施策評価（令和7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7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	配点	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	103.6%	4	
		実績	80	74	73	72	86				
	出典: 県調べ	達成率			130.4%	104.3%	103.6%				
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%	4	
		実績	—	7	10	10	10				
	出典: 県調べ	達成率			100.0%	100.0%	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	99.6%	3	
		実績	735	668	1,083	960	996				
	出典: 県調べ	達成率			146.4%	111.6%	99.6%				
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	144.7%	4	
		実績	26	35	47	50	68				
	出典: 県調べ	達成率			120.5%	116.3%	144.7%				

※ 指標の判定基準

4点: 達成率 $\geq$ 100% 3点: 100% $>$ 達成率 $\geq$ 90% 2点: 90% $>$ 達成率 $\geq$ 80%
1点: 80% $>$ 達成率 $\geq$ 70% 0点: 70% $>$ 達成率 n: 実績値が未判明

定量的評価結果	計算式
3.75 (a 相当)	4点 × 3個 = 12点 1点 × 0個 = 0点
	3点 × 1個 = 3点 0点 × 0個 = 0点
	2点 × 0個 = 0点
	合計 15点 ÷ 4個(判明済み指標) = 3.75

※ 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	(1,300)	-	-		令和6年度は、令和8年7 月判明予定
	出典:経済産業省「経済構造実態調査」								
分析	<ul style="list-style-type: none"> 令和4年度の「食料品・飲料等の製造品出荷額」は1,300億円であり、令和2年度からは138億円、令和3年度からは123億円増加した。令和元年度の約97%と、コロナ禍前の同程度まで回復が見られる。 								

2-3 主な取組状況とその成果

<p>【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】</p> <ul style="list-style-type: none"> 食品産業における県産米の活用促進を図るため設立された「あきたコメ活プロジェクト推進協議会」において12の新商品を開発したほか、首都圏等での3商談展示会へ出展するとともに全国8か所で販促活動を展開した。 県内食品製造業におけるSDGsの取組を推進するための技術開発や、低利用食材を活用した機能性食品素材に係る技術営業活動を推進したほか、酒粕を肥料・堆肥に使用した資源循環型の酒造りの実証を2蔵元で実施し、その成果を踏まえて新たに1蔵元が当該酒造りに参画するなど、取組が定着しつつある。 総合食品研究センターにおける相談対応件数は656件であり、実施した研修は38回、延べ792人が参加した。また、共同研究等により、同センター開発技術の社会実装を進め、86品目が商品化された。 	
<p>【施策の方向性② 食品製造業の振興】</p> <ul style="list-style-type: none"> 人材育成講座（講座等：2コース全16回、特別講座1回、修了者：計53名）を開催したほか、改善活動に取り組む食品製造事業者（1社）を支援し、啓発セミナー（1回）を開催した。 食のリーディングカンパニーを目指す事業者の取組（7件）や原材料等の価格高騰に対応するため事業者が行う商品改良等の取組（8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）。 	
<p>【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】</p> <ul style="list-style-type: none"> 県産食材マッチング商談会に104者が出展し、継続案件も含め143件、30,818千円の商談が成立した。 「あきた食のチャンピオンシップ2024」を開催し、受賞商品のPRを行った（応募件数59件）。 台湾では、展示会に27商品を出展したほか、現地百貨店で開催されたフェアにおいて19商品、EC上で現地流通事業者等による秋田フェアを実施し9商品を販売。中国では、越境ECモールにて15商品の販売を行い、輸出促進を図った。 フランスでは、見本市へ出展し、現地バイヤー・レストラン等関係先8件との商談が現在継続中。フィンランドでは、展示会に8商品を出展。また、令和6年度より羽田ーヘルシンキ便（JAL）の機内食にいぶりがっこが採用されており、現地消費者の高評価及び委託先の営業支援により、令和7年5月まで延長が決定。約一年間の機内食採用に繋がった。 	
<p>【施策の方向性④ 秋田の「食」の魅力の発信と誘客への活用】</p> <ul style="list-style-type: none"> 食や観光に関わる有識者等による「食の周遊化誘客戦略会議」を開催し、食と観光との連携による周遊化の促進に係る意見交換を行った。 	

