

施策評価（令和2年度）

施策評価調書

戦略3 新時代を勝ち抜く攻めの農林水産戦略			
施策3-2 複合型生産構造への転換の加速化			
幹事部局名	農林水産部	担当課名	農林政策課
評価者	農林水産部長	評価確定日	令和2年8月25日

1 施策のねらい（施策の目的）

本県農業の成長産業化に向け、産地間競争を勝ち抜く攻めのトップブランド産地の形成を進め、収益性の高い複合型生産構造への転換を加速化します。

2 施策の状況

2-1 代表指標の状況と分析

代表指標①	年度	現状値 (H28)	H29	H30	R1 (H31)	R2 (H32)	施策の方向性(1)~(3)	
							R3 (H33)	備考
主要園芸品目の系統販売額(億円)	目標			183	196	203	212	
	実績	160	145	156	154			
	達成率			85.2%	78.6%			
出典:JA「秋田県青果物生産販売計画書」	指標の判定			d	e			
順位等	全国	-	-	-	-			
	東北	-	-	-	-			
分析 (推移、実績・達成率、順位等)	<ul style="list-style-type: none"> 野菜は、主要6品目のうち、えだまめ、ねぎ、トマト、きゅうり、すいかでは、出荷量が前年比115%となったものの、全国的に単価が低迷したため、販売額は77.5億円（前年比95%）となった。 果樹は、主要5品目のうち、りんごの販売額減少が大きかったものの、おうとうやももは高単価で取引されたため、販売額は22億円（前年比109%）となった。 花きは、出荷量は前年並であったものの、7月以降は、他県産の影響で供給過剰気味となり全国的に低単価で推移したため、主要5品目の販売額はすべての品目で約1割減少した。特に、輪ギクは前年を大きく下回ったため、18億円（前年比93%）となった。 しいたけは、京浜中央市場において、年間出荷量、販売額、単価で日本一となった。出荷量が前年比107%となったことから、販売額も36.5億円（前年比107%）となった。 園芸団地の整備や生産機械の導入を推進したことに加え、令和元年度は好天に恵まれたことにより、多くの品目で出荷量が前年を上回り、京浜中央市場での「えだまめ年間出荷量日本一」や「しいたけ販売三冠王」を達成できたが、単価が低迷したことにより、系統販売額は目標の78.6%にとどまった。 							

							施策の方向性(4)(5)	
代表指標②	年度	現状値(H27)	H29	H30	R1(H31)	R2(H32)	R3(H33)	備考
畜産産出額(億円)	目標			370	387	399	411	H28実績値 364
	実績	352	366	(359)	R2.12月判明予定			
	達成率			(97.0%)	—			
出典:農林水産省「生産農業所得統計」		指標の判定		(b)	n			
分析 (推移、実績・達成率、順位等)	順位等	全国	27位	26位	26位	R2.12月判明予定		
		東北	6位	6位	6位			
	<ul style="list-style-type: none"> 令和元年の産出額実績値は未判明であるものの、判明している飼養頭数は、養豚、鶏卵を中心とする鶏、肉用牛において増加している(乳用牛は微減)。 産出額の推移については、養豚は枝肉価格の下落に伴い減少傾向、乳用牛は経産牛頭数の減少等もあり横ばい、鶏卵を中心とする鶏及び肉用牛は飼養頭数の増加等に伴い増加傾向となっている。 令和元年度にも3件の大規模畜産団地が整備されており、一戸あたりの飼養頭数は年々増加している。 							

※ 指標の判定基準

「a」: 達成率 \geq 100% 「b」: 100% $>$ 達成率 \geq 90% 「c」: 90% $>$ 達成率 \geq 80%

「d」: 80% $>$ 達成率 又は 現状値 $>$ 実績値(前年度より改善) 「e」: 現状値 $>$ 実績値(前年度より悪化)

「n」: 実績値が未判明

2-2 成果指標・業績指標の状況と分析

							施策の方向性(1)(2)	
成果・業績指標①	年度	現状値(H28)	H29	H30	R1(H31)	R2(H32)	R3(H33)	備考
メガ団地等大規模園芸拠点の整備地区数(累積)(地区)	目標			33	39	45	50	
	実績	10	20	33	41			
出典:県園芸振興課「大規模園芸拠点整備実績」		達成率		100.0%	105.1%			
分析 (推移、実績・達成率、順位等)	順位等	全国	—	—	—	—		
		東北	—	—	—	—		
	<ul style="list-style-type: none"> 地域プロジェクトチーム(JA、市町村、地域振興局)により、ほ場整備地区を中心に働きかけた結果、新規に8地区で整備が進み、大規模園芸拠点の累計は41地区となり、目標を達成した。 							

