

事業コード	3040401	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	美酒王国秋田プロモーション事業	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
		指標コード	02	施策目標(指標)名	市場ニーズを先取りした秋田オリジナルな商品開発
部局名	観光文化スポー	課室名	秋田うまいもの販売課	班名	まるごと売込み班
				(tel)	2259
				担当課長名	畠山勇人
				担当者名	田中雄輝
評 価 対 象 事 業 の 内 容					
				事業年度	平成25年度 ~ 平成26年度

1-1. 事業実施の背景(施策目標の達成のためになぜこの事業が必要であったのか)
 日本酒の消費が低迷している中であっても、純米酒などの良質な特定名称酒については、普通酒に比べ消費者ニーズが高く、販売が伸びていることから、新潟など全国の酒どころでは生き残りをかけて普通酒から特定名称酒へのシフトを図っている。本県の酒造業は、こうした特定名称酒への転換が他県に比べ遅かったことから、全国の消費者への認知度が低く、良質な酒の産地としてのイメージが弱い。JR東日本デスティネーションキャンペーン(DC)及び国民文化祭の開催に合わせて、本県を訪れる観光客や首都圏の消費者へ県産の特定名称酒をPRすることで、良質な県産酒の認知度向上を図り、販売促進を加速させる。

1-2. 外部環境の変化及び事業推進上又は完了後に明らかになった問題点
 本県の主要な特産である県産酒の需要量が年々減少しており、需要の拡大を図るためにも、魅力ある商品づくりや積極的な売込みが必要である。

2. 住民満足度の状況(事業終了後に把握したもの)
 満足度を把握した対象 受益者 一般県民 (時期: H26年 12月)
 満足度の把握方法 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 アンケート及び聞き取り)
 満足度の状況
 本県の魅力の一つである日本酒や食、観光をまるごとPRすることにより、本県の認知度が向上が図られた。蔵付分蔵酵母純米酒シリーズの販売支援、秋田SAKEカフェPRイベントで、県内や首都圏酒販店や飲食店で美酒王国秋田のイメージアップが図られた。

3. 事業目的(どういう状態にしたかったのか)
 秋田県が良質な特定名称酒の産地であることを、全国の消費者に認知してもらい、今後の販売促進に結びつける。

4. 目的達成のための方法
 事業の実施主体
 県
 事業の対象者・団体
 県内酒造メーカー、JR東日本、観光客、首都圏消費者
 達成のための手段
 県内酒造メーカーとの協働により、秋田蔵付分蔵酵母純米酒シリーズなど秋田オリジナルの特定名称酒の開発を進め、PRを図るとともに、本県を訪れる観光客や首都圏の消費者が、こうした良質な清酒を味わっていただく機会の創出を図り、消費者の秋田県産酒に対するイメージアップと認知度向上を図る。

5. 前回評価における指摘事項等
 指摘事項 特になし(継続対応)
 指摘事項への対応 特になし(継続対応)

6. 事業の内容
 事業概要及び推進状況
 秋田限定純米酒販売支援事業・・・DCに合わせ、期間・数量を限定した秋田オリジナルの新商品を発売し、観光客等が県産酒を味わう機会を創出した。(蔵付分蔵酵母純米酒シリーズ販売支援事業、新幹線で飲む秋田の酒販売促進事業)
 秋田の酒とうまいものを楽しむ夕べ事業・・・秋田の特定名称酒と食を一度に試飲・試食できるイベントを首都圏で開催し、本県の酒づくりと食文化に対する一般消費者の認知度向上を図った。
 秋田SAKEカフェinn六本木・・・首都圏の若いビジネスマンや女性をターゲットに秋田の日本酒と郷土料理を提供しイメージアップを図った。
 日本酒で乾杯推進会議懇親パーティーの開催
 美酒王国秋田の売り込み事業によって首都圏及び秋田県内の実需者及び消費者に販路拡大が図られた。

事業費等		単位(千円)	
内 訳		当初計画事業費	最終事業費
秋田蔵付酵母純米酒シリーズ販売支援事業		2,542	2,542
美酒王国秋田応援事業		16,144	16,144
事業費計		18,686	18,686
財源内訳	国庫補助金		
	県債		
	その他		
	一般財源	18,686	18,686

