

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	江藤 秀明
評価者	組織	農業政策課	職	課長	氏名	横山 健太郎
	組織	生産流通課	職	課長	氏名	江藤 秀明
	組織	畜産振興・防疫対策課	職	次長兼課長	氏名	櫻井 豊

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	30 (R4)	22.0 (H30)	27.0 (R1)	B
施策2	良品質で売れる米づくりの推進	1等米比率	%	90 (R7)	88 (H30)	85 (R1)	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)	72 (H30)	66 (R1)	B
施策4	企業の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)	3 (H30)	6 (R1)	B
施策5	地産地消の推進	奥能登食材直行便による販売額	千円	50,000 (R7)	47,267 (H30)	45,789 (R1)	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	1,500 (R4)	1,010 (H30)	942 (R1)	B

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 (R1)	21.5 (H30)	20.5 (R1)	1 ルビーロマンブランド化推進事業費	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
		エアリーフローラの販売本数	万本	100 (R8)	30 (H30)	30 (R1)	3 エアリーフローラブランド化推進事業費	生産者、JA	9,950	9,950	B	継続
		きのご類の生産量(生しいたけの生産量)	t	1,000 (R2)	554 (H30)	447 (R1)	4 のとてまりブランド化推進事業費	協議会、県	5,000	5,000	C	継続
		加賀しづくの栽培面積	ha	5 (R1)	4.9 (H30)	5.0 (R1)	5 加賀しづくブランド化推進事業費	生産者	4,500	4,500	B	継続
		米新品種「ひやくまん穀」の栽培面積	ha	1,300 (R3)	631 (H30)	1,070 (R1)	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
		米新品種「石川酒68号」の栽培面積	ha	50 (R3)	5.5 (H30)	12.0 (R1)	7 大吟醸用酒米新品種ブランド化推進事業費	生産者	3,000	3,000	B	拡大
		ブランド化戦略プランの策定数	-	1 (R1)	- (H30)	1.0 (R1)	8 いしかわネクストブランド食材育成事業	生産者、流通関係者等	1,000	1,000	B	統合
	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)	194 (H30)	181 (R1)	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	16,300	B	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	3,800	B	見直し
3 海外メディアに向けた食文化魅力発信事業							生産者、流通関係者等	7,600	5,920	B	統合	
	PRイベントの開催店舗数	件	20 (R1)	6 (H30)	29 (R1)	4 企業連携による県産食材利用促進事業費	生産者、流通関係者等	1,000	1,000	A	継続	
課題3 生産と流通が一体となった販路拡大	奥能登食材直行便による販売額	千円	50,000 (R7)	47,267 (H30)	45,789 (R1)	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	1,000	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 (R1)	80 (H30)	76 (R1)	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	統合
		エコ農業推進団体数	団体	35 (R1)	29 (H30)	30 (R1)	2 能登のこだわり農産物生産推進事業費	生産者	2,000	2,000	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	1,500 (R4)	1,010 (H30)	942 (R1)	能登牛ブランド力強化事業費	生産者	33,600	29,492	B	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		作 組 織 農業政策課
		根拠法令・計画等	いしかわの食と農業・農村ビジョン2016			
						者 電話番号 076 - 225 - 1624 内線 4622

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ブランド化を進めてきた。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

区分	事業主体	事業内容	事業費	予算額	国庫補助率
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首都圏百貨店でのフェアの開催 伊勢丹新宿本店、三越銀座店・日本橋本店 (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 出荷販売体制の整備 格付研修会の開催等による検査体制の強化	4,000	2,000	1/2
生産対策	ルビーロマン 研究会	商品化率向上のための栽培講習会の開催(年2回) 日射量測定ソフトを活用した着色促進技術の導入	1,000	500	1/2
合計		合計	5,000	2,500	

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					
	令和元年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
	22.0	16.2	19.6	21.5	21.5	20.5
※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27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	
事業費	予算	2,500	2,500	2,500	4,500	2,500
	決算	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
一般	予算	2,500	1,250	1,250	3,250	1,250
	決算	2,500	1,250	1,250	1,250	1,250
財源	決算	2,500	1,250	1,250	1,250	1,250
事業費累計		19,957	22,457	24,957	27,457	29,957
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	記録的な猛暑の影響により、商品化率及び販売量が減少したものの、出荷基準の遵守を徹底し品質維持に努めた結果、市場評価は高く、平均単価も高い水準となった。また、首都圏百貨店でのフェア開催や、積極的なメディア露出により、ブランドイメージの定着に寄与した。 ※商品化率(うち房出荷の商品化率)及び市場平均単価 H30: 84%(49%)→R1: 82%(43%) H30: 8,781円/kg→R1: 11,218円/kg(128%)				
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	商品化率の向上を目指し、栽培・品質管理の徹底を図るとともに、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。				