							施策の方向性(4)	
成果・業績指標②	年度	現状値(H28)	H29	H30	R1(H31)	R2(H32)	R3(H33)	備考
大規模畜産団地の整備地区数(累積)(地区)	目標			40	44	48	50	
	実績	30	36	38	41			
出典:県畜産振興課「大規模畜産団地整備実績」		達成率		95.0%	93.2%			
分析 (推移、実績・達成率、順位等)	順位等	全国	—	—	—	—		
		東北	—	—	—	—		
	<ul style="list-style-type: none"> 国庫補助事業により、畜産クラスター協議会等が行う施設整備等を支援した結果、大規模畜産団地の整備地区数は41地区となった。 施設用地の確保等に時間を要した箇所もあり、目標には達していないが、令和2年度は5地区で整備を計画しており、引き続き規模拡大に取り組む畜産経営体を支援する。 							

成果・業績指標③							施策の方向性(7)	
年度	現状値(H28)	H29	H30	R1(H31)	R2(H32)	R3(H33)	備考	
実用化できる試験研究成果(累積)(件)	目標			290	310	330	350	
	実績	256	289	318	345			
出典:県農林政策課「実用化できる試験研究成果」	達成率			109.7%	111.3%			
分析 (推移、実績・達成率、順位等)	順位等	全国	—	—	—	—		
		東北	—	—	—	—		
	<ul style="list-style-type: none"> 令和元年度はこれまでの研究成果を踏まえ、新たに27課題（農業試験場16、果樹試験場8、畜産試験場1、水産振興センター1、林業研究研修センター1）を取りまとめた。 主な成果として、春まきたまねぎの小玉化やりん茎の腐敗等に対応する技術及びりんご「ふじ」の着色不良に対応できる技術をマニュアル化したほか、黒毛和種の肥育期間を通常より4か月早める早期若齢肥育技術を開発した。 							

2-3 施策の取組状況とその成果（施策の方向性ごとに記載）

(1) 大規模園芸拠点を核とした戦略作物の更なる生産拡大【園芸振興課】

指標	代表①、成果①
----	---------

- 複数団地が連携するネットワーク団地(販売額1億円以上)や、既存のメガ団地と連携して相乗効果を狙うサテライト団地(販売額3千万円以上)を含め、令和元年度までに34地区<+14地区>で整備が完了した。整備が完了していない7地区も含め、現在41地区<+8地区>で営農を開始した（メガ団地における作付面積【えだまめ：208ha<+18ha>、ねぎ：84ha<+25ha>】）。
- 個々の団地の課題に対応するため、普及指導員の指導によりトヨタ式カイゼン手法（5地区<+2地区>）やスマート農業技術を導入するなど、生産性の向上を図りながら経営の安定化を図った。

(2) 「しいたけ」や「えだまめ」など日本一を目指す園芸産地づくり【園芸振興課】

指標	代表①、成果①
----	---------

- えだまめは、メガ団地の整備や生産機械の導入による生産拡大の支援に加え、食味分析に基づく「あきたほのかのPRブック」作成や首都圏の量販店におけるレンジパック試食販売会の開催など、ブランディング強化のための支援を実施し、京浜中央市場での年間出荷量日本一を達成した（年間出荷量1,795t<+345t>）。
- ねぎは、メガ団地の整備や生産機械の導入による生産拡大の支援に加え、生産規模拡大に合わせた省力化体系の実証や量販店における試食販売の開催など、ブランディング強化のための支援を実施し、京浜中央市場において夏秋ねぎの出荷量で全国2位となった。
- しいたけは、生産施設の整備等による生産拡大の支援に加え、品質査定会や販売プロモーションなどの取組を支援し、京浜中央市場において、年間出荷量、販売額、単価で日本一となった（年間出荷量2,241t<+70t>）。
- あきた園芸戦略対策協議会（JA全農、各JA、県で組織）が行う首都圏での商談会や販売会の活動を通じて、幅広く県産ブランド青果物の販促活動を展開した。

