

施策評価（令和5年度）

戦略3 観光・交流戦略			
目指す姿2 「美酒・美食のあきた」の創造			
幹事部局名	観光文化スポーツ部	担当課名	食のあきた推進課
評価者	観光文化スポーツ部長	評価確定日	令和5年7月31日

1 施策（目指す姿）のねらい（施策の目的）

市場における県内食品製造業の優位性を確保し、収益性を向上させるとともに、秋田の豊かな「食」による誘客と交流の拡大を目指します。

2 施策の状況

2-1 成果指標の状況及び定量的評価

	施策の方向性、指標名(単位)	年度	2019 (R元)	2020 (R2)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)	2025 (R7)	直近の 達成率	判定	備考
①	【施策の方向性①】 総合食品研究センターの技術支援による加工食品の新商品開発件数(件)	目標			56	69	83	83	130.4%	a	
	実績	80	74	73							
	出典:県調べ	達成率			130.4%						
②	【施策の方向性②】 食品製造事業者の取引先マッチング成約件数(件)	目標			10	10	10	10	100.0%	a	
	実績	-	7	10							
	出典:県調べ	達成率			100.0%						
③	【施策の方向性③】 加工食品・日本酒の輸出金額(百万円)	目標			740	860	1,000	1,163	146.4%	a	
	実績	735	668	1,083							
	出典:県調べ	達成率			146.4%						
④	【施策の方向性④】 発酵ツーリズム拠点施設への来場者数(千人)	目標			39	43	47	52	120.5%	a	
	実績	26	35	47							
	出典:県調べ	達成率			120.5%						

※ 指標の判定基準

a: 達成率 \geq 100% b: 100% $>$ 達成率 \geq 90% c: 90% $>$ 達成率 \geq 80% d: 80% $>$ 達成率 \geq 70% e: 70% $>$ 達成率
n: 実績値が未判明

定量的評価結果	計算式
4.00 (A相当)	① a判定 × 4個 = 16点
	② b判定 × 0個 = 0点
	③ c判定 × 0個 = 0点
	④ d判定 × 0個 = 0点
	⑤ e判定 × 0個 = 0点
	①~⑤の合計 16点 ÷ 4個(判明済み指標) = 4.00

※ 指標の判定基準 a:4点 b:3点 c:2点 d:1点 e:0点

※ 成果指標において実績値が未判明となった指標がある場合には、それを除いて平均点を算出する。

※ 定量的評価の判定基準

A相当:平均点が3.6点以上 B相当:平均点が3.2点以上3.6点未満 C相当:平均点が2.8点以上3.2点未満
D相当:平均点が2.4点以上2.8点未満 E相当:平均点が2.4点未満

2-2 経過検証指標の状況と分析

	指標名(単位)	年度	2019 (R元)	2020 (R2)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)	2025 (R7)	備考
①	【施策の方向性①~③】 食料品・飲料等の製造品出荷額等(従業者4人以上の事業所)(億円)	実績	1,335	1,162	-				令和6年10月判明予定
	出典:経済産業省「工業統計調査」								
分析	<ul style="list-style-type: none"> 令和元年に対して令和2年の「食料品・飲料等の製造品出荷額」は約13%減少しており、コロナ禍による飲食店や土産品店における需要減が影響していると考えられる。また、観光客やイベント数が減少したことも影響していると推測される。 								

2-3 主な取組状況とその成果

【施策の方向性① 消費者ニーズを捉えたオリジナル商品の開発と秋田の「食」のブランド化】

- ・ 県産米を活用した加工分野の振興を図るため、米加工事業者や農商工団体等が参画する「あきたコメ活プロジェクト推進協議会」において、秋田米を使用した加工品の商品開発等に取り組み、新たに43商品が開発された。
- ・ 県内食品製造業におけるSDGsの取組を推進するための研修会や機能性食品素材に係る情報交換会を開催したほか、酒粕を肥料に使用した資源循環型の酒造りの実証を1歳元で実施した。
- ・ 総合食品研究センターによる相談件数は662件であり、実施した研修は56回、延べ1,425人が参加した。また、食品事業者による開発促進のための機器導入等環境整備を図り、73品目が商品化された。

【施策の方向性② 食品製造業の振興】

- ・ 本県食品産業の持続的な発展に向けて、その施策の指針となる「秋田県食品産業振興ビジョン」を策定した。
- ・ 人材育成講座及び異業種交流会を開催したほか（講座等：2コース各4回、1コース1回、修了者：計66名）、改善活動に取り組む食品製造事業者を支援し、啓発セミナーを開催した（改善活動支援：1社、啓発セミナー：1回）。
- ・ 食品加工機器新規導入の取組（1件）やデジタル環境の整備（8件）、食品事業者中心の連携への取組（1件）に対し助成したほか、コーディネーターを配置し、事業拡大の取組を支援した（マッチング成約：10件）。

