

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 04 21	中期総合計画主要施策番号	2-03	担当課	部・課	農政部 園芸畜産課、農業政策課農産物マーケティング室
事業名	信州農畜産物需要回復対策事業			内線	4842	
				E-mail	enchiku@pref.nagano.lg.jp	
実施期間	H23 ~ H23	根拠法令等	信州農畜産物需要回復対策事業仕様書			
実施方法	委託					国庫・県単 国庫補助事業

事業の概要等	目的 (必要性)	福島原発事故の発生により減少した消費者需要に対し、園芸品目の約9割が出荷される三大都市圏及び県内において、本県が行っている農畜産物の安全性確保に関する周知啓発対策や観光業者と連携した農畜産物の安全性のPRを緊急的に直接消費者に対して行うことにより、県産農畜産物の消費拡大や県内への誘客促進を図る。				
	対象	一般消費者				
	目指すべき姿	県産農畜産物の「安心・安全性」のPRによる需要の回復				
	事業内容	1. 大都市圏での電車広告の実施(首都圏・関西圏 計2回) 2. ミシュラン星獲得店での信州食材を使用したフェアの開催(3店舗) 3. 県内スーパーでの安心・安全性のPR及び試食マネキン活動の実施(10店舗以上) 4. 農産物直売所、観光施設などでのPR活動の実施(20箇所以上) 5. 海外バイヤーに対する産地実態の視察及び県産農産物の安全性確保対策の啓発(3カ国)				

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	-	71,996	-	人件費 36,857千円	
	決算額 (B)		千円	-	71,996	-	人件費以外	
	B(H24はA)のうち一般財源		千円	-	0	-	マネキン活動関連費 6,204千円	
	概算人件費	従事する職員数	人	-	1.00	-	スタートキャンペーン関連費 3,163千円	
	概算事業費 (B(H24はA) + C)	概算人件費 (C)	千円	-	8,258	-	中吊り広告関連費 4,953千円	
							首都圏・中京圏キャンペーン費 5,522千円	
							近畿キャンペーン費 2,143千円	
							その他 14,872千円	

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
	店頭でのマネキンPR活動(活)	店舗	-	34	-	1. PRイベントの実施(H23.11.19スタートキャンペーン 県内外7箇所)
	観光施設でのチラシ配布(活)	箇所	-	118	-	2. テレビ局でのPR(H23.11.19 長野朝日放送 ザ・駅前テレビ)
	離職者の雇用(成)	人	-	31	-	3. 料理教室でのPR(H24.3.3 東京丸の内 ABCクッキングスタジオ)
	<効率指標(単位当たりコスト等)> PR人員	千円/人	-			(効率指標 算出式) 概算事業費 / 38万人(電車PR + アンケート回収)

事業の成果	事業の目標(H23)			事業成果・評価			評価区分 a 期待どおり
	1. 電車広告の実施(首都圏・関西圏 計2回) 2. 信州食材を使用したフェアの開催(3店舗) 3. 県内スーパーでの安心・安全性のPR(10店舗以上) 4. 農産物直売所などでのPR活動の実施(20箇所以上) 5. 海外バイヤーの招聘(3カ国)			1. 2回 (JR:京浜東北線・中央線、阪急電鉄:神戸・宝塚・京都線) 2. 3店舗 (ジョエル・ロブションH24.3.16~23、クレセントH23.12.20~25、ランベリ- H23.12.26~H24.1.14) 3. 県内25店舗、県外9店舗、計34店舗で実施 4. 県内農産物直売所・観光施設 118箇所 5. (香港)H23.11.10~12(台湾)H23.12.6~8(シンガポール)H24.11~14			

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 (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)	長野県が行っている検査体制や安全性などを実需者及び消費者PRしたところ、店舗の売り上げ増加したことから、更に定期的に検査体制や検査結果などを周知・PRする体制づくりが必要である。				
	特記事項					