(3) 秋田のオリジナル品種による果樹・花きの生産振興【園芸振興課】

指標	代表①
----	-----

- りんご「秋田紅あかり」や日本なし「秋泉」については、マーケティング分析に基づく販促活動の実施により、高単価での取引につながった（「秋田紅あかり」：359円/kg ※「ふじ」の1.3倍、「秋泉」：371円/kg ※「幸水」の1.3倍）。
- りんご「ゆめあかり」や「秋田紅あかり」について、果樹試験場が開発した鮮度保持剤（スマートフレッシュ）を用いた長期貯蔵技術の普及を図った結果、端境期の出荷が可能となり、販路拡大につながった（出荷終期が12月から7月まで延長）。
- 「NAMAHAGEダリア」のブランド力強化を図るため、育種家と連携した品種開発により、令和元年は新たに3品種が市場出荷デビューした。また、産地の技術力強化と生産性の向上を図るため、育種家や栽培技術アドバイザーによる現地指導等を実施した。加えて、平成30年度から始めた宮崎県とのリレー出荷により、「NAMAHAGEダリア」が首都圏の市場に周年出荷され、品種の定着と認知度の向上につながった。
- 「秋田りんどう」については、民間育種家と連携した研修会や実証ほの設置等に取り組み、品種特性の把握と栽培技術の向上に努めた（実証ほ2箇所設置）。

(4) 大規模畜産団地の全県展開【畜産振興課】	指標	代表②、成果②
<ul style="list-style-type: none"> 平成29年度に秋田市において県内最大級の大規模肥育団地が整備されたこと等を契機に、若い担い手を中心とした規模拡大の気運が高まっており、令和元年度は3地区<+1地区>で大規模畜産団地の整備を支援した。 令和元年度に整備した畜産団地においては、畜産クラスター協議会が中心となり、施設整備と併せた省力化機械導入等により、生産基盤の確立を支援した。いずれも30～40代の若い担い手による規模拡大であり、今後、各地域の若手生産者への波及効果が期待される。 		

(5) 秋田牛や比内地鶏など秋田ブランドによる畜産振興【畜産振興課】	指標	代表②
<ul style="list-style-type: none"> 首都圏における秋田牛の認知度向上を図るため、大手食肉事業者を対象としたトップセールスや量販店における店頭キャンペーン（5店舗<△11店舗>）のほか、秋田牛5周年を記念した抽選プレゼントキャンペーン（62店舗）を新たに実施した。 秋田牛のPRのため創設した秋田牛取扱店の登録数が全国で318店舗<+8店舗>となった。 県内において、10月から11月にかけて、秋田牛取扱店91店舗の参加のもと、秋田牛メニューフェア・販売促進キャンペーンを実施し、秋田牛ブランドの浸透を図った。 秋田牛を県内外に広くPRし、認知度向上を図るため、運送事業者と共同で、首都圏等へ枝肉や家畜の運搬を行う大型車両に秋田牛を使った料理や観光スポットなどのデザインを施したプリントトラックを新たに4台製作し、計5台となった。 疲労回復や運動能力向上に効果があるといわれている成分が多く含まれるといった比内地鶏のストロングポイントを消費者へ訴求するため、県内のプロスポーツチームと連携し、ホームスタジアム内へのストロングポイント・ロゴマークの掲示や冠マッチを開催し、PRを実施した。 首都圏の高所得者を対象に、比内地鶏の美味しさやこだわり、ストロングポイントについて理解を深める料理教室を開催した（20回<±0回>）。このほか、大型量販店と連携した販売促進活動、SNSを利用した情報発信等、食味の高さをPRするプロモーション活動を実施した。 		

(6) 先端技術と融合したアグリテックによる生産効率の向上【園芸振興課】	指標	—
<ul style="list-style-type: none"> 冬期園芸品目（いちご）の作付拡大と生産性向上を目的に、先端的な知見と技術を有する専門業者に実証試験を委託し、いちご栽培施設におけるデータセンシングによる環境制御システムを構築することができた。 果樹では、省力化を基本としたモデル経営実証ほを新たに4か所に設置し、既存の4か所と併せて計8か所で、りんごの収穫作業、醸造用ぶどうの新梢管理作業、おうとうの収穫作業等において省力効果を確認した。 		

