

令和5年4月
企画調整部広報消費者課

令和4年度機構ホームページ等に係るアンケート調査の結果について

ホームページ等の一層の改善に資するため、年度計画に基づきアンケート調査を実施したところ、結果は以下のとおり。アンケートは、200名の男女にホームページ、業務紹介パンフレット、Facebook 及び YouTube を閲覧してもらい、その回答を集計した（令和5年2月に実施）。

今後、さらに結果について分析を行い、令和5年度のパンフレット見直し等の参考とする。

1. 調査概要

- ・調査対象：全国15歳～69歳の200名（各年代、均等に調査）
- ・機構の名前も業務も知っている人は6.5%、名前を聞いたことがある人は16.0%、知らなかった人は72.5%であった。
- ・機構のホームページを定期的に利用している人は2.0%、定期的ではないが利用したことがある人は6.5%であった。

2. ホームページ「トップページ」関係

トップページのデザインや印象については、ポジティブな回答が70.0%（とても良い12.5%、良い57.5%）に対してネガティブな回答は9.5%（あまり良くない8.5%、良くない1.0%）と、ポジティブな回答が上回った。

主なコメント：「レイアウトがすっきりしていて見やすい」「暖かい、牧歌的雰囲気」「落ち着いたデザイン」「調べたい、必要な情報がさがしやすい」「項目が整理されている」

また、サイト全体の構成については、ポジティブな回答が70.0%（とても分かりやすい24.0%、やや分かりやすい46.0%）に対して、ネガティブな回答は11.0%（やや分かりにくい9.5%、分かりにくい1.5%）と、ポジティブな回答が大幅に上回った。

主なコメント：「シンプルでわかりやすい」「分類方法が良い」「全体的に文字が大きく、誘導表示も迅速で使いやすい」「活動内容を分かりやすく紹介している」「完成度が高い」「見やすいが使いやすいとはいえない」「バナー広告募集は印象が悪い」「文字が多い」

3. ホームページのコンテンツの内容について

コンテンツ内容について、ポジティブな回答が73.0%（とても分かりやすい18.0%、分かりやすい55.0%）に対して、ネガティブな回答が8.0%（やや分かりにくい7.0%、非常に分かりにくい1.0%）と、ポジティブな回答が上回った。

alic業務の必要性については、ポジティブな回答が68.0%（とても感じられる50.0%、やや感じられる36.0%）に対して、ネガティブな回答は6.5%（あまり感じない4.0%、感じない2.5%）と、ポジティブな回答が上回った。

主なコメント：「専門的な知識を必要とする人と一般の人向けの情報を分けた方がいい」「生産者、消費者、両方に必要な情報」「初めて見る方に対する誘導がほしい」「余白が大きい」「写真付きでイメージしやすい」

4. 機構パンフレット関係

- ・alic パンフレットのデザインや印象について、ポジティブな回答が 61.5%（とても良い 13.0%、良い 48.5%）対して、ネガティブな回答は 11.0%（あまり良くない 9.0%、非常によくない 2.0%）と、ポジティブな回答が上回った。
- ・alic の役割や目的、業務内容の理解度について、ポジティブな回答が 73.5%（よく理解できた 13.5%・理解できた 60.0%）であったのに対して、ネガティブな回答は 10.0%（あまり理解できなかった 8.5%、全く理解できなかった 1.5%）と、ポジティブな回答が上回った。

主なコメント：「シンプルで見やすい」「地味な感じ」「機構名は分かるが業務はさっぱりわからない」「あっさりしすぎ」「真面目で地味」「もうすこし柔らかくしたら手に取る」「一般人にはハードルが高い」

5. ホームページ「消費者コーナー」関係

- 消費者コーナーのメニュー構成については、ポジティブな回答が 73.5%（とても分かりやすい 21.0%、分かりやすい 52.5%）に対してネガティブな回答は 4.5%（やや分かりにくい 3.0%、分かりにくい 1.5%）と、ポジティブな回答が上回った。

主なコメント：「とても興味を惹く内容でよくできている」「情報量がちょうどよい」「細かく分類されていてコンテンツを探しやすい（多数）」「まめ知識や今月の野菜の情報がいい」「PDF はダウンロードに時間がかかるからやめたほうがいい」「YouTube をここでみつけた」「知識が増えそう」「丁寧に説明がされている」

6. 広報誌 alic 関係

- 広報誌の内容について、ポジティブな回答が 63.0%（とても良い 12.5%、良い 50.5%）対して、ネガティブな回答は 7.0%（あまり良くない 4.0%、良くない 3.0%）と、ポジティブな回答が大幅に上回った。

主なコメント：「バックナンバーにアクセスできるのがよい（多数）」「季節感ある表紙の写真は温かみがあってよい」「見出しがわかりやすく、情報量もちょうどよい」「まめ知識がためになる（多数）」「ペーパーレスに対応している点が良い」「カジュアルでおしゃれ」「イベントレポートなど満足できる内容」

7. SNS 関係

- Facebook の投稿内容について、ポジティブな回答が 51.5%（とても良い 10.0%、やや良い 41.5%）対して、ネガティブな回答は 7.0%（あまり良くない 4.5%、良くない 2.5%）と、ポジティブな回答が上回った。

主なコメント：「フェア、イベント等は開催前に出したほうがいい」「Facebook は使わない（複数）」「写真が面白い」「品が良い」「文章が硬い」「親近感がわく」「専門家向け」「活動内容や現場の写真は活気が感じられる」「レシピがよい、毎日、投稿してほしい」

- Facebook、YouTube の投稿を見て親しみを感じたかについても、ポジティブな回答が 53.5%（とても感じられる 11.0%・感じられる 42.5%）であったのに対して、ネガティブな回答は 13.5%（あまり感じない 9.0%、感じない 4.5%）と、ポジティブな回答が上回った。

alic チャンネルで視聴したい内容：「産地紹介」「生産者の作業」「レシピ（郷土料理、珍しい料理、伝統料理、節約、旬の食材、減塩、子供のクッキング等）」「都道府県別産地紹介」「野菜の育て方」「生産現場のドキュメンタリー」「イベント報告動画」

8. アンケートを終えて alic への印象

・パンフレットやホームページを通じた機構の活動内容への印象について、ポジティブな回答が 77.5%（とても良い 18.0%、良い 59.5%）対して、ネガティブな回答が 2.5%（あまり良くない 1.0%・良くない 1.5%）と、ポジティブな回答が上回った。

主なコメント：「子供から大人まで寄り添っている」「前向きで明るい」「誠実で真面目」「しっかり情報発信している」「内容がよく考えられている」「国民の食生活になくてはならない存在」「積極的、活動的」「生産者と消費者を繋いでいるイメージ」「知ってほしいという姿勢が伝わる」「農家を支えている」

