

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	寺崎 信二
評価者	組織	生産流通課	職	課長	氏名	江藤 秀明

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	ブランド品目の販売額	億円	15 (R4)	15.2 (H29)	20.9 (H30)	A
施策2	良品質で売れる米づくりの推進	1等米比率	%	90 (R7)	90 (H29)	88 (H30)	B
施策3	特色ある園芸産地の育成	園芸品目の共販金額	億円	87 (R7)	74 (H29)	72 (H30)	B
施策4	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(累計)	件	16 (R7)	2 (H29)	3 (H30)	B
施策5	地産地消の推進	地産地消推進協力店	店	1,000 (H30)	787 (H29)	674 (H30)	C
施策6	売れる畜産物づくりの推進	能登牛の認定頭数	頭	1,000 (R1)	874 (H29)	1,010 (H30)	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	22.0 (H30)	21.5 (H29)	21.5 (H30)	1 ルビーロマンブランド化推進事業費	生産者	4,500	2,500	A	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	10,350	10,350	B	継続
							4 のとてまりブランド化推進事業費	協議会、県	10,000	5,000	C	継続
							5 加賀しずくブランド化推進事業費	生産者	10,700	4,500	B	継続
							6 ひやくまん穀プロモーション推進事業費	生産者	30,000	30,000	B	継続
							7 いしかわの特色ある農産物競争力強化事業費	生産者	3,500	3,000	B	廃止
	課題2 県産食材の販路の開拓・拡大	各種商談会を通じた商談成立件数	件	200 (R7)	177 (H29)	194 (H30)	1 県産食材首都圏等販路開拓推進事業費	生産者、流通関係者等	15,500	15,500	A	継続
							2 県産食材海外販路開拓推進事業費	生産者、流通関係者等	4,500	4,500	B	継続
							3 東京オリンピックを契機とした県産食材需要拡大事業	生産者、流通関係者等	2,600	2,600	B	継続
課題3 生産と流通が一体となった販路拡大	PRイベントの開催店舗数	件	20 (R1)	0 (H29)	6 (H30)	4 味の素との連携による県産食材利用促進事業	生産者、流通関係者等	1,000	1,000	B	継続	
						能登里山の食材市場流通事業費	生産者、流通関係者等	2,000	2,000	B	継続	
施策3	課題1 需要に即した競争力ある産地づくり	棚田米の作付面積	ha	100 (H30)	78 (H29)	80 (H30)	1 能登棚田米ブランド化支援事業費	生産者、JA	1,500	1,500	C	継続
		エコ農業推進団体数	団体	35 (R1)	27 (H29)	29 (H30)	2 能登のこだわり農産物生産推進事業費	生産者	2,500	2,500	B	継続
施策6	課題1 能登牛1000頭生産体制の確立	能登牛認定頭数	頭	1,000 (R1)	874 (H29)	1,010 (H30)	首都圏展開に向けた能登牛ブランド強化事業費	生産者	21,402	18,912	A	拡大

事務事業シート(行政経営Cシート)

事務事業名	ルビーロマンブランド化推進事業費	事業開始年度	H20	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2016			
		計画等				

作組	織	生産流通課			
成職	氏名	専門員 竹上 仁志			
者	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、鮮やかな赤色をしているなどの特長を有しており、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。
 その結果、市場からは高い評価を得ており、更なる生産拡大を図るために、品質向上や商品化率の向上を目指す。
 また、首都圏でのトップセールスやフェア等を通じて、高級ぶどうとしてのブランドイメージの定着を図る。

2 事業の概要

(単位:千円)

項目	事業主体	事業内容	事業費	予算額	備考
生産対策	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の取組に対する助成	1,000	500	1/2
流通対策	JA全農 いしかわ	1 PR・販売促進 (1) PR・魅力発信 ①知事トップセールスの実施(東京) ②ブランドイメージの浸透・定着に向けた試食会等の開催 (2) 基準に満たない房の活用 ①粒の基準を満たした業務用の利用促進 ②糖度の基準のみを満たした加工用の利用促進 2 生産技術対策 品質管理体制の整備(格付研修会の開催等)	8,000	4,000	1/2
合計		合計	9,000	4,500	

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	A			
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30年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
	22.0	16.0	16.2	19.6	21.5	21.5

※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26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	
事業費	予算	4,500	2,500	2,500	2,500	4,500
	決算	4,475	2,500	2,500	2,500	2,500
一般	予算	4,500	2,500	1,250	1,250	3,250
財源	決算	4,475	2,500	1,250	1,250	1,250
事業費累計		17,457	19,957	22,457	24,957	27,457

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	栽培管理講習会や現地研修会等により、適正着果の遵守等着色向上対策に取り組んだ結果、業務用や加工用を含めた商品化率は過去最高となった。 また、首都圏での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・販売促進活動により、百貨店からのリピーターが増えたという声や、メディアでの露出も多くなり、ブランドイメージが定着しつつある。 ※商品化率(うち房出荷の商品化率) H29: 80%(48%) → H30: 84%(49%)
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	シンガポールやフランスのメディアが初セリを取材する等、国外からの注目も高まってきていることから、引き続き、高級ブランドイメージの浸透・定着に向け、国内外へのPR・販売促進活動を行うとともに、商品化率の向上に向けて、栽培・品質管理の徹底を図る。

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・計画等: いしかわの食と農業・農村ビジョン2016		成職・氏名: 技師 伊達 彩香 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では県立大学や工業試験場等と連携して得られた成果をもとに、高温下でも着色が優れる栽培技術や、好適な栽培環境へ誘導するための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 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)の実施基準の検討
 ② 着色しやすい時期に栽培する新たな作型の確立
 ③ 好適な栽培環境への誘導技術の確立

