

事業群評価調書（令和7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	事業群主所属・課(室)長名	水産部 水産加工流通課	鈴木 正昭
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6年度事業費(千円)	※下記「2. 令和6年度取組実績」の事業費(R6実績)の合計額	58,014

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)

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。

(取組項目)

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) 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6年度は合計2.6億円の取引額増となった。消費者の簡便化志向の強まり等を反映する形で、バイヤーが求める商品の形態も変化を続けており、これらの要望に対応していくことが求められる。
	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	8.3億円	10.9億円		進捗状況	
		達成率②／①		207%	223%	138%	149%		順調	

2. 令和6年度取組実績（令和7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 令和6年度事業内容及び実施状況 （令和7年度新規・補正事業は事業内容）	指標（上段：活動指標、下段：成果指標）				令和6年度事業の成果等
				R5実績	うち 一般財源	人件費 （参考）		主な指標	R5目標	R5実績	達成率	
				R6実績					R6目標	R6実績		
				R7計画					R7目標			
				事業実施の根拠法令等								
				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）			
所管課(室)名			事業対象									
取組項目 i	○	1	水産加工振興対策費	2,706	2,706	3,064	●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】 長崎県水産加工振興祭の開催（回）	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し、2.8万人が参加した。来場者に対し実施したアンケートにおける品評会の認知度は70%と目標にはわずかに及ばなかった。 ●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、指標達成に寄与した。
				2,722	2,722	3,154			1	1	100%	
				2,717	2,717	3,151			1			
				—				【成果指標】 アンケート調査の実施による品評会の認知度（％）	75	70	93%	
			H6-			75			70	93%		
			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	17,256	9,939	9,956	●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ロット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 受発注システムの導入、生産在庫管理システムの導入 顧客販売管理システムの機能拡張	【活動指標】	15	14	93%	●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、2.6億円の売上げ増につながった。 ・4事業者においてデジタル機器を導入し、導入主体の生産性向上につながったほか、2事業者におけるデジタル機器導入の動きへと波及した。 ●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。
				16,240	9,251	10,249		事業取組者数（累計）（者）	20	21	105%	
				25,966	14,266	10,241		【成果指標】	6.0	8.3	138%	
				—	新たな取引を開始した商品売上（累計）（億円）	7.3		10.9	149%			
					【成果指標】	8.6						
					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）	12		10	83%			
			R3-7	—	—	—						
水産加工流通課	—	—	—	漁業者、水産加工業者等	20							
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	●事業内容 魚食推進の取組や、長崎県の魚愛用店、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「推し魚」の選定、長崎県の魚愛用店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、長崎県物産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%	●事業の成果 ・令和5年度と比較して来場者数を伸ばすことができたが、目標とする10万人にはわずかに及ばなかった。 ●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。
				39,052	21,146	10,249		さかな祭り及び水産加工振興祭の開催数（回）	5	5	100%	
				44,679	23,640	10,241		【成果指標】	8	9.2	115%	
				R5-7	魚食普及イベント参加者数（万人）	10		9.5	95%			
			—		—	—						
							水産加工流通課	—	—	—	県民及び観光客、漁協、水産加工業者等	

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

県内事業者と大消費地における販売事業者等との関係強化及び食品卸等との連携強化によって、令和6年度は、3事業者が新たに58件の商品開発に取組み、合計2.6億円の販売増の成果となった。特に、消費者ニーズを踏まえたつみれの新商品開発・改良及び販売にかかる支援を通じて、約27,300千円の新たな取引につなげることができた。引き続き、消費者の簡便化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とともに、開発した商品による取引の定着にも注力する必要がある。

水産バイヤー等と連携し、消費者の強まる簡便化に対応するニーズを踏まえ、県内水産物の商材発掘や商品開発の推進を引き続き支援していく。

また、伸張する量販店や生協等との新たな取引や取引の定着に向け、新規取引先開拓時や商談時、商談後等の一連の流れをきめ細かくフォローする体制を図るとともに、人材育成型支援に取組む。

●実績の検証及び解決すべき課題	●課題解決に向けた方向性
-----------------	--------------

体制の省力化の取組が必要である。

●実績の検証及び解決すべき課題

機こじした本県水産物の強みを県民や観光客に認識してもらう消費拡大につなげる。

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連携し、販促ツールの強化等による情報発信に取り組む。

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。

4. 令和7年度見直し内容及び令和8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	令和7年度事業の実施にあたり見直した内容	令和8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	認知度向上及び売上増につながる追加の取組として、表彰式にあわせて、加工事業者向けの講演を実施する方向となった。	②	国の農林水産祭参加行事である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、実施内容を検証しながら今後も引き続き開催していく。	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	デジタル機器導入による省人化・省力化効果を周知することで、県産水産物の販売力強化のための本事業の利用を促進した。	②	R3年度からR7年度にかけて、本事業を通じて新たに取引を開始した商品の取引額（累計）は10.9億円に達し、一定の効果があったと考えられる。一方、さらなる取引拡大のためには、新規取引先開拓から商品企画、製品試作、商談、取引開始まで一気通貫できめ細かくフォローする人材育成型の支援を行うなど、事業者のキャパシティビルディングの取組が必要。 また、引き続きデジタル技術を活用した省力化支援を実施するとともに、消費者ニーズに対応するための機器整備に対する支援の充実について検討する。	終了
			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	大都市圏での商談会における「水産県ながさき」としての一体的なPR効果を高める観点から、個社・単協レベルでの参加についても働きかけ、参加事業者の増加及び多様化を図った。	②	R5年度からR6年度の2年間において、累計約18.5万人が魚食普及イベントに参加するなど、県産水産物の魅力発信の観点から、一定の効果があったと考えられる。本県水産物の更なる販売力強化と消費拡大を図るためには、引き続き、魚食推進の取組や、長崎県の魚愛用店キャンペーン及び県内外におけるPRなど、県産水産物の魅力発信が必要不可欠。一方、その内容や方法については、令和7年度の実施状況も踏まえ、他部局との連携も含め、より効果的な形での実施を検討する。	終了
			R5-7				
			水産加工流通課				

注：「2. 令和6年度取組実績」に記載している事業のうち、令和6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