

# 平成24年度実施政策の評価書

(農林水産省24-②)

政策分野名 【施策名】	国産農畜産物を軸とした食と農の結び付きの強化				
政策の概要 【施策の概要】	これまで、需要が減少している用途に対して生産を抑制する施策が進められてきた一方で、需要が増加している用途に対して、供給面における対応が十分にできていなかったことから、国産農畜産物を軸とした食と農の結び付きを強化する。 このため、農業と国民との結び付きの強化、地産地消の推進等のための施策を行う。				
政策の予算額・執行額等 【施策の予算額・執行額等】 (※)	区分	23年度	24年度	25年度	26年度 要求額
	当初予算(a)	276,958,989 <626,251,259> の内数	227,820,349 <564,657,842> の内数	230,619,734 <456,645,572> の内数	291,390,974 <611,166,774> の内数
	補正予算(b)	14,520,174 <62,854,009> の内数	161,967,679 <▲155,042,741> の内数		
	繰越し等(c)	78,323,783 <▲18,572,020> の内数	23,829,914 <21,226,481> の内数		
	合計(a+b+c)	369,802,946 <670,533,248> の内数	413,617,942 <430,841,582> の内数		
政策に関する内閣の 重要政策 【施策に関する内閣の 重要政策】 (施政方針演説等のうち主なもの)	執行額(千円)	329,511,083 <380,253,869> の内数	390,799,576 <360,864,678> の内数		
	施政方針演説等の名称	年月日	関係部分(抜粋)		
食料・農業・農村基本計画		平成22年3月30日	第3 食料、農業及び農村に関し総合的かつ 計画的に講すべき施策 (2) 国産農産物を軸とした食と農の結び付 きの強化 ① 国民との結び付きの強化 ② 地産地消の推進		

※1 一般会計、特別会計を問わず政策ごとの予算等の合計額を記載している。

※2 複数政策に関連する予算については、<>外書きについて記載している。

施策(1)	農業と国民との結び付きの強化						
目標①【達成すべき目標】	生産数量目標の達成に向けた国産農畜産物の消費喚起及び供給拡大						
(ア) フード・アクション・ニッポン(注1) における推進パートナー(注2)数 (達成度合)	基準値	実績値					目標値
	22年6月末	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度	24年度
	3,458社	5,446社 (A:129%)	6,487社 (A:119%)	7,122社 (A:103%)			7,000社
	年度ごとの目標値		5,000社	6,000社	7,000社		
	基準値	実績値(※)					目標値
(イ) 朝ごはんの摂取促進等を通じた米 の消費拡大(一人当たりの米の消費 量) (達成度合)	20年度	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度	32年度
	59kg	-0.8% (概ね有効 :3.1ポイント の改善)	1.7% (概ね有効 :2.5ポイント の改善)	-2.9% (有効性に 問題がある: 4.6ポイント の低下)			62kg
年度ごとの目標値		前年度の 一人当たり の米の消 費量の增 減率(- 3.9%)と同 等以上	前年度の 一人当たり の米の消 費量の增 減率(- 0.8%)と同 等以上	前年度の 一人当たり の米の消 費量の增 減率(1.7%) と同等以 上	前年度の 一人当たり の米の消 費量の增 減率と 同等以上	前年度の 一人当たり の米の消 費量の增 減率と 同等以上	

