

# 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3-4 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4年8月29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	R元 (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)	(164)	R5.3月 判明予定	
	達成率			(110.1%)	(120.9%)	(88.2%)	—	
出典:農林水産省「6次産業化総合調査」	指標の判定			(a)	(a)	(c)	n	
分析 (推移、実績・達成率、順位等)	順位等	全国	45位	43位	41位	39位	42位	R5.3月 判明予定
		東北	6位	6位	6位	6位	6位	
<ul style="list-style-type: none"> <li>本県の6次産業化事業体の販売額は、令和2年度に164億円（前年度比78.8%）と大きく減少した。全国でも、半数を超える都道府県で販売額が減少しているが、本県の東北順位は6位と変わりなく、全国順位は42位に下げている。</li> <li>令和2年度の一事業体当たりの販売額は、直売所約2,300万円（全国44位、東北6位）、農産物加工約800万円（全国42位、東北6位）で、順位は下位にあり、前年度販売額（直売所約2,500万円、農産物加工約1,100万円）よりそれぞれ減少している。農産物加工の減少が大きい。その要因として、新型コロナウイルス感染症の影響で外食需要が減退したことにより、一部農産物加工の生産が大きく落ち込んだことが考えられる。</li> <li>令和3年度の実績は未判明だが、県が3年度に直売所を対象に実施した調査では、対前年度比100.6%となっているほか、農産物加工においても、オンラインを活用した販路開拓や関係機関と連携した取組の促進などにより、2年度と同程度以上を確保すると見込まれる。</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)	
成果・業績指標①	年度	現状値(H28)	H29	H30	R元(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	342		
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%	93.7%		
分析 (推移、実績・達成率、順位等)	順位等	全国	-	-	-	-	-	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>食関連ビジネスに取り組む農業法人数は342経営体で、前年度より29経営体の増となった。直接販売を行う農業法人数が前年度調査から26経営体増加しており、販路の多角化に取り組む法人が増えたが、目標値には達しなかった。</li> <li>本県の農業法人全体(令和3年6月現在886法人)に占める割合は約39%である。</li> </ul>
		東北	-	-	-	-	-	-	

								施策の方向性(2)	
成果・業績指標②	年度	現状値(H28)	H29	H30	R元(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	6		
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%	100.0%		
分析 (推移、実績・達成率、順位等)	順位等	全国	-	-	-	-	-	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>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、りんごの県オリジナル品種を生産する組織と仲卸業者による商品づくりを支援するとともに、県内量販店との取引が成立した。</li> </ul>
		東北	-	-	-	-	-	-	

								施策の方向性(3)	
成果・業績指標③	年度	現状値(H28)	H29	H30	R元(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	354		
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%	270.2%		
分析 (推移、実績・達成率、順位等)	順位等	全国	-	-	-	-	-	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>令和3年度の輸出額は354百万円で、新型コロナウイルス感染症の影響や気象災害による青果物の生産量減の影響があったものの、前年度から約64百万円増加し、目標を上回る結果となった。</li> <li>輸出の重点品目として取り組んでいる秋田牛では、新規取引先を獲得したこと等が影響し、前年度比214%となった。</li> <li>同じく重点品目である秋田米は、コロナ禍により、海外でも外食等業務用需要が停滞しているものの、少しずつ拡大の兆しが見えてきた(前々年度比96%、前年度比102%)。また、りんごでは、香港からの引合が強まっていたものの、降霜の影響により生産量が減少したことから、対前年度比47%となった。</li> </ul>
		東北	-	-	-	-	-	-	

								施策の方向性(4)	
成果・業績指標④	年度	現状値(H28)	H29	H30	R元(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	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%	66.7%		
分析 (推移、実績・達成率、順位等)	順位等	全国	-	-	-	-	-	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>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、GAPの認知度は一定程度向上したものの、産地における農業者の合意形成や事務作業負担等がネックとなり、JAでの取組が伸び悩み目標値には達することができなかった。</li> </ul>
		東北	-	-	-	-	-	-	

