

令和 5 年度コンプライアンス推進計画等に基づく取組実績について

令和 5 年度コンプライアンス推進計画（令和 5 年 3 月 23 日付け 4 農畜機第 7030 号。以下「推進計画」という。）等に基づく取組実績は、以下のとおり。

1 コンプライアンス推進週間の取組

役職員が日々の行動を振り返り、コンプライアンスへの理解を深める機会として、上期及び下期の年度内 2 回のコンプライアンス推進週間を設置し、各種取組を実施した（推進計画第 2 の 3）。

(1) 実施期間

ア 上期：令和 5 年 5 月 22 日（月）～ 5 月 30 日（火）

イ 下期：令和 5 年 10 月 23 日（月）～ 10 月 31 日（火）

(2) 取組内容

ア 教育資料の視聴

上期はコンプライアンスに関する研修（外部講師研修）と一体的に実施した。
下期は、個人情報に関する役職員の知識を深めるための教育資料の視聴を実施した。

	対象者	実施率	教育資料
下期	役職員 242 名※	99.6%	個人情報の適切な取扱いのための研修資料（個人情報保護委員会）

※ 臨時職員を含み、休職中の職員及び外部組織への出向・研修中の職員を除く。

イ コンプライアンスチェック（○×式 10 問）

役職員のコンプライアンスに関する理解度を点検するため、事務局採点方式によるコンプライアンスチェックを実施した。

	対象者 ※	実施率	平均点
上期	役職員 218 名	100%	8.6 点
下期	役職員 216 名	100%	8.1 点

※ 臨時職員、休職中の職員、出題者である業務監査室職員及び外部組織への出向・研修中の職員を除く。

ウ コンプライアンスカードの配付

上期は「出張時の注意事項（セクハラ・アルハラ・利害関係者との飲食）」を、下期は「相手に伝わるコミュニケーションの工夫／即一報体制」をテーマとしたカードを作成し、役職員に配付した。

エ キャッチフレーズの募集

役職員がコンプライアンスについて身近に考える機会として、上期にコンプライアンスに関するキャッチフレーズを募集したところ、44 作品の応募があった。選定の結果、「心の緩みは麻痺しやすく、周囲にも広がりやすいものであり、ちょっとしたつむりの言動が組織や自分にとって大きな問題に発展する可能性があることから、みんなで意識的に心の緩みを締め直し合うことが大切である」との趣旨から、次の

作品を令和5年度最優秀賞とした。最優秀賞の作品については、コンプライアンス推進週間のポスターやイントラネットに掲載し、役職員の意識啓発に活用した。

まあいいか 緩んだ心に ツケがくる

オ 他法人のコンプライアンス違反事例の紹介

他法人のコンプライアンス違反事例について、1日1件（上期6件、下期6件の計12件）を各自のPCにポップアップ表示を通じて紹介した。

カ コンプライアンス推進相談等窓口の周知

「相談窓口利用をしやすい（ハードルを下げて）ほしい」との要望があったことから、相談窓口の担当者、連絡先及び受付方法等を各自のPCにポップアップ表示を通じて周知した。

キ その他

各部室・事務所における啓発ポスターの掲示及びコンプライアンス推進週間初日の館内放送により、コンプライアンス推進週間の周知及びコンプライアンス推進に対する役職員の意識啓発を図った。

2 コンプライアンスに関するアンケート調査

前年度に実施したコンプライアンスに関する認識度調査の結果を踏まえた対応をフォローアップするとともに、直近半年間におけるコンプライアンス関係の問題等の有無を把握するため、上期においてすべての役職員を対象にアンケート調査を実施した（推進計画第2の2）。

また、全ての役職員を対象に風通しの良い職場づくり等のための自己点検を併せて実施した。

3 コンプライアンスの推進に関する研修

倫理の保持、個人情報の保護、ハラスメントの防止等に関する研修を実施した（推進計画第2の4）。

（1）新規採用職員等に対する研修

講 師	主な内容	実施日
コンプライアンス委員会事務局	・コンプライアンスの基礎知識 ・機構におけるコンプライアンス推進体制 ・コンプライアンス推進相談等窓口について	令和5年4月 6日（木） （17名）
同上	同上	令和5年9月 5日（火） （4名）
同上	同上	令和6年2月 20日（火） （4名）

(2) 新任管理職員に対する研修

講 師	主な内容	実施日
コンプライアンス委員会事務局	・ 機構におけるコンプライアンス推進体制 ・ コンプライアンス推進に向けた具体的取組と管理職の役割	令和5年4月20日(木) (6名)

(3) コンプライアンスに関する研修(外部講師研修)

講 師	主な内容	実施日
勝どき法律事務所 北井久美子弁護士	・ 職場のハラスメント～業務指導とパワハラを中心に～	令和5年7月11日(火)

4 コンプライアンスに関する認識度調査

機構におけるコンプライアンスの推進状況を点検するとともに、管理職員(以下「管理職」という。)と管理職以外の職員(以下「非管理職」という。)との間のコンプライアンスに関する認識のずれ等を把握するため、職員を対象に、調査票を用いた無記名アンケートによるコンプライアンスに関する認識度調査を実施した(推進計画第2の1)。

また、コンプライアンス推進相談等窓口の取組に関するアンケートを併せて実施した。

(1) 調査の概要

ア 実施期間：令和5年11月29日(水)～12月8日(金)

イ 対象者：職員231名(臨時職員を含む。)

注 総括調整役、休職中の職員及び外部組織への出向・研修中の職員を除く。ただし、部長を兼務する総括調整役は実施対象とする。

ウ 回答者：職員229名(回収率99.1%)

5 コンプライアンス推進相談等窓口の運営状況

コンプライアンスの推進を妨げる行為の防止、当該行為が発生した場合の早期の発見及び解決を図るため、機構の内部及び外部にコンプライアンス推進相談等窓口(以下「窓口」という。)を設置し、窓口の周知等を実施した(推進計画第1の3)。

(1) 窓口の周知

ア 窓口の利用実績及びリーフレット・相談事例を四半期末月の翌月(4月、7月、10月及び1月)に電子メールにより機構内に周知した。

イ イン트라ネットのコンプライアンスコーナー、コンプライアンス推進週間の周知メール、コンプライアンスカード及び各部室等に掲載するポスターに窓口の連絡先を掲載した。

ウ 2のコンプライアンスに関するアンケート調査及び4のコンプライアンスに関する認識度調査のフィードバックにおいて、コンプライアンスの推進を妨げる事象がある場合は窓口にご相談するよう促した。

エ このほか、新規採用職員等に対するコンプライアンス研修において、窓口を紹介した。

(2) 「なんでも相談デー」の実施

窓口の利用拡大を図るため、これまでの運用に加えて新たに「なんでも相談デー」を設け、「なんでも」相談可能である点をより強調するとともに、月に2回、日時を指定して実施した。

(3) 窓口を利用しやすくするためのアイデアの募集

窓口を利用しやすくする（ハードルを下げる）にあたって、具体的にどのような相談が想定され、どのような仕組みにすればよいか等について、4のコンプライアンスに関する認識度調査の実施に併せて、アンケートによりアイデアの募集を行った。

