

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	
H27担当課等名		農業課		H27係等名	生産振興係		H26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			26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)			492					
	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			26年度計画	26年度実績	27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)			1500	1660	1600	1700						
	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</p> <p>(1)地域団体商標の活用</p> <p>(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</p> <p>※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</p> <p>(1)将来の購買層(若年層)へのプロモーション活動</p> <p>(2)「市田柿」の情報発信力の強化</p> <p>(3)市田柿の食育・干し柿体験活動</p>													
事業内容					名称				活動指標					
26年度事業内容	市田柿プロモーション活動の展開					1	イベント数			1 3回				
	1 「市田柿」の情報発信力の強化(都市圏、若年層へのプロモーション活動)					2	講座数			2 5回				
	(1)ブランド推進協議会でのPR活動(銀座NAGANO)					3	商談回数			3 1回				
	(2)市田柿×ワインを楽しむ会～食べ方提案～(銀座NAGANO)					4	視察回数			4 2回				
	(3)販促活動(東京晴海トリノスクエア)													
2 市田柿の伝統継承活動の実施														
干し柿づくり講座、おやつ作り講座、図書館との共催														
3 飲食店向けのPR活動														
サントリーワイン商談会														
4 栽培・加工技術、商品開発、流通に関する研修														
事業コスト		25年度決算額	26年度予算額	26年度決算額	27年度予算額	特定財源内訳、補足								
事業費計(千円)①		1,990	2,240	2,190	1,934									
国庫支出金														
県支出金														
起債														
その他														
一般財源		1,990	2,240	2,190	1,934									
人件費計(千円)②		787		869										
正規職員所要時間		220		243										
臨時職員所要時間														
総事業費①+②		2,777	2,240	3,059	1,934									
事業内容・目標達成状況の振り返り	銀座NAGANOをはじめとする首都圏でのプロモーション活動を展開した。市田柿とワインの組み合わせを提案する「市田柿×ワインを楽しむ会」では日本ソムリエ協会副会長を講師に招くことができ内容の濃いセミナーとなった。これまでのプロモーション活動から市田柿を取り扱う店舗も確保でき、今後はそうした店舗の紹介とあわせた情報発信を展開する必要がある。													
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	産地としての伝統を継承することで改めて市田柿に対する理解を深めるとともに、新規需要開拓を視野に、若者層の感性に響くブランドイメージの構築と商品開発、販路確保等の仕組みづくりを継続して展開していく必要がある。												