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	
	根拠法令 ・計画等	いしかわの食と農業・農村ビジョン2016

作組	織	生産流通課
成職	氏名	主任技師 金曾 正秋
者	電話番号	076 - 225 - 1621 内線 4684

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、優れた特長を有しており、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)による果房冷却法の確立
 ② 着色しやすい時期に栽培する新たな作型の確立
 ③ 冷涼な地域での栽培適応性の研究

3 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					
	令和元年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	
	22.0	16.2	19.6	21.5	21.5	20.5	
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27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	
事業費	予算	6,800	6,270	6,800	6,800	6,800	
	決算	6,800	6,270	6,800	6,800	6,800	
一般	予算	0	3,135	3,400	3,400	3,400	
	決算	0	3,135	3,400	3,400	3,400	
財源	決算	0	3,135	3,400	3,400	3,400	
事業費累計		20,850	27,120	33,920	40,720	47,520	
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	記録的な猛暑の影響により商品化率は低下したものの、着色に関するメカニズムは解明されてきており、局所冷房を用いることで着色が促進されるなど、着色向上技術の確立に向かっている。 また、冷涼な地域における栽培適応性の研究では、着色に日数を要する等の課題はあるものの、着色は比較的良好であることが判明している。 ※商品化率(うち房出荷の商品化率) H30: 84%(49%)→R1: 82%(43%)					
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	これまでの研究から確実に着色向上技術は向上してきているが、想定を上回る高温等の異常気象条件下では、温度管理だけで対応はできないため、着果量の制限などを組み合わせた形で試験研究を継続し、商品化率向上を図っていく。					

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 農業政策課
	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・田端 杏子 者電話番号 076 - 225 - 1624 内線 4622

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、企業と連携した若年層へのPRや、インスタグラム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、水稲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。

また、新品種のデビューに向けて取り組む。

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

(単位:千円)

区分	事業主体	事業内容	令和元年度		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(年2回)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(R2配布量:31万球)	1,600	1,600	-

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	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27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	
100	31	33	25	30	30	

事業費					
(単位:千円)	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
事業費	7,250	7,050	10,350	10,350	9,950
一般	3,500	3,525	6,175	6,175	5,775
財源	3,500	3,525	6,175	6,175	5,775
事業費累計	80,847	87,897	98,247	108,597	118,547

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	新型コロナウイルスによるイベント中止・縮小の影響で、全国的に花きの需要が減少した状況下ではあったが、家庭消費を喚起するため、アレンジメント展示やSNSを活用したプレゼントキャンペーンなどの積極的な販促活動に取り組んだ結果、販売本数は昨年並の30万本を維持することができた。
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	市場の需要に確実に対応するため、試験研究や安定生産の確立に継続して取り組む。販売面では、「県民に愛される花」としての地位を確立するため、イベントを活用して認知度向上を目指すほか、今後の生産拡大を見据え、県外への販路開拓も行う。

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	農業政策課ブランド戦略推進室	
	職・氏名	技師 坪池 泰生	
	電話番号	076 - 225 - 1614	内線 4624

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115」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115」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30年12月の初競りでは、最高価格が1箱20万円となるなど、ブランドイメージが定着してきている。

平成30年度は生産者は増加したものの、暖冬等の影響によりしいたけの成長が早まり、のとてまりの規格を満たす大きさに成長する前に出荷されたことなどから、出荷量が前年度を下回ったところである。今後は、更なる生産量の拡大に向けて、散水機を用いた散水試験の実証と新たに原木の水分量の試験等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	1,100	1,100	—
	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	奥能登原木しいたけ活性化協議会	5,000	3,900	1/2以内 定額
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 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			6,100	5,000	

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	C			
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27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
	1,000	578	484	630	554	447