【施策の方向性③ 多様な流通チャネルを活用した県産食品の販売の促進】

- ・ 県産食材マッチング商談会に98者が出展し、継続案件も含め155件、32,877千円の商談が成立した。
- ・ 「あきた食のチャンピオンシップ2022」を開催し、受賞商品のPRを行った（応募件数81件）。
- ・ 台湾の展示会に30商品を出展したほか、現地百貨店等のフェアにおいて計18商品を販売した。中国では越境ECにより3歳の輸出促進を図った。また、フランスの商談会に7社、展示会に8社が出展するとともに、大学と連携してフランスにおけるニーズ調査を実施したほか、フィンランドの展示会に出展し、7商品をPRした。

【施策の方向性④ 秋田の「食」の魅力の発信と誘客への活用】

- ・ 観光に関する有識者等による「あきた発酵ツーリズム誘客戦略会議」を開催し、今後の発酵ツーリズムの推進方針について協議したほか、男鹿市、横手市における地域を挙げた発酵ツーリズムの取組に対し補助した。
- ・ 「あきた発酵カレッジ」を年3回開催し、あきた発酵伝導士61人を認定した（令和2～4年度の累計：159人）。
- ・ 県内及び県外（首都圏、大阪、福岡）において、食と観光のPRイベントを計6回開催し、県産品や観光のPRに係るプロモーションを実施した。

3 総合評価と評価理由

総合評価	評価理由
A	<p>成果指標の達成率を基にした定量的評価は4.00で「A相当」であることから、総合評価は「A」とする。</p> <p>【定性的評価として考慮した点】</p> <p>.</p>

4 県民意識調査の結果

質問文		食品産業が発展し、日本酒や発酵食品など、秋田の食品が盛んに流通している。					
満足度		調査年度	2023 (R5)	2024 (R6)	2025 (R7)	2026 (R8)	前年度比
満足度	肯定的意見		35.8%				
	十分 (5点)		4.8%				
	おおむね十分 (4点)		31.0%				
	ふつう (3点)		41.7%				
	否定的意見		15.4%				
	やや不十分 (2点)		11.1%				
	不十分 (1点)		4.3%				
	わからない・無回答		7.1%				
平均点		3.22					

※端数処理の関係で満足度の割合の合計は100%にならないものもある。

5 主な課題と今後の対応方針

施策の方向性	課題	今後の対応方針
①	<ul style="list-style-type: none"> 米を活用した新商品は増加傾向にあるが、マーケットニーズへの対応力やセールスポイントの弱さ等から全国流通できる米加工品が少なく、売れる商品づくりが定着していない。 令和4年にデビューしたサキホコレの新商品開発の機運は高まっているものの、まだまだ商品数が少なく販売量や金額が伸びていない。 	<ul style="list-style-type: none"> 米加工に取り組む県内食品事業者へのアドバイザー派遣によるマーケット目線からの商品開発や、県内外での販促フェア等の開催により、販路拡大と商品のブラッシュアップを推進する。 サキホコレ自体のプロモーション活動を絶好の機会と捉え、これに連動して加工品の裾野を拡大していく。
②	<ul style="list-style-type: none"> 県内食品製造業は、従業者数30人以上の比較的規模の大きな事業所が少なく、1事業所当たりの製造品出荷額等も少ない状況にある。 	<ul style="list-style-type: none"> 県内食品事業者のリーディングカンパニーを育成するため、生産性向上や企業価値向上への支援を行う。併せて、事業活動の中核を担う人材の育成や事業者間連携を促進するための支援を行う。
③	<ul style="list-style-type: none"> 「県産食材マッチング商談会」来場者アンケートにおいて、取引したい商品があったと回答したバイヤー39社のうち、条件が合わなかったとの回答が76.9%にのぼっている。 輸出に取り組む事業者が固定化しているほか、日本酒、稲庭うどんに次ぐ新たな輸出商材が見出せていない。 	<ul style="list-style-type: none"> 条件が合わない理由は、価格、賞味期限、取引ロットなど様々であったことから、今後、条件を合致させ、成約に至るよう出展事業者の生産供給体制で取引可能な新たなバイヤーを発掘していく。 バイヤーや飲食店等の現地ニーズの把握に努め、輸出商材の多様化及び海外での販路開拓に取り組む事業者の掘り起こしを進める。
④	<ul style="list-style-type: none"> 「あきた発酵ツーリズム」の体験型観光コンテンツは徐々に整備されつつあることから、今後の観光需要の回復を見据え、発酵ツーリズムをはじめとした「食」と観光の連携や周遊促進につながる取組を強化していく必要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> 発酵ツーリズムをはじめとした「食」に関するウェブサイト等での発信や他の観光資源と組み合わせた情報発信を行い、「食」と「観光」の連携を強化した取組を進める。

6 政策評価委員会の意見

自己評価「A」をもって妥当とする。
