

事業群評価調書(令和3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	渡邊 孝裕
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	③ 県産水産物の国外販売力の強化	令和2年度事業費(千円)	※下記「2. 令和2年度取組実績」の事業費(R2実績)の合計額 47,024	

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)							
輸出先国における産地間競争が激化する中、海外市場での競争力を高めるとともに、新規市場の開拓により輸出の継続・拡大を図るため、社会経済の変動にも対応できる更なる商品力の強化や安定生産・供給体制の構築等を推進します。		i) 県産水産物の輸出促進(海外での本県水産物のPR、海外ニーズに合う商品づくり、輸送ルートや新規販路の開拓)							
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)
	③水産物輸出額	目標値①	40億円	42億円	46億円	48億円	50億円	50億円 (R7)	
	実績値②	27億円 (H30)						進捗状況	
		達成率 ②/①						—	
									<p>○輸出額の推移について 現地での展示会等への出展、商談会やフェアの開催など、年間を通じて本県産水産物の認知度向上を図り、併せて新規輸出ルートの開拓や現地業者と連携した販促活動、情報提供等の支援を継続して実施した結果、水産物の輸出額は概ね順調に推移してきたが、新型コロナウイルス感染症の影響を受け、令和2年度の水産物輸出額は28.5億円と、前年度に続いて減少した。 輸出額増加を牽引するのは、中国向け輸出ブランド“長崎鮮魚”であり、現地パートナー企業との連携関係のもと、県委託事業による販促PR等を効果的に実施しながら本県水産物の輸出の増加に寄与してきた。</p> <p>○海外ニーズへの対応について 海外のニーズに対応した商品づくりが進んだことも輸出増加の一因であり、主に海外で求められる大型サイズの養殖ブリが北米、韓国、中国に、大型サイズの養殖クロマグロが中国等に輸出を伸ばしている。 一方、新型コロナ禍の中で、海外でも外食需要が低迷し、内食需要が高まる傾向が進むなど、現地ニーズの変化も生じており、今後も最新ニーズを的確に把握するための情報収集と、商品開発をサポートする体制が必要。</p> <p>○輸出向け施設の整備状況 米国やEU等の輸出に必要な加工施設のHACCP等認定については、管内の主要業者が取得を進めてきた。現在も新たにHACCP認定の取得を目指す事業者の加工施設整備等を補助事業を活用して進めているところであり、今後も、ハード・ソフト両面で産地における輸出体制の整備、機能強化を進めていく必要がある。</p>

2. 令和2年度取組実績(令和3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2年度事業の実施状況 (令和3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2年度事業の成果等
				R元実績	うち 一般財源	人件費 (参考)		主な指標	R元目標	R元実績	達成率	
				R2実績					R2目標	R2実績		
				R3計画	R3目標	R3実績						
事業実施の根拠法令条項				事業実施の根拠法令条項								
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	他の計画 対象事業 (公共、研究 等)	事業対象					
所管課(室)名												
取組項目 i	○	1	長崎産水産物輸出倍増 事業費	34,801	21,865	14,789	海外での本県産水産物のPRや輸出国が求める衛生管理体制の充実、ニーズに応じた商品力強化を図るとともに、新たな輸送ルートや新規販路の開拓を推進した。 海外への渡航が困難であったため、市場調査については実施できなかったが、コロナ後の輸出回復・拡大に向けた新たな輸出品目の試験出荷や、輸出向け加工施設の改修整備など産地の輸出体制の強化等を進めた。	【活動指標】	3	3	100%	●事業の成果 新型コロナウイルスによる海外需要の低迷や空輸便の制限など、輸出をとりまく環境が厳しい中、中国向けについては、代替空輸ルートの活用と現地パートナー企業への委託による効果的な販促PR等により取引が継続し、輸出額は堅持された。韓国については、海外で需要のある大型養殖ブリの安定生産と円滑な輸出証明書発行により、輸出を伸ばした。また、東南アジアについては過年度に行った市場調査や商談等の成果により冷凍魚の輸出が伸びている。
				47,024	19,161	23,472		市場調査数(箇所)	2	0	0%	
				66,767	35,807	23,559		【成果指標】	25	31	124%	
			R元-3	—				水産物輸出額(関係団体分)(億円)	30	28.5	95%	
			水産加工流通課	—	—	—		県内の輸出業者及び輸出予定業者	40			