事業費						
(単位:千円)	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	
事業費	予算	3,500	5,000	5,000	10,000	5,000
	決算	3,500	5,000	5,000	5,000	5,000
一般財源	予算	3,500	2,500	2,400	7,400	2,400
	決算	3,500	2,500	2,400	2,400	2,400
事業費累計		10,899	15,899	20,899	25,899	30,899

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)	<p style="font-size: 2em; font-weight: bold; margin-left: 10px;">C</p> <p>生産対策については、林業普及指導員による生産者への巡回指導や講習会(年4回)を開催した結果、新規生産者が3名増加したほか、生産者の栽培技術向上に繋がった。しかし、記録的な暖冬の影響により傘の開きが早くなり、のとてまりの規格を満たさないものが多く出荷されたことや、ほだ木の乾燥によりしいたけの芽が成長途中で衰弱したものが多くあったこと等から出荷量は前年を下回った。販売対策では、県内飲食店での「グルメリー」(26店舗で実施)、首都圏での「のとてまりフェア」(6社7店舗で実施)の開催により、県内外での認知度向上を図った。</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)	<p style="font-size: 2em; font-weight: bold; margin-left: 10px;">継続</p> <p>生産対策においては、生産技術の普及・生産者拡大のため、林業普及指導員による巡回・指導や、新規生産者の掘り起こしを継続する。さらに、生産拡大のため、積算温度や水分量等ののとてまりの成長に必要な条件の実証や、生産者が栽培時に散水回数・量の目安とする指標の検証を行う。 また、販売対策では認知度とブランドイメージの定着を図るため、「グルメリー」「のとてまりフェア」を継続する。</p>

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	
	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	農業政策課ブランド戦略推進室			
成職	氏名	技師 坪池 泰生			
者電	話番号	076 - 225 - 1614 内線 4624			

1 事業の背景・目的

平成29年に市場デビューを果たした「加賀しずく」は、初せりで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透・定着を図る。

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	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 ・摘果技術の開発	500	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 ブランドイメージ確立に向けた取組み ・三越伊勢丹や首都圏有名洋菓子店と連携したブランドイメージづくり ・食の親善大使の店でのオリジナルメニューの提供 2 認知度向上に向けた取組み ・消費者向け試食イベントの開催 ・県内洋菓子店等でのスイーツフェアの開催 ・県内料亭やホテルへのセールス	3,200	3,200	県定額
	加賀しずく 研究会	・栽培講習会の開催及び栽培マニュアルの改訂	1,000	500	1/2 以内
合 計			5,300	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	B			
課題	県産食材の販路の開拓・拡大、ブランド化					
指標	加賀しずくの栽培面積	単位	ha			
目標値	現状値					
令和元年	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	
	5	3	4	4.4	4.9	5.0

事業費

(単位:千円)	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
事業費 予算	3,500	2,550	3,500	10,700	4,500
事業費 決算	3,349	2,550	3,500	4,500	4,500
一般 予算	3,500	1,275	1,750	8,450	2,250
財源 決算	3,349	1,275	1,750	2,250	2,250
事業費累計	3,349	5,899	9,399	13,899	18,399

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が向上しているほか、情報発信力の高い首都圏の百貨店との連携により、ブランドイメージづくりに取り組んだ。 また、記録的な高温による出荷率の低下によって多く発生した規格外品を利用して商品開発を行い、シーズン以外でも県内PRを行うことができた。 ※出荷量・出荷率 H30: 8.5t・83% → R1: 14t・68%
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	県民への認知度をより一層高め、季節の定番フルーツとして浸透を図るため、引き続き県内でのプロモーション活動を行うとともに首都圏の百貨店と連携した取組を進める。 また、出荷率の向上を図るため、農家への摘果指導を行う。

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・計画等	いしかわの食と農業・農村ビジョン2016		

作組	織	農業政策課ブランド戦略推進室
成職	氏名	専門員 有手友嗣
者	電話番号	076 - 225 - 1614 内線 4630

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3年目となる令和元年度は、栽培面積を昨年度の約2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・外食業者への利用提案、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
- (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

(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 H30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 生産者部会活動を通じた良質米の安定生産 県下のほ場巡回・意見交換会、栽培講習会、先進地視察等 2 県民に愛着を持ってもらうためのプロモーション活動の実施 3 実際に口にしてもらうとともに、新たな顧客を獲得するための試食・販売会の実施 4 専用ウェブサイトやSNSを活用した情報発信 5 中食・外食業者への利用促進 利用提案・求評会の実施、サンプル提供、継続利用推進、販促グッズ制作	29,000	29,000	定額
		30,000	30,000	