※ 24年度の実績値は、25年7月に把握が困難なことから、23年度実績値を用いて評価を行う。  
このため、年度ごとの目標値は、前年度の値を記入している。

測定指標			基準値	実績値						目標値
			21年度	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度	27年度	
	(カ)	日本型食生活の実践に取り組む人の割合 (達成度合)	17%	18% (A:106%)	18% (A:95%)	18% (B:86%)				27%
		年度ごとの目標値		17%	19%	21%	23%	25%		
	(エ)	生産者と実需者の連携による米粉用米・飼料用米(注3)の利用拡大のための「米穀の新用途への利用の促進に関する法律」に基づく生産製造連携事業計画の認定数 (達成度合)	28件	39件 (C:46%)	52件 (B:50%)	53件 (C:35%)				100件
		年度ごとの目標値		52件	76件	100件				
	(オ)	国産小麦の新たな仕向け先用途として開拓すべきパン・中華めん用品種(注4)の作付シェア (達成度合)	7%	10% (A:150%)	10% (A:150%)	12% (-)※				19%
		年度ごとの目標値		9%	9%	10%	11%	12%		
	※ 150%を超える達成度合となつたため、達成度合の判定を行わない。									
	(カ)	増産に向け必須となる単収向上及び実需者への安定供給を図るための大芸300A技術(注5)等の導入面積 (達成度合)	20年 約21,000ha	22年度 30,573ha (-)※1	23年度 31,668ha (B:82%)	24年度 32,124ha (B:70%)※2	25年度	26年度	32年	59,000ha
		年度ごとの目標値		27,000ha	34,000ha	37,000ha	40,000ha	43,000ha		
	※1 150%を超える達成度合となつたため、達成度合の判定を行わない。※2 24年の実績値は暫定値(9月頃確定する予定)。									
	(キ)	加工・業務向け指定野菜(ばれいしょを除く)(注6)の出荷量 (達成度合)	20年 815千t	22年度 823千t (C:18%)	23年度 787千t (C:-32%)	24年度 817千t (C: 2%)				1,327千t
		年度ごとの目標値		860千t	902千t	945千t	987千t	1,030千t		
	※ 24年の実績値は、25年7月に把握が困難なことから、23年実績値を用いて評価を行う。 このため、年ごとの目標値は、前年の値を記入している。									
	(ク)	野菜の市場入荷量の変動の抑制 (変動係数) (達成度合)	17年 1.80%	22年度 1.6% (A: 106%)	23年度 1.6% (A: 106%)	24年度 1.3% (A: 124%)				27年 1.6%
		年度ごとの目標値		1.7%	1.7%	1.7%	1.7%	1.6%		
	※ 24年の実績値は、25年7月に把握が困難なことから、23年実績値を用いて評価を行う。 このため、年ごとの目標値は、前年の値を記入している。									
	(ケ)	消費者ニーズの高い優良果実の供給拡大(優良品目・品種への転換割合) (達成度合)	20年度 0%	22年度 0.5% (B:83%)	23年度 0.8% (B:67%)	24年度 1.2% (B:67%)				26年度 3%
		年度ごとの目標値		0.6%	1.2%	1.8%	2.4%	3.0%		
	(コ)	国産花きの産出額 (達成度合)	20年 4,012億円	22年度 3,826億円 (C:20%)	23年度 3,816億円 (B:57%)	24年度 3,671億円 (B:50%)				27年 4,052億円
		年度ごとの目標値		4,018億円	4,023億円	4,029億円	4,035億円	4,040億円		
	※ 24年の実績値は、25年7月に把握が困難なことから、23年実績値を用いて評価を行う。 このため、年ごとの目標値は、前年の値を記入している。									

(サ) チーズ向け生乳の生産量 (達成度合)	基準値	実績値					目標値
	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度	32年度
	44万t	47万t (C:25%)	47万t (C:19%)	46万t (C:15%)			86万t
年度ごとの目標値		56万t	60万t	57万t	63万t	70万t	
(シ) 国産食肉の利用拡大のため国産 牛肉、豚肉、鶏肉の生産量 (達成度合)	基準値	実績値(※)					目標値
	20年度	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度	毎年度
	牛肉52万t 豚肉126万t 鶏肉138万t	牛肉51万t (B:98%) 豚肉128万t (A:102%) 鶏肉142万t (A:103%)	牛肉51万t (概ね有効) 豚肉130万t (有効性の 向上が必要 である) 鶏肉146万t (概ね有効)	牛肉51万t (概ね有効) 豚肉128万t (概ね有効) 鶏肉138万t (概ね有効)	牛肉51万t (概ね有効) 豚肉130万t (有効性の 向上が必要 である) 鶏肉146万t (有効性の 向上が必要 である)		
年度ごとの目標値		基準値と同じ	基準値と同じ	基準値と同じ	基準値と同じ	基準値と同じ	

※ 牛肉・豚肉については、23・24年度は暫定値。鶏肉については、年次ベースであるほか、24年は暫定値。

(ス) 国産鶏卵の継続的かつ安定的な 生産・消費に資するため、鶏卵価格 の安定化(鶏卵価格(年間卸売価 格)の変動幅)	基準値	実績値					目標値
	過去6年間 (16-21年 度)の変動 幅	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度	32年度
	±27.5%	10.7% (概ね有効)	12.9% (概ね有効)	12.0% (概ね有効)			±25%以内
年度ごとの目標値		±25%以内	±25%以内	±25%以内	±25%以内	±25%以内	

