

事業群評価調書(令和2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	吉田 誠
事業群名	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)	
	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>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、地元に通わせる漁協・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>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>)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)</p> <p>)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)</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		160店舗	170店舗	180店舗				
	実績値	121店舗(H26)	191店舗	203店舗	215店舗				進捗状況	<p>魚愛用店の認定店舗数が最終目標値を達成することができたため、令和元年度から新たに「魚愛用店の利用率」を指標として設定した。目標値を達成することはできなかったが、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、実績値は上昇傾向にあり達成率は97%であった。</p>
	(達成率)		119%	119%	119%					
	指標	基準年	H28	H29	H30	R元	R2	最終目標(年度)		<p>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、達成率は88%となった(当該助成事業は平成28年度をもって終了)。</p> <p>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。</p>
	目標値					25.3%	29.1%	29.1%(R2)		
	実績値	17.5%(H29)		17.5%	23.9%	24.6%			進捗状況	
	達成率					97%			やや遅れ	
	指標	基準年	H28	H29	H30	R元	R2	最終目標(年度)		
	目標値		20箇所	30箇所	40箇所	50箇所	60箇所	60箇所(R2)		
	実績値	8箇所(H26)	28箇所	44箇所	44箇所	44箇所			進捗状況	
	達成率		140%	146%	110%	88%			やや遅れ	
	指標	基準年	H28	H29	H30	R元	R2	最終目標(年度)		
	目標値		10商品	20商品	30商品	40商品	50商品	50商品(R2)		
	実績値	0商品(H26)	20商品	45商品	72商品	96商品			進捗状況	
	達成率		200%	225%	240%	240%			達成	

2. 令和元年度取組実績(令和2年度新規・補正は参考記載)

事業番号	取組項目	事務事業名 所管課(室)名	事業期間	事業費(単位:千円)			事業対象	事業概要 令和元年度事業の実施状況 (令和2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)				令和元年度事業の成果等	中核事業	
				H30実績	うち一般財源	人件費(参考)			指標	主な目標	H30目標	H30実績			達成率
				R元実績	R2計画	R元目標					R元実績				
1	水産加工振興対策費 水産加工流通課	H6-	2,780	2,780	5,182	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(回)	1	1	100%	
			2,830	2,830	5,170				1	1		100%			
			2,312	2,312	5,184	根拠法令	成果指標	アンケート調査の実施による品評会の認知度(%)	65	78	120%				
									70	69	98%				
2	長崎俵物PR事業 水産加工流通課	H22-	7,200	200	5,979	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(回)	1	1	100%	事業の成果 ・県内外においてPR活動を行い、長崎俵物のブランドイメージの定着を図った。 ・事業群の目標(指標達成)への寄与 ・県内外における長崎俵物のPRを行い、首都圏での認知度も同程度で推移したうえ、新たな商品の取引にもつながり、指標達成に寄与した。		
			7,208	419	5,966					1	1	100%			
			5,437	5,437	5,981	根拠法令	成果指標	首都圏での認知度(%)	16.5	24.9	150%				
									17	28.4	167%				
3	ながさきのおいしい魚消費拡大事業費 水産加工流通課	H29-R2	9,179	5,041	3,595	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)	213	215	100%	事業の成果 ・「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を図った。 ・事業群の目標(指標達成)への寄与 ・「長崎県の魚愛用店」制度普及とPRを行い、新たに12店舗を認定したことで魚愛用店の利用率向上に寄与した。		
			8,712	4,530	3,587					225	227	100%			
			7,975	3,987	3,596	根拠法令	成果指標	長崎県の魚愛用店の利用率(%)	23.9	24.6	97%				
									29.1						
4	売れる商品開発・生産加工連携による販売力強化事業費 水産加工流通課	R元-3	/	/	/	漁業生産者団体、水産加工業者団体等	消費者ニーズを的確に捉えた売れる商品づくりによる本県水産物の販売力強化及び漁業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の確立を支援した。	活動指標	新たな商品開発・改良や生産加工連携に取り組む団体数(件)	10	13	130%	事業の成果 ・消費者ニーズを捉えた商品づくりと生産加工連携体制づくりを推進し、県産水産物の販売力強化を図った。 ・事業群の目標(指標達成)への寄与 ・パイヤーと連携することで、消費者ニーズを的確に捉えた売れる商品づくりを行った結果、新たに31商品の商品開発・改良を行い、そのうち24商品で新たに取引が開始され、目標を達成することができた。		
			35,584	18,670	17,142					10					
			32,861	16,431	17,187	根拠法令	成果指標	新たに商品開発・改良した商品数(累計)(商品)	10	31	310%				
									20						

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

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	
<p>実績の検証及び解決すべき課題</p> <p>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9年目を迎え、認定店舗数は200店舗弱と増え、認知度も49%と県内に一定浸透しつつある。魚愛用店の利用ニーズは71%（令和2年2月県政WEBアンケートより）と、県民の地元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ことがある人は50%と半数である。課題としては新型コロナウイルスの影響により利用率が落ち込んでいるものと推測される。</p>	<p>課題解決に向けた方向性</p> <p>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。</p>
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	
<p>実績の検証及び解決すべき課題</p> <p>量販店等のバイヤーからの指導に基づく商品開発等について支援した結果、新たに商品開発・改良した商品数は目標を達成することが出来た。また、協業生産体制づくりについても、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ができた。課題としては、新型コロナウイルスの影響による新しい生活様式に応じた消費者ニーズの変化が考えられる。</p>	<p>課題解決に向けた方向性</p> <p>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について引き続き支援していくことで、県産水産物や水産加工品の販路拡大を推進していく。</p>

4. 令和2年度見直し内容及び令和3年度実施に向けた方向性

事業番号	取組項目	事務事業名 所管課(室)名	令和2年度事業の実施にあたり見直した内容 (令和2年度の新たな取組は「R2新規」等と記載、見直しが無い場合は「-」と記載)	令和3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		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、令和元年度で57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
		水産加工流通課				
2	取組項目	長崎俵物PR事業	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。		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、俵物のカテゴリー新設や取組項目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
		水産加工流通課				
3		ながさきのおいしい魚消費拡大事業費	魚愛用店の制度普及や利用率向上を図るため、PR手法の見直しを実施。		認定店の維持拡大や利用率の向上を推進しつつ、増加する外国人観光客向け飲食店の新規認定や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
		水産加工流通課				
4	取組項目	売れる商品開発・生産加工連携による販売力強化事業費	消費者ニーズを的確に捉えた売れる商品づくり等に加え、大量漁獲物の加工利用推進に向けた取組に対して支援を行う。		引き続き今ある支援を継続し、新型コロナウイルスの影響等により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
		水産加工流通課				

注：「2. 令和元年度取組実績」に記載している事業のうち、令和元年度終了事業、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】

- 視点 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。
- 視点 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。
- 視点 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。
- 視点 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。
- 視点 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。
- 視点 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。
- 視点 戦略的に関係者の行動を引き出せているか。
- 視点 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。
- 視点 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。
- その他の視点