施策・課題の状況						
施策	県産農林水産物の販路のブランド化、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27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
	1,300	5	24	253	631	1,070

事業費						
	(単位:千円)	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
事業費	予算		2,540	3,000	30,000	30,000
	決算		2,540	3,000	30,000	30,000
一般財源	予算		2,000	1,500	15,000	15,000
	決算		1,540	1,500	15,000	15,000
事業費累計			2,540	5,540	35,540	65,540

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	関係機関と連携して、現場での栽培技術指導の徹底などによる生産振興と、各種プロモーション活動や情報発信などによる需要拡大に取り組んだことにより、栽培面積、販売金額ともに前年比1.7倍となり、中食・外食業者の取扱店舗が10倍となるなど、県内での消費定着に向けて順調に経過している。 【作付面積】R1:1,070 ha(H30:631 ha) 【生産量】 R1:5,769 t(H30:3,100 t) 【販売額】 R1:1,335百万円(見込)(H30:793百万円)
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	需要の増加に合わせて目標とする面積を1300ha(R3)から1700ha(R4)に拡大するとともに、引き続き栽培技術指導の徹底に努め、品質の向上に取り組む。 販売対策については、引き続き県下全域で新米発売に合わせたキャンペーンや中食・外食業者における利用拡大に取り組むとともに、ひやくまん穀の特性を高く評価してくれる県外の中食・外食業者へのPRにも取り組む。

事務事業シート(行政経営Cシート)

事務事業名 大吟醸用酒米新品種ブランド化推進事業	事業開始年度	R1	事業終了予定年度		作 組 織 農業政策課 成 職・氏名 主任主事 中村 隆志 者 電話番号 076 - 225 - 1614 内線 4630
	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

石川酒68号は、県が11年の歳月をかけて開発した、大吟醸酒に適した特徴を持つ晩生(おくて)の酒米新品種であり、平成30、31年の栽培及び醸造の実証を経て、令和2年春には日本酒の一般販売を開始する予定である。

今後、新品種の特徴を踏まえた具体的な酒米生産と日本酒の販売方法を検討するとともに、需要に応じた生産体制を構築するため、県やJA全農いしかわ、酒造組合連合会等で構成する石川酒68号プロモーション委員会(仮称)を設立し、酒米新品種の生産振興はもとより、PR活動や愛称募集を実施する。

2 事業の概要

- (1) 石川酒68号の県内農家への普及推進
- (2) 石川酒68号の生産拡大方針及び日本酒の販売方針の検討、PR活動

(単位:千円)

区分	事業主体	事業内容	令和元年度要求		補助率
			事業費	予算額	
県オリジナル酒米新品種普及推進事業費	県	現地への普及推進(JAグループと連携) 1 栽培指導の徹底 2 現地実証ほの設置・調査 3 需要に対応した作付計画の検討	1,000	1,000	—
	石川酒68号プロモーション委員会(仮称)	酒米の生産振興対策 1 県と連携した技術指導 2 栽培マニュアルの作成 3 栽培講習会の開催 4 生産拡大方針の検討 日本酒のPR・販売対策 1 PRを兼ねた酒米の愛称の公募 2 新品種の特徴を生かした日本酒の販売方針の検討 3 イベント等を通じたPRによる需要の掘り起こしと評価の確認	2,000	2,000	県定額
合 計			3,000	3,000	

施策・課題の状況

施策	ニーズの変化に対応した生産・販路の拡大と海外展開	評価	B		
課題	需要者のニーズに対応した生産・販路の拡大				
指標	米新品種「石川酒68号」の栽培面積	単位	ha		
目標値	現状値				
令和3年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
50.0	0.2	1.0	1.3	5.5	12.0

事業費

(単位:千円)	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
事業費 予算	0	0	0	0	3,000
事業費 決算					3,000
一般 予算	0	0	0	0	1,500
財源 決算					1,500
事業費累計	0	0	0	0	3,000

