド牛が多くのシェアを占めており、能登牛の産地としての基盤が確立されていない。  
 そこで「能登牛」の増産及びブランド化を推進するため、「能登牛」の生産基盤の拡充及び販売促進対策に対して支援を行うとともに、北陸新幹線開業後の来県者に「おもてなしの食材」として提供するため、県内での安定供給体制の整備を図る。

**事業の概要**

項目	内容	県事業費
増産対策	1 能登牛肥育牧場整備事業 (事業実施主体:能登町、県肉用牛協会)	県外誘致企業による農場等の整備に対する助成 ・能登牧場の肥育牛増頭に要する経費の一部を助成 (54千円/頭×130頭=7,020千円) 7,020
	2 能登牛生産基盤拡充対策 (事業実施主体:県肉用牛協会)	4,200
	(1) 肥育牛増頭支援事業	肥育牛の増頭に要する経費に対する助成 (54千円/頭 × 50頭 = 2,700千円) 2,700
	(2) 繁殖雌牛増頭支援事業	繁殖雌牛の増頭に要する経費に対する助成 (100千円/頭 × 15頭 = 1,500千円) 1,500
生 産 策 技 術	1 おいしい能登牛生産技術試験	おいしい能登牛を生産する技術(オレイン酸や旨味成分の向上)の確立試験 500
	2 能登牛生産性向上対策事業	肥育素牛の損耗防止のための検査(ウイルス、血液)を実施等 453
流 通 販 売 対 策	1 県産食肉販売力強化事業 (委託先:能登牛銘柄推進協議会)	「いしかわお肉フェス2015」の開催の委託 1,100
	2 能登牛銘柄推進事業 (事業実施主体:能登牛銘柄推進協議会)	銘柄の維持管理のほか、事業推進に必要な研修会の開催、販促活動に係る経費を助成 400
	3 能登牛改良推進事業 (委託先:県肉用牛協会)	肥育農家の指導、枝肉共励会の開催等を通じた改良促進対策の実施 200
合 計		13,873

畜産業人材確保育成事業費(2,200千円)  
 畜産農家戸数の減少に対応するための担い手の確保・育成支援体制の整備  
 (委託先:石川県酪農業協同組合)  
 ・先進的又は優秀な畜産農家での実作業を通じた必要な知識・技術の習得  
 ・県内外の新規就農希望者の掘り起こしや就業準備研修等の連絡調整

施策・課題の状況						
施策	売れる畜産物づくりの推進				評価	B
課題	能登牛1000生産体制の確立					
	指標	能登牛認定頭数			単位	頭
	目標値	現状値				
	平成28年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
	1,000	604	640	707	695	672

事業費						
(単位:千円)	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	
事業費	予算	21,680	15,535	7,211	14,202	16,073
	決算	21,088	14,967	7,034	14,103	15,922
一般	予算	21,450	15,305	6,981	13,253	810
財源	決算	20,858	14,737	6,804	13,873	693
事業費累計		31,834	46,801	53,835	67,938	83,860

評価	
項目	評価
事業の有効性  (費用対効果の観点も含め、この事業が課題解決に役立ったか)	<p style="text-align: center;">左記の評価の理由</p> <p>本事業により「能登牛」の増頭を図っているところであるが、大手畜産農家の廃業により、平成27年度の能登牛認定頭数は672頭となり、前年比を23頭下回った。しかし、県外誘致企業の牛舎整備が完了したことから、約300頭の増産体制が整い、目標の達成に向けて大きく前進した。</p>
	<p>B 能登牛の増産には子牛生産から肥育出荷まで約2年半という期間を要することから、能登牛1,000頭生産目標達成のためには、今後も継続した取組が必要となる。</p>
今後の方向性  (県民ニーズ、緊急性、県関与のあり方等を踏まえ、今後どのように取り組むのか)	<p>既存農家の高齢化等による廃業や、子牛価格の高騰による増頭意欲の低下等、能登牛生産基盤の弱体化が懸念されることから、施設整備や肥育牛・繁殖牛の増頭に対する支援、県外からの畜産企業誘致等新たな担い手を確保することにより、能登牛生産基盤の維持・拡大を図るとともに、肉質の向上、新たな販売先の確保により、能登牛の安定供給及び評価の向上を目指す。</p>