

平成22年度事務事業実績及び前期4年間取組評価表

事務事業名	『南信州牛』ブランド化推進事業	会計	一般会計	事業No.	377	施策順No.	11-002
		事業種別	政策・重点	予算科目	6-1-4-34-3		
政策	1 多様な産業が発展できる経済力の強いまちづくり			課等名	農業課		
施策	11 事業者自らが実施するパワーアップ活動			事業期間	開始	19	終了

1 事業の目的

事業の目的は「対象」を「意図」した状態にすることです	対象	南信州牛(和牛・F1)含む						A十分達成した Bどちらかといえば達成した Cどちらかといえばできていない Dほとんど達成できていない
	誰、何に	具体的な数値で表すと(対象指標)	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度	
		飼養頭数		3131	2767	3000	3500	
		飼養戸数		90	80	100	108	
意図	①市民への認知度を高める。 ②ブランド化する。							
対象をどう変えるか	事業の成果を具体的な数値で表すと(成果指標)	19年度実績	20年度実績	21年度実績	22年度目標	22年度実績	23年度目標	目標達成度
	参画店舗数	101	90	83	100	76	100	B
	認知度調査(オアシス)			0.75	0.75	0.75	0.77	
22年度の目標達成度に対する振り返り【政策的事業のみ評価】	新聞告知等を実施し、参加店舗数の増加を図ったが、増やす事が出来なかった。しかし、各種イベントへの参加、メディアを通じての広報等の結果、認知度調査については目標値を達成することができた。							

2 手段(具体的な取り組み内容)

事業の制度(仕組み)説明	飯田下伊那地域の肉牛は、長野県の中でもモデルになるほどの高い飼育技術で知られている。また古くから関西・京都市場では評価が高く、信州牛と銘を打った料理屋も多数見受けられる。しかし、飯田下伊那地域で生産される肉牛(F1含む)の大半は京都・大阪で流通しており、産地であるこの地域では、消費量及び産地としての認識も低い状況にある。 このため、優良な南信州牛を一つのきっかけとして、料飲関係者、生産者団体、食肉加工業者等が一体となり南信州牛ブランド推進協議会を設立し、市民への産地としての認知を高め、生産者と消費者並びに料飲関係者を結び地域での消費拡大や域外観光誘客への展開を図り、信頼できる産地としての地域ブランド化を進める。		
	事業内容	名称	活動量・単位
22年度事業内容	1 域内消費拡大事業:南信州牛フェアの開催(年2回) 2 南信州牛域外PR戦略の実施 3 生産基盤確保への取り組み 4 南信州牛ホームページの設置	推進協議会開催回数 フェア開催数 メディア取り上げ数	3回 2回 50回
23年度実施計画	1 域内消費拡大事業:南信州牛フェアの開催(年2回) 2 南信州牛域外PR戦略の実施 3 生産基盤確保への取り組み 4 厳選ブランドの検討、認証制度の検討 5 南信州牛ホームページの設置・運営	推進協議会開催回数 フェア開催数 メディア取り上げ数	5回 2回 50回

3 事業コスト

事業費	特定財源	(千円)	22年度予算額	22年度決算額	23年度予算額	特定財源内訳、補足事項
	国庫支出金					
	県支出金					
	起債					
	その他					
一般財源		410	410	390		
計(A)		410	410	390		
正規職員所要時間			320			
臨時職員等所要時間						
人件費計(B)			1,144			
トータルコスト A+B			1,554			

4 事業に対する市民や議会の意見

<ul style="list-style-type: none"> ・食をキーワードにした観光誘客の動きがある。 ・生産量の確保、安定供給を求める声がある。 ・フェアを通じ、域内で流通する牛肉の質のアップ、消費量が増えてきている。

5 行財政改革の取組内容【経常的事業のみ評価】

行財政改革の取組区分	【記載不要】	具体的な取組事項	【政策的事業のため記載不要】
21年度決算と比べての効果額(千円)	【記載不要】	効果額説明(算出根拠)、特殊要因	【政策的事業のため記載不要】

