

事業群評価調書(令和6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	森川 晃
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5年度事業費(千円)	※下記「2. 令和5年度取組実績」の事業費(R5実績)の合計額 55,696	

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	6億円	7.3億円	8.6億円		8.6億円(R7)
		実績値②	—	2.9億円	4.7億円	8.3億	/	/		進捗状況
	達成率②/①	/	207%	223%	138%	/	/	順調	量販店や生協等のバイヤーと連携し、消費者のニーズに対応した商品(即食性や簡便性を求められる商品)等の開発・販売によって、令和5年度は合計3.6億円の取引額増となった。消費者のニーズに変化はないものの、バイヤーから求められる商品の規格は、常に変化してきており、これらの要望に臨機応変に対応していくことが求められる。	

2. 令和5年度取組実績(令和6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5年度事業の成果等	
				R4実績	うち一般財源	人件費(参考)		R4目標	R4実績	達成率		
				R5実績								R5目標
取組項目 i	○	1	水産加工振興対策費	2,333	2,333	4,975	●事業内容 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ことで本県水産加工業の振興を図るため、水産製品品評会及び水産加工振興祭を開催する事業。 ●実施状況 11月に水産製品品評会を、12月に長崎市内、佐世保市内において催事を開催。本県水産加工品をPRすることで認知度向上を図った。	【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。コロナの影響が残る中、来場数は3.0万人と昨年度(2.5万人)を上回る事ができた。来場者に対し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(指標達成)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、成果指標に寄与した。
				2,706	2,706	3,064		1	1	100%		
				2,723	2,723	3,113		1	/	/		
			H6-	—	—	【成果指標】		75	77	102%		
			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	/	/	

取組項目 i ii	○	2	県産水産物国内販売強化事業費	26,992	14,120	16,455	<ul style="list-style-type: none"> ●事業内容 ・水産バイヤー連携 水産バイヤーと連携して行う売れる商品づくりに関する経費を補助。 ・大口取引に対応した商品開発 商社や食品卸等と連携した新たに行う大口の商品づくり等に関する経費を補助。 ・デジタル技術活用推進 デジタル技術を活用した商品の開発、改良、生産、販売、管理等による効率化に必要な設備・システム等の導入に要する経費を補助。 ●実施状況 ・バイヤーとの連携及び大口取引に対応した商品開発 首都圏の量販店や生協等と新商品を開発、フェアを実施。 ・デジタル技術活用推進 煮干し加工における異物除去工程自動化のための画像選別機導入助成を実施。 	【活動指標】	10	10	100%	<ul style="list-style-type: none"> ●事業の成果 ・バイヤーからの意見をもとに即食性・簡便性のある商品の改良・開発を行った結果、取引拡大及び売上げ増につながった。 ・デジタル機器の導入が、導入主体の生産性向上(昨年度比:作業人数22%減、1人あたりの生産量32%増)につながった。 ●事業群の目標(指標達成)への寄与 ・バイヤーと連携した商品づくりによって取引拡大及び売上げ増となり、指標達成に寄与した。
				17,256	9,939	9,956		事業取組者数(累計)(者)	15	14	93%	
				30,567	16,567	10,115		【成果指標】	2.1	4.7	223%	
				—	—	—		新たな取引を開始した商品売上(累計)(億円)	6.0	8.3	138%	
			R3-7	—	—	—	【成果指標】	7.3	—	—		
			水産加工流通課	—	—	—	デジタル機器等導入による県内水産加工業者への波及件数(累計)(件)	4	4	100%		
				—	—	—	漁業者、水産加工業者等	8	—	—		
取組項目 iii	○	3	長崎のさかな魅力発信事業費	35,734	19,018	9,956	<ul style="list-style-type: none"> ●事業内容 ・魚食普及の取組や、長崎県の魚愛用品店、県内外におけるPRなど県産水産物の魅力を最大限発信することで更なる消費拡大を図る。 ●実施状況 ・県産魚の魅力を発信する取組として長崎県の魚愛用品店PRキャンペーンの実施、地産地消イベント等へ支援するとともに、長崎俵物をはじめとする本県水産物の販売促進・PRを実施し、消費拡大を推進する。 	【活動指標】	5	5	100%	<ul style="list-style-type: none"> ●事業の成果 ・過去のイベントと比較して大幅に来場者数を伸ばすことができた。 ●事業群の目標(指標達成)への寄与 ・子供を含む消費者に県産水産物の効果的なPRを行ったことでイベントへの来場者及び参加者が増加したほか、商談会出展において新たな事業者との商談や取引・成約等につながり、事業群の達成に寄与した。
				44,465	23,640	10,115		【成果指標】	5	—	—	
				—	—	—		魚食普及イベント参加者数(万人)	8	9.2	115%	
				R5-7	—	—		—	10	—	—	
			水産加工流通課	—	—	—	県民及び観光客、漁協、水産加工業者等	—	—	—		

