

事業群評価調書(令和元年度実施)

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	長門 潤
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

<p>(長崎県総合計画チャレンジ2020 本文)</p> <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>(取組項目)</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	R元	R2	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(R2)		農畜産物は、国内輸出商社と連携したフェア開催や海外バイヤーの産地招聘により関係性の構築に努め、いちごを中心に輸出量が拡大した。また、牛肉については、香港でのフェア開催や香港・台湾での新たな指定店の認定など継続輸出の環境が整備されたことにより、輸出量が拡大した。 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み、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みにより、平成30年度の輸出額は前年比132%の3億4千百万円となった。
			実績値②	424百万円(H26)	380百万円	568百万円	770百万円				
		②/①(達成率)		76%	106%	135%			順調		

2. 平成30年度取組実績(令和元年度新規・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)			事業概要	指標(上段:活動指標、下段:成果指標)				平成30年度事業の成果等	中核事業	
				H29実績	うち一般財源	人件費(参考)		事業対象	主な目標	H29目標	H29実績			達成率
				H30実績						H30目標	H30実績			
所管課(室)名		R元計画	事業概要		指標(上段:活動指標、下段:成果指標)									
1	取組項目 i ii	長崎農産物商品力強化事業費	H29-R元	38,407	23,429	24,138	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%	●事業の成果 ・全農・卸売業者と連携して関西地域等の地域中核量販店でのフェアや試食宣伝販売、各店舗での売場コンテストの実施により、取扱量が増加している。	
				34,066	20,168	20,727			1	1	100%			
				28,404	17,750	20,730			110	113	102%			
農産加工流通課					115	116	100%							
					120									
2	取組項目 i ii	ながさきの米消費拡大対策事業費	H7-	1,586	1,586	1,609	県産米の消費拡大及び米食の推進の観点から、新品種「なつほのか」の県内イベントでの試食PRや卸と連携した田植え体験など食育活動を実施した。 また、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	3	150%	●事業の成果 ・長崎市卸売市場で開催された「青果まつり」やかもめ広場で開催された「食の博覧会」など2万人を超える来場者があるイベントで「なつほのか」等の試食宣伝活動の実施により、認知度が向上した。	
				1,357	1,357	1,594			2	3	150%			
				1,618	1,618	1,595			2					
農産加工流通課					11,000	9,685	88%							
					10,840	9,899	91%							
					10,840									

