

施策評価（令和4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4年8月29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	R元 (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	149	
	達成率			85.2%	78.6%	82.3%	70.3%	
出典:JA「秋田県青果物生産販売計画書」	指標の判定			d	e	c	e	
分析 (推移、実績・達成率、順位等)	順位等	全国	—	—	—	—	—	
		東北	—	—	—	—	—	
	- 野菜は、ねぎ、えだまめ、すいかの出荷量の増加により、主要6品目の出荷量が前年比105%となったものの、単価は全国的な豊作傾向から安値となり、販売額は約75億円（対前年比91%）となった。 - 果樹は、販売単価は総じて良好だったものの、雪害により県南部のりんご、ぶどう、おうとう、もも等が大きな被害を受けたほか、霜害により中央部のなしが被害を受けたことなどから、主要5品目の出荷量は前年比54%となり、販売額は約18億円（対前年比72%）となった。 - 花きは、夏の暑さ等により、キクやリンドウ等の出荷量が落ち込み、全体の出荷量は前年比94%となったが、販売単価は概ね堅調で前年比101%だったことから、販売金額は約17億円（対前年比95%）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、販売単価で3年連続で日本一となった。出荷量が前年比105%となったものの、販売単価が前年を下回ったことから、販売額は約39億円（対前年比96%）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より、京浜中央市場での夏秋ねぎやしいたけの出荷量が過去最高となったほか、「しいたけ販売三冠王」を3年連続で達成した一方で、多くの品目で単価が前年を下回ったため、系統販売額は前年度より減少し、149億円と目標の70.3%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	R元 (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)	(365)	R4.12月 判明予定	H28実績値 364
	達成率			(97.0%)	(93.5%)	(91.5%)	—	
出典:農林水産省「生産農業所得統計」	指標の判定			(b)	(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	R4.12月 判明予定	
		東北	6位	6位	6位	6位		
	- 令和3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、肉用牛で枝肉単価が上昇しているほか、採卵鶏で生産量の増と単価の上昇が見られ、産出額は増加する見込みである。 - 令和2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ものの、養豚が生産量の増加と枝肉単価の上昇により増加しており、合計で前年を上回った。							

※ 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

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	R元 (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	50	
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%	100.0%	
分析 (推移、実績・達成率、順位等)	順位等	全国	—	—	—	—	—	—	
		東北	—	—	—	—	—	—	
	・地域プロジェクトチーム(J A、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4地区で整備が進み、大規模園芸拠点の整備地区数は累計で50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	R元 (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	52	
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%	104.0%	
分析 (推移、実績・達成率、順位等)	順位等	全国	—	—	—	—	—	—	
		東北	—	—	—	—	—	—	
	・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、新規に3地区で整備が進み、大規模畜産団地の整備地区数は累計で52地区となり、目標を上回った。								

							施策の方向性(7)		
成果・業績指標③		年度	現状値 (H28)	H29	H30	R元 (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	403	
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%	115.1%	
分析 (推移、実績・達成率、順位等)	順位等	全国	－	－	－	－	－	－	
		東北	－	－	－	－	－	－	
	- 令和3年度はこれまでの研究成果を踏まえ、新たに26課題（農業試験場16、果樹試験場6、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、試験研究成果の実績は累積で403件となり、目標を上回った。 - 主な成果として、本県産アユ稚魚を通常より1か月早く放流することで生存尾数の増加や冷水病の発生が抑制されることを明らかにしたほか、クロマツをコンテナ苗として育成することでほぼ全てが活着し、植栽コストが最大で70%以上削減できる低コストな海岸防災林造成技術を開発した。								

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3年度までに50地区<+9地区>で整備が完了した。（メガ団地における作付面積【えだまめ：209ha<+6ha>、ねぎ：148ha<+31ha>】）。 - 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（8地区<+3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莢機の現地実証、SNSを活用した情報発信を実施したが、夏期の高湿・少雨の影響により収穫量が伸びず、京浜中央市場における年間出荷量は、昨年度より増加したもの、群馬県に次いで2年連続の第2位となった（出荷量1,526t<+103t>）。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」については、首都圏におけるカタログ配布数を増やした結果、販売箱数が約3割増加した。 - 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ことにより、出荷量が過去最高を更新し、京浜中央市場における夏秋ねぎの出荷量は3年連続で全国2位となった（出荷量5,449t<+350t>、販売額21.6億円<△3.1億円>）。 - 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、インスタグラムを活用したレシピコンテストや消費者アンケートを実施するとともに、首都圏駅構内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3年連続の日本一となった（年間出荷量2,361t<+46t>）。 - 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が首都圏の関係者のみでの実施となった。また、えだまめとしいたけの販売促進活動が、インスタグラムを活用したレシピコンテストと消費者アンケートとなった。
- 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、秋田の青果物図鑑の作成など、非接触型の園芸品目PR活動となった。