当初計画及び最終の事業費比較
 最終事業費 / 当初計画事業費 =(1.00)

7. 事業の効果及び課題の改善状況
 本県の魅力の一つである日本酒や食、観光をまるごとPRすることにより、本県の認知度向上が図られた。蔵付分離酵母純米酒シリーズの販売支援、秋田SAKEカフェPRイベントで、県内や首都圏酒販店や飲食店で美酒王国秋田のイメージアップが図られた。

8. 事業の効果을把握するための手法及び効果の見込み

指標名	秋田蔵付分離酵母純米酒シリーズの販売数量								指標の種類
指標式	(販売数 / 出荷数) × 100								成果指標 業績指標
年度別の目標値(見込まれる効果) 低減目標指標 該当 非該当									
指標	20年度	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度	全体	
目標a						90	80	80	
実績b						100	100	100	
b/a						111.1%	125%	125%	
データ等の出典	各蔵販売実績まとめ								
把握する時期	当該年度中		月	翌年度	04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(見込まれる効果) 低減目標指標 該当 非該当									
指標	20年度	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度	全体	
目標a									
実績b									
a/b									
データ等の出典									
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かった場合の効果の把握方法
 指標を設定することが出来なかった理由

 成果(見込まれる効果)

所管課の評価				評価結果	
有効性の観点	住民満足度の状況	a	b	c	A B C
	【b又はcの場合の分析】				
	事業の効果	適用の可否 可 不可			
	a 達成率100%以上	b 達成率80%以上100%未満	c 達成率80%未満		
	【b又はcの場合の理由】				
効率性の観点	事業の経済性の妥当性	適用の可否 可 不可			評価結果 A 1.0~ B 0.8~ 1.0 C ~0.8
	a 1.0~	b 0.8~1.0	c ~0.8		
	$\left[\frac{\text{事業終了後の効果}}{\text{最終事業費}} \right] / \left[\frac{\text{当初計画時の効果}}{\text{当初計画事業費}} \right] = 1.00$ 【評価への適用不可、又はb、cの場合の理由】				
総合評価	A (妥当性が高い) B (概ね妥当である) C (妥当性が低い)				
	有効性・効率性の観点から、受益者や一般県民の県内外における県産酒に係る各種イベント開催やPR等により認知度が増し、高い事業効果が見られた。				
評価結果の類似事業への反映状況等(対応方針)					
政策評価委員会意見					

終了事業事後評価判定点検表

(様式5-1)

(1) 各評価項目の判定基準

観点	評価項目	判定基準	配点	1次	2次	評価結果	
ア有効性	一 住民満足度等の状況	a 住民満足度等を的確に把握しており、満足度も高い	2	2		A:有効性は高い (4点) B:有効性はある (1~3点) C:有効性は低い (0点)	
		b 住民満足度等を把握しているが、手法が的確でない又は満足度が高くない	1				
		c 住民満足度等を把握していない	0				
	二 事業目的の達成状況	a 目標値に対する達成率が全て100%以上	2	2			
		b a、c 以外の場合	1				
		c 目標値に対する達成率のいずれかが80%未満	0				
計			4	4		A	
イ効率性	一 事業の経済性の妥当性	a 当初計画時と事業終了後の事業効果を比較した値(注)が全て1.0以上	2	2		A:効率性は高い (2点) B:効率性はある (1点) C:効率性は低い (0点)	
		b a、c 以外の場合	1				
		c 当初計画時と事業終了後の事業効果を比較した値のいずれかが0.8未満	0				
	計			2	2		A

(注) 事業経済性の算定式

$$\left(\text{事業終了後の効果} / \text{最終事業費} \right) / \left(\text{当初計画時の効果} / \text{当初計画時事業費} \right)$$

上式で、効果とは事業の効果を把握するために設定した指標の実績値をいう。なお累積の実績値を設定している場合は、前年度からの差し引きによる「単年度増加分」を実績値として用います。

(2) 総合評価の判定基準

総合評価の区分	判定基準	総合評価	
A (妥当性が高い)	全ての観点の評価結果が「A」判定の場合	A	
B (概ね妥当である)	総合評価結果が「A」又は「C」以外の場合		
C (妥当性が低い)	全ての観点の評価結果が「C」判定の場合		