

令和 4 年第 2 回定例会（ 1 2 月議会）

農林水産委員会提出資料
（所管事項関係）

令和 4 年 1 2 月 2 日
農 林 水 産 部

目 次

1	みどりの食料システム法に基づく基本計画の作成について〔農林政策課〕	----- 1
2	令和5年産米の「生産の目安」等について〔水田総合利用課〕	----- 3
3	サキホコレのブランド化戦略の進捗状況について 〔水田総合利用課秋田米ブランド推進室〕	----- 5
4	令和3年度新規林業就業者の確保状況について〔森林整備課〕	----- 10
5	秋田県水と緑の森づくり税事業の次期計画（素案）について 〔森林整備課〕	----- 11

1 みどりの食料システム法に基づく基本計画の作成について

農林政策課

環境と調和のとれた食料システムの確立のための環境負荷低減事業活動の促進等に関する法律（みどりの食料システム法）に基づき、県と市町村が共同で、次により基本計画を作成する。

1 作成の考え方

農林水産各分野の多様な取組を計画に位置付け、農林漁業者による環境負荷低減事業活動を促進するとともに、生産性の向上との両立を図る視点により、基本計画を作成する。

2 基本計画の骨子（案）

(1) 環境負荷低減事業活動の促進による環境負荷の低減に関する目標

（ 【主な指標】
・環境保全型農業（有機農業、減農薬・減化学肥料栽培）の取組面積 / 省エネ機器の導入率 など ）

(2) 環境負荷低減事業活動として求められる事業活動の内容に関する事項

農林漁業者が行う環境負荷低減事業活動として推奨される取組は、次のとおり。

（ 【主な取組】
・農業関係：局所施肥等の施用 / ヒートポンプの導入 / 中干期間の延長によるメタンガスの抑制
・畜産業関係：家畜排せつ物の堆肥化 / 家畜排せつ物の適正管理 / 国産飼料への転換
・林業関係：林業機械の省エネルギー化
・漁業関係：漁船の省エネルギー化 など ）

(3) 環境負荷低減事業活動の実施に当たって活用されることが期待される基盤確立事業の内容に関する事項

農林漁業者自らの状況に応じて環境負荷低減活動が適切に行えるよう、当該活動の基盤を確立するために行うべき取組は、次のとおり。

（ 【主な取組】
・スマート農林漁業に関する研究開発・成果の移転
・病虫害抵抗性や少肥適応性等の高い新品種の開発
・有機農産物等を活用した新商品の開発 など ）

(4) 環境負荷低減事業活動により生産された農林水産物の流通及び消費の促進に関する事項

環境負荷低減事業活動の持続性を確保する観点から、当該活動により生産された農林水産物の販路を確保するために行うべき取組は、次のとおり。

【主な取組】

- ・有機農産物等の学校給食における利用
- ・食育等に関する消費者の理解の促進
- ・集出荷拠点整備による流通コストの削減 など

(5) その他環境負荷低減事業活動の促進に関する事項

農林漁業者が行う環境負荷低減事業活動の促進に向けて支援措置を講じる。

3 計画期間

令和5～7年度（3年間）

4 作成スケジュール

令和4年12月8日	県議会へ骨子案の説明
12月下旬	関係者との意見交換
令和5年1月	パブリックコメント
2月中旬	県議会へ成案の説明
2月下旬	農林水産大臣へ協議
3月下旬	農林水産大臣の同意、公表

※基本計画は、市町村と意見調整し、県と市町村が共同で作成

2 令和5年産米の「生産の目安」等について

水田総合利用課

1 令和5年産米の「生産の目安」

- 国は、現下の需給状況を踏まえ、令和5年産米の生産量を令和4年産米と同水準の669万tと設定。
- 県産米は、令和5年6月末の在庫量が、適正水準の上限（12万t）を下回る見込みであるが、
 - ・持ち越し在庫が多く、その解消を優先する必要があること
 - ・物価高騰の節約志向により、消費動向が不安定でコロナ禍前に戻っていないことから、作付面積は今年度実績と同等とする。