(7) 秋田の農林水産業の発展を支える研究開発の推進【農林政策課】	指標	成果③
<ul style="list-style-type: none"> 本県の気象、立地条件に即した県オリジナル品種の開発に取り組み、小玉すいかの「あきた夏丸チツチェ」と果皮色の異なるシリーズ品種「あきた夏丸チツチェゴールド」など3品種を新たに育成した。また、小玉で蜜入りが極めて多いりんご「秋田19号」が登録されたほか、1果重の大きいいちご「そよかの」が出願公表となった。 県立大学との共同研究により育成した難消化性澱粉含有率があきたこまちの約9倍となる「まんぷくすらり」と、無花粉のシンテッポウユリ「あきた清ひめ」を新たに出版した。 新技術の開発では、県内の農業系及び食品系副産物（糠、くず大豆等）を用いて、収量が多く、機能性成分に富んだきのこを生産できる新しい菌床の製造法と栽培技術などを開発した。 高齢化や労力不足に対応し、ICT技術等を活用したスマート農業を推進するため、土地利用型大規模経営モデルと花きによる一貫経営体系モデルの構築を目指し、農機メーカーと連携しデータ収集や専用機械の精度などを実証している。 		

3 総合評価結果と評価理由

総合評価	評価理由
B	<ul style="list-style-type: none"> ● 代表指標の達成状況については、①「主要園芸品目の系統販売額」は「e」判定、②「畜産産出額」は「n：未判明」であり、定量的評価は「N」。 ● 代表指標①に関しては、全国的に好天に恵まれ豊作傾向となったことから、夏野菜の販売単価は低めに推移し、その影響により販売額の達成率は78.6%となったが、気象変動の要素を除き、平年並みの単価で試算すると160億円（達成率81.6%）となる。系統販売額はほぼ横ばいとなっている一方で、国が公表している最新の統計である平成30年度生産農業所得統計においては、野菜、果実、花き、きのこ類の産出額の合計は、直近10年で最高の452億円となり、対前年度比では107%と全国2位の伸び率になっている。成果・業績指標①の園芸メガ団地整備地区数の達成率は105.1%となり、目標を上回るペースで生産基盤の整備が進んでおり、園芸品目の作付面積は30年度よりも拡大していることから、産出額は更に増加するものと見込まれる。こうした状況の中、京浜中央市場では、年間を通じて初の「えだまめ出荷量日本一（出荷量345t増）」や「しいたけ販売三冠王（出荷量70t増）」を達成したほか、「夏秋ねぎの出荷量」が2位にワンランクアップするなど、着実に成果が上がっている。 ● 代表指標②に関しては、平成30年度の達成率は97.0%と高い値となっていることに加え、令和元年度に大規模畜産団地が新たに3箇所整備（累計41施設：成果・業績指標②：達成率93.2%）されるなど、生産基盤の整備が着実に進んだ結果、産出額に占める割合の大きい豚や鶏、肉用牛の飼養頭数が増加しており、更なる上積みが見込まれる。 ● また、成果・業績指標③の実用化できる試験研究成果の達成率は111.3%となり、基盤整備の面はもとより、技術の面からも、複合型生産構造への転換は着実に進展している。 ■ 代表指標の達成状況や施策の取組状況とその成果など総合的な観点から評価した結果、総合評価は「B」とする。

