（様式２）

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３－４　農林水産物の高付加価値化と国内外への展開強化			
幹事部局名	農林水産部	担当課名	農業経済課
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）

県産農林水産物の付加価値向上と地域の雇用拡大を図るため、ＪＡ等による農産物の加工・販売や、異業種との連携強化による新たなビジネスの創出など、県産農産物の優れた特色を引き出すための６次産業化を総合的に推進します。

また、中食・外食企業による産地囲い込みなどの新たな動きや、消費者・実需者の多様なニーズに的確に対応できる流通・販売体制を整備するとともに、国内外への販路拡大を図ります。

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）

代表指標①	年度	現状値（H27）	H29	H30	R1（H31）	R2（H32）	R3（H33）	備考
6次産業化事業体販売額（億円）	目標			158	172	186	200	H28実績値 160 全国45位、東北6位
	実績	143	172	（174）	（208）	R4.3月判明予定		
	達成率			（110.1%）	（120.9%）	－		
出典：農林水産省「6次産業化総合調査」	指標の判定			（ａ）	（ａ）	ｎ		
順位等	全国	45位	43位	41位	39位	R4.3月判明予定		
	東北	６位	６位	６位	６位			

分析（推移、実績・達成率、順位等）

・６次産業化事業体の販売額は、全国では減少に転じているが、本県では令和元年度約208億円（前年度比119%）と大きく増加した。東北順位は６位と変わりないが、全国順位は39位に上昇しており、これまでの異業種連携の促進や加工施設等整備経費への助成などの取組の成果が現れている。

・令和元年度の一事業体当たりの販売額は、直売所約2,500万円（全国40位、東北６位）、農産物加工約1,100万円（全国34位、東北５位）で、順位は下位にあるが、前年度販売額（直売所約2,400万円、農産物加工約900万円）よりそれぞれ増加しており、事業体の規模拡大は進んでいる。

・令和２年度の実績は未判明だが、県が２年度に直売所を対象に実施した調査では、対前年度比101.8%となっているほか、農産加工においても関係機関と連携した取組が促進されるなど、販売額の堅調な推移が見込まれ、６次産業化事業体販売額は元年度と同程度を確保することが見込まれる。

※ 指標の判定基準

「a」： 達成率≧100%　「b」： 100%＞達成率≧90%　「c」： 90%＞達成率≧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）

成果・業績指標①	年度	現状値（H28）	H29	H30	R1（H31）	R2（H32）	R3（H33）	備考
食関連ビジネスに取り組む農業法人数（法人）	目標			320	335	350	365	
	実績	294	294	331	316	313		
出典：県農林政策課「農業法人実態調査」	達成率			103.4%	94.3%	89.4%		
順位等	全国	－	－	－	－	－		
	東北	－	－	－	－	－		

分析（推移、実績・達成率、順位等）

・ 食関連ビジネスに取り組む農業法人数は313経営体で、前年度より３経営体の減となった。
新たに取組を始めた農業法人が39経営体あった一方で、取組を止めた農業法人が42経営体あり、法人数はほぼ横ばいであった。

・ 本県の農業法人全体（令和２年６月現在815法人）に占める割合は約38％である。

施策の方向性（2）

成果・業績指標②	年度	現状値（H28）	H29	H30	R1（H31）	R2（H32）	R3（H33）	備考
企業ニーズに対応するため県が支援して設立された生産者組織数（累積）（組織）	目標			3	4	5	6	
	実績	1	2	4	4	5		
出典：県農業経済課販売戦略室「企業タイアップ型流通販売体制整備事業実績」	達成率			133.3%	100.0%	100.0%		
順位等	全国	－	－	－	－	－		
	東北	－	－	－	－	－		

分析（推移、実績・達成率、順位等）

・ 企業ニーズに対応した生産に取り組む組織の設立や取組を支援した結果、加工用馬鈴薯を試作・販売する協議会と大手菓子メーカーとの契約栽培取引が成立した。

施策の方向性（3）

成果・業績指標③	年度	現状値（H28）	H29	H30	R1（H31）	R2（H32）	R3（H33）	備考
農産物の輸出額（百万円）	目標			113	119	125	131	
	実績	106	133	273	278	290		
出典：県農業経済課販売戦略室「県産農産物の輸出実績調査」	達成率			241.6%	233.6%	232.0%		
順位等	全国	－	－	－	－	－		
	東北	－	－	－	－	－		

分析（推移、実績・達成率、順位等）

・ 令和２年度の輸出額は290百万円で、新型コロナウイルス感染症の影響が一部で見られたものの、前年度から約12百万円増加しており、目標を上回る結果となった。

・ 輸出の重点品目として取り組んでいる秋田牛では、高級部位の需要が高まったことから、前年度比146％となった。また、りんごでは、香港からの引合が強まり、販売期間が１か月伸びたことから、対前年度比206％となった。

