

事業コード	02010215		政策コード	02	政策名	国内外に打って出る攻めの農林水産戦略					
事業名	I Love秋田産推進事業		施策コード	01	施策名	"オール秋田"で取り組むブランド農業の拡大					
部局名	農林水産部	課室名	農業経済課		指標コード	02	施策目標(指標)名	実需者ニーズに機動的に対応する青果物流通体制の構築			
			班名	調整・六次産業化班		(tel)	8601763	担当課長名	鈴木 昌明	担当者名	熊谷 みさき
評価対象事業(計画)の内容											
						事業年度	平成27年度 ~ 平成29年度				

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)
 TPP協定等により農業者の不安が高まっている中、農業者の生産意欲を喚起し、攻めの農業を展開していくためには、県民に県産農産物の魅力を理解してもらい、消費を高め、自らが宣伝マンとなって、多様な機会・手段を通じ、県外に発信してもらえる環境を創ることが必要である。このため、マスメディア等と連携し、県産農産物の産地や旬の農産物等の情報を周年的に発信するとともに、県民参加型イベントを断続的に開催しながら、県産農産物の愛用や農業への応援気運を高めていく取組が重要である。

3. 事業目的(どういう状態にしたいのか)
 県産農産物に対する県民の認知度が向上されるだけでなく、県民全体で農業を応援する気運が高まり、県産農産物の消費拡大が図られることで、農業者の生産意欲が喚起される。
 (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

2. 住民ニーズの状況
 ニーズを把握した対象
 受益者 一般県民 (時期: 年 月)
 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)
 ニーズの具体的内容

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 一般県民
 達成のための手段
 テレビやラジオ、新聞等を通じて県産農産物に関する情報を発信するとともに、県産農産物の消費拡大や認知度向上につながるイベント等の開催により、県民に県産農産物の魅力を伝える。

比較した代替手段及び選択した手段の有効性
 情報発信力のある県内マスメディアを活用することで県産農産物を広く県民に周知することで、生産者や小売・流通業、消費者代表等の立場の異なる団体と連携することで、より効果的な情報発信が可能となることから、有効性は高い。

TPP対策県民会議において、農業者サイドだけでは輸入農産物の増大による危機に対応できないため、もっと県民から県産農産物を知ってもらい、応援してもらえるよう情報発信を強化すべきとの意見が出されている。

把握していない場合の理由及び今後の方針	
理由	
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	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度	全体(最終)計画
01	I love 秋田産ブームアップキャンペーン実行委員会設置	食に関わる幅広い機関・団体等によるキャンペーン実行委員会を設置し、発信する情報や企画内容に関する協議・調整を行う。	235	235	235				
02	I love 秋田産ブームアップキャンペーンの実施	県産農産物の効果的な周知を図るため、マスメディアの情報発信力を活用した普及啓発活動を展開する。	9,180	9,180	9,180				
03	I love 秋田産プロモーション事業	マスメディアによる情報発信のみならず、県民参加型イベント等の開催により、県産農産物への県民の理解促進を図る。	7,000	7,000	7,000				
04	県推進費	県産農産物の情報発信等に伴う経費	783	783	783				
財源内訳		左の説明	17,198	17,198	17,198				
国庫補助金		地方創生加速化交付金	17,198	17,198	17,198				
県債									
その他									
一般財源			0	0	0				

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		秋田市卸売市場および県内直売所の販売額の増加が図られる。							
指標	指標名	秋田市卸売市場および県内直売所における県産農産物等の販売額					指標の種類		
	指標式	7,868百万円(現状) × 1.01(年1%増加) = 7,947					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	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	最終年度
	目標a			7,946	8,025	8,105			
	実績b	データ等の出典							
	東北 全国	市場年報、農村女性による起業活動実態調査							
把握する時期		当該年度中 月		翌年度 03月		翌々年度 月			

指標	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	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31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
 国内外の産地間競争の激化に対応するためには、販売力の強化のみならず、農業への応援気運を高めることで、生産者の「作る意欲」を喚起し、消費拡大に繋げていく取組が必要である。

住民ニーズに照らした事業の必要性
 県民に県産農産物の魅力を理解してもらうため、県産農産物の情報発信を強化する必要がある。

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

県内マスメディアや農業団体、小売・流通等、異なる立場の関係団体が集まる中でも県産農産物に対する理解の促進や応援意識の醸成等、同一の目的を持って実施するためには、県の関与が必要である。

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