

事業コード	03020306	政策コード	03	政策名	未来の交流を創り、支える観光・交通戦略				
事業名	県産品消費拡大事業	施策コード	02	施策名	秋田の食の魅力の磨き上げと県外への販路拡大				
部局名	観光文化スポー	指標コード	03	施策目標(指標)名	ターゲットや地域を明確にした戦略的プロモーション				
課室名	秋田うまいもの販売課	班名	調整・食品振興班	(tel) 8602258	担当課長名 畠山 勇人				
					担当者名 藤原剛				
評価対象事業(計画)の内容									
1. 事業立案の背景(施策目標の達成のために今なぜこの事業が必要なのか)		3. 事業目的(どういう状態にしたいのか)							
<p>国で創設した地域住民生活等緊急支援のための交付金を活用して、地域の消費喚起など景気の脆弱な部分にスピード感を持った的を絞った対応を行うことが求められており、都道府県には主として域外消費喚起を目的とした事業の実施が期待されている。</p>		<p>地域住民生活等緊急支援のための交付金を活用して、県産食品、県産農産物が首都圏等の県外で購入されることで、県産品のより一層の域外での消費拡大を図りたい。</p> <p style="text-align: center;">(重点施策推進方針との関係) 重点事業として要望 その他事業として要望</p>							
2. 住民ニーズの状況		4. 目的達成のための方法							
<p>ニーズを把握した対象 受益者 一般県民 (時期: H27 年 01 月)</p> <p>ニーズの把握の方法 アンケート調査 各種委員会及び審議会 ヒアリング インターネット その他の手法 (具体的に)</p> <p>ニーズの具体的内容</p> <p>食品事業者にアンテナショップに対するニーズ調査を行ったところ、求める機能の第一位が県外での商品販売の場としての機能であり、首都圏での県産品の消費拡大を目的とする本事業はこのニーズを満たすものである。</p>		<p>事業の実施主体 県、アンテナショップ運営事業者、(株)秋田県物産振興会 他</p> <p>事業の対象者・団体 首都圏等の一般消費者、県内食品事業者、インターネット販売事業者 他</p> <p>達成のための手段</p> <p>アンテナショップや物産展での割引販売、首都圏でのプレミアム付き酒イベントの開催、インターネットによるプレミアム販売。</p>							
把握していない場合の理由及び今後の方針		比較した代替手段及び選択した手段の有効性							
理由		<p>プレミアム付き商品券の発行も検討したが、景品表示法の制約があり、プレミアムの上限が20%と制限されることや、首都圏での商品券の販売管理が難しいこと、金券ショップへ出回る可能性があることなどから、アンテナショップでの販売等については、割引券等による25~30%の割引販売とした。</p>							
今後の方針									
5. 事業の全体計画及び財源 単位(千円)									
順位	事業内訳	左の説明	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	全体(最終)計画
01	首都圏等県産品消費拡大事業	アンテナショップや物産展での割引販売等を通じて首都圏での県産品の消費拡大を図る。	256,747						
02	美酒王国秋田消費拡大事業	秋田SAKEカフェ等のイベントでオリジナル純米酒プレゼントなどを行い、県内外での消費を高め、県産酒の消費拡大と本県酒造業の振興を図る。	194,119						
03	あきたふるさと商品販売拡大事業	インターネット販売事業者と連携してプレミアム付きネット販売を行う他、県商工会連合会の上部団体が運営する全国販売サイトを活用して、県産品の消費拡大を図る。	53,875						
財源内訳			504,741						
国庫補助金			486,590						
県債									
その他の			40						
一般財源			18,111						

6. 事業の効果を把握するための手法及び効果の見込み

事業の期待される成果		県産品の消費拡大						
指標名	推定消費喚起倍率							指標の種類
指標式	推定消費喚起額 ÷ 交付金額							成果指標 業績指標
年度別の目標値（見込まれる成果による指標）								
指標	24年度	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	最終年度
目標a			2					
実績b	データ等の出典							
東北	秋田うまいもの販売課調べ							
全国								
把握する時期 当該年度中 月 翌年度 06月 翌々年度 月								

指標名									指標の種類
指標式									成果指標 業績指標
年度別の目標値（見込まれる成果による指標）									
指標	24年度	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	最終年度	
目標a									
実績b	データ等の出典								
東北									
全国									
把握する時期 当該年度中 月 翌年度 月 翌々年度 月									

指標を設定することができない場合の効果の把握方法
 指標を設定することが出来ない理由

見込まれる効果及び具体的な把握方法(データの出典含む)

事業の必要性

現状の課題及び施策目的に照らした事業の必要性
 消費者ニーズに対応した商品づくりと、国内外への売り込みの強化が本県の食品産業の課題となっているが、本事業は首都圏等の域外消費を喚起する事業であり、結果的に秋田の清酒や、県産食品を県外へ売り込むことになりふるさと第2期秋田元気創造プランの施策3-2「秋田の食の磨き上げと県外への販路拡大」と一致するものである。

住民ニーズに照らした事業の必要性
 食品事業者等に対するアンテナショップに求める機能としての第一位が、県外での商品販売の場としての機能であり、県外での消費喚起、販路拡大に資する本事業はニーズに合致した者である。

事業の県関与の必要性
 法令・条例上の義務 内部管理事務 県でなければ実施できないもの
 民間・市町村で実施可能であるが、県が関与する必要性が認められるもの

本事業は国が地方への好循環拡大に向けた緊急経済対策の一つとして、地域消費喚起・生活支援を目的とした「地域住民生活等緊急支援のための交付金」として、プレミアム付商品券への発行支援等の地方自治体が講じる消費喚起等に対する補助を行う事業に基づいて実施するもので、交付金を受ける県や市町村でなければいけないものである。

政策評価委員会意見	重点事業の適合及び指標・目標値の適合性判定
重点事業	その他