

事業群評価調書(平成30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)	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)					
<p>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・普及に取組み、農林業所得の向上を図ります。</p>					<p>i) 産地と信頼関係を構築できる販売店の拡大、県産農産物のPRやフェア等の販売対策の強化 ii) 定時・定量・定質の出荷体制の確立 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 iv) 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 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 vi) 長崎四季畑認証商品の販売額の増加</p>					
事業群	指標		基準年	H28	H29	H30	H31	H32	最終目標(年度)	(進捗状況の分析)
	農産物・木材の輸出額		目標値①	496百万円	531百万円	568百万円	611百万円	650百万円	650百万円(H32)	
			実績値②	424百万円(H26)	380百万円	568百万円			進捗状況	
		②/①		76%	106%				順調	<p>農産物輸出については、県内事業者の初期輸出への支援や香港を中心に東南アジアの諸外国でのフェア開催、国内輸出業者等の商流を活用した輸出拡大の取組により、長崎和牛が香港・シンガポールへの継続輸出や牛肉の輸入が解禁された台湾への輸出開始、市場流通を活用したピワやイチゴの輸出量拡大により、前年実績の2倍増となる3億1千万円と大幅な伸びとなった。</p> <p>木材輸出については、地域材供給倍増協議会における原木出荷情報、輸出情報の共有化の取組、福岡・佐賀・長崎の3県連携による中国への大ロット出荷の取組により、平成29年度の輸出額は前年対比110%の2億5千8百万円となった。</p>

2. 29年度取組実績(H30新規・補正は参考記載)

事業番号	取組項目	事務事業名	事業期間	事業費(単位:千円)			事業対象	事業概要	指標(上段:活動指標、下段:成果指標)			29年度事業の成果等	中核事業		
				H28実績	うち一般財源	人件費(参考)			指標	主な目標	H28目標			H28実績	達成率
				H29実績							H29目標			H29実績	
H30計画	H30目標	H30実績													
1	取組項目iv	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	販促資材の製作や広告看板の掲出、宣伝販売促進員による試食PR販売を実施するとともに、雑誌等媒体を活用したプレゼント企画やフェア・キャンペーンの実施、長崎和牛指定店の店舗数拡大にも取組み、長崎和牛の販路拡大・訴求力向上を図った。	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組んだ結果、新規に7店舗(うち、海外は3店舗)増加した。	○
				20,883	11,376	12,069			1	1	100%				
		22,626	12,263	13,593	1										
農産加工流通課				成果指標	海外における長崎和牛指定店数(店)	2	2	100%							
						2	3	150%							