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	生産面では、関係機関と連携して、現場での栽培技術指導の徹底などによる生産振興に取り組むとともに、栽培マニュアルを策定したことにより、栽培面積の増加(H30: 5.5ha→R1: 12ha)につながった。 PR・販売対策では、県内酒販店で試飲会を開催するなど、積極的にPRを行ったほか、愛称の公募(応募総数約3,000件)・決定やロゴマークの制作を行い、「百万石乃白」使った日本酒の本格デビューに備えることができた。
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)	拡大	「百万石乃白」を使った日本酒のデビュープロモーションとして、飲食店と連携し、食と日本酒のペアリングイベントなどを実施するとともに、生産面においても、更なる品質向上に向けた栽培技術指導を実施し、「百万石乃白」のブランド化を図る。

事務事業シート(行政経営Cシート)

事務事業名 いしかわネクストブランド食材育成事業	事業開始年度	R1	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2016		

作成者	組織	農業政策課							
	職・氏名	主幹 小森 明子							
	電話番号	076 - 225 - 1614 内線 4648							

1 事業の背景・目的
 石川県には、ルビーロマンをはじめ、量は多くないが、他にはない優れた特長を有する食材が豊富にある。また、近年、量より質の良い食材が求められるなど消費者ニーズが多様化する中、本県が全国に誇るブランド食材に対する市場の評価も高まっており、まさに「少量多品種」を特長とする石川県に好機が訪れている。
 ブランド7品目に続くブランド化が期待できる食材を、ブランド予備軍（ネクストブランド食材）として位置づけ、付加価値向上に向けた方策を検討する。

ブランド7品目：ルビーロマン、エアリーフローラ、能登牛、加賀しずく、のとてまり、能登とり貝、ひやくまん穀

2 事業の概要
 商品開発、販売等の専門家からなる石川県ブランド化推進検討委員会により
 ・各食材の特長、課題などを検証の上、ネクストブランド食材を選定
 ・ネクストブランド食材の付加価値向上に向けた基本的考え方、具体的な対応方針を取りまとめる。

3 事業実施主体 県

4 事業実施期間 令和元年度～

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	B			
課題	県産食材の販路の開拓・拡大、ブランド化					
	指標	ブランド化戦略プランの策定数		単位		
	目標値	現状値				
	令和元年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
	1					1
事業費						
	(単位:千円)	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
事業費	予算	0	0	0	0	1,000
	決算					1,000
一般財源	予算	0	0	0	0	500
	決算					500
事業費累計		0	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、この事業が課題解決に役立ったか)	B	石川県ブランド化推進検討委員会での市場データ等の分析や、バイヤー、デザイナー等専門家からの意見聴取を踏まえ、石川にしかない強み(料理や和菓子等の伝統文化・醸造等の技術)を活かしたネクストブランド食材の付加価値向上に向けた方策をとりまとめた。 ※ネクストブランド食材:能登大納言、ころ柿、兼六、加賀れんこん、丸いも				
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	R2年度からは、「いしかわ百万石食材ブランド化推進事業」に統合し、ブランド化条例(R2.3月制定)の基本理念のもとに、総合的にいしかわ百万石食材のブランド化を推進していく。				

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	H21	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2016		

作	組	織	農業政策課		
成	職・氏名	主幹 松原 幸佳			
者	電話番号	076 - 225 - 1614 内線 4623			

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いくもの、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	R1 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(良品工房・白田氏) 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販路開拓	①いしかわ百万石マルシェの開催(年2回) ②産地交流会の実施(年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(年2回) 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(1名)の設置	12,000	公益財団法人いしかわ農業総合支援機構	
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、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	B			
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27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
	200	153	161	177	194	181

事業費						
(単位:千円)	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	
事業費	予算	18,100	15,500	15,500	15,500	15,500
	決算	18,010	15,500	15,500	15,500	16,300
一般	予算	6,600	4,600	9,750	9,750	9,750
財源	決算	6,510	4,600	9,750	9,750	9,870
事業費累計		133,835	149,335	164,835	180,335	196,635

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 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(白田典子氏)による指導・助言を踏まえた県産食材の魅力発信に取り組むことで、181件の商談成立につながった。 マルシェ来場者数:のべ483人 産地交流会参加者数:のべ29人
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、県産食材の販路拡大を図るため、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する。 また、加賀しずくやひやくまん穀に加え、酒米新品種「百万石乃白」を使用した日本酒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)

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		作 組 織	農業政策課
	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	主幹 松原 幸佳
					者 電話番号	076 - 225 - 1614 内線 4623