〔令和4年産米と5年産米との比較〕

	令和4年産実績	令和5年産目安	増減（面積ベース）	増減率（面積ベース）
全 国	125万ha (670万t)	125万ha (669万t)	±0ha	±0%
秋田県	69,100 ha (382,800t)※作況95	69,100 ha (398,700t)※作況100	±0ha	±0%

2 令和5年産に向けた取組方針

(1) 需要に応じた米生産の推進

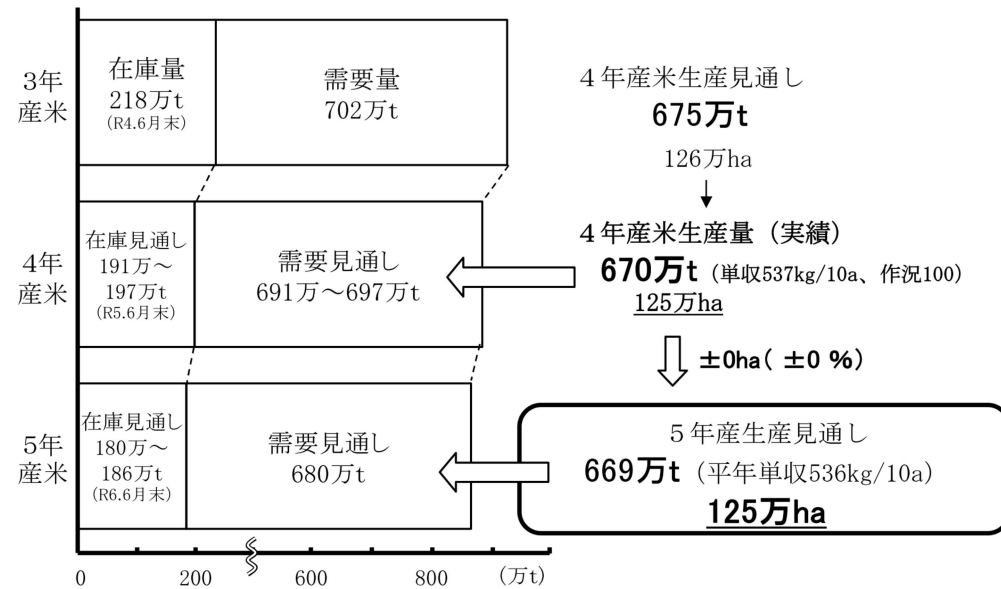
田畑輪換による水稻への転換が主食用米の増加につながらないよう、ブロックローテーションや、主食用米のほ場又は稲作農家との調整、非主食用米の選択など、地域内で調整し、需要に応じた生産の原則に基づいた作付けを推進する。

(2) 事前契約の早期締結

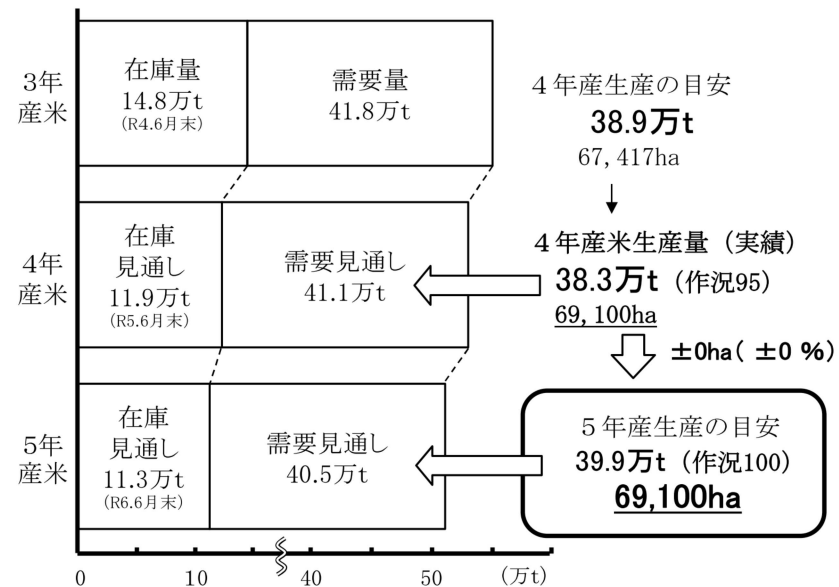
各集荷業者は、播種前を基本とする事前契約を進め、早期に適正販売数量を見極めるとともに、それを超過する米については、大豆や非主食用米等への転換を推進する。

