

26年度 内部点検対象事業(個票)

		新規/継続		継続
		農林水産局	農林部	農業振興課
事業名	市内産農畜産物6次産業化推進事業	基本	施策コード	主 6-4-1 再 5-1-2
事業開始年度	平成24年度	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	
根拠法令	なし	施策	農林水産業とその関連ビジネスの振興	
行政計画上の位置づけ	なし	事業群	経営の充実強化、新たな担い手づくり	
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に 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。(22年度農商工連携推進事業として開始、26年度事業名変更)			
	施策成果指標			

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか 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 多様な経営体系による所得の向上

25年度事業実施内容(手段) 目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法 委託含む 補助金含む 負担金含む

- 福岡市農商工連携推進プロジェクト会議(福岡市・市内JAで構成)への負担金
- 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など支援を行った。

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	1,029	654	2,546
	歳入			
	特定財源	0	0	1,000
	一般財源	1,029	654	1,546

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標		
		24年度	25年度	26年度	最終年度	
活動の指標	新商品の開発に取り組む事業者等の数	目標	2	2	2	年度
		実績	2	2		
		達成率	100.0%	100.0%		
		目標				年度
成果の指標	販売された開発商品数	目標	13	15	17	年度
		実績	13	15		
		達成率	100.0%	100.0%		
		目標				年度
		実績				
		達成率				

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)

- ・事業の周知を図る。

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の事業を実施する。

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)

- ・加工品が開発され、販売される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。

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)

- ・農業振興に寄与する。
- ・市内産農畜産物の地産地消や農産物ブランド化が実現する。

活動の指標

成果の指標

行政のコントロール要素

外的な要因

26年度 内部点検対象事業(個票)

新規/継続 新規

事業名	福岡産花き海外プロモーション事業	所管課名	農林水産局	農林部	農業振興課
事業開始年度	平成26年度	基本	施策コード	主 6-4-1	再
根拠法令	なし	分	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	
行政計画上の位置づけ	なし	計	施策	農林水産業とその関連ビジネスの振興	
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に花きの需要が減少し価格が低迷する中で市内花き農家の経営安定を図るため、販路拡大、ブランド化の一つの方策として県花き農協より事業提案があったもの。	画	事業群	経営の充実強化、新たな担い手づくり	
			施策成果指標		

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか 農業者	対象をどのような状態にしたいのか 販路拡大、需要拡大による所得の向上

25年度事業実施内容(手段) 目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

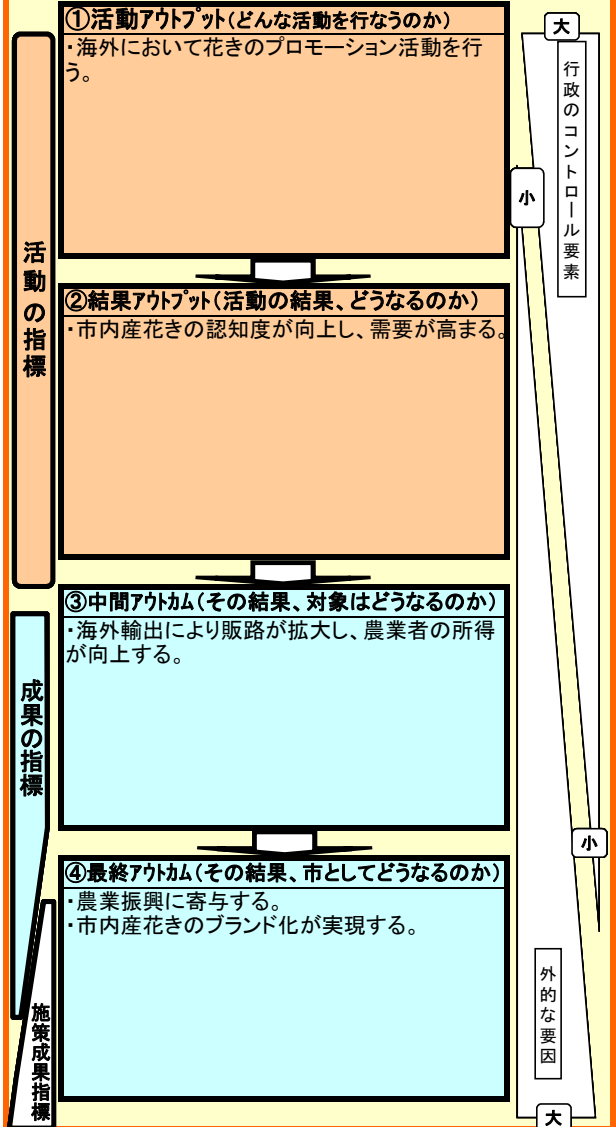
実施手法	<input checked="" type="checkbox"/> 委託含む	<input type="checkbox"/> 補助金含む	<input type="checkbox"/> 負担金含む	
(1) 海外需要調査	・課題を整理するとともに、輸出に適した国・地域や有効なプロモーションの方法を検討するためにモニタリング・マーケティング調査を行う。			
(2) プロモーション活動	・調査結果をもとに、海外適地(香港を想定)において出展等を行い、現地消費者等に直接製品の良さをPRする。			
事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計			4,540
	歳入			0
	特定財源 一般財源			4,540