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)
- ・ 中華日式料理発展協会と連携した取組の強化(台湾)
 総会での食品展示やプレゼンテーションにより、会員店舗での石川フェアの開催や県産食材の採用の働きかけ

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	B
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27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	
200	153	161	177	194	181	
事業費						
(単位:千円)	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	
事業費 予算	0	14,500	14,000	4,500	4,500	
事業費 決算		14,500	14,000	4,500	3,800	
一般 予算	0	1,500	7,000	2,250	2,250	
財源 決算		1,500	7,000	2,250	1,900	
事業費累計	0	14,500	28,500	33,000	36,800	
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	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22社への営業活動、ビジネス商談会での県産食材PRの実施により、輸出に意欲のある県内農林漁業者・流通業者(6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れなどの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)	見直し	引き続き、商談実績を積み重ねることにより、輸出に意欲ある農林漁業者の輪を拡げていく。また、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する。 また、R2年度からは、「海外メディアに向けた食文化魅力発信事業」を統合し、海外での魅力発信を通じたインバウンド需要の増大も一体的に行う。				

事務事業シート(行政経営Cシート)

事務事業名 海外メディアに向けた食文化魅力発信事業	事業開始年度	H30	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2016		
				作 組 織 農業政策課
				職・氏名 主幹 松原 幸佳
				者 電話番号 076 - 225 - 1614 内線 4623

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) 食文化魅力発信フェアの開催
 時期：夏頃（1回）
 場所：日本外国特派員協会
 対象：海外メディア等 80人程度
 内容：他部局とも連携し、食材、里山里海、伝統的工芸品、観光誘客など総合的に魅力発信

- ① 県産食材やスローツーリズム、世界農業遺産等を紹介
- ② 県産食材を使用した料理や酒の提供&歓談
- ③ 出席者参加型のイベント
(石川県を体感できるような内容：茶会、和菓子作り等)

(2) 海外メディアの取材をコーディネート
 時期：随時（延べ4回程度）
 場所：石川県内
 対象：食に関心の高い海外メディア等 延べ30名程度
 内容：県産食材などの魅力発信に繋がる取材を支援

- ① ルビーロマンなど石川県ならではの食材の取材
- ② それらを育む石川県の自然や文化等の取材

3 事業実施期間 平成30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	B			
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27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
	200	153	161	177	194	181
事業費						
	(単位:千円)	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
事業費	予算	0	0	0	2,600	7,600
	決算				2,600	5,920
一般	予算	0	0	0	1,300	3,800
財源	決算				2,600	2,960
事業費	累計	0	0	0	2,600	8,520
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	日本外国特派員協会で夏の県産食材をテーマとしたフェアを開催し、参加者84人に対して本県食材の魅力をPRすることができた。 また、海外メディア関係者に本県ならではの食材や自然、文化等の取材を支援したことで、ギリシャ日刊紙や新月通信、Webニュース等で紹介され、県産食材の魅力発信につながった。				
今後の方向性 (県民のニーズ、緊急性、果開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	本事業による県産食材の魅力発信により、食をきっかけとしたインバウンド需要の喚起に一定の成果をあげることができた。 R2年度からは、「県産食材海外販路開拓推進事業」に統合し、海外での魅力発信を通じたインバウンド需要の増大と意欲ある農林漁業者等の販路開拓支援を一体的に行う。				

事務事業シート(行政経営Cシート)

事務事業名 企業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	専門員 松井 百代		
者	電話番号	076 - 225 - 1621 内線 4670			

1 事業の背景・目的

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他県での食を通じた地域貢献に意欲的な味の素(株)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。

※これまで、県産食材の消費拡大に向けた取組として、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が、対象をさらに拡大し、直接、県内生活者向け効果的な県産食材のPRを行うことで家庭での消費拡大を促す。

