

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	実施区分			
H28担当課等名		農業課		事業種別	政策	開始	19	終了	
H28係等名		H28係等名 生産振興係		H27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		27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			27年度計画	27年度実績	28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)			1600	1798	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、地理的表示保護制度(GI)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		
27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			3回		
	1 「市田柿」の情報発信力の強化(首都圏、若年層へのPR)			2 講座数			7回		
	(1) 市田柿の日PRイベント(銀座NAGANO)			3 参加店舗数			2店舗		
	(2) 市田柿×ワインを楽しむ会(銀座NAGANO)			3 商談回数			3個		
	(3) ワインリカーフェスティバル(名古屋東急ホテル)								
	2 将来の購買層(若年層)へのプロモーション活動								
	小学校での干し柿づくり講座、おやつづくり講座(4小学校7クラス)								
	3 市田柿の食べ方提案(域産域消食育店との連携)								
	レシピ考案、市田柿解禁日キャンペーン(川楽屋、西洋割烹吉祥寺)								
	4 商談活動								
	「南信州キャンペーン」「おいしい信州風土」「JAグループ」								
事業コスト		26年度決算額	27年度予算額	27年度決算額	28年度予算額	特定財源内訳、補足			
事業費計(千円)①		2,190	1,934	1,889	1,618				
国庫支出金									
県支出金									
起債									
その他									
一般財源		2,190	1,934	1,889	1,618				
人件費計(千円)②		869		744					
正規職員所要時間		243		208					
臨時職員所要時間									
総事業費①+②		3,059	1,934	2,633	1,618				
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。ワインの試飲会「(株)秋田屋ワインリカーフェス」で信州産ワインのPRに合わせ、食育認定店舗と協働しワインにあり市田柿を使った料理を紹介し好評を得た。今後も食育認定店と一緒に新しい食べ方提案やプロモーション活動の展開が効果的と考える。								
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、主な購買層は昔に食体験のある高齢者層である。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。							