

## 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	② 品目別戦略を支える加工・流通・販売対策①	事業群関係課(室)	農政課、農業経営課、林政課

### 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》

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。

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・木材の輸出額	650百万円	424百万円	370百万円	-	・農産物については、たかな漬など加工品を新たに韓国へ輸出したほか、香港、タイなどの農産物および長崎和牛フェア等の積極的な輸出施策の取組により、84百万円と9百万円増の昨年度112.1%の伸びとなった。 ・木材等については、中国への丸太輸出が123百万円となり、29百万円増(対前年度比130%)と伸びたものの、韓国へは日本から過剰な丸太輸出が行われたため年度途中でストップし、前年度から92百万円減少し163百万円(対前年度比64%)となったため、木材総輸出額も63百万円減少する結果となった。
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) 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

- ・長崎和牛指定店の店舗数は、平成24年第10回全国和牛能力共進会(肉牛の部)での日本一獲得後、県外を中心に店舗数が大幅に増加(現在326店舗(県内211、県外115))。
- ・これまで、関係機関と一体となって長崎和牛のPRIに取り組んだ結果、長崎和牛認知度は県内において98%(H26県民アンケート結果)と高いものの、県外(首都圏・関西圏)では35%(H27年度物産ブランド推進課調査)と低水準となっており、さらなる長崎和牛のブランド化・販路拡大の取組が必要。
- ・地域中核量販店等において試食宣伝回数627回、フェア8回を実施した結果、関西量販店の県産農産物取扱量は平成23年度比142%と伸びているが、平成26年度から新たに展開している関東量販店の取扱量は平成25年度比84%と減少しており、関東地域のPR対策等の検討が必要。
- ・空港アンテナショップにおいては農産物フェアを3回実施し、空港利用者も平成22年比129%と増加傾向にあることから、平成27年度の売上は前年比135%と伸びている。

ii) 定時・定量・定質の出荷体制の確立

- ・市場、流通関係者と産地が互いに情報交換、情報共有を密にすることで、県産農産物の需給バランスの調整など「定時・定量・定質の出荷体制確立」に役立っている。
- ・また、産地側が取り組む商談や販促に対して支援することで、産地の販売力向上等につながる取組を推進している。

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

- ・木材の生産量が増加する現状を踏まえ、地域材供給倍増協議会及び川上・川中・川下等の各部会において県産材の需給情報の共有を行った。また、流通コストを抑える取組として、市場を介さない山土場から製材工場への直送事業(山直事業)の実証試験を行った。その結果、平成27年度は市場価格に左右されない有利販売が可能となる協定に基づく木材販売量は約39,000m<sup>3</sup>と前年度の1.6倍に増加している。
- ・今後は、協定取引、山直事業による有利販売の拡大、木材輸出やバイオマス、CLT(直交集成板)など新たな販路を拡大させていくとともに、県内の公共建築物や一般住宅に県産木材が流れる仕組みづくりを進める必要がある。

iv) 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

- ・H26に長崎県農産物輸出協議会を設立し、現在会員が76社(H28.3月末現在)と増加。セミナー開催、バイヤー招聘、フェア等の開催により、H27本県農産物輸出額84百万円と前年比112%と増加している。H32輸出額目標をH26年輸出額の倍増(150百万円)と立てているが、他県に比べ農産物に関する輸出量、取組み実績・ノウハウが少ない。
- ・長崎和牛ほか本県農畜産物のPR対策等に努め、認知度向上、新たな輸出先国(新規輸出ルート)の開拓を図る必要がある。
- ・木材については韓国へはヒノキ丸太、中国へはスギ低質丸太を中心に輸出している。今後韓国へ対しては製材品にシフトしていくとともに、中国へは輸出量を増やす取組を推進する必要がある。

v) 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

- ・農産物の消費形態が多様化し、自家消費よりも中食・外食の需要が多くなってきたことから、加工・業務用の需要に応えるために、市場流通を通じた生産体制、産地の育成を行ってきた。
- ・農業者の中には農業経営の多角化や経営安定のため、6次産業化や農商工連携に取組み、ビジネス化の希望がある。(6次産業化総合計画認定数【農業関係】:27)
- ・特に6次産業化法認定者については、上記の取組みを強化し、売上・所得などの向上を目指し、決め細やかなフォローアップを行っていく。
- ・農業者と食品加工事業者の互いのニーズや情報共有が不足し、6次産業化や農商工連携の取組が進んでいないため、両者が参画するフードクラスターの構築が必要である。

