

事業群評価調査(平成29年度実施)

基本戦略名	8 元気で豊かな農林水産業を育てる	事業群主管所属	農林部農産加工流通課
施策名	(3) 農林業の収益性の向上に向けた生産・流通・販売対策の強化	課(室)長名	長岡 仁
事業群名	品目別戦略を支える加工・流通・販売対策	事業群関係課(室)	農政課、農業経営課、林政課

1.計画等概要

(長崎県総合計画チャレンジ2020 本文)						(取組項目)			
県産農産物の差別化とブランド化の向上、販売店等のニーズに対応した販売対策や輸出の拡大、効果的な集出荷体制の確立など品目を横断する取組の強化、加工・業務用産地と食品産業との連携を図るなど農林業の6次産業化や農商工連携の推進に加え、革新的新技術の開発・普及に取り組み、農林業所得の向上を図ります。						)産地と信頼関係を構築できる販売店の拡大、県産農産物のPRやフェア等の販売対策の強化)定時・定量・定質の出荷体制の確立)木材の規格・品質に応じた有利販売の推進や県内製材・加工施設を活用した県産木材のサプライチェーンの構築)輸出量の拡大や新規輸出国・品目の開拓など本県農林産物の新たな需要開拓に向けた輸出対策の強化)6次産業化の発展段階に応じた支援体制の推進、産地と食品企業、研究機関等の連携による地域流通の拡大や魅力的な商品開発につながるフードクラスターの構築による農産物の付加価値向上)長崎四季畑認証商品の販売額の増加			
指 標		最終目標 (H32)	目標 (H28)	実績 (H28)	達成率	(進捗状況の分析)			
事業群	農産物・木材の輸出額	650百万円	496百万円	380百万円	76%	農産物については、輸出補助金による県内事業者支援や香港やシンガポール等での販売や飲食フェアの実施等の取組みにより、143百万円と59百万円増の前年対比170.9%の伸びとなった。 木材輸出については、国内の木質バイオマス需要の高まりを受け、規格が競合する中国輸出向け低質木材が大幅に減少し、対中国輸出額が38百万円減少した。また、韓国へのヒノキの輸出については、製材品については、対前年比7百万円の増となり、付加価値の高い製材品の輸出が拡大したが、ヒノキ丸太の輸出については、日本国内との価格差が無くなったため国内向けの出材量が増加し、輸出額が約15百万円減少した。結果、木材総輸出額も53百万円減少する結果となった。			
関連指標 その他									

2.28年度取組実績(H29新規・補正は参考記載)

取組項目	事務事業名 所管課(室)名	事業期間	事業費(上段:実績、下段:計画、単位:千円)			事業概要		指標(上段:活動指標、下段:成果指標)					28年度事業の成果等	中核事業	
			H28実績	一般財源	人件費(参考)	事業対象	28年度事業の実施状況 (29年度新規・補正は事業内容)	指標	主な目標	H28目標	H28実績	達成率			
			H29計画	一般財源	人件費(参考)					H29目標	—	—			
取組項目 i	長崎和牛銘柄推進事業費	H28-30	13,224	7,544	12,063	長崎和牛銘柄推進協議会	長崎和牛銘柄推進協議会において、販促資材の制作や広告看板の掲出、マネキンによる試食宣伝販売を実施するとともに、フェア・キャンペーンの実施や長崎和牛指定店の店舗数拡大にも取り組み、長崎和牛の認知度向上・消費拡大を図った。	活動指標	海外でのフェア等開催(回)	1	1	100%	農業団体と連携して県内外及び海外における長崎和牛指定店の店舗数拡大に取り組んだ結果、新規に31店舗(うち、海外は2店舗)増加した。	○	
												1			—
	農産加工流通課		24,000	13,000	12,111			成果指標	海外における長崎和牛指定店数(店)	2	2	100%			
											2	—			—