(4) 窓口の利用実績（令和5年4月～同6年3月）

ア 内部相談窓口：15件（うち「なんでも相談デー」6件）

（内訳）ハラスメント関係 6件（同3件）

倫理関係 5件（同0件）

その他 4件（同3件）

イ 外部相談窓口：1件

（参考）令和4年度

内部相談窓口：12件

（内訳）ハラスメント関係 2件

倫理関係 10件

外部相談窓口：0件

令和 6 年度コンプライアンス推進計画

令和 6 年 3 月 1 5 日付け 5 農畜機第 8 1 8 5 号

独立行政法人農畜産業振興機構（以下「機構」という。）は、独立行政法人農畜産業振興機構のコンプライアンスの推進に関する基本方針（平成 2 0 年 6 月 3 日付け 2 0 農畜機第 1 0 4 7 号。以下「基本方針」という。） 5 に基づき、令和 6 年度においては、以下の態勢・取組等により、機構及びその役職員の職務に関する倫理の保持、個人情報の保護、ハラスメントの防止等をはじめとするコンプライアンスの推進を図るものとする。

第 1 コンプライアンスの推進態勢

1 コンプライアンス委員会における審議

機構の役職員以外の学識経験者等を含むコンプライアンス委員会において、コンプライアンス推進計画の策定、コンプライアンスの推進状況及びコンプライアンス推進計画の進捗状況の点検に関する事項等について審議する。

2 管理責任者等によるコンプライアンスの推進

コンプライアンスの推進は、部、業務監査室及び事務局（以下「部室等」という。）における日頃の取組と役職員一人一人の意識向上による責任ある言動が基本となる。このため、次に掲げる取組を行う。

- (1) 管理責任者（基本方針 4 の（3）の管理責任者をいう。以下同じ。）及び管理責任補助者（同方針 4 の（4）の管理責任補助者をいう。以下同じ。）は、前年度の取組、最近の状況、業務の特性等を踏まえ、部室等におけるコンプライアンスの推進に必要な措置を講じる。
 - (2) コンプライアンス委員会の開催前に、管理責任者、管理責任補助者等により構成されるコンプライアンス推進会議を開催し、コンプライアンス推進計画の進捗状況、部室等におけるコンプライアンスの推進状況の点検結果等についての意見交換等を行う。
- 3 コンプライアンス推進相談等窓口の運営
- (1) コンプライアンスの推進を妨げる行為の防止、当該行為が発生した場合の早期の発見及び解決を図るため、機構の内部及び外部にコンプライアンス推進相談等窓口を設置する。
 - (2) コンプライアンスに関する相談・通報を受け付けた場合は、相談者が当該相談等をしたことにより不利益を受けることがないよう十分配慮しつつ、適切に対応する。
 - (3) 相談者が安心して本窓口を利用できるよう、相談受付後の流れを分かりやすく示すなど役職員への周知に取り組む。
 - (4) 本窓口の利用拡大を図るため、コンプライアンスに関する相談・通報のほか、人間関係及び業務に関する悩み等に幅広く対応する「なんでも相談デー」を実施する。

第2 コンプライアンスの推進に向けた取組

内部統制に関する改善方針（平成31年3月25日内部統制委員会了承）を踏まえ、コンプライアンスを推進するため、以下1～5の取組を継続して実施する。

1 コンプライアンスに関する認識度調査

- (1) 部室等におけるコンプライアンスの推進状況の点検及び管理職員と管理職員以外の職員との間のコンプライアンスに関する認識の差異等の把握のため、職員を対象とした認識度調査を原則として上半期に実施する。
- (2) 調査の結果に基づき、機構におけるコンプライアンス推進上の課題等を確認し、その後のコンプライアンス推進のための取組に反映させる。
- (3) 調査の結果は、管理責任者及び管理責任補助者にフィードバックし、必要な対応を求める。

2 風通しの良い職場づくり等のための自己点検

- (1) 職場のコミュニケーション及び風通しの良い職場環境形成の更なる促進のため、職員を対象とした自己点検を原則として上半期に実施する。
- (2) 自己点検の結果は、管理責任者及び管理責任補助者にフィードバックし、必要な対応を求める。

3 コンプライアンス推進週間

- (1) 役職員がコンプライアンスについて考え、日々の行動を振り返り、コンプライアンスに対する理解を深める機会として、原則として2回のコンプライアンス推進週間（以下「推進週間」という。）を設置する。
- (2) 推進週間においては、教育資材の視聴、採点方式のコンプライアンスチェック、コンプライアンスカードの作成・配付、キャッチフレーズの募集・ポスターへの掲載等必要な取組を行う。

4 コンプライアンスの推進に関する研修

新規採用職員（臨時職員及び派遣職員を含む。）、新任管理職員等に対する階層に応じたコンプライアンス知識の習得研修その他役職員のコンプライアンスに関する知識・認識を深めるための研修について、関係部署と調整しつつ実施する。

5 コンプライアンスに関する情報の提供

役職員の理解を深めるため、コンプライアンスに関する事例、規程その他有益と思慮される情報について、イントラネット、電子メール等により機構内に提供する。

第3 コンプライアンスに関する情報の積極的な公開

機構におけるコンプライアンスに係る情報の積極的な公開を促進するため、基本方針、コンプライアンス推進計画、コンプライアンス委員会の審議内容（同委員会において公表が適当でないとされたものを除く。）等について、機構のホームページにより随時公表する。

情報提供した事項に関する照会対応数の推移(令和5年度)

	翌日まで回答	翌々日以降	計
令和5年4月	0	0	0
令和5年5月	0	0	0
令和5年6月	0	0	0
第1四半期計	0	0	0
令和5年7月	0	0	0
令和5年8月	1	0	1
令和5年9月	0	0	0
第2四半期計	1	0	1
令和5年10月	0	0	0
令和5年11月	0	0	0
令和5年12月	0	0	0
第3四半期計	0	0	0
令和6年1月	0	0	0
令和6年2月	0	0	0
令和6年3月	0	0	0
第4四半期計	0	0	0
令和5年度 累計	1	0	1