（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
- 本県のオリジナル品種であるりんご「秋田紅あかり」や日本なし「秋泉」は、霜害等の影響で出荷量が減少したが、販売単価は「秋田紅あかり」が437円/kg、「秋泉」が581円/kgと、「ふじ」（313円/kg）や「幸水」（343円/kg）よりも高値で取引された。 - 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、令和3年度の処理量は78tと前年度（71t）よりも増加した。 「NAMAHA GE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3年は新たに2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、「NAMAHA GEダリア」が首都圏の市場に周年出荷され、ブランドの定着と認知度の向上につながった。 - 花粉の出ないシンテッポウユリ「あきた清ひめ」が鹿角地域で栽培され、本格的に市場出荷デビューした。令和3年は栽培者数2戸、面積5a、出荷数量7,780本であった。	

<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、各種イベントでのミニチュメント展示やスポーツイベント等での花材提供などを実施し、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
- 平成29年度に秋田市、令和2年度に男鹿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、3年度は3経営体<△5経営体>で大規模畜産団地の整備を支援した。 - 施設整備と併せた省力化機械の導入等を支援し、生産基盤の確立を推進した。規模拡大の中心は30～40代の若い担い手であり、今後、各地域への波及効果が期待される。		
<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に伴う需要の停滞により急落した枝肉価格は、徐々に回復してきたものの、依然として不安定な状況が続いている。このため、肥育経営の再生産を促すため、肥育素牛の導入を支援し、肉用牛生産基盤の維持・強化を図った。		

(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
- 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<±0店舗>）を実施するなど、秋田牛を広くPRした。 - 県内において、10月から11月にかけて、秋田牛取扱店100店舗<+2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たほか、お中元・お歳暮等の贈答需要を喚起するキャンペーンを実施し、秋田牛ブランドの浸透を図った。		
<新型コロナウイルス感染症の影響> - 外食での需要が低迷している比内地鶏の需要回復を図るため、2月に首都圏35店舗<△2店舗>、県内105店舗<△8店舗>の量販店においてフェアを開催した。新聞やテレビ等でPRを行うとともに、著名な料理家が考案したレシピブックを配布するなど、小売・量販店での販売定着と家庭内消費の拡大を図った。 - また、比内地鶏の消費喚起を図るため、2月から3月にかけて、県内テレビ番組やタウン情報紙において、加工商品やレシピ、飲食店等の紹介を行ったほか、SNSを活用した比内地鶏料理等のフォトコンテストを開催した。併せて、県内飲食店23店舗でメニューフェアを開催するとともに、県内7業者が連携してECサイトにおける一斉販売を行った。		

(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	代表①
- 施設トマト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「AI自動灌水施肥システム（ゼロアグリ）」の現地実証を行い、導入効果を確認した。 - 果樹では、労働生産性の向上を目的として、省力樹形や一部の管理作業の自動化を取り入れた新たな生産システムを構築・普及するため、品目毎に4タイプの実証ほを設置し、省力効果や生産性等について明らかにした。		

(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
- 本県の酒造好適米のラインアップ充実のため、「五百万石」タイプの品種開発に取り組み、これまでのオリジナル品種に無い淡麗、軽快、後味に膨らみのある酒質になる「一穂積」を開発し、品種登録された。また、ダイコンでは、肉質がやや硬めで、加工後の日持ちが良好な漬物加工専用の中生タイプの白首ダイコン「秋田いぶりおぼこ」が品種登録された。 - ニホンナシ黒星病の発病抑制のため、積雪前に乗用草刈り機で落葉を細断し、翌春の黒星病の発生を省力的に抑制できる技術を開発した。 - 乳用子牛の健全な発育のため、子牛への母牛初乳と人工初乳の併用給与を行った結果、生後3～5日目に血中抗体量が高まり、3週齢までの発育が向上し、疾病罹患率も低減することを明らかにした。 - 釣り人の増加による地域の活性化などを目指し、本県産アユ稚魚を通常より1か月早い5月以降に放流することで、生存尾数の増加や冷水病の発生が抑制され、釣獲尾数や成長が向上する早期放流技術を開発した。 - 海岸防災林造成の低コスト化に向け、コンテナ苗によるクロマツの植栽技術の実証に取り組んだ結果、活着率が高く、植栽コストが70%以上削減できることを明らかにした。 - スマート農業の普及を図るため、スマート農機等による新たな農作業体系を検討し、作業時間の削減効果や活用上の課題などの検証を行った。		

