

事業群評価調書(令和4年度実施)

基本戦略名	2-3 環境変化に対応し、一次産業を活性化する	事業群主管所属・課(室)長名	水産部 水産加工流通課	渡邊 孝裕
施策名	3 養殖業の成長産業化と加工・供給体制の強化	事業群関係課(室)		
事業群名	② 県産水産物の国内販売力の強化	令和3年度事業費(千円)	※下記「2. 令和3年度取組実績」の事業費(R3実績)の合計額	27,666

1. 計画等概要

(長崎県総合計画チェンジ&チャレンジ2025 本文)		(取組項目)							
本県水産物の更なる販売力強化と消費拡大を図るため、社会経済の変動に伴う消費者ニーズを的確に捉えた売れる商品づくりと安定した商品供給体制の構築に取り組むとともに、長崎県の魚愛用店等の利用促進を推進します。		i) 即食性や簡便性を求める多様な消費者ニーズに対応した商品づくり ii) 売れる商品の安定生産と供給体制づくり iii) 長崎県の魚愛用店等の利用促進による県産魚消費拡大							
事業群	指標	基準年	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標(年度)	(進捗状況の分析)
	新たに取引を開始した商品の取引額(累計)	目標値①	1.4億円	2.1億円	2.8億円	3.5億円	4.2億円	4.2億円(R7)	
		実績値②	—	2.9億円					
	達成率②/①		207%					順調	コロナ禍で変化してきた消費者ニーズを捉え、バイヤーや量販店との連携による売れる商品づくりなどの取組成果は出ている一方で、観光や飲食店の消費が落ち込む中、お土産やギフト向けなどのニーズを捉えた、常温での持ち運びのしやすさ、即食可能な水産加工品などへの対応が今後の課題として残った。

2. 令和3年度取組実績(令和4年度新規・補正事業は参考記載)

取組項目	中核事業	事業番号	事務事業名	事業費(単位:千円)			事業概要	指標(上段:活動指標、下段:成果指標)			令和3年度事業の成果等				
				R2実績	R3実績	R4計画		うち一般財源	人件費(参考)	R2目標		R2実績	達成率		
				事業実施の根拠法令条項			主な指標								
事業期間				法令による事業実施の義務付け	県の裁量の余地がない事業	他の評価対象事業(公共、研究等)	事業対象								
所管課(室)名							R3目標			R3実績					
							R4目標								
取組項目 i	○	1	水産加工振興対策費	2,233	2,233	5,086	県産加工品の品質及び製造技術等の向上と県民の水産加工品に対する認識を深めるため、長崎県水産加工振興祭水産製品評会を開催し、本県水産加工業の振興を図った。	【活動指標】	1	1	100%	●事業の成果 ・水産加工品に対する品質及び製造技術の向上と、県民へのPR、販促のために水産加工振興祭展示即売会を実施。コロナ禍で来場数は1.6万人と伸びなかったが、PRやアンケートを実施し、水産加工品の認知度向上を図った。 ●事業群の目標達成への寄与 ・本県水産加工品への認知度向上と消費者ニーズの把握により、新たな商品開発へと繋げ、指標達成に寄与した。			
				2,292	2,292	5,064			1	1	100%				
				2,337	2,337	4,993			1						
			H6-			—			【成果指標】	75	76		101%		
			水産加工流通課	—	—	—	水産加工業者等	アンケート調査の実施による品評会の認知度(%)	75	69	92%				
取組項目 ii	○	2	県産水産物国内販売強化事業費	18,611	11,271	16,749	水産加工品の商品力の向上や新たな需要を取り込むための設備投資、衛生環境の向上等を支援した。	【活動指標】				●事業の成果 ・コロナの影響で家食や個食化へと変化してきた消費者ニーズを捉えた商品づくりと、バイヤーや商社と連携した体制づくりを推進することで、新たな取引が広がり売上増に繋げることができた。 ●事業群の目標達成への寄与 ・関係者と共に消費者ニーズをしっかりと捉えた新たな商品づくりと販売促進に取り組む売上が増加し、指標達成に寄与した。			
				30,755	15,378	16,515			10	8	80%				
				R3-5					—				【成果指標】	10	
						水産加工流通課			—	—	—		漁業者、水産加工業者等	新たな取引を開始した商品売上(累計)(億円)	1.4
				—	—	—		2.1							