・ 秋田米は、新型コロナウイルス感染症拡大による外食等業務用需要が減少した影響を受け、前年度比94％となった。

施策の方向性（4）

成果・業績指標④	年度	現状値（H28）	H29	H30	R1（H31）	R2（H32）	R3（H33）	備考
農業生産工程管理（GAP）に取り組むJA数（JA）	目標			10	13	15	15	JA合併により現在の総数は13JAに減。実績値は平成29年度時点のJA単位でカウント
	実績	8	9	10	10	10		
出典：県水田総合利用課「GAP取組状況調査」	達成率			100.0%	76.9%	66.7%		
順位等	全国	－	－	－	－			
	東北	－	－	－	－			

分析（推移、実績・達成率、順位等）

・ 東京オリンピック・パラリンピックの大会関連施設で提供される食材（農産物）の調達基準にＧＡＰが採用されたことや、国内の大手流通業者においてもＧＡＰ認証を取引要件とするなど、東京オリンピック・パラリンピック以降のＧＡＰのスタンダード化を見据え、これまで取り組むＪＡは増加してきたが、現在は伸び悩んでいる状態である。
既に独自基準で生産管理に取り組んでいるＪＡでは、認証取得に足踏みしていることから、目標値には達していない。

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）異業種連携による６次産業化の推進【農業経済課、農地整備課】

指標	代表①、成果①

・ 秋田県６次産業化サポートセンターにおいて経営コンサルタントなどの６次産業化プランナーを農林漁業者等に派遣し、経営改善戦略の策定とその実行を支援した（支援対象者：４者）。

・ 農産物の加工など６次産業化による経営の多角化や能力増強を図る農業法人に対し、取組に必要となる機械・設備等の導入を支援した（７件<＋２件>）。

・ 本県６次産業化の推進母体である「秋田県６次産業化推進協議会」を開催し、構成員である農林漁業者団体、商工関連団体、金融機関、大学等と情報共有を図った。

・ 園芸メガ団地等の整備により生産拡大しているニンニク、タマネギ、シイタケを対象に、生産者、食品加工業者、試験研究機関、金融機関等で形成するクラスター協議会が行う一次加工品の商品開発や販路開拓を支援した。特にニンニクでは、新たに加工施設が整備され、生産体制が構築された。

・ 首都圏セレクトショップと、農業者と連携した食品メーカーが共同で行う商品開発やテスト販売等を支援した（１者２商品）。

・ 県域ＪＡについては、令和３年１１月の秋田県ＪＡ大会において６年の合併実現に向けた基本構想案を提案予定であり、組織再編協議会において検討が続いており、県として必要なアドバイスを行った。

・ 農業共済組合については、令和２年６月に県１組合化が実現しており、新体制での運営における指導・助言を行った。

・ 土地改良区による水利施設の管理体制や組織運営体制の強化が図られるよう、土地改良区体制強化事業等により、統合整備と区域拡大への支援や指導・助言を行った。

＜新型コロナウイルス感染症の影響＞

・ 異業種交流会の開催を計画していたが、感染拡大防止のため、中止とした。

・ 商品開発に当たり、首都圏在住のアドバイザーとの打合せや相談はオンラインで行った。

・ 販売に影響を受けている直売所を支援するため、農産物・特産物のセット商品等を県外へ発送する際の送料の一部助成を行った（助成による発送件数：5,261件）。

（２）企業とタイアップした流通・販売体制の構築【販売戦略室、林業木材産業課】

指標	代表①、成果②

・ 農業者等に対する販路拡大への支援や商談機会の提供など、多様な実需とのマッチングを強化した結果、新型コロナウイルス感染症の拡大下にあっても、多くの商談が行われ、400件<△25件>が成約した。

・ 付加価値の高い商品づくりに向け、農業者と卸売業者等の中間流通業者がタイアップし、新たな規格・品質を訴求した農産物のブランド化への取組を支援した結果、日本なし「プレミアムリッチ秋泉」と、りんご秋田19号「金蜜花火（商標登録）」の２アイテムが商品化された。

・ 企業ニーズに対応した生産に取り組む組織の設立や取組を支援した結果、加工用馬鈴薯を試作・販売する協議会と大手菓子メーカーとの契約栽培取引が成立した（販売実績6,713kg）。

・ 住宅メーカーと協力し、県外で秋田県産材の構造材と下地材を所定の量以上利用して住宅を新築した施主（250戸）に、秋田県産品と交換できるポイントを付与し県産材の普及を図った。