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	A
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30年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	
	22.0	16.0	16.2	19.6	21.5	21.5	
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26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	
事業費	予算	7,000	6,800	6,270	6,800	6,800	
	決算	6,946	6,800	6,270	6,800	6,800	
一般	予算	7,000	0	3,135	3,400	3,400	
	決算	6,946	0	3,135	3,400	3,400	
事業費累計		14,050	20,850	27,120	33,920	40,720	
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	試験研究に継続的に取り組むことにより、着色に関するメカニズムは解明されてきており、局所冷房(スポットクーラー)を用い、果房を冷却することで、着色が促進されることが現地でも複数年次で確認され、商品化率の向上に繋がっている。 商品化率(うち房出荷の商品化率) H29: 80%(48%) → H30: 84%(49%) 販売量 H29: 21.5t → H30: 21.5t				
	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	近年の高温多雨などの気候変化により、裂果や着色不足など様々な課題が生じており、厳しい品質基準の下で商品化率の向上を図るため、引き続き、試験研究に取り組む。				

事務事業シート(行政経営Cシート)

事務事業名	エアリーフローラブランド化推進事業費	事業開始年度	H24	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2016	成職・氏名	技師 佐々木 藍美	者電話番号	076 - 225 - 1621 内線 4670

1 事業の背景・目的

平成24年春にデビューした県産フリージア「エアリーフローラ」は、これまでの主流品種にはないやわらかな色合いが特長で、石川県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。平成31年3月には、エアリーフローラシルクの最上級規格である「プレミアム」の初せりが県内市場で行われ、1本あたり1,500円の過去最高額で競り落とされた。

今後は、他県産との明確な差異を活かし、関西や首都圏の富裕層をターゲットに高級ブランドとしてのイメージを確立させる。県内においては、企業と連携したキャンペーンの実施や、Instagramによるキャンペーンなど、SNSを利用した情報発信などにより、県民に親しまれる花としてさらなる定着を図る。

栽培面では100万本出荷に向けて、水稻育苗ハウスを利用した省力的な栽培法による作付を推進し、出荷本数の増加を図る。

2 事業の概要

(1) 県内外への認知度向上
 (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

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	A
課題	県産食材の販路の開拓・拡大、ブランド化						
指標	エアリーフローラの販売本数					単位	万本
目標値	現状値						
令和8年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度		
100	26	31	33	25	30		
事業費							
(単位:千円)	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度		
事業費	11,000	7,250	7,050	10,350	10,350		
一般	10,966	7,250	7,050	10,350	10,350		
財源	8,678	3,500	3,525	6,175	6,175		
財源	8,644	3,500	3,525	6,175	6,175		
事業費累計	73,597	80,847	87,897	98,247	10,350		

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	H30年度は、昨年の大雪により、球根の数量が減少し、植付数が計画よりも減少したことや、H30.3月の高温による病害の発生などがあったものの、販売本数は昨年度を上回り、30万本台の水準に戻った。 また、県内小学校への出前教室や、大型商業施設における体験イベントなどを実施した結果、エアリーフローラの認知度が高まり、単価は過去3番目、全体の販売額は過去最高を記録した。 認知度: H29:30% → H30:59% 販売額: H29:13,472千円(単価 54.3円/本) → H30:16,616千円(単価 55.7円/本)
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	石川県を代表する花き品目として育成するために、試験研究や安定生産の確立、消費者ニーズを捉えた販売促進は重要であり、今後も継続して取り組む。 令和元年度は、認知度向上のためのプロモーション及び販売本数の増加に向けた取組に加え、新品种のデビューに向けて取り組む。

(単位:千円)

区分	事業主体	事業内容	平成30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	県外の市場関係者・生花店を対象とした産地見学会、協力生花店との連携による利用促進	2,150	2,150	県定額
生産販売振興事業	全農石川県本部	県内外の流通関係者、生花店への販路開拓	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	1,200	600	県1/2
球根生産法開発研究	県	露地の球根生産方法の確立	4,600	4,600	-
球根増殖供給事業	県	生産農家へ配布する球根の供給体制の強化	2,000	2,000	-

事務事業シート(行政経営Cシート)

事務事業名	のとてまりブランド化推進事業費	事業開始年度	H22	事業終了予定年度	
		根拠法令 ・計画等	いしかわ森林・林業・木材産業振興ビジョン2011		
作成者	組織	職・氏名	電話番号	生産流通課 技師 寺尾 万佑子 076 - 225 - 1621 内線 4670	

1 事業主旨

奥能登地域は、豊富な天然資源（広葉樹林）を有し、この資源を生かした原木生しいたけ「のとてまり」の生産が行われてきた。平成23年10月に、その中の特秀品を「のとてまり」として商標登録し、同12月に初出荷しブランド化に努めてきたところである。

初出荷以来、「のとてまり・のとてまり」マンスリー（2月の1ヶ月間）の開催による販売促進などに取り組んできたところであり、平成29年度の初競りでは、1箱17万円と過去最高額を更新するなど、ブランドイメージが定着してきている。

また、出荷量についても0.78tと過去2番目となる数量を確保したところであり、更なる生産量の拡大に向けて、ハウス内での栽培技術実証試験やハウス搬入前の原木管理方法の確立に取り組むとともに、栽培マニュアルに基づく生産技術の普及や新規生産者の確保に向けた働き掛けを行う。

また、情報発信力の高い首都圏の高級百貨店等での「のとてまり」フェアを通じて、更なる知名度の向上により、ブランドイメージの定着を図る。

2 事業の概要

項目	事業内容	事業主体	事業費 (千円)	要求額 (千円)	備考
生産対策	1 発生率向上に向けた試験 ・ハウスでの「のとてまり」発生に最適な各条件による試験 (最適温度、散水、原木の管理方法等の試験) ・「のとてまり」栽培マニュアルの整備	県	2,200	2,200	-
	2 生産技術の普及・生産者拡大に向けた取組 ・原木しいたけの生産技術講習会・巡回指導 ・新規参入の働きかけ				
PR・販売促進	1 県内での魅力発信 ・金沢市内の主要なホテルと連携した「のとてまり」マンスリーの開催	奥能登原木しいたけ活性化協議会	10,000	7,800	1/2以内 定額
	2 首都圏での販路開拓 ・百万石マルシェでの飲食店等への販路開拓 ・高級百貨店での「のとてまり」フェアの開催 ・県ゆかりの名店における「のとてまり」フェアの開催				
合計			12,200	10,000	