vi)長崎四季畑認証商品の販売額の増加  
 ・農産加工品の認証制度は平成24年度より運用を開始し、県内外において制度の周知を図り、認証商品のPRや販路拡大への支援を行ってきた。  
 ・認証商品も着実に増加し、平成24年度に15商品、平成25年度に13商品、平成26年度に11商品、平成27年度に6商品を認証し、現在45商品となった。  
 ・県内百貨店で開催された物産展への出展や長崎四季畑フェアの開催、県外(福岡、大阪、東京)で開催された商談会等に積極的に参加し、認証制度及び認証商品のPRと認知度向上を図った結果、百貨店との取引が始まったり、取引に向けた商談が行われる等販路拡大の支援につながった。

## 2. 27年度取組実績

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)				事業の成果等	中核事業	
			H27実績	一般財源	人件費(参考)	事業対象	事業内容 (事業の実施状況)	指標	主な目標	H27目標	H27実績			達成率
			H28計画	一般財源	人件費(参考)					H28目標	—			—
取組項目 i	長崎和牛流通強化促進事業費	(H27 終了) H25-27	19,263	19,263	11,214	全国農業協同組合連合会長崎県本部、長崎県農業協同組合中央会	農業団体が実施する量販店・長崎和牛指定店等での試食宣伝販売、県内外での主要駅・空港等におけるPR看板の掲出、長崎和牛の販売促進資材の作成・配布等の取組を支援するとともに、長崎和牛指定店・協力店の拡大や長崎和牛消費拡大キャンペーンの実施等により、長崎和牛の販路開拓・消費拡大を図った。	活動指標	長崎和牛消費拡大月間の実施	1	1	100%	平成25年度より11月を「長崎和牛消費拡大月間」と位置づけ、県内外の指定店・協力店での長崎和牛購入によるプレゼントキャンペーンを実施した結果、特に関西地区を中心に長崎和牛指定店の店舗数が大幅に増加した(新規35店舗、うち、関西地区は17店舗)	
	農産加工流通課	—	—	—	成果指標			長崎和牛指定店舗数(店)	320	326	101%			
取組項目 iv	長崎和牛銘柄推進事業費	(H28 新規) H28-30	—	—	—	長崎和牛銘柄推進協議会	長崎和牛の販路拡大・ブランド化に資するため、長崎和牛銘柄推進協議会において一本化したPR事業を実施し、県内外での「長崎和牛」認知度向上の取組や海外での長崎和牛指定店設置等に係る取組等を展開することにより農家所得向上を図る。	活動指標	海外でのフェア等開催(回)	—	—	—	—	○
	農産加工流通課	29,000	15,500	12,098	成果指標			海外における長崎和牛指定店数(店)	1	—	—			
取組項目 ii	長崎農産物販売強化支援事業	H26-28	33,814	33,686	23,246	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物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	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142%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。プレゼントキャンペーンでは2週間の開催期間中合計1,260口の応募があり、抽選で合計143名に長崎産農畜産物等をプレゼントしたことで、長崎四季畑などの認知度向上等に寄与することができた。	○
	農産加工流通課		34,252	33,847	22,582			成果指標	農産物の関西量販店への取扱量の増加(%)	120	142	118%		
取組項目 ii	ながさきの米消費拡大対策事業費	H7-	1,851	1,851	1,603	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	2	4	200%	県内イベント等に参加しパネル展示やパンフレット等の配布、試食等をおこないPRに努めた。また、食育活動として料理教室へサンプルを提供しごはんの良さをアピールし、併せて米粉の良さについても説明、紹介等実施した。	
	農産加工流通課		2,004	2,004	1,613			成果指標	県産ブランド米出荷量(t)	11,000	10,338	93%		
取組項目 iii	木材流通拡大事業	H23-28	10,919	4,277	13,695	県	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)	3	14	466%	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27年度は108,000m <sup>3</sup> となった。このうち協定に基づく木材販売量は約39,000m <sup>3</sup> と前年度の1.6倍となり市場価格に左右されない有利販売が増加した。	○
	林政課		8,736	8,736	13,710			成果指標	県産材の生産量(万m <sup>3</sup> )	8	10	130%		
取組項目 iv	ながさき農産物輸出促進事業費	H26-28	7,269	7,269	8,818	県内農業者、農業団体等	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支援のほか、輸出セミナーの開催、海外小売店・飲食店での長崎フェア開催、参加、PR資材(農産物パンフレット)を制作した。	活動指標	農産物輸出に関するセミナー開催数	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、農業従事者や輸出業者から経験談等を聞いたため、県内事業者には有益であった。輸出に取組む生産者数については200%達成。今後は相手国と関係性を築き、継続的な輸出も見込まれる。	○
	農産加工流通課		7,392	7,392	9,678			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	8	16	200%		
								活動指標		20	—	—		