総合評価	評価理由
C	● 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、野菜では主要6品目の出荷量が前年比105%となったものの全国的な豊作傾向により安値で推移したことや、果樹では雪害や霜害の影響により出荷量が大幅に減少したことから、全体の販売額が対前年比89%となり達成率が70.3%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100%と、目標どおり生産基盤の整備が進み、メガ団地の園芸品目の作付面積が拡大（えだまめ：209ha<6ha増>、ねぎ：148ha<31ha増>）しているほか、生産機械の導入を推進したことから、今後の販売額は単収の向上等により更に増加すると見込まれる。特に、しいたけや夏秋ねぎについては、京浜中央市場への出荷量が過去最大となり、「しいたけ販売三冠王（出荷量46t増）」を3年連続で達成したほか、「夏秋ねぎの出荷量（350t増）」も3年連続の第2位となり、着実に成果が上がっている。 また、雪害を受けた果樹については、耐雪型樹形の普及やスマート技術を活用した雪対策の導入の支援を行うなど、雪に強く生産性の高い産地への復興を進めている。 ● 代表指標②に関しては、令和2年度の達成率が91.5%に達していることに加え、3年度に大規模畜産団地が新たに3か所で整備（累計52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104.0%）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「実用化できる試験研究成果」の達成率は115.1%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。 ■ 代表指標及び成果・業績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「C」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。					
調査年度		R元 (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%	36.7%	+1.4
	十分 (5点)	3.9%	7.3%	5.3%	4.4%	△0.9
	おおむね十分 (4点)	27.2%	33.2%	30.0%	32.3%	+2.3
	ふつう (3点)	41.4%	36.7%	41.0%	38.0%	△3.0
	否定的意見	10.8%	8.4%	9.7%	10.0%	+0.3
	やや不十分 (2点)	7.9%	6.0%	7.0%	7.1%	+0.1
	不十分 (1点)	2.9%	2.4%	2.7%	2.9%	+0.2
	わからない・無回答	16.6%	14.3%	14.0%	15.4%	+1.4
	平均点	3.25	3.43	3.33	3.33	+0.00
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「3.33」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36.7%、「ふつう」は38.0%、「不十分」と「やや不十分」を合わせた割合は10.0%であった。また、「肯定的意見」と「ふつう」を合わせた割合は74.7%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。 ・秋田牛などはよく目にするようになったと感じるが、実際は手が届かない。野菜はおいしいし、今後に期待。（女性／30歳代／仙北地域） ・良い取組もたくさんあるが、秋田県の強みである農業をもっともっと支援して、日本、世界に必要とされるものにしてほしい。（男性／30歳代／北秋田地域） ・しいたけ、菊を売りにしていることを今知った。広報にも力を入れてほしい。（女性／20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)	○ 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50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。	○ 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」と位置付け、要因分析を踏まえた現地指導を行う。
(2)	○ えだまめは、京浜中央市場における年間出荷量が2年連続の第2位となったものの、県内産地間における単位面積当たりの収量に格差が見られる。 ○ 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は2位となっているものの、1位とはまだ差がある。 ○ 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3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。 ● しいたけ、菊を売りにしていることを今知った。広報にも力を入れてほしい。(県民意識調査より)	○ 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。 ○ 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るとともに、排水対策等基本技術励行の指導により、更なる生産拡大を図る。 ○ 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。 ● 認知度向上には継続的な取組が必要であることから、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、メディアやSNSによる情報発信を充実させ、県内外へPRしていく。
(3)	○ 果樹は雪害などの気象災害を受けやすく、生産量の回復には長い年月がかかるほか、労働集約的なため、生産性が低い。 ○ ダリアは、栽培面積が日本一となっているが、出荷量、販売額共に全国第5位であり、単位面積当たりの生産量が低い。	○ 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と加工専用栽培など新たな視点に立った省力栽培の普及に取り組む。 ○ 「ダリア生産日本一獲得プロジェクト会議(平成30年度設立)」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、新品種普及や栽培上の課題解決のための現地実証など、生産拡大に取り組む。
(4)	○ 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、事業者の中には、施設整備に必要な用地の確保に時間を要している例もある。	○ 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)	○ 秋田牛の増頭を見据え、出口対策の強化に取り組む中、新型コロナウイルス感染拡大を契機に販売方法が多様化しており、通販やギフト商品の充実等、新たな手法での販売拡大が求められている。 ○ 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。	○ 県内食肉事業者における販売力を強化し、秋田牛の流通を主導する事業者を育成するため、新たな販路の開拓に係る取組や、新商品の開発及びPRに係る取組について支援していく。 ○ 比内地鶏の家庭内消費の拡大や販路の多角化を図るため、県内事業者が行う販促活動を支援していく。
(6)	○ 施設トマトの「AI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の効果を確認できたが、他の品目(きゅうり等)については現地データの蓄積・分析が少ない。 ○ 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。	○ 他の品目(きゅうり等)についても、農家の協力を得ながら現地実証を行い、現地データを蓄積・分析することで、スマート農機の普及拡大に取り組む。 ○ 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更に進め、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。

(7)	○ スマート農機は、大規模経営体を中心に導入が進んでいるが、総合的な観点からの費用対効果が検証されておらず、導入すべき経営体像が示されていない。 ○ 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。	○ 各公設試において、スマート農機等による機械化一貫体系や生産現場を想定した新たな農作業体系の検討をより一層進めるとともに、費用対効果など経営面での検討を進めることで、効果的なスマート農業体系の導入やその普及拡大を目指す。 ○ 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」タイプで作期が異なる品種の育成 【ねぎ】 病害に強く、穫り遅れによる品質低下の少ない品種の育成
-----	---	---

※●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「C」をもって妥当とする。