

事業群評価調書(令和元年度実施)

| | | | |
|-------|------------------------------|-----------|------------|
| 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 | 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 | 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 | 事業群関係課(室) | |
| | 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 | | |

1. 計画等概要

| | |
|---|--|
| <p>(長崎県総合計画チャレンジ2020 本文)</p> <p>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。</p> <p>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。</p> | <p>(取組項目)</p> <p>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)</p> <p>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)</p> |
|---|--|

| 事業群 | 指標 | | 基準年 | H28 | H29 | H30 | R元 | R2 | 最終目標(年度) | (進捗状況の分析) |
|-------------------------------|----------|------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-----------|---|
| | 目標値① | 実績値② | | | | | | | | |
| ④長崎県の魚愛用店の認定店舗数(累計) ※H30まで | 目標値① | | | 160店舗 | 170店舗 | 180店舗 | — | — | — | 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。なお、当初設定した最終目標を達成したことにより、「魚愛用店の利用率」を新たな指標として設定した。 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して助成し、スキームが一定程度構築された結果、目標値を達成することができた(当該助成事業は平成28年度をもって終了)。 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。 |
| | 実績値② | 121店舗(H26) | 191店舗 | 203店舗 | 215店舗 | | | | 進捗状況 | |
| | ②/①(達成率) | | 119% | 119% | 119% | | | | — | |
| ④長崎県の魚愛用店の利用率 ※R元から | 目標値① | | | — | — | — | 25.3% | 29.1% | 29.1%(R2) | 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。なお、当初設定した最終目標を達成したことにより、「魚愛用店の利用率」を新たな指標として設定した。 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して助成し、スキームが一定程度構築された結果、目標値を達成することができた(当該助成事業は平成28年度をもって終了)。 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。 |
| | 実績値② | 17.5%(H29) | | 17.5% | 23.9% | | | | 進捗状況 | |
| | ②/①(達成率) | | | | | | | | — | |
| 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(R2) | 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。なお、当初設定した最終目標を達成したことにより、「魚愛用店の利用率」を新たな指標として設定した。 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して助成し、スキームが一定程度構築された結果、目標値を達成することができた(当該助成事業は平成28年度をもって終了)。 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。 |
| | 実績値② | 8箇所(H26) | 28箇所 | 44箇所 | 44箇所 | | | | 進捗状況 | |
| | ②/①(達成率) | | 140% | 146% | 110% | | | | 順調 | |
| 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(R2) | 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。なお、当初設定した最終目標を達成したことにより、「魚愛用店の利用率」を新たな指標として設定した。 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して助成し、スキームが一定程度構築された結果、目標値を達成することができた(当該助成事業は平成28年度をもって終了)。 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。 |
| | 実績値② | 0商品(H26) | 20商品 | 45商品 | 72商品 | | | | 進捗状況 | |
| | ②/①(達成率) | | 200% | 225% | 240% | | | | 達成 | |

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8年目を迎え、認定店舗数は200店舗弱と増えており、認知度も46%と県内に一定浸透しつつある。魚愛用店の利用ニーズは73%（平成31年2月県政WEBアンケートより）と、県民の地元の魚に対する関心も高く、愛用店を知っている人のうち利用した人は51%と半数を超えている。今後も引き続き、認定店の維持拡大を推進するとともに、利用率を高めるための取組及び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数は目標達成することが出来た。今後は消費者ニーズを的確に捉えた売れる商品づくりについて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してきたところであり、引き続き、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. 令和元年度見直し内容及び令和2年度実施に向けた方向性

| 事業番号 | 取組項目 | 事務事業名 | 令和元年度事業の実施にあたり見直した内容 | 令和2年度事業の実施に向けた方向性 | | |
|------|---------|---------------------------|--|-------------------|--|-------|
| | | | (令和元年度の新たな取組は「R元新規」等と記載、見直しが無い場合は「-」と記載) | 事業構築の視点 | 見直しの方向 | 見直し区分 |
| 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30年度で56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 | | 長崎俵物PR事業 | 改元に伴うHP改修やCM制作に併せて、効率的・効果的な事業運用を図るため、県内外でのPR手法や実施回数等の見直しを実施。 | ② | 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、今後のさらなる水産加工業振興のため、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、俵物のカテゴリ一新設や取組項目 ii と連携した新商品の掘起し、新たな広告媒体、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に向け、本事業を展開していく。 | 改善 |
| 3 | | ながさきのおいしい魚消費拡大事業 | 魚愛用店の制度普及や利用率向上を図るため、ツールの多言語化やPR手法の見直しを実施。 | ② | 認定店の維持拡大や利用率の向上を推進しつつ、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。 | 改善 |
| 5 | 取組項目 ii | 売れる商品開発・生産加工連携による販売力強化事業費 | R元新規 | — | 消費者ニーズを的確に捉えた売れる商品づくりや生産者と加工業者の連携体制の推進による安定供給に対応した生産体制づくり等の取組を支援し、県産水産物の販売力強化を図っていく。 | 現状維持 |

注：「2. 平成30年度取組実績」に記載している事業のうち、平成30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ないか。
- 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ないか。
- 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ないか。
- ⑦ 視点⑦ 戦略的に関係者の行動を引き出せていないか。
- 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