

(施策評価表18)

【施策番号 I-3-①-2】

取組みの方向性	活力を創る	戦略	【戦略3】地域力を高める ～政令指定都市以外の地域振興を重点的に進めます～	主な施策	◆都市との新たな交流を生み出す ～地域の魅力ある資源を生かした新たな交流の創造～
			①交流拡大による地域振興		

1 取組内容	2 主な事業	担当課	H25予算(千円) H24決算(千円)	3 平成24年度の主な成果	4 平成25年度の推進方針・推進状況	5 施策を推進する上での課題	6 今後の方向性
<p>・ 中山間地域ならではの小ロット多品目生産という特性を生かし、例えば、少量やこだわりのある農産物を都会のレストランやホテル等に提供するなど新たな産地直送システムを構築します。</p>	スマートひかりタウン熊本推進事業	情報企画課	15,198 5,783	<p>・ NTT西日本との包括連携協定に基づき、小ロット農産物を、ICTを活用して効果的・効率的に流通させる産地直送システム構築に向けてプロジェクトチームを設置し、連携体制が整った。</p> <p>・ 農林水産物の販路拡大に向け、主力品目以外の多彩で魅力ある品目の掘り起こしと、レストラン等実需者を対象とした売り込みを実施した。また、名古屋、広島といった新エリアでの流通ルートを開拓し、少量こだわりの県産農林水産物等の販売を拡大した。</p> <p>・ 県産農産物の機能を生かした加工品の開発（2件）を支援した。</p> <p>・ くまもと「食」・「農」アドバイザーの小泉武夫氏から農林水産加工品の評価を受け、生産グループ等の更なる商品のレベルアップに積極的に取り組み、5加工グループ・法人の8商品をこれまでの成果として2月に発表した。</p> <p>・ 地産地消にかかる情報発信、地産地消協力を募集し、537店舗を指定した。また、各種イベントへ出展し、パネル、チラシによる意識啓発を実施。</p> <p>・ 農林水産物直売所によるくまもと「地産地消」直売所キャンペーンを開催したほか、直売所間輸送システムの実証試験を実施した。</p> <p>・ 食農ネットワーク活動支援のための講演会等を実施した。</p>	<p>・ NTTと連携し、スマートひかりタウン（中山間地農業の活性化）プロジェクトチームでICT活用の事例調査及び今後の展開について検討する。</p> <p>・ 開拓した流通ルートにおいて、主力品目以外の多彩で魅力ある品目の掘り起こしと、レストラン等実需者を対象とした継続的な売り込みを実施する。</p> <p>・ くまもとふるさと野菜等の掘り起こしと、その需要拡大にかかるテストマーケティングを実施する。</p> <p>・ 農家により高い利益をもたらす農林水産加工の推進のため、6次産業化・商工業との連携等への取り組みを重点に進める。</p> <p>・ 県民一人一人が日常的に地産地消を意識して実際の消費行動に移してもらい、地産地消の条例や取り組みを広く周知するために、「地産地消の機運醸成活動」「直売所の体制・機能強化」「県民の地産地消活動支援」の活動に取り組む。</p>	<p>・ 地域におけるICT活用ニーズの把握やICT活用モデルの県内各地域への普及を進めていく必要がある。</p> <p>・ 消費地で多彩な県産農林水産物のニーズがありながら継続的な取引に繋がっていない状況にある。そのため、こだわりや特徴ある県産農林水産物の継続的な取引及び販路拡大を図る必要がある。また、その際のICT等の活用についても検討が必要である。</p> <p>・ 農家により高い利益をもたらす6次産業化や商工業との連携推進、農産加工拡大等を支援する仕組みが必要である。</p> <p>・ 県民アンケートで、関心の高さが必ずしも購入行動に直接結びついていないことが示されたため、消費者に対して更なる地産地消の認知度の向上と県産品購入への誘導を図る必要がある。</p> <p>・ 地産地消拠点である直売所は、高齢化による出荷者の減少や気候変動などによる不安定な出荷体制が問題となっているため、地域的、広域的な連携等による供給体制、情報発信力の強化を図る必要がある。</p>	<p>・ NTT等と連携し、ICTを活用しながら、地域のさまざまな課題に迅速かつ適切に対応し、地域社会の活性化及び住民サービスの向上を図っていく。</p> <p>・ こだわりや特徴がある県産農林水産物の継続的な取引及び販路拡大が図られるよう取り組んでいく。</p> <p>・ 農家により高い利益をもたらす6次産業化や農工商連携への支援を活性化させ、農林漁業家の所得向上をめざす。</p> <p>・ 直売所の地域内、また広域的な連携等により、供給体制、情報発信体制を強化する。</p> <p>・ 地産地消に関する消費者の更なる認知度の向上と、県産品の優先購入の意識の定着化を図っていく。</p>