(注):独立行政法人等の保有する情報の公開に関する法律第22条第1項に基づき情報提供した事項に関する照会について整理している。

令和 5 年度広報推進委員会の開催実績について

委員会の開催日	委員会の主な内容
第 1 回 令和 5 年 6 月 2 9 日 (木)	(1) 令和 5 年度広報活動の進捗状況について (2) 広報誌の発行について (3) 第 18 回食育推進全国大会 in とやま 出展報告 (4) R5 年第 1 回 alic セミナーの概要 (5) R4 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 (6) その他 ①ホームページアクセス解析方法の変更について ②「広報活動の推進と手順」広報マニュアル等の一部改正について ③広報推進連絡員について (7) 最近の主な広報活動の実績について
第 2 回 令和 5 年 9 月 1 3 日 (水)	(1) 令和 5 年度広報活動の進捗状況について (2) 広報誌の発行について (3) 「お問い合わせページ (FAQ)」ページの拡充について (4) 「第 62 回実りのフェスティバル」への参加について (5) R5 年度第 2 回 alic セミナー開催概要 (6) 国立国会図書館インターネット資料収集保存事業 (WARP) 利用について (7) 広報活動の推進と手順」の一部改正について (8) 最近の主な広報活動の実績について
第 3 回 令和 5 年 1 2 月 2 1 日 (木)	(1) 令和 5 年度広報活動の進捗状況について (2) 広報誌の発行について (3) 「第 62 回実りのフェスティバル」の概要報告 (4) 「ファーマーズ&キッズフェスタ 2024」について (5) R5 年度第 3 回 alic セミナー開催概要 (6) ホームページバナー広告募集について (7) 令和 6 年度の広報活動について (8) 最近の主な広報活動の実績について
第 4 回 令和 6 年 3 月 8 日 (金)	(1) R5 年度の広報活動実績について (2) R6 年度の広報活動計画について (3) R6 年度広報誌の web マガジン化及び掲載計画等について (4) 「消費の道しるべ」ご協力のお願いと執筆分担表について (5) 「第 19 回食育推進全国大会」への参加について (6) 最近の主な広報活動の実績について

令和6年3月
企画調整部広報消費者課

令和5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及びFacebookを閲覧してもらい、その回答を集計した（令和6年2月に実施）。結果については分析を行い、令和6年度のHP等の見直しの参考とする。

1. 調査概要

- ・調査対象：全国15歳以上の男女200名（15～29歳67名、30～49歳65名、50歳以上68名）
- ・機構について「名前も業務も知っている」は8.5%、「名前を聞いたことがある」20.5%、「知らない」は71.0%であった。
- ・機構のホームページについて「定期的に利用している」は13.8%、「定期的ではないが利用したことがある」は20.7%、「利用したことがない」は65.5%であった。

2. HP「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69.0%（「とても良い」14.0%、「良い」55.0%）だったのに対して「良くない」と回答した割合は6.5%であった。年代別にみると15～29歳が他の年代に比べてポジティブな印象を持っており、利用頻度別では、「利用したことがない」層でも満足度が76.3%と高かった。

主なコメント（Q2）：

シンプルで見やすい、内容が分かりやすい、イラストがあるといい、文字の大きさや色で分かりやすくしてほしい

また、【サイト全体の構成】については、ポジティブな回答が76.0%（とても分かりやすい18.5%、分かりやすい57.5%）に対して、ネガティブな回答は8.0%（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大幅に上回った。

主なコメント（Q5）：シンプルで分かりやすい（見た目）、構成がシンプルで分かりやすい、検索が分かりにくい、文字が小さい・多い

3. HPコンテンツ「業務についてのご案内（alicの業務はすべての人のために）」について

【情報の探しやすさ】については、ポジティブな回答が71.0%（とても分かりやすい16.5%、分かりやすい54.5%）に対して、ネガティブな回答が12.5%（分かりにくい11.0%、非常に分かりにくい1.5%）。【内容の分かりやすさ】については、ポジティブな回答が77.0%（とても分かりやすい23.0%、分かりやすい54.0%）に対して、ネガティブな回答が6.0%（分かりにくい5.5%、非常に分かりにくい0.5%）となり、いずれも他の年代に比べて15～29歳においてポジティブな回答の割合が高かった。

【alic業務の必要性】については、ポジティブな回答が73.0%（とても感じられる26.5%、感じられる46.5%）に対して、ネガティブな回答は4.0%（あまり感じない2.0%、感じない2.0%）と、ポジティブな回答が上回った。

主なコメント（Q8）：簡潔で分かりやすい、写真が用いられていて分かりやすい、特になし、分かりやすい言葉で説明してほしい、動画があるとよい

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 59.0%（とても良い 12.5%、良い 46.5%）対して、ネガティブな回答は 15.0%（あまり良くない 14.0%、非常によくない 1.0%）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 81.0%（十分に理解できた 18.0%・ある程度理解できた 63.0%）であったのに対して、ネガティブな回答は 6.0%（あまり理解できなかった 6.0%、非常に難しかった 0%）と、ポジティブな回答が上回った。

Q10⇒シンプルで分かりやすい、英語併記が見にくい、特になし、字が小さく読みづらい、外国人向けにも良い

Q12⇒内容を見れば理解できる、特になし、文字が多い、写真の上に文字はいらない、英語版は別にしてほしい

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 78.5%（とても分かりやすい 24.0%、分かりやすい 54.5%）に対してネガティブな回答は 4.5%（分かりにくい 3.5%、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。

Q14⇒シンプルでいい、メニューが見やすい、特になし、昭和感がある、項目が多い

Q16⇒子供も見やすい、動画がいい、子どもにも分かりやすい、子どもも作れるレシピがあるといい

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 67.0%（とても良い 19.0%、良い 48.0%）対して、ネガティブな回答は 6.5%（あまり良くない 5.5%、良くない 1.0%）と、ポジティブな回答が大幅に上回った。

Q18⇒分かりやすい、バックナンバーがあるのがいい、特になし、面白そうなテーマがたくさんある、文字が多い、専門的すぎる、PDF は見にくいので、サイト上に表示された方がよい

7. SNS 関係

Facebook、Instagram の投稿内容について、ポジティブな回答が 49.5%（とても良い 11.0%、やや良い 38.5%）対して、ネガティブな回答は 8.5%（あまり良くない 6.0%、良くない 2.5%）と、ポジティブな回答が上回った。

Q22⇒投稿が分かりやすい、写真がいい、特になし、タイムリー、堅い印象がある

Q23⇒子供向けコンテンツ、レシピ、レシピ動画、最先端の技術、農家の苦労やドキュメンタリー、流通の過程、

Facebook、Instagram、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 57.5%（とても感じられる 16.0%・感じられる 41.5%）であったのに対し

して、ネガティブな回答は 16.5%（あまり感じない 11.5%、感じない 5.0%）と、ポジティブな回答が上回った。

8. 関心事項

Q26➡飼育や流通の実情、食の安全、未来の農業、輸出入の情報、価格、値上げをしなければならない理由、廃棄について、品種改良のこと、工場や牧場のこと、人手不足への対応

9. 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し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 76.5%（とても良い 22.0%、良い 54.5%）対して、ネガティブな回答が 5.0%（あまり良くない 4.0%・良くない 1.0%）と、ポジティブな回答が上回った。

Q28➡健全、明るいイメージ、理解が深まった、農業や農家のために必要、とても大切な仕事をしている、もっと広報活動を頑張ってほしい（ちゃんと届けるべき）、特になし、堅いイメージ

令和5年度 アンケート調査の集計結果(内訳)

	回答数	理解度	平均理解度
意見交換会	6	5.0	5.0
セミナー小計	80	—	4.6
第80回	20	4.5	—
第81回	38	4.3	—
第82回	11	4.5	—
第83回	11	4.9	—
イベント小計	897	—	4.1
食育推進全国大会	276	4.0	—
農林水産祭 「実りのフェスティバル」	420	4.0	—
ファーマーズ & キッズフェスタ2024	201	4.3	—
合 計	983	—	4.4

