

令和2年第1回定例会（2月議会）

農林水産委員会提出資料

（所管事項関係）

令和2年2月26日

農 林 水 産 部

目 次

1	令和2年度農林水産部関係機関の組織改正について [農林水産部]	1
2	秋田米新品種ブランド化戦略(案)の策定について [水田総合利用課]	2
3	C S F (豚熱)発生への対応について [畜産振興課]	4
4	ハタハタの漁獲状況と今後の対応について [水産漁港課]	6
5	秋田林業大学校における林業トップランナー養成研修の取組状況について [森林整備課]	8

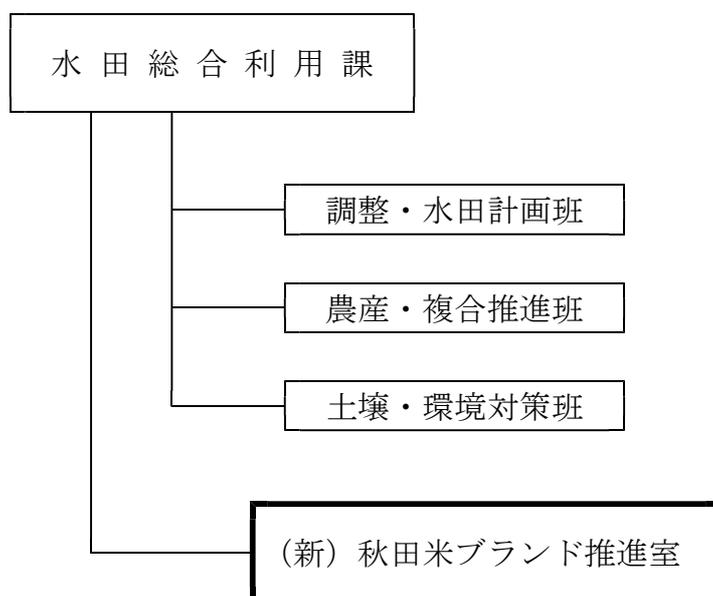
1 令和2年度農林水産部関係機関の組織改正について

農林水産部

1 秋田米ブランド推進室の設置

秋田米のフラッグシップとなる新品種「秋系821」について、トップブランドとしての地位の確立に向け、生産対策や流通・販売対策、情報発信を集中的に実施するため、水田総合利用課内に「秋田米ブランド推進室」を設置する。

【組織図】



(所掌事務)

- ・ 高品質米の安定生産・供給体制の確立
(作付推奨地域、出荷基準等の設定・運用 等)
- ・ ブランド化に向けた流通・販売対策の推進
(名称決定、ロゴマーク等の作成、販売ルート開拓 等)
- ・ 知名度向上に向けた戦略的な情報発信
(SNS等の運用、各種プロモーションの展開 等)
- ・ 秋田米新品種ブランド化戦略本部の運営
(戦略の進行管理、本部会議の開催 等)

2 全国豊かな海づくり大会推進室の廃止

令和元年の全国豊かな海づくり大会・秋田大会が終了したことから、全国豊かな海づくり大会推進室を廃止する。

I 戦略策定の趣旨

全国のトップブランド米としての地位を確立するため、新品種に係る生産、流通・販売対策、情報発信の指針として策定する。

計画期間（第1期）	計画期間（第2期）
令和2～4年度（3年間）	令和5～7年度（3年間）

II 位置づけ

1 秋田米のフラッグシップ



2 数値目標

- (1) 数量
 - デビュー時は、4,000 t からスタートし、県産米の1割となる40,000 t を目途に、当面は20,000 t を目指す
- (2) 価格
 - デビュー時は、一般コシヒカリ水準からスタートし、最終的にはトップブランド水準を目指す