＜新型コロナウイルス感染症の影響＞

・ 感染拡大に伴い、首都圏商談会が中止となり、出展を予定していた県内農業法人等の商談機会が減少した。併せて、首都圏との往来自粛の中、商談を目的としたバイヤーの県内招へいが滞った。

（３）秋田の強みを生かした農林水産物の輸出促進【販売戦略室、林業木材産業課】

指標	成果③

・ 輸出入企業との実取引に向けた商談を行うとともに、その企業の要望と農業者とのマッチング活動を行った結果、りんごについては、大ロットの香港に加えタイ向け２件（うち新規１件）、台湾向け１件の成約により、輸出額は14百万円<＋7.2百万円>となった。

・ 台湾向けりんごについては、輸出規制条件に対応した防除体系の実証や、選果こん包・検品オペレーションの実証試験を行うなど、生産出荷体制の整備に取り組み、輸出につなげることができた。

・ 輸出向けコメ加工品を製造する設備導入やハラール認証等の取得を支援した結果、コメ加工品の海外ニーズに応えられる施設が２か所整備された。

・ 木材製品の新たな販路として有望である米国を対象として、県内の木材加工会社に輸出等販路拡大に関するアンケート調査を実施し、現状と課題を明らかにするとともに、これからの取組の方向性を明確にした。

＜新型コロナウイルス感染症の影響＞

・ 外食需要の落ち込みにより、コメを輸出する一部の農業法人等で取引量の減少が見られた。

・ 国内での住宅着工数が減少したことから、海外での販路拡大を図る取組支援としてコンテナ（50コンテナ）の輸送経費に対して助成した。また、製品の品質確保と円滑な出荷体制を構築するため、保管施設（５棟）の整備を支援した。

（４）ＧＡＰ等による安全・安心対策の強化と環境保全型農業の推進

【農業経済課、水田総合利用課】

指標	代表①、成果③④

・ 県産農産物等について放射性物質検査を実施し、風評被害の防止や消費者の安全・安心、信頼性の確保を図った（７品目、12検体）。

・ 平成29年度に県版ＧＡＰ推進協議会を設置し、30年度から県が直接確認を行う県版ＧＡＰ確認制度をスタートした（令和２年度県版ＧＡＰ確認　10品目８経営体〈±０品目、△１経営体〉）。

・ 現場普及指導員のＪＧＡＰ指導員資格取得を推進し、指導体制の維持・強化を図った（令和２年度末ＪＧＡＰ指導員数76人〈＋１人〉）。

・ ＧＡＰ制度の普及を図るため、農業者向けＧＡＰ研修会等により、ＧＡＰ認知度の向上に努めた（研修会開催数４回〈△２回〉、延べ118名〈△127名〉参加）。

・ 国の環境直接支払制度を活用し、農薬・化学肥料の５割以上の削減に取り組む生産者等を支援した（4,204ha〈＋2,685ha〉）。

＜新型コロナウイルス感染症の影響＞

・ 生産者や関係機関職員等、不特定多数での研修会の開催を控えた。

３　総合評価結果と評価理由

総合評価	評価理由
A	● 代表指標の達成状況については、①「６次産業化事業体販売額」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、直近の令和元年度実績が約208億円で、２年度の目標額186億円を上回っている。２年度の実績は未判明だが、県が２年度に直売所を対象に実施した調査では、販売額が対前年度比101.8％（元年度：62億７千万円→２年度：63億８千万円）となっているほか、農産加工においても産学官金で形成された各クラスター協議会が行う商品開発等の取組が行われるなど、連携による６次産業化の取組が進んだことで販売額の堅調な推移が見込まれ、６次産業化事業体販売額は元年度と同程度を確保できる見通しとなっている。 ● また、成果・業績指標③「農産物の輸出額」については、米の輸出ルートの定着に加え、輸出重点品目である「秋田牛」や「りんご」のマーケティング活動により、新たな需要が開拓されたことから、目標を大きく上回った。 ■ 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「Ａ」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	飲料や発酵食品など、県産の農林水産物を生かした加工品づくりや販売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	19.0%	25.7%	24.0%		△1.7
	十分（5点）	2.7%	4.1%	3.6%		△0.5
	おおむね十分（4点）	16.3%	21.6%	20.4%		△1.2
	ふつう（3点）	44.0%	44.1%	45.2%		＋1.1
	否定的意見	18.3%	14.4%	15.6%		＋1.2
	やや不十分（2点）	13.4%	11.0%	11.2%		＋0.2
	不十分（1点）	4.9%	3.4%	4.4%		＋1.0
	わからない・無回答	18.7%	15.7%	15.2%		△0.5
	平均点	2.98	3.14	3.09		△0.05

