

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 04	中期総合計画主要施策番号	2-03,2-07	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	信州農産物マーケティング戦略推進事業				内 線	3026	
					E-mail	marketing@pref.nagano.lg.jp	
実施期間	H19 ~	根拠法令等	長野県食と農業農村振興計画、信州農産物マーケティング戦略プラン				
実施方法	直接実施(信州型アンテナショップの設置、大都市圏での販路拡大の推進) 補助金(長野県農産物等輸出促進協議会・信州農産物PR協会) 負担金(農林漁業振興会)					国庫・ 県単	県単独事業

事業の概要等	目的 (必要性)	農業者の所得向上を目指し、県産農産物の販路開拓を図るため、これまでの生産振興対策に加えて、さらなる農産物のマーケティング対策を推進する。				
	対 象	県内外の一般消費者及び実需者				
	目指すべき姿	(1) 県産農産物の認知度向上と販路拡大を図る (2) 県産農産物の輸出を促進する(H24目標 3,000t) (3) マーケティングの強化と戦略的な産地体制を構築する				
	事業内容	(1) 信州農産物PR実施事業 (2) 信州型アンテナショップの設置(麻布十番信州農林水産物まつり開催) (3) 大都市圏での販路拡大の推進(デパート・量販店イベントの開催・参加、トップセールスの実施) (4) 海外での販路拡大の推進 (5) 農林水産祭参加				

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 需用費(消耗品費、印刷費等) 182千円 役務費(送料等)216千円 使用料(会議室使用料等) 918千円 委託料(委託費、補助金、負担金) 23,219千円
	最終予算額 (A)		千円	7,149	25,272	8,569	
	決 算 額 (B)		千円	7,149	24,700		
	B(H24はA)のうち一般財源		千円	7,149	8,220	5,113	
	概 算 人件費	従事する職員数	人	0.50	0.50	0.50	
	概算人件費 (C)		千円	4,159	4,129	4,129	
概算事業費 (B(H24はA) + C)		千円	11,308	28,829	12,698		

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 ・PR協会で11カ所のイベントに参加し積極的なPRを行った。 ・信州農産物マーケティング調査事業により、消費者・実需者のニーズ、信州農産物の魅力等の把握をした。 ・海外3カ所(台湾、香港、バンコク)で長野フェアを開催し、好評。シンガポールでも新規のフェア開催に向けて準備。 ・信州農産物商談会の開催により、120件の商談があり、金額ベースで710万円成立した。
	農産物輸出货量(成)	t	546	669	3,000	
	麻布十番信州農林水産物まつり出展ブース利用率(成)	%	97	100	95	
	トップセールスの実施(活)	回	2	3	(2)	
	<効率指標(単位当たりコスト等)> トップセールスの実施	千円/回	5,654	9,610	H24は別事業で実施	

事業の成果	事業の目標(H23)			事業成果・評価			評価区分
	・長野県食と農業農村振興計画に従い、農産物輸出货量の目標達成に向けた活動をする。(目標2,800t) ・麻布十番信州農林水産物まつりを、農業生産者のテストマーケティングの場としての活用度合いとして、出展ブース利用率を目標に設定。(目標94%)			・東日本大震災の放射能問題の影響を大きく受け、目標とは程遠いが、輸出制限が残る中でも前年比123%の実績。H24にはシンガポールで初めての長野フェア開催に向けて準備を進めている。 ・農林水産物まつりの出展ブース利用率は100%となり、限られた機会を生産者等に有効に活用していただき、都心での取引が開始した報告もある。			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	・消費者ニーズは年々多種多様化しており、県としてのマーケティング推進の必要性が高いレベルで求められている。 ・東日本大震災の放射能問題の影響も引き続き見極めながら、農産物の輸出促進対策を行っていく。
	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)	・消費行動の多様化・複雑化に対応したマーケティング推進を進めるため、「信州農産物マーケティング戦略プラン」に基づき、県産農産物のイメージアップ、オリジナル品種・食品のブランド力向上、県産農産物の販売促進支援等に資する施策を計画的に行っていく。 ・戦略プランの期間は24年までとなっているため、現状の課題等も踏まえながら25年度からの計画を新たに作成し、効果的な活動を行うための準備をする。				
	特記事項	H22信州型事業仕分け実施事業				