3 事業期間

平成22年～

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	A			
課題	県産食材の販路の開拓・拡大、ブランド化					
	指標	きのこ類の生産量(生しいたけの生産量)	単位 t			
	目標値	現状値				
	令和2年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
	1,000	632	578	484	630	576

事業費

(単位:千円)	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
事業費	4,100	3,500	5,000	5,000	10,000
一般	4,099	3,500	5,000	5,000	5,000
財源	4,100	3,500	2,500	2,400	7,400
事業費累計	4,099	3,500	2,500	2,400	2,400
事業費累計	7,399	10,899	15,899	20,899	25,899

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)	C	生産量については、11月の小雨と高温の影響に加え、記録的な暖冬により、大幅に減少したが、栽培マニュアルの改訂や栽培講習会の開催（年5回）など継続的な取組により、新規生産者が15名増加したほか、生産者の栽培技術向上に繋がっている。 <生産量> H29: 630 t → H30: 576 t 販売対策では、県内のマンスリーに加えて、首都圏での「のとてまりフェア」の開催により、県内外での認知度向上を図った。
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	生産対策においては、生産拡大や栽培技術の向上を図るため、林業普及指導員による巡回・指導の強化や新たに原木の水分量の試験等を行う。 また、販売対策では「のとてまりフェア」「のとてまりマンスリー」を継続するとともに、対象店舗の拡大によりPR・魅力発信の強化を図る。

事務事業シート(行政経営Cシート)

事務事業名 加賀しずくブランド化推進事業費	事業開始年度: H27	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2016	成 職・氏名: 主任技師 八木 亜沙美 者 電話番号: 076 - 225 - 1621 内線 4689

1 事業の背景・目的

昨年市場デビューを果たした「加賀しずく」は、初せりりで1箱10万円の最高値が付くなど、市場からは高い評価をいただいた。さらなる生産量増加に向け、栽培中の果実の糖度診断に基づく摘果技術の開発により、糖度の高い果実の安定生産に取り組む。

また、今後のブランド化に向けては、将来的な出荷量増加を見据えた取組が重要であり、全国的に梨でのブランド化の事例が少ない中、規模が小さい本県梨産地の現状を踏まえ、デビュー初期の量が少ない時期から、情報発信力の高い首都圏の有名百貨店等と連携した取組を展開することにより、川下側から早期のブランド化を図る。加えて、新たにプレミアム規格を設定し、高級ブランドのイメージ確立を図る。

あわせて県内では、引き続き試食イベント等を開催すること等により、季節の定番フルーツとしての浸

2 事業の概要 (単位:千円)

区分	事業主体	事業内容	事業費	予算額	補助率
加賀しずく ブランド化 推進事業	県	1 加賀しずくの販売計画の検討 ・販売方法の検討 ・PR方法の検討 2 高品質安定生産技術の開発 ・栽培中の果実の糖度診断に基づく摘果技術の開発	4,500	4,500	-
	全農石川県本部	出荷販売体制の整備 ・一元出荷体制の確立 ・出荷販売検討会の実施	600	300	1/2以内
	加賀しずく プロモーション 実行委員会	1 加賀しずくのPR活動支援 ・PR資材の作成 ・店頭販売に向けたPRの実施 2 ブランドイメージ確立に向けた取組 ・首都圏百貨店と連携したブランドイメージづくり ・首都圏有名洋菓子店と連携したデザート企画 ・プレミアム規格の設定 3 認知度向上に向けた取組 ・消費者向け試食イベントの開催 ・県内ホテル等でのフェアの開催	5,400	5,400	県定額
	加賀しずく 研究会	生産拡大に向けた産地活動 ・栽培技術研修会の開催	1,000	500	1/2以内
合 計			11,500	10,700	

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	A	
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30年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	
	5	2	3	4	4.4	4.9	

事業費						
(単位:千円)	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	
事業費	予算	3,500	2,550	3,500	10,700	
	決算	3,349	2,550	3,500	4,500	
一般	予算	3,500	1,275	1,750	8,450	
財源	決算	3,349	1,275	1,750	2,250	
事業費累計		3,349	5,899	9,399	13,899	

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	金沢駅やJA直売所などでの試食会やスイーツフェアの開催により、県内での認知度向上を図るとともに、情報発信力の高い首都圏の百貨店との連携やプレミアム規格の設定等により、ブランドイメージづくりに取り組んだ。 また、栽培技術研修会や栽培マニュアルに基づく技術指導等により、栽培面積が前年度から拡大するとともに、出荷量・出荷率も向上した。 ※栽培面積 H29: 4.4ha → H30: 4.9ha ※出荷量・出荷率 H29: 5.7t・73% → H30: 8.5t・83%
	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

事務事業シート(行政経営Cシート)

事務事業名 ひやくまん穀プロモーション推進事業費	事業開始年度	H28	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2016		
	計画等			

作組	織	生産流通課			
成職	氏名	主任技師 宮崎靖弘			
者電	話番	号	076	-	225
			-	1621	内線 4673

1 事業の背景・目的
 「ひやくまん穀」は、県が9年の歳月をかけて開発した、良食味で多収という優れた特徴を持つ晩生品種であり、その特徴から、主に大規模農家による作期分散とコシヒカリ以上の収益確保を目指し、普及拡大することとしている。
 本格販売2年目となるH30は、生産面積を昨年度の約3倍に拡大し、高品質な米の安定供給に向け生産者部会活動の充実を図る。また、県民の関心が高いこの機を逃さず、県内での消費定着に向けて、県下全域で積極的なプロモーション活動を展開するとともに、ひやくまん穀を高く評価してくれる中食・外食業者へのPR、販路開拓に取り組む。