● 定量的評価：代表指標の達成状況から判定する。

「A」：代表指標が全て「a」、「B」：代表指標に「b」があり、「c」以下がない、「C」：代表指標に「c」があり、「d」以下がない

「D」：代表指標に「d」、「e」を含む。ただし、「E」、「N」に該当するものを除く、「E」：代表指標が全て「e」、「N」：代表指標に「n」を含む

● 定性的評価：成果指標・業績指標の達成状況を踏まえた上で、施策の取組状況とその成果、外的要因等から判定する。

■ 総合評価：定量的評価を踏まえた上で、定性的評価を考慮して、総合的な観点から「A」、「B」、「C」、「D」、「E」の5段階に判定する。

4 県民意識調査の結果

質問文	えだまめ、ねぎ、しいたけ、キク、秋田牛などの生産が盛んに行われている。					
満足度	調査年度	R1 (H31)	R2 (H32)	R3 (H33)	R4 (H34)	前年度比
満足度	肯定的意見	31.1%	40.5%			+9.4%
	十分 (5点)	3.9%	7.3%			+3.4%
	おおむね十分 (4点)	27.2%	33.2%			+6.0%
	ふつう (3点)	41.4%	36.7%			▲4.7%
	否定的意見	10.8%	8.4%			▲2.4%
	やや不十分 (2点)	7.9%	6.0%			▲1.9%
	不十分 (1点)	2.9%	2.4%			▲0.5%
	わからない・無回答	16.6%	14.3%			▲2.3%
平均点		3.25	3.43			+0.18
調査結果の認識、取組に関する意見等						
<p>○ 5段階評価の満足度の平均点は「3.43」で、「ふつう」の3より0.43高かった。回答では「ふつう」が最も多かった。</p> <p>「十分」と「おおむね十分」を合わせた割合は40.5%、「ふつう」は36.7%、「不十分」と「やや不十分」を合わせた割合は8.4%であった。また、「肯定的意見」と「ふつう」を合わせた割合は77.2%であった。</p> <p>○ 「不十分」又は「やや不十分」の理由や県に求める取組として以下のような意見があった。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・生産も重要だが、販売はもっと重要。ここをどうするのか。秋田の場合は、売り込みが下手。（男性／60歳代／秋田地域） ・県内のニュース等から、最近野菜づくりでだいぶ頑張っていると感じているが、果たして首都圏でどれほど秋田県の野菜や牛肉が認知されているか疑問である。もっと秋田の食材をアピールして認知度を高める必要があるのではないか。（男性／60歳代／秋田地域） ・県内の人にもっと周知することで県外へも広まっていくと思う。（男性／30歳代／秋田地域） 						

※端数処理の関係で満足度の割合の合計は100%にならないものもある。

5 課題と今後の対応方針

施策の方向性	課題(施策目標達成に向けた新たな課題、環境変化等により生じた課題 など)	今後の対応方針(重点的・優先的に取り組むべきこと)
(1)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 園芸メガ団地は、令和2年度も5地区の整備を行っており、目標の50地区まで残り4地区となっているが、一方で主要園芸品目の系統販売額は近年横ばいとなっており、整備が完了した34地区の中には、販売額の目標を達成していない地区もある。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 複合型生産構造への転換を一層加速するため、振興局の地域プロジェクトチームにより、園芸メガ団地の新規地区の掘り起こしと計画策定の支援を行う。また、整備完了地区においては、収量改善や労働力確保といったフォローアップ活動を強化するとともに、販売実績が目標に達していない地区を「重点支援団地」と位置づけ、要因分析を踏まえた緻密な指導を行う。
(2)	<ul style="list-style-type: none"> ○ えだまめは、京浜中央市場における年間出荷量日本一を達成したが、他県のブランド産地と比較すると販売単価が低い水準にある。 ○ ねぎは、順調に生産が拡大し、京浜中央市場における夏秋ねぎの出荷量がワンランクアップし2位となったものの、1位とは大きな差がある。 ○ しいたけは、年間出荷量、販売額、単価の3分野で初めて京浜中央市場における日本一を達成したものの、3分野とも販売戦略に掲げる目標には達していない。 <ul style="list-style-type: none"> ● 生産を拡大することと併せて、販売に力を入れていくことも重要である。秋田の食材をアピールして認知度を高める必要があるのではないか。(県民意識調査より) ● 県産の野菜などについて、県内でもっと周知し、消費が進むことで、県外へも広まっていくと思う。(県民意識調査より) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ゆうパック販売等により新たな客層へ秋田のえだまめの良さをアピールするほか、PRイベントにより知名度アップを図り、販売単価の向上を目指す。 ○ 生産機械の導入により大規模化が進んでいることから、規模拡大に合わせた省力化体系の実証を進め、さらなる生産拡大を図る。 ○ 日本一になった要因を分析し、引き続き、日本一を維持しながら、販売戦略目標が達成できるよう、品質の高位平準化を目指すとともに、生産施設の整備等により更なる生産拡大を図る。 <ul style="list-style-type: none"> ● 県産青果物の認知度向上を図るため、県外では、首都圏等量販店や大手企業の社員食堂などにおいて、多様なプロモーションを実施している。また、県内では、量販店での試食宣伝や地産地消イベント等の開催により、PRと消費拡大活動を実施している。認知度向上には継続的な取組が必要であることから、今後も計画的に実施していく。 ● 近年、園芸メガ団地等により生産拡大が進み、品質及びロットが確保でき、流通販売体制が整いつつある。県内向けには、量販店でのイベント等の開催により県産農産物の活用促進と地産地消の啓発を図る。また、首都圏量販店等での販売プロモーションやターゲットを絞った秋田の農産物の輸出に対応し、流通販売体制を構築する。
(3)	<ul style="list-style-type: none"> ○ りんご「秋田紅あかり」は夏季の高温による着色不良、日本なし「秋泉」は冬季の低温による枝枯れがみられ、それぞれ生産拡大のネックとなっている。 ○ ダリアは、栽培面積が日本一となったものの、出荷量と販売額が全国5位であり、単位面積当たりの生産量が低い。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 気象災害や温暖化による収量の不安定化を解消するため、生産者や関係機関との協議会を開催し、県オリジナル品種の生産安定対策に取り組む。 ○ 平成30年度に設立した「ダリア生産日本一獲得プロジェクト会議」において生産者・関係者の連携を強化しながら、ダリア生産アドバイザーを核とした現地指導体制の強化や、新品種普及のための現地実証など、生産量増加に向けて取り組む。
(4)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 事業要望調査の段階では、規模拡大に向けた施設整備に意欲のある事業者はいるものの、畜産施設の整備には多額の費用を要することから、自己資金のみでは整備が進みにくい。また、そうした事業者の中には、法人化の手続きや施設整備に必要な用地の確保などに時間を要している例もある。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 事業費の負担軽減を図るため、畜産クラスター事業等の国庫補助事業の活用を促していく。また、融資機関を含めた関係機関で構成する支援チームが、施設用地の確保等に係る行政手続や経営計画の策定に関して助言し、事業化から事業実施後の早期安定化まで一体的に支援していく。