調査結果の認識、取組に関する意見等

○ ５段階評価の満足度の平均点は「3.09」で、「ふつう」の３より0.09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24.0%、「ふつう」は45.2%、「不十分」と「やや不十分」を合わせた割合は15.6%であった。また、「肯定的意見」と「ふつう」を合わせた割合は69.2%であった。

○ 「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。
・秋田県にはすばらしい食品等がたくさんある。販路をもっと拡大することが必要。（女性／60歳代／鹿角地域）
・秋田の食品加工はせいぜい加工所・販売所どまりで、会社規模まで発展するのは聞いたことがない。（男性／50歳代／由利地域）
・他県に自信をもって紹介できる加工品が思い浮かばない。（女性／30歳代／秋田地域）

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)	○ 食関連ビジネスに取り組む農林漁業者等で、収益性や継続性が確保できていない場合がある。	○ 経営改善に意欲のある農林漁業者に対して６次産業化プランナーを派遣し、経営改善戦略の策定と実行を支援する。
	○ 園芸メガ団地の整備等により一部農産物で生産拡大が進む一方で、規格外品も発生している。	○ 規格外品を有効活用するとともに、付加価値の高い産地形成を図るため、産学官金で構成するクラスター協議会による実需者のニーズに合った一次加工品の商品開発を支援する。
	● 秋田県にはすばらしい食品等がたくさんある。販路をもっと拡大することが必要である。（県民意識調査より）	● 商談会や県産品販売イベントの開催などにより、県産品の認知度を高めながら、首都圏に限らず関西圏や海外へも販路を拡大する。
(2)	○ 市場を介さず、産地や生産者との直接取引きを求める実需者が増加しているが、これら実需者ニーズに対応できる商談スキルを持った農業者がいまだ少ない。	○ 国内外の販路開拓に意欲的な農業者等を対象に、販売力向上を目的としたスキルアップ研修を開催するとともに、マーケットインの視点による実需者ニーズの把握や、実需者と農業者とのマッチング活動を展開する。
	○ 市場出荷されているレギュラー規格品に加え、実需者が求める食味や外観等にこだわったプレミアムな県産農産物が少ない。	○ 農家の所得向上に向け、実需者との直接取引や契約栽培を推進するとともに、品質や価格を牽引する新たなブランド商品づくりを支援する。
	○ 東京オリンピック・パラリンピックの各競技施設等への県産材活用による波及効果を見込んでいたが、新型コロナウイルス感染症の影響により、大会が１年延期となったほか、その後も開催や集客が危ぶまれる中、当初見込みどおりの波及効果が得られるか不透明になっている。	○ 東京オリンピック・パラリンピック関連施設への県産材利用拡大の取組過程で得られた首都圏の自治体や企業とのつながりを活用し、住宅のほか都市木造の分野においても、更に県産材の需要開拓に取り組んでいく。
(3)	○ 更なる輸出拡大に向け、中小ロットの輸出において、物流コスト高が障壁となり、農業者等の取組が進んでいない。	○ 民間企業と連携し、物流コスト低減につながるルート構築に取り組むとともに、海外ニーズの把握に取り組むことにより、中小ロットでの農産物等の輸出を促進する。
	○ 果実の需要が旺盛であるが、輸出規制のハードルが高い台湾向けに対応できる産地が不足している。併せて農業者等の取組が少ない。	○ りんご・ももの台湾への輸出に向け、輸出規制に対応した生産体制を整備するとともに、農業者等の掘り起こしや組織化を推進するほか、生産現場の指導支援体制を強化し、取組促進を図る。
	○ 米国においては、フェンス材の原料である米スギの代替材として日本産スギへの関心が高いが、県内の各企業は関心を持っているものの、情報が少なく、不安要素も多いため、取り組む企業は少ない。	○ 米国は今後大口需要として期待できることから、木材輸出に関する調査により状況を把握するとともに、セミナー開催等で輸出に向けた機運を醸成し、輸出取組者の拡大に取り組む。
(4)	○ 農業法人等を中心にＧＡＰの取組数は増加傾向にあるが、個々の農業者においてはＧＡＰ認知度が依然として低く、取組が進んでいない。	○ 生産者向けのＧＡＰ研修会を開催して認知度を高めるとともに、意義やメリット、取得手続等の周知に努める。
	○ 取組の初期にＪＧＡＰ指導員資格を取得した職員は、資格の更新時期を迎えている。	○ ＪＧＡＰ指導員資格の更新時期を迎える職員に対し、更新研修の受講を働きかける。

※●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「Ａ」をもって妥当とする。