取組項目 i	長崎農産物販売強化事業	(H28 終了) H26-28	32,183	32,183	22,518	全国農業協同組合連合会長崎県本部、農業協同組合及び農業者等の組織する団体等	関西地区等の量販店を中心に試食宣伝、フェアを実施すると共に、量販、卸関係者を集めた長崎農産物紹介試食イベントを開催した。加えて関西地域量販店を対象としたプレゼントキャンペーン(圏域キャンペーン)の実施と量販店舗農産チーフへの長崎農産物紹介、PR、イチゴ試食会を実施し、長崎農産物への理解と訴求力向上を図った。	活動指標	圏域キャンペーン開催数(回)	1	1	100%	試食宣伝、フェア実施により関西地区での取扱量は目標の117%と増加し、長崎農産物紹介試食イベント参加者の反応も好評だった。圏域キャンペーンは945通の応募があった。		
	農産加工流通課		—	—	—			成果指標	農産物の関西量販店への取扱量の増加(%)	125	147	117%			
		長崎農産物商品力強化事業	(H29 新規) H29-31	—	—	—	全国農業協同組合連合会長崎県本部、農業協同組合及び農業者等の組織する団体等	関西地区等の量販店を中心に試食宣伝、フェアを実施すると共に、量販、卸関係者を集めた長崎農産物紹介試食イベントを開催する。加えて関西地域量販店を対象としたプレゼントキャンペーン(圏域キャンペーン)の実施と量販店舗農産チーフへの長崎農産物説明会、売り場コンテストを実施する。	活動指標	売場コンテストの開催(回)	—	—			—
	農産加工流通課	40,412		24,297	24,222	成果指標			農産物の関西量販店への取扱量の増加(%)	—	—	—			
		ながさきの米消費拡大対策事業費		H7-	1,640	1,640			1,608	長崎県米消費拡大推進協議会	県産米の消費拡大および米食の推進を図るために、卸と連携した試食、PRや食育活動、各種イベントでの啓発活動等のほか、各種PR資材の作成や、米消費の裾野拡大として米粉の利用方法、特徴の普及啓発を行った。	活動指標	イベント等でのPR回数(回)	2	4
	農産加工流通課	2,004	2,004		1,615	成果指標	県産ブランド米出荷量(t)	11,000	9,714			88%			
											11,000	—	—		
	取組項目	木材流通拡大事業	(H28 終了) H23-28	7,009	7,009	4,021	県、県内木材関係者	地域材供給倍増協議会を核として、需給マッチング体制の構築のための情報共有や公共木造施設への県産材供給の協議、製材工場の技術向上、県産材を活用したCLT(直交集成板)の生産体制の研究・普及に向けた協議を行った。	活動指標	地域材供給倍増協議会の開催回数(回)	12	13	108%	県産材の生産量は搬出間伐を中心に毎年増加しており、平成28年度は128,515㎡となった。 市場価格に左右されない協定に基づく木材販売量は約39,000㎡と前年度並みであったが、新たに林業公社と県内製材工場との協定取引が開始された。	
		林政課		—	—	—			成果指標	県産材の生産量(万㎡)	13	13	100%		
ながさき県産材流通拡大事業費		(H29 新規) H29-31	—	—	—	県、県内木材関係者	プレカット工場を核とした県産材流通のサプライチェーンの構築、県内製材工場の技術向上、地域材供給倍増協議会による需給マッチング、木材関係者が連携した県産材PR等を行い、県産材の需要拡大を推進する。	活動指標	地域材供給倍増協議会の開催回数(回)	—	—	—	—	○	
林政課			9,505	0	4,844			成果指標	県内プレカット工場の県産材取扱割合(%)	—	—	—			
取組項目		ながさき農産物輸出促進事業費	(H28 終了) H26-28	6,920	6,920	9,650	長崎県農産物輸出協議会	農業団体等が取組む輸出に関する初期商談やテスト輸出等に対する支援、商談会やバイヤー招聘等輸出取組みの機会創出、海外小売店・飲食店での長崎フェア開催・九州山口フェア参加等を行った。	活動指標	農産物輸出に関するセミナー開催数(回)	2	2	100%	セミナーについては目標通り達成。セミナーを通じ、県内事業者の輸出に対する意識醸成に有益であった。 輸出に取組む生産者については110%達成。上記セミナーや輸出補助金を通して順調に増加してきている。	
		農産加工流通課		—	—	—			成果指標	長崎県農産物輸出協議会における輸出に取組む生産者数(人)	20	22	110%		
	ながさき農産物輸出促進事業費	(H29 新規) H29-31	—	—	—	長崎県農産物輸出協議会	農業団体等が取組む輸出に関する初期商談やテスト輸出等に対する支援、商談会やバイヤー招聘等輸出取組みの機会創出、海外小売店・飲食店での長崎フェア開催・九州山口フェア参加、新たな輸出国の開拓により輸出拡大を推進する。	活動指標	農産物フェア実施回数(回)	—	—	—	—	○	
	農産加工流通課		15,526	9,436	9,689			成果指標	農産物等輸出入金額(千円)	—	—	—			