取組項目 iii	○	3	長崎海の恵み消費拡大事業費	6,763	1,941	9,348	県産魚の認知度向上と魚食普及の取組として長崎県の魚愛用店PRキャンペーンの実施や魚さばき教室へ支援するとともに、県内外における長崎俵物のブランドイメージの定着を図る取組みを実施することで県産水産物の消費拡大を推進した。	【活動指標】				●事業の成果 ・コロナの影響で観光業が停滞し、俵物の売り上げも減少。魚愛用店を含む飲食店の休業も続き、様々な販促、PRができなかった。また、新規認定活動も加工業者への対面での訪問が難しい状況で、新たな掘り起こしができなかった。 ●事業群の目標達成への寄与 ・長崎俵物の新規認定活動は、コロナの影響が大きく、取引額の増につなげることができなかった。一方で、新規認定商品の1つが農林水産大臣賞を受賞し注目されることでブランドイメージの向上や売上増に貢献した。
				19,326	11,284	9,217		長崎俵物の新規認定商品数(累計)(商品)	7	3	42%	
			R3-5					【成果指標】				
			水産加工流通課	—	—	—		県民及び観光客、漁協、水産加工業者等	俵物販売額(累計)(億円)	7	4.2	
								7.8				

3. 実績の検証及び解決すべき課題と解決に向けた方向性

i	即食性や簡便性を求める多様な消費者ニーズに対応した商品づくり	<p>●実績の検証及び解決すべき課題</p> <p>令和3年度は、8事業者が新たに33商品開発に取組み、合計2.9億円の販売増の成果となった。これまで大消費地における販売事業者等と県内事業者の関係強化してきたが、特に、総合商社、食品卸等と連携することで、蒲鉾アイテムについては「長崎すり身」という形で売り出し、個食用すり身商品やツミレ鍋商材アイテムなど多岐の消費形態に対応することで、約1.5億円の新たな取引につなげることができた。今後とも、連携を密にし、業務・個食向けの多様な消費者ニーズに対応できるような商品づくりに取り組んでいく必要がある。</p>	<p>●課題解決に向けた方向性</p> <p>消費形態の多様化に伴い、マーケットニーズも変化するため、商社・食品卸等食品ベンダーと連携し、県内水産物の商材発掘や商品開発できる体制構築につながる取組を支援していく。また、多様なニーズに対応できる機器整備や品質管理面・衛生環境面を整えるための支援・指導も併せて行っていく。</p>
ii	売れる商品の安定生産と供給体制づくり	<p>●実績の検証及び解決すべき課題</p> <p>コロナ禍の中でも、比較的堅調な売上が見込める関西量販店(阪急オアシス、オークワ、ライフコーポレーション等)や生協系(グリーンコープ、コープ九州、パルシステム、生活クラブ等)水産バイヤーとの連携を強化し、量販店では16商品、生協系では14商品の新たな商品開発・販売につながった。今後も、量販店や生協系の取組においては、バイヤー連携による計画生産・販売と、県内加工業者間の連携による大ロットや細やかなニーズに対応できる安定生産・供給体制づくりの一層の強化が必要である。</p>	<p>●課題解決に向けた方向性</p> <p>伸張する量販店や生協等の新たな取引・拡充に向け、コロナ禍で対応可能な展示会(オンライン開催含む)や商談の取組機会を増やし、バイヤーと連携した商品開発・改良・販促に繋げていく。また、大ロットの計画生産体制づくりにおいては、商談キーマンとなる業者(県漁連、団地協など)が窓口の中心となり、ニーズに応じて、加工業務を得意な対応可能な県内加工業者に振り分け、産地加工体制づくりに取り組んでいく。</p>
iii	長崎県の魚愛用店等の利用促進による県産魚消費拡大	<p>●実績の検証及び解決すべき課題</p> <p>長崎俵物は県内水産加工業者の能力向上、販路開拓、売上増に寄与しており、認定から販売まで一連の流れをもった他県にはない制度である。直近の販売額はR2:4.7億円、R3:4.2億円と下降しているが、アフターコロナにおける購買活動の回復を見据え、改めて県内外での販売強化の取組を行う必要がある。また、地産地消となる「長崎県の魚愛用店」制度の認定店舗は約200店まで増加しているが、コロナ禍での利用率は減少傾向にあり、県民や観光客に向けた県産水産物の消費を促すような取組が必要である。</p>	<p>●課題解決に向けた方向性</p> <p>本県水産加工品のトップブランドとして長崎俵物のPRIによる販売強化を実施し、本県水産加工業全体のレベルアップと生産拡大を図る。また、長崎県の魚愛用店については、新幹線開業等の県民や観光客に向けた本県観光振興策との連携やリニューアルにより利便性が向上したホームページを活用したPR、販促ツールの強化等による情報発信に取り組む。</p>