【参考】主食用米の需給見通し

1 全国の見通し



2 県産米の見通し



3 サキホコレのブランド化戦略の進捗状況について

水田総合利用課秋田米ブランド推進室

1 生産状況

- 今年度は、16生産団体、733haで作付けを行った。
- 収量は、6月上旬の低温や8月の降雨・日照不足等により、目標の570kg/10aより少なく、480～540kg/10a程度となっている。
- 品質は、ほぼ全量が1等米で、玄米タンパク質含有率も6.4%以下となっている。
- 令和5年産の生産団体として、17団体、1,349haを登録した。

2 イベント・キャンペーン等の状況

各イベントやキャンペーンともに盛況で、10月29日の発売開始以降、県内での関心は非常に高く、好調な販売が続いているほか、県外でも概ね順調に推移している。

(1) イベント・キャンペーン等

ア 取扱店等

- ・ 取扱店 米穀専門店、量販店等740店（11月末現在） ※今後、県外の量販店数が増える見込み
- ・ 登録店 上記のうち、通年販売できる551店を登録
※県内は米穀専門店・量販店等、県外は米穀専門店が対象
- ・ 販売量 約3,700 t ※見込み

イ 先行予約キャンペーン

- ・ 期 間 令和4年9月23日（金）～10月16日（日）
- ・ 参加店 487店（県内304店、県外183米穀専門店）
- ・ 予約数 53,557件、約184 t

ウ デビューイベント

- ・ 時 期 令和4年10月29日（土）（東京都、大仙市）
- ・ 内 容 テレビCMお披露目、新米おにぎり配付ほか

取 扱 店		
県内	県外	合計
385	355	740
登録取扱店		
県内	県外	合計
325	226	551

エ 販売促進キャンペーン

- ・ 時 期 令和4年10月29日（土）～11月3日（木）
- ・ 場 所 銀座三越（10月29日、30日）、しゅしゅえっとまるしえ（29日）
伊勢丹立川店（11月2日、3日）
- ・ 内 容 新米販売、サンプル米配付、トップセールスほか

オ サキホコレ提供フェア

- ・ 時 期 令和4年10月29日（土）～令和5年2月
- ・ 場 所 飲食店、宿泊施設等におけるメニュー提供
（県内14施設、県外13施設）※11月末現在の実績

カ お土産用小袋商品の販売

- ・ 時 期 令和4年11月12日（土）～令和5年1月
- ・ 内 容 秋田空港、秋田駅、アンテナショップ等での特設コーナーの設置

キ 学校給食への提供

- ・ 時 期 令和4年11月21日（月）～25日（金）
- ・ 対 象 小・中学校、義務教育学校、特別支援学校等(304校、約69,000食)

(2) 情報発信

ア テレビCMの放映

- ・ 時 期 令和4年10月29日（土）～11月30日（水）
- ・ 場 所 県内、首都圏、中京・関西圏

イ マスメディア活用による広告

- ・ 時 期 令和4年10月～令和5年3月
- ・ 内 容 テレビ番組、ラジオ、情報誌での紹介
SNS広告、新聞紙面・折込広告、交通広告等

ウ 秋田米ウェブサイト、SNSの活用

- ・ 時 期 通年
- ・ 内 容 販売店・飲食店情報、産地情報等の紹介



〔東京都内でのデビューイベント〕



〔しゅしゅえっとまるしえ〕
での新米販売



〔テレビCM〕

3 今後の取組計画

(1) サキホコレ栽培技術向上フォーラムの開催

- ・ 時 期 令和4年12月23日（金）
- ・ 対 象 生産者、JA等
- ・ 内 容 サキホコレマイスターの委嘱、先進事例勉強会ほか

(2) 量販店等における販売促進キャンペーン

- ・ 時 期 令和4年12月～令和5年2月
- ・ 場 所 首都圏、中京・関西圏等（15店舗程度）
- ・ 内 容 対面による推奨販売、サンプル米配付ほか

4 第2期秋田米新品種ブランド化戦略の策定

第1期戦略は、令和2年度から今年度までの3年間を戦略期間とし、以後、3年毎に、生産・販売実績や、情勢変化などを踏まえて見直すことにしており、現在、第2期戦略(令和5～7年度)の策定を進めている。