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標	
		24年度	25年度	26年度	最終年度
活動の指標	海外プロモーションの実施	目標		1	年度
		実績			
		達成率			
		目標			年度
成果の指標	海外適地との取引	実績		平成27年度取引の実現	年度
		達成率			
		目標			年度
		実績			
		目標			年度
		実績			
		達成率			

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう



26年度 内部点検対象事業(個票)

		新規/継続		継続
		農林水産局	農林部	農業振興課
事業名	ふくおか農業塾事業	基本	施策コード	主 6-4-1 再
事業開始年度	平成21年度	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	
根拠法令	なし	施策	農林水産業とその関連ビジネスの振興	
行政計画上の位置づけ	なし	事業群	経営の充実強化、新たな担い手づくり	
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に 農業従事者の高齢化や、後継者不足を背景に、農業生産が行われない耕作放棄地が増加しており、耕作を放棄され数年経つと、農地の原型を失うほどに荒れてしまうため、農地を管理していく対策が必要であった。			
	施策成果指標			

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか 新規就農を目指す市民	対象をどのような状態にしたいのか 市内の休耕地等を活用し、小規模の新規就農者を育成する。

25年度事業実施内容(手段)目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法 委託含む 補助金含む 負担金含む

市政だよりや市ホームページに案内を掲載し、受講生の募集を行った。応募者を対象に説明会、面接会を実施して、15名の第3期受講生を決定。

7月よりJAファーム福岡にて、以下の講座を実施した。

講座内容: 農業の基礎知識(栽培技術、肥料・農薬の使用など)
農業用機械の操作(トラクター、耕運機、草刈機)
土づくり、栽培管理、収穫など
農家での見学・作業体験など
直売所での販売実習(出荷調整作業、消費者ニーズの把握等)

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	700	700	700
	歳入			
	特定財源	0	0	0
	一般財源	700	700	700

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標		
		24年度	25年度	26年度	最終年度	
活動の指標	農業塾の受講者数	目標	20	20	13	年度
		実績	20	15		
		達成率	100.0%	75.0%		
活動の指標	農業塾の開催日数	目標	38	30	38	年度
		実績	38	30		
		達成率	100.0%	100.0%		
成果の指標	小規模新規就農者数	目標	20	0	13	年度
		実績	16	0		
		達成率	80.0%	-		
成果の指標	就農者の総耕作面積(m ²)	目標	20,000	20,000	20,000	年度
		実績	12,623	13,169		
		達成率	63.1%	65.8%		

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)

- ・農業塾の周知を図り、講座を開催する。
- ・塾の修了者に対し、利用権設定を支援する。

大
行政のコントロール要素
小

活動の指標

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)

- ・新規就農を目指す市民が農業塾の講座を受講する。
- ・塾の修了者が農地を借用する。

成果の指標

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)

- ・新規就農を目指す市民が農業技術を習得する。
- ・塾の修了者が農地を管理する。

施策成果指標

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)

- ・小規模新規就農者が増加する。
- ・耕作放棄地が減少する。

外的な要因
大

26年度 内部点検対象事業(個票)

		新規/継続		継続
		農林水産局	農林部	農業振興課
事業名	農業インターンシップ事業	施策コード	主 6-4-1	再
事業開始年度	平成22年度	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	
根拠法令	なし	施策	農林水産業とその関連ビジネスの振興	
行政計画上の位置づけ	なし	事業群	経営の充実強化、新たな担い手づくり	
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に 農業従事者の高齢化や後継者不足が進む中、農業外からの新規参入を図るため、農業後継者から直接指導を受ける形での農業研修を実施することで就農を支援し、農業の担い手を確保・育成するため。			
	施策成果指標			

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか 就農希望者	対象をどのような状態にしたいのか 本市において新規就農する