2	取組項目 ii	長崎農産物商品力強化事業	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団体等の組織する団体等	関西地域の地域中核量販店を中心に試食宣伝PRやフェアを実施するとともに、卸関係者との情報共有を図り、販売環境の適正化に努めた。また、地域中核量販店の協力のもと、プレゼントキャンペーン(圏域キャンペーン)や売場コンテストの実施により、本県農産物の魅力を消費者に訴求する取組を実施した。	活動指標	売場コンテストの開催(回)	1	1	100%	宣伝販売促進員による試食PRやフェア、プレゼントキャンペーンに取組んだ結果、地域中核量販店への取扱量増加率が目標を3ポイント上回った。		
		農産加工流通課		38,407	23,429	24,138			成果指標	農産物の関西量販店への取扱量の増加(%)	1				110	113
				36,488	21,750	24,788					115					
3	取組項目 i ii	ながさきの米消費拡大対策事業費	H7-				長崎県米消費拡大推進協議会	県産米の消費拡大及び米食の推進を図るため、各種イベントでの試食PRや卸と連携した田植え体験など食育活動を実施するとともに、普及啓発資材の製作や、米消費の裾野拡大を目的とした米粉の利用方法など普及啓発を実施した。	活動指標	イベント等でのPR回数(回)	2	4	200%	料理教室や田植作業の体験による食育活動により米飯を中心とした日本型食生活の維持・定着を図るとともに、普及啓発資材の製作やTVでのコマーシャルによる県産米のPR・周知活動を実施した。		
				1,640	1,640	1,608										
				1,586	1,586	1,609										
		農産加工流通課			1,763	1,763	1,599		成果指標	県産ブランド米出荷量(t)	11,000	9,714	88%			
											11,000	9,685	88%			
											10,840					
4	取組項目 iii iv	ながさき県産材流通拡大事業費	H29-31				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・普及に向け研修会等を実施した。また、中国への輸出の拡大に向けて、福岡県、佐賀県との連携出荷について協議を行うとともに、新たな輸出対象国としてベトナムに着目し、輸出に意欲のある事業者と現地情報収集、商談を行った。	活動指標	地域材供給倍増協議会の開催回数(回)	12	12	100%	地域材供給倍増協議会において県産材の需給情報の共有を進め、新県庁舎をはじめとした公共建築物での県産材の利用拡大を図るとともに、県産材を活用する地域工務店のグループ「ながさ木住まいの会」の発足・活動支援により、住宅分野での県産材の利用拡大を進めた。木材輸出については前年に比べ10%ほど増加した。		
				5,709	0	5,632										
		林政課			11,879	0	9,595		成果指標	県内プレカット工場の県産材取扱割合(%)	20	算定中	-			
											24					
5	取組項目 iv	ながさき農産物輸出促進事業費	H29-31				長崎県農産物輸出協議会	農業法人等会員の輸出促進に向けたテスト輸出や海外バイヤーの産地招聘によるマッチングの支援、市場機能を生かした仲卸業者と連携した輸出拡大の取組に加え、海外量販店でのフェアの開催やオール九州・オールジャパンと連携した取組により、輸出拡大を図った。	活動指標	農産物フェア実施回数(回)	4	9	225%	香港を中心とした東南アジア諸国でのフェア開催を積極的に展開するとともに、香港等への長崎和牛の定期輸出化や牛肉の輸入が解禁された台湾への輸出開始、市場仲卸業者との連携によりビフ・ミカン・イチゴなど果実の輸出が拡大し、目標の3倍増である3億円を達成した。		
				15,196	9,344	9,655										
		農産加工流通課			13,214	8,164	13,593		成果指標	農産物等輸出金額(千円)	105,000	310,000	295%			
											350,000					
6	取組項目 v	フードクラスター構築支援事業費	H28-32				県内の農業団体、農業法人、食品企業等	県及び地域にフードクラスター協議会を設置し、産地と地域内外の食品事業者との情報交換やマッチングを行い、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%	加工用たまねぎの生産安定に向け、重要病害である「べと病」対策並びに、加工用ほうれん草の収穫機械の検討を実施した。各地域において、産地と食品企業のニーズ把握しマッチングを行い、試作検討並びに新商品の開発につながった。本事業における新商品開発数は、1年目は12商品、2年目は22商品となり、合計で34商品となった。本事業の当初目標は5年間で14商品の開発を目標としており、当初の目標は達成している。		
				19,205	9,603	39,406										
				17,268	9,238	41,035										
		農産加工流通課			19,268	9,634	40,780		成果指標	食品企業との新たな連携取組数(累計)	2	12	600%			
											14	34	242%			
											37					

