

# 施策評価（令和3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3年8月26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

							施策の方向性(1)~(3)	
代表指標①	年度	現状値(H28)	H29	H30	R1(H31)	R2(H32)	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	167		
	達成率			85.2%	78.6%	82.3%		
出典:JA「秋田県青果物生産販売計画書」	指標の判定			d	e	c		
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"> <li>野菜は、7月の日照不足・長雨の影響等により、主要6品目の出荷量が前年比90%となったものの、夏秋期の野菜全体の数量不足や巣ごもり需要の拡大等により高単価となったため、販売額は83.3億円（対前年比108%）となった。</li> <li>果樹は、主要5品目のうち、おうとうが開花期の天候不良の影響で出荷量及び販売額が大きく減少したものの、果樹全体では全国的な天候不順の影響で品薄となり、全般的に高単価で取引されたため、販売額は約25億円（対前年比112%）となった。</li> <li>花きは、夏の暑さ等により、ダリアやシンテッポウユリの出荷量が落ち込み、全体の出荷量は前年比89%となったが、販売単価は概ね堅調で前年比111%だったことから、販売金額は約18億円（対前年比99%）となった。</li> <li>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2年連続で日本一となった。出荷量が前年比106%となったことから、販売額も40.5億円（対前年比111%）と過去最高となった。</li> <li>園芸団地の整備や生産機械の導入を推進したことにより、ねぎやしいたけの出荷量が過去最高となったほか、京浜中央市場での「しいたけ販売三冠王」を2年連続で達成した一方で、天候不順等により多くの品目で出荷量が前年を下回ったため、系統販売額は前年度より増加したものの目標の82.3%にとどまった。</li> </ul>								

							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	
	実績	352	366	(359)	(362)	R3.12月判明予定		H28実績値 364
	達成率			(97.0%)	(93.5%)	-		
出典:農林水産省「生産農業所得統計」	指標の判定			(b)	(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	26位	R3.12月判明予定	
		東北	6位	6位	6位	6位		
<ul style="list-style-type: none"> <li>令和2年の産出額実績値は未判明であり、直近の飼養頭数についても未確定であるが、産出額に占める割合が最も大きい養豚において、生産量及び単価が増加しており、産出額も増加する見込みである。</li> <li>令和元年の産出額は、肉用牛が枝肉単価の下落等により微減となったほか、鶏が鶏卵生産量の減により減少したものの、養豚では生産量の増と枝肉価格の上昇により増加しており、合計で前年を上回った。</li> </ul>								

#### ※ 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	46			
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%	102.2%			
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"> <li>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5地区で整備が進み、大規模園芸拠点の累計は46地区となり、目標を達成した。</li> <li>令和3年度は、更に4地区で整備を計画しており、目標である50地区の達成を見込んでいる。</li> </ul>								

								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	49			
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%	102.1%			
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"> <li>国庫補助事業及び県単事業の活用により、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49地区となり、目標を上回った。</li> <li>令和3年度は、更に3地区で整備を計画しており、目標を上回る見込みである。</li> </ul>								

								施策の方向性(7)	
成果・業績指標③	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	377			
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%	114.2%			
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"> <li>令和2年度はこれまでの研究成果を踏まえ、新たに32課題（農業試験場17、果樹試験場11、畜産試験場2、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。</li> <li>主な成果として、秋田県で育成した極良食味米「サキホコレ」の品種概要や高品質・良食味栽培等のポイントをまとめた手引きを作成したほか、漁業者による簡便な底びき網の漁具改良により漁獲対象物を獲り損なうことなく、不要な混獲物を軽減する方法を開発した。</li> </ul>								

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2年度までに41地区<+7地区>で整備が完了した。整備が完了していない5地区も含め、現在46地区<+5地区>で営農を開始している（メガ団地における作付面積【えだまめ：203ha<△5ha>、ねぎ：117ha<+33ha>】）。
- ・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<±0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、収穫ロスや品質低下を抑える新型収穫脱炭機の実演と現地実証、料理家が開発したレシピのブログやSNSでの情報発信を実施したが、7月の日照不足・長雨の影響により収穫量が減少し、京浜中央市場での年間出荷量は、昨年度の日本一から第2位に後退した。なお、認知度向上と新たな販路開拓に向け、4団体で実施している「えだまめゆうパック」を首都圏等で販売するため、統一の出荷資材とカタログを制作した。
- ・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、作期拡大や省力化を目的とした現地実証を実施したほか、料理家が開発したレシピをブログやSNSで情報発信し、首都圏消費者の認知度向上に努めたことにより、出荷量、販売額とも過去最高となるとともに、京浜中央市場において夏秋ねぎの出荷量が2年連続で全国2位となった（出荷量5,099t<+423t>、販売額24.7億円<+4.1億円>）。
- ・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、料理メディアサイトを活用したレシピコンテストやSNSでの情報発信を実施するとともに、量販店でのデジタルサイネージを活用した非接触型のPR活動を支援し、京浜中央市場において、年間出荷量、販売額、販売単価で2年連続の日本一となった（年間出荷量2,315t<+74t>）。
- ・あきた園芸戦略対策協議会（JA全農、各JA、県で組織）が行う首都圏及び県内での非接触型（マスメディアやデジタルサイネージの活用等）販売促進活動を通じて、幅広く県産ブランド青果物のPRに努めた。