4. 令和4年度見直し内容及び令和5年度実施に向けた方向性

取組項目	中核事業	事業番号	事務事業名 事業期間 所管課(室)名	令和4年度事業の実施にあたり見直した内容 ※令和4年度の新規取組は「R4新規」と、見直しがない場合は「—」と記載	令和5年度事業の実施に向けた方向性		
					事業構築の視点	見直しの方向	見直し区分
取組項目 i	○	1	水産加工振興対策費 H6- 水産加工流通課	コロナ禍の中でも、水産加工振興祭品評会及び展示即売会における来場者と売上額の更なる増加並びに認知度向上を図るため、出展業者及び来場者の意見を踏まえ、開催場所の変更や品評会受賞商品をより多く展示即売会で販売できるよう見直しを行った。	②	長崎県水産加工振興祭水産製品品評会は、県産水産加工品の品質や製造技術の向上を図るため、今後も引き続き開催していく。また、令和4年度事業の実施状況を踏まえ、認知度向上及び売上増につながる追加の取組について、高い利便性と集客能力を持つ開催場所や費用対効果が見込める開催方法等を改めて検討し、水産加工業の振興を図る。	改善

取組項目 ii	○	2	県産水産物国内販売強化事業費	コロナ感染拡大の影響を受け、展示会及び商談会の実施形態がリモート開催になるなど多様化していることから、リモート展示会出展に係る費用を幅広く支援することで、事業者が積極的に活用できるよう見直しを行った。	②	引き続き現在の取組支援を継続し、令和4年度の実施状況を踏まえ、新型コロナウイルスの影響等によって加速するデジタル化の進展を伴った変化する消費者ニーズを的確に捉えた売れる商品づくりを推進し、県産水産物の販売力強化を図っていく。	改善
			R3-5				
			水産加工流通課				
取組項目 iii	○	3	長崎海の恵み消費拡大事業費	長崎県の魚愛用店の維持拡大や利用率の向上を推進するため、水産部局だけでなく観光・衛生部局や市町関係者との連携を強化し、新たな店舗発掘や周知PR等に取り組む。また、俵物については、アフターコロナを踏まえ、新幹線開業等の増加が見込まれる県外客の需要を取り込むため、広告・PRIに力を入れていく。	②	引き続き現状の取組支援を継続し、令和4年度の実施状況を踏まえ、長崎俵物のPR手法等の検討を行うことにより、俵物の更なるブランド力強化と消費拡大を図る。併せて、長崎県の魚愛用店の維持拡大や利用率向上のため、令和4年度の実施状況を踏まえ、新幹線開業等で増加が見込まれる県外客に県産魚の魅力を訴求することで生まれる需要を多く取り込む必要があることから、飲食店の新規認定に努めていく。	改善
			R3-5				
			水産加工流通課				

注：「2. 令和3年度取組実績」に記載している事業のうち、令和3年度終了事業、100%国庫事業などで県の裁量の余地がない事業、公共事業評価対象事業、研究事業評価対象事業、指定管理者制度導入施設評価対象事業については、記載対象外としています。

【事業構築の視点】

- ① 視点① 事業群としての成果目標に対し、特に効果が高い事業の見極め、事業の選択と集中ができていないか。
- ② 視点② 指標の進捗状況に応じて、その要因分析及びさらに高い効果を出すための工夫、目標に近づけるための工夫を検討・実施できているか。
- ③ 視点③ 人員・予算を最大限効果的に活用するための事務・事業の廃止・見直しができているか。
- ④ 視点④ 政策間連携により事業効果が高められないか。事業群としてリーダーの明確化、関係課の役割分担・協力関係の整理ができているか。
- ⑤ 視点⑤ 県と市町の役割分担・協力関係の整理・認識共有ができているか。
- ⑥ 視点⑥ 県と民間の役割分担・協力関係の整理・認識共有ができているか。
- ⑦ 視点⑦ 戦略的に関係者の行動を引き出せているか。
- ⑧ 視点⑧ 国制度等の最大限の活用が図られているか。国へ政策提案(制度改正要望)する必要はないか。
- ⑨ 視点⑨ 経済情勢等、環境の変化に対応した効果的・適切な見直しとなっているか。
- ⑩ その他の視点