

事務事業マネジメントシート（平成30年度実施分）

事業区分 重点

事業名	市内産農畜産物6次産業化推進事業	
所管課	農林水産局総務農林部農業振興課	事業を始めた理由(きっかけ)は何か 学校給食用に生産した玉ねぎの規格外品について、有効利用を図るため加工品として開発を図った。(26年度事業名変更)
開始年度	平成19年度	
根拠法令	なし	
行政計画	なし	

基本計画			
施策コード	主	6-4-1	
	再		
分野別目標	経済活動が活発で、たくさんの働く場が生まれている		
施策	農林水産業とその関連ビジネスの振興		
事業群	経営の充実強化、新たな担い手づくり		

【事業概要】

対象	誰(何)を対象として行うのか 農業者 中小企業経営者
	対象をどのような状態にしたいのか 6次産業化による、新たな商品開発が行われる。

実施内容(手段)	平成30年度、目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか ・市内で生産される農畜産物を原料とした新商品の研究・開発及び販路拡大に取り組む事業について、パッケージ制作や試作品製作、イベント等での販売促進活動などの支援を行った。 ・農山漁村地域である志賀島、北崎地区、脇山地区の特産品を活用した加工品の販売促進支援や開発支援を行った。

事業費(千円)		
平成30年度決算額(見込額)		
歳出合計	22,937	
歳入	特定財源	18,300
	一般財源	4,637
前年度決算額・翌年度予算額		
	年度	H29 H31
歳出合計	105,203	4,437
歳入	特定財源	100,000 0
	一般財源	5,203 4,437

【ロジックモデル・指標の達成度】

事業フロー（ロジックモデル）

①活動アウトプット (どんな活動を行うのか) 市内で生産される農畜産物を原料とした新商品の研究・開発及び販路拡大に取り組む事業について試作品材料の提供、イベント等での販売促進活動や加工機械の補助を行う。	②結果アウトプット (活動の結果、どうなるのか) 農業者、中小企業者が加工品開発等に取り組む。
--	--

③中間アウトカム (その結果、対象はどうなるのか) 農業者、中小企業者が6次産業化に取り組み、新たな商品開発をする。	④最終アウトカム (その結果、市としてどうなるのか) 農産物に手を加えたことにより付加価値が高まり、生産者、中小企業経営者の所得が向上する。
---	---

活動の指標	指標の内容		実績		目標	
		年度	H29年度	H30年度	H31年度	最終年度
	新商品の開発に取り組む事業者の数	目標	3	3	3	H 年度
		実績	5	4		-
		達成率	166.7%	133.3%		
		目標				H 年度
		実績				
達成率						

成果の指標（KPI）	指標の内容		実績		目標	
		年度	H29年度	H30年度	H31年度	最終年度
	ふくおかさん家のお気に入り商品の開発支援をした数	目標	2	3	3	H 年度
		実績	5	3		-
		達成率	250.0%	100.0%		
		目標				H 年度
		実績				
達成率						

事務事業マネジメントシート（平成30年度実施分）

事業区分 重点

事業名	アグリチャレンジ事業(旧ふくおか農業塾、インターンシップ事業)		
所管課	農林水産局総務農林部政策企画課	背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か
開始年度	平成29年度		小規模農業者の育成を行う「ふくおか農業塾」と農家で実際の農業研修を行う「インターンシップ事業」を統合し、農業の基礎的な研修から自営就農するための実地研修を行うことで、「農」に対する関わり方への市民の多様なニーズに応えるため。
根拠法令	なし		
行政計画	なし		

基本計画				
施策コード	主	6-4-1		施策成果指標
	再			なし
分野別目標	経済活動が活発で、たくさんの働く場が生まれている			
施策	農林水産業とその関連ビジネスの振興			
事業群	経営の充実強化、新たな担い手づくり			

【事業概要】

対象	誰(何)を対象として行うのか
	農業に高い関心を持つ市民
事業目的	対象をどのような状態にしたいのか
	- 農業経営のノウハウや技術を学び新規就農者となる。 - 技術を持った市民が農家の労働力となる。 - 農業への理解が一段と高まる。

実施内容(手段)	平成30年度、目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか
	〇説明会・面接会を行い、研修生12名を決定し研修を実施 【基礎研修】8名(うち、6名修了) 研修期間: H30.6～H31.3 研修先: JAファーム福岡(今宿青木) 内容: 農業の基礎知識の習得から野菜の栽培・出荷・販売体験まで 【インターンシップ】4名(うち、3名修了) 研修期間: H30.6～H31.3 研修先: 早良区(1名)、西区(2名) 内容: 希望する品目の土づくりから出荷まで