(注): 平均理解度(合計)は、計8回の単純平均: $(5.0+4.5+4.3+4.5+4.9+4.0+4.0+4.3)/8$

令和5年度 消費者代表の方々との意見交換会について（報告）

テーマ等	開催日程・開催地	出席者	主な対応等
○テーマ 野菜が食卓に届くまで ○背景 ・国産野菜の安定供給が求められる中、生産地では生産を維持し、効率的に出荷するための施設整備などを行っている。 ・消費者代表の方々に野菜生産を取り巻く状況や消費動向、物流の課題などを紹介し、意見交換を実施することにより、野菜価格安定制度の周知、浸透を図る。	○開催日 <u>令和5年 11月21日（火）</u> ○訪問先 ・JA いるま野管内のさといも圃場、選果場及び直売所 ※関東近郊の主要産地で、収穫最盛期を迎える。 ※野菜ブック（動画）作成に協力。 ・JA いるま野あぐれっしゅ元気村（直売所、会議室）	○参加者 <u>JA いるま野（3名）</u> ・販売促進課 課長 飯野氏 ・販売促進課 関氏 ・選果場長 栗原氏 <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>ALIC 役職員（6名）</u> 森田総括理事 野菜業務部 根岸部長、太田課長、山崎（葵） 企画調整部 吉田課長、丸吉課長代理	○概要 ①JA いるま野管内のさといも選果場の視察及び圃場での収穫体験。 ②意見交換会では、ALIC 根岸野菜業務部長から野菜の価格安定制度の概要や需給動向等について、JA いるま野販売推進課の関氏から管内概況、さといも生産の概要、安定生産に向けた取組についてそれぞれ説明・紹介。 また、道中バス車内で alic チャンネルで公開している野菜の動画を上映し、SNS についても紹介。 JA いるま野管内のさといも選果場を見学した後、圃場で収穫体験を実施。生産者から直接、土壌の特徴、収穫作業、親いも、子いも、孫いもの見分け方、味覚の違い等について話を伺う。

【質疑応答】

Q. 10等級という細かい選果が必要なのか。

A. 細かく選果することでパイヤーからのオーダーに応えることができ、差別化により優位な価格で販売が可能になっている。

Q. 皮を剥くと手がかゆくなる、簡単な皮むき方法、レシピなどの情報発信があると消費も伸びるのではないかと。調理するにはハードルが高い野菜で若者は煮物もしないので、持続可能な産地を維持するためにも食べ方のアピールは必要。

A. JA いるま野の YouTube チャンネルでレシピを発信しているので活用いただければありがたい。

Q. 市販されていない「親いも」のコロッケは大変、美味しかった、食品ロス削減のために付加価値を付けた販売は考えないのか。

A. コロッケはサービスエリアで販売している。今後の戦略として、さといもの水煮、洗いさといも（調製品）の製造を検討している。

Q. 個々の生産者でこだわり野菜を作っているが、そういうものは農協では扱わないのか。

A. 毎年、さといも共進会を実施して優秀な生産者から栽培テクニックなどを学ぶ機会があり、灌水方法や施肥、種選びを共有し産地全体でレベルを上げる努力をしている。

【委員のフィードバック／マスコミ等掲載】

- ・消費科学センター：HP 及び「消費の道しるべ」1月号
- ・日本農業新聞（首都圏版）2023年12月7日付（11面）

【アンケート結果】理解度の評価 5.0（5段階評価）

○野菜価格安定に関してどんな情報を知りたいですか。

- ・コストや肥料の高騰や異常気象等による生産者のご苦労など生産の現場のリアルな情報。
- ・価格の背景にあるものを見える化。安心安全な食を担保している取組。
- ・農家さんが自立して生活できるような価格を確保している例や方策などを教えてほしい。
- ・生産者が発信する美味しい食べ方、レシピ。
- ・各国の価格安定のための補助事業及び補助金について。また、日本との比較について。

○参加者からの意見・感想

- ・人手不足ということが印象に残りました。里芋選果場で日雇い（外国の方を含み）の方が入って、毎日里芋の選別の説明に時間を割いているということです。人手不足がここまでかと思いました。
- ・JAさんの若い方が「まず冷凍食品売り場へ行く」とのご発言には驚きました。JAの方でも・・・若い世代の食生活の変化を改めて感じました。
- ・今夏の野菜の高騰は消費者には大変きびしく買い控えにつながり、売り上げ減になったのでは？
- ・選果場があることで可能になったこと、容易になったこと等、生産上のベネフィットがよくわかりました。品目を「さといも」にさせていただいたことで今まで全くわからなかったこと（関心が向いていなかったこと）がクリアになりました。伝えていきたいです!!
- ・「生産者が儲からなければ次世代はない！」その通りですね。
- ・「10段階の選別」消費者にとって納得の商品である理由を知ることができました。
- ・畑に入っただけの体験や選果場のライン近くでの見学。
- ・現場の畑、そして生産者の方々に直接会って、見て、聞いて、質問することの重要性を切に感じました。現場から伝わってくることで、現場しかわからないこと沢山ありますね。大変勉強になり、心より感謝いたします。
- ・生産者の姿勢、思い、生産現場での体験。
- ・さといも部会の会長が思ったより若く、やる気があった。お金にならないと農業が続かない。そのため、農協も頑張っていた。

○今後の意見交換会に求めるテーマ等

- ・厳しいと言われている酪農・生乳の現状。
- ・アニマルウェルフェアについて、また実践している生産者、先進的な事例。
- ・循環型の取組をされている生産者について。
- ・国産飼料の調達を進めている事例。
- ・種苗調達の現状。
- ・畜産の生産現場視察。

令和5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 80 回	令和 5 年 6 月 20 日	地域や実需者に愛される持続可能性に配慮した国産鶏普及の取組 (独) 家畜改良センター 岡崎牧場 次長 米本 正弘 氏 兵庫牧場 業務課長 山本 力也 氏	23
2	第 81 回	令和 5 年 7 月 19 日 ～ 8 月 18 日	米国における持続可能な酪農・肉用牛生産に向けた取り組み (独) 日本貿易振興機構 (JETRO) ニューヨーク事務所 岡田 卓也 氏	207 (申込人数)
3	第 82 回	令和 5 年 11 月 14 日 ～ 12 月 13 日	E Uにおける昆虫の飼料利用の実態と展望 (独) 日本貿易振興機構 (JETRO) ブリュッセル事務所 平石 康久 氏	105 (申込人数)
4	第 83 回	令和 6 年 3 月 1 日 ～ 3 月 29 日	豪州における近年の飼料穀物需給動向と見通し (独) 日本貿易振興機構 (JETRO) シドニー事務所 赤松 大暢 氏	54 (申込人数)

