

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 05	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	信州食材マーケット創出事業				内 線	3025	
					E-mail	marketing@pref.nagano.lg.jp	
実施期間	H22 ~ H23	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(信州オリジナル食材取扱店舗登録促進事業、"Shinshu Market 設置事業) 委託(新規マーケット開拓事業)					国庫・ 県単	国庫補助事業・ 県単独事業

事業の概要等	目的 (必要性)	信州産農産物・加工品の認知度向上と販売促進のため、県内外に情報発信を行い、売れる農業の推進を図る。				
	対 象	県内外の一般消費者及び実需者				
	目指すべき姿	信州オリジナル食材をはじめとした信州産農産物・加工品の対面販売及びPR活動等により認知度向上を図り、県内外で「信州産」に対する消費者の需要を高めることにより、信州産農産物・加工品の販路を拡大させ農業者の所得向上につなげる。 (信州オリジナル食材取扱登録店舗数 H24目標 1,400店)				
	事業内容	(1)信州オリジナル食材取扱店舗登録促進事業(2,757千円のうち緊急雇用創出基金2,747千円) ・店舗登録推進員による信州オリジナル食材取扱店の登録促進。 (2)"Shinshu Market 設置事業(20,843千円のうち基金20,843千円) ・首都圏の量販店や高級スーパーにアンテナ売り場"Shinshu Market を設置し、専門販売員による対面販売を行う。				

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	22,539	25,081	-	人件費2,207千円(給与・交通費等)
	決 算 額 (B)		千円	18,832	23,949	-	需要費1,064千円(消耗品等)
	B(H24はA)のうち一般財源		千円	534	0	-	使用料437千円千円(ETC使用料等)
	概 算 人件費	従事する職員数	人	2.00	2.00	-	委託費19,171千円
		概算人件費 (C)	千円	16,634	16,516	-	
	概算事業費 (B(H24はA) + C)		千円	35,466	40,465	-	
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
	オリジナル食材店舗数 カッコ内は累計(活)		店	313(753)	579(1,332)	-	・Shinshu Market設置事業では、43,122人に試食していただきPR することができた
	Shinshu Market設置回数(活)		回	315	614.5	-	
	<効率指標(単位当たりコスト等)> オリジナル食材店舗数		千円 / 店	113	74	-	(効率指標算出式) 概算事業費 / オリジナル食材店舗登録数

事業の成果	事業の目標(H23)			事業成果・評価			評価区分
	・信州オリジナル食材取扱登録店舗:572店舗(累計1,325店舗) ・信州食材マーケット創出事業において試食販売やPRを行い認知度向上を図る			・信州オリジナル食材登録店舗:579店舗(累計1332店舗)と目標以上の成果があった。 ・Shinshu Market実施期間6月～12月(6ヶ月)。実施回数(試食回数)347回。 ・試食提供数43,122人(1回平均124人・昨年度の120%)。延べ稼働人数561.5人。 ・実施店舗イオン4店舗・明治屋8店舗・JA企画6店舗。認知度向上につながった。			b 期待どおり

事業の課題	区 分						
	事業ニーズの変化	増加	横ばい	減少	判定の説明	(完了)	
	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)	・信州産農畜産物及び農産加工品の認知度向上のため情報発信は消費の維持、拡大には不可欠である。しかし、情報発信をはじめとするマーケティング活動は目に見える効果が客観的に表現しづらく、業績に左右され易い民間の生産者団体等だけでは取り組みが不十分になる恐れがある。このため、県行政が中長期的なマーケティング戦略をもって取り組む必要がある。 ・客観的な事業効果の検証を行うとともに、生産者にフィードバックし、今後の生産・販売に活用できるよう情報共有する。				
	特記事項					