施策(2)	地産地消の推進								
目標①【達成すべき目標】	地産地消推進の核となる直売所の運営・販売力の強化								
測定指標	(ア) 年間販売額1億円以上の通年営業の直売所の割合 (達成度合)	基準値	実績値(※)					目標値	
		18年度	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度	32年度	
	16%	18% (B:78%)	17% (B:65%)	17% (B:62%)				50%	
目標②【達成すべき目標】	年度ごとの目標値		23%	26%	28%	31%	33%		
	※ 24年度の実績値は、25年7月に把握が困難なことから、23年度実績値を用いて評価を行う。 このため、年度ごとの目標値は、前年度の値を記入している。								
	※ 23年度実績値については、「これまで「22年度 農業・農村の6次産業化総合調査(24年10月公表)」を用いて算出していたが、25年4月に同調査の確定値が公表されたため変更。」								
測定指標	(ア) 学校給食における地場産物を使用する割合 (達成度合)	基準値	実績値(※)					目標値	
		22年度	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度	27年度	
	25%		25%	26% (A:100%)				30%	
測定指標の達成状況 【目標の達成状況】	年度ごとの目標値		- (25%)		26%	27%	28%		
	※ 24年度の実績値は、25年7月に把握が困難なことから、23年度実績値を用いて評価を行う。 このため、年度ごとの目標値は、前年度の値を記入している。								
	※ 岩手県、宮城県、福島県を除く。								
		<p>施策(1)の①(ア)「フード・アクション・ニッポンにおける推進パートナー数」については、「7,122社:A(103%)」となった。その要因としては、フード・アクション・ニッポン事務局を中心として、関係者が一丸となって本事業の取組拡大に努めたことが考えられる。</p> <p>同(イ)「朝ご飯の摂取促進等を通じた米の消費拡大(一人当たりの米の消費量)」については、「-2.9%:有効性に問題がある(4.6ポイントの低下)」となった。</p> <p>同(ウ)「日本型食生活の実践に取り組む人の割合」については、「18%:B(86%)」となつた。</p> <p>同(エ)「生産者と実需者の連携による米粉用米・飼料用米の利用拡大のための「米穀の新用途への利用の促進に関する法律」に基づく生産製造連携事業計画の認定数」については、「53件:C(35%)」となつた。</p> <p>同(オ)「国産小麦の新たな仕向け先用途として開拓すべきパン・中華めん用品種の作付シェア」については、実績値が12%となり、達成度合が150%を超えた。</p> <p>同(カ)「増産に向け必須となる単収向上及び実需者への安定供給を図るための大豆300A技術等の導入面積」については、「32,124ha:B(70%)」となつた。</p> <p>同(キ)「加工・業務向け指定野菜(ばれいしょを除く)の出荷量」については、「817千t:C(2%)」となつた。</p> <p>同(ク)「野菜の市場入荷量の変動の抑制(変動係数)」については、「1.3%:A(124%)」となつた。その要因としては、野菜価格安定対策事業の実施等を通じて、産地において計画生産・出荷に向けた取組が進んでいくことに加え、平成23年はやや不作傾向の中、出荷時期のずれはあったものの、概ね1年を通じて供給過剰となるような状況になかったためと考えられる。</p> <p>同(ケ)「消費者ニーズの高い優良果実の供給拡大(優良品目・品種への転換割合)」については、「1.2%:B(67%)」となつた。</p> <p>同(コ)「国産花きの産出額」については、「3,671億円:B(50%)」となつた。</p> <p>同(サ)「チーズ向け生乳の生産量」については、「46万t:C(15%)」となつた。</p> <p>同(シ)「国産食肉の利用拡大のため国産牛肉・豚肉・鶏肉の生産量」のうち牛肉生産量については「51万t:おおむね有効」となつた。その要因としては、肉用牛肥育経営安定特別対策事業(新マルキン事業)等の対策が効果的に機能したことなどが考えられる。豚肉生産量については「130万t:有効性の向上が必要である」となつた。鶏肉生産量については「146万t:有効性の向上が必要である」となつた。</p> <p>同(ス)「国産鶏卵の継続的かつ安定的な生産・消費に資するため、鶏卵価格の安定化(鶏卵価格(年間卸売価格)の変動幅)」については、「12.0%:おおむね有効」となつた。その要因としては、鶏卵生産者経営安定対策事業が効果的に機能したことなどが考えられる。</p>							
		<p>施策(2)の①(ア)「年間販売額1億円以上の通年営業の直売所の割合」については、「17%:B(62%)」となつた。</p> <p>同②(ア)「学校給食における地場産物を使用する割合」については、「26%:A(100%)」となつた。その要因としては、地産地消給食等メニューコンテストを実施、優良事例の選定・普及等により、全国的な取組が推進されたこと等によるものと考えられる。</p>							

【(1)の①の(イ)】朝ごはんの摂取促進等を通じた米の消費拡大(一人当たりの米の消費量)

朝ごはんの摂取促進等を通じた米の消費拡大(一人当たりの米の消費量)については、目標の「前年度の増減率(+1.7%)と同等以上」に対し、本年度の増減率が▲2.9%で「有効性に問題がある」となった(一人当たり米の消費量/年 H19:61.4kg、H20:59.0kg、H21:58.5kg、H22:59.5kg、H23:57.8kg)。

1人当たりの米の消費量については、食料・農業・農村基本計画において、①消費者、外食・中食事業者、卸・小売業者等の多様なニーズに応じた米の供給、②消費者の健康志向等に応じたごはん食の普及、ごはん食関連商品の開発促進等米の消費拡大の2つの課題を克服することによって、32年度目標(62kg)を達成するものとしている。

1)外部要因

供給量(国内消費仕向量)の面では、23年産は22年産と同量(901.8万トン)であったが、消費量の面で22年度は、東日本大震災の影響(震災直後の消費者の米の買いだめ等)を受けた特需が発生したものの、23年度は、その需要増加が落ち着いたことから、減少となつたと考えられる。

