

事業群評価調書(平成28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	農林部農山村対策室
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	光永 郁宏
事業群名	③ 地域資源を活用した農山村地域の活性化	事業群関係課(室)	畜産課

1. 計画等概要

【事業群取組内容(総合計画に掲げる取組)】

《長崎県総合計画チャレンジ2020 本文》

中山間地域など一定の産地規模が形成困難な地域や担い手が不足する地域において、多様な農産物や豊かな自然などの地域資源の活用やコミュニティビジネスの展開による農山村地域全体で稼ぐ仕組みを推進します。

事業群指標	最終目標 (H32)	基準値 (H26)	実績 (H27)	達成率	【進捗状況の分析】
農産物直売所、グリーン・ツーリズムの売上額	117億円	106億円	105億円	-	農産物直売所及びグリーン・ツーリズムの売上額については、平成26年度まで順調に伸び続けていたが、今回初めて前年度を上回ることができなかった(直売所 H25:165箇所、94.1億円 H26:160箇所、99.0億円 H27:156箇所、98.8億円、グリーン・ツーリズム H25:6.1億円 H26:6.9億円 H27:6.3億円)。 農産物直売所については、出荷農家の高齢化等により運営の継続が厳しく廃止する直売所も出てきており、直売所の継続及び売上額増加への取組が求められている。 グリーン・ツーリズムについては、日帰り体験者数の減少等により、今回、売上額が伸び悩んだが、県下の市町に受入組織が整備され、平成26年度までは順調に売り上げが伸びてきたことから、新たな受け皿づくりの掘り起こしや、個人や外国人観光客の誘客に力を入れる必要がある。
事業群の進捗状況					-

【事業群取組内容(総合計画に掲げる取組)の分析】

《取組項目及び現状と課題》

i) グリーン・ツーリズムの推進による地域の活性化

- ・個人観光客の割合が少ないため、誘致に結びつく魅力ある農林漁業体験プログラムを構築する。
- ・外国人観光客は増加傾向にあるが、受入に当たり、受け入れ側の対応や魅力あるプログラムの見直しを行い、海外の旅行会社へ向けてPRする。
- ・受入側の高齢化が進む中、後継者が不足している。新たな開業者をターゲットとした担い手掘り起こしを行い、インストラクターや地域リーダー育成の研修会等を実施する。

ii) 地産地消を推進するための仕組みづくり

- ・ながさき地産地消HPIにおいて農産物直売所の情報発信を行うほか、直売所を含む生産者とホテルや病院といった実需者とのマッチング商談会を行っている。直売所の売上額を今後伸ばしていくため、取扱量増加のための高齢者等の生産活動への参画の維持・拡大に向けた集荷等の取組や、買い物弱者対策や高齢者見守り対策としての配達機能の整備、加工品、惣菜の生産販売等による販売単価を高める取組が求められている。
- ・学校給食等での県産物利用拡大への支援を行っており、平成27年度の県産物利用率は学校給食が71.9%、福祉施設が54.5%となっている。
- ・県産品に対する消費者意識の醸成のため、地産地消強調週間の設定及び「長崎県賞づくし」地産地消フェアを開催しているが、県民への周知をさらに進めるため、新たな取組を検討する必要がある。
- ・「ながさき地産地消こだわりの店」等の普及促進による地産地消の推進を行っているが、消費者へ安全・安心な県産物を提供し、県産物の利用拡大に結びつけ、農家の所得向上を図るため、地域内流通の強化を図る必要がある。

iii) 県内の畜産経営体において、食品残さ等エコフィードの利用を推進し、生産コストの縮減による所得向上と資源循環型社会を構築する。

- ・飼料費が高止まりの状態にあり、畜産経営を圧迫しているため、未利用資源の積極的な飼料への利活用を行う必要がある。
- ・未利用資源の賦存量を畜産農家が把握することは困難である。このため県が幅広く情報収集を行う必要がある。未利用資源の有効活用のため、食品関連業者と畜産農家のマッチングを行うとともに、エコフィードに関する指導者養成を行うことで推進を図っている。
- ・エコフィードの利用により、飼料費を低減することで所得を確保できる。さらに廃棄される未利用資源を有効に活用することで、資源の有効なりサイクルが可能となる。これまでは県全域のマッチング会を行ってきたが、導入した技術をより確実に定着させるために地域を限定し、よりの絞ったマッチングを行うことで事業推進を図る。

3. 検証及び問題点の抽出

【課題解決に向けて取り組んだ事務事業の実績の検証】

i) グリーン・ツーリズム受入体制強化事業を実施した3市町については、新規民泊登録者の確保のための説明会の開催や、モニターツアーの実施、ホームページによる情報発信や体験に関するチラシ・パンフレットの作成を計画的に実施し、成果も着実に発表されており、一定の成果を得ることができた。しかし、グリーン・ツーリズム売上額は、一部収穫体験メニュー作物の不作により体験受入が出来なかったため、体験利用者が減少、売り上げが伸び悩み、目標未達成となった。引き続き取り組みを推進していくことが必要。