2 事業の概要
 (1) ひやくまん穀の現地への普及推進に要する経費
 (2) ひやくまん穀の県内での評価定着・消費拡大に向けたPR・販売活動及び、中食・外食業者へのPR・利用提案に要する経費

(単位:千円)

区分	事業内容	事業費	予算額	補助率
県	1 現地への普及推進(JAグループと連携) ・栽培技術指導の徹底 ・普及展示ほの設置 ・栽培マニュアルの改定(栽培技術普及) 2 H29実績・評価を踏まえたPR対策の検討	1,000	1,000	-
米新品種「ひやくまん穀」普及推進委員会	1 県民が身近に感じるような様々な美食の機会の提供・PR活動の強化 2 各種イベント出展やインターネット等による情報発信 3 出荷量増加を見据えた中食・外食業者への個別セールス・試作等支援 4 生産者部会活動を通じた良質米の安定生産	29,000	29,000	定額
		30,000	30,000	

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	A			
課題	県産食材の販路の開拓・拡大、ブランド化					
	指標	米新品種「ひやくまん穀」の栽培面積	単位	ha		
	目標値	現状値				
	令和3年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
	1,300	0	5	24	253	631
事業費						
	(単位:千円)	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
事業費	予算	0	0	2,540	3,500	30,000
	決算			2,540	3,500	30,000
一般財源	予算	0	0	1,540	2,000	15,000
	決算			1,540	2,000	15,000
事業費累計		0	0	2,540	6,040	36,040
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	関係機関と連携し、生産振興(現場での栽培技術指導の徹底)と販売促進(各種イベントでの試食PRや飲食店等と連携したフェアの開催など)に一体的に取り組んだことにより、栽培面積は前年比約2.5倍、H30年度の販売額は前年同期比の約2倍で推移するなど、良好な状況となっており、一般消費者の認知度は確実に高まっている。 【作付面積】 H30: 631ha (H29: 253ha) 【生産量】 H30: 3,100t (H29: 1,300t) 【販売額】 H30: 793百万円(見込)(H29: 333百万円)				
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	生産対策として、さらなる需要拡大にあわせ作付面積を拡大するとともに、品質の向上のため、栽培技術指導に引き続き取り組む。 販売対策として、令和元年度は、一般消費者向けの試食イベントと合わせて、精米購入者を対象としたキャンペーンの実施や、中食・外食業者における利用拡大に取り組む。				

事務事業シート(行政経営Cシート)

事務事業名	いしかわの特色ある農産物競争力強化事業費	事業開始年度	H28	事業終了予定年度	H30	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2016			職・氏名	専門員 中野 久恵
						電話番号	076 - 225 - 1622 内線 4674

事業の背景・目的

本県には、多様な気候風土に生まれ、磨けば光る特色ある農産物が数多く存在している。一方、人口減少に伴い、国内の農産物市場が縮小することが予想されることから、産地間競争に打ち勝つためには、特色ある農産物のブランド化を進めることが重要である。さらに、首都圏の百貨店や飲食店等は、他店との差別化を図るため、地域に根ざした特色ある農産物に高い関心を持っている。
このため、本事業では、ブランド化に意欲ある産地の主体的な取組を支援することで、販路開拓や生産拡大を後押しし、農産物の競争力強化により農業者の所得向上を図る。

事業の概要

(1) ブランド化に意欲的な産地の取組支援

① 支援内容

- ・ブランド化に向けた取組方針の策定や販売計画の作成
- ・販路開拓に向けた市場調査や販売促進活動の取組
- ・厳格な品質基準を設けるなど、品質管理体制の整備
- ・生産拡大に向けた新規栽培者の育成 など

② 事業実施主体

- ・他産地のモデルとなる取組が行われる生産者団体や協議会
- 補助率: 1/2以内
- 補助金上限: 1産地あたり1,000千円、3年以内
- 採択件数: 3件程度

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	A		
課題	県産食材の販路の開拓・拡大、ブランド化				
指標	特色ある農産物のブランド化に取り組む産地数	単位	産地		
目標値	現状値				
平成30年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
5			3	4	5

事業費

(単位: 千円)		平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
事業費	予算	0	0	5,000	3,500	3,500
	決算			4,757	3,500	3,000
一般	予算	0	0	5,000	1,750	1,750
	決算			3,257	1,750	3,000
財源				4,757	8,257	11,257
事業費累計		0	0	4,757	8,257	11,257

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	PRイベントの開催等による販路開拓や、品質管理・生産拡大などへの積極的な支援により、ブランド化に取り組む産地数は前年度から1地域増加し、目標を達成した。 ブランド化に取り組む産地数 ～H29: 4地域 能美市、小松市(加賀丸いも)、志賀町(能登志賀ころ柿)、金沢市内(加賀れんこん)、かほく市瑞穂地区(紋平柿) H30: 5地域 能美市、小松市(加賀丸いも)、志賀町(能登志賀ころ柿)、金沢市内(加賀れんこん)、かほく市瑞穂地区(紋平柿)、かほく市高松地区(高松ぶどう)
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)	廃止	取組支援を通じて、産地自らが、首都圏のホテルや百貨店でのPR・販売促進活動や、加工品の開発に積極的に取り組んでいる。 今後、次世代のブランド化を期待できる品目については、研究機関や産地と連携し、ネクストブランド食材として育成することとし、その戦略プランを策定する事業を行うため、本事業は廃止する。

事務事業シート(行政経営Cシート)

事務事業名 県産食材首都圏等販路開拓推進事業費	事業開始年度	H28	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2016		
	計画等			