注 1 : 回数は平成23年度からの累計。

注 2 : 第80回は会場参集型 (対面型)、それ以外はYouTube (alicチャンネル) により実施。

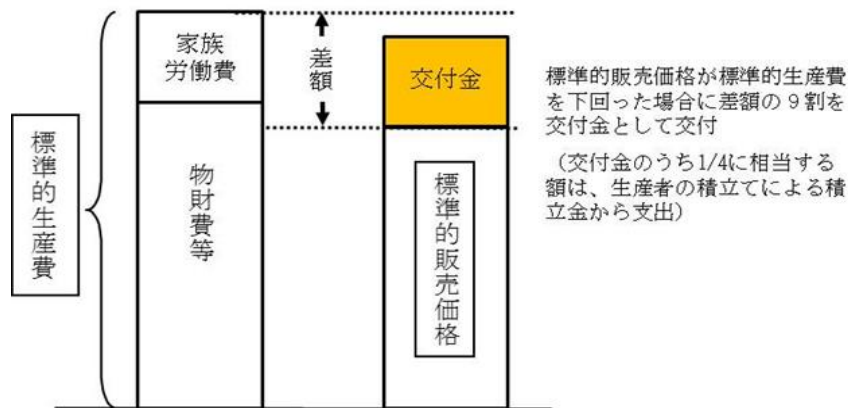
肉用牛肥育経営安定交付金制度―「畜産経営の安定に関する法律」(昭 36)

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
令和5年度	合計	727 千頭	41,502 百万円
	肉専用種	411 千頭	30,892 百万円
	交雑種	206 千頭	7,083 百万円
	乳用種	110 千頭	3,527 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)

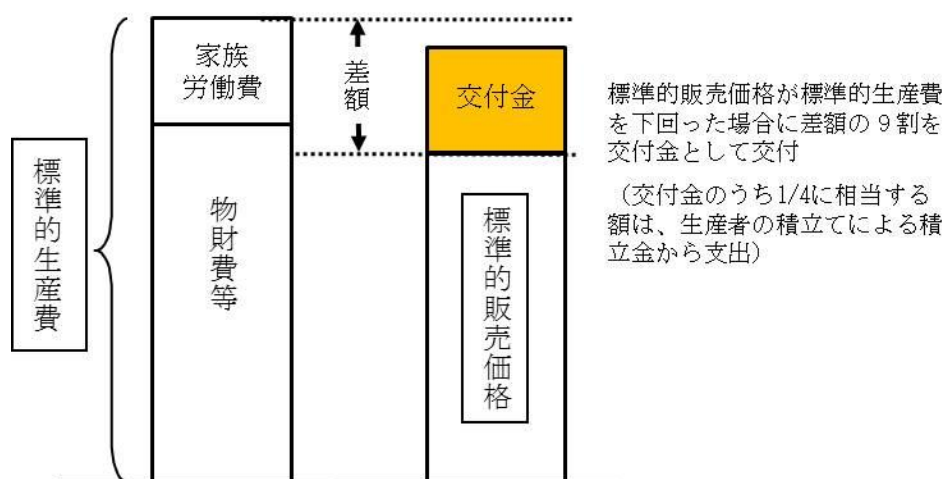
1 制度の目的

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

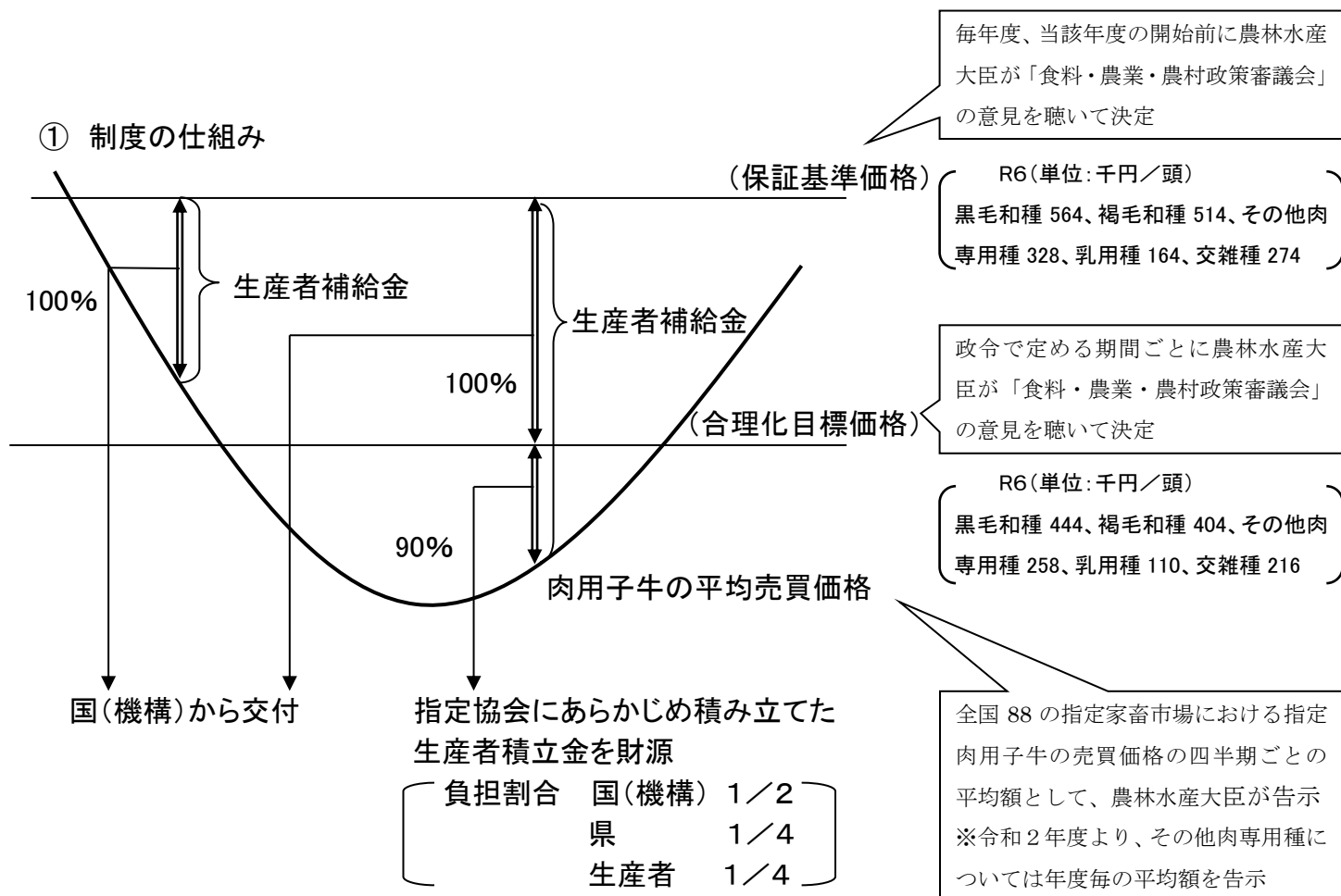
○ 国:3/4、生産者:1/4

4 交付実績の推移

	交付対象頭数
令和3年度	0 頭
令和4年度	0 頭
令和5年度	0 頭

登録生産者数:1.8 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
令和5年度	合計	245,158頭 1,556百万円	合計	771千頭 1,102百万円
	黒毛和種	214,392頭 7,278百万円	黒毛和種	449千頭 359百万円
	乳用種	28,910頭 460百万円	乳用種	115千頭 390百万円
	その他計	1,856頭 126百万円	その他計	207千頭 353百万円

