事業群評価調書（平成30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④、⑤：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④、⑤：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 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	事業群関係課(室)	

1．計画等概要

（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、地元に流通させる漁協・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。

（取組項目）

ⅰ）家庭内の内食や「長崎県の魚愛用店」に代表される飲食店等の外食など、あらゆる食の場面での県産魚利用促進（事業群④）
ⅱ）大消費地の量販店等のニーズに対応した商品開発と協業生産体制づくり（事業群⑤）

事業群

指標		基準年	H28	H29	H30	H31	H32	最終目標（年度）
④長崎県の魚愛用店の認定店舗数（累計）	目標値①		160店舗	170店舗	180店舗	190店舗	200店舗	200店舗（H32）
	実績値②	121店舗（H26）	191店舗	203店舗				進捗状況
	②／①		179%	167%				達成
指標		**基準年**	**H28**	**H29**	**H30**	**H31**	**H32**	**最終目標（年度）**
④地域内デリバリー配送先数（累計）	目標値①		20箇所	30箇所	40箇所	50箇所	60箇所	60箇所（H32）
	実績値②	8箇所（H26）	51箇所	91箇所				進捗状況
	②／①		358%	377%				達成
指標		**基準年**	**H28**	**H29**	**H30**	**H31**	**H32**	**最終目標（年度）**
⑤大消費地において新たに取引を開始した商品数（累計）	目標値①		10商品	20商品	30商品	40商品	50商品	50商品（H32）
	実績値②	0商品（H26）	20商品	45商品				進捗状況
	②／①		200%	225%				順調

（進捗状況の分析）

④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」の認定及びPR活動により、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の目標値を達成することができた。

④島内で漁獲された魚を島内で流通させるために実施する離島における地域内デリバリーシステムの構築に対する助成を行った結果、目標値を達成することができた。なお、スキームが一定程度構築されたことから、当該助成事業は平成28年度をもって終了する。

⑤水産バイヤーと産地が連携して取り組む、大消費地の量販店等のニーズに対応した売れる商品づくりについて支援を行い、県産水産物の販売力強化を図った結果、目標を達成することができた。

2. 29年度取組実績（H30新規・補正は参考記載）

事業番号	取組項目	事務事業名	事業期間	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）					29年度事業の成果等	中核事業
		所管課(室)名		H28実績 H29実績 H30計画	うち一般財源	人件費（参考）	事業対象	29年度事業の実施状況（30年度新規・補正事業は事業内容）	指標	主な目標	H28目標 H29目標 H30目標	H28実績 H29実績	達成率		
1	取組項目i	水産加工振興対策費	H6-	2,716	2,716	5,227	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。	
				2,712	2,712	5,230					1	1	100%		
				2,780	2,780	5,197					1				
		水産加工流通課							成果指標	アンケート調査の実施による品評会の認知度（%）	55	64	116%		
											60	74	123%		
											65				
2		平成「長崎俵物」PR事業	H22-	7,792	194	6,032	水産加工業者等	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・県内等においてプロモーション活動,商談会参加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	1	100%	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に寄与した。	
				7,173	173	6,035					1	1	100%		
											1				
				7,200	200	5,997			成果指標	首都圏での認知度（%）	15.5	25.1	161%		
		水産加工流通課									16	24.6	153%		
											16.5				
3		ながさきのおいしい魚消費拡大事業費	H29-32				県民及び観光客、漁協等	長崎県の海の幸を知ってもらい、もっと食べてもらうため「長崎県の魚愛用店」のPRと県内外への魚食普及の取組を支援し、県産水産物の消費拡大を推進した。	活動指標	長崎県の魚愛用店の認定店舗数（店舗）				「長崎県の魚愛用店」制度普及と新規認定店舗の増により、さらなる県産水産物の消費拡大及び地産地消に寄与した。	
											201	203	100%		
											211				
				5,734	3,090	3,629			成果指標	長崎県の魚愛用店を利用した割合（%）					
											45	43	95%		
											50				
				10,374	6,123	3,606				水産イベントへの来場者数（人）					
												63,000			
		水産加工流通課									64,000				
4	取組項目ii	市場ニーズに対応した加工・流通対策事業	H28-30	46,462	23,776	17,290	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した。	活動指標	協業化して事業に取り組む団体数（件）	10	10	100%	大消費地の量販店等のニーズに対応した商品開発と安定供給に対応した生産体制の推進に寄与した。	○
				60,652	30,349	17,299					10	13	130%		
											10				
				51,194	25,597	17,191			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	20	200%		
											20	45	225%		
		水産加工流通課									30				