2 事業の概要

県産食材の消費拡大について、味の素と連携することにより、効果的に新たな料理メニューを開発し、県内の生活者に直接、情報発信することで家庭での地産地消を促す。

(1) 味の素と連携し、地域食材を用いた新しい料理メニューの開発

(2) 県産食材・産地の情報発信、大規模PRフェアの開催、バイヤーを対象とした販促活動の実施

① 味の素レシピサイトへの掲載、農林漁業まつり出店ブースでの県産食材レシピ紹介・試食

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県産食材フェアの開催

③ 味の素商品商談会におけるバイヤーへの県産食材販促活動の実施

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27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
	20				6	29
事業費						
	(単位:千円)	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
事業費	予算	0	0	0	1,000	1,000
	決算				1,000	1,000
一般	予算	0	0	0	500	500
財源	決算				500	500
事業費累計		0	0	0	1,000	2,000
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)	A	味の素との連携により、県産食材を使った新しい料理メニュー6品目を開発するとともに、それらを活用し、県内スーパー等29店舗でPRイベントを開催するなど、効果的な販促活動を通じた県産食材の「地産地消」を図ることができた。			
	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	令和7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	いしかわ創生総合戦略

作組	織	生産流通課
成職	氏名	専門員 松井 百代
者	電話番号	076 - 225 - 1621 内線 4670

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が高まっている一方で、奥能登・中能登地域では、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にもかかわらず、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、H29から中能登地域へエリアを拡大し、引き続き、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)

事業主体	事業内容	R元年度予算額		補助率
		事業費	県費	
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み概要等の掲載 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、広報誌等へ取組み事例紹介等の掲載 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	B
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7年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
	50,000	44,690	48,886	47,863	47,267	45,789

事業費						
(単位:千円)	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	
事業費	予算	1,000	1,000	2,000	2,000	2,000
	決算	1,000	1,000	2,000	2,000	2,000
一般	予算	1,000	547	1,000	1,000	1,000
	決算	1,000	547	1,000	1,000	1,000
財源	決算	1,000	547	1,000	1,000	1,000
事業費累計		7,500	8,500	10,500	12,500	14,500

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)	B 左記の評価の理由 市場ニーズに即した計画的な作付けの推進や栽培・出荷調整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、生産者が減少傾向にある中で、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、今後どのように取り組むのか)	継続 市場の売れ筋商品等の情報を定期的に生産者へメール配信し、市場ニーズに基づく計画的な作付・出荷の推進を図るとともに、新規生産者の掘り起こし、魅力ある食材の発掘など、引き続き生産者支援を行っていく。

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	

作成者	組織	農業政策課
	職・氏名	主幹 小森 明子
	電話番号	076 - 225 - 1614 内線 4648

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3JA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 令和元年度の事業概要

(千円)

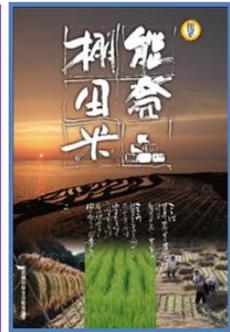
事業主体	事業内容	事業費	補助金	補助率
奥能登農業推進協議会 (能登棚田保全活動協議会)	(1)生産対策 ・特別栽培での品質安定及び収量の確保 ・取組み地区の拡大(個人から地域ぐるみへ) ・更なる高付加価値化に向けた新たな生産方式導入の検討 ・生産者組織の活動強化 (2)販売流通対策 ・生産者と連携した多様な販売ルートの開拓支援 ・棚田保全活動とタイアップしたPR活動 ・消費者との交流促進による新規顧客の発掘 (3)棚田保全活動 ・保全活動実施地区の拡大 ・ボランティアの受け入れ体制強化 ・協賛企業の発掘	3,020	1,500	1/2以内

【参考】令和元年度の実績

- (1) 取組面積 76ha
- (2) 生産者 60名
- (3) 生産量 215t
- (4) 実施集落 2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				
	令和元年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
	100	67	80	78	80	76

事業費					
(単位:千円)	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
事業費 予算	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
事業費 決算	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
一般 予算	0	0	0	0	0
財源 決算	0	0	0	0	0
事業費累計	6,000	7,500	9,000	10,500	12,000

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)	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。 生産者の高齢化による離農等で、取組面積は76haと目標未達成となったが、事業開始年度の約2.8倍に増加した。

今後の方向性(県民ニーズ、緊急性、県関与のあり方を踏まえ、今後どのように取り組むのか)	統合	本事業により、棚田における農業振興と農地保全を一体的に進めてきたことで、奥能登地域の農業の活性化に一定の成果をあげることができた。 令和2年度からは、「いしかわ百万石食材ブランド化推進事業」に統合し、能登棚田米を魅力あるブランド米として磨き上げていく。
---	----	---