令和4年度 広報誌alicの掲載実績

別添8-7

	第65号 (5月号5/6発行)	第66号 (6月号6/6発行)	第67号 (7月号7/5発行)	第68号 (8月号8/5発行)	第69号 (9月号9/5発行)	第70号 (10月号10/5発行)
トップインタビュー・巻頭言	香港をはじめとするアジア圏における日本食普及の変遷～ 香港日本料理店協会会長/ 香港日本産食品等輸入拡大協議会座長 水室 利夫氏に聞く～		日本の農業を支える後継者の育成 ～農業高校のいま・これから～ 全国農業高等学校長協会理事長/東京都立園芸高等学校 校長 並川 直人氏に聞く		今こそ心がけたい防災備蓄～国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所 国立健康・栄養研究所 国際栄養情報センター 国際災害栄養研究室 室長 笠岡(坪山)宣代 氏に聞く～	
外部寄稿		酪農教育ファーム活動の歴史と変遷～これからの酪農業を支えるために～ 一般社団法人中央酪農会議		豊かな食卓に貢献する全国食肉学校 公益社団法人全国食肉学校 学校長 小原 和仁		しまね流・多様な新規就農者の支援 島根県農林水産部農林水産総務課農山漁村振興室 清水 恵
alicセミナー	各国の食肉代替食品の消費動向 調査情報部			米国酪農・肉用牛業界の展望 ～2022年農業アウトルック・フォーラムから～		
イベント情報	「第17回食育推進全国大会 in あいち」に出展します				alicも応援する和牛の祭典が開催されます！！ (鹿児島県知名町立下平川小学校)	
alicランキング	2021年度、広報誌で一番読まれた記事は？	よくあるお問い合わせと回答 ～畜産編～	よくあるお問い合わせと回答 ～砂糖編～	よくあるお問い合わせと回答 ～野菜編～		
業務関連情報			海外REPORT アメリカのお菓子のトレンドについて 調査情報部		海外REPORT オーストラリアの有機農畜産物の販売状況	全国有数の出荷量を誇る「博多なす」の産地について
ご案内	最新の情報誌から	最新の情報誌から	最新の情報誌から	最新の情報誌から	最新の情報誌から	最新の情報誌から
		alicと学ぶ！ 砂糖に関する動画を公開しました	alicと学ぶ！ 砂糖に関する動画を公開しています！	alicと学ぶ！ 砂糖に関する動画を公開しています！	alic公式facebookをぜひフォローしてください！	「令和4年度（第61回）農林水産祭（実りのフェスティバル）」に出展します
		国産やさいマッチングサイト「ベジマチ」会員募集中！	画像貸し出しについて			
まめ知識 調査情報部		国産？輸入？ しいたけのふるさとを知る「どんぐりマーク」		でん粉を使用した世界の伝統料理のご紹介		豚熱について
奥付	広報消費者課 メールマガジン広告募集「ニッポンフードシフト」 「野菜を食べようPJ」	広報消費者課 メールマガジン広告募集「ニッポンフードシフト」 「野菜を食べようPJ」	広報消費者課 メールマガジン広告募集「ニッポンフードシフト」 「野菜を食べようPJ」	広報消費者課 メールマガジン広告募集「ニッポンフードシフト」 「牛乳でスマイルPJ」	広報消費者課 メールマガジン広告募集「ニッポンフードシフト」 「牛乳でスマイルPJ」 「野菜を食べようPJ」	広報消費者課 メールマガジン広告募集「ニッポンフードシフト」 「牛乳でスマイルPJ」 「野菜を食べようPJ」

	第 7 1 号 (1 1 月号11/7発行)	第 7 2 号 (1 2 月号12/5発行)	第 7 3 号 (1 月号1/5発行)	第 7 4 号 (2 月号2/6発行)	第 7 5 号 (3 月号3/6発行)
トップインタビュー・巻頭言	広報誌10周年記念・国産農畜産物の重要性 ～いま、あらためて「食」を「食文化」にするために～ オテル・ドウ・ミクニ オーナーシェフ 三國清三氏に聞く		新年のごあいさつ 理事長 佐藤 雄一		農と食の魅力を五感で体験できる“ワンダー”なファームを株式会社ワンダーファーム、代表取締役 元木 寛 氏に聞く
外部寄稿		海外農業研修で学ぶ世界の農業 公益社団法人国際農業者交流協会		“新宿から30分”都市農地で持続可能な農業経営を実現するために ネイバーズファーム 代表 川名 桂	
alic セミナー				酪農大国ドイツにおける持続可能性への取り組み	
イベント情報	米国食肉輸出連合会 (USMEF) との定期情報交換会議を開催	台湾・中央畜産会 (NAIF) との定期情報交換会議を開催	ウルグアイ 農牧水産大臣以降との意見交換会 (2022年10月28日)		
	「第46回沖縄県さとうきび競作会」にて理事長賞を授与		国産ナチュラルチーズコンテストが開催されました (2022年10月15-16日)		砂糖の出前講座を開催しました (鎌倉女子大学)
			消費者代表の方々の意見交換会をオンライン開催 (2022年10月26日)		第6回和牛甲子園が開催されました
			実りのフェスティバルに参加 (2022年11月11-12日)		
alic ランキング					
業務関連情報	海外REPORT 子どもの食肉加工品摂取に対する母親の意識	第12回全国和牛能力共進会鹿児島大会が開催されました!	消費者向けの食育講座で講演 牛乳乳製品をめぐる状況～生乳の特性や需給の仕組み～	海外REPORT デンマークの養豚産業～キーワードは“持続可能性”～	
ご案内	最新の情報誌から	最新の情報誌から	最新の情報誌から	最新の情報誌から	最新の情報誌から
	野菜価格安定対策事業のご紹介 ～野菜を安定的に消費地へ届けるために～			お砂糖関係の動画を公開しました「おさとうの結晶をつくってみよう」	お砂糖関係の動画を公開しました「スティックシュガー」本でお手軽スイーツづくり」
	広報誌「alic」読者アンケートご協力をお願い				公式ホームページをリニューアルしました!
まめ知識 調査情報部		野菜を食べよう! ～「野菜情報」レシビ連載のご紹介～		砂糖が白い理由	
奥付	広報消費者課 メールマガジン広告募集 「ニッポンフードシフト」 「牛乳でスマイルPJ」 「野菜を食べようPJ」	広報消費者課 メールマガジン広告募集 「ニッポンフードシフト」 「牛乳でスマイルPJ」 「野菜を食べようPJ」	広報消費者課 バナー広告募集 「ニッポンフードシフト」 「牛乳でスマイルPJ」 「野菜を食べようPJ」	広報消費者課 バナー広告募集	広報消費者課 バナー広告募集

令和 4 年度 消費者代表の方々との意見交換会について

テーマ等	開催日程 ・開催地	出席者	主な対応等
○テーマ 食べるだけではない、 でん粉の意外な活用 方法 ○背景 ・持続可能な開発目標 (SDGs)の達成に向 けて、でん粉の利活 用が注目されてい る。 ・消費者代表の方々に でん粉をめぐる情 勢やさまざまな用 途などを紹介し、意 見交換を実施する ことにより、価格調 整制度の周知、浸透 を図る。	○ 開催日程 <u>令和 4 年 10 月 26 日 (水)</u> <u>10:30~12:00</u> ※新型コロナ ウィルスの感 染拡大防止の 観 点 か Microsoft Teams (Web 会 議) によるオ ンライン方式 で開催	○参加者 <u>消費者団体〔5団体6名〕</u> (一財)消費科学センター、 (一社)全国消費者団体連絡 会、主婦連合会、全国女性団 体連絡協議会、(公社)日本消 費生活アドバイザー・コンサル タント・ 相談員協会〔NACS〕 <u>(株)丸繁製菓 (1名)</u> ・榊原代表取締役専務 <u>ALIC 役職員 (8名)</u> 瀬島総括理事 特産業務部 寺西部長・福光 課長・中司課長、企画調整部 荒木部長・広報消費者課	○ 概要 ALIC 瀬島総括理事、(株)丸繁製菓榊原代 表取締役専務よりご挨拶後、ALIC 寺西 特産業務部長よりでん粉の価格調整制 度の概要や需給動向等について説明。 その後、榊原代表取締役専務より事業 概要、可食容器開発の経緯、製品の原 料や製造工程等について動画を交えて 説明を受けた後、同社提供のサンプル (食べられるトレーやスプーンなど) を試食しながら意見交換。 ○質疑応答 【主な内容】 ALIC の説明について Q. 円安の影響でALICの買入価格が高くな った場合、調整金収入が減少すると思 われる。交付金交付への影響は。 A. 交付金単価は、生産者分は毎年産12 月、事業者分は9月に決定し、一年間 同一額を支払う。調整金収入が減少し た場合も、当機構が借入れをして交 付金を支払う。 丸繁製菓の説明について Q. 可食容器の製品表示は、食品となるの か。栄養表示やカロリー表示はなされ るのか。 A. 食品であるため、アレルギー表示やカ ロリー等の栄養表示は法律に則って記 載している。 Q. 可食容器を直に触ったり置いたりす るのは衛生面が気になるが、対処法は。 A. なるべくごみを減らしながら安価に対 応する方法として、ペーパーナプキン を添えるのを勧めている。 Q. 可食容器には、熱い食品を入れても問 題ないか。 A. PL法に関わるので、火傷するほどの熱 い食品は盛らないようお願いしてい る。電子レンジでの加熱への対応は現 在開発中。