外国人観光客は年々増加してきているが、外国人へ向けてのPRなどを実施するとともに、受け入れ体制を充実させることが必要。

受け入れ側について、高齢化が進んでおり、後継者が不足している状況のため、新たな開業者の掘り起こし等の対策が必要。

ii) 地産地消の推進については、生産・販売体制の強化として県産品愛用推進指定店(米、茶)、地産地消こだわりの店の認定制度の普及・PRを行い、H27年度中に県産米指定店59件、県産茶指定店18件、こだわりの店14件を新たに認定したが、指標である直売所の売上額を伸ばすため、現在のHPIによる情報発信以上の魅力発信が求められる。消費の拡大としては学校給食等での県産物利用拡大支援を1件行った。県産品に対する県民意識の醸成では、県産品愛用推進月間の6月と11月に地産地消強調週間を設定し、その周知を図るとともに、「長崎県賞づくし」地産地消フェアを開催して、「ながさき農林業大賞」及び「ながさき水産業大賞」の受賞者の生産品目の紹介・販売を行った。生産者と飲食店等とのマッチングでは水産部と連携して商談会を開催し、現在も取引成立に向けて商談が行われている。実際にH26年度に開催した商談会を契機に27年度中に10件の取引が成立している。しかしながら、毎回、実需者の掘り起こしに苦慮しており、今後、商談会を開催する際も、実需者の掘り起こしが課題であり、成果指標である成立件数にも大きく関わってくるため、まずは実需者が商談相手を決める元となる、生産者作成の商品リストの充実を支援するとともに、観光連盟や県調理師協会等に協力を依頼し、県内の多くのホテルや旅館、レストランのシェフ等に働きかけを行うなどの取組が必要である。

iii) これまでのマッチング会やエコフィード利活用に必要な機械施設の整備を進めた結果、肉用牛経営では粕類利用が進み、養豚経営では食品残さ利用を中心に副産物等利用が進められたことで、目標を達成した。しかしながら、入手が容易で利用がしやすいエコフィード原料は量が限られるために、今後の利用拡大のためには再度、利用可能な原料の掘り起こしを進める等の取組が必要。



4. 29年度実施に向けた方向性

【問題点解決に向けた方向性】	【個別事務事業の見直し】			
	事務事業名	事業構築の視点	見直しの方向	見直し区分
i) グリーン・ツーリズムの推進による地域の活性化 ・個人観光客の割合が少ないため、誘致に結びつく魅力ある農林漁業体験プログラムを構築する。 ・外国人観光客は増加傾向にあるが、受入に当たり、対応や外国人向けの魅力あるプログラムの見直しを行い、海外の旅行会社へ向けてPRする。 ・受入側の高齢化が進む中、後継者が不足しているため、新たな開業者をターゲットとした担い手掘り起こしを行い、また、インストラクターや地域リーダーの育成を行う。	未来へつなぐグリーン・ツーリズム発展事業	②	平成28年度は行政区域を越えた広域連携の受け入れ体制の仕組みづくり、外国人観光客の受入対策、インストラクター育成に向けて計画策定を行っている。平成29年度は個人観光客誘致につながる農林漁業体験プログラムの構築や外国人観光客向けのプログラムの見直しを行い、海外の旅行会社向けのPRを行う。併せて、新たな担い手の掘り起こしや人材育成を行う。	改善
ii) 地産地消を推進するための仕組みづくり 平成27年度まで年に1回長崎市で開催していたマッチング商談会について、開催場所や時期の見直しを行うとともに、実需者の掘り起こしに早くから取り組む。また、地域ごとの商談会を行うなど、地域内流通の強化に向けた取組を行っていく。	ながさき地産地消推進事業費	②	平成28年度は地域内流通の強化を図るため、各振興局と協力して、商品リストの作成支援や地域ごとのマッチング開催に向けて取り組んでいる。平成29年度も引き続き、各振興局と協力し、地域ごとのマッチング会の開催や商品リストの充実を支援するなど、地域内流通の強化を図るとともに、地域内流通の核となり得る直売所について、売上額の増加・経営の安定化を図るため、県民向けにMAPの他、特産品や加工品等の紹介も盛り込んだ情報の発信を行う。	改善
iii) 県内の畜産経営体において、食品残さ等エコフィードの利用を推進し、生産コストの縮減による所得向上と資源循環型社会を構築する。 新たなエコフィード原料の確保およびエコフィード製造・供給を拡大することで、エコフィード利用量の増加をはかり、さらなる生産コストの縮減につなげる。				