〔東京駅での交通広告〕



〔ミスあきたこまち等による店頭PR〕

第2期秋田米新品種ブランド化戦略(素案)の概要

第2期戦略の策定の背景・ねらい

第1期(R2~4)の柱

- 確かな品質で安定供給できる生産体制の確立
- トップブランド米の地位の確立に向けた流通・販売対策
- 知名度や関心を高めるための戦略的な情報発信

情勢の変化

[米を巡る情勢]

- ・ 需要量の減少
- ・ 産地間競争の激化
- ・ 消費シーンの多様化

[コロナ禍に伴う動き]

- ・ 食の簡便化志向の上昇
- ・ 健康志向の上昇
- ・ インターネット通販の拡大

[農業を取り巻く環境]

- ・ SDGsや環境に対する意識向上
- ・ 肥料等資材の高騰
- ・ スマート農業導入の広がり

第2期(R5~7)の基本方針

基本的考え方

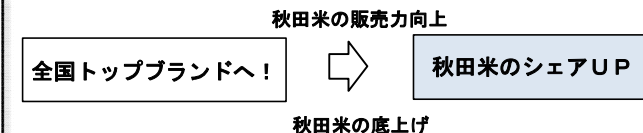
高品質・安定生産を推進しながら、販売チャネルの拡大と認知度の向上を図るなど、取組を一層強化

トップブランドに向けた新たな視点

- SDGsなど社会のニーズに対応した生産の推進
- ストーリー性など消費者の共感を呼ぶ情報発信
- 県内から盛り上げる機運の一層の醸成

目指す姿

1 秋田米のフラッグシップ



2 数値目標

	R4 (デビュー)	R8 (目標)	R13
価格	一般コシヒカリ並	→	トップブランド並
数量	4,000t (800ha)	20,000t (4,000ha)	40,000t (8,000ha)

戦略1 確かな品質で安定供給できる生産の推進

これまでの主な取組と成果

■ 高品質を担保できる生産体制を構築

- 優れた食味や品質を確保できる地域を「作付推奨地域」として設定
- 生産団体登録制度の創設により、高い栽培技術を有する生産者に限定
- 確かな品質を担保するための品質・出荷基準を設定
- 統一した栽培マニュアルに基づく栽培を実践

■ 付加価値を高める栽培方法を推進

- 減農薬栽培(農薬5割減)を標準とし、特別栽培以上の取組も推進

■ きめ細かな技術指導を実施

- 県域及び地域段階に技術指導チームを設置し、濃密指導体制を構築
- 生産者協議会を組織したほか、先導的生産者にマイスターを委嘱し、生産者相互の技術研鑽を促進

今後の課題

- 生産者の増加や作付面積の拡大に対応した、高品質・安定生産の推進
- 化学肥料・農薬の使用低減など、「みどりの食料システム戦略」等に対応した、環境に配慮した生産の推進
- 更なる高品質化を追求するための、スマート農機やICTの活用

戦略の方向性

◆方向性① 高品質を担保する生産の推進

- 栽培ガイドラインの策定、チェックリストに基づく生産の自己点検(令和5年~)
- 種子の不正流通防止、適切な区分集荷を徹底するための巡回活動等
- 地域版栽培暦の作成(令和5年)、地域版暦に基づく技術指導及び栽培の実施

◆方向性② 需要の拡大に対応した生産の推進

- マイスターを核とした新規生産者等への指導体制の構築
- 食味コンテスト等の開催による高品質・良食味生産技術の研鑽
- 葉色による玄米タンパク質含有率予測技術の開発
- ICTを活用した生育診断技術の開発
- 作付推奨地域外における栽培試験結果の検証と編入判定