【参加者からの意見・感想】

○でん粉のさまざまな活用について

- ㈱丸繁製菓の「食べる器」は、コンセプトはとても素晴らしく、話題性があり、イベントやホームパーティなど想定されるシチュエーションを明示して活用が進むと良いが、一般消費者まで普及するには、価格面の課題があると思われる。
- 「もぐカップ」や「パクーン」は、フレーバーも甘みがあり食べやすかった。「イートレー」は、1枚が大きいので食べ応えがあり、カロリーが気になる。
- でん粉の商品化～消費～廃棄までの一貫した取組を今後も紹介していただくと消費者の意識向上にもつながる。
- 食べる器のイベント等での利用促進のための情報発信の必要性を痛感し、行政の後押しも必要と感じた。
- 食品ロス削減への取組情報も同時に発信すると若者の関心も高まると思う。

○全体を通じての感想、特に印象に残ったことなど

- 内外価格差を是正するための調整金の役割を再認識した
- 生産者の高齢化による労働力不足が日本社会全体のテーマと実感
- 生産者や事業者の話を聞ける機会は貴重
- でん粉の幅広い利用状況、新しい活用方法について

○今後意見交換をしたい事項

- 鳥インフルエンザの市場への影響
- バター・乳製品の需給状況
- 鶏肉の基礎知識（養鶏や鶏卵の生産状況）
- 種苗法改正の影響
- 消費者も協力、参画できる仕組み作り

令和4年度 alicセミナー開催実績について

	回数	開催日	内容及び講演者	参加人数
1	第 76 回	令和 4 年 5 月 27 日 ～ 6 月 3 日	米国酪農・肉用牛業界の展望 ～2022 年農業アウトルック・フォーラムから～ (独) 日本貿易振興機構 (JETRO) ニューヨーク事務所 岡田卓也氏	再生回数 144 ※YouTube 配信 (録画・限定公開)
2	第 77 回	令和 4 年 11 月 24 日 ～ 12 月 23 日	酪農大国ドイツにおける持続可能性への取り組み (独) 日本貿易振興機構 (JETRO) ブリュッセル事務所 平石康久氏	再生回数 119 ※YouTube 配信 (録画・限定公開)
3	第 78 回	令和 5 年 1 月 16 日 ～ 2 月 15 日	豪州における Wagyu の位置付けと改良の実態 (独) 日本貿易振興機構 (JETRO) シドニー事務所 赤松大暢氏	再生回数 265 ※YouTube 配信 (録画・限定公開)
4	第 79 回	令和 5 年 3 月 10 日	ポーランドの牛肉産業の現状と対日輸出動向 調査情報部国際調査グループ 渡辺淳一氏	ライブ配信 参加者 21

注 1 : 回数は平成23年度からの累計。

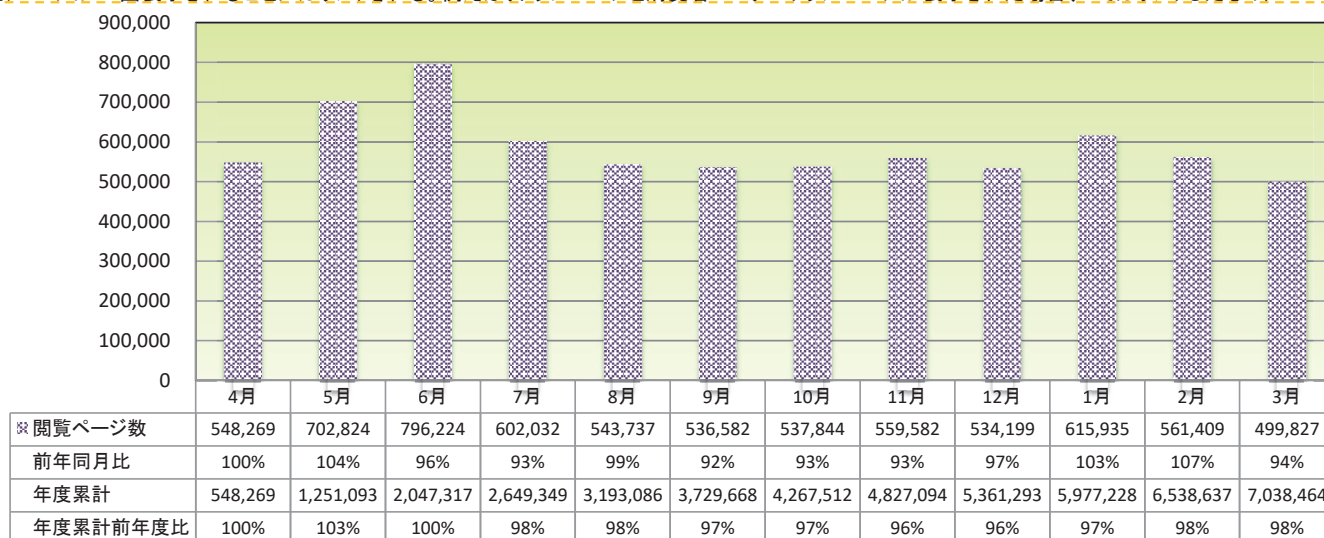
2 : ライブはMicrosoft TeamsによるWeb会議で開催。

機構ホームページのアクセス件数等について(令和4年度・第4四半期)

(1) 閲覧されたページ数の推移

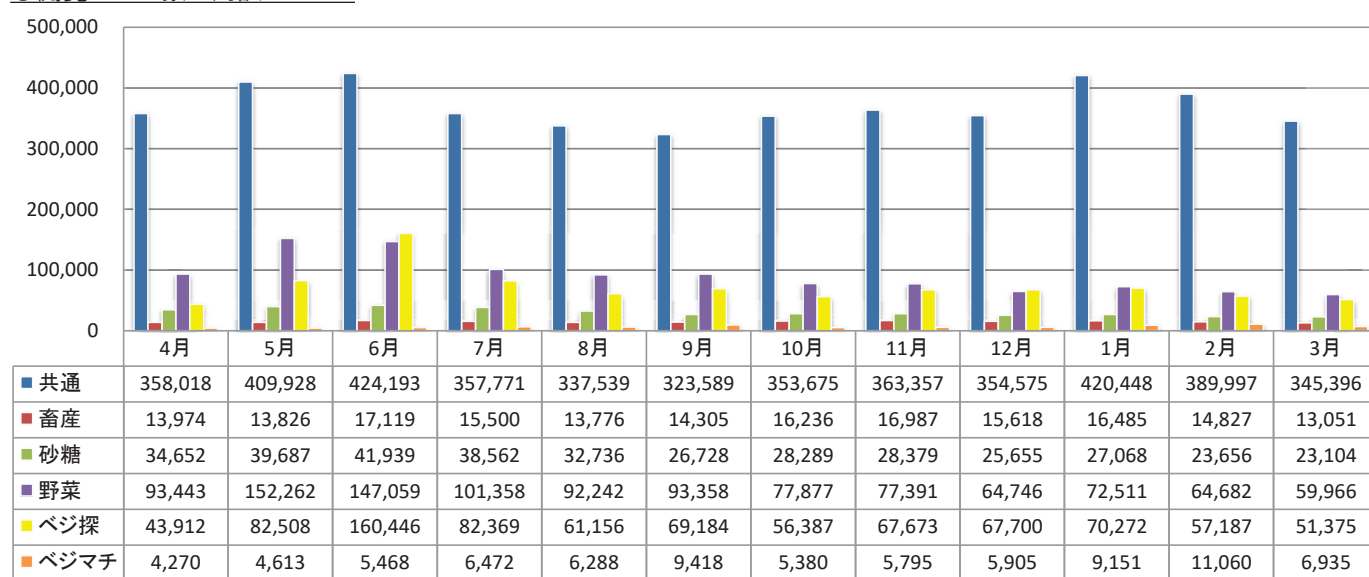
① 期間中に閲覧されたページ数

(※ページが1回表示されるごとにカウントされる。例えば、トップページと消費者コーナートップページが表示された場合、2でカウントしたもの)



