

事業番号	08 02 02	事業改善シート（26年度実施事業分）		<input type="checkbox"/> 予算要求	<input type="checkbox"/> 当初予算案	<input type="checkbox"/> 補正予算案	<input checked="" type="checkbox"/> 点検
事業名	長野県原産地呼称管理制度運営事業			担当課	部局	農政部	
総合5か年計画	プロジェクト			課・室	農業政策課農産物マーケティング		
	施策の総合的展開	1-03 夢に挑戦する農業 3 信州ブランドの確立とマーケットの創出		E-mail	marketing@pref.nagano.lg.jp		
				実施期間	H14 ~		

1 事業の概要

目指す姿	<ul style="list-style-type: none"> 農産物の「大きさ・色・形」等の既存の規格ではなく、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、消費者の視点で策定、表示していくことによって、長野県産農産物のブランド化を推進する。 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。 	
現状（予算編成時）	<p>○平成24年度：認定数347品（ワイン：92品、シードル：11品、日本酒：185品、焼酎：16品、米：43品） 管理委員会の開催：1回、専門部会の開催：3回、品目別委員会の開催：12回（日本酒：4回、焼酎：2回、ワイン：2回、米：4回）、 品目別官能審査委員会の開催：7回（日本酒：3回、焼酎：2回、ワイン：2回、米：2回） ○平成25年度：第2回県政モニターアンケートの認知度（38.8%）</p>	

県が関与する理由	県関与の必要性あり 県民との協働による実施：実施は困難	【左記の説明、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 県が創設した制度である。
----------	--------------------------------	---

成果目標・事業内容	① 成果目標(H26)					
	県政モニターアンケートの認知度40%：平成25年度県政モニターアンケートでの認知度38.8%からのアップ。					
	② 事業内容 (単位：千円)					
	項目	実施方法	H26事業実績	H26 (当初)	H26 (決算)	H27 (当初)
	1. 顧問による指導	直接	「顧問」による制度運営の指導及び助言(随時)	1,000	1,000	1,000
	2. 管理委員会の運営	直接	制度を統括する、長野県原産地呼称管理委員会の開催(1回)	83	66	242
	3. 品目別委員会の運営	直接	ワイン・シードル・日本酒・米・焼酎の制度運営(9回)	1,414	1,191	1,416
	4. 品目別官能審査会の運営	直接	ワイン・シードル・日本酒・米・焼酎の官能審査委員会の開催(7回)	4,222	3,333	2,424
	5. 制度PR・認知度向上活動	直接	県内外での制度、認定品のPR活動(商談会、お披露目会の開催や参加)	799	879	3,593
	6. 販路拡大の支援	委託	消費者向けの販路拡大活動の展開(物産展への出展、メディアを活用したPR等)	-	-	19,655
	合計			7,518	6,469	28,330

事業コスト	区分(単位：千円)	24年度	25年度	26年度	27年度
	前年度繰越				
	当初予算	9,232	8,211	7,518	28,330
	補正予算				
	合計(A)	9,232	8,211	7,518	28,330
	一般財源	9,232	8,211	7,518	7,573
	県債				
	国庫支出金				
	その他	0	0	0	20,757
	決算額(B)	7,246	5,256	6,469	
概算人件費	職員数(人)	3.00	3.00	3.00	3.00
	概算人件費(C)	24,774	24,774	24,774	24,774
	概算事業費(B(A)+C)	32,020	30,030	31,243	53,104

成果目標の達成状況					
項目	H25末(実績)	H26			H27
		目標	成果	達成状況	目標
県政モニターアンケート認知度	38.8%	40.0%	37.9%	未達成	40.0%

目標に対する成果の状況	制度創設から10年以上が経過し、その間、認定品のPRに努めた結果、県民認知度はH24年度実績(23.9%)と比較しても着実に向上してきているが、制度認定者及び関係団体等との連携したPRが弱く、目標値には達していない。 国産原料を使用した農産物や加工品に対する消費者ニーズは高まっており、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に与える影響は大きい。
-------------	---

2 今後の事業の方向性

今後、事業をどのようにしていきたいか	<input type="checkbox"/> 事業を実施しない <input checked="" type="checkbox"/> 事業を見直して実施 <input type="checkbox"/> 事業を現行どおり実施 今後は事業効果がより高まるよう、雇用基金を活用し、更なるPRの拡充を図る。また、製造事業者・販売事業者、観光事業者等や県の各部署との連携を強化し、効果的なPR活動の場を増やすとともに、業界の主体的な取組となるよう運営方法について検討を行う。
--------------------	---