

事務事業名		『市田柿』ブランド推進プロジェクト事業				会計	一般会計					
						事業種別	政策	開始	19	終了		
課等名		農業課		係等名 生産振興係								
基本計画上の位置づけ		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								
		施策	12	未来を見据えた地域産業の魅力、強み、人材の強化								
目的	対象(誰・何を)	市田柿				対象指標	指標名及び単位			24年度数値		
	意図(どういう状態にするか)	ブランド製品としての価値を高める					市田柿栽培面積(ha)(下伊那全域)			493		
	向上させたい上位施策の成果指標	既存農業者の産出額(農業):億円										
目標	種別	指標名及び単位				24年度計画	24年度実績	25年度計画	28年度見込み	備考(指標変更など)		
	成果指標	市田柿の市場取引単価(東京市場・1月平均 kg/円)				2100	1517	2100	2200			
	定性目標											
事業概要	<p>南信州地域の財産である市田柿のブランド力を更に高めるために生産団体、関係機関と連携して次の取り組みを進める。</p> <p>1 ブランド推進体制の強化 (1) 地域団体商標の活用 (2) 地域内事業者が一体となった品質管理・共通PR事業への参画 ※南信州地域の事業者・行政機関で構成する「市田柿ブランド推進協議会」に参画して事業推進</p> <p>2 プロモーション活動の展開 (1) 将来の購買層(若年層)へのプロモーション活動 (2) 「市田柿」の情報発信力の強化 (3) 市田柿の食育活動</p>											
事業内容						名称			活動指標			
24年度事業内容	○市田柿プロモーション活動の展開					1 2 3	1 (1)webツールの活用(情報発信数) (2)イベント数 2 イベント数 3 市田柿食育講座		1 (1) 20回 (2) 1回 2 2回 3 6回			
	1 「市田柿」の情報発信力の強化(基礎的情報発信)											
	(1)WEBツールの活用(ホームページ、ツイッター、facebook)											
	(2)都市圏へ向けた情報発信(メディア戦略) 野菜ソムリエ協会等のイベントを活用した情報発信(南信州広域連合と連携)											
2 将来の購買層(若年層)へのプロモーション活動												
・飲食店とタイアップしたプロモーション活動 … 市田柿レシピの開発、新しい食べ方(組み合わせの提案)												
3 市田柿の食育活動の実施												
・食育講座の実施												
4 市田柿ブランドイメージを向上させるためのプロモーション活動(ゼロ予算)												
事業コスト		23年度決算額	24年度予算額	24年度決算額	25年度予算額	特定財源内訳、補足						
事業費計(千円)①		4,136	2,595	2,477	2,400	H23(国)「定住自立圏」地域創富力高度化調査事業(10/10)						
国庫支出金		2,393										
県支出金												
起債												
その他												
一般財源		1,743	2,595	2,477	2,400							
人件費計(千円)②		1,788		1,001								
正規職員所要時間		500		280								
臨時職員所要時間												
総事業費①+②		5,924	2,595	3,478	2,400							
事業内容・目標達成状況の振り返り	<p>価値については、豊作により収穫量が増えたため単価が下がったが、その分販売額が上がるという状況となった。将来の消費層を確保するためのプロモーション活動として、WEB等をおし「市田柿」の情報発信を行ってきた。またサンプルやパンフレットなどプロモーションに必要な材料も整備してきた。積極的にこうしたものの利活用を図る必要がある。</p>											
改革改善の考え方	①問題点	市田柿は、高付加価値商品として市場ニーズは高まっているが、購買層は昔に食体験のある高齢者層である。現在の購買者層の高齢化に伴い、将来的な市田柿消費量の減少が危惧される。										
	②改革提案	将来を視野に入れた新規需要開拓を行うことが必要であり、若者層(30~40代)の感性に響くブランドイメージの構築と、それに反応し手にとってもらえるような商品開発、販路確保等の仕組みづくりを展開していく必要がある。										