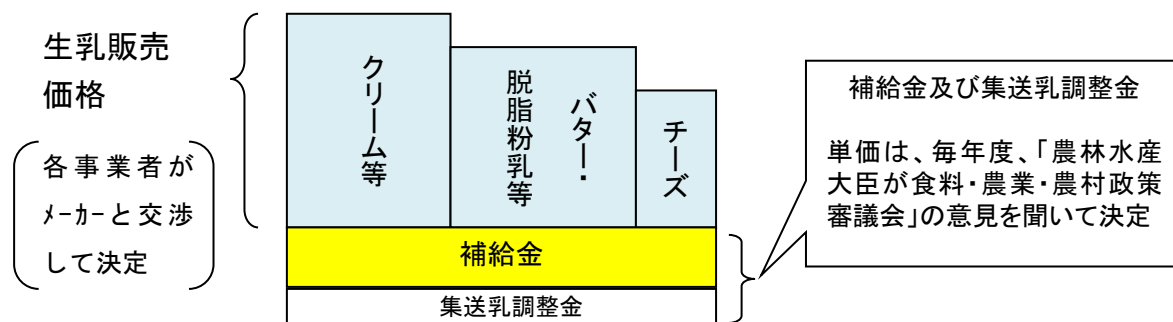
契約農家戸数(令和6年3月末時点): 3.9万戸

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	3,450 千トン
令和5年度	8.69 円/kg	2.65 円/kg	3,300 千トン	3,176 千トン(※)

(※) 令和5年度の交付数量は、令和6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3年度		令和4年度		令和5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3年度		令和4年度		令和5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
—	—	—	—	—	—

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)

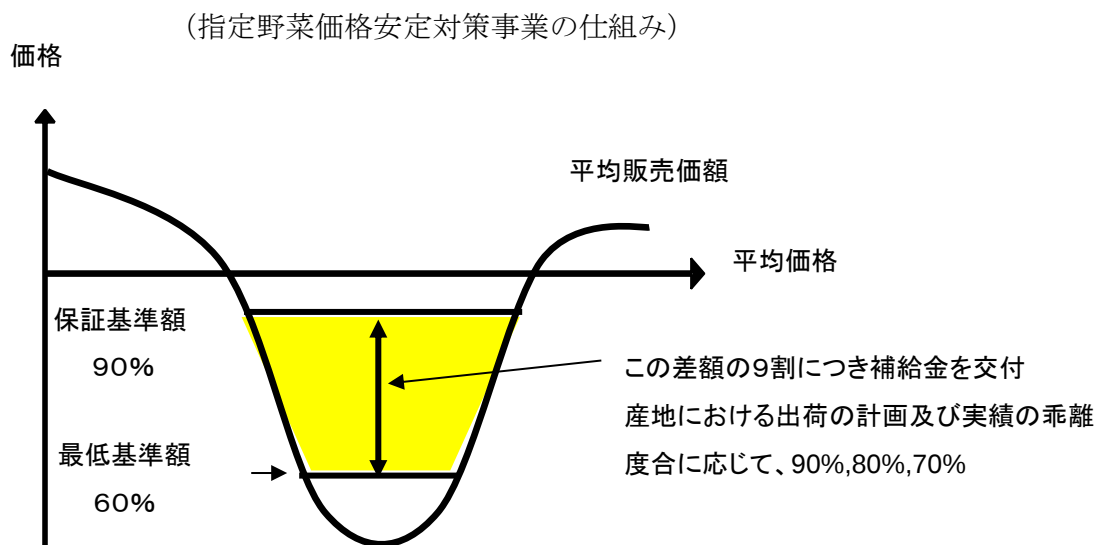
令和3年度		令和4年度		令和5年度	
買入れ	売戻し	買入れ	売戻し	買入れ	売戻し
679.7	679.7	737.0	737.0	698.9	698.9

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（873 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