25年度事業実施内容(手段) 目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか				
実施手法	<input type="checkbox"/> 委託含む	<input type="checkbox"/> 補助金含む	<input checked="" type="checkbox"/> 負担金含む	
説明会、面接会を実施後、研修生4名を決定し研修を開始した。 研修期間: H25. 6~H26. 3 研修先: 東区(1名)西区・早良区(3名) 期間: 30日~60日程度 講義5回(先進農家の視察、農業、農業経営について等)				
事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	1,707	923	1,600
	歳入			
	特定財源	0	0	0
	一般財源	1,707	923	1,600

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標		
		24年度	25年度	26年度	最終年度	
活動の指標	研修生数	目標	5	5	5	年度
		実績	6	4		
	達成率	120.0%	80.0%			
	目標				年度	
成果の指標	研修生からの新規就農者数	目標	1	1	1	年度
		実績	0	1		
	達成率	0.0%	100.0%			
	目標				年度	
	実績					
	達成率					

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)

研修生を募集、説明会を開催。
面接により研修生を決定、受け入れ農家を調整。

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)

研修実施。
(研修受け入れ農家より直接研修を受け入れる形で行う。)

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)

研修を通して農業経営のノウハウや技術を学ぶ。

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し、農業の担い手を確保できる。

活動の指標

成果の指標

施策成果指標

行政のコントロール要素

外的な要因

26年度 内部点検対象事業(個票)

新規/継続 新規
水産振興課

事業名	水産業ブランド創出事業	所管課名	農林水産局	水産部	
事業開始年度	平成26年度	基本	施策コード	主 6-4-1	再 5-1-2
根拠法令	6次産業化マーケティング事業補助金交付要領	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		
行政計画上の位置づけ	なし	計画	施策	農林水産業とその関連ビジネスの振興	
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に 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。	事業群	経営の充実強化、新たな担い手づくり		
		施策成果指標			

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか 福岡市漁業協同組合	対象をどのような状態にしたいのか 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、販路拡大とブランド化をはかることで、生産者の所得向上と後継者不足の改善を目指す。

25年度事業実施内容(手段) 目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法 委託含む 補助金含む 負担金含む

- ①6次産業化マーケティング支援事業
水産業生産者が新たな製品・加工品、またはサービスを企画・販売する際のテストマーケティングを行う拠点及び衛生管理等に係る施設整備などを支援する。
- ②6次産業販路拡大支援事業
6次産業化された福岡市水産業の広域展開を進めるため、マーケティング拠点施設を活用したシェフやバイヤーとの商談会、国内外市場に対するPR、国内外市場への販路検討を支援する。
- ③新技術導入推進事業
周年でのシングルシードカキの出荷を目指し、岩牡蠣のシングルシード養殖試験を行う。また、全国的に資源量の減少しているアサリの洋上養殖試験を行い、海外への販路拡大を図る。

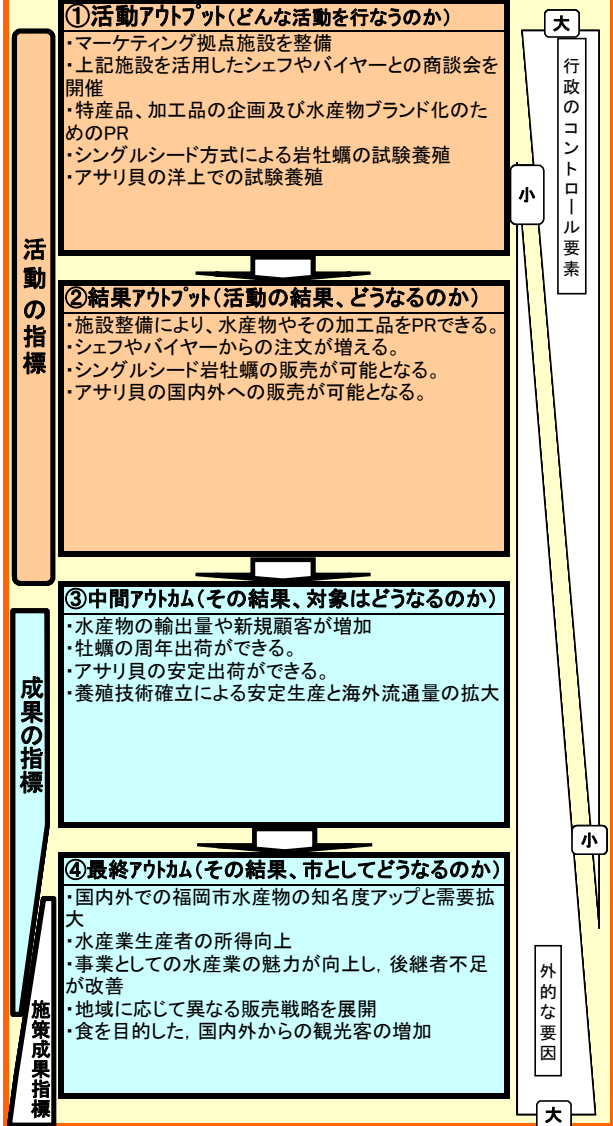
事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計			15,385
	歳入			0
	特定財源 一般財源			15,385

