

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	継続	
					事業種別	政策	開始	19 終了	
H29作成課等名	農業課	H29係等名	生産振興係	H28担当課等名 農業課					
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		28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)		504	
	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年度実績	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	1828	
	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、地理的表示保護制度(GI)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・干し柿体験活動</p>								
28年度事業内容	事業内容				名称		活動指標		
	市田柿プロモーション活動の展開 1 「市田柿」の情報発信力の強化 GI制度を活用した輸出国をはじめ外国向けの情報の作成、ホームページによる情報発信 2 将来の購買層(若年層)へのプロモーション活動 市田柿を使った料理レシピによるPR、都市圏へのPR、取扱い店舗の産地招聘、東京圏域を対象にした産地ツアー 3 地元販売店の拡大、商品開発 機能性研究、域産域消費店との協働 4 産地意識の醸成 干し柿づくり体験、伝統行事のPR				1 発信回数 2 イベント実施回数 3 取扱い店舗 4 イベント実施回数		1 10回 2 3回 3 4店舗 4 1回		
事業コスト		27年度決算額	28年度予算額	28年度決算額	29年度繰越額	特定財源内訳、補足			
事業費計(千円)①		1,889	1,618	1,579	0				
国庫支出金									
県支出金									
起債									
その他									
一般財源		1,889	1,618	1,579					
人件費計(千円)②		744	637	536	0				
正規職員所要時間		208	178	150					
臨時職員所要時間									
総事業費①+②		2,633	2,255	2,115	0				
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う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。							