III 商品コンセプト

秋田の地力がいつもの食卓を上質にかえる。
日本人のDNAに響くおいしいお米。

- 「秋田の地力」とは米どころ秋田が持っている、高品質で良食味なお米を育む要素(気候風土、米づくりの歴史、栽培技術等)
- 新品種が持つ高い品質と食味が、ユーザーの「いつもの食卓を上質に」
- 「日本人のDNA」とは、日本人の心の中にある「おいしいお米を食べたい」という思い

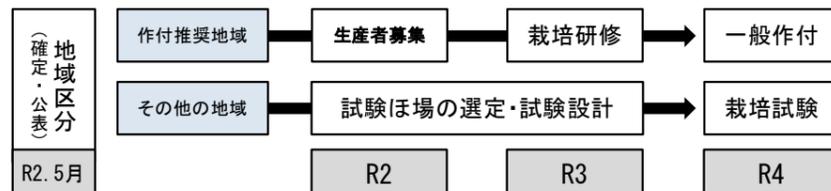
IV 各戦略の概要

戦略1 確かな品質で安定供給できる生産体制の確立

(1) 高品質を担保できる生産の推進

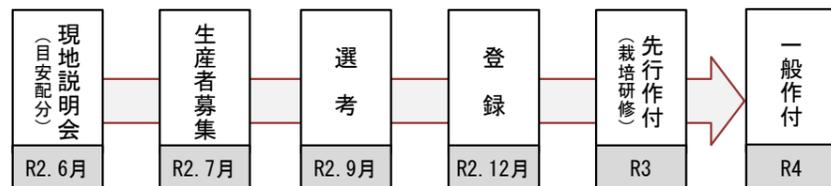
「作付推奨地域」の設定

- ◆「晩生種」であることから、登熟不良のリスクが少なく、外観・食味などの品種特性を安定的に発揮できる地域を「作付推奨地域」に設定
 - 栽培試験結果（登熟と品質・食味との関連性）、気象データ※により設定
 - ※通常の田植え時期で、出穂期後40日間の日平均気温22℃以上を確保
- ◆その他の地域では、栽培試験を実施し、特に、田植え時期を早めることなどで一定の品質・食味を確保できる可能性の高い地域で栽培方法を確立



「生産者登録制度」

- ◆高い栽培技術を有し、品質向上に意欲的な「生産者」に栽培を限定
- ◆「集荷業者」と「生産者」で「生産団体」を組織



- 生産者要件：種子譲渡の禁止、全量出荷、土づくりの実施、良食味生産の実績 等
- 集荷業者要件：認定方針作成者、栽培管理体制、区分集荷体制
- 生産団体要件：団体規約、生産者数、生産規模、生産・販売計画、実績報告

「品質・出荷基準」

- ◆食味のバラツキを抑え、一定品質以上の米のみを市場に流通させる体制を構築
 - 玄米粗タンパク質含有率、検査等級、水分含有率

「栽培マニュアル」

- ◆生産者が品種特性を発揮できる栽培技術を普及
 - 作業時期、土づくり・施肥方法、病虫害防除 等

(2) 付加価値を高める栽培方法

安全・安心で環境にやさしい栽培方法

- ◆減農薬栽培（農薬の使用成分回数を慣行の5割減：20回→10回以下）を標準として消費者の安全・安心や環境へのニーズに対応

(3) きめ細かな技術指導體制

技術指導體制の充実

- ◆県域及び地域段階に技術指導チームを設置し、統一性を確保しながら、地域の実情に即した技術指導を展開
- ◆先導的生産者をマイスターに委嘱し、新規生産者等へのアドバイスを実施
- ◆秋田米ウェブサイト（R2. 1. 15開設）やSNSを活用してきめ細かに情報提供

栽培技術の研鑽

- ◆栽培技術とブランド化への意識を高めるため、登録生産者全員が栽培研修を受講
- ◆各地域の取組状況について情報交換を進めるため、県域の協議会組織を設立
- ◆生産者の意欲向上とブランド化への意識醸成を図るため、食味コンテストや生産者大会を開催

