

(様式第2号)

地域振興推進費事業計画・自己評価書 実績

令和7年3月28日

提出区分	実績	整理番号	2	課題区分	C	
横断的な課題	農業、林業、製造業などの稼ぐ力を高める					
地域重点政策	1 農業、林業、製造業などの稼ぐ力を高める				北アルプス地域振興局	
実施機関	北アルプス農業農村支援センター			担当課	所属	農業農村振興課
事業名	北アルプス地域農産物海外販路調査事業				電話	0261-23-6511
					E-mail	kita-nosei@pref.nagano.lg.jp
事業の概要	目的 (目指す姿)	北アルプス地域のコメ及び園芸品目等の有利販売に向けた海外販路開拓のための調査を実施				
	現状と課題	<p>【現状】 北アルプス地域の農業産出額の43%を占める主力品目であるコメは、近年全国的な需要減少、米価下落、資材費高騰により経営が危機的な状況である。 一方で、海外では日本食ブームにより、日本食レストランや「おにぎり専門店」など業務用を中心としたコメの需要が増加傾向であることから、当該地域も含め輸出米の生産が増加している。 また、これまで当該地域で生産が少なかった園芸品目(果樹、野菜等)など収益性の高い品目を導入したり、転換したりする動きもある。</p> <p>【課題】 農産物の輸出に際しては、国内から海外までの商流を確立することが必須であり、ターゲット国・地域を明確化しつつニーズなどを収集し、それらに対応した商品作りが必須である。 また、輸出入事業者やバイヤーとの信頼関係により安定的な取引ができる関係性の構築が必要である。 こうした状況の中、輸出に係る必要な情報が不足していることから、それら情報の収集と産地(生産者)への還元が求められている。 なお、長野県農産物等輸出事業者協議会(事務局:農産物マーケティング室 以下、県輸出協という。)では、毎年本県農産物の輸出重点国へ渡航し、当該国における需要動向等調査(市場や小売店(百貨店、スーパー(ローカル・日系)等)での輸入品の品揃えや価格帯、バイヤーへの売れ筋など聞き取り等の実施)している。 当該調査では、本県産を含む日本産農産物の総体的な情報は得られるものの、個別産地の販路開拓のためには、より踏み込んだ調査・情報の収集が必要である。 特に、どのような規格・荷姿で、1ロット最低どのくらいの量を、日本国内のどこの事業者経由で輸出すればよいかなどを予め調査することで、国内他産地と差別化することが可能である。</p>				
概要	内容 (変更後の内容)	<p>現在、導入等を推進している園芸品目(ぶどう)に関しては、小規模産地であることから、国内においては独自の販路開拓をしなければ有利販売することが困難である。また、国内市場が将来に渡り縮小傾向である反面、海外では日本産青果物の需要が旺盛で、早期に信頼できる輸出事業者等と連携し輸出先国のニーズに柔軟に対応した産地形成をすることで、出荷量が増加しても安定した販路を確保し有利販売することが可能と想定される。 また、コメについても国内消費が減少する中、輸出拡大への期待が大きい。 そのため、観光面でもつながりの深く、親日家の多い「台湾」を調査対象地域とし、主要都市(台北・台中)における日本産農産物等の需要動向等を調査する。 調査実施時期:令和6年5月30日(木)~6月2日(日)、令和6年11月上旬 調査対象品目:コメ(5月下旬 台中市)、ぶどう(11月上旬 台北市)等 調査場所及び調査方法等</p> <p>【調査先】 ・台北市・台中市の日系やローカルの百貨店、小売店及びローカル市場</p> <p>【調査内容】 ・農産物及び加工品(日本産を含む輸入品と現地農産物)のラインナップと価格帯の調査 ・輸入事業者や店舗のバイヤーへの聞き取り及び意見交換</p> <p>【調査結果の活用】 ・大町市農産物等輸出協議会との連携により生産者へ情報をフィードバック ・JA大北主催の園芸品目関係の研修会や生産者組織(農業経営者協会支部等)の会議等で情報をフィードバック ・輸出希望者等への相談対応</p>				
		事業期間	令和6年5月 ~ 令和7年2月			

(単位:円)					
事業費等	事業を構成する細事業名等	実施内容	実績額	備考	
	台湾における販売動向調査	台湾への渡航費用 (1名・1回)	169,257	2泊3日/回	
	合 計			169,257	
指標及び達成状況	成果指標		目標値	成果	達成状況
	台湾向け輸出動向等に関する研修への参加者(10/19)		40名	100名	● 達成
	台湾向け輸出に関する相談件数		3件	4件	○ 一部達成
					○ 未達成
事業実績・成果	<p>調査日:令和6年5月30日(木)~6月2日(日)</p> <p>調査者:北アルプス農業農村支援センター 所長 中塚 満</p> <p>調査先:台湾 台中市 裕毛屋「公益店(高級スーパー)」(北アルプス山麓物産展開催会場)、台北市</p> <p>調査内容:農産物(米・ぶどう)及び加工品等(日本産を含む輸入品と現地農産物)のマーケティング調査 輸入事業者や店舗のバイヤーへの聞き取り及び意見交換</p> <p>成果:北アルプス山麓物産展の開催により多くのお客様に北アルプス山麓の物産のPRができた。 販売した加工品の評価や新たな取引提案をいただき、継続取引へつなげることができた。</p> <p>調査結果の活用:北アルプス山麓ブランドの日(10/19、100名)の中で、台湾における農産物調査と北アルプス山麓物産展の調査結果について報告をし、市町村・同議会・農業委員会、JA、農業者、事業者等へ情報をフィードバックした。</p>				
	今後の方向性	<p>物産展の開催用の取引はできたものの通年販売には至らず、他産地米が台頭される中、産地とバイヤーのマッチングや取引拡大に向けた更なるニーズの把握が必要である。</p> <p>輸出に係る必要な情報が不足していることから、それらの情報収集が求められる。</p>			