取組 番号	フードクラスター構築支援事業	H28-32	19,205	9,603	39,406	県内の農業者、農業団体、農業法人、食品企業等	県及び地域に加工業務用産地育成協議会を設置し、産地と地域内外の食品企業との情報交換やマッチング等を行い、加工・業務用産地の育成や6次産業化・農商工連携の取組を推進した。	活動指標	県及び地域協議会における産地部会・加工部会の設置・運営(部会)	16	16	100%	加工たまねぎの安定生産にむけ、重点課題べと病対策を県下全域で取り組み発生を抑えることができた。各地域で産地と食品企業のニーズを把握し、マッチングを行い加工品開発に向けた連携を促進し、試作検討が行われた。	。																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
			農産加工流通課	22,071	11,036			41,177	成果指標	食品企業との新たな連携取組数(累計)	2	12			600%																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
	6次産業化ネットワーク推進事業費	H28-30				107,149	1,248		25,734	農林漁業者等	6次産業化の推進を行うサポートセンターを設置し、プランナー派遣による事業計画支援、商品開発及び販路拡大の支援等を行うとともに、九州が一体となった商談会等を実施した。	活動指標			人材育成研修会等の開催(回)	8	15	187%																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
			成果指標	六次産業化法に基づく総合化事業計画の売上の増加(%)	110			算定中				—																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
取組 番号	長崎県ブランド農産加工品ビジネス支援事業	H27-29	8,567	8,567	13,671	県内の農業者、農業団体、農業法人等	長崎県ブランド農産加工品認証制度「長崎四季畑」の新規認定等と取り扱い店舗拡大の推進及び長崎空港アンテナショップにおける本県農産物PRの機能強化を図る取り組みを支援した。	活動指標	物産展や商談会等への参加回数(回)	5	10	200%	商談会へ6回、販売促進対策として催事等に4回参加、日本橋長崎館でのPR活動を展開し、長崎四季畑の販売額は414百万円と目標額の3.7倍となった。空港アンテナショップにおけるPRについて、毎月農産物PR会を実施した。	。																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
			農産加工流通課	9,267	9,267			12,918	成果指標	長崎四季畑認証商品の売上高(百万円)	110	414			376%																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	

3.実績の検証及び解決すべき課題と解決に向けた方向性

ⅲ産地と信頼関係を構築できる販売店の拡大、県産農産物PRやフェア等の販売対策の強化

- ・県産農産物については関西地区の中核量販店を中心に試食宣伝、フェアを実施するとともに、量販店、卸関係者を集めた本県農産物紹介試食イベントを開催し、加えて関西地域量販店でのプレゼントキャンペーン(圏域キャンペーン)の実施や量販店舗農産物PRへの県産農産物紹介、PR、イチゴ試食会を取り組んだ結果、各店舗PRに対して県産農産物の特徴をPRし、取扱量の増加を図ることが出来た。今後、取扱量を増加するため量販店の新規開拓も必要であるが、流通ロットや商圏の観点から困難であり、これまで良好な関係構築が出来ている中核量販店において、売場コンテストの実施など関係を深化する取組が必要である。
- ・長崎和牛については、長崎和牛銘柄推進協議会が主体となって長崎フェア・キャンペーン等の実施や長崎和牛指定店の店舗数拡大に取り組んだ結果、長崎和牛の販路開拓・消費拡大に寄与することができた。今後、首都圏・関西圏での販路拡大に向けて長崎和牛生産者の加入促進により長崎和牛のロット拡大を図るとともに、当該エリアで長崎和牛が食べられる店舗がまだ少ないため、既存の長崎和牛指定店の協力・情報提供を得ながら、取り扱い飲食店の店舗数拡大に取り組む必要がある。
- ・県産米については、生育後半の天候不良による影響により減収し、ブランド米出荷量の確保が出来なかった。今後、米の生産安定に努めるとともに消費拡大に向けた米食のPRや米消費の裾野拡大として米粉利用の普及啓発を継続することが必要である。

