

第7回補助事業に関する第三者委員会(19年3月27日開催)における委員指摘事項とその対応

指 摘 事 項 等	今 後 の 対 応 方 針 等
<p>【事後評価】</p> <p>○ 事後評価における投資効率が1を大きく上回っているものについて、内部効果と外部効果とを分けてチェックする必要があるのではないか。</p> <p>事業主体の収益となる内部効果と社会全体のメリットとなる外部効果とを分けた場合、内部効果が1を大きく上回るような効果が永続的に出るようなものではないかという議論を招来する可能性もあるので、それについての説明の仕方も考える必要があると思う。(鈴木委員)</p> <p>○ 内部効果と外部効果の件について、外部効果が非常に大きくて内部効果が低い場合は、当該施設の経営が順調でないことを意味している。やはり内部効果と外部効果のバランスについても検証する必要があると思う。(永木委員)</p>	<p>事後評価においては、内部効果と外部効果に分けて検証を行っているところであり、1 を大きく上回る内部効果が継続するような場合等については、その要因分析を十分に行い、必要に応じ事業に反映させる。</p>
<p>○ 堆肥の価格については、一斉に堆肥化施設を作った場合、ある程度の供給過剰あるいは需給の緩和による価格の低下は見込まなければいけない状況であり、こういうことをどう織り込むのかが一つの課題になる。また、牛乳の関係では、生産調整の下、消費拡大のためにチーズ向けを増やさざるを得ないということで、乳価が下がる状況にあり、こうした事情をどのように織り込んで評価するのか、今後数年、判断が難しいところになると思う。(鈴木委員)</p>	<p>採択時に費用対効果分析手法を導入している事業においては、効果額の算出に用いる価格等が畜産業を取り巻く状況を踏まえたものとなっているか否かについて、十分に留意する。</p>

指摘事項等	今後の対応方針等
<p>【19年度事業】</p> <p>○ 牛乳乳製品の消費拡大事業については、機構だけでなく様々な形で事業が展開されているが、結果的に消費が2～3%ずつ減り続けている。これについては、少子高齢化、他飲料との競合、牛乳批判本の影響等の要因があるが、この事業がなければ何%減少していたところ、この消費拡大事業のおかげで何%の減少に留めることができたというような説明を積極的に行った方がよいのではないか。広告の認知率が上昇しても消費の伸びにつながらなければ意味がないので、消費の減少要因をどのように説明するかについて、機構も含めて全体として検討していただきたい。(鈴木委員)</p>	<p>牛乳乳製品の消費の減少の要因分析については、専門家の意見を参考として更に検討を進めたい。</p>
<p>【その他】</p> <p>○ 消費者も勉強しなければならないが、畜産分野や野菜分野で用いられている専門用語をもう少し分かりやすい表現で消費者に説明してくれれば、理解が一層深まると思う。(大木委員)</p> <p>○ 機構のホームページは、入り口は非常に入りやすく、引き出しも開けやすいが、中に入ると文章や専門用語など非常に難しい部分がある。消費者への理解を求めるのであれば、分かりやすい表現に努めることが重要ではないかと思う。(河原委員)</p>	<p>ホームページについては、消費者の関心が高い情報を分かりやすく提供するため、消費者ニーズ等についてのアンケート調査結果を踏まえて、動画コンテンツを導入するなど「消費者コーナー」等の充実を図ってきたところである。</p> <p>両委員からのご指摘を踏まえ、今後とも分かりやすい表現に努めつつ、ホームページの改善を行っていきたい。</p>