3	取組項目 i iv	長崎和牛銘柄推進事業費	(H30 終了) H28-30	20,883	11,376	12,069	長崎和牛銘柄推進協議会	長崎和牛指定店の協力によるキャンペーン開催や県外量販店での宣伝販売促進員による販売促進、販促資材の製作や広告看板の掲出、雑誌等媒体によるプレゼント企画など販路拡大・訴求力向上に努めた。 また、香港の料飲店でのフェア開催や海外バイヤー招へいによる産地視察など長崎和牛の輸出拡大への取組により、海外指定店の店舗数拡大を図った。	活動指標	海外でのフェア等開催(回)	1	1	100%	●事業の成果 ・香港でのフェア開催や香港、台湾に新たに15店舗の指定店を認定するなど、継続輸出を確立したことにより、輸出量が大幅に増加している。 ●事業群の目標(指標達成)への寄与 ・香港、シンガポール、台湾への継続輸出が確立し、ロイン系を中心に輸出額の増加に寄与した。	○		
		農産加工流通課		21,522	11,160	17,538			成果指標	海外における長崎和牛指定店数(店)	2	3	150%				
								2	15	750%							
4	取組項目 i iv	長崎和牛銘柄推進事業費	(R元 新規) R元-3				長崎和牛銘柄推進協議会	長崎和牛生産者登録制度の創設による出荷頭数の確保を図るとともに、長崎和牛指定店の協力によるキャンペーン開催や県外量販店での宣伝販売促進員による販売促進、雑誌等媒体によるプレゼント企画など販路拡大・訴求力向上を図る。 また、輸出については、海外料飲店でのフェア開催や現地輸入商社の商談、海外バイヤーの産地招聘などの取組を支援する。	活動指標	県外におけるPRイベント開催(回)						—	○
		農産加工流通課		21,895	11,895	17,541			成果指標	長崎和牛出荷頭数(頭)	1						
								9,000									
5	取組項目 iii iv	ながさき県産材流通拡大事業費	H29-R元	5,709	0	5,632	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・普及に向けて研修会等を実施した。 中国・韓国以外の新たな県産材の輸出需要先を開拓するため、台湾について輸出可能性調査を実施した。	活動指標	地域材供給倍増協議会の開催回数(回)	12	12	100%	●事業の成果 ・協議会で情報共有を行うことにより、県産材のプレカット工場への供給が円滑に行われた。 ・本県から台湾への輸出の可能性のあるのは、ヒノキであることがわかった。 ●事業群の目標(指標達成)への寄与 ・木材輸出については前年に比べ32%ほど増加した。	○		
		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	14	70%				
			9,105	0	7,904		24	集計中	—								
6	取組項目 iv	ながさき農産物輸出促進事業費	H29-R元	15,196	9,344	9,655	長崎県農産物輸出協議会	農業法人等会員の輸出への取組を加速するためのテスト輸出や、海外バイヤーの産地招聘などの支援を行うとともに、国内輸出商社等との連携による海外量販店でのフェア開催、オール九州・オールジャパンと連携した取組への参画など、本県農産物の輸出促進を図った。	活動指標	農産物フェア実施回数(回)	4	9	225%			●事業の成果 ・国内輸出商社と連携したフェア等の取組により、香港へのいちごの輸出量が増加し、目標を大きく上回った。 ●事業群の目標(指標達成)への寄与 ・国内輸出商社との連携した海外でのフェア開催や海外バイヤーの産地招聘など関係性を構築したことにより、輸出量が拡大して最終目標値を前倒して達成した。	○
		農産加工流通課		11,452	7,494	14,350			成果指標	農産物等輸出金額(千円)	5	11	275%				
			9,563	5,938	14,351		105,000	310,000	295%								
7	取組項目 v	フードクラスター構築支援事業費	H28-R2	17,268	9,238	41,035	県内の農業者、農業団体、農業法人、食品企業等	県及び地域にフードクラスター協議会を設置し、加工業務用の生産・出荷に対応した栽培体系を確立するため、栽培実証試験や研修会の開催、実需者ニーズの調査等を実施し、産地の育成を図った。 また、産地と食品製造業者との情報交換やマッチングを行うとともに、試作等の支援を行い、商品開発を促進した。	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%	●事業の成果 ・キャベツやタマネギ等については、規模拡大が図られ、定着化が進んだ。平成30年度の実績値は、県課題として取組んだ重点品目であるキャベツ等一部品目について前年比を上回った。 ・加工業務用野菜の生産振興により、新たな露地野菜の産地育成や産地拡大が図られている。また、食品企業との連携により、安定的な販路の拡大につながっている。	○		
		農産加工流通課		13,840	6,921	40,505			成果指標	食品企業との新たな連携取組数(累計)	16		100%				
			15,839	7,920	40,662		14	34	242%								
						37	56	148%									
						58											