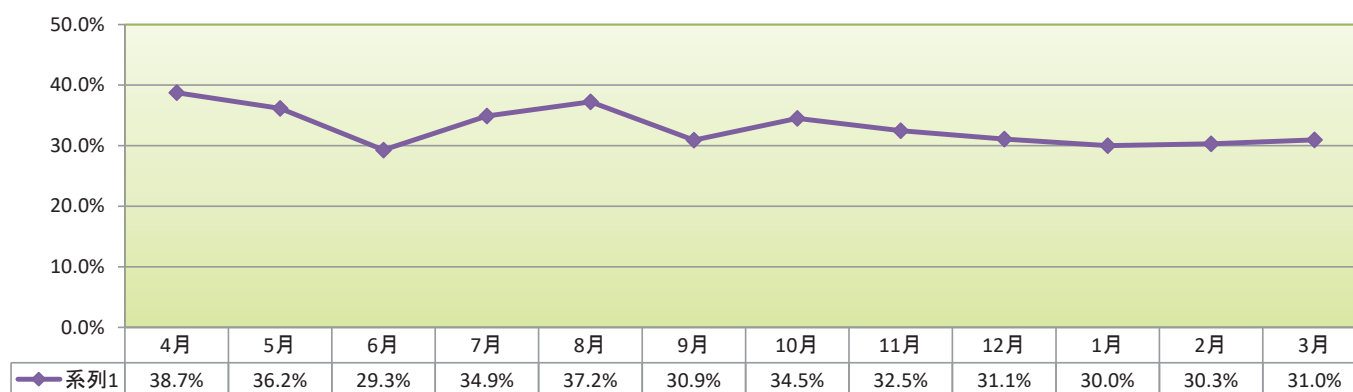
② 閲覧ページ数のサーバーごとの内訳

● 閲覧ページ数の内訳について



(2) スマートフォンなどからの訪問割合

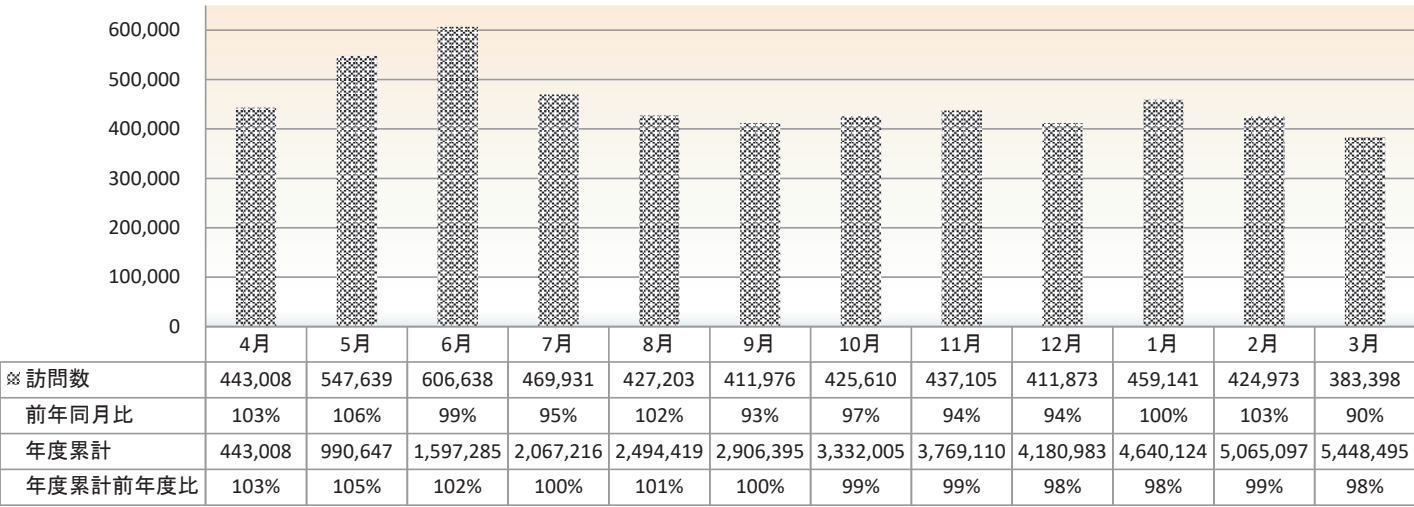
ページビュー数のうちスマートフォンから訪問してきた割合



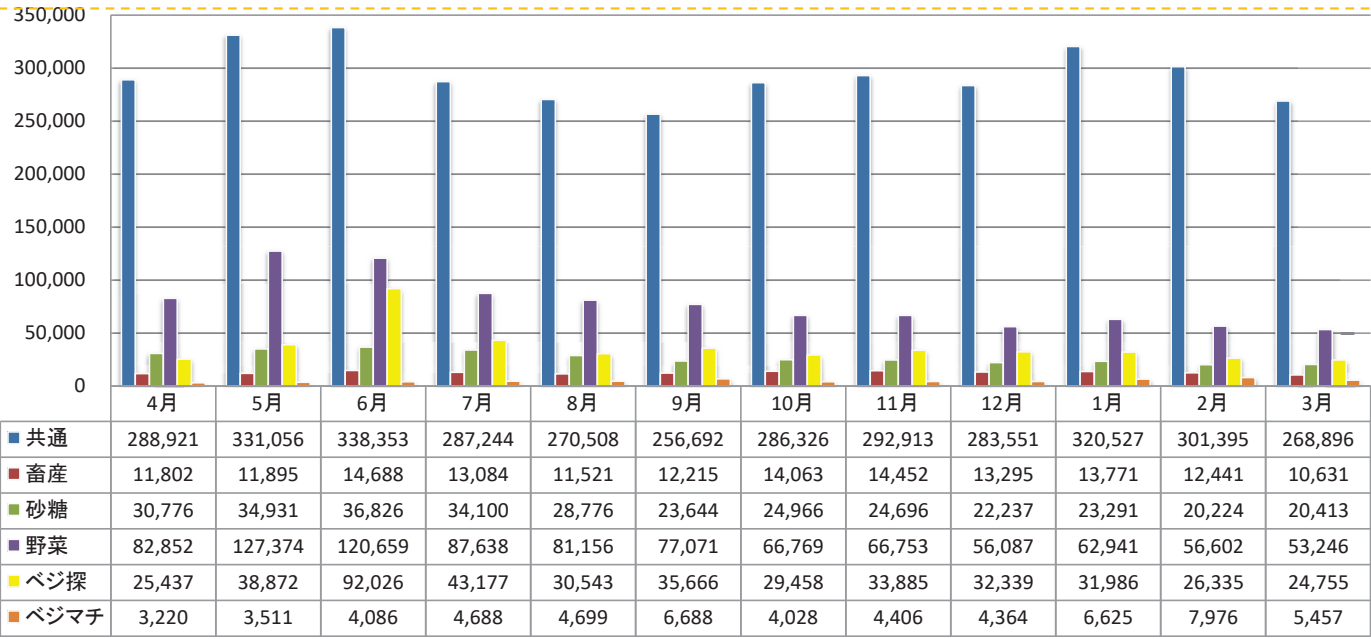
(3) ページ別訪問数の推移

① 1回の訪問でアクセスしたページの総数

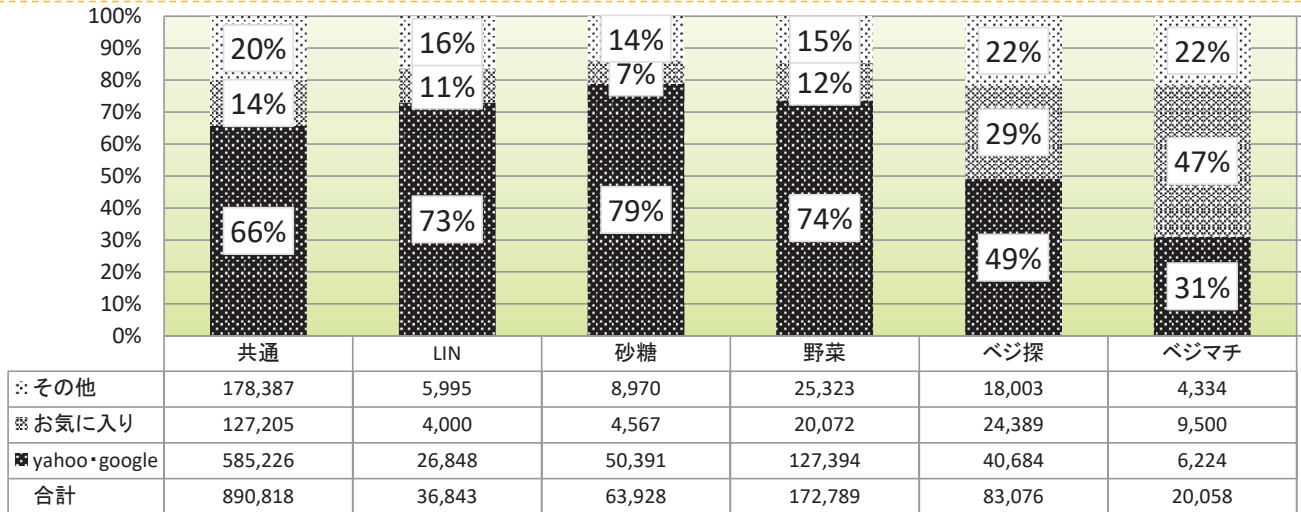
機構ホームページを閲覧し、30分以上操作を行わなかった場合、それ以降の操作は別の訪問として記録される。
機構HPを離れ30分以内に帰ってきた場合は、前と同じ訪問として扱われ、新たな訪問として記録されない。