戦略2 トップブランド米の地位の確立に向けた流通・販売対策

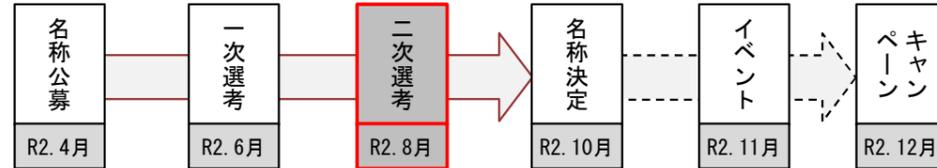
(1) 訴求力のあるブランドイメージの構築

➤ 統一感のあるイメージ展開

- ◆ネーミング、ロゴマーク、キャッチコピー、プロモーションなどを統一的なイメージで展開できるよう、ブランド化総合プロデューサーを設置

➤ ネーミング

- ◆商品コンセプトや食味を伝えつつも、誰もが応募できるよう「秋田らしさ」等の要件を付さずに全国公募
- ◆専門家、有識者による「名称選考部会」において選考、知事が最終決定



➤ ロゴマーク・キャッチコピー等の制作

- ◆統一的に使用するロゴマーク、キャッチコピーを制作 (R2)

(2) 認知度とブランド力を高める販売チャネル

➤ ターゲットユーザー

- ◆高級ブランド米としてのイメージを確立するため、メインターゲットを明確化
 - ・シニア/女性層 (日常的に上質な食生活を送っている人、上質な食品を少量求める人 等)
 - ・食に対する感度の高い層 (こだわりの食材、話題の食材に関心の高い人、秋田の食材ファン 等)
 - ・味・品質にこだわる料理店、ホテル等 (上記の層が利用する料理店、ホテル)

➤ 販売チャネル

- ◆ターゲットユーザーを踏まえた販売チャネルの設定
 - 米穀専門店、百貨店、高級スーパー、秋田米を取り扱う量販店
 - 通信販売、中食・外食事業者やその卸売業者

➤ 認知度とブランド力を高める取組

- ◆標準米袋デザインの制作やロゴマークの統一的な使用、販売店・提供店の登録制度
- ◆国内外における知的財産権の保護 (品種登録・商標登録)

➤ 販売エリア

- ◆首都圏及び秋田県内を「重点エリア」として、集中的にプロモーションを展開

➤ 多様なニーズへの対応

- ◆少量パッケージ及び店頭精米 (玄米出荷) への対応、販促資材の整備
- ◆パック米飯や冷凍米飯、お土産品等の開発を推進

(3) 商品訴求力の向上

- ◆新品種の特性を訴求するため、食味特性や炊飯特性などの科学的データを収集

戦略3 知名度や関心を高めるための戦略的な情報発信

(1) デビュー前からの期待感を高める情報発信

➤ ウェブサイト、SNSの活用

- ◆ウェブサイト (県HP: R2.1.15開設)、Facebook、YouTube等を活用し戦略的に情報を発信
 - 新品種への関心や期待感を高め、市場デビュー時の盛り上がりにつなげる