7	取組項目 V	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6次産業化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、新たに6次産業化を目指す事業者の育成に向け研修会、個別相談会を実施した。また、九州が一体となった取組として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%	プランナー派遣による相談対応、交流会実施による農林漁業者と2次、3次事業者間のネットワークの構築や農林漁業者と県内外の加工・流通業者とのマッチングなどを支援した結果、新たな6次産業化総合化事業計画の認定や販路拡大につながった。また、九州・山口の一体となった取組として、商談会の開催による農林漁業者等の販路拡大や新商品の試作品作成により次年度の新商品開発につながった。
				14										
	農産加工流通課	14,625	1,681	24,943	成果指標	6次産業化法に基づく総合化事業計画の売上増加(%)			110	174	158%			
		15,798	1,907	24,788					120	集計中	—			
8	取組項目 vi	長崎県ブランド農産加工品ビジネス支援事業	(H29 終了) 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」の制度運用並びに、認知度向上にむけたPR活動並びに、県内外の催事、商談会等への出展による販路拡大に取り組んだ。	活動指標	物産展や商談会等への参加回数(回)	5	10	200%	県内外の商談会6回、長崎フェア1回、日本橋長崎館での販売促進、PR活動を行い、長崎四季畑の販売促進により販売額は計画比392%の471百万円となった。
				6	7	116%								
	農産加工流通課	8,246	8,246	12,874	成果指標	長崎四季畑認証商品の売上高(百万円)			110	414	376%			
									120	471	392%			
9	取組項目 vi	長崎四季畑ブランド推進事業費	(H30 新規) H30-32				県内の農業者、農業団体、農業法人等	長崎県農産加工品認証制度「長崎四季畑」の認知度向上と販路拡大、商品力向上につながる支援を行う。 1. 長崎県ブランド農産加工品認証制度の運営 2. 「長崎四季畑」認証商品の販路拡大 3. 「長崎四季畑」認証商品の県民認知度向上対策	活動指標	長崎四季畑常設コーナーでのフェア開催(回)				—
											3			
	農産加工流通課	8,050	8,050	12,794	成果指標	長崎四季畑認証商品の売上高(百万円)								
									585					

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

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

- ・県産農産物については、卸売市場の協力のもと、地域中核量販店と連携して長崎フェアの開催やマネキンによる試食宣伝PR、売場コンテスト、プレゼントキャンペーンなど各種取組により、取扱量を増加に繋げることができた。しかしながら、プレゼントキャンペーンの期間を各量販店のフェアに合わせたため十分な期間を確保できなかったことから、量販店からの意見として、多くの消費者に参加できるよう工夫が必要との提案があった。本年度は期間を固定したオープンキャンペーンとして多くの消費者に参加しやすいイベントに見直しを図る。また、関西地域での卸売市場を核とした地域中核量販店との連携した取組みにより、量販店への本県農産物の取扱量の増加や長崎棚の確保など販売環境が改善し、有利販売に一定の効果がみられることから、この取組を新たなエリアを対象として実施できないか検討が必要である。
- ・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、新規に7店舗(海外3店舗を含む)を指定店として認定することができた。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る出荷頭数の確保を図るとともに、当該エリアで長崎和牛を味わえる飲食店が少ないため、流通関係者や販売店の協力・情報提供を得ながら店舗数拡大に取り組むとともに、海外でも同様の取組を推進していくことが必要である。
- ・県産米については、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。

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推進し、タマネギ、キャベツ、レタス等の産地育成や面積拡大を図ったものの、新規生産者の増加に伴う単収低下や品質、規格の安定が課題となっている。また、実需者ニーズが高い加工用タマネギについては、その必要量に対し新規生産者等の栽培技術の十分な習得が出来ていないため、タマネギの供給が対応できていない状況にある。
- ・安定した出荷体制の確立に向けて、農業団体、県が一体となり市場関係者との出荷協議会や消費地会議の開催により産地と市場関係者との間で十分な情報共有を図り、適正な販売環境づくりに努めた。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情報共有に取組む必要がある。

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

- ・県産材の生産量については年々増加しており、協定取引をはじめとする有利販売も浸透してきている。しかし、県内の製材工場は規模がさほど大きくなく、県外の木材市場、大型工場との取引が多くなっている。県内での県産材の利用を増やしていくために、県内の製材工場の育成、体制整備が必要であり、品質確かなJAS製品を供給できる工場の育成を進めていく。
- ・木材の利用拡大に向けて、関係者と協議を進め、県立ろう学校の木造化、新県庁舎の木質化などを進めてきたが、県内の公共施設の木造化率は低位である。公共施設の木造化を進めていくために、県内の建築関係者を対象として、中大規模施設における木材利用技術の普及を図っていく。