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		

作成者	組織	生産流通課			
	職・氏名	技師 連 秀馬			
	電話番号	076 - 225 - 1622 内線 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、特別栽培等環境にやさしい農業の推進
 - (1) エコ栽培、特別栽培モデル地区の指定による技術支援
 - (2) 特別栽培農産物の認証
- 2 能登地域の環境にやさしい農業、農産物のPRと販路開拓
 - (1) 環境にやさしい農業の消費者への理解促進、普及定着の強化
 - ・環境にやさしい農業や農産物、その産地のイメージアップに向けた情報発信
 - (2) 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
 - (3) 能登野菜のエコ農業化に向けた技術導入・定着への支援と付加価値向上への支援（実施主体：能登野菜振興協議会）
 - ・エコ農業定着への支援
 - ・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

◎ 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27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
	35	25	26	27	29	30
事業費						
(単位:千円)		平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
事業費	予算	4,005	2,500	3,000	2,500	2,000
	決算	3,838	2,500	3,000	2,500	2,000
一般	予算	4,005	1,250	1,500	1,250	1,000
財源	決算	3,838	1,250	1,500	1,250	1,000
	事業費累計	12,335	14,835	17,835	20,335	22,335
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、技術導入や消費者へのPR活動等の支援により、令和元年度は新たに1団体を認定し、計30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99ha増の5,269haと拡大した。 また、特別栽培認証制度の普及や情報発信等により、特別栽培の取組面積も1,491haと、前年度から23ha増加しており、県内において環境保全型農業の取組が浸透してきている。				
今後の方向性 (県民のニーズ、緊急性、果開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	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・定着など環境保全型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 能登牛ブランド力強化事業費	事業開始年度 H22	事業終了予定年度	組織 畜産振興・防疫対策課 職・氏名 主幹 上田 泰明 電話番号 076 - 225 - 1623 内線 4710
	根拠法令・計画等	いしかわの食と農業・農村ビジョン2016	

事業の背景・目的

能登牛は、平成30年度、目標である1000頭を達成し、現在は、生産拡大に加え、首都圏への出荷を見据え、ブランド価値を高めていく段階である。
 しかし、全国で多くの銘柄牛がしのぎを削る中、能登牛の全国的な知名度はまだ低い。
 そこで、他産地に負けない銘柄牛として知名度を高めるため、更なる増産を図るとともに、情報発信力の高い首都圏でのPR戦略を進めていく。

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)		15,982 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 × 208頭 = 11,232千円)	11,232
	(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 × 34頭 = 3,400千円)	3,400
	(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
生産 技 術 対 策	2 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	1,200 千円
	能登牛品質向上対策事業 (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	374 千円
	(2) 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
流 通 販 売 対 策	(3) 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
	能登牛流通販売対策事業 (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)	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開催や、食の専門家による能登牛のPR活動の実施	5,000 千円
	(事業実施主体:能登牛銘柄推進協議会)	能登牛1000頭達成記念行事の開催	6,300 千円
	(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、販売促進活動に係る経費を助成	240 千円
合 計			29,492 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	B
課題	能登牛1500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4年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度
平成30年度	令和元年度		
1,500	672	930	874
	1010	942	

事業費

	(単位:千円)	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
事業費	予算	41,353	11,035	24,020	21,402	33,600
	決算	15,922	11,034	23,998	18,912	29,492
一般財源	予算	38,203	5,518	20,032	18,120	27,611
	決算	13,605	5,517	20,010	15,734	23,552
事業費累計		113,359	124,393	148,391	167,303	196,795

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	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、着実に肥育牛の増産が進み、首都圏でのフェア開催などのPR活動により消費も拡大していたが、年度末、新型コロナウイルス感染症拡大による消費低迷により、枝肉価格が下落し、出荷を先送りしたことにより、出荷頭数は前年度を下回る結果となった。 枝肉価格の下落状況 4月～1月平均：2,599円/kg (前年同期比約105%) 2～3月平均：2,165千円/kg (" 約85%)
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)	拡大	1,500頭出荷の達成に向け、肥育牛・繁殖雌牛の増頭や施設整備に対する支援を通じ、能登牛生産基盤の拡大を図るとともに、品質向上に向けた技術試験や担い手確保に取り組む。 また、将来的な首都圏への販売を見据え、首都圏でのフェア開催などのPR活動など流通販売対策も引き続き実施する。