ⅲ定時・定量・定質の出荷体制の確立

- ・加工・業務用需要に対応した産地づくりを進め、たまねぎ、キャベツ、レタス等の産地育成や規模拡大は進んできたが、新規生産者の増加や単収低下、作柄の安定が課題となっている。また、加工用たまねぎについては、実需者ニーズが高いものの、その要望に応え切れていない状況である。
- ・県と農業団体一体となり安定した出荷体制を確立することで、販促活動やフェアPRイベント及びキャンペーンを地域量販店を中心に効率的にプロモーション展開し、長崎県産農畜産物をバラバラにではなく、統一感をもった重点的な販売に結びつけている。引き続き、産地情報の発信により安定した取引が実現するよう取り組む必要がある。

ⅲ木材の規格・品質に応じた有利販売の推進や県内製材・加工施設を活用した県産木材のサプライチェーンの構築

- ・ヒノキ土台角の県産材利用率は約5割に達するなど県産材の利用が定着しつつあるが、その他構造材については、県産材利用率は低位である。今後、県内に10社あるプレカット工場を核として、関係する工務店や製材工場、素材生産事業者間の県産材サプライチェーンを構築するため、需給情報のマッチングや県産材住宅のPR活動に対し支援を行い、各プレカット工場の県産材利用率を増加させる。県内製材工場の生産量の拡大、県産材流通量の拡大を図るため、製材工場の生産性向上に向けた技術者育成を進めるとともに、県内素材生産事業体と県内製材工場の協定取引の拡大を進める。
- ・CLT等新たな県産材の需要拡大に向けて、CLTの基礎知識について普及してきたが県内建築士の設計による設計予定はまだない。県内での施工事例を増やすため、県内で設計できる技術者を増やしていく必要がある。

ⅲ輸出量の拡大や新規輸出国・品目の開拓など本県の農林産物の新たな需要開拓に向けた輸出対策の強化

- ・平成26年度に「長崎県農産物輸出協議会」を設立し、輸出拡大に向けてセミナー開催や販売フェア実施、輸出補助金による支援等に取り組んだ結果、農畜産物の輸出額はH26年度74,804千円、H27年度83,832千円、H28年度143,255千円(長崎県農産物輸出協議会調べ)と順調に推移している。
- ・引続き生産者の意識向上や安定したルート確立、新たな輸出国・エリアを開拓して全体的な輸出額底上げに取り組む必要がある。
- ・木材の輸出について、国内需要の高まりから韓国、中国向け丸太輸出が減少傾向にあった。輸出は県産材の有利販売先のチャンネルの一つとして継続していく必要があることから、韓国においては付加価値の高い製材品の輸出の拡大に向けて、同国で開催される住宅フェアで県産材製材品のPRを行う。中国においては、福岡県、佐賀県と連携した輸出を拡大し、輸出ロットの拡大を図り安定的な取引により有利販売を推進する。

ⅲ6次産業化の発展段階に応じた支援体制の推進、産地と食品企業、研究機関等の連携による地域流通の拡大や魅力的な商品開発につながるフードクラスターの構築による農産物の付加価値向上

- ・6次産業化推進については、相談者に対し、担当プランナーを配置して支援を行うとともに、サポートセンターを核としてプランナーミーティングを開催し、プランナー及び支援機関のチーム支援体制により、情報共有を図りながら6次化認定やフォローアップに努めている。
- ・これまで6次化法の認定事業者は順調に増加し、現在33名となっているが、今後さらに6次産業化を推進していくためには、振興局、市町、関係機関等との連携を図りながら、新たに6次化に取り組む農林漁業者を掘り起こしていく必要がある。
- ・地域農産物を活用した農産加工品の開発や加工・業務用産地の拡大に向け、農業関係と産業関係で構成されたフードクラスター協議会を県・地域で設立し、情報共有による連携体制の構築に努めた。
- ・農家所得の向上を図るため、加工・業務用産地の育成拡大に向けた安定生産技術確立や産地と県内企業との情報共有やマッチングを行い連携強化を進めていく必要がある。