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3.75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> <ul style="list-style-type: none"> ・

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%	30.6%	28.3%		△2.3
	十分 (5点)		4.8%	4.4%	4.6%		+0.2
	おおむね十分 (4点)		31.0%	26.2%	23.7%		△2.5
	ふつう (3点)		41.7%	41.5%	42.6%		+1.1
	否定的意見		15.4%	21.7%	23.0%		+1.3
	やや不十分 (2点)		11.1%	15.0%	16.8%		+1.8
	不十分 (1点)		4.3%	6.7%	6.2%		△0.5
	わからない・無回答		7.1%	6.2%	6.0%		△0.2
	平均点		3.22	3.07	3.04		△0.03

※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"> ○ 本県を代表する農産物である米について、従前から主食用米の生産・流通が主体であった影響もあり、新潟など他主産県と比べて加工分野での取組が進んでいない。 ○ 特に、昨年秋以降の米の流通量の不足と価格高騰は、米菓や日本酒、味噌など本県を代表する加工分野への影響が懸念される。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 甘酒などの発酵食品ブームもあり、県産米活用商品は増加傾向となっており、今後とも総合食品研究センターによる技術指導や専門家を活用したマーケットイン視点からの商品開発と販売促進を支援していく。 ○ 米の価格高騰などに係る国の施策や農業団体の動向を把握し、県内の米加工事業者や農業・商工団体等で組織する「あきたコメ活プロジェクト推進協議会」において、意見交換等の場を設けることにより、米加工事業者が安心して生産できるよう関係構築を図る。
②	<ul style="list-style-type: none"> ○ 県内食品製造業は、従業者数29人以下の小規模・零細な事業所が約8割を占めており、製造品出荷額は全国でも低位にとどまっている。また、近年、原材料等の価格高騰により、生産体制の縮小を余儀なくされるなど、経営に影響を及ぼしている。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 令和6年度から新たにデジタルを活用したリーディングカンパニー育成事業を実施しており、県内の食品産業を牽引する事業者の育成と生産性向上に向けた取組の支援を行う。併せて、原材料等の価格高騰の影響を受けている食品事業者による商品改良等の取組を支援し、収益構造の改善を図る。
③	<ul style="list-style-type: none"> ○ マッチング商談会において多くの取引が成立する一方、新たなマッチングに向けて、これまでに商談会に来場したことのない新規のバイヤーを確保していく必要がある。また、商談会に出展していない事業者についても、取引につながるきっかけづくりを行っていく必要がある。 ○ 煩雑な輸出手続や社内における輸出営業の専任人材の不足等が新たに輸出に取り組む事業者の障壁となっているほか、マッチング機会の創出など現地市場参入に向けた土台づくりに関する負担軽減が求められている。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 県内外で開催される商談展示会において、来場バイヤーのデータを収集・蓄積するほか、これまで当県の事業と関わりのあるバイヤーや関係機関を通じて情報提供を依頼し、より多くのバイヤーに、ダイレクトにマッチング商談会の開催情報を届けていく。また、令和6年度から運用を始めた、県産食品紹介サイト「千彩万食」の周知・情報発信を継続していくことにより、バイヤー・県内食品事業者双方の取引意欲の向上を図るとともに、マッチング機会を増やしていく。 ○ 県内食品事業者間の連携による、海外への販路拡大に取り組む自走組織の立ち上げや輸出障壁の解消に向けた先導的な取組を推進するとともに、こうした動きの横展開を図る。
④	<ul style="list-style-type: none"> ○ 食の周遊化誘客戦略会議において、発酵ツーリズム拠点施設を中心とする地域での滞在時間を延ばしたいという意見があり、対応が求められている。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 誘客部署との連携により、発酵ツーリズム拠点施設での体験と、宿泊や他の体験コンテンツ等を組み合わせた周遊コースの造成など、滞在時間の延長に資する取組に対して支援する。

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。