作	組	織	生産流通課		
成	職	氏名	主任技師 廣田 実央		
者	電話番号	076 - 225 - 1621 内線 4668			

1 事業の背景・目的
 情報発信力の高い首都圏の有名レストランやホテルのシェフ等に生産者自らが食材を売り込む「いしかわ百万石マルシェ」は、これまで継続して実施してきた結果、県産食材の魅力が浸透し年々受注が増加している。
 一方で、平成26年10月にオープンしたアンテナショップでは、首都圏における情報受発信拠点として、県産食材の販売のみならず、生産者等によるフェアを実施し、魅力発信に取り組んではいるものの、まだまだ県産食材の認知度は低い状況である。
 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り、引き続き、アンテナショップを核として効果的な魅力発信に取り組む。

2 事業の概要 (単位:千円)

事業区分	事業内容	H30 予算額	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	
首都圏における県産食材の販路開拓	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席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	12,000	公益財団法人いしかわ農業総合支援機構	定 額
アンテナショップを核とした県産食材の魅力発信	①アンテナショップにおける生産者等によるPRイベント及びマルシェ来場者へのフォローアップ ②首都圏イベント出展等による県産水産物のPR ③ニーズ情報の受信と産地へのフィードバック	2,300	公益財団法人いしかわ農業総合支援機構、石川県漁業協同組合、県	
合 計		15,500		

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	A		
課題	県産食材の販路の開拓・拡大				
	指標	各種商談会を通じた商談成立件数		単位	件
	目標値	現状値			
	令和7年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度
	200	121	153	161	177
		平成30年度	194		

事業費					
(単位:千円)					
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
事業費	予算	21,100	18,100	15,500	15,500
	決算	20,996	18,010	15,500	15,500
一般	予算	21,100	6,600	4,600	9,750
	決算	20,996	6,510	4,600	9,750
財源	決算	20,996	6,510	4,600	9,750
事業費累計	115,825	133,835	149,335	164,835	180,335

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; font-size: 2em; font-weight: bold;">A</p> <p>いしかわ百万石マルシェや産地交流会等の開催、ブランド食材プロデューサー(有限会社良品工房・白田典子氏)による指導・助言を踏まえ、県産食材の魅力発信に取り組んだ結果、商談成立件数は前年より増加した。 ※商談成立件数:194件(H29年度から+17件)</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 style="text-align: center; font-size: 2em; font-weight: bold;">継続</p> <p>北陸新幹線の金沢開業により首都圏での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、ブランド食材プロデューサーの指導をいただきながら、加賀しずくやひやくまん穀に加え、酒米新品種「石川酒68号」を使用した日本酒の一般販売(令和2年春)に向け、石川酒68号の効果的なプロモーションを実施していく。</p>

事務事業シート(行政経営Cシート)

事務事業名 県産食材海外販路開拓推進事業費	事業開始年度	H28	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2016		
	計画等			

作成者	組織	生産流通課			
職・氏名	主任技師 廣田 実央				
電話番号	076 - 225 - 1621 内線 4668				

1 事業の背景・目的

国内市場の縮小が見込まれている中、日本食ブーム等により、アジア諸国を中心に魅力的な市場が形成されており、農林水産物についても海外販路開拓の必要性が高まっている。

このような中、県では、本県の生産実態に合わせた海外販路開拓を行うという方針のもと、商工労働部とも連携しながら、海外でのセールス活動や、産地へのバイヤー招へい、食材提案会(台湾・シンガポール)の開催等の取組を実施してきた。

今後もこれらの取組を継続実施し、これまで構築したネットワークも活用しながら、意欲ある農林漁業者・流通業者等の海外高級レストラン等への販路開拓活動を支援することで、輸出事例の積み重ねと他者への波及を図っていく。

加えて、海外への販路開拓の効果として、県産食材の海外での魅力発信を通じたインバウンド需要の増大も期待できることから、他部局とも連携し、県内での飲食・お土産需要の拡大を通じた県産食材の消費拡大につなげる。

2 事業の内容

- ・ 商社バイヤー等への営業活動、現地ニーズの確認 ※商工労働部と連携
- ・ 商社バイヤー等産地招へい・商談会の開催 ※商工労働部と連携
- ・ 海外料理人への研修実施(料理講習会等)(台湾)
- ・ 海外販路開拓アドバイザーの設置(台湾)

3 実施主体
(公財)いしかわ農業総合支援機構(補助率:定額)

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	A
課題	県産食材の販路の開拓・拡大					
	指標	各種商談会を通じた商談成立件数			単位	件
	目標値	現状値				
	令和7年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
	200	121	153	161	177	194
事業費						
	(単位:千円)	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
事業費	予算			14,500	14,000	4,500
	決算			14,500	14,000	4,500
一般財源	予算			1,500	7,000	2,250
	決算			1,500	7,000	2,250
事業費累計			0	14,500	28,500	33,000
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	県内への商社等バイヤーの招へいや、シンガポール・台湾の百貨店・飲食店、商社など25社への営業活動により、輸出に意欲のある県内農林漁業者・流通業者(7社)の取組を後押しすることができた。 また、これまで台湾で開催した「百万石マルシェ」等を契機に構築した、現地バイヤー・シェフ等とのネットワークにより、石川フェアでの食材供給や台湾の日本料理人の研修受入など、継続した取組につながった。				
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	引き続き、商談実績を積み重ねることにより、輸出に意欲ある人の輪を拡げていくとともに、これまでに構築した現地バイヤーやシェフ等から収集した現地ニーズを農林漁業者に提供するなどのフォローアップにより、意欲ある農林漁業者等の販路開拓を支援していく。 令和元年度は、中華日式料理発展協会と連携し、会員店舗での石川フェアの開催等により、県産食材の販路拡大に取り組む。				

事務事業シート(行政経営Cシート)

事務事業名	東京オリンピック・パラリンピック大会を契機とした県産食材需要拡大事業費	事業開始年度	H30	事業終了予定年度	R2	作 組 織 生産流通課 成 職・氏名 主任技師 廣田 実央 者 電話番号 076 - 225 - 1621 内線 4668
		根拠法令 ・計画等	いしかわの食と農業・農村ビジョン2016			