取組項目	事業内容	R元-3	14,625	1,681	24,943	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	8	15	187%	●事業の成果 ・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等の認定(2件)や販路拡大につながった。 ・また、九州・山口が一体となった取組として、農林漁業者等の商談会への出展支援、新商品開発に係るテストマーケティング等の取組により、販路拡大につながった。	
			13,770	1,667	24,621				14	16	114%		
取組項目V	6次産業化ネットワーク推進事業費		80,760	1,664	24,716			成果指標	六次産業化法に基づく総合化事業計画の売上増加(%)	120	177	148%	
	農産加工流通課								六次産業化法に基づく総合化事業計画の売上増加(%)	2	集計中	—	
										2			
取組項目vi	長崎四季畑ブランド推進事業費	H30-R2	—	—	—	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」を運営するとともに、「長崎四季畑」の認知度向上と販路拡大、商品力向上につなげるため、フェア開催によるPR活動や商談会等への出展を実施した。	活動指標	長崎四季畑常設コーナーでのフェア開催(回)	3	6	200%	●事業の成果 ・県内外の商談会5回、長崎四季畑常設コーナーでのフェア6回を行い、販売促進に取り組んだ結果、平成30年度の売上高は目標585百万円に対し、実績は687百万円と目標値を達成した。
				4									
			成果指標	長崎四季畑認証商品の売上高(百万円)	585				687	117%			
	農産加工流通課		8,679	3,712	12,757					639			

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	<p>・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、売場コンテストの取組により、取扱量を増加に繋げることができた。昨年課題であったプレゼントキャンペーンについては、実施期間の見直しにより応募数が前年より3割増加するなど、本県産農産物の購買に結び付いたと考える。今後は更なる量販店との信頼関係を構築するため、店舗担当者向けの説明会を開催し、本県産農産物の特徴や産地の取組みなど理解を深めていただくことで本県産農産物のファンづくりに努めていく。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により、有利販売するための販売環境が改善するなど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。</p> <p>・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33店舗(海外15店舗を含む)を指定店として認定した。今後、首都圏・関西圏・海外での販路拡大に向けて、長崎和牛生産者登録制度の創設による商系生産者の加入促進や出荷頭数の確保対策を図るとともに、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必要がある。</p> <p>・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。米の流通も自由化が進み、個人や直売所など消費者への直接販売の増加が要因として考えられる。昨年、新品種「なつほのか」が導入され「ヒノヒカリ」からの作付転換が進み今後も作付面積拡大が見込まれることから、「なつほのか」の年間を通した計画販売を実施するためにも各JAの集荷体制を強化してブランド米出荷割合の向上に努める。また、県内での積極的なPR活動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。</p>
ii) 定時・定量・定質の出荷体制の確立	<p>・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。</p> <p>・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。</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>・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る。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。</p> <p>・木材の利用拡大に向けて、関係者と協議を進め、県立ろう学校などの木造化、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。</p>
iv) 輸出量の拡大や新規輸出・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	<p>・輸出実績がある協議会会員は正会員77社のうち、26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・台湾・シンガポールへの長崎和牛の定期輸出が実現、市場流通の機能を生かした仲卸業者と連携したビワ・イチゴなど果実の輸出量が拡大したことにより、前年対比4割増の輸出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。</p> <p>・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。</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

- ・加工業務用産地育成協議会活動を主として加工・業務用需要に対応した産地づくりに向け、省力機械の導入による経営規模の拡大等を図ってきたが、生産量や出荷時期、品質において実需者の需要に対応した産地づくりが必要である。その中で水田での作付けにおける排水対策技術については課題も多く出てきており、今後も研修会の開催や現地実証等に取り組んでいく必要がある。
- ・県産農産物を活用した農産加工品の開発に向け、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進めていく。
- ・プランナー派遣による相談対応や交流会実施などの取組により、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の増や農林漁業者等の売上増に寄与しているが、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6次産業化の市場規模は、六次産業化・地産地消法施行後のH23～H28の間、増加傾向で推移しているものの、九州各県の伸び率と比較すると十分とは言えないため、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、さらなる販売拡大を支援する必要がある。

vi)長崎四季畑認証商品の販売額の増加

- ・県内外の商談会(5回)や長崎四季畑常設コーナーでのフェア(6回)、加えて、長崎県産品まつりへの出展を行い、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。
- ・長崎四季畑のさらなる販売額増加のため、認知度向上、県民への売り場の提供に向けた、長崎四季畑常設販売コーナー増設への取組が必要である。