また、消費者の低価格志向が続く中で23年産米は22年産米に比べて価格が上昇したことの影響も考えられる。

なお、総務省の「家計調査」をみると、23年度の弁当などの中食の購入金額は22年度に比べて増加したもの、上記の影響を打ち消すほどのものではなかった。

2)内部要因

農林水産省では、食品関連企業や団体等と連携し、朝食欠食の改善を通じた米の消費拡大を図る「めざましごはんキャンペーン」を官民挙げて実施している。具体的には、共通のロゴマークを活用し米関連商品の販売等を行うキャンペーン参加企業等(平成23年度末現在 約4,400社)の活動を後押しするため、テレビCM、新聞広告、ポスターの配布等を行い、周知を図ってきた。この結果、23年度は、ロゴマーク使用商品の販売(民間企業A)、朝食バイキングの宿の特集記事掲載(民間企業B)、ロゴマークを活用した「朝ごはんを食べようキャンペーン」の実施(団体C)などの取組が行われ、キャンペーンを認知した者の5%から「新たに朝食を食べるようになった」との回答も得られている(200名に対するアンケート結果)。

また、米飯学校給食の拡大に向けて、米飯学校給食の実施回数の少ない学校が回数を増やすための課題を解決するモデル校を選定し、その取組内容を全国の学校給食関係者に情報提供している。加えて、米飯学校給食回数の対前年度純増分について、政府備蓄米を無償交付している。これらにより、米飯学校給食の実施回数は順調に拡大している(米飯学校給食の週あたり実施回数:H19 3.0回、H20 3.1回、H21 3.2回、H22 3.2回)。

これらの取組により、朝食欠食率の改善や米飯学校給食の増加を促してきたところだが、外部要因で掲げた影響を打ち消すには至らなかった。

なお、24年度の「めざましごはんキャンペーン」では、朝食及びごはんの健康面での効果等についてのシンポジウムや、大手量販店等と連携した米関連商品に関する連携フェアの実施等を行ったところ、シンポジウム参加者の8割が「参加後お米を食べようと思った」、連携フェア実施企業の5割が「フェア実施後の米および米関連商品の取扱が増えた」との成果を得ている。

3)総合的な要因

21年度と23年度の消費量を比較すると、単年あたりの増減率は▲0.6%となっており、20年度と21年度の消費量を比較した増減率の▲0.8%からは改善されていることから、評価対象年(23年度)の施策についても一定程度の効果はあったと考えられるが、これまでの施策は、委託事業により国が全国的に広く周知するものであり、多様な消費形態が生まれている中で、生産者や消費者などの現場の意見を反映するには不十分な点があった。

4)今後の対応

米の消費拡大については、平成25年度からこれまでの委託事業として行ってきた「日本型食生活の推進事業」を廃止し、「日本の食を広げるプロジェクト」(新規事業)に統合した上で、これまでの朝食欠食率の改善、米飯学校給食の推進の取組に加え、中食・外食等での利用促進・需要開拓を行う。また、事業の実施形態も、現場の発想を活かし消費者の消費行動に直接働きかけ、消費者により近い取組を支援する形へと見直すことにより、目標達成に努めていきたい。(国産農林水産物の消費拡大として、①食のモデル地域育成事業における消費拡大の実施、②消費拡大全国展開事業における米の消費拡大の実施。)

**【(1)①(エ)】**生産者と実需者の連携による米粉用米・飼料用米の利用拡大のための「米穀の新用途への利用の促進に関する法律」に基づく生産製造連携事業計画の認定数  
生産者と実需者の連携による米粉用米・飼料用米の利用拡大のための「米穀の新用途への利用の促進に関する法律」に基づく生産製造連携事業計画の認定数については、達成度合が35%で「C」となった。その要因としては以下のことが考えられる。

#### 1) 外部要因

「東日本大震災」の影響等により、需要が鈍化傾向にあった23・24年度においては、生産者、製造事業者、促進事業者の連携体制が構築しにくく状況にあったことや米粉用米については、①最終製品の需要の伸びが鈍化し、大手米粉製造事業者の一部が、米粉用米の持ち越し在庫を使って米粉を供給する等の調整を行ったこと、②小麦粉価格より米粉価格が割高になっていること等の影響により、需要が鈍化したことから、認定数が伸びなかつた。

#### 2) 内部要因

本測定指標の達成に向けては、生産面において「水田活用の直接支払交付金」による生産者に対する助成を措置するとともに、流通面において農業機械の導入、加工施設の整備、乾燥調製・集出荷貯蔵施設の整備等へ予算措置や金融・税制措置等を行ってきたところであるが、東日本大震災の影響等により、需要が鈍化傾向にあった状況下においては、十分な活用が図られなかつた。

#### 3) 総合的な要因

当該目標達成のため、2)で示したように、生産面及び流通面からの支援・助成を図ってきたところであるが、1)で示した外部要因である東日本大震災の影響による需要の鈍化の要因が非常に大きく、施策の効果が十分に發揮できなかつたと考えられる。

