

【施策番号 - 1 - 01】

分野	戦略	魅力的で、豊かな基盤を持ち、世界に飛躍する農林水産業
経済上昇くまもと	重点的に取り組む施策	県産品の認知度向上と販売チャネルの拡大

1 施策の概要 (PLAN)

(1)背景	(4)取組みの概要
現在の農林水産業は、価格低迷や燃料・飼料価格高騰等により、厳しい経営状況にある。 農林水産物の大産地でありながら、大消費地での県産品の知名度は低い。県産材を取り巻く状況は、木材価格の低迷など、依然として厳しい状況にあり、また、本県の海面漁業の魚介類は少量多品種の特徴がある。	【 県産品の認知度向上】 ・サポーター・誘友大使の口コミ推進、知事によるトップセールスなどにより、県外での県産品の認知度向上に取り組む。 【 販売チャネル拡大】 ・「熊本の顔」として、本県の農林水産物の牽引役となる品目「くまもとイチ押しブランド」(高糖度トマト、いちご「ひのしずく」、梨「秋麗」、お中元用デコボン、とろけるようなみかん、地鶏「天草大王」、豚「肥皇」、特Aコシヒカリ、いくさ「ひのみどり」、牡蠣「クマモト・オイスター」の10品目)づくりのため、品質管理の体制整備や安全安心な農林水産物づくりを行う。 ・農林水産品の輸出拡大、品質の確かな木材を安定的に供給する体制づくり、「くまもと四季のさかな」の地産地消推進など、販売チャネルの拡大に取り組む。
(2)めざす姿	
熊本の高品質かつ安全・安心な農林水産物を継続して生産できる「魅力的で、豊かな基盤を持ち、世界に飛躍する農林水産業」をめざす中で、熊本ブランドの認知度を向上させ、販路を拡大するなど販売額の拡大を図り、「稼げる」産業にする。	
(3)解決すべき課題	
客層が異なる小売店等を活用した幅広い消費宣伝の強化等による認知度向上と販売チャネルの拡大を図る必要がある。 県産材の利用促進に向けた効果的な取組み推進、水産品の地産地消やブランド化の推進を図る必要がある。	

2 施策の主な構成事業 (DO)

取組みの概要	担当課	平成22年度事業/決算(千円)	平成23年度事業/予算(千円)
県産品の認知度向上	流通企画課	くまもとの宝トップセールス事業 7,343	くまもとの宝トップセールス事業 8,073
		くまもとファン拡大事業 3,529	くまもとファン拡大事業 4,992
	農業技術課	県認証制度等のさらなる周知強化事業 5,861	県認証制度等のさらなる周知強化事業 3,026
	水産振興課	くまもと地魚マスター認証制度事業 1,542	くまもと地魚マスター認証制度事業 1,183
	国際課	中小企業海外チャレンジ支援事業 12,756	中小企業海外チャレンジ支援事業 15,846
販売チャネルの拡大		-	くまもと上海事務所設置事業 17,071
		-	県産品チャイナチャレンジ支援事業 7,798
	流通企画課	量販店等連携農産物販売促進事業 2,405	量販店等連携農産物販売促進事業 2,500
		県産農林水産物輸出促進チャレンジ支援事業 12,033	県産農林水産物輸出促進チャレンジ支援事業 15,000
		総合直販サイト推進事業 961	-
		-	多彩で特徴あるくまもとの農林水産物販売拡大事業 3,500
	農産課	茶・たばこ産地支援事業 2,601	茶・たばこ産地支援事業 2,601
		県産茶銘柄確立支援事業 1,578	魅力あるくまもと茶づくり支援事業 8,447
		くまもとの米・麦・大豆魅力アップ事業 27,155	くまもとの米・麦・大豆魅力アップ事業 27,155
		くまもと米トップグレード総合推進事業 2,304	くまもと米トップグレード総合推進事業 8,906
		小麦高付加価値システム化事業 2,600	-
	園芸課	魅力あるくまもとブランド園芸産品づくり推進事業 11,874	魅力あるくまもとブランド園芸産品づくり推進事業 10,800
		くまもとリーディング野菜確立支援事業 10,000	くまもとリーディング野菜確立支援事業 5,200
	畜産課	くまもとオリジナル園芸品目戦略的推進事業 -	くまもとオリジナル園芸品目戦略的推進事業 3,540
		くまもと畜産物流通戦略対策事業 59,110	くまもと畜産物流通戦略対策事業 16,774
		山の幸地域づくり支援事業 2,330	山の幸地域づくり支援事業 2,600
		林業・木材産業振興施設等整備事業 399,122	林業・木材産業振興施設等整備事業 142,282
		乾燥材供給体制緊急整備事業 34,612	乾燥材供給体制緊急整備事業 34,667
		県産材利用加速化促進事業 60,734	県産材利用加速化促進事業 78,187
		緑の産業再生プロジェクト促進事業 259,870	緑の産業再生プロジェクト促進事業 715,676
県産木材フロンティア開拓事業 7,543		県産木材フロンティア開拓事業 9,917	
くまもと地産地消の家づくり推進事業 29,091		くまもと地産地消の家づくり推進事業 31,499	
くまもと木づかいの家推奨事業 2,420		くまもと木づかいの家推奨事業 2,558	
水産振興課	森を育てる間伐材利用推進事業 131,522	森を育てる間伐材利用推進事業 120,795	
	くまもと四季のさかな流通支援事業 5,130	くまもと四季のさかな流通支援事業 2,199	
	熊本産「クマモト・オイスター」づくり事業 4,008	熊本産「クマモト・オイスター」づくり事業 7,876	
	-	くまもと水産業の元気づくり事業 8,470	