4. 令和元年度見直し内容及び令和2年度実施に向けた方向性

事業番号	取組項目	事務事業名	令和元年度事業の実施にあたり見直した内容 (令和元年度の新たな取組は「R元新規」等と記載、見直しが無い場合は「－」と記載)	令和2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 ii	長崎農産物商品力強化事業費	令和元年においては、関西圏の地域中核量販店での売場確保に向けて、売場コンテストは効果的な取組みであり、各店舗職員の意識醸成や消費者への購入意欲を高めるため、本県産農産物の特徴や産地での取組を紹介する研修会を開催し、優先的に取り扱ってもらえるよう働きかけを実施する。	②⑦	令和2年度においては、これまでの関西圏での卸売市場と地域中核量販店との連携した取組により、量販店での取扱量が増加するなど一定の成果が見られたことから、他のエリアでも実施ができないか農業団体等と協議を進め、新たな枠組みによる取組が必要である。	終了
2	取組項目 i ii	ながさきの米消費拡大対策事業費	—	—	令和2年度においては、昨年、新品種「なつほのか」が導入され、面積拡大が見込まれる中で「なつほのか」の年間を通じた計画販売を実施するためにも各JAの集荷体制を強化してブランド米出荷割合の向上に努める。また、県民に認知してもらえるよう、試食PRなどイベントによる周知活動を実施する。	現状維持
4	取組項目 i iv	長崎和牛銘柄推進事業費	R元新規	—	令和2年度においては、引き続き長崎和牛の銘柄確立に向けて県内外でのPR事業を展開する。	現状維持
5	取組項目 iii iv	ながさき県産材流通拡大事業費	需給情報の情報共有について、これまでは情報交換会等を行っていたが、令和元年度からは、これに加えてICTを活用することにより、タイムリーな情報共有が可能となるよう見直しを図った。	⑥	県産材の安定供給や生産量増加のため、国の事業を活用して需給情報のデータベース化や生産者・製材・加工事業者・エンドユーザー間のマッチングを行うコーディネーターを育成することで効率的なサプライチェーンを構築する。 また、木材の供給体制を熟知した木造建築技術を有する建築士を育成することで、公共施設の木造化を推進し、更なる県産材の需要・拡大を図る。	終了
6	取組項目 iv	ながさき農産物輸出促進事業費	令和元年度においては、海外バイヤーが多く参加する国内商談会へ出展し、その費用の一部を協議会の負担金として会員徴収するよう見直しを図った。	—	令和2年度においては、会員の輸出拡大を図るため海外バイヤーとのマッチング機会を創出して、新たな輸出の実現を図るとともに、国内輸出商社との連携により既存ルートを活用した継続輸出の取組を図る。	終了

7	取組項目v	フードクラスター構築支援事業費	—	②⑦	産地対策については、たまねぎを含めた各品目において、経験が無い新規生産者の増加や排水不良の水田への作付け等により各品目で単収が低い。そのため、今後は研修会の開催や実証圃の設置等により栽培技術の高位平準化による単収向上の取組みへの支援を進めていく。また、作付面積の拡大、安定した収量の確保のためには、高畦、明きよによる表面排水対策等の基本技術の徹底や暗渠整備を含めた取組みが必要であるため機械化体系等の検証、確立を図っていく。 加工品開発については県産農産物を活用した売れる商品を生み出すため、関係機関と連携し、産地や食品企業等の幅広い情報提供などを強化し、多くのマッチングの機会を増やすことで、生産から開発販売までの地域内及び地域を越えた支援を進めていく。	現状維持
8	取組項目v	6次産業化ネットワーク推進事業費	—	②⑦	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等の認定を受ける農林漁業者等の掘り起こしを行い計画策定を支援する。 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。	現状維持
9	取組項目vi	長崎四季畑ブランド推進事業費	長崎四季畑のさらなる認知度向上を目的に、長崎四季畑常設コーナー設置店を対象とした長崎四季畑プレゼントキャンペーンを実施する。キャンペーン期間にあわせ、フェアを開催し、強力にPRを行う。	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.平成30年度取組実績」に記載している事業のうち、平成30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