② ページ別訪問数のサーバーごとの内訳



(4) ページ別訪問数のうち代表的な検索エンジン (yahooとgoogle) 及びお気に入り登録から訪問した割合(4年度第4四半期合計)



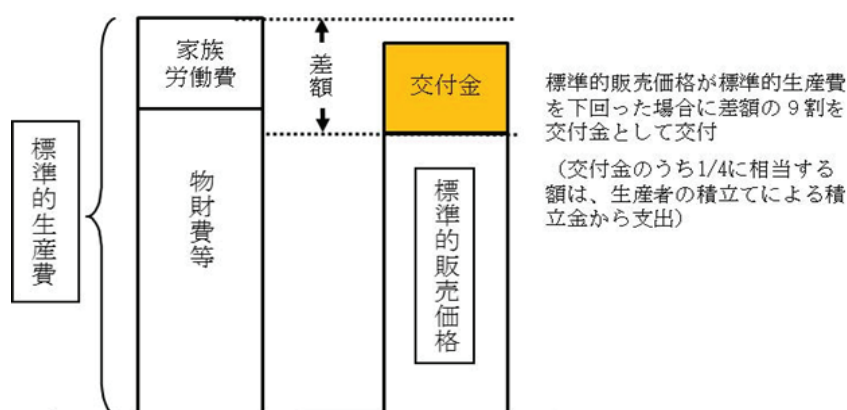
肉用牛肥育経営安定交付金制度―「畜産経営の安定に関する法律」(昭 36)

1 制度の目的

標準的販売価格が標準的生産費を下回った場合に、肉用牛生産者の経営に及ぼす影響を緩和するための交付金を交付することにより、肉用牛肥育経営の安定を図る。

2 制度の仕組み

標準的販売価格が標準的生産費を下回った場合、その差額の9割を交付金として交付する。



肉用牛の標準的販売価格及び標準的生産費は、一又は二以上の都道府県の区域ごとに算出

3 負担割合

○ 国:3/4、生産者: 1/4

4 交付実績

区 分	品 種	交付頭数	交付金額
令和3年度	合計	418 千頭	12,596 百万円
	肉専用種	109 千頭	2,125 百万円
	交雑種	142 千頭	4,905 百万円
	乳用種	167 千頭	5,566 百万円
令和4年度	合計	496 千頭	16,597 百万円
	肉専用種	185 千頭	7,264 百万円
	交雑種	159 千頭	3,178 百万円
	乳用種	153 千頭	6,155 百万円

注1: 端数処理のため、品種別の和と合計は一致しない。

注2: 各年度は、2月販売分(概算払)から1月販売分(概算払)まで。

登録生産者数: 5. 3千者

肉豚経営安定交付金制度－「畜産経営の安定に関する法律」(昭 36)

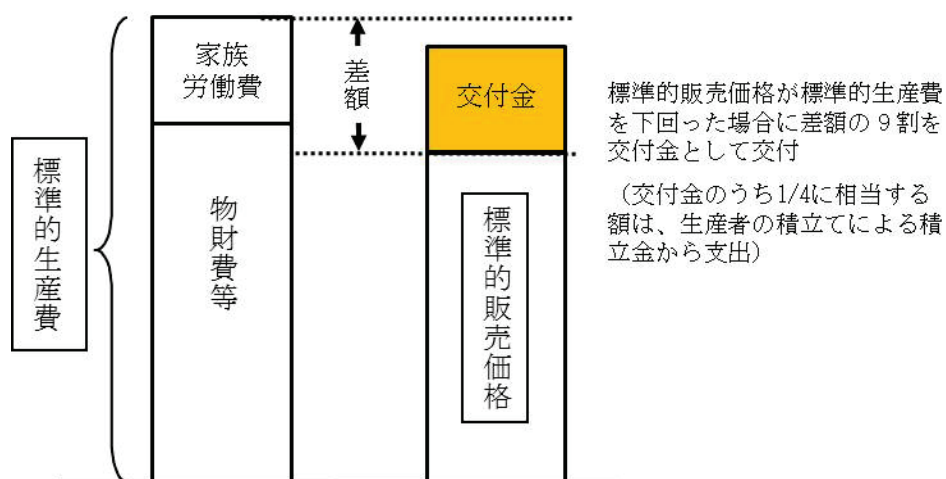
1 制度の目的

標準的販売価格が標準的生産費を下回った場合に、肉豚生産者の経営に及ぼす影響を緩和するための交付金を交付することにより、養豚経営の安定を図る。

2 制度の仕組み

標準的販売価格が標準的生産費を下回った場合、その差額の9割を交付金として交付する。

※ 四半期終了時に計算(前の四半期に発動が無かった場合は通期で計算)



3 負担割合

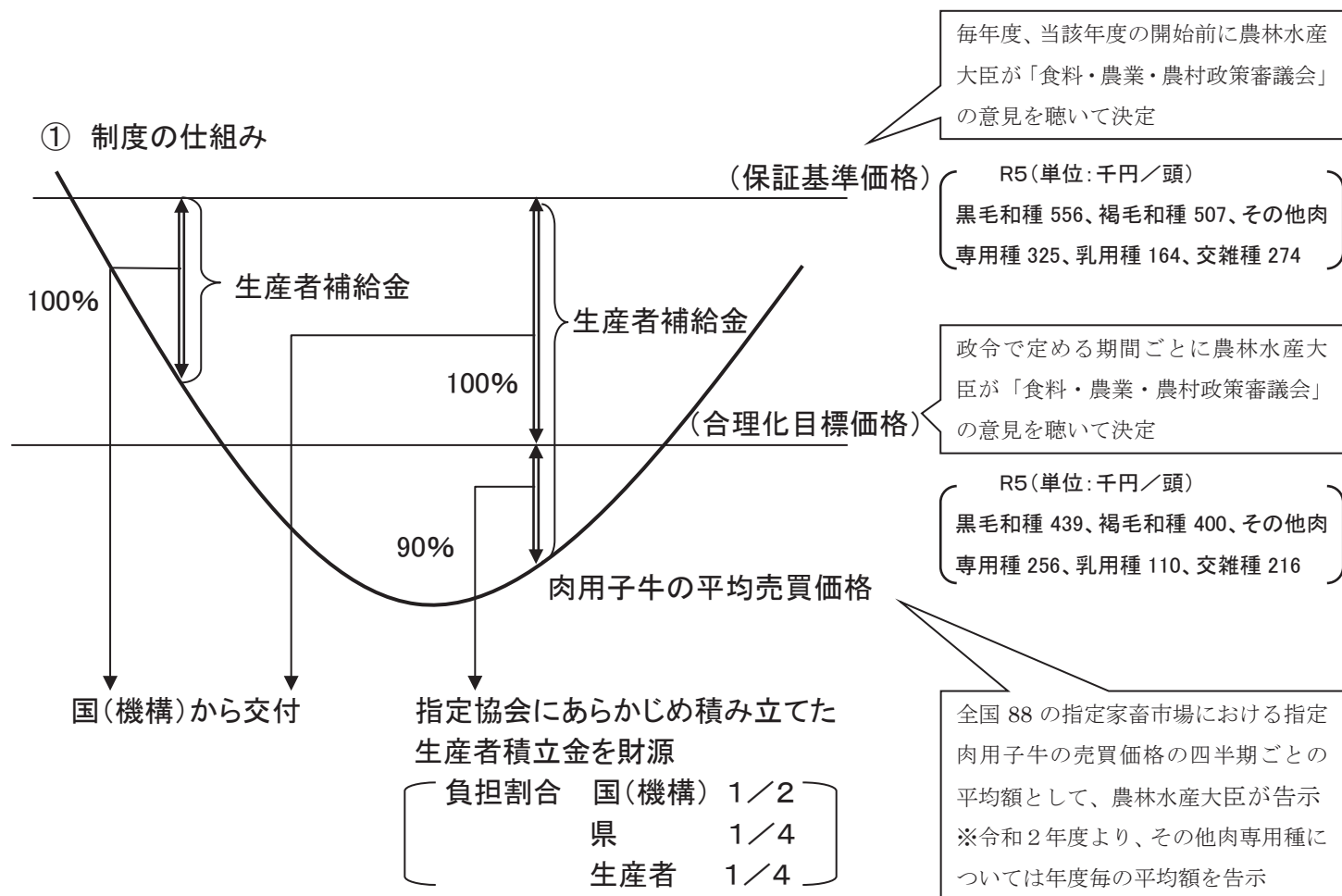
○ 国: 3/4、生産者: 1/4

4 交付実績の推移

	交付対象頭数
令和2年度	0 頭
令和3年度	0 頭
令和4年度	0 頭

登録生産者数: 1.9 千者

肉用子牛生産者補給金制度－「肉用子牛生産安定等特別措置法」(昭 63)