#### 4) 今後の対応

引き続き、「東日本大震災」の影響が及ぶと考えられるが、25年度においては米粉価格の引き下げや米粉・小麦粉のミックス粉等の新たな米粉製品の開発を図る等の実証に対する支援を新たに行うとともに、飼料用米は飼料用米を給与した畜産物のPR等への支援を引き続き実施することとしている。

#### 5) 測定指標の見直し

既に25年度の政策に係る事前分析表において測定指標の見直しを行い、24年度から2年延長して、26年度までに100件として設定することを目指すこととした(平成25年7月10日公表済)。

**【(1)①(オ)】**国産小麦の新たな仕向け先用途として開拓すべきパン・中華麺用品種の作付シェア

国産小麦の新たな仕向け先用途として開拓すべきパン・中華麺用品種の作付シェアについては、達成度合が150%を超えた。その要因としては以下のことが考えられる。

#### 1) 外部要因

外部要因としては、近年開発された製パン適性に優れた新品種やラーメン用小麦の新品種の需要の高まりに伴い、パン・中華麺用品種の作付シェアが拡大したことが想定される。(パン・中華麺用品種:20年度11品種→24年度19品種)

#### 2) 内部要因

内部要因としては、従来、パン・中華麺用品種は日本麺用品種と比べ、単収が低く、コストが割り増しとなっていたため、作付シェアが伸び悩んでいたが、平成23年産から畑作物の直接支払交付金におけるパン・中華麺用品種加算措置(2,550円/60kg)が実施されたことにより、パン・中華麺用品種の作付シェアが増加したと考えられる。

#### 3) 総合的な要因

以上のとおり、1)及び2)の両方の要因が相まってパン・中華麺用品種の作付シェアが拡大したものと考えられる。

#### 4) 今後の対応方向

パン・中華麺用の小麦供給量に占める国産小麦の割合は依然約1割にとどまっており、パン・中華麺用途への国内産供給量の伸びる余地が大きいことから、今後とも新品種の開発を推進するとともに、パン・中華麺用品種加算措置や大豆・麦等生産体制緊急整備事業(24年度補正)等を通じ、パン・中華麺用品種の作付シェア拡大を推進していくこととする。

## 測定指標に関する評価結果 【施策に関する評価結果】

### 測定指標についての 要因分析 (達成度合が悪い場合 等) 【目標期間終了時点の 総括】

【(1)①(キ)】加工・業務向け指定野菜(ばれいしょを除く)の出荷量  
加工・業務向け指定野菜(ばれいしょを除く。以下同じ。)の出荷量は、達成度合は2%で「C」となった。その要因としては以下のことが考えられる。

#### 1)外部要因

平成23年の野菜出荷量は、平成22年に引き続き、天候不順の影響を受けて不作となつた。野菜全体の国内生産をみると、直近5か年(平成18~22年度)平均の12,302千トンに対し、平成22年度は11,730千トン、平成23年度は11,859千トンとなっている。特に加工・業務向け指定野菜(ばれいしょを除く)の出荷量のうち2割強を占めるたまねぎ及び約1割を占めるにんじんについて、たまねぎの国内シェア約8割及びにんじんの国内シェア5割強の北海道において、8月から9月の高温多雨により記録的な不作となつた影響等から、単収を大きく下げたこと(対平均収量比:たまねぎ81%、にんじん89%)が大きく影響している。生産者の高齢化の進展等から、天候不順に対応した適正な栽培管理が容易でなくなっている地域もあり、需要に応じた国内の生産体制の強化が喫緊の課題である。

#### 2)内部要因

生産者、中間事業者、実需者等の三者の生鮮野菜とは異なる供給連鎖を構築することを目的として、加工・業務用野菜の低コスト・省力化技術の普及・開発や効率的な集出荷施設の整備等を図っている。具体的には、

(1) 生産者・中間事業者・実需者によるサプライチェーンの構築

(2) 輸入との競争に打ち勝つ低コスト生産の確立

を通じた産地形成が必要であることから、これまで産地活性化総合対策事業等において、  
① 生産者・中間事業者・実需者からなる協議会が行うサプライチェーンの実証を、平成21年度より99产地で実施

② 加工・業務用野菜の新品種等の導入を図るための実証展示及び現地検討会の開催に取り組んできたところ。

これらの取組により、全品目合計では、加工・業務向け出荷量の目標を達成できていないが、品目別にみると、キャベツは23年度実績が基準年である20年に比べ121%、レタスは193%と着実に実績を上げている品目もあり、施策効果が現れていると考えているところ。

#### 3)総合的な要因

本目標が達成できなかった主要因は、たまねぎ等の重量野菜が平成22年から不作が続いていることが大きい。その一方、キャベツ、レタス等10%を超える増加実績を上げている品目もある。

当該指標に係る施策は、加工・業務用野菜の需要が年々増加する中で、従前から行ってきた生鮮野菜の産地育成に加え、加工・業務用野菜の産地育成を強力に推進しているところ。このため、生鮮用野菜の生産・流通技術とは異なる加工・業務用野菜の技術の普及・開発を進めているところ。

