

平成21年度事務事業評価シート (20年度実施事業分)

事業番号		09 02 02	中期総合計画主要施策番号		2-03,5-06	担当課	部・課	農政部農業政策課農産物マーケティング室	
事業名		農業・農村ビジネス推進事業					内線	3030	
							E-mail	marketing@pref.nagano.jp	
事業の概要等	事業の目的	・第1次産業(生産)・第2次産業(加工)・第3次産業(販売・観光)が相互に連携した、農業の「第6次産業」化を図り、農業者の所得向上を図る。 ・農業及び農村の地域資源を活用し、異業種連携等による新たな「もの」、「サービス」の創出により、農村の活性化を図る。							
	事業の必要性	【現状(事業の目的との間にどのようなギャップがあるか)】 ・農産物の価格が低迷し農家所得が伸び悩むなか、農業者が新たな農業・農村ビジネスに取り組む必要があるが、農業者は農業の高付加価値化の手法及び技術等を十分持っていない。 【原因分析(ギャップが発生している原因は何か)】 ・農業の「第6次産業」化を図っていく農業・農村ビジネス実践の意識が育っていない。 ・農業者の高付加価値農業の情報収集及び技術習得の機会がない。 ・異業種間の連携が図られていない。 【課題の特定(事業の実施により解決しようとする課題は何か)】 ・農業・農村ビジネスを実践する経営感覚に優れた農業者を育成する必要がある。 ・農業者が高付加価値農業を実践するための技術等を習得する必要がある。 ・異業種連携等により創出した農業及び農村におけるサービスを、地域の総合産業として育てる必要がある。							
		・地域内産業の連携により相乗効果が発揮される仕組みづくりや経営マインドを持った経営体の育成により付加価値の高い農業・農村づくりを進める。 地域をリードする人材育成(連絡会議、講座開催)、加工による高付加価値化(農産加工品づくり等)、観光農業の取組推進(セミナー開催) 農業ビジネスプラン実践支援【補助率:県1/2以内】							
		実施期間 H20 ~ 根拠法令等 長野県食と農業農村振興計画							
	事業内容								
成果と達成状況	事業の目指す成果		達成度(期待どおり)の判定基準(H20)			達成状況		評価	
	「信州農産物の販売力アップによる農家所得の向上」及び「消費者と強い絆で結びついた農業・農村の創造」の実現により、農村の活性化を図る。 (H24目標:農産加工グループ数248組織)		平成20年度は、農産加工グループ数:239組織とする。			平成20年度の農産加工グループ数は、237組織であった。新規1グループが開始したものの、会員の高齢化等により廃止に至った組織が2グループで、実質的には1グループ減少した。		a.期待以上 b.期待どおり c.やや下回る d.期待以下	
事業コスト	区 分		単位	19年度	20年度	21年度(当初)	20年度の概要		
	最終予算額 (A)		千円		2,516	2,226	国庫・県単	国庫・県単	
	決 算 額 (B)		千円		2,362		実施方法	直接、補助	
	B(H21はA)のうち一般財源		千円		2,045	1,142	歳出節別内訳等	報償費1,306 旅費256 補助金800	
	概 算 人件費	従事する職員数	人		0.70	0.70	(単位:千円)		
	概算人件費 (C)		千円		5,004	5,004			
概算事業費 (B(H21はA)+C)		千円		7,366	7,230				
事業実績	内 容		単位	19年度	20年度	21年度(予定)	左記以外の20年度の実績		
	アグリビジネス講座受講者		人		118	50			
	アグリビジネス加工技術研修受講者		人		182	100			
	農家民宿スキルアップセミナー受講者		人		100	60			
事業の課題	区 分		判 定 ・ 説 明						
	事業のニーズの変化		増加	横ばい	減少	判定の説明	・農業者の所得向上を目指す「農業・農村ビジネス」に対する関心は高まっており、人材育成、農産物の高付加価値化の方策について県の支援が期待されている。 ・平成20年3月に策定された「長野県農業・農村ビジネス推進方針」に基づき、農業者自らが新たな「もの」、「サービス」を創出できる取組の支援が求められている。 ・加工グループ数を増やすだけでなくとらわれず、法人化等既存加工施設の体質強化を図ることも重視されている。		
	県の関与を見直す余地		余地なし	当面余地なし	余地あり				
	有効性を高める余地		余地なし	当面余地なし	余地あり				
	効率性を高める余地		余地なし	当面余地なし	余地あり				
	課題の総括		・異業種連携等により、新たな「もの」及び「サービス」を創出する仕組みを定着させるとともに、様々な販売戦略を計画・実践できる人材を育成し、農業者の経営向上に反映させていく。 ・新たな加工グループを誕生させるほか、既存加工グループの経営強化を図る。 ・消費者に支持される農業・農村ビジネスの取組により、農村の活性化を図っていく。						