

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 06	中期総合計画主要施策番号	1-08,2-03,2-07,5-06	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	信州オリジナル食材ブランド化推進事業			内線	3026	
				E-mail	marketing@pref.nagano.jp	
事業の概要等	事業の目的	「信州サーモン」、「信州黄金シャモ」といった県で開発した食材、「信州伝統野菜」、「原産地呼称管理認定品」といった県で認定した食材、「信州オリジナル食材」のブランド化を推進することで、食材の価値を高め、生産者支援に繋げていく。				
	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)]				
		信州オリジナル食材のブランドとしての認知度は高いとは言えない。				
		[原因分析(ギャップが発生している原因は何か)]				
	事業内容	・信州オリジナル食材に対する一般消費者、飲食店関係者の認知度はまだまだ低い。 ・ブランド化による食材の優位性が確立していないため、生産者の生産意欲に今一つ盛り上がりを欠く。 [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)] ・積極的な情報提供による信州オリジナル食材の認知度の向上を図る必要がある。 ・ブランドイメージ向上のため、有名料理店への売り込みを図る必要がある。				
実施期間	H19 ~	根拠法令等	長野県食と農業農村振興計画			
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
	信州オリジナル食材の認知度の向上とブランド化の推進を図る。 (H24目標: 信州オリジナル食材取扱登録店舗数800店舗)	・信州オリジナル食材取扱登録店舗を520店とすること。 ・東京ミシュラン、ザガットサーベイなどのレストランガイド誌で高く評価されている料理店へ年5店舗の成立を目標に売り込みを行うこと。			・信州オリジナル食材取扱登録店舗は271店となった。 ・料理店への売り込みにより、8月から9月まで開催された「クーカル」において著名なシェフ(23名)による信州食材を使用したメニューが提供され、13店舗において商談が成立し、継続的な取引につながった。	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	4,357	2,412	4,519	国庫・県単
	決 算 額 (B)	千円	4,357	2,394	-	実施方法
	B(H20はA)のうち一般財源	千円	4,357	2,302	4,427	歳出節別内訳等
	概 算 人件費	人	1.00	1.00	1.00	報償費292 旅費65 需用費1,937 使用料100
	概算事業費 (B(H20はA)+C)	千円	11,506	9,543	11,668	(単位: 千円)
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
	信州オリジナル食材を使用した新作料理発表会の開催	回	3	1	1	
	信州オリジナル食材取扱店の登録	回	229	271	600	
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	・信州オリジナル食材の認知度は、まだ高いとはいえないため、認知度の向上・ブランド化の推進のため、今後もPRに努める必要性がある。 ・シェフへの売り込みだけでなく、取扱店を増やしていく取組みに力を入れていく必要性がある。
	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	・認知度向上のため、オリジナル食材取扱店舗登録数増加の取組みとマスコミやホームページを利用した積極的な情報発信が必要である。 ・ブランドイメージ向上のため、ターゲットを明確にしたプロモーションの実施が必要である。				