

[法人の概要]

① 団体名	(一社)とちぎ農産物マーケティング協会					
② 設立年月日	昭和50年10月20日	③ 代表者 代表理事会長 菊池 秀俊				
④ 所在地等	宇都宮市平出工業団地9-25		電話 028-616-8787			
⑤ 設立目的 事業内容	・設立目的：県産農産物の生産振興、流通及び消費対策事業の総合的な実施 ・事業内容： <ul style="list-style-type: none"> 生産、流通及び消費関連情報の収集・発信 生産技術の向上・改善対策 生産者組織の育成等 					
⑥ 基本財産 (資本)	総額：85,600千円 (内訳) 栃木県出資額 <u>30,000千円</u> (35.1%) 全農県本部出資額 <u>23,720千円</u> (27.7%) その他 <u>31,880千円</u> (37.2%)					
⑦ 役員数	県OB	県派遣	県現職	他団体等	専任	合計
理事	1		1	19		21
常勤	1			1		2
非常勤			1	18		19
監事	1			1		2
常勤						0
非常勤	1			1		2
職員	2	1		3	3	9
常勤	1	1		3	3	8
非常勤	1					1
臨時					3	3
⑧ 常勤職員の 年齢構成	～20代	30代	40代	50代	60代～	平均年齢
			1	5	2	55.6才

〈(一社)とちぎ農産物マーケティング協会から県民のみなさまへ〉

とちぎ農産物マーケティング協会は、「売れるものづくりの支援」、「生産者と消費者の信頼関係づくり」及び「県産農産物の紹介による販路拡大」を基本方針に、生産者支援や県産農産物のPR、消費者・実需者との的確な情報の受発信、新たな販路となる輸出支援等の業務を行っています。

令和5年7月 代表理事理事長 荒井 真一

[情報公開]

HP	URL : http://www.tochigipower.com/
その他 (情報誌・SNS)	とちぎフレッシュメイトYouTubeチャンネル、協会情報誌、LINE公式アカウント「とちぎ農産物♥クチコミ」等

[監査等結果]

名称	実施年月日	結果
監事監査	令和5年6月1日	適正
財政的援助団体監査	令和3年11月26日	適正

[その他特記事項]

(市町その他との連携・業務効率化のためのICT利活用など)
 運営に当たっては、会員であるJAグループとの連携が強い。
 また、HPやSNS等を活用した情報発信等を行い、デジタル技術活用を図っている。

[主な事業の事業費・概要等] (千円、%)

事業名	R3	R4	事業概要
事業1 県産農産物情報の 受発信事業	31,317	44,356	県産農産物の利用や消費拡大を図るため、情報発信やイベント等を実施
	42.8	49.4	
事業2 産地づくり支援事業	15,566	16,128	部会を通じて新品種等の普及支援や生産対策を行い、生産者の育成を支援
	21.3	18.0	
事業3 農産物輸出支援事業	11,400	16,045	関係機関・団体・生産者と連携し、安定的な輸出を拡大、新規品目を開拓
	15.6	17.9	
全体事業	73,144	89,828	

[財務指標]

		R2	R3	R4
自己資本比率	正味財産合計/資産合計×100	82.9	81.6	83.1
流動比率	流動資産合計/流動負債合計×100	208.2	192.0	222.3
有利子負債依存度	有利子負債/資産合計×100	15.0	15.1	14.6
管理費比率	管理費/経常費用計×100	15.5	16.9	18.1
人件費比率	人件費/経常費用計×100	32.7	35.8	32.6
独立採算度	(経常収益計+経常外収益計-県からの補助金収入)/(経常費用計+経常外費用計)×100	78.6	83.3	94.2

[収支決算書（令和4年4月1日から令和5年3月31日まで）] (単位：円)