取組項目 V	フードクラスター構築支援事業	(H28新規) H28-32	—	—	—	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、産地と県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・農商工連携の取組拡大を推進する。	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	—	—	—	—	○
	農産加工流通課		27,022	13,511	39,519			成果指標	食品企業との新たな連携取組数(累計)	16	—	—		
	6次産業化ネットワーク活動事業費	(H27終了) H25-27	13,797	1,712	25,779	農林漁業者等	農業者自ら農産物の生産から加工・販売に取り組む6次産業化を推進するため、セミナーの開催、アドバイザー派遣や商品の販売支援等を実施した。	活動指標	セミナー開催回数(回)	9	14	155%	当初よりセミナー等の回数を増やすことで交流の機会増加、取組む事業者の啓発に寄与した。また、そういう取組みを通じて、6次産業化の推進を行い、6次化法の認定者が増加した。	
	農産加工流通課		—	—	—			成果指標	6次産業化実施経営体数(経営体)	27	27	100%		
	6次産業化ネットワーク推進事業費	(H28新規) H28-30	—	—	—	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する。	活動指標	人材育成研修会等の開催(回)	—	—	—	—	
	農産加工流通課		15,013	1,550	25,808			成果指標	6次産業化法に基づく総合化事業計画の売上の増加(%)	8	—	—		
取組項目 VI	長崎ブランド農産加工品ビジネス支援事業費	H27-29	9,545	0	14,501	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」の新規認定等と取扱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組を支援した。	活動指標	物産展や商談会等への参加回数(回)	4	10	250%	商談会へ5回参加、販売促進策として物産展へ5回実施し、目標の2.5倍となった。結果、長崎四季畑販売額は258百万円は目標の2.6倍に増加した。また、アンテナショップ売上額も18,344千円と前年比135%と増加した。	○
	農産加工流通課		11,864	11,864	14,517			成果指標	長崎四季畑認証商品の売上額(百万円)	5	—	—		
										100	258	258%		

### 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) 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
- PR看板の掲出等の取組を支援するとともに、長崎和牛消費拡大キャンペーンの実施等により、長崎和牛指定店の店舗数が拡大し、長崎和牛の販路開拓・消費拡大に寄与できた。
  - 平成27年産の農産物市況が「数量減単価高」という販売環境だったにもかかわらず、関西地区量販店については取扱量が目標を上回ったが、関東地区量販店については取扱量減少となった(特にバレイショ等)。
- 関東地区関係卸と量販店との関係をさらに深め、情報交換・共有を密接に行うとともに、PR対策等を効率的重点的に行う必要がある。
- ii) 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すすめ、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の低下、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、実需者のニーズが高く、その要望に応え切れていない。
  - 県と農業団体と一体となり販促活動、フェア、PRイベント及びキャンペーンについて、地域量販店を中心に順序良く効率的に展開することで、長崎県産農畜産物をバラバラではなく、まとまりをもって重点的に販売展開することにつながった。
- 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
- 県産材の流通対策として、地域材供給増協賛会及び川上・川中・川下等の各部会において県産材の需給情報の共有を行うことで、県内で新たな取引が生まれ、既存の協定に基づく取引も増加した。また、山土場から製材工場に木材を直送することで流通コストを抑える取組(山直事業)を4流通実施した。新たな県産材の需要先としてCLTに着目し、研修会等を通じて、木材関係者に対しCLTの基礎を理解してもらった。
  - 一方で、県内の製材施設は生産量が少なく、県産材の協定取引量はまだまだ少ない。有利販売を進めるうえでは、流通コストの削減、安定的な取引が必要なことから、県内製材工場の生産性の向上に向けた技術者育成、県内で川上から川中、川下(プレカット工場、工務店等需要者)の需給マッチングを行える人材の育成などに取組み、県内流通における県産木材のサプライチェーンの拡大、実証した山直事業の取組を拡大する必要がある。
  - CLT等新たな県産材の需要拡大に向けては、現在、県内で設計できる建築士が少ない。今後、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育成していく必要がある。
- iv) 輸出量の拡大や新規輸出・品目の開拓など本県の農林産物の新たな需要開拓にむけた輸出対策の強化
- 本県農林産物の新たな需要開拓に関しては、平成27年度、タイでは商談会出展・バイヤー招へい・フェア開催、ベトナムでは個別商談、バイヤー招へい、香港ではフェア開催に取り組んだ。新規輸出においてはH26年度にベトナム、ハワイの開拓を実現し、農産物輸出の累計国は10カ国となっている(加工品は除く)。これらの結果、輸出量はH26年度74,804千円、H27年度83,832千円(長崎県農産物輸出協議会調べ)と112%伸びている。
  - 輸出品目においては平成25年度13品目→H26年度26品目→H27年度54品目と順調に推移している。
  - 既存ルートの輸出量拡大や新規輸出・品目の開拓等、さらなる輸出拡大対策をすすめる必要がある。