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標		
		24年度	25年度	26年度	最終年度	
活動の指標	海外シェフやバイヤーの招へいと直接商談	目標			施設の開設後、1~2回招へい	年度
		実績				
		達成率				
		目標				年度
成果の指標	唐泊恵比須かきの海外出荷量	目標			2018年までに唐泊恵比須かきの海外出荷量を1.2トンから4.8トンに拡大	年度
		実績				
		達成率				
		目標				年度

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう



26年度 内部点検対象事業(個票)

新規/継続 継続

事業名	鮮魚市場活性化事業(東アジア流通促進事業)	所管課名	農林水産局 中央卸売市場	鮮魚市場
事業開始年度	平成20年度	基本	施策コード 主 6-4-2 再	
根拠法令	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	
行政計画上の位置づけ	なし	施策	農林水産業とその関連ビジネスの振興	
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に 鮮魚市場では、韓国・中国など東アジアに近く、生鮮水産物も多数入荷しているの で、平成20年度に市場関係者で「福岡市鮮魚市場・東アジア流通促進協議会」を組 織し、平成21年には釜山広域市国際水産物卸売市場と姉妹市場を締結し、両市場 関係者による取引の実現に向けて交流事業等に取り組み、市場の活性化を図る。	事業群	市場機能の強化	
		施策成果指標		

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか 市場関係者、 釜山広域市国際水産物卸 売市場	対象をどのような状態にしたいのか 韓国との水産貿易の円滑化・効率化を図ると ともに、姉妹市場を締結した釜山広域市国際水 産物卸売市場との交流などに取り組み。

25年度事業実施内容(手段) 目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法 委託含む 補助金含む 負担金含む

○市場関係者と開設者の福岡市で「福岡市鮮魚市場・東アジア流通促進協議会」を組織し、東アジアの中でも特に韓国との水産貿易を拡大するため、「福岡・釜山姉妹市場交流事業」に取り組んでおり、日韓水産貿易の課題等について、福岡・釜山経済協力事務所のTV会議を活用して協議を行った。

・福岡・釜山姉妹市場関係者TV会議 1回実施

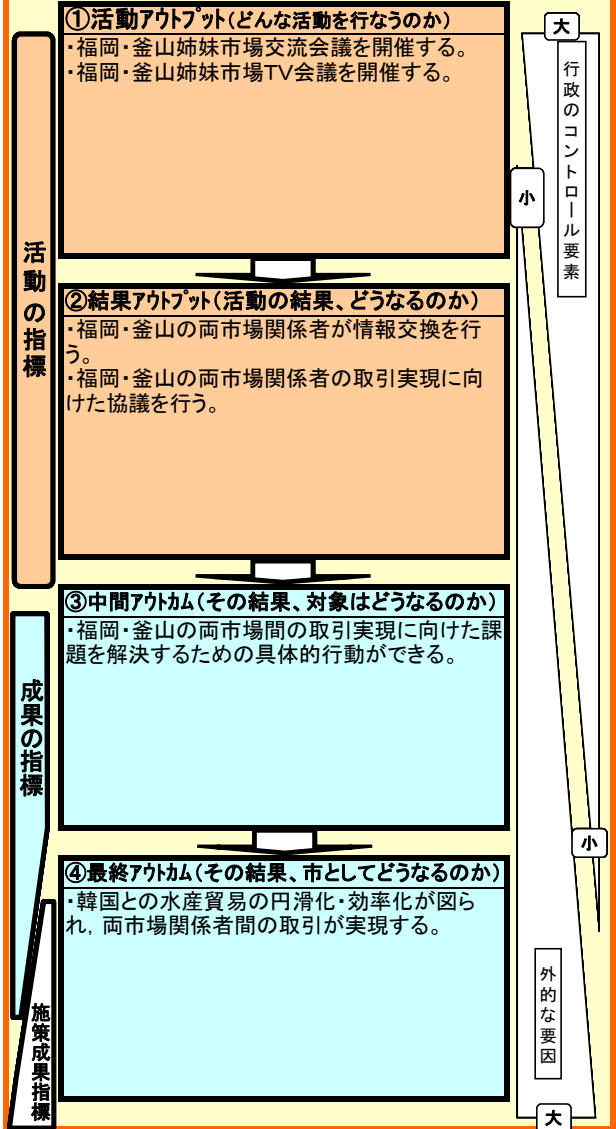
事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	300	360	300
	歳入			
	特定財源	0	0	0
	一般財源	300	360	300