	多彩で特徴あるくまもとの農林水産物拡大事業	流通企画課	10,991 8,315				
	くまもとの6次産業化総合対策事業	流通企画課	374,308 9,344				
	くまもとの地産地消総合対策事業	流通企画課	13,496 11,753				
	ジビエ利活用緊急促進事業	むらづくり課	8,645 7,607				
	地域ぐるみの鳥獣被害防止対策パワーアップ事業	むらづくり課	461,500 226,296				
	地域づくりチャレンジ推進事業	地域振興課 企画課	400,000 147,487				
	都市農村交流対策事業	むらづくり課	9,936 6,298				
	地域づくり夢チャレンジ推進事業	地域振興課 企画課	300,000 128,823				
	<p>・ 古民家や廃校などの施設を再生し、子どもたちの農林漁業体験や農産物・特産物直売所など、都市と農山漁村の交流の場として新たな役割を生み出す取組みを支援します。</p>	都市農村交流対策事業	むらづくり課				
地域づくり夢チャレンジ推進事業	地域振興課 企画課	300,000 128,823					
都市農村交流対策事業	むらづくり課	9,936 6,298					
地域づくり夢チャレンジ推進事業	地域振興課 企画課	300,000 128,823					
ジビエ利活用緊急促進事業	むらづくり課	8,645 7,607					
地域ぐるみの鳥獣被害防止対策パワーアップ事業	むらづくり課	461,500 226,296					
地域づくりチャレンジ推進事業	地域振興課 企画課	400,000 147,487					
都市農村交流対策事業	むらづくり課	9,936 6,298					
地域づくり夢チャレンジ推進事業	地域振興課 企画課	300,000 128,823					
古民家や廃校などの施設を再生し、子どもたちの農林漁業体験や農産物・特産物直売所など、都市と農山漁村の交流の場として新たな役割を生み出す取組みを支援します。	都市農村交流対策事業	むらづくり課	9,936 6,298				
地域づくり夢チャレンジ推進事業	地域振興課 企画課	300,000 128,823					
主な施策のまとめ				<p>●多彩で魅力ある品目の掘り起こしと、レストラン等実需者を対象とした売り込み、名古屋、広島等新エリアでの流通ルートの開拓により、少量こだわりの県産農林水産物等の販売が拡大。</p> <p>●くまもとジビエ料理フェアや試食会等を開催し、県内外の消費者等に“くまもとジビエ”を普及促進。</p> <p>●支援を通じた古民家活用の農家民宿開業や古蔵再生の多目的交流館開設。</p> <p>●農林漁家民宿や観光農園等を掲載したパンフレット「くまもとのグリーンツーリズム」を5,000部作成。</p>	<p>●開拓した流通ルートにおいて、くまもとふるさと野菜等新なる品目の掘り起こしと、継続的な売り込みを実施。</p> <p>●食肉の安定供給や品質向上、消費拡大等の取組みを実施することにより、くまもとジビエの特産化と普及拡大。</p> <p>●県HP「ふるさと応援ねっと」のリニューアル、タイムリーな県内の都市農村交流に関する情報の収集と発信により、交流人口を拡大。</p>	<p>●県産農林水産物の継続的な取引及び販路拡大、ICT等の活用。</p> <p>●“くまもとジビエ”の商品としての品質の向上と安定。</p> <p>●都市と農村との交流人口の拡大に向けた取組みの加速化。</p>	<p>●こだわりや特徴がある県産農林水産物の継続的な取引及び販路拡大。</p> <p>●“くまもとジビエ”を新たな特産品にするため、安全・安心な商品、ジビエ料理等を普及拡大。</p> <p>●都市と農山漁村との交流をさらに拡大し、農山漁村の良さをPR。</p>