ⅲ長崎四季畑認証商品の販売額の増加

- ・長崎四季畑商品の認知度向上にむけ、長崎県物産振興協会のホームページへの専用ページの作成、改修等を行うとともに、県内外での商談会(6回)やフェア(4回)への出展、長崎県アンテナショップ「日本橋長崎館」でのフェア開催、お中元、お歳暮ギフト、ふるさと納税商品としての展開など長崎四季畑商品のPRを行ったことにより、販売額の増加につながった。
- ・県民に愛される商品を目指し、県内認知度向上に向け、県内道の駅や直売所に対し長崎四季畑常設コーナー設置の働きかけを強化する必要がある。

4.29年度見直し内容及び30年度実施に向けた方向性

取組項目	事務事業名	29年度事業の実施にあたり見直した内容 (H29の新たな取組は「H29新規」等と記載、見直しがない場合は「-」と記載)	30年度事業の実施に向けた方向性		
			事業構築の視点	見直しの方向	見直し区分
取組項目 i	長崎和牛銘柄推進事業費	—	—	長崎和牛のロット拡大に向けて長崎和牛生産者の一層の加入推進を図るとともに、今年度と同様のスキームにより事業を継続していく。また、首都圏・関西圏における長崎和牛指定店の協力・情報提供を得ながら飲食店の店舗拡大を図っていく。	現状維持
取組項目 i	長崎農産物商品力強化事業	H29新規	—	これまでは、量販店の本部までを対象とした取組みであったが、平成30年度以降は各店舗の担当者まで巻き込み、取組みを深化させることで、長崎県産農産物の商品力を強化し、消費者への訴求力向上に繋げる。その手段として店舗担当者への説明会・売り場コンテストを実施する。	改善
	ながさきの米消費拡大対策事業費	—	—	長崎県は米の生産量に対して、消費量の方が多い米消費県で、県内が長崎県産米の主消費地である。長崎県産米の相対取引価格は全国平均価格より高く取引されており、ブランド米出荷量は作柄により変動するが、県内で消費することが県産米の価格を下支えしている状況は変わらない。今後とも長崎県民に県産米を消費してもらうべく、若い世代を中心とした料理教室でのPR、イベントでのPRを行い引き続き消費拡大に努めていく。	現状維持
取組項目	ながさき県産材流通拡大事業費	H29新規	—	県産材サプライチェーンの構築、県産材の県内流通量拡大に向けては、引続き長崎県地域材供給倍増協議会を核として取り組んでいく。木材加工施設の生産性向上、木造施設の需要拡大に向けた施設整備支援については、国制度を活用し推進していく。木材の輸出については、丸太輸出については県内事業者、隣県事業者との連携出荷によりロッドの確保による有利販売を推進していく。また、海外における県産材製品のPRを行い、より付加価値の高い製材品の輸出に取り組む。	現状維持
取組項目	ながさき農産物輸出促進事業費	H29新規	—	農畜産物の輸出額は順調に推移してきているため、今まで築いて来た輸出・輸入業者との関係性を深掘りし、そのルートを活かして輸出に取り組む新たな業者を創出して輸出拡大を図っていく。併せてH29年度に実施予定の新規輸出国可能性調査をもとに新たな輸出ルートの開拓を進めていく。	現状維持
取組番号	フードクラスター構築支援事業	県内外の一次加工事業者の情報収集や共有化を行い、産地と食品企業のマッチング支援を行うとともに、試作品開発を支援することとした。	—	地域農産物を活用した農産加工品開発に向け、産地と食品企業の連携に向けた支援を行い、開発された商品の販路拡大に向けた販売支援を行う。	現状維持
	6次産業化ネットワーク推進事業費	—	—	平成29年度も引き続き現在の支援体制のスキームにより事業を継続しつつ、新たに6次化法の認定を受ける農林漁業者の掘り起こしを行い、国のハード・ソフトの交付金を活用しながら、さらなる事業の推進を図っていく。	現状維持
取組番号	長崎県ブランド農産加工品ビジネス支援事業	長崎四季畑の制度の周知、並びに認証商品の増加に向けた支援を行う。また、県内認知度向上に向け、県内道の駅や直売所に対し長崎四季畑常設コーナー設置の働きかけを強化した。		首都圏でのPR、販路拡大に向けた取り組みの継続に加え、県内での長崎四季畑常設販売コーナー設置店舗の拡充、県民に愛されるブランド確立にむけた販売促進活動を強化し、更なる販売額の増加に努める。 インターネットを活用した新たなPR対策や若者(学生)との協働による情報発信に取り組む。	改善