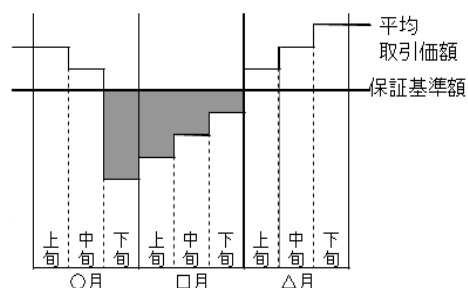
収穫農家数：指定野菜 延べ 11.8 万戸、特定野菜 5.1 万戸

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%。

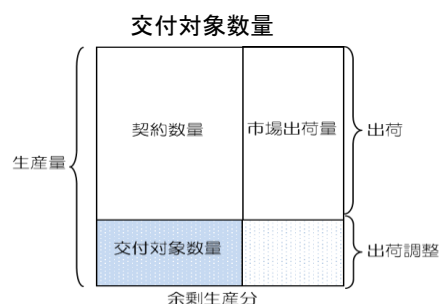
○「価格低落タイプ」

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。



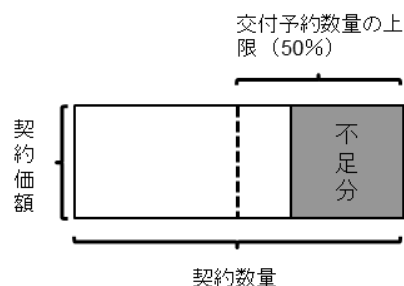
○「出荷調整タイプ」

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

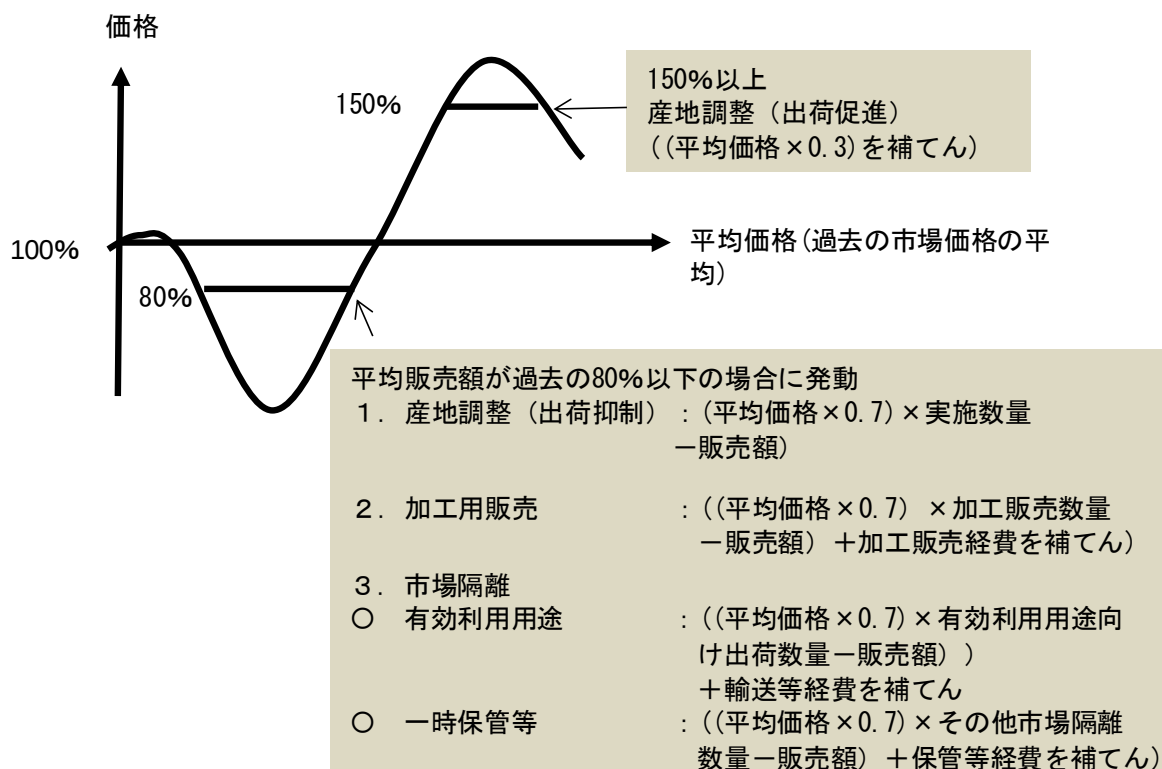
- 野菜の中でもキャベツ、たまねぎ等は露地で栽培されるため天候の影響を受けやすく作柄・価格の変動が大きいことや流通量も多いことから、これらの野菜の価格と供給の安定を図るため国が緊急需給調整事業を実施。
- 価格低落時には、生産者側の発意により、生産者も1/5を拠出した資金を用いて、出荷抑制、加工用販売、有効利用用途（フードバンクへの提供）、一時保管等を実施。
- 価格高騰時には、国が供給の安定に向けた要請を関係者に行うほか、出荷促進を実施。
- 資金造成割合は、国 80%、生産者 20%

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)