<新型コロナウイルス感染症の影響>

- ・えだまめ、ねぎ、しいたけの品質向上のための品質査定会、ねぎの首都圏での野菜ソムリエと連携した料理教室、しいたけの首都圏量販店での販売促進活動を開催する計画であったが、感染拡大防止の観点から中止とした。代替措置として、メディアサイトを活用したレシピコンテストとSNSでの情報発信を実施した。
- ・あきた園芸戦略対策協議会が量販店等で行う試食宣伝活動やイベント等が、感染防止の観点から実施困難となったため、メディアサイトや量販店でのデジタルサイネージの活用、新たな販促資材の作成など、非接触型の園芸品目PR活動に要する経費を支援した（補助金：1,725千円）。

(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、「秋田紅あかり」は348円/kg、「秋泉」は461円/kgと、「ふじ」（236円/kg）や「幸水」（427円/kg）よりも高単価で取引された。
- ・りんご「ゆめあかり」や「秋田紅あかり」の鮮度保持剤（スマートフレッシュ）を用いた長期貯蔵と端境期出荷への取組は、現在、4組織で行われており、全県的な取組に発展した。
- ・「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2年は新たに3品種を市場デビューさせることができた。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を中心とした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、生産者を対象とした研修会や民間育種家と連携した実証ほにおいて、品種特性の把握と栽培技術の向上に努めた（実証ほ2か所）。

<新型コロナウイルス感染症の影響>

- ・新型コロナウイルス感染症の拡大の影響で花きの消費が減退したことから、日常生活での県産花きの需要喚起を図ることを目的に、学校や駅、空港等の公共施設等において、県産花きを活用した花飾りを展示した（スタンド花展示：学校、県等の公共施設438箇所、フラワーモニュメント設置：駅等の交通拠点6箇所）ほか、結婚式や披露宴を実施できなかった入籍者等（215組）に、フラワーアレンジメントをプレゼントする「プライダルフラワーキャンペーン」等を実施し、花きの活用拡大の取組を支援した。

(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"> <li>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2年度は8経営体&lt;+5経営体&gt;で大規模畜産団地の整備を支援した。</li> <li>いずれの整備地区においても、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。30~40代の若い担い手を中心とした規模拡大であり、今後、各地域への波及効果が期待される。</li> </ul>		
<p>&lt;新型コロナウイルス感染症の影響&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う需要の停滞により、令和2年度上半期に枝肉価格が急落したことから、経営的に不安定な状況が続いている。このため、県では、肥育経営の再生産を推進するとともに、家畜市場の活性化及びび牛価格の下支えを促し、肉用牛生産基盤の維持・強化を図るため、肥育素牛の導入について支援した。</li> </ul>		

(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"> <li>首都圏における秋田牛の認知度向上を図るため、首都圏大手量販店における抽選プレゼントキャンペーン(64店舗&lt;+2店舗&gt;)を実施したほか、通販事業者と連携したテレビショッピングによる全国販売を実施するなど、秋田牛を広くPRした。</li> <li>県内において、10月から11月にかけて、秋田牛取扱店98店舗&lt;+7店舗&gt;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たほか、年末の贈答需要を喚起するキャンペーンを新たに実施し、秋田牛ブランドの浸透を図った。</li> <li>比内地鶏ブランドの更なる発展のため、秋田県比内地鶏ブランド認証推進協議会が認証する比内地鶏を取り扱っている飲食店を登録する制度を創設し、69店舗の登録を行うとともに、ポスター等のPR資材配布やHPへの掲載により制度の周知を図った。</li> </ul>		
<p>&lt;新型コロナウイルス感染症の影響&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>新型コロナウイルス感染症拡大の影響により秋田牛等の県産牛肉及びび内地鶏について外食需要が減少したことから、県内の小中学校及び特別支援学校等における学校給食での利用拡大を推進し、県産牛肉は延べ1,094校、242,409人に、比内地鶏は延べ1,228校、279,073人に提供した。比内地鶏については、さらに、社食・中食等での消費拡大を図り、東北地域の約1,400店舗のコンビニエンスストアで新商品が販売されるなど、食鳥業者の過剰在庫の解消に寄与した。</li> <li>また、比内地鶏の家庭内消費の拡大を図るため、著名な料理家が考案した比内地鶏レシピをHPで公開するとともに、テレビ番組や動画配信サイト、オンライン料理教室等でPRを行った。あわせて、令和3年1月から約1カ月間、県内11社113店舗、首都圏2社37店舗の量販店において比内地鶏フェアを開催し、精肉に加え弁当や惣菜も好評を博した。</li> </ul>		

