

事業群評価調書(平成28年度実施)

基本戦略名	8 元気で豊かな農林水産業を育てる	事業群主管所属	事業群④⑤:水産部水産加工流通課
施策名	(1) 水産業の収益性向上に向けた取組の強化	課(室)長名	事業群④⑤:岩田 敏彦
事業群名	④ 本県水産物の県内・地域内向け供給体制の強化	事業群関係課(室)	
事業群名	⑤ 大消費地のニーズ等に応じた商品づくりと付加価値の向上		

1. 計画等概要

【事業群取組内容(総合計画に掲げる取組)】

《長崎県総合計画チャレンジ2020 本文》

- ④県産水産物の県内・地域内消費拡大を図るため、県産水産物を積極的に提供している「長崎県の魚愛用店」を県民及び観光客に浸透させるとともに、地元産の魚を、地元流通させる漁協・流通業者等の配送(デリバリー)・販売促進活動を支援します。
- ⑤県産水産物の販売拡大・価格向上を意識した選ばれる、売れる商品づくりのため、大消費地のニーズに応じた商品づくり及び消費者の嗜好を重視した新商品開発の取組を実施・支援するとともに、地元での簡易処理などの水産加工を推進します。

事業群指標	最終目標(H32)	基準値(H26)	実績(H27)	達成率	【進捗状況の分析】
④長崎県の魚愛用店の認定店舗数(累計)	200店舗	121店舗	179店舗	-	④本県は300種類を越える多種多様な魚介類が水揚げされるが、その大半が県外に流通しており、特に離島ではほとんどの魚が島外に出荷されている。平成27年度は、家庭や学校といった内食、ホテル、飲食店などの外食等、県内でのあらゆる食の場面で県産魚を食べる機会を増やすため、県産魚を積極的に活用したメニューを提供する「長崎県の魚愛用店」の認定・PR及び島内で漁獲された魚を流通させる離島デリバリーシステムの構築に対する助成を行い、ながさきの魚の消費拡大を図った結果、魚愛用店の認定店舗数及び地域内配送先数については想定を上回るペースで目標値を達成した。
④地域内デリバリー配送先数(累計)	60箇所	8箇所	24箇所	-	
⑤大消費地において新たに取引を開始した商品数(累計)	50商品	-	-	-	
事業群の進捗状況					-

【事業群取組内容(総合計画に掲げる取組)の分析】

《取組項目及び現状と課題》

- i) 家庭内の内食や飲食店等の外食における県産魚利用促進並びに市場ニーズに対応した商品開発と協業化の推進(事業群④⑤)

(取組項目)

・県産水産物を積極的にメニューに取り入れている店舗を「長崎県の魚愛用店」として認定し、より多くの県民や観光客に利用されるようPRに努めるとともに、漁協等が実施する県内でのあらゆる食の場面で県産水産物の消費拡大を図るための活動や、市場ニーズに対応するため加工業者等の協業化の推進と新たな商品開発と安定供給に対応した生産体制づくりへの支援を行う。

(現状と課題)

・学校給食への県内産品の割合は全体で71.9%、そのうち水産物は58.3%(H27年度調査)となっており、さらなる県産品の利用促進を図るために、関係部局と連携し一体的に推進する必要がある。

・県内水産加工業は小規模で零細な加工業者が多く、市場が求める商品開発や商品の安定供給に対して十分な対応をとることができていないため、協業化グループの形成促進等を図り、ニーズに対応できる体制を整備することが必要である。また、消費者嗜好の多様化や低価格需要等により、商品の販売価格が低迷していることも課題として挙げられる。