➤ サンプル米の活用

- ◆県内外に広く配付し、本格販売に向けたネットワークづくりを推進

(2) 名称決定を契機とした話題づくり

➤ 話題づくり

- ◆マスメディアやSNS、イベント等によるPR活動を推進
- ◆名称決定後は、話題性のある名称発表イベント、周知キャンペーン等を実施



(3) 消費者や実需者の心をつかむプロモーション

➤ マスメディアの活用

- ◆訴求力の高いTVCMを「重点エリア」において継続的に放映
- ◆インターネット広告、SNS広告、インフルエンサー等の活用

➤ 人的ネットワークの活用

- ◆県人会ネットワークや秋田食材を活用している飲食店、県出身著名人の応援大使への委嘱、県内立地企業など様々なネットワークを活用してプロモーションを展開

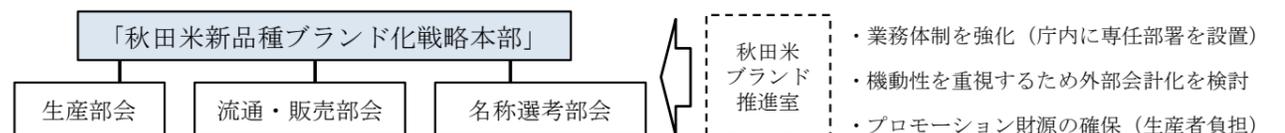
➤ 話題性のあるチャネルの活用

- ◆高級飲食店やホテル、航空機、観光列車と連携した特別メニューの提供など、上質感や高級感のあるイメージを構築

➤ 県内の商工・観光チャネル等の活用

- ◆県内の飲食店、ホテル・旅館等と連携した「美味しいご飯」の提供
- ◆学校給食への提供、農業高校での栽培実習による話題の創出

V 推進体制



3 CSF（豚熱）発生への対応について

畜産振興課

平成30年9月、岐阜県において、国内で26年ぶりとなるCSF（豚熱）が発生して以来、関東圏まで拡大し、今年1月には沖縄県においても発生した。感染経路は調査中であるが、全国どこでも発生する可能性があることから、今後も侵入防止対策を強化していく。

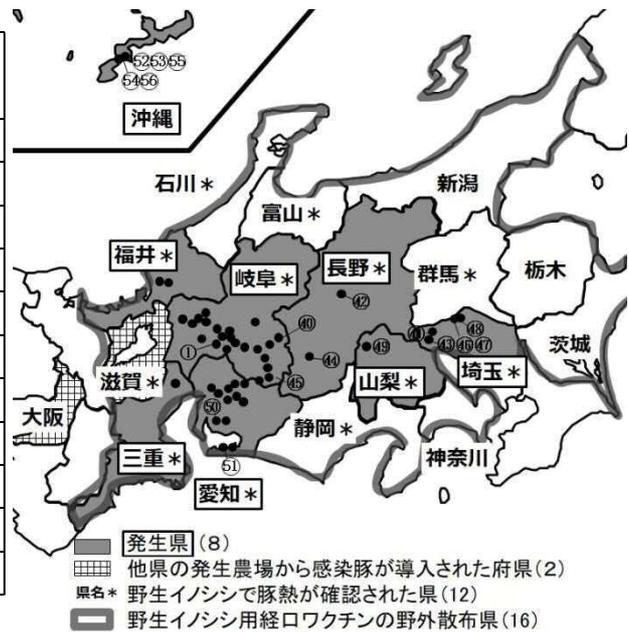
1 発生状況

- 現在、10府県、56件99農場等で発生し、164千頭が殺処分されている。

（2月2日現在）

	県名	初発年月日	発生件数	発生施設数	殺処分頭数
1	岐阜県	H30. 9. 9	22	26	69, 887
2	愛知県	H31. 2. 6	18	47	65, 296
3	滋賀県※	〃	-	1	699
4	大阪府※	〃	-	1	737
5	三重県	R1. 7. 24	1	1	4, 189
6	福井県	R1. 7. 29	2	2	997
7	山梨県	R1. 9. 12	1	2	890
8	埼玉県	R1. 9. 13	5	6	7, 607
9	長野県	R1. 9. 14	2	5	2, 943
10	沖縄県	R2. 1. 8	5	8	11, 008
	合計		56	99	164, 253

※ 他県の発生農場から感染豚が導入された府県



2 これまでの対策

(1) 国の対応

- 肉製品の不法持込に対する罰則強化及び空港等における検疫探知犬の増頭。
- 飼育豚へのワクチン接種推奨地域の指定。[21都府県]
- 野生イノシシに対する経口ワクチンの野外散布（平成31年3月～）。[16県]