(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	代表①
<ul style="list-style-type: none"> <li>施設きゅうりの生産性向上と省力化を目的に、灌水施肥の自動化が可能となる「A I 自動灌水施肥システム(ゼロアグリ)」の現地実証を行い、導入効果が確認できた。</li> <li>果樹では、省力化を基本としたモデル経営実証ほ8か所において、醸造用ぶどうにおける多目的作業車導入による省力効果や、日本なしの盛土式根圏制御栽培における生産性等について明らかにした。</li> </ul>		

(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"> <li>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、本県のフラッグシップとなる極良食味米「サキホコレ」と、「あきたこまち」にCd低吸収性を付与し「あきたこまち」と同等の栽培特性と食味をもつ「あきたこまちR」が出願公表となった。また、すいかのオリジナル品種「あきた夏丸」より糖度上昇が早く、4日程度早生となる「あきた夏丸ワッセ」と、黒皮で種子が少ない「あきた夏丸クロオニ」が品種登録となった。</li> <li>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「まんぷくすらし」と、無花粉のシンテッポウユリ「あきた清ひめ」が出願公表となったほか、雄花着生量が従来種の半分以下で、成長と強度に優れ、花粉飛散量が少ないスギ2品種を開発した。</li> <li>極良食味米「サキホコレ」について、関係機関や生産者等の栽培技術向上のため、品種概要や高品質・良食味栽培等のポイントをまとめた手引きを作成した。</li> <li>水産分野では、漁業者による簡便な底びき網の漁具改良により、漁獲対象物を獲り損なうことなく、不要な混獲物を軽減する方法などを開発した。</li> <li>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。</li> </ul>		

### 3 総合評価結果と評価理由

総合評価	評価理由
<b>B</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 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「c」判定、②「畜産産出額」は「n：未判明」であり、定量的評価は「N」。</li> <li>● 代表指標①に関しては、7月の日照不足・長雨の影響等により、野菜はねぎ以外の品目で出荷量が減少したものの、全体の数量不足等により高単価で推移したことや、ねぎやしいたけの出荷量、出荷額が過去最高となったことなどから、全体の販売額が対前年比108%となり達成率が82.3%となった。 成果・業績指標①「メガ団地等大規模園芸拠点の整備地区数」の達成率は102.2%と、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が拡大していることから、販売額は更に増加すると見込まれる。 また、京浜中央市場では、「しいたけ販売三冠王（出荷量74t増）」を2年連続で達成したほか、「夏秋ねぎの出荷量（423t増）」も2年連続の第2位となり、着実に成果が上がっている。</li> <li>● 代表指標②に関しては、令和元年度の達成率が93.5%に達していることに加え、令和2年度に大規模畜産団地が新たに8か所で整備（累計49施設：成果・業績指標②「大規模畜産団地の整備地区数」：達成率102.1%）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。</li> <li>● また、成果・業績指標③「実用化できる試験研究成果」の達成率は114.2%となり、生産基盤の整備はもとより、技術の面でも、複合型生産構造への転換は着実に進展している。</li> <li>■ 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。</li> </ul>