<p>v)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</p> <p>・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る情報共有を強化している。</p> <p>・具体的には、専門分野の異なる複数のプランナーが、事業計画のステージごとに相談者のニーズに合わせた対応を様々な角度から行うことが可能となり、効果的な支援策となっており、現在では6次化に取り組む経営者意識の醸成を進めている。</p> <p>・農家所得の向上を図るため、産地と県内の食品企業との情報交換やマッチングを行いお互いの連携強化を進めて行く必要がある。このため、フードクラスター事業の推進体制を整備するため、県段階、地域段階(7地域)に農業団体、産業団体、行政、市場関係者、金融機関等による協議会を設立し、情報の共有、情報交換による連携強化に努める。市場流通を通じた実需者ニーズに応えるため、作物の栽培における省力技術や有望品種の導入により加工・業務用産地の拡大が必要である。</p>
<p>vi)長崎四季畑認証商品の販売額の増加</p> <p>・長崎四季畑認証制度の周知を図るため、長崎県物産振興協会のホームページへの専用ページを作成するとともに、県内外での商談会(5回)やフェア(5回)へ出展、お歳暮等のカタログギフト展開などにより認証商品のPRを行ったことにより、長崎四季畑販売額の増加に寄与できた。</p> <p>・セレクトショップ等への商品紹介を行ったことにより、長崎四季畑認証商品のこだわりを理解し、販売してもらえる店舗を拡大することができた。</p> <p>・外国人旅行者(インバウンド)に対する販売について検討していく必要がある。</p>



#### 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】			見直し区分
	事務事業名	事業構築の視点	見直しの方向	
<p>i)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</p> <p>・関東地区関係卸と量販との関係をさらに深め、密接な情報交換・共有することで取扱量の増加を目指し、長崎県産農産物の訴求力を高め認知度および購買意欲向上を図る。</p> <p>・県産米の消費拡大の継続強化と共に、米食のPR、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。</p>	<p>長崎農産物販売強化支援事業</p>	<p>①②⑥⑦</p>	<p>・現在までの取組により、地域中核量販店との信頼関係構築が取扱量の拡充につながり、効果があがっていることから、農業団体とさらに連携を強化し、卸・地域中核量販店との信頼関係構築を行い、取扱量の拡充を図る。また、フェア開催時だけの一時的な取扱品目を定番化商品へと推進することで、商品力を高め定番商品の中での位置づけ向上対策などを進めていく。</p>	<p>拡充</p>
	<p>ながさきの米消費拡大対策事業費</p>	<p>-</p>	<p>平成28年度は県産米の消費拡大および米食の推進を図るために、試食、PRや食育活動、各種イベントでの啓発活動や、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ているところ。平成29年度についても継続した普及啓発活動を進める。</p>	<p>現状維持</p>
<p>ii)定時・定量・定質の出荷体制の確立</p> <p>・消費地と産地の情報交換・共有体制は定時・定量・定質の出荷体制に不可欠であり、今後も推進をしていく。また、産地側の商談への取組支援についても契約栽培の推進に欠かせず今後も支援を行う。</p>	<p>長崎農産物販売強化支援事業</p>	<p>①②⑥⑦</p>	<p>・平成28年度は関西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、地域量販店を対象としたプレゼントキャンペーン等の開催により、本県農産物への理解と訴求力向上を図る。平成29年度は現在の情報交換・共有体制を維持拡大していくことで、定時・定量・定質の出荷体制の確立を図っていく。特に、産地販売力の強化対策については、産地販売力の強化、安定的な取引に寄与しており、要望も多いことから、内容を拡充する。</p>	<p>拡充</p>
<p>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</p> <p>・県産材の生産量の増加が見込める中、県内製材工場との協定に基づく木材販売などによる県内流通の拡大を中心とした、新たな県産材の流通対策とCLT(直交集成板)への県産材の活用など販路の拡大や消費者への県産材利用推進活動など需要拡大対策がより効率的に行われるよう事業内容を見直す。</p>	<p>木材流通拡大事業</p>	<p>③⑥⑨</p>	<p>計画的・安定的な木材生産や需給のマッチング、木材の規格・品質に応じた有利販売は進んでいるが、まだ、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、需給マッチングを行える人材が不足していることから、平成28年度中に効率的な木材流通を担える製材所、加工施設の育成、需給マッチングが可能な人材の育成を図っている。本事業は平成28年度で一旦終了することから、平成29年度以降については、継続した取り組みを行うとともに、県内製材工場の生産性向上に向けた技術支援などの取組み、原木生産者、製材所と工務店との連携の強化を図り住宅分野での需要拡大に向けた取組み、CLT等新たな需要拡大に向けた技術者の育成の取組みなど内容を拡充して事業を実施していく。</p>	<p>終了</p>

