

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 06	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	長野県原産地呼称管理制度運営事業				内 線	3026	
					E-mail	marketing@pref.nagano.lg.jp	
実施期間	H14 ~	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、長野県原産地呼称管理要綱				
実施方法	直接実施					国庫・ 県単	県単独事業

事業の概要等	目的 (必要性)	農産物の「大きさ・色・形」等の既存の規格でなく、農産物の価値を計る基準を、「味覚・栽培方法・生産方法」等に求め、消費者にその確かさを味わっていただき、農産物のブランド化を推進する。
	対象	県内外の一般消費者及び実需者、マスコミなど
	目指すべき姿	制度や認定品のPRを実施することにより、県産農産物の販売促進を図り、農業者の所得向上につなげる。 (H24目標：原産地呼称管理制度認定品数415品)
	事業内容	(1)原産地呼称管理委員会の運営(制度統括、委員会の開催) (2)品目別委員会の開催・運営(ワイン・シードル・日本酒・焼酎・米) (3)品目別官能審査会の開催・運営(ワイン・シードル・日本酒・焼酎・米) (4)制度のPR(リーフレット作成、各種イベントでの制度PR)

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	9,932	9,232	9,232	報償費3,501千円(委員謝金)
	決算額 (B)	千円	8,371	7,434		旅費1,098千円(委員旅費)
	B(H24はA)のうち一般財源	千円	8,371	7,434	9,232	需要費996千円(消耗品等)
	概算人件費	人	3.00	3.00	3.00	役務費209千円(送料)
	概算事業費 (B(H24はA) + C)	千円	33,322	32,208	34,006	使用料1,630千円(会場使用料等)
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
	品目別委員会(活)	回	11	13	8	・イベント等(28回)、雑誌等(7回)などで認定品のPR
	官能審査会(活)	回	6	8	7	・417品を認定(ワイン:86品、シードル:8品、日本酒:230品、焼酎:35品、米:58品)
	認定数(活)	品	390	417	415	・県政世論調査での認知度(20.4%)
	<効率指標(単位当たりコスト等)> 認定数	千円/品	85	77	82	・管理委員会の開催(2回) ・認定率(ワイン84.3%、日本酒93.9%、焼酎100%、米98.3%) (効率指標 算出式) 概算事業費/認定数

事業の成果	事業の目標(H23)	事業成果・評価	評価区分
	・大手量販店、専門店等でのイベントによる制度・認定品のPR(19回) ・原産地呼称管理制度認定品数404品	・各種機会を通じて35回のPRを行うとともに、目標を超える417品の認定を行い販売促進につなげた。 ・品目ごとの認定率は年々向上しており、特にワインは2011年の国産ワインコンクールで赤ワイン金賞8品全てが長野県産となるなど品質の向上が図られている。	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 ・国産原材料を使用した農産物や加工品に対する消費者ニーズはますます高まっている。 ・ブランドとしての制度を定着させるためにも、公正な存在である行政の関与が消費者へ与える影響は大きい。 ・認知度が上がらず、販売上のメリットにつなげていないとの意見もあることから、PRのあり方などを検討する必要がある。
	県の関与を見直す余地	余地なし	当面余地なし	余地あり	
	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)	・認定率の向上が図られ、ホームページのアクセス件数や県政世論調査等でも制度や認定品に対する評価は高い。 ・事業効果がより高まるよう、製造者や販売業者、観光協会、各部局等との連携を強化し効果的なPR活動の場を増やすとともに、管理委員会を開催し制度の認定方法や運営方法についての見直しを行う。
	特記事項	