

平成24年度事務事業評価シート（23年度実施事業分）

事業番号	08 02 01	中期総合計画主要施策番号	1-08,2-03	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	地産地消「信州を食べよう」推進事業				内線	3030	
					E-mail	marketing@pref.nagano.lg.jp	
実施期間	H20 ~	根拠法令等	食育基本法に基づく食育推進基本計画、長野県食と農業農村振興県民条例				
実施方法	・地産地消の推進については、民間企業とキャンペーン推進委員会を組織し、その事業費で対応 ・食事バランスガイド普及啓発の推進については、市町村・団体へ補助金を交付して実施					国庫・県単	国庫補助事業

事業の概要等	目的 (必要性)	農業・農村や地域の食文化についての理解を深め、「食」と「農」を結びつける「食育」や、地域で生産された農産物を地域で利用し消費する「地産地消」を県民運動として推進する。				
	対象	県民(消費者、生産者、流通・加工・販売事業者)				
	目指すべき姿	・県産農産物の利用促進の実現 ・栄養バランスに優れた日本型食生活回帰等による健全な食生活の実現				
	事業内容	(1)地産地消に係る情報発信及び啓発イベント等の開催 (2)市町村が整備する地産地消に必要な共同利用施設に対する補助 地産地消地域支援整備事業【補助率：国1/2以内】 (3)食事バランスガイドの普及啓発推進のため、市町村、団体に対する補助 地産地消地域支援事業【補助率：県1/2以内】				

事業コスト	区分		単位	22年度	23年度	24年度(当初)	23年度事業費の主な内訳
	最終予算額 (A)		千円	17,249	2,148	198	報償費 70千円(シンポジウム講師謝金)
	決算額 (B)		千円	17,249	2,017		旅費 14千円(シンポジウム講師旅費)
	B(H24はA)のうち一般財源		千円	150	99	99	使用料 114千円(シンポジウム会場使用料)
	概算人件費	概算事業費 (B(H24はA) + C)	千円	27,229	11,927	10,108	補助金 地産地消地域支援分 1,819千円
	概算人件費	概算人件費 (C)	千円	9,980	9,910	9,910	(備考) 予算(A)・決算(B)から施設補助分を除いた額 H22 2,249千円 H23 2,148千円 H24 2,148千円

事業実績	成果指標・活動指標内容	単位	22年度	23年度	24年度(見込)	左記以外のH23年度実績
	地産地消シンポジウム参加者数(活)	人	600	600	600	(1)地産地消活動 ・学校給食(28回)を含めPRイベント等を77回実施
	食事バランスガイド普及企画参加者数(活)	人	250	300	300	・新聞広告掲載とメール配信を各11回実施
	食事バランスガイド普及率(成)	%	36.7	54.6	60	(2)食事バランスガイドの普及啓発推進 ・食育推進研究大会(H23.10.8 佐久市)参加者300人 (効率指標 算出式)
	<効率指標(単位当たりコスト等)> シンポジウム等参加者	千円/人	2.6	2.38	3.38	概算事業費(施設整備補助除く) / (地産地消シンポジウム参加者数 + 食事バランスガイド普及企画参加者)

事業の成果	事業の目標(H23)	事業成果・評価	評価区分
	・学校給食やシンポジウム等を通して、地産地消を県民運動として推進し、県民意識の向上を図る。(シンポジウム参加者 H23 600人、食育推進研究大会 300人) ・食事バランスガイド等を参考に食生活を送っている県民割合【食育推進計画】 (食事バランスガイド利用率：H24目標60%)	・学校給食の場で長野県地産地消推進キャラクター「旬ちゃん」も登場し、地産地消や食育をPRし、児童、生徒、教諭からお礼の手紙をいただくなど、地産地消、食育に関する関心度を高めることができた。 ・食事バランスガイド普及率については、H24目標の60%に向けて、順調に推移。今年度も目標達成に向けて積極的なPRに努める。	b 期待どおり

事業の課題	区分	判定・説明				
	事業ニーズの変化	増加	横ばい	減少	判定の説明	・食の安全・安心に対する消費者の関心は依然高く、事業ニーズも引き続き高い状態。 ・地産地消「信州を食べよう」キャンペーン推進委員会は協賛企業等の経費で行っており、これら協賛企業等の理解を得られる間は、県の関与はこれまでと同様(県費の投入は無し。事務局の一員としての関与)
	県の関与を見直す余地	余地なし	当面余地なし	余地あり		
	事業改善(有効性・効率性)の余地	余地なし	当面余地なし	余地あり		

総合分析等	総合分析 (今後の課題、取組方針等)	・地産地消「信州を食べよう」キャンペーンについては、学校給食の場でのPRに加え、病院(厚生連)へのPRについても行うなど活動の場を広げている。また、協賛企業も増加(+3企業)しており業界への理解も引き続き進んでいることから、継続する必要がある。 ・長野県食育推進計画に基づく、食事バランスガイド利用率については、最終年度(H24)に60%と目標値を設定しているため、食育推進研究大会等を通じて目標達成を目指す。				
	特記事項	・H24からは、地産地消運動を更に推進するため、「おいしい信州ふーど(風土)プロジェクト推進事業」に統合し事業展開を行う。				