◆方向性③ 消費者が共感できる栽培体系の推進

- 減農薬・減化学肥料による生産の推進
特別栽培のスタンダード化(令和7年~)
周知・事例紹介(令和5年)、マニュアル策定(令和6年)、マニュアルに基づく技術指導(令和7年~)
- 耕畜連携による循環型農業とスマート農機等を活用した生産管理のモデルづくり
- 消費者や米穀専門店等のニーズを踏まえた高付加価値な商品づくり
- 輸出国の条件やニーズに対応した商品づくり

■ 戦略2 トップブランド米の地位の確立に向けた流通・販売対策

これまでの主な取組と成果

■ 訴求力のあるブランドイメージを構築

- ブランド化総合プロデューサーを設置し、統一感のあるイメージでブランディングを展開
- 一般公募により名称を「サキホコレ」に決定
- 米袋デザイン、ロゴマーク等を制作し、統一的使用を促進



■ 認知度とブランド力を高める販売チャネルを確保

- ターゲットユーザーの利用が期待される販売チャネルを確保
- 販売に協力的な取扱店を登録し、販売促進で連携
- 玄米流通を実施したほか、特別栽培米や少量パッケージなどをラインナップし、多様なニーズに対応
- 国内外で品種登録出願、商標登録を行い知的財産を保護

今後の課題

- 統一したイメージ展開による訴求力のあるブランドイメージの確立
- 登録店の拡大と連携の強化による販売の促進
- 消費者の安全・安心や環境への意識の高まり、多様なライフスタイル等に対応した商品ラインナップの充実や、通信販売の促進

戦略の方向性

◆方向性① 統一感のあるイメージ展開

- 各種プロモーションを総合的に監修するブランド化総合プロデューサーの継続設置
- 卸・小売業者、米袋メーカー等に対する、米袋デザイン、ロゴマークの統一的使用の促進

◆方向性② 認知度とブランド力を高める販売チャネルの構築

- 農業団体や卸売業者等と連携した販路開拓活動の強化
- 登録取扱店(小売・飲食)の拡大とキャンペーン等による連携の強化
- 通信販売サイトに出品する事業者への売り込みの強化、ウェブサイト等を活用した通信販売の促進

◆方向性③ 多様なニーズへの対応

- 減農薬・減化学肥料に対応した商品や耕畜連携による循環型農業で生産した付加価値商品、無洗米など、消費者ニーズに対応した商品ラインナップの充実
- 米穀専門店や百貨店等と連携した贈答商品の開発、記念日やお祝いなど「ハレの日」需要の開拓
- バック米飯や玄米商品等の開発促進とPR

◆方向性④ 話題づくりの取組

- プレミアム感のある日本酒や菓子などの派生商品の開発促進とPR

◆方向性⑤ 海外への展開

- 沖縄を拠点とした海外消費者へのPRやテストマーケティング
- 台湾、香港等におけるテスト販売、飲食店等への売り込み



■ 戦略3 認知度と関心を高めるための戦略的な情報発信

これまでの主な取組と成果

■ デビュー前から期待感を向上

- ウェブサイト、SNSで情報を発信、サンプル米を効果的に配付
- 名称公募そのものをプロモーションとして話題を創出(応募総数25万件)

■ 消費者や実需者の心をつかむプロモーションを展開

- テレビCMを軸に、多様なメディアを活用したプロモーションを展開し、認知度を向上
- 県内外のホテル、飲食店等と連携し、話題を創出
- 学校給食の実施、農業系高校での栽培実習等により愛着心を醸成

今後の課題

- テレビCMをはじめとしたプロモーションによる認知度の向上
- 消費者の共感と呼ぶストーリー性やリアル感のある情報発信
- 県内から盛り上げる愛着心の醸成

戦略の方向性

◆方向性① 認知度を高めるプロモーション

- ユーザー像を明確にした効果的なプロモーションの展開
- テレビCMを中心に、マスメディア、イベント、広告等を活用した情報発信
- 登録店等と連携した販促促進キャンペーンの実施
- 県人会ネットワークや県産食材を活用している飲食店等との連携、「サキホコレ」アンバサダーの活用
- 首都圏の高級ホテル・飲食店やクルーズ船、観光列車等と連携したメニュー提供

