

事業群評価調書(令和5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4年度事業費(千円)	※下記「2. 令和4年度取組実績」の事業費(R4実績)の合計額 44,570	

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	4.7億円	/	/	/		進捗状況
達成率②/①		/	207%	223%	/	/	/	達成		
									バイヤーや量販店との連携のほか、簡便商品や高品質商品などの消費者のニーズに対応した商品の開発・販売によって、令和4年度は合計1.8億円の取引額増となった一方で、引き続き観光や飲食店の消費が落ち込み中、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い、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4年度取組実績(令和5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4年度事業の成果等	
				R3実績	うち一般財源	人件費(参考)		主な指標	R3目標	R3実績		達成率
				R4実績					R4目標	R4実績		
				R5計画	R5目標	R5実績						
事業実施の根拠法令等			事業実施の根拠法令等			事業対象						
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												
取組項目 i	○	1	水産加工振興対策費	2,292	2,292	5,064	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。コロナの影響が残る中、来場数は2.5万人と昨年度(1.6万人)を上回ることができた。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、指標達成に寄与した。
				2,333	2,333	4,975		長崎県水産加工振興祭の開催(回)	1	1	100%	
				2,725	2,725	5,016			1	/	/	
			H6-	—					【成果指標】	75	69	
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	77	102%		
								75	/	/		

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】	10	8	80%	●事業の成果 ・従来から求められている即食性・簡便性や物価高騰等の影響によって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(指標達成)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み売上が増加し、指標達成に寄与した。
				26,992	14,120	16,455		事業取組者数(累計)(者)	10	10	100%	
				30,755	16,755	16,590			15			
				—				【成果指標】	1.4	2.9	207%	
R3-7					2.1	4.7	223%					
水産加工流通課	—	—	—	漁業者、水産加工業者等	2.8							
								【成果指標】				
								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			
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り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】	7	3	42%	
				15,245	8,178	9,183		長崎俵物の新規認定商品数(累計)(商品)	7	7	100%	
								【成果指標】	7	4.2	60%	
			(R4終了)R3-4						7.8	4.5	57%	
			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)
取組項目 iii	○	4	長崎のさかな魅力発信事業費				県産魚の魅力を発信する取組として長崎県の魚愛用店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】				
				45,438	23,877	9,259		さかな祭り及び水産加工振興祭の開催数(回)	5			
								【成果指標】				
			(R5新規)R5-7									
水産加工流通課	—	—	—	県民及び観光客、漁協、水産加工業者等				魚食普及イベント参加者数(万人)	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>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4年度は、5事業者が新たに41商品開発に取組み、合計1.8億円の販売増の成果となった。特に、塩干品の「骨なし・レンジアップ商品」の開発・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15,000千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引き続き支援していく。</p> <p>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。</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>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、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23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。</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、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。</p> <p>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。</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>長崎県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。</p> <p>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。</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県産品のPR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。</p> <p>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の実施や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5年度見直し内容及び令和6年度実施に向けた方向性

取組項目	中核事業	事業番号	令和5年度事業の実施にあたり見直した内容		令和6年度事業の実施に向けた方向性		
			事業事業名 事業期間 所管課(室)名	※令和5年度の新たな取組は「R5新規」等と、見直しがない場合は「―」と記載	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	コロナ前の水準に戻すべく、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、実行委員会や来場者の意見を踏まえ、イベント内容の見直しを行った。	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5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 R3-7 水産加工流通課	水産加工業者における従業員数は他産業と比べ減少しており、安定的な生産性等の確保のため、デジタル機器やソフトウェアの活用を推進し省力化を図る取組を実施する。	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5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
取組項目 iii	○	4	長崎のさかな魅力発信事業費 (R5新規)R5-7 水産加工流通課	R5新規	②	引き続き現状の取組支援を継続し、令和5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・新幹線開業等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

注:「2. 令和4年度取組実績」に記載している事業のうち、令和4年度終了事業、100%在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