iv) 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むけた輸出対策の強化 ・輸出量の拡大についてはフェアや商談会参加を通じ伸長しているが、さらなる伸びを目指すには既存取引先との継続取引に加え、バイヤー招へいや商談会参加を通じて信頼できるパートナーを見つけ、新規国および販路開拓を図っていく必要がある。	長崎和牛銘柄推進事業	—	平成28年度は、これまで県や関係団体等がそれぞれ行っていたPR事業を「長崎和牛銘柄推進協議会」において一本化して実施することにより、関係機関一体となった推進体制を構築するとともに、協議会で統一的かつ効果的なPRを実施しているところであり、平成29年度も今年度と同様のスキームにより事業を継続していく。	現状維持
	ながさき農産物輸出促進事業費	②④⑧	平成28年度は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支援のほか、輸出セミナーの開催、海外小売店・飲食店での長崎フェア開催等を行った。平成29年度は、これまでの取組み実績について分析を行い、「長崎県農林産物輸出戦略」に基づいた新たな輸出方策を検討し、足らざる部分を強化する形で次年度予算要求に反映させる。	拡充
v) 6次産業化の発展段階に応じた支援体制の推進、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 ・相談者に対する「チーム支援」の実施という県独自の取組みにより、地域における支援が進んできており、継続してこの取組みを行なう。 ・県、地域段階に協議会を組織し、産地部会、加工部会を位置づけ、加工業務用産地の拡大と農産加工品開発の取組を継続して推進する。	6次産業化ネットワーク推進事業費	—	平成28年度は、農業者自ら農産物の生産から加工・販売に取り組む6次産業化を推進するため、セミナーの開催、アドバイザー派遣や商品の販売支援等を実施した。特に、市町他、支援機関との連携によるチーム支援の取組みを一層強化したところ。平成29年度も引き続き現行の支援体制を継続していく。	現状維持
	フードクラスター構築支援事業	②⑦⑧	平成28年度は、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・地域に設立した。今後は両者が連携し、情報共有による事業展開が期待できる。平成29年度は、産地情報と食品企業のニーズを基にマッチング支援を行うとともに、地域農産物を活用した商品開発の試作等に対し重点的に支援を行う。	改善
vi) 長崎四季畑認証商品の販売額の増加 長崎県アンテナショップ「長崎館」への常設コーナーやイベントの開催により更なる周知を図る。外国人観光客への販売を視野に入れた販売先の確保を展開する。	長崎ブランド農産加工品ビジネス支援事業費	②⑦	H28年度は、首都圏(東京、大阪)での商談会等に積極的に参加し、長崎四季畑の認知度向上、販売先の確保に努めるとともに、県内百貨店への常設コーナー設置に向けた働きかけを行うとともに、新たに長崎県アンテナショップ「長崎館」での四季畑コーナー設置の働きかけを展開していく。平成29年以降は、インバウンド対策としての販売展開を進める。	改善