事業費(千円)		
平成30年度決算額(見込額)		
歳出合計		1,340
歳入	特定財源	0
	一般財源	1,340
前年度決算額・翌年度予算額		
	年度	H29 H31
歳出合計		1,340 1,300
歳入	特定財源	0 0
	一般財源	1,340 1,300

【ロジックモデル・指標の達成度】

事業フロー（ロジックモデル）

①活動アウトプット
(どんな活動を行うのか)

研修生の募集, 説明会の開催
面接により研修生を決定・受入れ農家の決定

②結果アウトプット
(活動の結果, どうなるのか)

応募した市民が農業研修開始。農業への理解が深まる。農業技術を習得する。

③中間アウトカム
(その結果, 対象はどうなるのか)

・農業経営のノウハウや技術を学び新規就農者となる。
・技術を持った市民が農家の労働力となる。
・農業への理解が一段と高まる。

④最終アウトカム
(その結果, 市としてどうなるのか)

農業外からの新規参入を支援するとともに, 独立自営, 雇用など多様な農業に関わる担い手を確保できる。農地の有効活用ができる。

活動の指標	指標の内容	年度	実績		目標	
			H29年度	H30年度	H31年度	最終年度
	アグリチャレンジ事業の研修生数	目標	14	14	14	H 年度
		実績	13	12		—
		達成率	92.9%	85.7%		
	目標				H 年度	
	実績					
	達成率					

成果の指標（KPI）	指標の内容	年度	実績		目標	
			H29年度	H30年度	H31年度	最終年度
	技術習得者数	目標	14	14	14	H 年度
		実績	8	9		—
		達成率	57.1%	64.3%		
	目標				H 年度	
	実績					
	達成率					

事務事業マネジメントシート（平成30年度実施分）

		事業区分	重点		
事業名	水産業ブランド創出事業				
所管課	農林水産局水産部水産振興課	背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か 市内水産業は、漁業収入の減少や後継者不足が続いており、水産物のブランド化や国内外への販路開拓により水産業への魅力を生み出す必要があるため。		
開始年度	平成26年度				
根拠法令	なし				
行政計画	なし				
		基本計画			
施策コード	主	6-4-1		施策成果指標	なし
	再	5-1-2			
分野別目標	経済活動が活発で、たくさんの働く場が生まれている				
施策	農林水産業とその関連ビジネスの振興				
事業群	経営の充実強化、新たな担い手づくり				

【事業概要】

対象	誰(何)を対象として行うのか	実施内容(手段)	平成30年度、目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか		事業費(千円)			
	福岡市沿岸漁業者 (福岡市漁業協同組合)		○販路拡大とブランド化へ向けた取組(委託含む) ・香港でPR・プロモーション活動を実施 ・香港の有名シェフを招聘し、本市水産物のPRを実施 ・東京で開催された「東京ハーヴェスト」に参加し、本市一次産品の加工品等のPR活動を実施 ・香港で開催された「テイスト・オブ・香港」で、唐泊恵比須カキ等のPRを実施 ○鮮度保持した出荷方法の調査(委託) ・鮮度を保持した出荷方法の検討を行い、アサリの真空パックでの輸送を実施 ○養殖新技術の導入、確立(委託) ・岩カキのシングルシード養殖新技術推進事業を実施 ・アサリの洋上での試験養殖を継続実施 ○二枚貝完全養殖への取組(委託) ・ブランド水産物となる「砂ゼロアサリ」の陸上養殖に向けた調査・研究を実施		平成30年度決算額(見込額)			
事業目的	対象をどのような状態にしたいのか				前年度決算額・翌年度予算額			
	水産業生産者が、一次産品とその加工品、さらには付加されたサービスの企画・生産・加工・サービス提供を進め、ブランド化や国内外の販路拡大に取り組む。							