◆方向性② 消費者の共感と呼ぶ情報発信

- ウェブサイトやSNSを活用した、品質・食味の背景や生産者の姿、レシピ等の発信
- 生産者や販売店が自ら情報発信を行う機運の醸成

◆方向性③ 県内から盛り上げる愛着心の醸成

- 学校給食への提供や農業系高校における栽培実習の実施
- 教育施設や地域行事等でのサキホコレ音頭の活用促進
- 県内のホテル・旅館等における提供やふるさと納税返礼品への活用の促進

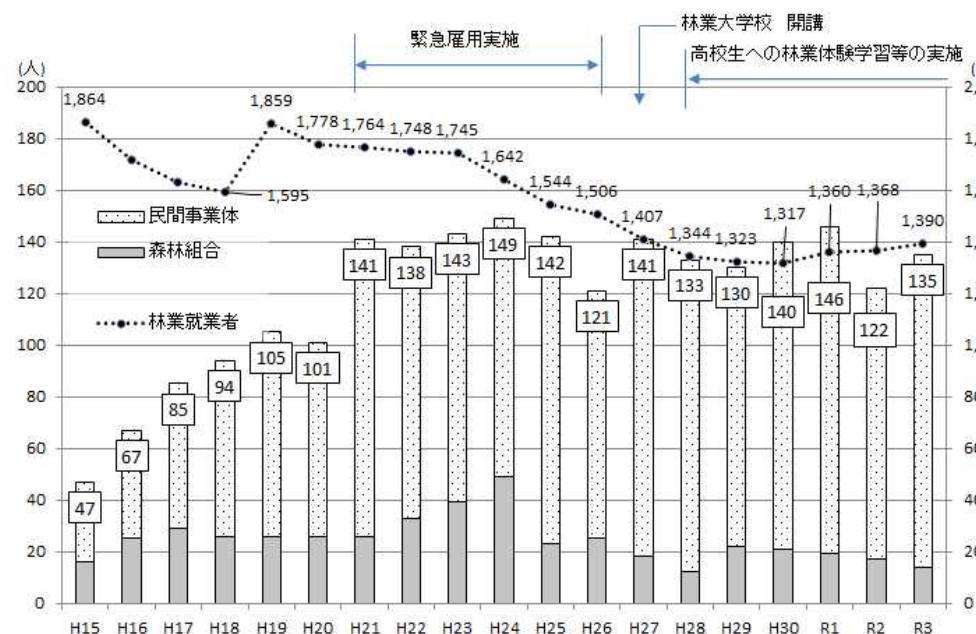


4 令和3年度新規林業就業者の確保状況について

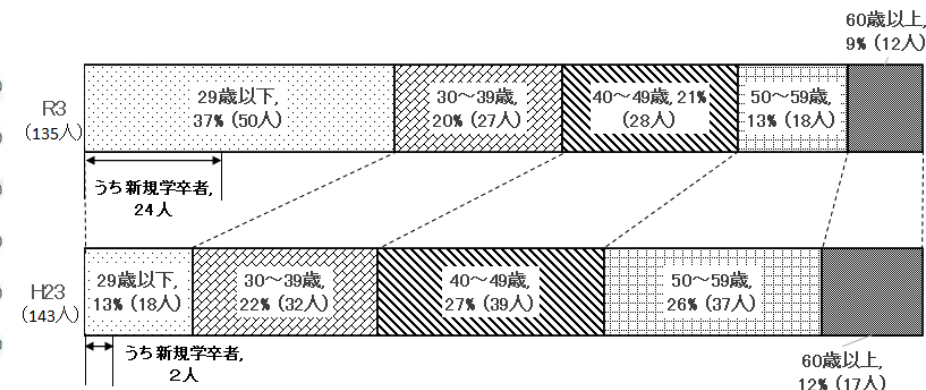
森林整備課

- 令和3年度における新規林業就業者数は135人（民間事業体121人、森林組合14人）となり、平成24年度以降、10年連続で東北1位となった。
- これにより、県内の林業就業者数は、前年度より22人多い1,390人となった。
- 新規林業就業者の年齢構成では、新規学卒者24人を含めた29歳以下が50人で37%を占めており、10年前と比較すると24ポイント上昇した。
- 引き続き、林業大学校における技術者養成や、高校生への林業体験学習を実施するほか、求職者に対する総合的な就業支援などにより、新規林業就業者の確保を図っていく。