② 交付実績

区 分	生産者補給金		生産者積立助成金(機構分のみ)	
令和3年度	合計	2,214頭 50百万円	合計	785千頭 1,180百万円
	黒毛和種	— —	黒毛和種	434千頭 347百万円
	乳用種	— —	乳用種	136千頭 463百万円
	その他計	2,214頭 50百万円	その他計	215千頭 369百万円
令和4年度	合計	63,795頭 1,556百万円	合計	782千頭 1,161百万円
	黒毛和種	— —	黒毛和種	444千頭 355百万円
	乳用種	61,787頭 154百万円	乳用種	135千頭 459百万円
	その他計	2,008頭 16百万円	その他計	203千頭 348百万円

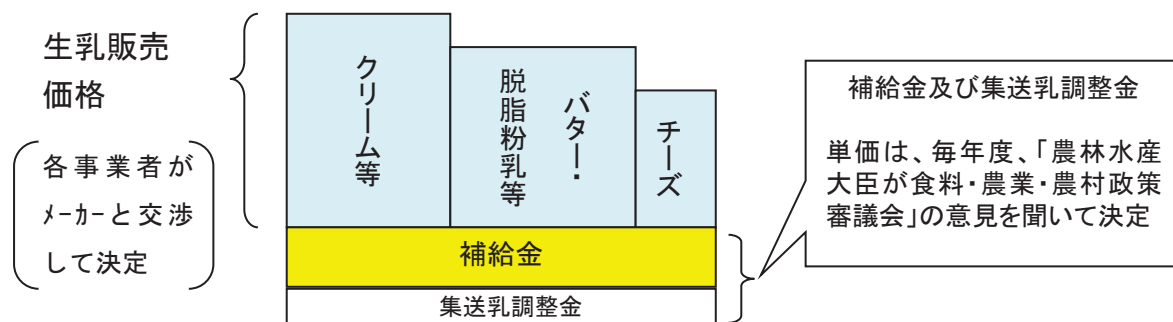
契約農家戸数(令和5年3月末時点): 3.9万戸

加工原料乳生産者補給交付金等交付業務

「畜産経営の安定に関する法律」〔昭 36、(最終改正) 令 4〕

1 制度の仕組み

飲用向けに比べて低価格で取引される加工原料乳について、対象事業者に対し生産者補給交付金又は生産者補給金を交付する。加えて、集送乳が確実に行えるよう、指定事業者に対して集送乳調整金を交付する。



2 交付実績

区分	補給金単価	集送乳調整金単価	総交付対象数量	交付数量
令和2年度	8.31 円/kg	2.54 円/kg	3,450 千トン	3,303 千トン
令和3年度	8.26 円/kg	2.59 円/kg	3,450 千トン	3,450 千トン
令和4年度	8.26 円/kg	2.59 円/kg	3,450 千トン	3,340 千トン(※)

(※) 令和4年度の交付数量は、令和5年4月末時点の集計値であり、確定値ではない。

牛乳乳製品の価格安定制度

「畜産経営の安定に関する法律」〔昭36、(最終改正)令4〕

1 指定乳製品等の輸入・売渡し

- (1) 国際約束に従って、農林水産大臣が定めて通知する数量
(カレント・アクセス: 生乳換算137千トン／年) 及び売渡し

表1: 輸入、売渡しの実績(数量は生乳換算) (単位: 千トン)

令和2年度		令和3年度		令和4年度	
輸入 (契約ベース)	売渡し	輸入 (契約ベース)	売渡し	輸入 (契約ベース)	売渡し
137.2	137.2	137.2	137.2	137.2	137.2

注: 指定乳製品等 … バター、脱脂粉乳、ホエイ類等

- (2) 指定乳製品の価格が著しく騰貴し、又は騰貴するおそれがあると認められる場合には、農林水産大臣の承認を受けて輸入し、売渡す。

表2: 輸入、売渡しの実績(数量は生乳換算) (単位: 千トン)

令和2年度		令和3年度		令和4年度	
輸入 (契約ベース)	売渡し	輸入 (契約ベース)	売渡し	輸入 (契約ベース)	売渡し
58.3	58.3	—	—	—	—

注: 令和2年度はバターを実施。

2 指定乳製品等の買入れ・売戻し

機構は、機構の委託を受けて上記 1 の輸入を行う場合又は関税割当てを受けて輸入を行う場合等を除き、指定乳製品等を輸入しようとする者から当該指定乳製品等を買入れ、これを売り戻す。

表3: 買入れ、売戻しの実績(数量は製品重量) (単位: トン)

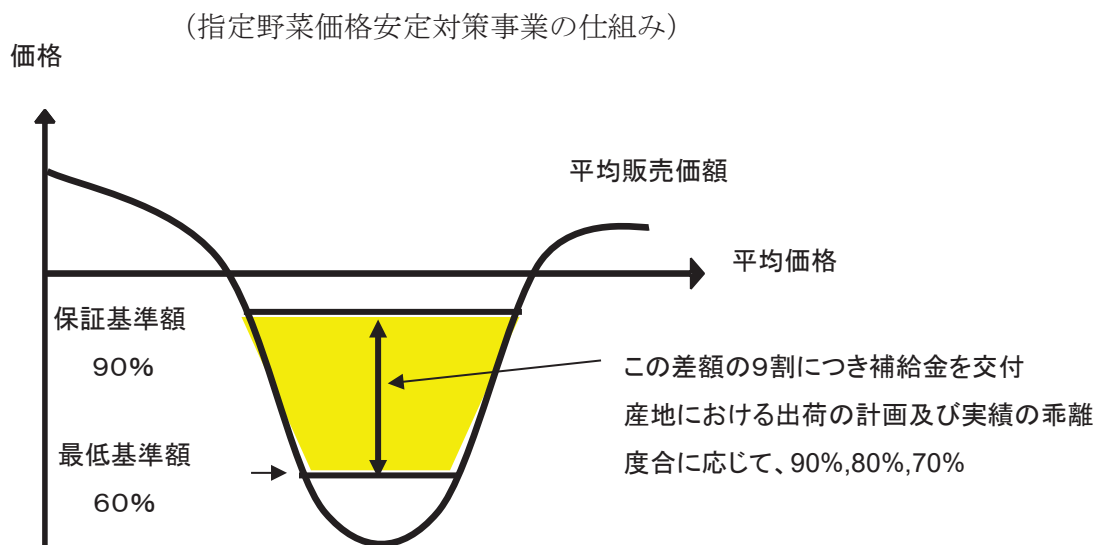
令和2年度		令和3年度		令和4年度	
買入れ	売戻し	買入れ	売戻し	買入れ	売戻し
1,163.4	1,163.4	679.7	679.7	737.0	737.0

注: 指定乳製品等 … バター、脱脂粉乳、ホエイ類等

野菜価格安定制度 —「野菜生産出荷安定法」〔昭41、(改正)昭51、平14、平25〕

1 指定野菜価格安定対策事業

- 指定産地の指定野菜（14 品目）の価格が著しく低落した場合に、生産者補給交付金を交付し、農家経営の安定による次期作の確保と、消費地への野菜の安定供給を図る。
- 資金造成割合は、国 60%、都道府県 20%、生産者 20%。
- 指定産地（878 産地）は、指定野菜の全国出荷量の約 7 割、作付面積の約 5 割を占める中核供給産地。
- 都道府県法人が特定野菜価格安定事業を実施。（発動基準：平均価格の 80%、資金造成割合：国 33%、都道府県 33%、生産者 33%、補てん率 8 割）