(2) 県の対応

- 全ての養豚場に対し、発生の都度の注意喚起及び飼養衛生管理基準の遵守を指導。
- 県内2空港において、乗客の靴底消毒を実施。
- 死亡した野生イノシシの豚熱感染調査（検査頭数：2頭、いずれも陰性）。
- 公園管理者に対し、ごみの放置禁止やごみ置き場への野生動物の侵入防止対策の実施を要請。
- 養豚場等における緊急一斉消毒の実施（令和元年10月）。
- 関係機関と連携した机上防疫演習等の実施。
- 野生イノシシの侵入防止を図るため、国の事業を活用し、養豚場周囲への防護柵の設置を支援。

3 今後の対策

当面、以下の事項について重点的に取り組む。

(1) 飼養衛生管理基準の遵守の徹底

- ・ 全ての人・車両等を介したウイルスの侵入を防止するための消毒の徹底。
- ・ 毎日の飼養豚の健康観察による異常豚の早期発見・早期通報。
- ・ 野生動物との接触防止（防護柵の設置、周辺の除草、畜舎の点検・補修等）。
- ・ 肉製品を含む可能性のある食品残さの適正使用（加熱処理）。

(2) 適切な農場消毒の実施

- ・ 農場自らが適切な消毒を継続実施するよう指導（緊急一斉消毒レベルの維持）。

配付先	消石灰	消毒薬	備考
農場（86か所）	2,336袋	292個	【消石灰】 敷地入口（飼料・家畜運搬車）、 畜舎周囲の消毒用
と畜場（2か所）	80袋	10個	
家畜保冷施設（7か所）	140袋	21個	【消毒薬（ビルコン）】 豚舎入口の踏込消毒槽、 豚舎内消毒用
家畜保健衛生所（3か所）	154袋	60個	
合計	2,710袋	383個	

※ 大規模養豚場等では、独自に消毒ゲートや動力噴霧機等による消毒を実施。

(3) ワクチン接種体制の構築

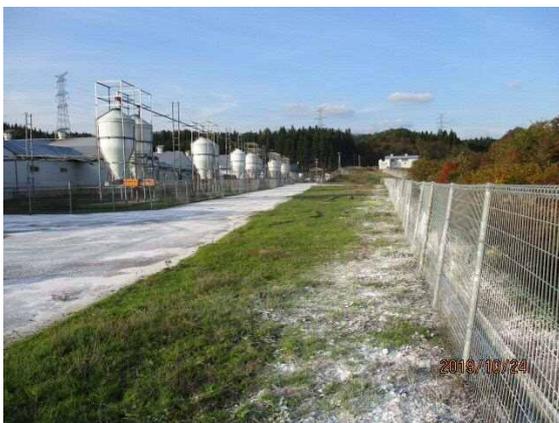
- ・ ワクチン接種を想定し、接種にかかる人員の確保や農場の順番などをシミュレーション。

※ワクチン接種：隣県において飼養豚や野生イノシシでCSFが発生した場合、または、万が一、本県でCSFが発生した場合に実施

(4) 埋却場所の確保

- ・ 未だ死亡豚の埋却場所を確保できていない養豚場に対し、市町村等関係機関との連携による埋却場所の確保を促進。

【参考】



県内養豚場における緊急一斉消毒



防護柵の設置

4 ハタハタの漁獲状況と今後の対応について

水産漁港課

1 今期の漁獲状況等

- (1) 沖合の漁獲量は、昨期より31トン少ない279トン（10%減）で、漁獲枠に対する割合は、86%となっている（令和2年1月31日現在）。
- (2) 沿岸の漁獲量は、昨期より191トン多い479トン（67%増）で、漁獲枠に対する割合は、147%となった（令和2年1月15日確定値）。
- (3) 沖合と沿岸の漁獲量の合計は、昨期より160トン多い757トン（27%増）で、漁獲枠に対する割合は、117%となっている。
- (4) 今期は2歳魚が主体で、1歳魚が主体であった昨期より大型のものが多かった。