### 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：3者<△1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、取組に必要な機械・設備等の導入を支援した（7件<±0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ほか、今後の6次産業化推進の方向性を定めた「第3期秋田県6次産業化推進戦略（R4～R7）」を策定した。
- ・県産農産物の付加価値向上と消費者ニーズを捉えた魅力ある商品の生産・供給体制の強化を図るため、農業経営体と食品製造事業者、流通販売事業者等の異業種が連携した新たな発想による商品開発等を支援した。たまねぎでは、異業種5者からなる連携体が構成され、「レトルト加熱玉ねぎ」の商品開発を支援した。
- ・首都圏食品卸と、県内の農業者等と連携した食品メーカー2社及び農業法人1者が共同で行う商品開発やスーパーマーケットトレードショー2022への出展を支援した（開発商品数：3件）。
- ・県域JAについて、令和6年の合併実現に向けた基本構想の素案が令和4年1月の組織再編協議会で策定され、その検討段階において、県として必要なアドバイスを行った。
- ・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>

- ・異業種からなる連携体の結成に当たりプラットフォームを形成したが、首都圏内の事業者等はオンラインでの参加とした。
- ・商品開発に当たり、食品卸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。また、スーパーマーケットトレードショー2022については、一部事業者は参加することができず、商品展示のみの対応となった。

#### (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、383件<△17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、えだまめ「酒肴豆（しゅこうまめ）」と、にんにく「厳選大玉あきたしらかみにんにく」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、りんごの県オリジナル品種（秋田19号）を生産する組織と仲卸業者による商品が創出され、県内量販店との取引が成立した。
- ・県外で県産材を利用する工務店等を「あきた材パートナー」として登録し、パートナーが建築した住宅（250戸）において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、首都圏との往來自粛の中、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
----	-----

- ・中小ロットでの輸出の取組については、輸出入企業との実取引に向けた商談および情報交換を密に行った結果、りんごでは、タイ向けに企業と連携したギフト用商品を創出し販売できた。また、台湾向けの販売も昨年より拡大傾向となっている。
- ・台湾向けの桃について、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を支援した結果、県内初のパックご飯工場が整備された。
- ・秋田スギ製品の新たな販路として有望な米国のマーケット調査を実施するとともに、輸出企業の育成に向けたセミナーを開催し、3社が定期輸出、2社がトライアル輸出を実施した。

#### <新型コロナウイルス感染症の影響>

- ・前年度と同様に、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がコロナ前まで回復しきれていない。

(4) G A P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
<ul style="list-style-type: none"> <li>県産主要林産物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（8品目、13検体）。</li> <li>平成29年度に県版G A P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G A P確認制度をスタートした（令和3年度県版G A P確認 11経営体&lt;+ 3経営体&gt;）。</li> <li>現場普及指導員のJ G A P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3年度末J G A P指導員数67人&lt;△ 9人&gt;）。</li> <li>G A P制度の普及を図るため、農業者向けG A P研修会等により、G A P認知度の向上に努めた（研修会開催数6回&lt;+ 2回&gt;、延べ170名&lt;+ 52名&gt;参加）。</li> <li>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（4,475ha&lt;+ 271ha&gt;）。</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>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。</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「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」。</li> <li>● 代表指標①に関しては、直近の令和2年度実績が約164億円で、3年度目標値の82.0%の水準となっている。3年度は、新型コロナウイルス感染症の影響により、農産加工の販売額が元年度実績まで回復していない可能性があるものの、異業種連携や販路の多角化の取組は着実に進んでいる。また、県が3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100.6%（2年度：63億8千万円→3年度：64億2千万円）だったことから、2年度実績を上回る販売額を確保できると見込まれる。</li> <li>● 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ている。</li> <li>■ 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「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		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%	23.6%	△0.4
	十分 (5点)		2.7%	4.1%	3.6%	2.9%	△0.7
	おおむね十分 (4点)		16.3%	21.6%	20.4%	20.7%	+0.3
	ふつう (3点)		44.0%	44.1%	45.2%	44.5%	△0.7
	否定的意見		18.3%	14.4%	15.6%	16.6%	+1.0
	やや不十分 (2点)		13.4%	11.0%	11.2%	11.8%	+0.6
	不十分 (1点)		4.9%	3.4%	4.4%	4.8%	+0.4
	わからない・無回答		18.7%	15.7%	15.2%	15.3%	+0.1
	平均点		2.98	3.14	3.09	3.06	△0.03