1 事業の背景・目的
 2020年東京オリンピック・パラリンピック大会を契機に、多くの外国人旅行者が来日することが見込まれる。
 この機を逃さず、本県食材の魅力を国内外に発信して県産食材の需要拡大に取り組むとともに、食をきっかけとして、多くの外国人旅行者を石川へ呼び込み、インバウンド需要につなげる。

2 事業の概要
 (1) 外国人旅行者に県産食材をPR
 ・日本外国特派員協会で開催
 (外国人旅行者の情報収集源となる海外メディアを対象)

(2) いしかわ百万石マルシェを活用した首都圏での販路開拓
 ・「いしかわ食の親善大使(仮称)」制度の創設
 シェフのネットワークを活用した県産食材の利用促進等

3 事業実施期間 平成30年度～令和2年度

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	A
課題	県産食材の販路の開拓・拡大					
	指標	各種商談会を通じた商談成立件数			単位	件
	目標値	現状値				
	令和7年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
	200	121	153	161	177	194
事業費						
	(単位:千円)	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
事業費	予算					2,600
	決算					2,600
一般財源	予算					1,300
	決算					1,300
事業費累計			0	0	0	2,600
評価						
項目	評価	左記の評価の理由				
事業の有効性 <small>(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)</small>	B	日本外国特派員協会で開催した冬の県産食材をテーマとしたフェアを開催し、80人の定員を超える参加者(92名)に対して、本県食材の魅力をPRすることができた。 また、これまで「いしかわ百万石マルシェ」の開催に長年ご協力いただいていた首都圏の有名シェフ2人を「いしかわ食の親善大使」に委嘱し、有名ウェブサイトでの県産食材に係る情報発信や、首都圏レストランでの食材フェアの開催により、全体の商談成立件数が昨年度を上回るなど、本県食材の販路開拓につながっている。 【商談件数】 H29:177件 → H30:194件				
今後の方向性 <small>(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)</small>	継続	食をきっかけとして、多くの外国人旅行者を石川へ呼び込み、インバウンド需要につなげるため、引き続き、日本外国特派員協会、ルビーロマンを初めとした夏の県産食材をテーマとしたフェアを開催するとともに、県内における海外メディアの取材をコーディネートし、食材だけでなく、食文化も含めた石川の食の魅力発信に取り組む。				

事務事業シート(行政経営Cシート)

事務事業名	味の素との連携による県産食材利用促進事業費	事業開始年度	H30	事業終了予定年度	
		根拠法令			
		計画等			

作	組	織	生産流通課		
成	職・氏名	技師	伊達 彩香		
者	電話番号	076 - 225 - 1622 内線 4686			

1 事業の背景・目的

これまで、県産食材の消費拡大に向けた取り組みとしては、スーパーやホテル等事業者向けに食材のPRや販路開拓を行ってきた。

一方、共働き世代の増加や核家族化の進行など社会情勢の変化により、調理にかけられる時間が限られるため、手早く食べることができる加工食品に頼りがちになっている。

このため、生活者の食生活の課題分析や、食を通じた地域貢献に意欲的な味の素と連携し、県内生活者向けに特色ある県産食材を使った「手早く・おいしく・健康」な食生活を提案することで、県産食材の「地産地消」を推進し、産地活性化に繋げる。

2 事業の概要

(1) 味の素、生活者、小売業等で構成するワーキンググループによる地域食材を用いた新しい料理メニューの開発

(2) (1) で開発したメニューを使った県産食材・産地の情報発信、大規模PRフェアの開催

① 味の素レシピサイトや地方誌、ちらし等を使った料理メニュー発信

② 地元小売業等とのネットワークを活かした県内スーパーでの大規模PR

- ・開発したメニューを試食で提供
- ・野菜ソムリエ等を活用した料理教室

等

3 事業実施主体 公益財団法人いしかわ農業総合支援機構

4 事業実施期間 平成30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	A			
課題	県産食材の販路の開拓・拡大					
	指標	PRイベントの開催店舗数	単位	店		
	目標値	現状値				
	令和元年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
	20					6
事業費						
	(単位:千円)	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
事業費	予算					1,000
	決算					1,000
財源	予算					500
	決算					500
	事業費累計		0	0	0	1,000
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	味の素等と連携し、県産食材を使った新しい料理メニューの開発をすることができた。(H30メニュー開発数:8品目) また、開発したメニューを活用し、県内スーパー等6店舗でPRイベントを開催するなど、効果的に情報発信をすることができた。				
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	県産食材のさらなる消費拡大や地産地消を推進するため、引き続き、味の素等と連携した料理メニューの開発を行うとともに、PRイベントの内容の充実等を図り、実施店舗の拡大を図る。				

事務事業シート(行政経営Cシート)

事務事業名 能登里山の食材市場流通事業費	事業開始年度 H21	事業終了予定年度
	根拠法令・計画等 いしかわ創成総合戦略	

作	組	織	生産流通課
成	職・氏名	技師	伊達 彩香
者	電話番号	076 - 225 - 1622	内線 4686

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・中能登地域の生産者は小ロットの農産物を地元の直売所へ出荷しているが、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、農産物があっても出荷が出来ない状況にある。奥能登地域では、こうした課題を解決するため、県、奥能登の市町、JA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、中能登地域へエリアを拡大し、新規出荷者の掘り起こしや生産者への講習会を行うとともに、生産者への栽培や出荷の指導などの取組を支援する。

2 事業の概要

(単位:千円)