● 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%	35.3%		△5.2
	十分 (5点)		3.9%	7.3%	5.3%		△2.0
	おおむね十分 (4点)		27.2%	33.2%	30.0%		△3.2
	ふつう (3点)		41.4%	36.7%	41.0%		+4.3
	否定的意見		10.8%	8.4%	9.7%		+1.3
	やや不十分 (2点)		7.9%	6.0%	7.0%		+1.0
	不十分 (1点)		2.9%	2.4%	2.7%		+0.3
	わからない・無回答		16.6%	14.3%	14.0%		△0.3
平均点		3.25	3.43	3.33		△0.10	
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「3.33」で、「ふつう」の3より0.33高かった。回答では「ふつう」が最も多かった。 「十分」と「おおむね十分」を合わせた割合は35.3%、「ふつう」は41.0%、「不十分」と「やや不十分」を合わせた割合は9.7%であった。また、「肯定的意見」と「ふつう」を合わせた割合は76.3%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。 ・それなりのブランド力があるねぎや比内地鶏に比べ、枝豆、椎茸などは生産が盛んに行われていることを知っている人が少ないと思う。もっとアピールしてもいい。（女性/20歳代/秋田地域） ・秋田牛は美味しいと思うが、他のものは特に秋田産だからということで買うことはしない。（女性/60歳代/秋田地域） ・枝豆やシイタケなど出荷額がトップクラスであることが周知されていない。ブランド化されていない。（男性/40歳代/秋田地域）</p>							

※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"> <li>○ 主要園芸品目の系統販売額は近年横ばいとなっており、園芸メガ団地46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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 目標販売額の達成へ向け、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、販売実績が目標と乖離している地区を「重点支援団地」と位置づけ、要因分析を踏まえた現地指導を行う。</li> </ul>
(2)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ えだまめは、京浜中央市場における年間出荷量は日本一から2位に後退しており、単位当たり収量が低くなっている。</li> <li>○ 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は2位となっているものの、1位とは大きな差がある。</li> <li>○ しいたけは、年間出荷量、販売額、単価の3分野で京浜中央市場における日本一を2年連続で達成したものの、3分野とも販売戦略に掲げる目標には達していない。</li> <li>● それなりのブランド力があるねぎや比内地鶏に比べ、枝豆、椎茸などは生産が盛んに行われていることを知っている人が少ないと思う。もっとアピールしてもいい。(県民意識調査より)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 低単収の要因分析や排水対策等基本技術励行の指導、収穫ロス等を抑制する新型収穫脱莢機の現地実証等により、単収の向上を図り、日本一奪還を目指す。</li> <li>○ 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や作期拡大の実証を進め、更なる生産拡大を図る。</li> <li>○ 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。</li> <li>● 引き続き、JAグループ等と連携した販売促進活動を展開するほか、メディアサイトやSNSによる情報発信を充実させ、県内外へPRしていく。</li> </ul>
(3)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 果樹は雪害や霜害などの気象災害を受けやすく、生産量の低下が起こりやすい。</li> <li>○ ダリアは、栽培面積が日本一となったものの、出荷量が全国4位、販売額が全国3位であり、単位面積当たりの生産量が低い。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 気象災害に強い園地づくりのほか、機械導入等の省力化が可能な樹形や園地構造への転換に取り組む。</li> <li>○ 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、ダリア栽培技術アドバイザーを中心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。</li> </ul>
(4)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 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。</li> </ul>
(5)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 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、他産地との競争は激化しており、消費者に十分浸透しているとは言えない状況にある。</li> <li>○ 比内地鶏の首都圏等の飲食店を中心とした需要は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により停滞しており、生産調整が続いている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 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。</li> <li>○ 令和2年度に制度を創設した「登録店」を中心に、需要が低迷する夏季における販路拡大に着手するなど、販路の多角化を進めていく。</li> </ul>
(6)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 施設きゅうりの「A I自動灌水施肥システム(ゼロアグリ)」については、生産性向上や省力化の効果は確認できたが、現地栽培データや導入に当たっての費用対効果分析の蓄積が少ない。</li> <li>○ 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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 施設きゅうり農家の協力を得ながら、引き続き実証試験を行い、データを蓄積・分析し、導入に向けた、効果の検証に取り組む。</li> <li>○ モデル経営実証ほで得られた「盛土式根圏制御栽培」等の省力化技術の効果の検証をさらに進め、その普及を図るとともに、複数技術の組み合わせによる省力一貫生産体系の早期確立に取り組む。</li> </ul>
(7)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 各種作業工程において、機械のスマート化は始まっているが、個別機械による効果の検証にとどまっており、生産現場を想定した一貫体系における効果の検証やその普及拡大・定着には至っていない。</li> <li>○ 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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 各公設試において、スマート農機等による新たな農作業体系の検討や、農家向け実証展示等を行い、生産現場でのスマート農業体系の導入やその普及拡大・定着を促進する。</li> <li>○ 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。 【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</li> </ul>

※●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。