【地域別漁獲量】

地 域		今期（R1）				昨期（H30）
		実績	前年同期差(前年比)	漁獲枠	漁獲枠差(達成率)	同期実績
沖 合	県北部	107	-14 (88.4%)	126	-19 (84.8%)	121
	船川	80	-0 (99.9%)	77	3 (103.8%)	80
	県南部	92	-17 (84.3%)	122	-30 (75.3%)	109
	計(1/31現在)	279	-31 (89.9%)	325	-46 (85.8%)	310
沿 岸	県北部	136	50 (157.7%)	82	54 (165.8%)	86
	男鹿北部	208	130 (267.9%)	102	106 (203.8%)	78
	男鹿南部	17	-3 (84.5%)	60	-43 (28.2%)	20
	県南部	118	14 (114.0%)	81	37 (145.6%)	104
	計(1/15漁期終了)	479	191 (166.6%)	325	154 (147.3%)	287
合 計		757	160 (126.8%)	650	107 (116.5%)	597

(ハタハタ漁獲管理期間：9月～翌年6月まで。端数処理により、計などが一致しない場合がある)

2 今後の対応

(1) ハタハタ資源対策の強化

ア ふ化放流による資源増大

漁業者が実施する漁網に付着した卵や漂着卵のふ化放流について、引き続き支援し、資源の増大を図る。

イ 小型魚の保護

網目を拡大した小型定置網の設置により、1歳魚等の小型魚の保護効果を実証し、漁業者に対して実用化に向けた啓発を行う（4地区5箇統の予定）。

ウ 漁獲情報収集の体制整備

高度な資源管理に向け、漁船と産地市場間で迅速な情報共有を図るため、漁船にタブレットを搭載し、水温や位置情報、漁獲量をリアルタイムで把握する。

(2) 沿岸における漁場形成の究明（男鹿南部の不漁原因究明）

県調査船千秋丸や民間船を活用し、流向・流速や水温データを収集するほか、ハタハタの回遊生態に関する調査等を行う。

また、北部日本海系群のハタハタの資源量推定やその評価を行うため、北部日本海各県や水産庁等と漁獲データや資源管理に関する情報交換を行う。

(3) 漁家経営の安定に向けた取組

混獲された小型魚の直売や加工利用により漁家収入の底上げを図るほか、ハタハタ資源対策協議会等において、より有効な資源管理方法（漁獲枠の弾力的な運用や融通等）の構築に向けた協議を行う。

5 秋田林業大学校における林業トップランナー養成研修の 取組状況について

森林整備課

1 第4期生（平成30年4月入校）の動向

修了予定者16名全員が県内の森林組合や林業会社等に就職することが決定した。

【就職先の内訳】

- ・森林組合 6名
- ・林業会社 7名
- ・木材加工会社 2名
- ・木材流通会社 1名

2 第6期生（令和2年4月入校）の選考状況

(1) 推薦選考

合格者15名（申込者15名、高校卒業見込）

(2) 一般選考（前期）

合格者1名（申込者1名、高校卒業見込）

(3) 一般選考（後期）

3月7日（土）に選考予定

3 今後のスケジュール

(1) 修了式（第4期生）

日時：令和2年3月21日（土）10:30～11:30

場所：森林学習交流館 「プラザクリプトン」（秋田市河辺）

(2) 入校式（第6期生）

日時：令和2年4月9日（木）10:30～11:25

場所：森林学習交流館 「プラザクリプトン」（秋田市河辺）

【参考】就職等の状況

就職先	第1期生	第2期生	第3期生	第4期生	合計
森林組合	5名	6名	7名	6名	24名
林業会社	8名	8名	6名	7名	29名
木材加工会社	4名	3名	—	2名	9名
住宅資材総合商社	1名	—	—	—	1名
建設・建築資材販売商社	—	1名	—	—	1名
木材流通会社	—	—	1名	1名	2名
秋田県立大学	—	—	1名	—	1名
計	18名	18名	15名	16名	67名