地域	事業主体	事業内容	H30年度予算額		補助率
			事業費	県費	
中能登地域の取組	能登里山の食材市場流通推進研究会	1 出荷体制づくり ・能登の食材市場流通研究会(仮)の開催 ・共通出荷シール作成	140	70	1/2以内
		2 出荷者の組織化と出荷量の拡大 ① 新規出荷者の掘り起こし ・地区別説明会の開催 ・パンフレットの作成や広報誌等へ取組概要等の掲載 ② 市場ニーズに基づく計画的な作付・出荷の推進 ・実需者ニーズの把握のための市場視察 ・新規取組品目研修会の開催 ③ 栽培の指導に係る専任アドバイザーの設置 ・専任アドバイザーによる栽培指導	820	460	
		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出荷講習会の開催 ② 出荷の指導に係る専任アドバイザーの設置	1,080	420	
		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	100	50	
奥能登地域の取組	奥能登農業推進協議会	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	70	35	1/2以内
		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 ・パンフレットの作成、広報誌等へ取組事例紹介等の掲載 ② 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 ③ 「顔の見える能登の食材市場流通推進協議会」部会活動への支援 ・生産者大会の開催	1,030	515	
		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出荷講習会の開催 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	100	50	
		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	800	400	
合 計			4,140	2,000	

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	A			
課題	生産と流通が一体となった販路拡大					
	指標	奥能登食材直行便による販売額	単位	千円		
	目標値	現状値				
	令和元年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
	50,000	36,464	44,690	48,886	47,863	47,267

事業費					
(単位:千円)					
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
事業費 予算	1,000	1,000	1,000	2,000	2,000
事業費 決算	1,000	1,000	1,000	2,000	2,000
一般 予算	1,000	1,000	547	1,000	1,000
財源 決算	1,000	1,000	547	1,000	1,000
事業費累計	6,500	7,500	8,500	10,500	12,500

評価	
項目	評価理由
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 市場ニーズに即した計画的な作付けの推進や栽培・出荷調製技術講習会の開催による品質向上により、市場評価が高まり、近年は、生産者も減る中、販売額を維持している。その結果、生産者の取組意欲が高まり、能登の農業活性化に繋がっている。
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、今後のように取り組むのか)	継続 奥能登地域においては、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、計画的な作付けの推進、長期安定出荷に向けた生産者グループの育成を図る。

事務事業シート(行政経営Cシート)

事務事業名	能登棚田米ブランド化支援事業費	事業開始年度	H24	事業終了予定年度	
		根拠法令 ・計画等	世界農業遺産「能登の里山里海」の活用・保全と魅力発信		

作	組	織	生産流通課		
成	職	氏名	技師 川上 郷子		
者	電話番号	076 - 225 - 1621 内線 4684			

1 事業の背景・目的

棚田は、美味しい米の生産地として知られている反面、作業効率が悪く、収量も低いことから、近年、生産農家の高齢化とも相まり、耕作放棄地化が懸念されている。
 このような状況の中、能登の里山里海が世界農業遺産に認定されたことを受け、奥能登の4JAと全農・県・市町が連携し、棚田の保全を図るため、「能登棚田米」のブランド化に取り組み、その売上の一部を棚田保全活動に活用し、棚田での農業振興と農地保全を一体的に進めることで、能登地域の農業の活性化に資する。

2 平成30年度の事業概要

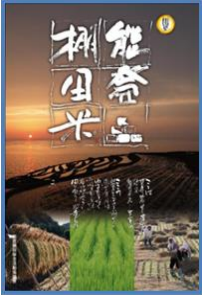
		(千円)		
事業主体	事業内容	事業費	補助金	補助率
奥能登農業推進協議会 (能登棚田保全活動協議会)	(1) 生産対策 ・ 特別栽培での品質安定及び収量の確保 ・ 取組み地区の拡大（個人から地域ぐるみへ） ・ 更なる高付加価値化に向けた新たな生産方式導入の検討 ・ 生産者組織の活動強化	3,000	1,500	1/2以内
	(2) 販売流通対策 ・ 生産者と連携した多様な販売ルートの開拓支援 ・ 棚田保全活動とタイアップしたPR活動 ・ 消費者との交流促進による新規顧客の発掘			
	(3) 棚田保全活動 ・ 保全活動実施地区の拡大 ・ ボランティアの受け入れ体制強化 ・ 協賛企業の発掘			

【参考】平成30年度の実績

- (1) 取組面積 80ha
- (2) 生産者 68名
- (3) 生産量 231t
- (4) 実施集落 1市2町 44集落
- (5) 価格 1,000円～1,300円/精米2kg



商品袋



販売促進ポスター

施策・課題の状況							
施策	特色ある園芸産地の育成				評価	B	
課題	需要に即した競争力ある産地づくり						
	指標	棚田米の生産・販売実績				単位	ha
	目標値	現状値					
	平成30年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	
	100	46	67	80	78	80	

事業費						
		平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
事業費	予算	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
	決算	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
一般財源	予算	0	0	0	0	0
	決算	0	0	0	0	0
事業費累計		4,500	6,000	7,500	9,000	10,500

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)	C	世界農業遺産ロゴマーク等を活用し、首都圏や県内でのPR活動を通じて棚田米の魅力を発信するとともに、棚田保全活動や栽培講習会を実施し、技術の向上と生産意欲の醸成を図ったほか、「いしかわGAP」取得を部会のルールとし、さらなるブランド化に取り組んだ。 取組面積は80haと、前年度から増加したものの、目標は未達成となった。

今後の方向性 (県民ニーズ、緊急性、県関与のあり方を踏まえ、今後どのように取り組むのか)	継続	生産量の増加に向け、引き続き、新規生産者の掘り起こしを行うとともに、能登棚田米の認知度向上に向けて、県内外でのPR活動を継続する。 また、棚田保全活動も継続し、消費者の里山保全意識の醸成や能登地域の農業の活性化を目指す。
---	----	---

事務事業シート(行政経営Cシート)