【ロジックモデル・指標の達成度】

事業フロー(ロジックモデル)	①活動アウトプット (どんな活動を行うのか)		②結果アウトプット (活動の結果、どうなるのか)		③中間アウトカム (その結果、対象はどうなるのか)		④最終アウトカム (その結果、市としてどうなるのか)	
	・海外有名シェフを生産地やマーケティング拠点施設に招聘しPR活動を実施 ・鮮度を保持した出荷方法の調査を実施 ・シングルシード方式による岩牡蠣の試験養殖 ・アサリの洋上試験養殖を実施、アサリの陸上養殖に向けた調査・研究を実施		・生産地でのプレゼンテーションや、マーケティング拠点施設を活用したPR・商談により、市内一次産品やその加工品の認知度が上がる。 ・福岡市水産物の鮮度を強みとした福岡ブランドが高まる。 ・シェフやバイヤーからの注文が増える。 ・シングルシード岩牡蠣の生産・販売により、カキの周年出荷が可能となる。 ・新たな養殖技術の確立により、アサリの生産量・販売量が増加する。		・水産物の輸出量や新規顧客が増加。 ・牡蠣の周年出荷ができる。 ・養殖新技術確立により計画生産が可能となり、安定収入につながる。とともに、国内海外流通量が拡大する。 ・各支所ごとの特色を生かした販売戦略を展開できる。		・国内外での福岡市水産物の知名度アップと需要拡大 ・水産業生産者の所得向上 ・事業としての水産業の魅力が向上し、後継者不足が改善	
	活動の指標	指標の内容	実績	目標	成果の指標(KPI)	指標の内容	実績	目標
		年度	H29年度	H30年度		年度	H29年度	H30年度
		目標	3	4		目標	3	3
		実績	5	8		実績	3	4
	海外シェフやバイヤーの招へいと直接商談回数	達成率	166.7%	200.0%		達成率	100.0%	133.3%
		目標				目標		
		実績				実績		
		達成率				達成率		

事務事業マネジメントシート（平成30年度実施分）

事業区分 重点

事業名	青果市場ブランド推進事業		
所管課	農林水産局青果市場	背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か
開始年度	平成28年度		ベジフルスタジアムは国内最大規模の定温卸売場を整備したコールドチェーン対応施設となっていることから、品質管理や安全・安心の取り組みをPRし、産地や消費者に選ばれる市場となることで、他市場との差別化、取引の活性化が期待されるため平成28年度に事業を開始した。
根拠法令	なし		
行政計画	なし		

基本計画				
施策コード	主	6-4-3		施策成果指標
	再			なし
分野別目標	経済活動が活発で、たくさんの働く場が生まれている			
施策	農林水産業とその関連ビジネスの振興			
事業群	市場機能の強化			

【事業概要】

対象	誰(何)を対象として行うのか
	市民、生産者、海外のバイヤー
事業目的	対象をどのような状態にしたいのか
	ベジフルスタジアムが持つコールドチェーンによる品質管理や安全・安心の取り組みを強みとして、産地や消費者に選ばれる市場となる。

実施内容(手段)	平成30年度、目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか
	○安全・安心の確立 ・対象範囲を市外産農作物に拡大した出荷前残留農薬検査への協力団体を拡充。(検査件数:24件) ○PR・プロモーションの強化 ・市場関係者や市民等の視察・見学者を受け入れ。 - 視察・見学者受入件数:2,904名 - 小学生社会科見学受け入れ:9校, 785名 ・市場開放イベント「ベジフル感謝祭」を毎月第3土曜日に開催。 ○海外マーケットの開拓 ・7月にシンガポールにおいて海外プロモーションを実施。 ・9月に台湾においてトップセールスを実施。 ・3月香港において海外プロモーションを実施。

事業費(千円)		
平成30年度決算額(見込額)		
歳出合計	9,315	
歳入	特定財源	0
	一般財源	9,315
前年度決算額・翌年度予算額		
	年度	H29 H31
歳出合計	10,315	7,145
歳入	特定財源	
	一般財源	10,315 7,145

【ロジックモデル・指標の達成度】

事業フロー（ロジックモデル）

①活動アウトプット
(どんな活動を行うのか)

○視察・見学対応や市場開放イベントの開催。

○ブランド推進委員会や各種部会等の開催。

②結果アウトプット
(活動の結果, どうなるのか)

○市民等がベジフルスタジアムの品質管理や「安全・安心」の取り組みを理解する。

○市場関係者と一体でブランド化施策に取り組む。

③中間アウトカム
(その結果, 対象はどうなるのか)

○ベジフルスタジアムの取り組みが産地や消費者に理解されることで, 選ばれる市場となり, 市場取扱高が増加する。

④最終アウトカム
(その結果, 市としてどうなるのか)

○「青果物の安全・安心」が市場ブランドとして確立され, 『アジアを視野に入れた九州の青果物流拠点』となる。

活動の指標	指標の内容		実績		目標	
		年度	H29年度	H30年度	H31年度	最終年度
	イベントの開催(件)	目標	12	12	12	H 年度
		実績	12	12		—
		達成率	100.0%	100.0%		
	目標				H 年度	
	実績					
	達成率					

成果の指標（KPI）	指標の内容		実績		目標	
		年度	H29年度	H30年度	H31年度	最終年度
	市場取扱高(万トン)	目標	33.0	34.0	34.0	H 年度
		実績	32.6	31.1		—
		達成率	98.8%	91.5%		
	目標				H 年度	
	実績					
	達成率					