

事務事業名	農産物ファン創出事業		会計	一般会計	実施区分	継続	
			事業種別	政策	開始	21 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	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			指標名及び単位	28年度数値	
	意図(どういう状態にするか)	農産物を通じて飯田のファンになってもらう			中京圏人口(万人)	748	
	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)			首都圏人口(万人)	1351	
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	
	成果指標	産地ツアーで来飯した都市部消費者(累計人数)		650	683	750	
	成果指標	いいだファンクラブメルマガ登録、フェイスブックいいね押下		700	922	1100	
定性目標						28年度実績	備考(指標変更など)
事業概要	<p>少量多品目高品質な農産物の産地ブランドの構築を図り、プレミアム農産物を起点とした高付加販売展開、産地誘客による地域消費の拡大、物語のある魅力発信等による“いいだのファン”づくりを進める。</p> <ul style="list-style-type: none"> 産地ブランド構築のため、情報発信の強化やプロモーション活動に取り組む。 農のある風景などを中心に本市の魅力を発信しつつ、本市のファンづくりを進める場として“いいだファンクラブ”ウェブサイトを整備する。さらに、農産物の通販サイトを併設し、情報発信の中でなぜ「良いモノ」なのか、どう「良いモノ」なのかという「物語」も発信していく。 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とした産地ツアーを南信州観光公社と連携して実施する。適正原価による地域還元を基本とし、プログラムの充実を図ることで顧客満足度を高め格安ツアーとの差別化を図る。 						
28年度事業内容	事業内容			名称		活動指標	
	<p>1 いいだファンクラブの運営 (1)フェイスブック運営による情報発信 (2)メールマガジン配信 (3)ファンクラブ加入促進 (4)おいでなんしょショップの運営 2 産地ツアーの実施 ツアーの企画・実施</p>			<p>1 (1)フェイスブックのいいねの数 (2)メールマガジン登録数 (3)会員特典等の企画 (4)商品扱い件数 2 ツアーの実施回数</p>		<p>1 (1) 1,754件 (2) 265件 (3) 1回 (4) 9品目 2 3回</p>	
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		259	338	300	0		
国庫支出金							
県支出金							
起債							
その他							
一般財源		259	338	300			
人件費計(千円)②		1,423	1,860	1,716	0		
正規職員所要時間		398	520	480			
臨時職員所要時間							
総事業費①+②		1,682	2,198	2,016	0		
事業内容・目標達成状況の振り返り	<p>いいだファンクラブの運営では、フェイスブックにおいては1つの記事での平均閲覧数は300を超えることや、メルマガの購読者やフェイスブックいいね押下も増加し着実にファンが増加している。おいでなんしょショップで希少でこだわったファンクラブ推奨品を扱い即完売となった。</p>						
改革改善の考え方	①問題点	新規入会者を更に増やしていくことが課題である。会員へのメリットとなる特典、またおいでなんしょショップとふるさと納税返礼品との差別化が必要。					
	②改革提案	様々な機会を利用し、いいだファンクラブのPRを強化するとともに、特典企画を設け入会者への満足度を上げる。またタイムリーな情報内容を充実させるとともに、会員への特典も充実させる必要がある。					