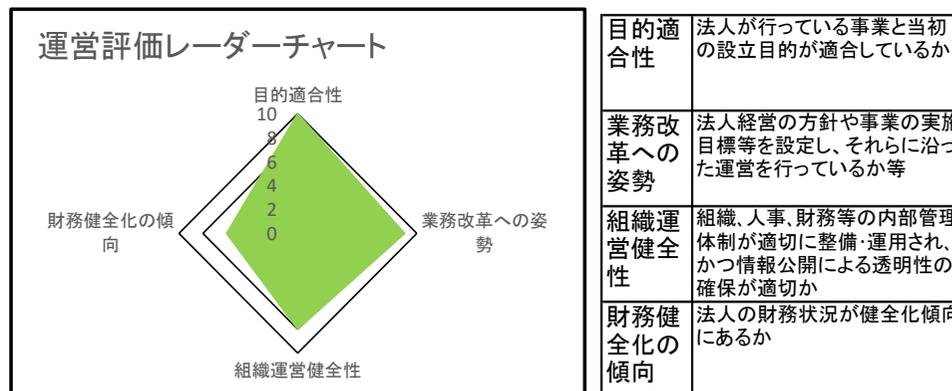
収入の部		支出の部	
○会費	65,814,000	○事業費	124,980,122
○補助金	15,095,690		
○負担金	5,017,462	○管理費	27,540,312
○委託費	54,503,468		
○認定料等収入	16,000,000		
○その他	1,917,083		
当期収入合計 (A)	158,347,703	当期支出合計 (C)	152,520,434
前期繰越収支差額	22,466,502	当期収支差額 (A-C)	5,827,269
収入合計 (B)	180,814,205	次期繰越収支差額 (B-C)	28,293,771

[貸借対照表（令和5年3月31日現在）] (単位：円)

資産の部		負債及び正味財産の部	
○流動資産		○流動負債	
普通預金	27,649,250	未払金	3,052,870
仮払金	230,280	預り金	81,949
未収金	23,549,060	短期借入金	20,000,000
○固定資産			
定期貯金	85,600,000		
		負債合計	23,134,819
		○正味財産	
		指定正味財産	85,600,000
		一般正味財産	28,293,771
		正味財産合計	113,893,771
資産合計	137,028,590	負債及び正味財産合計	137,028,590

[評点集計]

評価の視点	評価項目数	評点	満点	得点率
目的適合性	5	10	10	100%
業務改革への姿勢	5	9	10	90%
組織運営健全性	5	8	10	80%
財務健全化の傾向	5	6	10	60%
合計	20	33	40	83%



[自己評価]

前年度の法人運営についての自己評価（振り返り）	新型コロナウイルス禍の中、実施を見合わせていた事業を再開するとともに、県の補助・委託事業実施に当り、協会が培ったノウハウなどを加えた事業展開や、単独事業で生産振興等に繋げる新たに事業に着手できた。また、米の消費拡大に向け県の追加事業に対応するなど、十分な成果があった。						
事業実施上の課題（主に目的適合性・業務改革の姿勢の評価を基に作成）	当協会は人数も限られ、唯一長期雇用の継続は嘱託職員1名のみである。嘱託職員の持つ、これまでのノウハウや関係者とのネットワークは貴重な財産であるので、年齢や今後の事業展開を考えると、その後継者の育成が急務であり、費用面も含め人材の確保の可能性を探っている。						
組織・財務上の課題（主に組織運営健全性・財務健全化の傾向の評価を基に作成）	会費をもとに、県の補助・委託事業を実施するほか、単独事業で生産部の活動等を支援しており、会員からも協会ならではの事業要望もあるため、年度毎の補助・委託事業費のバランスが、単独事業の事業費確保に影響を与えてしまう。						
県現職派遣の理由、必要性の評価	県の補助と委託の両事業が中心のため、県との連携強化、適切な執行に向けて、また全農職員との関係性も含め、現役職員は必要であり、役割は大きい。						
課題に対する今後の取組の方向性	会員あつての協会であるため、限られた人数での事業効果発現に向け、職員間の連携強化や、限られた予算の中で補助・委託事業の実施後の単独事業を交えた新たな展開などを考え、目的達成のため業務に当たっていく。また、技術力が落ちないよう人材の確保を図っていく。						
得点率の推移	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td>R4</td> <td>R5</td> <td>R6</td> </tr> <tr> <td>83%</td> <td>—</td> <td>—</td> </tr> </table>	R4	R5	R6	83%	—	—
R4	R5	R6					
83%	—	—					