#### 4)今後の対応方針

野菜価格安定対策制度において、加工・業務用野菜の増産に向けたセーフティネット(生産者が不作時に価格高騰している市場ではなく契約に沿って出荷した場合の補てん措置等)を平成25年度から措置したところ。

さらに、産地活性化総合対策事業等による、機械化一貫体系を図るための実証展示及び現地検討会の開催を通じて、「農業新技術2013」にも選定された加工・業務用キャベツ収穫機の導入が促進される等の効果があがりはじめたところ。

##### (1)既存の指標について

現在の目標値は、当初、平成21年に70万トンとの目標を掲げていたところ、平成19年に前倒して71万トンの実績が得られたことから新たに設定したものであり、平成19年から平成20年の加工・業務用国産野菜出荷数量の趨勢を基に、平成32年は132.7万トン(平成20年の160%相当)を目標としたことから、平成23年は、毎年4万トン程度増加することにより90.2万トンの目標を設定したところ。平成20年は1月に発生したいわゆる中国製ギョウザ事件により国産農産物への需要の急激な伸びに対応して加工・業務用国産野菜出荷数量が大幅に増加した時期であり、この数値をもとにした趨勢値の目標は、結果としてかなり高い目標値に設定されている。

##### (2)新たな指標の検討について

現在の評価指標に対する評価は、先に述べたとおり、加工・業務用指定野菜全体に占める割合の大きい、重量野菜のだいこん(全体に占める割合37%)、たまねぎ(同21%)等の作況不良の影響等により低レベルの状態である。

その一方、

① 指定野菜の全出荷量に占める加工・業務用野菜の割合は、20年の10.6%に対して、23年は11.2%と堅調に増加していること

② 加工・業務用野菜の出荷量の23年／20年の比率を見ると、指定野菜全体では100%。

しかし、キャベツ121%、レタス193%と大きく増加していること

③ 全出荷量に占める加工・業務用出荷量の23年／20年の比率を見ると、指定野菜全体で106%と伸びているほか、キャベツ121%、レタス194%、ほうれんそう117%と大きく増加していること

など、加工・業務向け出荷のシフトは着実に進んでおり、今後ともサプライチェーンの構築に向けた支援が必要である。

以上のように、現行の指標では、だいこん等の重量野菜の減少が大きく評価されること、作況変動により大きく変動するなど、政策評価になじみにくい点があると考える。このため、加工・業務用仕向けの国産比率を高める施策を推進する観点から、次回の第三者検討委員会までに、評価指標の見直しを検討してまいりたい。

### 【(1)①(コ)】国産花きの産出額

国産花きの産出額については、花きの需要を増加させた上で、需要に対する国産花きのシェアを増加させるため、日持ち保証販売等の推進により国産花きの強みである高品質な花きの生産・出荷体制の整備等を図っているが、達成度合は50%で「B」となった。その要因としては以下のことが考えられる。

#### 1) 外部要因

平成23年の花き需要(輸入花きを含む)は4,085億円と対前年比約4%の微減となっており、平成23年3月に発生した東日本大震災により、イベントの中止やギフトの自粛等、消費行動に大きな影響があつたことが想定される。また、花き需要が落ち込む中、平成20年秋頃から続いている円高基調により、花きの輸入額が前年に引き続き高いレベルで推移したこと、国産花きのマーケット拡大が出来なかつた要因と考えられる。

#### 2) 内部要因

施策としては、花きの需要を増加させた上で、需要に対する国産花きのシェアを増加させるため、日持ち保証販売等の推進により国産花きの強みである高品質な花きの生産・出荷体制の整備等を図っている。

花きの需要拡大を目的として、無購買層を中心とした花きに対する周知や花育活動の推進等を22年度から実施しているが、長期的な景気低迷により主に業務用花きの消費が冷え込み、国産花きの産出額の減少に繋がつた。

#### 3) 総合的な要因

以上のように、国産花きの産出額の低下は東日本大震災の影響や、円高基調の為替相場、長引く景気の低迷等、複合的要因に因るものであるが、平成23年に限つては、東日本大震災による3月から5月にかけての消費行動の変化による影響が大きかつたものと思われる。

#### 花きの卸売価額の対前年同月比

	2月	3月	4月	5月	6月	年間
23/22	▲2%	▲35%	▲10%	▲8%	1%	▲7%

資料: 統計データ 東京都中央卸売市場(花き5市場)

#### 4) 今後の対応方向

今後、我が国の花き産業を振興していくためには、育種家、生産者、市場関係者、実需者、販売者等の花きをめぐる関係者が一丸となって、国産シェアの奪還と輸出拡大による新たな販路の開拓を二つの柱として、