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「3.06」で、「ふつう」の3より0.06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23.6%、「ふつう」は44.5%、「不十分」と「やや不十分」を合わせた割合は16.6%であった。また、「肯定的意見」と「ふつう」を合わせた割合は68.1%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。
  - ・ いぶりがっこの生産や販売が盛んだが、生産に規制が入るそうなので今後の心配。(女性/50歳代/北秋田地域)
  - ・ いろいろな地域で特色のある美味しい加工品があるのに、販売促進がうまくないと感じている。(男性/60歳代/平鹿地域)
  - ・ 農林水産物の高付加価値化とマーケティング力向上に取り組んでいただきたい。(男性/20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)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 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。</li> <li>○ 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。</li> <li>● いろいろな地域で特色のある美味しい加工品があるのに、販売促進がうまくないと感じている。(県民意識調査より)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 経営改善に意欲のある農林漁業者に対して地域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。</li> <li>○ 規格外品を有効活用するとともに、加工適性の高い野菜や果樹の付加価値向上を図るため、異業種で構成する連携体による実需者のニーズに合った商品開発と販路開拓を支援する。</li> <li>● 多様化する実需者ニーズの把握や個別マッチング活動を強化し、販売力を向上させる取組を支援するとともに、オンライン等を活用した販売拡大を促進する。</li> </ul>
(2)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 自ら値段を決めて販売し、収益を確保する体制づくりが進んでいるものの、販路の確保が十分にできていない農業者が多い。</li> <li>○ コロナ禍で消費者のこだわり志向が高まっているものの、品質と価格の両面で県産農産物を牽引するトップブランドとなる商品等が少ない状況にある。</li> <li>○ ウッドショック(輸入材の不足等)を受けて、あきた材パートナーから県産材の供給拡大が求められている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 自ら販路開拓に取り組む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。</li> <li>○ 農家の所得向上に向け、トップブランドから加工・業務用向け商品までの新たな商品づくりを支援するとともに、認知度向上やブランド化に向けた取組を推進する。</li> <li>○ 業界団体を核に県産材の供給力強化に取り組みながら、パートナーとのサプライチェーンを充実・強化し、県産材の販売拡大を図る。</li> </ul>

(3)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 海外から求められる品質や規格を安定的に輸出できる体制が整っていない。</li> <li>○ 海外消費者における県産品の認知度が低い状況となっている。</li> <li>○ 現行の木材輸出品目（フェンス・デッキ材）より高価格で取引できる品目の開拓が進んでいない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 研修会等により海外のニーズ動向や輸出に取り組むメリットを周知するとともに、展示場設置による海外向け生産技術の普及や農業者の組織化を図る。</li> <li>○ 沖縄国際物流ハブを活用したアジア圏への輸出ルートを構築するため、輸出企業と連携し、沖縄を拠点とした県産農産物のブランド化と流通を促進する。</li> <li>○ マーケット調査結果に基づき、新たな品目の商社への提案やトライアル輸出を実施し、輸出拡大を図る。</li> </ul>
(4)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 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。</li> <li>○ 取組の初期にJGAP指導員資格を取得した多くの職員が、資格の更新時期を迎えている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 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。 また、県版GAPについては、令和5年度をもって終了することから、今後は、JGAPなど民間認証へのステップアップを働きかける。</li> <li>○ JGAP指導員資格の更新時期を迎える現場職員に対し、計画的に更新研修を受講させる。</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。