

## 基本施策C7 地元農水産物を活かして食関連産業を活性化します

主管課：水産農林政策課

### 個別施策

- C7-1 新たな販路拡大や消費拡大を図ります
- C7-2 長崎ならではの食材や食文化の魅力を発信します
- C7-3 食育体験を推進し、食に対する意識の醸成を図ります

### ア 施策の目的

地元農水産物が、多くの人に認知され、消費の拡大が図られている。

### イ 基本施策の評価

D c 目標を達成しておらず、目的達成に向けた課題の克服などがやや遅れている

### ウ 成果指標（「↑」は目標値を上回ることが望ましい指標、「↓」は目標値を下回ることが望ましい指標）

指標名	基準値 (時期)	区分	H28	H29	H30	R1	R2	R3
市内産農産物及び加工品購入率	46.6% (26年度)	↑ 目標値	47.6	48.2	48.7	49.2	49.7	49.7
		↑ 実績値	49.2	49.1	49.8	50.1	49.5	47.8
		↑ 達成率	103.4%	101.9%	102.3%	101.8%	99.6%	96.2%
市内産水産物及び加工品購入率	49.6% (26年度)	↑ 目標値	49.8	49.9	50.0	50.1	50.2	50.2
		↑ 実績値	50.1	48.3	49.0	51.4	49.2	50.0
		↑ 達成率	100.6%	96.8%	98.0%	102.6%	98.0%	99.6%
市内産の農産物販売額	54.7億円 (26年度)	↑ 目標値	56.6	57.4	58.3	59.1	60.0	60.0
		↑ 実績値	52.3	55.3	54.0	54.3	49.3	50.3
		↑ 達成率	92.4%	96.3%	92.6%	91.9%	82.2%	83.8%
市内産の水産物販売額	54.4億円 (26年度)	↑ 目標値	54.4	54.4	54.4	54.4	54.4	54.4
		↑ 実績値	59.2	59.2	60.7	58.3	46.7	46.0
		↑ 達成率	108.8%	108.8%	111.6%	107.2%	85.8%	84.6%

### エ 評価結果の妥当性

本部会での議論を踏まえて考えると、評価結果については妥当であると判断する。

### オ 審議会における政策評価に関する意見

- (1) C7の関係課名が4つも記載されており、組織横断的なアプローチができているなど思って非常に感激した。引き続き組織横断的な対応を進めてほしい。

## カ 審議会における施策推進に向けた提案

- (1) イベントに出店する意義としては、ただ購入していただくだけではなく、イベントで関係性を作って、実際に鮮魚店で購入していただいて、持続的な購買につなげていくことだと思う。鮮魚店では、この魚は今日の朝獲れて今が旬であるとか、名前も知らないような魚の出方や獲れ方など、色々なストーリーを教えてくれる。これは、市民にとっても非常に役に立つことなので、せっかくイベントをやるのなら、市内の鮮魚店と消費者をつないでいただきたい。
- (2) 「さしみシティ」の取組みについて、ただの「刺身」ということではなく、魚種の豊富さなどは、スーパーで買っている人にはわからないので、ぜひ鮮魚店やスーパーも巻き込んでサプライチェーン全体として考えてほしい。鮮魚店や青果店を救うことが、サプライチェーン全体で事業を成り立たせることにつながっていくと思う。
- (3) ラインやインスタグラムを活用した農産物の販売方法について、生産者が勉強することはもちろんであるが、市や県でもそのような情報を収集して生産者にアドバイスしてほしい。
- (4) 東京の練馬で、生産者自身がコインロッカーに朝獲れ野菜を並べ、値段を付けて地域の方に売られていた。消費者も、新鮮であることや実際に自分が見て選んだ野菜が食べられるということの安心感があり、ここで必ず買っているとされていた。都市型であって作地面積が少ない、また搬出入に手間がかかるということを逆手にとるようなこのような取組みは長崎市でも参考にしてほしい。
- (5) これまでは、サプライチェーンとして、生産者の方から販売の方に下ろしていく視点が重要だと思われていたが、今後は、消費者からのデマンド（需要）をつながりを持たせて把握していくことが重要だと思う。これは五次総にも大きくつながるテーマだと思うので、しっかり取り組んでほしい。