- ①国産花きの生産・供給体制の強化
- ②需要拡大
- ③国産花きの海外への発信

等の取組を展開していくことが大切である。

①については、25年度において、集出荷施設等の共同利用施設整備支援や燃油高騰に対応した省エネ対策の推進(24年度補正)を実施しているところ。

②については、24年オランダにて開催された2012フェンロー国際園芸博覧会の品種コンテストにおいて、我が国の花きが非常に高い評価を得たところ。25年度において、その成果を広く国民に広報するとともに、既に取り組んでいる花育活動の実施、花の効用の普及、消費段階での鑑賞期間を保証する日持ち保証販売等の内容をさらに充実させ、国内における需要拡大に努める。

③については、国産花きの輸出額はアジア新興国向けを中心に増加傾向にある。海外からのバイヤーの招聘、見本市の開催により、新たな輸出先国や輸出品目を開拓し、輸出の拡大に努める。

	<p><b>【(1)①(サ)】チーズ向け生乳の生産量</b> チーズ向け生乳の生産量については、達成度合が15%で「C」となった。その要因としては以下のことが考えられる。</p> <p>1) 外部要因 24年度においては、国際価格が軟調傾向だったことや円高基調だったことから輸入チーズ価格が低下し、競争が激化したため、チーズ向け生乳の供給量が前年を下回った。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>22年度</th> <th>23年度</th> <th>24年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>輸入チーズ価格</td> <td>363円/kg</td> <td>359円/kg</td> <td>349円/kg</td> </tr> </tbody> </table> <p>2) 内部要因 チーズ向け生乳の元となる生乳そのものの生産量が24年度は増加に転じたものの全体として減少基調にあること、22年度の猛暑及び東日本大震災の影響により23年度及び24年度の加工原料乳(バター等)の需給が極めてタイトであり、チーズ向けではなく、バター等の安定供給の観点から加工原料乳向けを優先する必要があったことから、チーズ向けの仕向量は伸び悩んだところ。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>21年度</th> <th>22年度</th> <th>23年度</th> <th>24年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>生乳生産量</td> <td>788.1万トン</td> <td>763.1万トン</td> <td>753.3万トン</td> <td>760.7万トン</td> </tr> <tr> <td>加工原料乳向け</td> <td>203.2万トン (25.8%)</td> <td>179.7万トン (23.5%)</td> <td>163.2万トン (21.7%)</td> <td>174.5万トン (22.9%)</td> </tr> </tbody> </table> <p>3) 総合的な要因 チーズ向け生乳についても生乳全体に占める割合は増加傾向にあるものの、1)及び2)の要因により、24年度はその仕向量自体は伸び悩んでいるところ。</p> <p>4) 今後の対応方向 チーズの国内消費量(製品ベース)が増加する中で、北海道の生乳生産量が堅調に推移(25年度(4~5月):前年度比:101%)しており、生産者団体も今後3年間は減産を行わない計画生産(25年度:前年度比101%)を実施していること、加工原料乳の需給が改善(バター期末在庫数量:23年度19千トン→24年度23千トン)していること、さらに、円安の進行等による輸入チーズ価格の上昇(25年度4月386円/kg)、景気が回復傾向にあること等から、25年(4~5月)のチーズ向けの出荷量は対前年同月比104%と改善しており、引き続きチーズ向け生乳供給安定対策事業等により、チーズ向け生乳の供給拡大を図る。 また、天候等の外部要因の影響を可能な限り抑えるため、暑熱対策の周知等、生産者団体等との連携を密にして、安定的な生乳生産を促していくこととする。さらに、生産者自ら加工・販売を行う6次産業化の推進などを通じ、国産プレミアムなどの評価を高め、直接消費用を中心とした国産チーズの消費の拡大を図っていくこととする。</p>		22年度	23年度	24年度	輸入チーズ価格	363円/kg	359円/kg	349円/kg		21年度	22年度	23年度	24年度	生乳生産量	788.1万トン	763.1万トン	753.3万トン	760.7万トン	加工原料乳向け	203.2万トン (25.8%)	179.7万トン (23.5%)	163.2万トン (21.7%)	174.5万トン (22.9%)
	22年度	23年度	24年度																					
輸入チーズ価格	363円/kg	359円/kg	349円/kg																					
	21年度	22年度	23年度	24年度																				
生乳生産量	788.1万トン	763.1万トン	753.3万トン	760.7万トン																				
加工原料乳向け	203.2万トン (25.8%)	179.7万トン (23.5%)	163.2万トン (21.7%)	174.5万トン (22.9%)																				

