

事務事業名		ツーリズム連携による地域農産物ファン創出事業				会計	一般会計					
						事業種別	政策	開始	21	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	13	新しい力による新しい産業づくり									
目的	対象(誰・何を)	都市部の消費者(特に中京方面)				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)	「南信州いいだ」の農畜産物のファンになってもらい継続購入してもらう					愛知県人口			7423139		
	向上させたい上位施策の成果指標	開発された観光プログラム数(累計)										
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	産地ツアーで来飯した都市部消費者(累計人数)				500	488	600	1000			
	成果指標	リピーター率(%)				50	63.6	55	60			
	定性目標											
事業概要	観光誘客マーケティングの一環として、人気の高い農産物の生産現場をステージにした収穫・食体験と農家交流をメインプログラムに「南信州の食」をテーマにした食育産地ツアーの試行を南信州観光公社と連携して実施している。当ツアーは、適正原価を基にした料金設定で、交通費、体験料、土産代、手数料等が全て地元へ落ちることを基本とし、プログラムの充実を図ることで顧客満足度を高めることで格安ツアーとの差別化を図ることをコンセプトにしている。											
24年度事業内容	事業内容					名称			活動指標			
	産地ツアー(有料参加型)の実施 (1)ツアーの企画・募集 (2)プログラムの立案、受け入れ体制づくり					1 ツアーの実施回数 2 開拓ルート			1 3ツアー 2 1ルート			
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		200	200	200	175							
国庫支出金												
県支出金												
起債												
その他												
一般財源		200	200	200	175							
人件費計(千円)②		443		443								
正規職員所要時間		124		124								
臨時職員所要時間												
総事業費①+②		643	200	643	175							
事業内容・目標達成状況の振り返り	旅行会社等で同種のツアーが多く催行され先行メリットが無くなってきたため、平成24年度は新たな農産物や各種体験の組み合わせを考慮したツアーを試行的に企画実施した。ツアーイメージの訴求方法やニーズ層へPR等、新たなプログラム開発への課題が明確となった。											
改革改善の考え方	①問題点	・農業分野に限らず、農商工連携等による他の観光ツアーと差別化できるプログラムの充実 ・情報を届けるための効果的なPRルートの更なる開拓										
	②改革提案	ターゲットの絞り込みと収穫体験と食事を連動させた南信州やこだわりのイメージを追求したプログラムの開発と実施と併せ、PR方法等の検討を行う。										