(5)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 県産牛の8割が流通する首都圏では、大手食肉事業者との取引ルートが確立されているものの、販路が限定的であるほか、消費者に十分浸透しているとは言えない状況にある。 ○ 新型コロナウイルス感染拡大の影響により、比内地鶏の需要が激減していることから、在庫量が急増しており、販売業者や関連産業が大きな打撃を受けている。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 東京事務所と連携して首都圏における新たな需要の掘り起こしや取引の継続・拡大を支援し、秋田牛の認知度向上を図る。 ○ 需要回復に向け、学校給食等での利用促進や、企業の社員食堂や中食における利用促進、小売店等での販売拡大対策に業界全体で取り組む。
(6)	<ul style="list-style-type: none"> ○ いちごの栽培施設環境に関する高精度のセンシング等のシステムは構築できたが、最適な施設内環境モデルについては、現地栽培データの蓄積・分析が進んでいない。 ○ 果樹生産者の高齢化や減少により、深刻な労働力不足が生じている。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ いちご栽培農家の協力を得ながら、センシングデータやいちごの生育データを蓄積・分析し、秋田県内の気候に合わせたモデルを確立しブラッシュアップしていく。 ○ 県内8か所に設置した省力化を基本としたモデル経営実証ほにおける効果の検証を進め、システムの早期の確立を図るとともに、その普及に取り組む。
(7)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 各種作業工程において、機械のスマート化の導入は始まっているが、個別機械による効果の検証にとどまっており、現場への普及定着には至っていない。 ○ 産地間競争に打ち勝つため、消費者や生産者の多様なニーズに対応する品種の育成が求められている。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 県内2か所で行っている実証試験で、一貫作業体系による作業効率、精度の検証に取り組むとともに、マニュアルを作成するなど現場への普及定着を促進する。 ○ 県が重点的に取り組む品目について、オリジナル品種育成を進め、品質や収量の向上を図る。 <ul style="list-style-type: none"> 【えだまめ】 食味で評価が高い「あきたほのか」の作期前進型品種の育成 【ねぎ】 耐暑性夏穫り品種、濃緑色秋冬穫り品種の育成

※●は県民意識調査結果に関する課題と今後の対応方針

6 政策評価委員会の意見

自己評価の「B」をもって妥当とする。