6 前期4年間の取組評価(総括)

上位の施策への結びつき	上位施策の目的	事業者等が出荷額等を高める活動をする	施策の成果指標又はムトス指標	既存農業者の産出額(農業):億円
この事務事業は施策の目的達成にどのよう に貢献しましたか	4年間の振り返り	ブランド化が確立し有利販売が実施された事により徐々に生産所得額のアップにつながったと思われる。		
	後期に向けた課題	参画店舗数が増えることで事業者の出荷額等を高まる事につながる為、引き続き参加店舗の増を進める。また、ブランド化にむけて新たな戦略を検討していく。		
この事務事業の成果を向上させるためにどのような工夫を してきましたか	4年間の振り返り	事業参画する者が主体となり、各参加店舗等において、「南信州牛」をひとつのきっかけにし認知度向上のPRをした。また、業者間連携により新たな商品開発などの取り組みも生まれてきている。行政として、関係機関と連携を取る中で、観光誘客や域産域消の推進などの取り組みを支援してきた。		
	後期に向けた課題	飯田下伊那管内はもちろん、県外に向けた認知度向上を図るとともに生産基盤の確保に向け、成果がすぐ現れるような取組み、利点が見える仕組み作りが必要。		
コストを削減するためにどのような工夫を してきましたか	4年間の振り返り	PRツール等の外部委託はせず、また、広報活動は、費用がかからない事から優先して行ってきた。		
	後期に向けた課題	PRツール等は外部委託は行わないなど更に経費節約につとめるが、広報活動を増やすことでコスト増加になってしまう。		
受益者負担の程度、市が関与する程度は適切でしたか	4年間の振り返り	参画するものが相応の負担をしているため妥当である。また、行政は関係機関と連携を取る中で南信州牛をひとつの資源として観光誘客や域産域消の推進をおこない、適切であったと思われる。		
	後期に向けた課題	更に、経費節約に努める。また、観光誘客や域産域消の推進など効果的なPRを行う必要がある。		
多様な主体の役割の発揮状況 ①その主体は誰で、どのような役割を果たしましたか。 ②その主体が役割を發揮するために、行政はどのような働きかけをしましたか、又は、配慮してきましたか	4年間の振り返り	事業参画する者が主体となり、各参加店舗等において、「南信州牛」をひとつのきっかけにしPRをし、認知度向上に協力して頂いた。また、業者間連携により新たな商品開発などの取り組みも行った。行政として、関係機関と連携を取る中で、南信州牛を一つの資源として観光誘客や域産域消の推進などの取り組みを支援してきた。		
	後期に向けた課題	それぞれの主体に努力していただき、観光誘客、域産域消の推進にむけて支援を継続していく。		
全体を通じて	4年間の振り返り	南信州地域は優良な肉牛の生産地であり地域外では一定の評価を受けていながら、地域内では、南信州牛の認知度が低かった為、ブランド化推進事業の中でPR他、色々な施策を実施した結果、消費量が増えてきた。		
	後期に向けた課題	引き続き、行政として、関係機関と連携をとりながら、観光誘客、域産域消の推進をはかる。		

7 「対象」「意図」「結果」の関係の確認

事務事業を統合・分割する必要はありますか	ない	対象や意図を修正する必要はありますか	ない	成果指標や指標値を修正する必要はありますか	ある
----------------------	----	--------------------	----	-----------------------	----

8 総合評価・次年度の事業の方向性改善の計画

<input type="checkbox"/> 完了	<input type="checkbox"/> 拡大	<input type="checkbox"/> 縮小	<input type="checkbox"/> 別事業に統合	<input type="checkbox"/> 休止廃止	<input checked="" type="checkbox"/> 現状維持	<input type="checkbox"/> 目的見直し	<input type="checkbox"/> 事業のやり方改善
-----------------------------	-----------------------------	-----------------------------	---------------------------------	-------------------------------	--	--------------------------------	-----------------------------------