iv)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
<ul style="list-style-type: none"> 輸出協議会正会員も78社まで増加しているものの、実際に輸出に取組んだ会員は23社で全体の1/3に留まっており、輸出人材育成に向けたセミナー開催やテスト輸出への支援など、輸出プレイヤーの拡大に努めた。また、海外輸入業者とのパイプを持つ国内輸出業者との連携した取組により、香港・シンガポールへの長崎和牛の定期輸出化や牛肉の輸入が解禁された台湾への輸出再開、市場流通の機能を生かした仲卸業者と連携したピワ・イチゴなど果実の輸出量が拡大したことにより、目標の3倍増の成果に繋がったと考える。引き続き、これまで関係を構築した輸出業者との連携を強化するとともに、新たな輸出先国の開拓など取組む必要がある。 木材の輸出について、日本国内の国産材需要の高まりにより輸出と競合している現状にある。輸出は、販路の一つであることから、価格の動向を注視しながら有利販売を進めていく。
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
<ul style="list-style-type: none"> 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次産業化総合化事業計画の認定やフォローアップに努めている。 6次産業化・地産地消法の総合化事業計画の認定事業者数は、現在35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次産業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。また、県内の加工・直売分野の市場規模は、六次産業化・地産地消法施行後のH23～H27の間ほぼ横ばいで推移しており、国の政策目標と連動し、県の6次産業化戦略の実現、並びに、市場規模の拡大に向け、6次産業化に取り組む人材の確保及び育成を行うとともに、さらなる販売拡大を支援する必要がある。 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育成に向け、フードクラスター協議会で農業と産業の情報交換や連携体制づくりを実施。 産地と食品企業のマッチング支援を行い、両者の連携により開発された新商品が22商品開発(H29)され、2年間で34商品(H28.29)が開発できた。 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技術課題の克服とマッチングにより開発された商品の販路拡大の支援も必要となっている。
vi)長崎四季畑認証商品の販売額の増加
<ul style="list-style-type: none"> 長崎四季畑の販売額の増加に向け、県内外の商談会(6回)や長崎県産品まつりへの出展、加えて、日本橋長崎館でのフェアを行い、長崎四季畑の認知度向上、販売促進を行い販売額の増加につながった。 長崎四季畑の認知度向上、県民への売り場の提供のため、長崎四季畑常設販売コーナー設置の取組が必要である。

4. 30年度見直し内容及び31年度実施に向けた方向性

事業番号	取組項目	事務事業名	30年度事業の実施にあたり見直した内容 (H30の新たな取組は「H30新規」と記載、見直しがない場合は「-」と記載)	31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
1	取組項目 i	長崎和牛銘柄推進事業費	-	-	農業団体、流通業者、生産者、県から負担金の拠出により長崎和牛の銘柄確立に向けて協議会による統一したPR事業を展開しているものの、他銘柄牛と比較した場合、出荷頭数が少ない状況であり、長崎和牛生産者の加入促進により出荷頭数の拡大を図ることが必要である。	現状維持
2	取組項目 iv	長崎農産物商品力強化事業	-	-	これまで農業団体、県が一体となって卸売市場を協力のもと関西地域での地域中核量販店との取組・連携により、量販店での取扱量の増加など一定の成果が見られることから、新たなエリアで同様の取組ができないか検討が必要である。	改善
3	取組項目 i ii	ながさきの米消費拡大対策事業費	-	-	本県は米の生産量に対して、消費量の方が多い米消費県であり、県内が主な消費地である。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支えている状況は変わりが無い。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を引き続き行うとともに、新たな県産米としての面積拡大が期待できる高温性耐性品種である新品種「なつほのか」の消費拡大に向けたPR手法等について関係団体と協議しながら検討していきたい。	改善
4	取組項目 iii iv	ながさき県産材流通拡大事業費	県内の公共施設の木造化率が低位な状況であることを踏まえ、木造建築物の設計技術者の育成を進めるための木材利用テキストの作成を行う。	-	本県における木材の需要先の過半は住宅分野における利用であり、プレカット工場の木材取扱いも住宅関連が多いため、プレカット工場と工務店が連携して行う住宅内覧会等のPRを広げるよう、関係者との協議を行うことで住宅分野での県産材の需要拡大を図り、県内プレカット工場の県産材取扱い割合を増やしていく。	改善

