

委員長報告書

経済建設委員会は、平成 25 年 1 月 30 日（水）、31 日（木）の 2 日間 長崎県佐世保市において「特産品の販路拡大事業について」、佐賀県武雄市において「F & B 良品事業について」及び「有害鳥獣として駆除したイノシシの特産品化事業について」、視察研修を行いました。

以下その概要について報告します。

記

佐世保市	市制施行	明治 35 年 4 月 1 日
	人口	258, 258 人
	世帯数	105, 489 世帯
		(平成 25 年 2 月 1 日現在)
	面積	426. 49 k m ²

佐世保市は、長崎県北部の中心都市で、人口は県内では長崎市について 2 番目、九州・沖縄地方では 10 番目に多い都市である。米軍・海上自衛隊・陸上自衛隊の基地があり、造船及び国防のまちとして知られている。

一方、日本最大級のテーマパークであるハウステンボスや西海国立公園の九十九島、弓張岳などの重要な観光資源をかかえる観光都市でもある。

また、直線では日本最長となる四ヶ町・三ヶ町アーケードがあり、古くからの商店街では珍しく現在も市の中心地として栄えている。平日祝日を問わず多くの人で賑わい、20 万人都市の中でも「日本一元気な商店街」と評されている。

【特産品の販路拡大事業】

1. させぼ戦略産品について

物産品の中で、他産地との競争的な視点で、産地と行政が一体となって重点的にマーケティングを実施する特産品を「させぼ戦略産品」として位置づけている。

マーケティングにおいて、市民が特産品の素晴らしさを認識し、市内外へ口コミなどで情報発信することが重要と考え、公明・公正に選定を行い、選定結果を市民にわかりやすく公開している。現在は、「世知原茶」「みかわち焼」「九十九島かき」「九十九島いりこ」の 4 品目を定めている。

2. 特産品のプロモーション

①テレビCMの放映

長崎、福岡県内の民放にて、産品の旬の時季（新茶、ギフトシーズン）にスポット放映しており、イベント等があればその告知も併せて行う。

②特産品カタログの制作

商社・小売のバイヤーなどをターゲットにカタログを作成し、商談会や問い合わせ対応などに活用している。

3. させぼ☆スター商品について

新たな特産品となることを目指し、市民と一緒に造り上げている。農産加工品部門、水産加工品部門、菓子類部門、工芸品部門の4部門で、賞金等も用意し、新商品を募った。22年度から25年度までの事業とし、コンテストの実施、審査を経て、「食べる世知原茶」「九十九島かから葉すし」「佐世保開港ロールケーキ」を市で商標登録を行い、販売につなげている。

4. 福岡アンテナショップ「キトラス」について

平成22年10月に佐世保市・雲仙市・長崎市の合同アンテナショップをオープン。物販、飲食、テイクアウトの3ゾーンのほか「ツアーデスク」を設置し、3市の観光案内やツアーなど、観光交流拡大に取り組んでいる。

5. その他

①させぼ四季彩館の設置

特産品を取り揃えた販売拠点として設置。

②全国規模の大型イベント等の開催

全国和牛能力共進会長崎県大会、長崎しおかせ総合文化祭、長崎がんばらば国体などの開催に併せて特産品のPR・販売も行う。

武雄市

市制施行	平成18年3月1日
人口	50,896人
世帯数	17,468世帯
	(平成25年2月1日現在)
面積	195.44 km ²

武雄市は、平成18年3月1日に武雄市、山内町、北方町が合併し、新市制に

よる武雄市となった。佐賀県の西南部に位置し、市の中心駅名にもなっている武雄温泉で知られており、杵藤地区広域市町村圏域の中心都市となっている。

地形は低山と盆地と川沿いの平地が入り組む地勢であり、市城南東部の武雄盆地の西の端と、市城西側の盆地に人口が集中している。

【F & B 良品 TAKEO 事業】

1. 事業の概要

従来にない「自治体運営型通信販売サービス」として、2011年11月に武雄市がオープンさせたのが始まりで、鹿児島県薩摩川内市、岩手県陸前高田市、福岡県大刀洗町、新潟県燕市・三条市（共同）、栃木県那須町、富山県南砺市、兵庫県多可町、沖縄県石垣市と、9自治体（2012年12月現在）まで広がりを見せている。各自治体が核となり「地域の良いもの」を掘り起こし、それを全国に向けて発信し、地域所得の向上を目指している。

2. 事業の特徴

民間事業者の通販サービス、またJAや大型小売店など、大手では対応できない小さな店舗、高齢者が経営する店、一定の地域の方にはしか利用されない店、少量しか商品を準備できない場合でも出品を可能としている。

3. 事業の効果、自治体の役割

出品手数料は無料で、売れた場合のみ売上げの5%の手数料が発生するが、民間の通販サービスと比べて出品者の経費的負担はかなり少ない。また、出品者は事前の登録は必要であるが、決済まで市が代行するため、専門的知識も必要としない。

自治体としては、初期導入費200万円に維持管理費が必要であるが、出品者の所得が増えれば市税収入の増にもつながる。

さらに、FB良品は市のHP（フェイスブック内）に専門ページを開設し、CM費用をかけなくてもフェイスブックのロコミで一気にPRできる。武雄市の場合、市HPのフェイスブックへの完全移行により、アクセス件数は従来の60倍、月300万件あり、情報が瞬時に多くの方に伝わる。

4. 今後の展開

地元産品の販路拡大で苦慮している自治体にFB良品への加入を勧めるため、希望自治体に担当職員を派遣し、事業説明を行い、加入自治体の拡大を進めている。

また、今後は、海外にも拠点を置き販路拡大する。当面はシンガポールを計画している。

【有害鳥獣として駆除したイノシシの特産品化事業】

1. イノシシによる農作物の被害状況、捕獲数

平成22年度には過去最高となる3,464頭のイノシシが捕獲された。被害金額は平成16年度の2,740万円をピークに隔年で増減を繰り返している。

2. 鳥獣被害対策

(1) 猟友会（100名程度）による捕獲

捕獲報奨金や捕獲用罟の貸与などの捕獲活動にかかる助成制度あり

(2) 鳥獣被害対策実施捕獲隊（トツクレンジャー）の発足

繁殖能力がある成獣を主に捕獲する専門部隊として平成24年2月に発足し、猟師暦40年のベテラン3名に担い手育成のための若手2名を加えた体制で捕獲を行っている。

(3) 電気牧柵、ワイヤーメッシュ柵の設置

平成21年度～24年度で、設置延長は電気牧柵230km、ワイヤーメッシュ柵222km。

(4) 鳥獣被害対策犬（公務犬）、猛禽類（鷹等）による追い払い

平成23年度に2頭の鳥獣被害対策犬を導入。また新たな取り組みとして、カラスなどを威嚇するため、鷹等による追い払いにも取り組み始めた。

3. イノシシ肉の活用、特産品化

捕獲したイノシシを無駄にせず、地域の食資源として有効活用し、新たな特産品とすることを目的にイノシシ肉専門の食肉加工処理施設を建設し、市のしし課が誕生した平成21年4月より本格稼働している。捕獲したイノシシを買い上げることで、捕獲者のビジネスチャンスにもなっている。

都市部でのイベント等に出展し「武雄市産イノシシ肉」のPRを行い、FB良品の活用など様々な方法で販路拡大に取り組んでいる。

また、今のところ地元で食す習慣があまりないため、学校給食に活用するなど、地元での取り組みも進めている。

以上、概要を報告いたします。なお、詳細については議会事務局に資料を保管していますのでご覧ください。