事業評価票

127	ぎょしょく普及事業 （産業労働局農林水産部／一般会計）	事業開始	平成 21 年度
		事業終了予定	平成 ― 年度

【局評価】

1 どのような経緯で事業を始めたか、何を目指すのか

○　水産業を取り巻く状況は、近年の若年層を中心とした食の欧米化の進行による水産物の消費量の減少、安価な輸入水産物の増加による魚価低迷や、生産コスト増大により、厳しい状況が続いており、生産量も低迷している。特に、他県や他産業と違い、生産の主体が島しょ地域である東京の水産業は、生産の場と消費の場が乖離していることから、都民の正しい理解が得られていないという現実がある。

○　このため、東京の水産物・水産業を介した食育活動を、教育現場を始め、様々な機会を活用し積極的に展開することで、東京産水産物の魅力を都民に伝え、将来の消費拡大にもつなげていく。

根拠法令等	食育基本法、水産基本法

2 どのように取り組み、どのような成果があったか

○　東京産水産物を活用した食育活動を展開し、30万人以上（平成21年度、22年度）の都民に東京産水産物の魅力を発信した。

・東京の魚の食べ方プロデュース
　東京の水産物を使ったメニューの料理講習会を実施。2,844人が参加
・浜のかあさんと語ろう会
　漁村地域の女性を講師として学校へ派遣し、調理講習会を実施。15校で1,324人が参加
・職員による出前講座
　都職員が東京の水産業や水産物の魅力を伝える講座を小中学校等で実施。20箇所1,388人が参加
・小中学生用の副教材を配布し、30万人が活用

○　これらの取組により、学校給食では都内産水産物の利用が増加した。
（20年：8.6ｔ→22年：12.4ｔ　44%増）

3 どのような課題や問題点があったか

○　これまでの取組により、東京産水産物の普及は進みつつあるものの、学校給食では、農産物に比べ地場産物の導入に遅れが見られる。

○　普及事業への参加者に対するアンケートでは本事業の継続を希望する声が圧倒的に多い（東京の魚の食べ方プロデュースで91%など）。また、事業の認知度の高まりにつれ、計画を上回る事業実施希望も寄せられており、これらのニーズに適切に対応していく必要がある。

○　現状では、東京産の水産物は市場への出荷以外の流通経路が確立しておらず、都民が入手する手段が限られている。今後、東京産の水産物の消費を拡大していくためには、新たな販路を開拓するための流通促進策が必要である。

4 局として、事業をどうしていきたいか

拡大・充実	見直し・再構築	移管・終了	その他

○　普及策と流通促進策の組み合わせにより東京産水産物の一層の消費拡大を実現する。

【従来の普及策を効果的に実施】
　これまでの事業で構築したネットワークやノウハウを活用し、効果的に普及策を実施し、一層の消費拡大を図る。

【新たな流通促進策を展開】
　東京産水産物の流通促進が求められる社会的背景を踏まえ、消費地サイド（都内企業の社食への販売ルートの開拓）、生産地サイド（島しょにおける地元との地域検討会の開催）、学校給食（栄養士を交えた商談会の開催）をターゲットに流通促進策を展開し、東京産水産物の新たな提供の場を開拓していく。

歳入	22年度決算額	― 千円	歳出	22年度決算額	7,951 千円
	23年度予算額	― 千円		23年度予算額	8,908 千円
	24年度見積額	― 千円		24年度見積額	9,663 千円

【財務局評価】

5 財務局として、成果や課題などについて、どう考えたか

○　東京産水産物は、学校給食での利用が増加するなど、これまで本事業によって実施してきた料理教室や出前講座などの食育活動による一定の効果が認められる。

○　今後は、食育活動をより効率的に進めるとともに、更なる消費拡大に向けた取組を進めることで、より多くの都民に東京産水産物を提供していくことが重要である。

6 24年度予算で、どのように対応したか

拡大・充実	見直し・再構築	移管・終了	その他

○　食育活動については、これまでの取組を継続し、東京産水産物の更なる普及を図っていく。

○　消費拡大に向けた新たな流通促進策については、事業内容を精査の上、所要経費を計上する。

歳入	24年度予算額	― 千円
歳出	24年度予算額	6,393 千円