5	取組項目 iv	ながさき農産物輸出促進事業費	—	—	輸出額は伸びている半面、協議会会員の輸出取組数は伸び悩んでいることから、輸出に取組む会員の増加の取組を進めるとともに、協議会運営の改善を図るため、30年度中に国庫補助金の活用や協議会会員から負担金を徴収する仕組みへ移行するよう合意形成を図り、新たな体制で輸出拡大に取組む。	改善
6		フードクラスター構築支援事業費	・2か年で開発された新商品(34商品)の販路拡大、ブラッシュアップを行うため、県協議会においてマッチング商談会を開催し、販路拡大支援を行う。 ・長崎県を代表する農産物の加工品開発に向け、全農と協力した取組を行う。	②⑦	地域農産物を活用した商品開発に向け、産地と食品企業の連携のための支援を継続し、開発された商品の販路拡大にむけた販売支援を行う。	現状維持
7	取組項目 v	6次産業化ネットワーク推進事業費	—	②⑦	平成30年度も引き続き国の補助金・交付金を活用した支援体制のスキームにより事業を継続し、六次産業化・地産地消法の総合化事業計画の認定を受ける農林漁業者の掘り起こしを行い計画策定を支援するとともに、6次産業化に取り組む人材の確保・育成に向け、国の交付金を活用して研修会等を実施する。 また、総合化事業計画認定事業者等の取組に対する支援として、国のハード・ソフトの交付金を活用するとともに、6次産業化プランナー等と連携した商品のブラッシュアップや販売支援等を行うことにより、さらなる6次産業化の推進を図る。	改善
9	取組項目 vi	長崎四季畑ブランド推進事業費	H30新規	②⑦	平成30年度より、今までの県外への販路拡大に加え、県内に「長崎四季畑」常設販売コーナー設置店舗を設け、販売支援を強化しているところであり、引き続きコーナー設置の働きかけを進め、認知度向上と販売額の増加に努める。 「長崎四季畑」のブランド強化のため、認証商品数を増やし、アイテムを充実させていくとともに、今後は、それぞれの商品の生産規模やコンセプト等により、県外、県内に整理しながら、きめ細やかな販路開拓・拡大を実施する。	改善

注：「2. 29年度取組実績」に記載している事業のうち、H29年度終了事業、100%国庫事業などで県の裁量の余地がない事業、公共事業評価対象事業、研究事業評価対象事業、指定管理者制度導入施設評価対象事業については、記載対象外としています。

【事業構築の視点】

- ① 視点① 事業群としての成果目標に対し、特に効果が高い事業の見極め、事業の選択と集中ができていないか。
- ② 視点② 指標の進捗状況に応じて、その要因分析及びさらに高い効果を出すための工夫、目標に近づけるための工夫を検討・実施できているか。
- ③ 視点③ 人員・予算を最大限効果的に活用するための事務・事業の廃止・見直しができているか。
- ④ 視点④ 政策間連携により事業効果が高められないか。事業群としてリーダーの明確化、関係課の役割分担・協力関係の整理ができているか。
- ⑤ 視点⑤ 県と市町の役割分担・協力関係の整理・認識共有ができているか。
- ⑥ 視点⑥ 県と民間の役割分担・協力関係の整理・認識共有ができているか。
- ⑦ 視点⑦ 戦略的に関係者の行動を引き出せているか。
- ⑧ 視点⑧ 国制度等の最大限の活用が図られているか。国へ政策提案(制度改正要望)する必要はないか。
- ⑨ 視点⑨ 経済情勢等、環境の変化に対応した効果的・適切な見直しとなっているか。
- ⑩ その他の視点