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標		
		24年度	25年度	26年度	最終年度	
活動の指標	福岡・釜山姉妹市場交流会議(回)	目標	1	1	1	年度
		実績	1	0		
		達成率	100.0%	0.0%		
	福岡・釜山姉妹市場関係者TV会議(回)	目標	2	2	2	年度
実績		0	1			
達成率		0.0%	50.0%			
成果の指標	釜山姉妹市場との水産貿易の実現	目標	取引の実現	取引の実現	取引の実現	年度
		実績	実現せず	実現せず		
		達成率	0.0%	0.0%		

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう



26年度 内部点検対象事業(個票)

新規/継続 継続

事業名	鮮魚市場活性化事業(市場開放事業)	所管課名	農林水産局 中央卸売市場	鮮魚市場
事業開始年度	平成21年度	基本	施策コード 主 6-4-2 再	
根拠法令	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	
行政計画上の位置づけ	なし	施策	農林水産業とその関連ビジネスの振興	
事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に	鮮魚市場では、市場外流通や魚離れが進行するなどにより年々取扱数量が減少していることから、市場の魅力を外内に発信することにより、魚食普及の推進及び水産物の消費拡大を図る必要があるもの。	事業群	市場機能の強化	
背景		施策成果指標		

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか 一般市民(特に魚離れが進んでいる世代(子ども、若い世代))	対象をどのような状態にしたいのか 魚離れが進んでいる世代に対し、市民感謝デーを通じて、魚を身近に感じてもらうことで、魚食普及の推進及び水産物の消費拡大に結びつけたい。

25年度事業実施内容(手段) 目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法 委託含む 補助金含む 負担金含む

鮮魚市場関係者と開設者(福岡市)で構成する魚食普及を目的とした団体「福岡魚食普及推進協議会」主催により、市民に鮮魚市場を直に見てもらい、魚食への関心を高めて、魚食普及の推進及び水産物の消費拡大を図るため、毎月第2土曜日に市場の一部(仲卸売場棟)を開放する市場開放事業(市民感謝デー)等に取り組んだ。
平成25年度実績 毎月第2土曜日 年12回開催 来場者数 118,000人

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	14,357	13,579	13,546
	歳入			
	特定財源	0	0	0
	一般財源	14,357	13,579	13,546

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標		
		24年度	25年度	26年度	最終年度	
活動の指標	市民感謝デー開催回数	目標	12	12	12	年度
		実績	12	12		
		達成率	100.0%	100.0%		
	市民感謝デー来場者数	目標	120,000	120,000	120,000	年度
実績		114,000	118,000			
達成率		95.0%	98.3%			
成果の指標	来場者の魚食頻度の割合(週に3回以上)	目標	70.0%	70.0%	70.0%	年度
		実績	69.1%	68.9%		
		達成率	98.7%	98.4%		
	目標				年度	
	実績					
	達成率					

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

活動の指標	①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)	行政のコントロール要素
	②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)	小
	③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)	小
	④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)	外的な要因
成果の指標		大

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)

- 市民感謝デーを開催する。(年12回)
- 市民感謝デーの周知を図る。(チラシ、ホームページ等の媒体により市民感謝デー及び魚食普及についての広報を行う。)
- 長浜鮮魚市場ホームページの開設。
- 長浜鮮魚市場直送店PR事業を実施する。

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)

- 市民感謝デーに市民が来場する。
- 市民が長浜鮮魚市場ホームページを見て魚食に関心を持つ。
- 市民が長浜鮮魚市場直送店(登録店)に関心を持ち、利用する。

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)

- 市民感謝デーを通じて鮮魚市場を身近に感じ、魚食への関心を高める。
- 市民感謝デーを契機として、水産物の消費拡大につながる。

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)

- 魚食普及・水産物の消費が拡大する。