2. 27年度取組実績

取組項目	事務事業名 所管課(室)名	事業期間	事業費(上段:実績、下段:計画、単位:千円)			事業概要		指標(上段:活動指標、下段:成果指標)					事業の成果等	中核事業
			H27実績	一般財源	人件費(参考)	事業対象	事業内容 (事業の実施状況)	指標	主な目標	H27目標	H27実績	達成率		
			H28計画	一般財源	人件費(参考)					H28目標	—	—		
取組項目 1	平成長崎俵物育成強化事業	(H27 終了) H15-27	2,678	2,678	4,028	水産加工業者	本県の優良水産加工品を平成「長崎俵物」の名称で県内外に対し徹底したPRを行い、知名度の向上、イメージアップを図るとともに、加工品の品質水準、規格等を定めることで、品質の向上、ブランド化を推進し、加工品の販売力向上を図った。	活動指標	認定委員会開催数	2	2	100%	活動指標となる俵物の認定委員会を2回開催し、目標を達成したとともに、県が制定した規格・基準にかなった加工品の認定、及び認定業者に対する品質維持・管理、普及啓発活動及び認定申請指導を行ったことで、成果指標である俵物認定業者の認定基準の遵守率についても目標の100%を達成した。	
	水産加工流通課		—	—	—			成果指標	俵物認定業者の認定基準遵守率	100	100	100%		
	水産県ながさき販売パワーアップ事業	(H27 終了) H27	23,845	312	8,862	漁業生産者団体、水産加工業者団体等	本県水産業関係者等の所得向上を図るため、トラフグ・マグロといった特定養殖魚の販売促進、他都道府県水産物との差別化研究、消費地を意識した売れる水産物づくり、県内外流通体制のさらなる定着化に向けた取組等、売れる商品づくりを通じた県産水産物の販売力強化を図った。	活動指標	支援件数	9	9	100%	特定養殖魚の商談会出展や新商品開発、加工場の衛生向上、流通強化に対する9件の支援を行い、活動指標は、目標を達成した。しかし、成果指標である県内飲食店・量販店等で新たに養殖トラフグ・マグロを定番化した店舗数については、トラフグの流通量が養殖業者の廃業等により減少したため、目標値の6件に対して4件となり目標値に達しなかった。	
	水産加工流通課		—	—	—			成果指標	県内飲食店・量販店等で新たに養殖トラフグ・マグロを定番化した店舗数(累計)	6	4	67%		
	水産バイヤー・トレード事業	(H27 終了) H25-27	23,378	2,042	8,862	漁業生産者団体、水産加工業者団体等	産地での小売バイヤーからの指導・助言に基づく新商品開発など、産地と売場双方の人的関係を構築し、本県水産物の販路拡大を図った。	活動指標	研修受入団体数(団体)	11	15	136%	バイヤーからの指導・助言に基づき、商品開発等に必要な機器整備や商品開発につながり、販路拡大に寄与した。	
	水産加工流通課		—	—	—			成果指標	新規契約件数(件)	16	22	138%		
	市場ニーズに対応した加工・流通対策事業	(H28 新規) H28-30	—	—	—	漁業生産者団体、水産加工業者団体等	県産水産物販売力強化につながる大消費地の量販店等のニーズに対応するため、漁業関係団体等が取り組む協業化の推進及び新たな商品開発並びに大量かつ安定的な供給に対応した生産体制づくりを支援する。	活動指標	協業化して事業に取り組む団体数(件)	10	—	—	—	○
	水産加工流通課		63,507	31,754	17,340			成果指標	大消費地において新たに取引を開始した商品数	10	—	—		
	水産加工振興対策費	H6-	2,763	2,763	5,639	水産加工業者等	長崎県水産加工振興祭水産製品品評会を開催することで本県水産加工業の振興を図った。	活動指標	長崎県水産加工振興祭の開催	1	1	100%	本県水産加工品の品質及び製造技術の向上を図るとともに県民の水産加工品に対する認識を深め、本県水産加工業の振興に寄与した。	
	水産加工流通課		2,768	2,768	5,242			成果指標	アンケート調査の実施による品評会の認知度(%)	50	54	108%		
	平成「長崎俵物」PR事業	H22-	9,381	581	4,028	水産加工業者	本県水産加工品のリーディング商品である平成「長崎俵物」について、首都圏・県内等において新聞広告やTVコマーシャルでのPR活動、プロモーション活動及びアンテナショップの店頭を使ったPRを行い、県内外における平成「長崎俵物」のブランドイメージの定着を目指した。	活動指標	首都圏・県内での俵物認知度調査	1	—	—	県内外においてPR活動を行い、平成「長崎俵物」のブランドイメージの定着化を図るとともに首都圏・県内での俵物認知度調査を行い、首都圏での認知度が14.8%であることが判明した。よって、H28年度は、認知度15.5%を目標として積極的なPR活動を展開する。	
	水産加工流通課		9,907	289	6,049			成果指標	首都圏での認知度(%)	15.5	—	—		
ながさきのおいしい魚推進事業費	H26-28	7,185	2,761	8,862	県民及び観光客、漁協などの水産関係団体等	県産水産物を積極的にメニューに取り入れている「長崎県の魚愛用店」の認定・PR及び漁協等が実施する県内でのあらゆる食の場で県産水産物の消費拡大を図るための活動を支援した。	活動指標	長崎県の魚愛用店PRキャンペーンの開催回数(回)	1	1	100%	活動指標となる魚愛用店PRキャンペーンを1回開催し、目標を達成し、県産水産物の消費拡大及び地産地消が図られた。さらに成果指標である長崎県の魚愛用店の店舗数は179件と目標値の116件を大幅に上回って目標を達成した。さらに県民対象のアンケートにおいて、魚を購入する際に長崎県産にこだわって選ぶと回答した割合が、前年度の56.7%から59.8%へ向上した。		
水産加工流通課		3,201	3,201	3,629			成果指標	長崎県の魚愛用店の維持拡大(店舗)	116	179	154%			
									189	—	—			