【新規林業就業者の推移】



【新規林業就業者の年齢構成】



- ・ 新規林業就業者：林業事業体が雇用した者で、主として林業の現場作業に従事する者（アルバイトやパートなどの臨時雇用を除く）
- ・ 新規学卒者：就業する前に、高校、短大、大学、専門学校、林業大学校等に在学していた者

5 秋田県水と緑の森づくり税事業の次期計画（素案）について

森林整備課

秋田県水と緑の森づくり税事業の第3期5箇年計画（H30～R4）は、今年度が終期となっていることから、次期計画の検討を行っており、その状況等について報告する。

1 検討状況

次期計画（素案）は、骨子案を基に「秋田県水と緑の森づくり基金運営委員会」で検討を行ったほか、県民説明会を開催し、意見の集約を行った。

(1) 秋田県水と緑の森づくり基金運営委員会（10月）

次期計画（素案）を検討

【主な検討の視点】

- ・ 森林環境譲与税を活用して実施できる事業との調整
- ・ ナラ枯れ被害の未然防止のため、ナラ林の若返り対策事業の追加
- ・ 森づくり税事業の取組について、県民への情報発信の強化

(2) 県民等への説明会（10月）

県内8か所において県民、森林ボランティア、学校関係者及び市町村等と意見交換

【主な意見】

- ・ ナラ枯れ被害の予防対策を実施すべき
- ・ 水と緑の森づくり税事業を活用する施設等での木材利用を促進すべき
- ・ ボランティア団体への安全講習会に支援すべき
- ・ ボランティア活動の外部への委託に関する要件を緩和すべき
- ・ 県民に対する森づくり税事業のPRに努めるべき

2 次期計画

次期計画（骨子案）を基に、一部事業の再編と目標事業量及び事業費を付加

3 今後のスケジュール

令和4年12月 秋田県水と緑の森づくり基金運営委員会で次期計画（案）を検討

令和5年2月 次期計画（案）を県議会に報告

秋田県水と緑の森づくり税事業 次期計画（素案）

(1) 水と緑の森づくり事業(ハード)

◆第3期5箇年計画（H30～R4）

事業名	目標事業量	事業費
(1)豊かな森づくり ・豊かな里山林整備事業	750ha	4.0億円
①針広混交林化事業	500ha	
②広葉樹林再生事業	100ha	
③緩衝帯等整備	150ha	
(2)美しい森づくり ・マツ林・ナラ林等景観向上事業	60,000m ²	8.0億円
①マツ林・ナラ林等景観向上事業	(マツ林) 30,000m ² (ナラ林) 30,000m ²	
(3)ふれあいの森づくり ・森や木とのふれあい空間整備事業	45箇所	6.0億円
①ふれあいの森整備事業	35箇所	
②木育空間整備事業	10箇所	
計		18.0億円

計画作成の 方向性

森林経営管理制度との調整により減

事業再編

野生動物の出没増により事業量拡大

ナラ枯れ被害防止のため事業を拡充

◆第4期5箇年計画（R5～R9）

事業名	目標事業量	事業費
(1)豊かな森づくり ・豊かな里山林整備事業	350ha	2.5億円
①針広混交林化事業	250ha	
②広葉樹林再生事業	100ha	
(2)安全・安心な森づくり ・安全・安心な森整備事業	1,080ha 40,000m ²	13.4億円
①緩衝帯等整備事業	800ha	
②マツ林・ナラ林等景観向上事業	(マツ林) 25,000m ² (ナラ林) 15,000m ² 280ha	
③新規 ナラ枯れ未然防止事業		
(3)ふれあいの森づくり ・森や木とのふれあい空間整備事業	25箇所	3.8億円
①ふれあいの森整備事業	15箇所	
②木育空間整備事業	10箇所	
計		19.7億円