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	<ul style="list-style-type: none"> ●実績の検証及び解決すべき課題 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及び総合商社、食品卸等との連携強化によって、令和5年度は、3事業者が新たに55商品開発に取組み、合計3.6億円の販売増の成果となった。特に、鰹やイワシ等のつみれ4種の新商品開発・販売を支援するなど、多様な消費形態に対応した商品づくりを推進することで、約64,000千円の新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。 	<ul style="list-style-type: none"> ●課題解決に向けた方向性 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引き続き支援していく。 また、首都圏の流通・物流関係者と新たなネットワークを構築し、県内水産物の情報を提供することで販路拡大を進めていく。
ii	売れる商品の安定生産と供給体制づくり	<ul style="list-style-type: none"> ●実績の検証及び解決すべき課題 販売に関しては、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、バルシステム、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12商品、生協系では8商品の新たな商品開発・販売につながった。引き続き、バイヤー等との連携による計画生産・販売の強化を推進する。なお、生産に関しては、担い手が減少傾向にある水産加工業者の安定生産・供給体制づくりを強化するため、生産体制等の省力化の取組が必要である。 	<ul style="list-style-type: none"> ●課題解決に向けた方向性 伸張する量販店や生協等の新たな取引・拡充に向け、商談等の取組機会を増やし、バイヤー等と連携した商品開発・改良・販促に繋げていく。 また、水産加工業者の生産体制等の確保のため、デジタル技術を活用した省力化支援を実施していく。

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

●実績の検証及び解決すべき課題

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。新規認定商品も目標値を達成しており、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207店まで増加しているが、コロナ禍からの脱却を見据えた消費拡大の機運を捉え、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。

●課題解決に向けた方向性

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、利用促進に向けたキャンペーンを引き続き実施し県民や観光客に向けた本県観光振興策との連携し、販促ツールの強化等による情報発信に取り組む。

4. 令和6年度見直し内容及び令和7年度実施に向けた方向性

取組項目	中核事業	事業番号	事業事業名	令和6年度事業の実施にあたり見直した内容 ※令和6年度の新たな取組は「R6新規」等と、見直しが無い場合は「―」と記載	令和7年度事業の実施に向けた方向性		
			事業期間		事業構築の視点	見直しの方向	見直し区分
			所管課(室)名				
取組項目 i	○	1	水産加工振興対策費	—	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6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
			H6-				
			水産加工流通課				
取組項目 ii	○	2	県産水産物国内販売強化事業費	—	②	引き続きデジタル機器やソフトウェアの活用による省力化を図っていくとともに、令和6年度の実施状況を踏まえ、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
			R3-7				
			水産加工流通課				
取組項目 iii	○	3	長崎のさかな魅力発信事業費	大消費地等で開催される商談会については、これまで個別支援のみを行ってきたが、効果的なPR方法について、検討した結果、R6年度は、出展補助を大型商談会に絞り、長崎県一体となって出展し、「水産県ながさき」をPRすることとなった。	②	引き続き現状の取組支援を継続し、令和6年度の実施状況を踏まえ、コロナ禍脱却に伴うイベント手法等の変化やインバウンド・スタジアムシティ開業による交流人口の拡大が見込まれることから、大都市圏での商談会への支援や県の魚愛用店におけるキャンペーン等を実施し、水産県長崎としての魅力発信を図っていく。	改善
			R5-7				
			水産加工流通課				

注:「2. 令和5年度取組実績」に記載している事業のうち、令和5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るか。
- 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