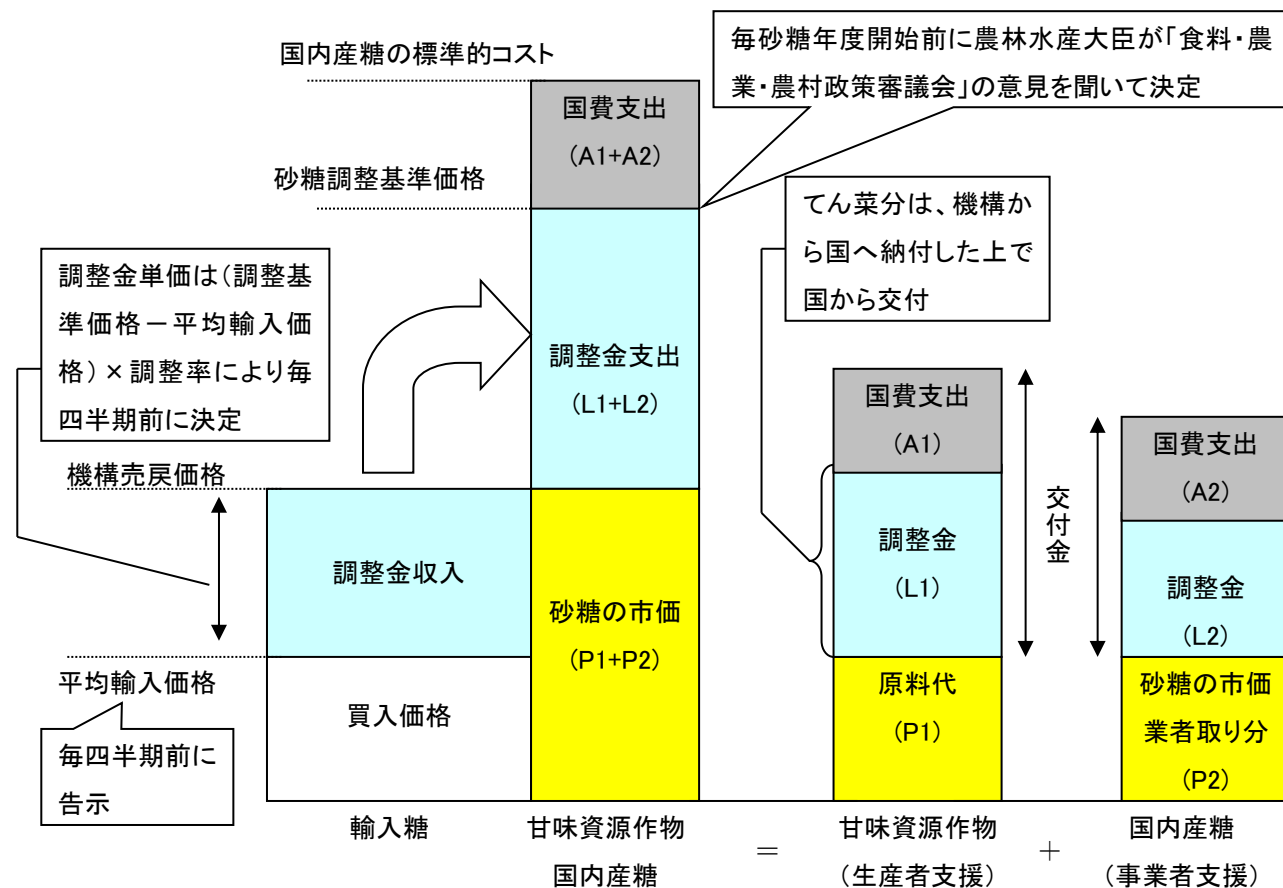
<発動基準と補てん額>



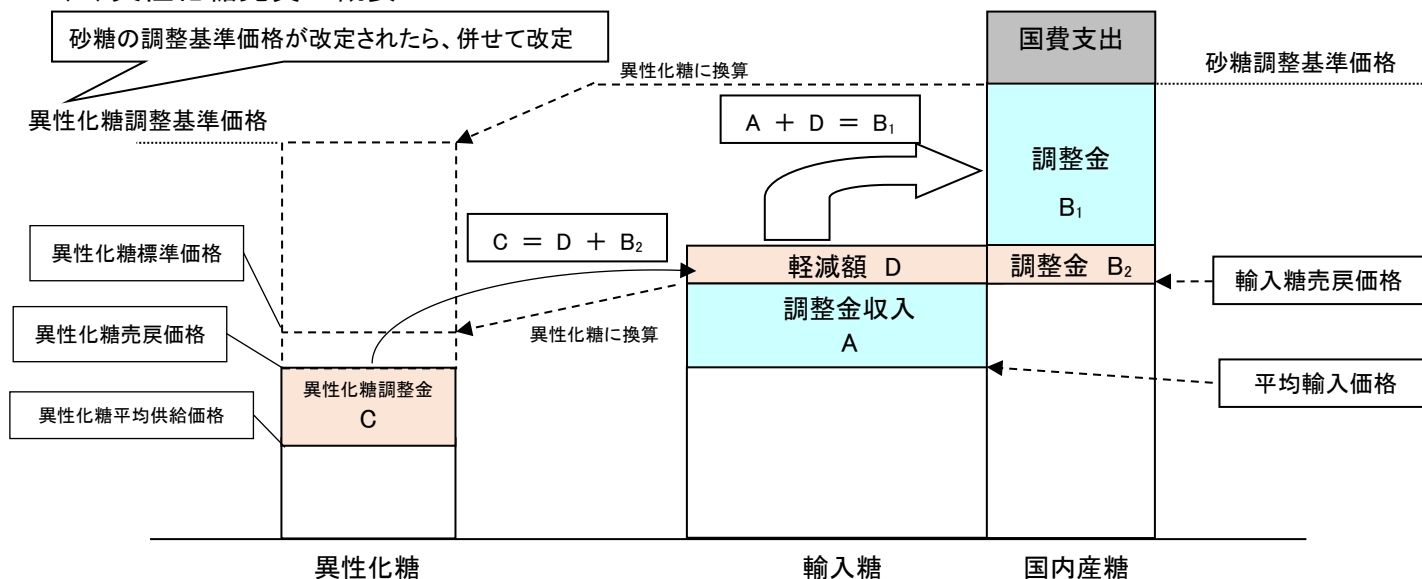
砂糖の価格調整制度－「砂糖及びでん粉の価格調整に関する法律」(昭 40、(改正)令4)

1. 砂糖の価格調整制度の概要

(1) 輸入糖売買の概要



(2)異性化糖売買の概要



注) 加糖調製品の売買も同様のスキームで実施。

2. 実績数量等(R5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 1,124 千トン 異性化糖 175 千トン 加糖調製品 335 千トン

注) 異性化糖は、ぶどう糖と果糖が混合した液状の糖。

特徴としては、

①液体であるため溶解する手間がいない

②ショ糖(砂糖)と比べ、甘味がシャープに感じ、低温で甘味度が増加

などが挙げられる。用途は、液体の性状と相性の良い特徴を活かし、清涼飲料の原料が約5割、続いて、乳製品、調味料、酒類などとなっている。

(2) 交付金交付等実績

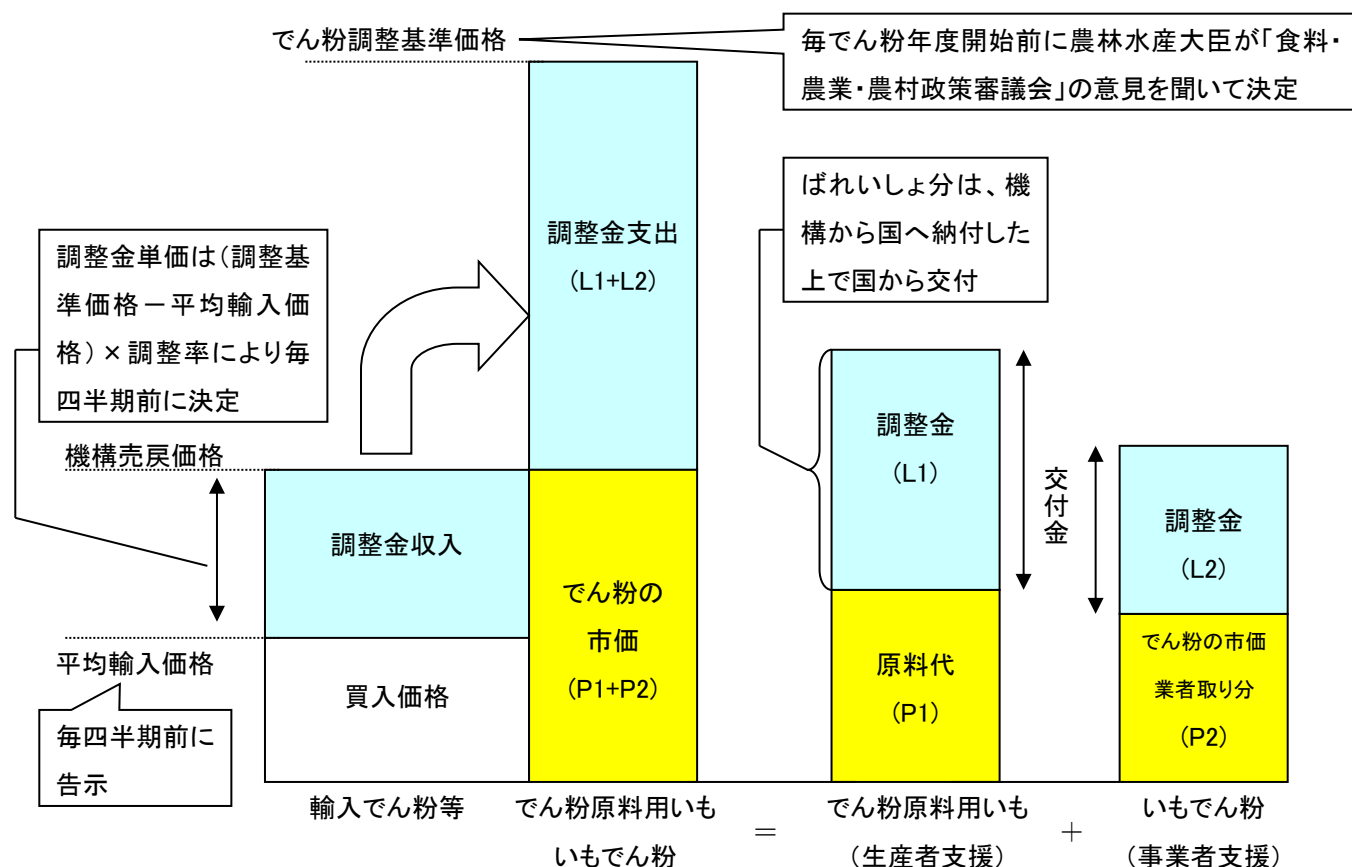
甘味資源作物交付金	国内産糖交付金
さとうきび生産者	
鹿児島県 5,656 人 472 千トン	てん菜糖製造事業者 3者 645 千トン
沖縄県 10,313 人 594 千トン	甘しや糖製造事業者 14 者 121 千トン
合計 15,969 人 1,066 千トン	合計 766 千トン

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(R5事業年度)

(1) 輸入でん粉等の売買実績

輸入とうもろこし 3,049 千トン

輸入でん粉 137 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) 2,411 人 37 千トン	ばれいしょでん粉製造事業者 9 者	94 千トン
	かんしょでん粉製造事業者 16 者	12 千トン
	合計	106 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。