3 施策の評価 (CHECK)

(1)指標の推移						
指標(単位)	策定時	H21	H22	H23	目標値	目標値の説明
1 農林水産業の生産額(億円/年)	3,517 (H18)	3,596 (H19)	3,563 (H20)	3,458 (H21)	3,800	県食料・農業・農村計画、県特用林産振興基本計画、県水産振興基本構想から算出
	達成度	...	93.8%	91.0%		
2 くまもとイチ押しブランドの生産目標達成割合(%)	25 (H19)	25 (H20)	30 (H21)	33 (H22)	100	くまもとイチ押しブランド(10品目)の生産目標に対する達成割合の平均値
	達成度	25.0%	30.0%	33.0%		
3 県産農林水産物輸出額(億円/年)	27.7 (H18)	21.3 (H20)	19.7 (H21)	19.5 (H22)	43	県と連携して輸出促進に取り組む団体の実態調査に基づく実績値からの推計値
	達成度	49.5%	45.8%	45.3%		

(2)指標の分析

1. 農業では、豚、米等の品目で単価の下落、林業では、住宅着工件数の低下等による木材の需要減少、漁業では、アサリの漁獲量の減少・ノリ養殖生産量の減少から、それぞれの生産額は若干減少した。  
2. 「高糖度トマト」や「お中元用デコボン」の試験販売・出荷等の取組みにより増加。今後も増加が進む見込み。  
3. 水産物(+14百万円)やイチゴ(+11百万円)、甘藷(+11百万円)等で輸出額が拡大する一方、口蹄疫の発生による牛乳(-22百万円)の輸出額減少や輸出量減による木材(-72百万円)の輸出額減少により、全体としては微減となった。  
(参考) 県産農林水産物の輸出国・品目数 H20:21カ国・品目 H21:23カ国・品目 H22:32カ国・品目

(3)平成22年度の取組みの主な成果

【 県産品の認知度向上】  
・「熊本型特別栽培農産物(有作くん)」、「くまもと産原木しいたけ」及び「県適正養殖業者認証制度」に関する量販店での周知・販促キャンペーンやテレビ番組でのPR等により、消費者の安全安心な県産品への理解が進んだ。  
・「スーパーマーケット・トレードショー」への出展、量販店での「くまもとフェア」の開催並びにトップとの面談などにより、首都圏での周知や流通業界大手等との関係構築を進め、販路拡大に繋がった。  
・香港におけるレセプション・物産展での知事トップセールス、上海、シンガポールでのアドバイザー配置など、海外における県内企業の販路開拓等を支援し、取引が拡大した。  
・全国の約1万人の消費者に対して農林水産物の魅力に関するタイムリーな情報提供を行い、大消費地での販路拡大の下支えとなるサポーターが増加した。また、地魚マスターを追加認証し、県産水産物の消費拡大に向けた体制が充実した。