○指定野菜事業及び特定野菜事業の対象品目

○指定野菜（14 品目）：国民消費生活上重要な野菜

キャベツ、きゅうり、さといも、だいこん、トマト、なす、にんじん、ねぎ、はくさい、ピーマン、レタス、たまねぎ、ばれいしょ、ほうれんそう

○特定野菜（35 品目）：国民消費生活や地域農業振興上指定野菜に準じる重要な野菜

アスパラガス、えだまめ、かぼちゃ、ごぼう、こまつな、しょうが、すいか、スイートコーン、セロリ、そらまめ、ちんげんさい、生しいたけ、にら、にんにく、ブロッコリーなど

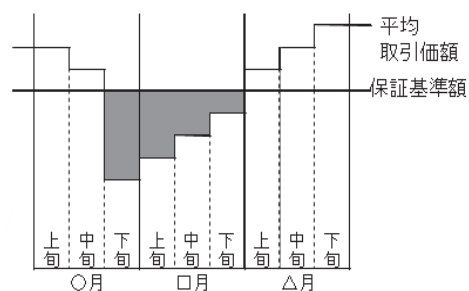
収穫農家数：指定野菜 延べ 12.2 万戸、特定野菜 5.5 万戸

2 契約指定野菜安定供給事業

- 加工・業務用野菜など契約取引される指定野菜の価格下落、不作、過剰生産のリスクを軽減するため、以下の3つのタイプの対策を措置。
 - ①価格低落タイプ : 市場価格連動型の契約で価格が著しく低落した場合の補てん
 - ②出荷調整タイプ : 契約遵守のため余裕をみて作付けした野菜を価格低落時に出荷調整した場合の補てん
 - ③数量確保タイプ : 不作によって契約数量を確保できない場合の掛かり増し経費の補てん
- 資金造成割合は、国 50%、都道府県 25%、生産者 25%。

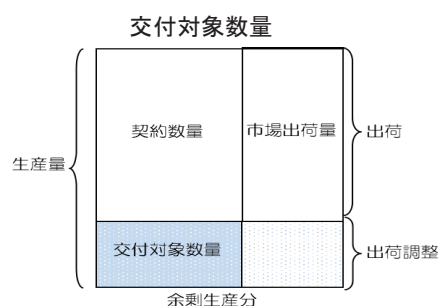
○「価格低落タイプ」

市場価格に連動して価格が変動する契約を締結している生産者に対し、価格の著しい低落が生じた場合に補てん。



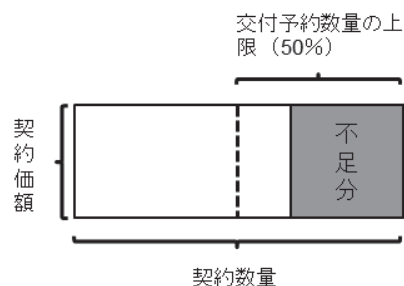
○「出荷調整タイプ」

定量供給契約を締結した生産者が、契約数量を確保するため余裕のある作付けを行い、価格低落時に契約以外の生産量の出荷調整を行った場合に補てん。



○「数量確保タイプ」

定量定価供給契約を締結した生産者が、天候不良等により契約数量を確保することができない場合に、市場出荷予定のものを回す等により契約数量を確保するのに要する経費を補てん。



3 野菜緊急需給調整事業

- 野菜の中でもキャベツ、たまねぎ等は露地で栽培されるため天候の影響を受けやすく作柄・価格の変動が大きいことや流通量も多いことから、これらの野菜の価格と供給の安定を図るため国が緊急需給調整事業を実施。
- 価格低落時には、生産者側の発意により、生産者も1/5を拠出した資金を用いて、出荷抑制、加工用販売、有効利用用途（フードバンクへの提供）、一時保管等を実施。
- 価格高騰時には、国が供給の安定に向けた要請を関係者に行うほか、出荷促進を実施。
- 資金造成割合は、国 80%、生産者 20%