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 県産水産物の輸出促進(海外での本県水産物のPR、海外ニーズに合う商品づくり、輸送ルートや新規販路の開拓)	
<p>●実績の検証及び解決すべき課題</p> <p>本県の水産物輸出は、中国向け輸出ブランド「長崎鮮魚」や、北米、韓国、中国向けの養殖ブリ、東南アジアやアフリカ向けの冷凍魚(アジ、サバ等)により、これまで概ね順調に市場を拡大してきた。一方、中国など多くの輸出先国で産地間競争が激化していることから、海外市場での競争力を高めるとともに新規市場の開拓により輸出の継続・拡大を図る必要がある。</p> <p>◆海外での本県水産物のPR 激化する市場競争の中で輸出を拡大するためには、既存の商流を堅持しつつ、新たな需要を確保していく必要がある。「長崎鮮魚」は、中国輸出を牽引するブランドであるが、近年は他産地も中国向けに積極的に販促活動を行っており、例えば、養殖クロマグロについては全国の輸出量に占める本県の輸出量のシェアが減少傾向にあるなど、影響を受けているものと考えられる。 今後、産地競争の中で輸出を伸ばしていくためには、「長崎鮮魚」のブランド力を高め、産地として選ばれ続けるためのPR強化が必要であり、取引拡大に有効な個別品目のブランディングや、訴求力を高める販促方法の工夫が課題。</p> <p>◆海外ニーズに合う商品づくり 中国向け養殖クロマグロや北米向け養殖ブリなど、海外で求められる大型で脂質の高い養殖魚が順調に輸出を伸ばしてきた。一方、新型コロナの影響等により、空輸ルートの制約や現地ニーズの変化が生じていることから、今後、産地間競争の中で市場拡大を図るためにも、これらの変化に対応可能な輸出商材の鮮度保持や、冷凍加工品の開発・発掘及びそれらの生産を支える輸出施設整備など、競争力の高い商品の生産及び安定供給体制づくりが必要。</p> <p>◆輸送ルートや新規販路の開拓 中国については、上海・北京向けルートのほか、深セン(南部)向けや、コロナ禍でも利用できる関西空港発上海向けルートなど、空輸ルートの選択肢が増え、輸出の維持・拡大に寄与してきた。一方、新型コロナの影響で、安定した空輸ルートが確保しにくい状況にあることから、今後も、活用可能な輸送の手段及びルートを模索し、実用化していくことが課題。</p>	<p>●課題解決に向けた方向性</p> <p>新型コロナの影響も含め社会経済の変動にも対応できる商品力の強化やPR、輸出品目の発掘、開拓や輸送手段の充実化、安定生産・供給体制の構築等を推進し、海外での市場競争力を高め、輸出を更に拡大する。</p> <p>◆海外での本県産水産物のPR 最大の輸出先国である中国については、南部及び内陸部向けPR活動を行い長崎鮮魚の知名度向上及び市場開拓を進める。上海や北京など既存市場を堅持するため、具体的な現地ニーズ(売場、客層、消費形態など)を踏まえたセールス活動を展開し、競合の激しい国や地域向けには競争力の高いブランド商材の輸出や、他の長崎県産品と一体となったプロモーションを行うなど、差別化を図る。</p> <p>◆海外ニーズに合う商品づくり 養殖魚(ブリ、マグロ、マアジなど)の輸出については、各養殖産地と連携し、需用の高い大型サイズの増産・安定供給体制を構築する。 また、海外市場における最新のニーズや流通実態を踏まえ、輸出商材の高鮮度化や品質及び利便性の高い冷凍商材の開発・発掘を進め、併せて効率的な輸送方法も確立し、輸出拡大を図る。 HACCP等輸出認証の取得など輸出環境の整備についても、海外ニーズに対応するための重要な要素であり、ソフト・ハード両面で国や県の事業を活用しながら推進する。</p> <p>◆輸送ルートや新規販路の開拓 中国については、空輸、航路を含む多様な輸送手段を検討・実証しながら、活用可能な輸送ルートに充実・強化し、輸送能力の向上を図る。特に、中国南部や内陸部向けには、新規輸送ルートによるトライアル輸出等にも取り組みながら定着を図る。また、船舶による大量輸送を前提とした冷凍・加工品や活魚などの出荷体制の整備についても、現地の受け入れ体制も含め、検討を進めていく。 東南アジアやアフリカ向け冷凍サバ等については、輸出に取り組む団体等による市場調査や現地商談などを引き続き支援していく。</p>

4. 令和3年度見直し内容及び令和4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3年度事業の実施にあたり見直した内容	令和4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	長崎産水産物輸出倍増事業費	HACCP導入等輸出環境の整備を進めるため、講習会開催や国事業の活用推進、また、事業者の要望や課題に応じた指導及び相談対応、商談支援などの確に対応し、効率的な認証取得を図る。	① ② ⑧⑨	本事業はR3までで終了とし、後継事業において本事業の課題を解決するため以下の見直しを図る。 ◆各国の輸入規制や新型コロナの影響も踏まえた最新、将来の現地ニーズへの対応力が問われるため、加工場等の施設整備や、生産・集荷・販売における輸出に取り組む業者相互の連携強化、多様な輸送手段の確保等を一体的に進め、輸出産地長崎としての機能強化を図る。 ◆競合が激化してきた海外市場でシェアを拡大するため、他産地との差別化を図る取組として個別のブランド品目の開発・発掘及び販促PRを強化する。 ◆中国の輸入可能品目の追加・拡充等は、長崎県産水産物の輸出拡大に大きく寄与することから、行政間の交流関係も有効に活用しながら、中国側へ具体的な働きかけを行う。	終了
			R元-3				
			水産加工流通課				

注:「2. 令和2年度取組実績」に記載している事業のうち、令和2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