事務事業名	能登のこだわり農産物生産推進事業費	事業開始年度	H24	事業終了予定年度	
		根拠法令 ・計画等	持続農業法		

作	組	織	生産流通課		
成	職	氏名	主任技師 伊藤 有衣子		
者	電	話	番	号	内線
			076	-	225
			-	1622	4685

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）

- ・エコ農業の能登全域への取組拡大に向けた生産者への啓発
- ・消費者の理解促進及び販路拡大に向けたPR活動の実施
- ・能登米プレミアム（特別栽培米）の生産拡大と販売戦略

(2) 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等）
- ・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情報発信等PR活動の実施

(3) 導入が困難な地域におけるエコ栽培技術の確立（県）

- ・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) 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）

(2) 消費者への理解促進、能登の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能登の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

3 特別栽培農産物の認証による訴求力の強化

◎ 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							
施策	特色ある園芸産地の育成					評価	B
課題	需要に即した競争力ある産地づくり						
	指標	エコ農業推進団体数			単位	団体	
	目標値	現状値					
	令和元年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	
	35	19	25	26	27	29	
事業費							
(単位:千円)		平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	
事業費	予算	3,000	4,005	2,500	3,000	2,500	
	決算	2,940	3,838	2,500	3,000	2,500	
一般	予算	3,000	4,005	1,250	1,500	1,250	
財源	決算	2,940	3,838	1,250	1,500	1,250	
事業費	累計	8,497	12,335	14,835	17,835	20,335	
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	能登地域を中心に、県独自にエコ農業推進団体の認定を推進しており、生産者研修(4回)による技術導入や消費者へのPR活動等の支援により、平成30年度は新たに2団体を認定し、計29団体となった。また、エコ農業推進団体の取組面積は、前年から約7ha増の5,170haと拡大した。 平成29年度から開始した特別栽培認証制度についても、平成30年度に水稲、野菜等約430ha・65件を認証し、前年度から30ha・4件増加となるなど、環境保全型農業の取組が浸透してきている。					
	継続	能登地域における環境保全型農業の定着及び県下全域へ波及させるため、引き続き、付加価値の向上や技術導入・定着などエコ農業に向けた取組への支援を行う。					
今後の方向性 (県民のニーズ、緊急性、果実のあり方等を踏まえ、今後どのように取り組むのか)	継続	能登地域における環境保全型農業の定着及び県下全域へ波及させるため、引き続き、付加価値の向上や技術導入・定着などエコ農業に向けた取組への支援を行う。					

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	事業開始年度 H22	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2016		成 職・氏名 課長補佐 常川 久三
			者 電話番号 076 - 225 - 1623 内線 4677

事業の背景・目的
 能登牛については、これまでの増頭対策により、昨年度874頭となり、本年度、当初の目標である1,000頭を達成する見込みである。
 また、増頭対策と併せて実施してきた販売対策の効果もあり、能登牛の価格は堅調に推移しており、県内外の食肉事業者からは更なる増産の要望がある。
 このため、能登牛の需要に応じた更なる増産に取り組むとともに、これまでに一定の評価を得ている「おいしさ」、「肉質」の面においても磨きをかけて、能登牛のブランド力を更に高めていく。

事業の概要

	項 目	内 容	県事業費
生産推進対策	1 能登牛生産基盤拡充対策 (事業実施主体: 県肉用牛協会)		6,344 千円
	(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 × 11頭 = 594千円)	594
	(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 × 44頭 = 4,400千円)	4,400
	(3) 増頭基盤整備事業	既存農家による増頭のための畜舎整備に対する助成 (90千円/頭 × 15頭 = 1,350千円)	1,350
	2 繁殖雌牛増頭推進事業	一貫経営への経営転換の取り組み推進や繁殖雌牛の増頭の推進に向けた検討会の開催等	305 千円
担い手対策	1 畜産担い手育成対策事業 (県酪農業協同組合)	新規就農者の掘り起こしと、就農希望者等を対象とした研修制度の実施	759 千円
生産技術対策	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	383 千円
	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	283 千円
	3 繁殖性向上対策事業	受胎率向上に向けた農家指導の実施 超音波診断装置 一式 5,000千円	5,000 千円
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2018」の開催の委託	1,000 千円
	2 首都圏認知度向上・販路開拓事業 (事業実施主体: 能登牛銘柄推進協議会)	首都圏の有名飲食店等におけるシェフやバイヤー向けのフェアの開催や、食の専門家による能登牛のPR活動の実施	4,500 千円
	3 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、販売促進活動に係る経費を助成	225 千円
	4 能登牛改良推進事業 (委託先: 県肉用牛協会)	肉牛枝肉共励会の開催、肥育農家の指導等の実施	113 千円
	合 計		18,912 千円

施策・課題の状況							
施策	売れる畜産物づくりの推進					評価	A
課題	能登牛1000頭生産体制の確立						
指標	能登牛認定頭数					単位	頭
目標値	現状値						
令和元年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度		
1,000	695	672	930	874	1010		

事業費						
(単位: 千円)	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	
事業費	予算	35,100	41,353	11,035	24,020	21,402
	決算	43,602	15,922	11,034	23,998	18,912
一般	予算	31,551	38,203	5,518	20,032	18,120
財源	決算	43,372	13,605	5,517	20,010	15,734
事業費累計		97,437	113,359	124,393	148,391	167,303

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; font-size: 2em; margin: 0;">A</p> <p>左記の評価の理由</p> <p>本事業で継続的に実施してきた「能登牛」の増産対策により、肥育牛の増産が進み、能登牛年間1,000頭出荷を達成するとともに、PR活動の実施による消費も拡大したことから、農家の枝肉販売額も維持できている。</p> <p>販売額(出荷頭数) H29: 1,089百万円(874頭) H30: 1,257百万円(1,010頭)</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 style="text-align: center; font-size: 2em; margin: 0;">拡大</p> <p>新たな生産目標である1,500頭の達成に向け、引き続き、能登牛の安定供給や品質向上、担い手確保に取り組む。</p> <p>また、将来的な首都圏への販売を見据え、首都圏でのフェアの開催やPR活動など流通販売対策も引き続き実施する。</p>