3. 検証及び問題点の抽出

【課題解決に向けて取り組んだ事務事業の実績の検証】

i) 家庭内の内食や飲食店等の外食における県産魚利用促進並びに市場ニーズに対応した商品開発と協業化の推進

・商談会への出展や産地における小売バイヤーからの指導・助言に基づく新商品開発及び県産魚を積極的に活用したメニューを提供する「長崎県の魚愛用店」の認定、各種キャンペーン等により「長崎県の魚愛用店」は平成26年の114店から平成27年には179店に増加した。また、県民対象のアンケートにおいても魚を購入する際に長崎県産にこだわって選ぶと回答した割合が、前年度の56.7%から59.8%へ向上するなど県産水産物の消費拡大及び地産地消が推進された。「長崎県の魚愛用店」の認定やPR、また、漁協等が実施する魚調理実習やさかな祭りの開催、学校給食への地元食材の提供等は魚食普及と地産地消のために必要な活動であることから、今後も継続していく方向である。
 ・また、上述のとおり、県内水産加工業は小規模で零細な加工業者が多く、市場が求める商品開発や商品の安定供給に対して十分な対応をとることができていないため、協業化グループの形成促進等を図り、ニーズに対応できる体制を整備することが必要である。



4. 29年度実施に向けた方向性

【問題点解決に向けた方向性】

i) 家庭内の内食や飲食店等の外食における県産魚利用促進並びに市場ニーズに対応した商品開発と協業化の推進

本県の漁業生産額は昭和59年の2,259億円をピークに減少傾向(H25年921億円)にあり、加えて魚価の低迷及び若い世代の魚離れ等により、漁家経営は非常に厳しい状況におかれている。そのため、今後より一層県産魚の利用促進を図っていく必要がある。
 また、大消費地の消費者ニーズに合わせた売れる商品づくりを推進するため、バイヤーの助言等による消費者が求める商品開発のほか、必要となる機器整備等に支援を行うとともに、ニーズに対応した受注体制の整備を図るため、零細事業者の協業化、グループ化の推進を図る。

【個別事務事業の見直し】

事務事業名	事業構築の視点	見直しの方向	見直し区分
市場ニーズに対応した加工・流通対策事業	—	平成28年度から、大量かつ安定的な供給に対応したグループ形成と、新たな商品開発や販路開拓等への取組を開始したところであり、平成29年度は受注拡大に向けた各種取組を引き続き実施する計画であることから、継続して実施する。	現状維持
水産加工振興対策費	—	長崎県水産加工振興祭水産製品品評会は、昭和38年から続き、平成27年度で53回目を迎えた。この品評会は国の農林水産祭への参加行事の一環でもあり、県の品評会で農林水産大臣賞を受賞した出品者は天皇杯の受賞対象に推薦されることから、加工業者の生産意欲の向上にも繋がっており今後も引き続き開催していく。	現状維持
平成「長崎俵物」PR事業	—	平成「長崎俵物」は平成11年から続く本県水産加工品のリーディング商品である。今後も引き続き平成「長崎俵物」の販売額の増加を目指すため、県内外におけるPR活動を継続していく。	現状維持
ながさきのおいしい魚推進事業費	⑤⑥	平成24年度から開始した「長崎県の魚愛用店」の認定店舗数は180店舗を超え、県内消費者には一定浸透しつつある。そこで、今後は、水産県長崎の認知度向上と県産魚の美味しさを発信する広告塔としての役割を付加し、情報発信の強化と観光客を含めた集客促進を図ることにより、県産魚の消費拡大を図る。	終了