<b>学識経験を有する者の知見の活用</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;朝ごはんの摂取促進等を通じた米の消費拡大&gt;</li> <li>&lt;日本型食生活の実践に取り組む人の割合&gt;</li> <li>・米の消費が落ちている大きな要因は、米に対する価値観が低下したことにある。メタボ対策で、ごはんの摂取量を減らすという指導をされたり、学校給食の実施基準でカロリー数を落とすことになったことを受けて、ごはんの量を減らしたりする等、栄養士等の指導者の考え方方が問題になっていると感じる。子どもたちには、ごはんの大切さをしっかりと伝えなくてはいけない。目標設定を根本的に見直す必要があるのではないか。(渡邊委員)</li> <li>・需要喚起というものは難しい。例えば、ごはんであれば、健康に働きかけるインセンティブをアピールし、消費者にもっと刺激を与える方法をとるなど、日本の家庭に入り込んでいくような需要喚起につながるのではないか。また、目標設定については、民間の方々の市場ニーズも勘案することが有効ではないか。(大山委員)</li> <li>&lt;生産者と実需者の連携による米粉用米・飼料用米の利用拡大のための「米穀の新用途への利用の促進に関する法律」に基づく生産製造連携事業計画の認定数&gt;</li> <li>・米粉用米については、最終的な需給バランスがとれるようにしていく必要がある。生産者は、儲かるのであれば生産するのであって、需要をどのように作っていくかという政策があつてしかるべき。(婦木委員)</li> <li>&lt;国産花きの産出額&gt;</li> <li>・花きであれば、花を贈る新しいイベントなどにより、需要喚起していく必要。民間との意見交換をするなどして、今の実態にあった取組をしていただきたい。(大山委員)</li> <li>・現場で見ていると、花きの生産者の経営は疲弊している。市場で収益がとれるような価格がつかないため、全体の価格が低下傾向にあるので、低価格での販売に重点化するため、小ロットで販売するなどして生産体系を変えている生産者もいる。(三谷委員)</li> </ul> <p>※平成25年第2回農林水産省政策評価第三者委員会(平成25年7月26日開催)における委員の御意見を掲載しております、それに対する回答及び今後の対応等については、「農林水産省政策評価第三者委員会委員による意見の概要と対応・対応方向」にとりまとめ、評価書と同じホームページ上に掲載しています。御参照ください。 (<a href="http://www.maff.go.jp/j/assess/hanei/zisseki/pdf/iken24.pdf">http://www.maff.go.jp/j/assess/hanei/zisseki/pdf/iken24.pdf</a>)</p>
--

政策評価を行う過程において使用した資料その他の情報	(別紙参照)
---------------------------	--------

評価結果の政策への反映状況 (主なもの)	予算	<ul style="list-style-type: none"> <li>「果樹・茶支援対策事業のうち茶対策(0047)」は、平成25年度農林水産省行政事業レビュー公開プロセスにおいて、「事業内容の改善及び事業全体の抜本的改善」との評価結果となった。外部有識者の「事業の持続性の確保が重要、マーケットの拡大政策をセットで行うべき」等の指摘を踏まえ、経営規模拡大や品種転換に係る改植、未収益期間支援を充実する等の改善を行うとともに、生産コスト低減や輸出用茶の生産技術の導入等、対策の充実を図る。</li> <li>米の消費拡大を図るため、引き続き、地域における米及び米加工品に係る商品開発、販路開拓等を支援するとともに、各地域の取組を全国に広げるための商談会、消費拡大促進フェア、米飯学校給食の推進、中食・外食等における米の利用促進、需要開拓等の取組を支援する「日本の食を広げるプロジェクト(継続)(新25-0003)」を要求する。</li> <li>国産シェアの奪還に向け、加工・業務用向け指定野菜(ばれいしょを除く)の出荷量を増加させるため、新たに、加工・業務用への転換を推進する野菜産地に対し、加工・業務用野菜の安定生産に必要な作柄安定技術の導入を支援する「加工・業務用野菜産地作柄安定対策事業(新規)(新26-0002)」を要求するとともに、加工・業務用野菜の生産を加速化するための新技术や機械化一貫体系の導入、青果物の輸送コストを低減する取組、長期安定供給に向けた取組を支援する「産地活性化総合対策事業のうち国産原材料供給力強化支援事業(拡充)(0042)」を要求する。</li> <li>国産シェアの奪還に向け、花き関係者の連携、日持ち性向上対策、花きの新需要の創出に向けた取組等を推進するため、新たに、生産者、研究機関、流通関係者、販売事業者等、花き業界関係者が一堂に会する協議会を組織し、花き業界が一丸となった国産花きの生産・供給体制強化や輸出・需要拡大の取組を行なう「産地活性化総合対策事業のうち国産花きイノベーション推進事業(新規)(0042)」を要求する。</li> <li>チーズ向け生乳の仕向け量の増大と酪農経営の安定を図るため、引き続き、チーズ向け生乳を対象に助成金の交付を行う「チーズ向け生乳供給安定対策事業(継続)(0045)」を要求する。</li> </ul>	
		税制	—
		その他 (法令、組織、定員等)	—
担当部局名	生産局(大臣官房食料安全保障課、消費・安全局、食料産業局) 【生産局総務課、大臣官房食料安全保障課、消費・安全局消費者情報官、食料産業局産業連携課、生産局穀物課/貿易業務課/園芸作物課/地域作物課/技術普及課/農業環境対策課/畜産企画課/畜産振興課/牛乳乳製品課/食肉鶏卵課】	政策評価実施時期	平成25年7月