(2) 水と緑の森づくり推進事業(ソフト)

◆第3期5箇年計画（H30～R4）

事業名	目標事業量	事業費
(1)みんなでつくる森づくり	106,000人	4.6億円
(ア)県民参加の森づくり事業		
①森林ボランティア活動支援事業	100件	
②森づくり県民提案事業	150件	
③市町村等の森づくり活動支援事業	50件	
(イ)森林環境教育推進事業		
①森林環境学習活動支援事業	250件	
②森林環境教育指導者養成事業	200人	
③森づくりの人材育成	90人	
(ウ)普及啓発事業		
①森林祭、HPの作成		
②森づくりサートセンター		
③基金運営委員会		
④森林環境の調査等		
計		4.6億円
合計		22.6億円

計画作成の方向性

森林環境譲与税を活用して実施

森づくり税の認知度向上

◆第4期5箇年計画（R5～R9）

事業名	目標事業量	事業費
(1)みんなでつくる森づくり	120,000人	4.0億円
(ア)県民参加の森づくり事業		
①森林ボランティア活動支援事業	130件	
②森づくり県民提案事業	110件	
③市町村等の森づくり活動支援事業	60件	
(イ)森林環境教育推進事業		
①森林環境学習活動支援事業	250件	
②森林環境教育指導者養成事業	300人	
③(廃止)		
(ウ)普及啓発事業		
①森林祭、HPの運営、 新聞やSNSによる情報発信		
②森づくりサートセンター		
③基金運営委員会		
④森林環境の調査等		
計		4.0億円
合計		23.7億円

(参考1) 第4期5箇年計画 水と緑の森づくり事業(ハード)の事業内容

事業名	事業内容
(1) 豊かな森づくり	
豊かな里山林整備事業	①針広混交林化事業 生育の思わしくないスギ人工林を公益的機能の高い広葉樹との混交林へ誘導 ②広葉樹林再生事業 野生動物などが生息・生育できる生態系の健全性に配慮した広葉樹林の再生を実施
(2) 安全・安心な森づくり	
安全・安心な森整備事業 (名称変更・拡充)	①緩衝帯等整備事業 クマ等の野生動物が出没し、人的な被害などのおそれのある森林において緩衝帯を整備 ②マツ林・ナラ林等景観向上事業 松くい虫被害林等で、景観維持や安全面に支障がある枯損木の伐採と健全化に向けた植栽 ③ナラ枯れ未然防止事業(拡充) 被害を拡大させる可能性の高いナラ林の伐採による森林の若返り対策を実施
(3) ふれあいの森づくり	
森や木とのふれあい空間 整備事業	①ふれあいの森整備事業 「森林浴リフレッシュの森」、「湧水・名水の森」、「ボランティアの森」、「学びの森」の視点で、森林とふれあえる拠点を整備 ②木育空間整備事業 街中で親子が木とふれあえる木育体験空間の整備

(参考2) 第4期5箇年計画 水と緑の森づくり推進事業(ソフト)の事業内容

事業名	事業内容
(1) みんなでつくる森づくり	
(ア) 県民参加の森づくり事業	①森林ボランティア活動支援事業 森づくり活動を行っている森林ボランティア団体の活動への支援 ②森づくり県民提案事業 県民の自由な発想による森づくり活動等への支援 ③市町村等の森づくり活動支援事業 市町村等による森づくり活動や森づくりに関する普及活動への支援
(イ) 森林環境教育推進事業	①森林環境学習活動支援事業 児童や生徒等の森林環境教育活動への支援 ②森林環境教育指導者養成事業 教員やボランティア指導者、保育士等を対象とした森林環境教育指導者の育成 ※担い手の確保・人材育成については森林環境譲与税を活用して実施
(ウ) 普及啓発事業	①森林祭等の開催、水と緑の森づくり税HPの運営をはじめとした情報発信 ②あきた森づくりサポートセンターの運営 ③基金運営委員会の設置及び調査・審議 ④森林環境の調査及び事業効果の調査・検証 など