

事業コード	02020107		政策コード	02	政策名	国内外に打って出る攻めの農林水産戦略						
事業名	ゴハンといえば秋田米推進事業		施策コード	02	施策名	秋田米を中心とした水田フル活用の推進						
			指標コード	01	施策目標(指標)名	売れる米づくりの推進と秋田米ブランドの再構築						
部局名	農林水産部	課室名	水田総合利用課		班名	農産・複合推進班	(tel)	8601786	担当課長名	加賀 功	担当者名	本郷正史

評価対象事業(計画)の内容

事業年度 平成27年度 ~ 平成29年度

1. 事業立案の背景(施策目標の達成のために今なぜこの事業が必要なのか)
 全国的な良食味ブランド米の誕生や、国の米政策の見直し等により、国内産地間競争は一段と激化している。このため、農業団体と一体となった品質・食味の一層の向上とオール秋田での区分集荷等による商品づくりや、企業とタイアップした販促活動の強化で秋田米の販売シェアを拡大する等、生産から販売までを一貫して底上げすることにより、秋田米全体のイメージとグレードのアップを図り、消費者から選ばれる産地づくりを推進する必要がある。

3. 事業目的(どういう状態にしたいのか)
 オール秋田での区分集荷体制の構築や、プレミアム商品づくりへの支援、企業とタイアップしたPR活動の展開など、消費者から選ばれる産地づくりが推進され、秋田米のグレードアップと市場シェアの拡大が図られる。
 (重点施策推進方針との関係) 重点事業として要望 その他事業として要望

2. 住民ニーズの状況
 ニーズを把握した対象
 受益者 一般県民 (時期: H27年 11月)
 ニーズの把握の方法
 アンケート調査 各種委員会及び審議会 ヒアリング インターネット
 その他の手法 (具体的に 秋田米の評価聞き取り調査)
 ニーズの具体的内容
 これまでの「あきたこまちだけ」中心から、様々な品種のラインアップや品質区分集荷により、プレミアムなこだわり商品から家庭向け、中食・外食向けなど、実需者の要望に対応できる商品づくりを徹底すべきである。また、新品種の差別化のためには、米専門店での取扱の多い特別栽培米にも取り組んで欲しい。

4. 目的達成のための方法
 事業の実施主体 J A 全農秋田県本部、J A、県内食品企業、県
 事業の対象者・団体 農業者、J A 全農秋田県本部、J A 等集荷団体、県内食品企業、県
 達成のための手段
 J A 全農秋田県本部とJ Aによる品質区分集荷や特別栽培による新たな産地づくりに加え、全国企業との連携によるPR活動や米加工品の開発・輸出への支援を行うとともに、きりたんぼ教室の開催による販促活動を行う。

比較した代替手段及び選択した手段の有効性
 消費者の信頼を得るためには、早急に品質区分に基づく集荷体制を構築する必要があり、商品づくりに意欲的なJ A等が行う生産から販売までの一体的な取組に対して助成することは、モデル構築とその波及に効果的である。また、米を白米や玄米などの粒として販促活動を行うことに加え、おにぎりや料理教室での食の提案など、秋田米の食文化を消費者にPRするきっかけづくりを県が行うものである。

把握していない場合の理由及び今後の方針	
理由	
今後の方針	

5. 事業の全体計画及び財源		単位(千円)							
順位	事業内訳	左の説明	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度	全体(最終)計画
01	秋田米クオリティーアップ支援事業(ハイクオリティー秋田米づくり)	品質区分集荷による新たな商品づくりや最強の寿司米産地づくり、新品種のこだわり商品づくりを支援する。	6,000	6,000	4,400				16,400
02	あきた売れる米づくり運動推進事業(ハイクオリティー秋田米づくり)	秋田米ブランド再構築に向けた生産販売戦略の検討を行うとともに、「特A」評価の継続獲得や新品種のブランド化に向けた推進活動を行う。	4,849	4,849	4,849				14,547
03	秋田米販売促進対策事業(企業とタイアップしたPR)	農業団体による販売促進活動や情報発信を支援するとともに、品種別のご飯のおいしい食べ方の提案や新たな米加工品開発を行う。	9,495	9,495	9,495				28,485
04	食で売り込む秋田米PR事業(企業とタイアップしたPR)	首都圏での料理教室開催による「秋田米ときりたんぼ」のPRを行う。	6,800	6,800	6,800				20,400
財源内訳		左の説明	27,144	27,144	25,544				79,832
国庫補助金		地方創生加速化交付金	27,144	27,144					
県債									
その他		農林漁業振興臨時対策基金			25,544				
一般財源			0	0	0				79,832

6. 事業の効果を把握するための手法及び効果の見込み

事業の期待される成果		秋田米が市場で評価され、全国における秋田県産米シェアが上がる							
指標	指標名	全国の米需要実績に占める秋田県産米シェア					指標の種類		
	指標式	秋田県産米の需要実績 / 全国の需要実績 × 100					成果指標 業績指標		
	年度別の目標値（見込まれる成果による指標）								
	指標	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	最終年度
	目標a		5.3	5.35	5.45	5.55			
	実績b	5.6	5.27	データ等の出典					
	東北 全国	農林水産省：米穀の需給及び価格の安定に関する基本方針							
把握する時期		当該年度中 月		翌年度 11月		翌々年度 月			

指標	指標名								指標の種類
	指標式								成果指標 業績指標
	年度別の目標値（見込まれる成果による指標）								
	指標	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	最終年度
	目標a								
	実績b			データ等の出典					
	東北 全国								
把握する時期		当該年度中 月		翌年度 月		翌々年度 月			

指標を設定することができない場合の効果の把握方法
 指標を設定することが出来ない理由

見込まれる効果及び具体的な把握方法(データの出典含む)

事業の必要性

現状の課題及び施策目的に照らした事業の必要性
 秋田米ブランドの再構築のためには、秋田米の特徴である多様な品種ラインナップと品質の高さを活かし、消費者や実需者からの様々なニーズに対応できる魅力ある商品づくりの一層の強化を図る必要があるとともに、県やJAによる販促活動では限界があることから、全国企業とタイアップしたPR活動を推進するものである。

住民ニーズに照らした事業の必要性
 農業者を含む各種会議に加え、首都圏米穀店等の実需者の意見も反映しており、また、区分集荷による販売は、農家の所得向上にもつながるものである。

事業の県関与の必要性
 法令・条例上の義務 内部管理事務 県でなければ実施できないもの
 民間・市町村で実施可能であるが、県が関与する必要性が認められるもの

産地間競争が激化する中で、消費者から選ばれる産地となるためには、早急に品質区分に基づく集荷体制を構築する必要があり、意欲的なJA等に対して助成することで、全県への波及を促進する。また、新品種の栽培技術確立やブランド化は品種を育成した県の責務である。

政策評価委員会意見		重点事業の適合及び指標・目標値の適合性判定
重点事業		その他