【 販売チャネルの拡大】  
・イチ押しブランドづくりに向け、梨「秋麗」を9t販売(最高クラスで1玉1,050円)。その他、お中元用デコボン、とろけるようなみかん、ひのしずく等を販売したほか、糖度センサーを整備し、「高糖度トマト」の選果方法等を検討。更に、養殖試験中のクマモト・オイスターを約11,000個試験出荷するなど、販売体制の整備が進んだ。  
・富裕層が拡大している東アジア等への輸出拡大のため、相手国に合わせた産品提供や品揃え拡大を実施。特に、香港やシンガポールへのアプローチを強化した結果、農産物の輸出額が更に増加した。  
・大消費地連携店舗での試験販売・販促活動を24回、店舗関係者の産地研修を11回実施。販売力強化と産地理解が進んだ。  
・県産木材アドバイザーとして39名を認定。施主等に県産材の特長や利用意義を伝える人材の育成が進んだ。

(4)平成23年度の取組方針、取組状況

【 県産品の認知度向上】  
・ファン拡大に向け、サポーターの活用や販促活動の継続等により、県農林水産物の更なる認知度向上と販路拡大を進める。  
・アジア等海外市場における県産品取引の拡大や県内企業のビジネス展開支援のため、品質向上、品揃えの充実、知事トップセールスや「日本こだわり食品フェア」(上海)出展などによるPR活動の強化のほか、くまもと上海事務所の開設等の体制整備を進める。  
【 販売チャネルの拡大】  
・イチ押しブランドづくりに向け新たな品目(栗「ぼろたん」「トルコギキョウ」等)を加え、量的拡大・評価確立・信頼確保を進める。  
・中国における県産米の需要開拓及び検疫制度に対応した条件整備を進める。  
・市町村広報誌等のメディアをフル活用し、県産木材を活用した地産地消の家づくりを推進する。  
・販売戦略構想の策定、加工品開発等の売れる水産物づくりを支援する。

(5)施策の進捗に関する総合評価

・トップセールスやPRなどアジアを中心とする海外への輸出促進に向けた取組みを実施し、一定の成果は見られているものの、円高や景気後退等の要因もあり、県産農林水産物輸出額はやや減少している。  
・イチ押しブランドについて、生産・品質管理～流通・販売に至るまで、各種の取組みを進めた結果、生産目標に対する達成度も上昇し、県産ブランドの認知度向上と販売チャネルの拡大に寄与した。

(6)施策を推進していく場合の課題

・農林水産物の輸出については、相手国のニーズに合わせた商品開発、また検疫手続きへの対応など難しい課題も多い。  
・海外への既進出企業と新規進出希望企業の求める支援内容が違えば、進出企業が現地での継続的な商談を行うための機会等が不足している。  
・販売チャネルの拡大については、品質管理の体制整備が重要であり、そのための共同利用施設(選果場、木材加工流通施設等)等の更新整備が必要である。また、イチ押しブランドの定着には、継続的な取組みが必要となる。

4 今後の方向性 (ACTION)

・既存品目の更なる品質向上とともに、需要先(国内外含めた)のニーズを反映した新商品開発を進める。  
・貿易関係機関・団体の担当者レベルでの連携を強化し、企業情報の共有化や、企業ニーズに応じた支援ができる環境整備を進める。  
・国内市場では「くまもとの高品質・こだわり品」のPR、流通業界との連携等による販路の拡大に取り組むこととし、海外市場では本県の認知度アップと取引拡大に向けて知事のトップセールスを実施する。