仕組み

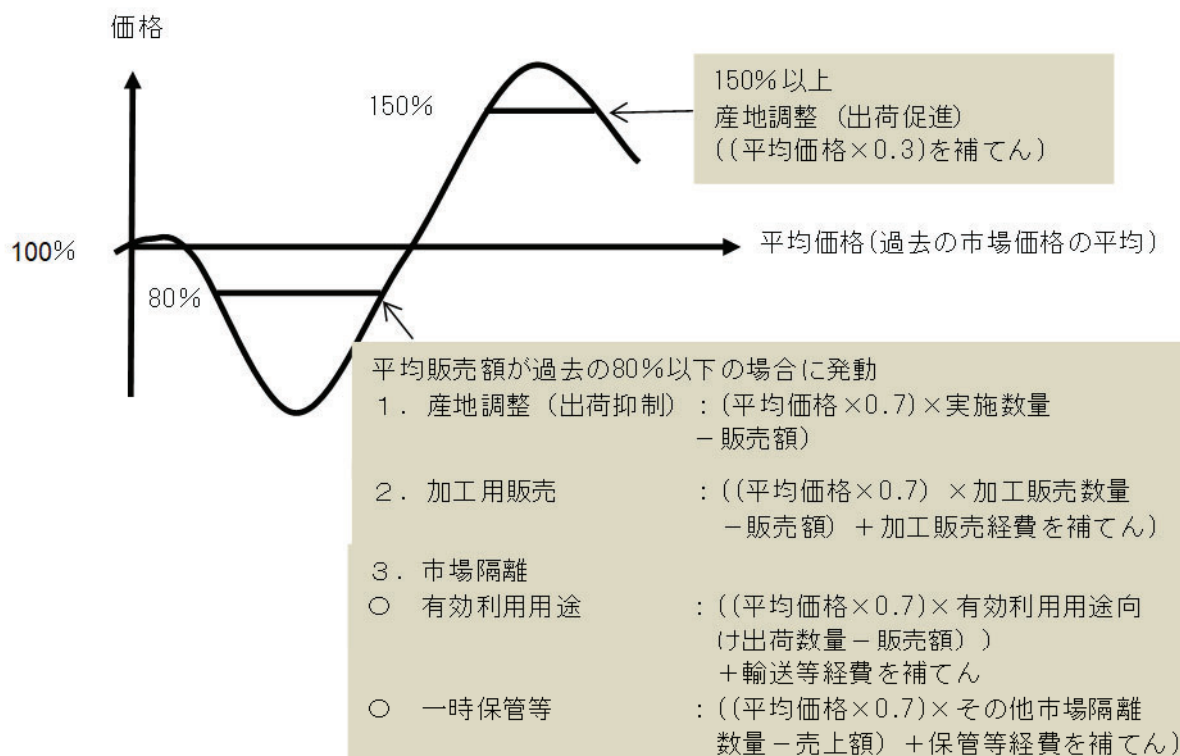
重要野菜

キャベツ(周年)、たまねぎ(周年)、秋冬だいこん、秋冬はくさい

調整野菜

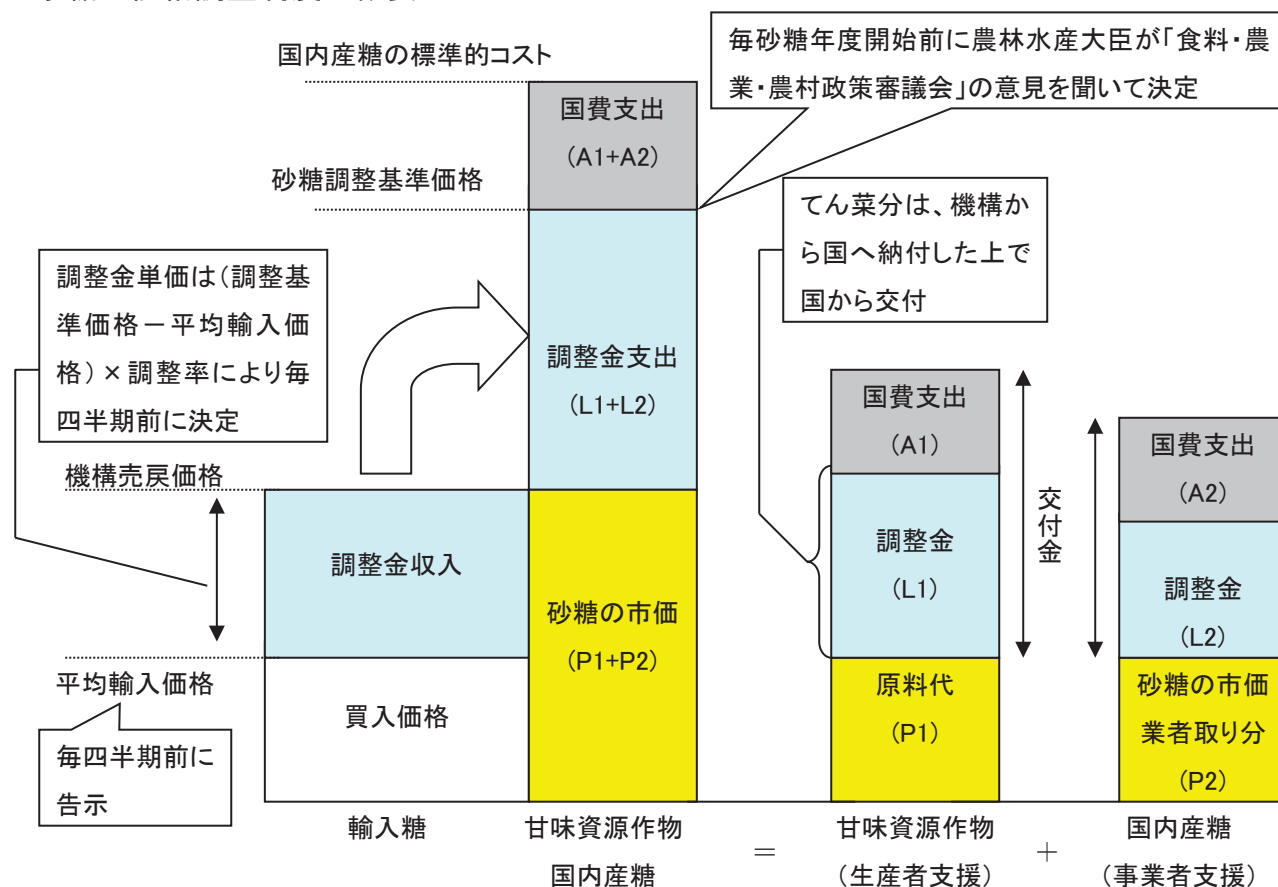
春だいこん、夏だいこん、春はくさい、夏はくさい、
レタス(周年)、にんじん(周年)

<発動基準と補てん額>



砂糖の価格調整制度－「砂糖及びでん粉の価格調整に関する法律」(昭 40、(改正) 令 4)

1. 砂糖の価格調整制度の概要



2. 実績数量等(R4事業年度)

(1) 輸入糖、異性化糖及び加糖調製品の売買実績

輸入糖 1,054 千トン 異性化糖 ー 千トン 加糖調製品 394 千トン

(2) 交付金交付等実績

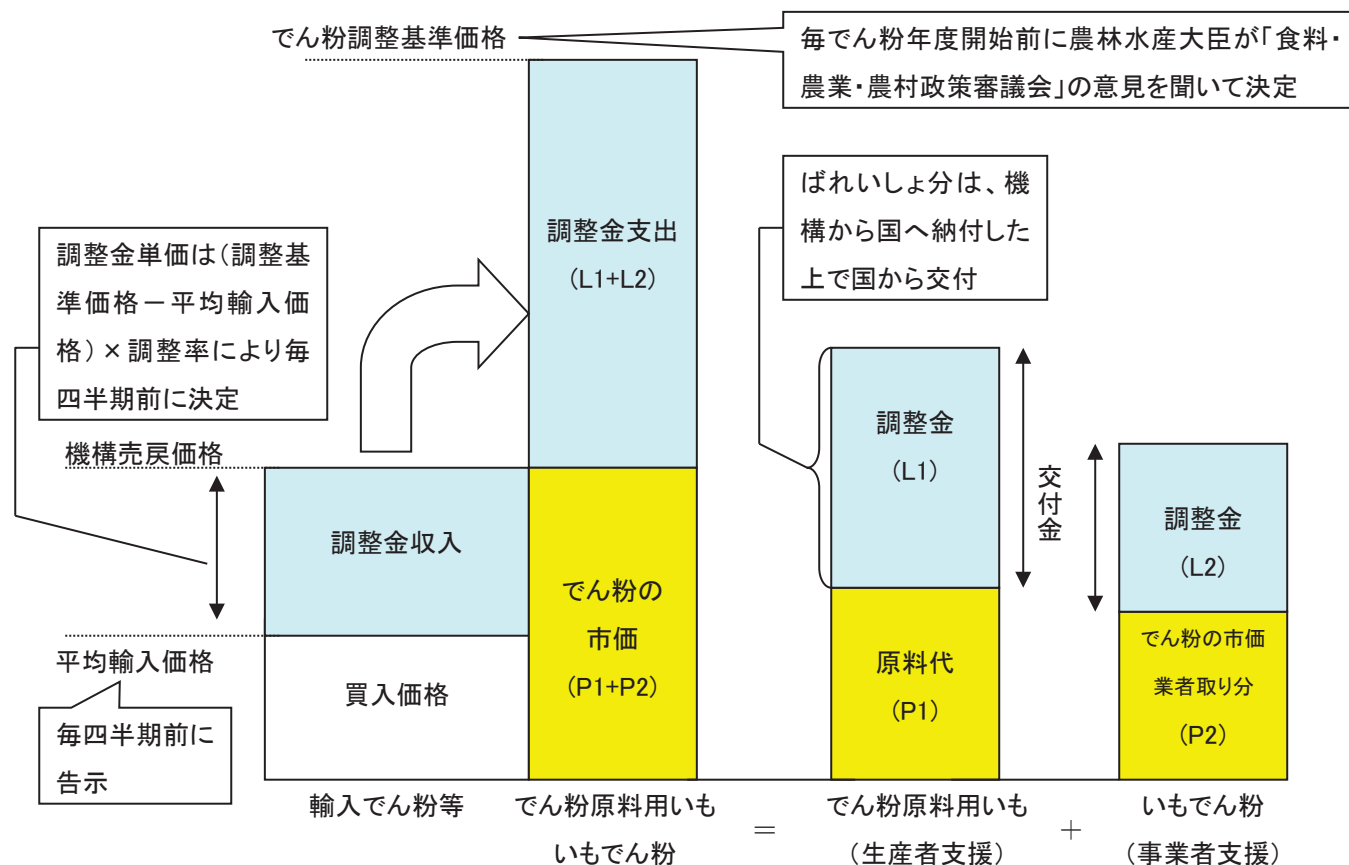
甘味資源作物交付金			国内産糖交付金	
さとうきび生産者				
鹿児島県	6,156 人	536 千トン	てん菜糖製造事業者	3者 588 千トン
沖縄県	10,954 人	769 千トン	甘しや糖製造事業者	14 者 146 千トン
合計	17,110 人	1,305 千トン	合計	734 千トン

注1) さとうきび生産者及び製造事業者とも交付対象要件を満たす者のみに交付金を交付。

注2) 合計は四捨五入の関係で一致しない場合がある。

でん粉の価格調整制度－「砂糖及びでん粉の価格調整に関する法律」(昭 40、(改正) 令 4)

1. でん粉の価格調整制度の概要



2. 実績数量等(R4事業年度)

(1) 輸入でん粉等の売買実績

輸入とうもろこし 3,107 千トン

輸入でん粉 140 千トン

(2) 交付金交付等実績

でん粉原料用いも交付金	国内産いもでん粉交付金	
でん粉原料用かんしょ生産者(宮崎県・鹿児島県) 2,946 人 51 千トン	ばれいしょでん粉製造事業者 10 者	98 千トン
	かんしょでん粉製造事業者 17 者	20 千トン
	合計	119 千トン

注1) かんしょ生産者及び製造事業者とも交付対象要件を満たす者のみに交付金を交付。

注2) 合計は四捨五入の関係で一致しない場合がある。