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）家庭内の内食や「長崎県の魚愛用店」に代表される飲食店等の外食など、あらゆる食の場面での県産魚利用促進

平成24年度から開始した「長崎県の魚愛用店」の認定制度は、今年度で7年目を迎え、認定店舗数は200店舗を超えており、認知度も45%と県内に一定浸透しつつある。しかし、一方で魚愛用店の利用ニーズは74%（平成30年2月県政WEBアンケートより）と高いにもかかわらず、利用したことがある人は、43%と低い。今後も引き続き、認定店の維持拡大を推進するとともに、PRのターゲットの範囲を県内から県外（観光客含む）等へ拡大しつつ、より効果的なPRを行う必要がある。

ⅱ）大消費地の量販店等のニーズに対応した商品開発と協業生産体制づくり

大消費地で開催される商談会やフェアへの出展、量販店バイヤーからの指導に基づく商品開発や機器整備について支援した結果、新たに取引を開始した商品は一定の成果を残すことが出来た。引き続き、各産地の特徴を生かした養殖魚等の商品開発を支援していく必要がある。協業生産体制づくりについては、これまで推進してきた加工業者の協業化に加え、新たに生産者と加工業者の連携体制の構築を推進することで、原料の安定確保や商品の安定生産を背景とした販売促進による県産水産物販売力強化を図っていく必要がある。

４．30年度見直し内容及び31年度実施に向けた方向性

事業番号	取組項目	事務事業名	30年度事業の実施にあたり見直した内容 （H30の新たな取組は「H30新規」等と記載、見直しがない場合は「－」と記載）	31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
1	取組項目ⅰ	水産加工振興対策費	水産加工振興祭品評会及び展示即売会における来場者、売上額の増加を図るため、イベント内容やPR方法を拡充。	－	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29年度で55回目を迎えた。国の農林水産祭への参加行事の一環でもあることから今後も引き続き開催していく。	現状維持
2	取組項目ⅰ	平成「長崎俵物」PR事業	効率的・効果的な事業運用を図るため、首都圏における認知度調査手法の変更、PR手法や回数等の見直しを実施。	－	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り、今後も引き続き県内外におけるPR活動を続けていく必要がある。その上で、俵物のカテゴリー新設や専門のマネキン養成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に向け、本事業を展開していく。	改善
3	取組項目ⅰ	ながさきのおいしい魚消費拡大事業	県産魚の美味しさを認識するとともに食育、地産地消を推進する魚食普及活動や県産魚PRを行う水産イベントについて支援。	－	認定店の維持拡大を推進しつつ、観光との連携による外食産業等での県産魚の利用促進を図るとともに、魚食普及活動により、家庭内外で県産魚を食べる機会を増やすとともに、県産魚の美味しさを認識してもらうことにより、水産県長崎の認知度向上と県産魚の消費拡大を図る。加えて、民間業者等が計画する県産水産物の販売拠点施設整備の実現に向け、必要な支援を検討する。	改善
4	取組項目ⅱ	市場ニーズに対応した加工・流通対策事業	生産者と加工業者の連携体制を構築し、加工原料等の保管機能強化を推進していくため、機器整備等について支援。	－	平成28年度から大消費地の量販店等のニーズに対応するため、漁業団体、水産加工組合、加工業者、行政等が連携・協力して協業化を推進し、新たな商品開発と安定供給に対応した生産体制づくりを整備してきたところである。 今後はこの生産体制を十分活用して、更なる販路拡大を図るとともに、生産者と加工業者の連携体制の構築を推進し、加工原料等の保管機能強化による商品の安定生産、安定供給を可能とするなど、県産水産物の販売力強化を図る施策を検討していく。	拡充

注：「2．29年度取組実績」に記載している事業のうち、H29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