〔所管部局評価〕

政策目標		県産農産物の生産振興、流通及び消費対策事業の総合的な実施	
県と法人の役割分担	県の役割	県産農産物のブランド力向上及び消費拡大に向けた生産者団体等の支援	
	法人に期待する役割	農業団体や生産者団体等と連携した生産振興や販路拡大流通形態に応じた輸出拡大や海外での知的財産保護等	
財政支出状況 (千円)	区分	令和5年度予算額	令和4年度決算額
	補助・交付金	15,310	14,647
	委託料	29,629	54,503
	貸付金	0	0
	その他	0	0
	計	44,939	69,150

指定管理	施設名	管理運営状況評価(R3)				
		A	B	C	D	E
	なし					

締結状況(指定)	契約件名	契約締結の方法	指名競争入札又は任意契約とした理由	R4契約金額(千円)	効果測定指標	目標値	実績			効果測定
	農産物輸出コーディネート事業	随意契約	随②	19,089	輸出促進員等の設置による県産農産物の輸出に係る商談支援(件)	10	-	-	11	B
	県産米ファン拡大キャンペーン事業	随意契約	随②	9,913	県産米配布数量(袋)	6,600	-	-	7,900	A

法人の自己評価に対する意見
 県の補助・委託事業の実施に当たっては、協会が培った飲食店や販売店との繋がりを生かした事業が展開された。
 当該協会は県の補助事業と委託事業が中心であるため、適切な執行には、県の狙いや県全域の実情を把握した上での執行が重要となる。このことから、協会での現職派遣の役割は大きく、継続して現役の県職員を派遣する必要がある。また、農業団体との連携も多く、県と農業団体の関係性維持の観点からも派遣職員の役割は非常に大きい。
 協会の単独事業では生産部会の支援等を行っており、県産農産物の生産振興に大きく寄与していると評価する。

実施状況	事業名	事業概要	R4補助金額(千円)	効果測定指標	目標値	実績			効果測定
	農産物マーケティング推進事業費	県産農産物の消費拡大、情報発信、宣伝活動等の生産から流通までの一貫したマーケティング対策を行うもの。	6,083	県産農産物を使用する地産地消推進店の登録店舗数(店)	312	294	303	312	B
	首都圏産農産物活用推進事業費	飲食店での県産農産物の使用を促進し、メニューフェア等を通じて消費者の購買促進を図る。	2,786	フェア実施店舗数(店)	45	-	38	51	A

今後の連携・見直し方針	県産農産物のイメージアップ、ブランド力の向上及び販路拡大に向けて、当該協会と緊密に連携を図り、更なる本県農政の推進を図っていく。
-------------	--

県が期待する役割の達成	A
-------------	---

〔総合評価〕

〔R4行革委員会報告書(個別法人に対する評価等・継続検討項目以外)〕

A	<p>総合的所見</p> <p>財務状況は概ね健全化の傾向が認められ、県施策推進に向けた各事業においても積極的に事業を実施している。引き続き効率的・効果的な事務執行に努められたい。一方で職員の確保・育成については、法人の知見の継承に向けた大きな課題であると考えられることから計画的に取り組まれない。更なる販路拡大にあたっては、有用なデジタル技術を積極的に活用し、国内外での需要拡大を図られたい。</p>	<p>見直し方針に沿って、首都圏に加え関西圏や海外への販路拡大等を図ってきたが、更なる取組の強化に努める必要がある。</p> <p>栃木県観光物産協会との統合については、農産物生産者支援と商工業者支援という設立目的の違い、原材料とそれを使った商品という利益上の利害の相反、農産物販路開拓ルートの特異性による支援ノウハウの違いなどから、組織総合のメリットはほとんど認められず、総合は困難であるとの結論はやむを得ないものと考えられる。</p> <p>しかしながら、県産品の振興・県の魅力発信という観点では、農商工の連携は不可欠であることから、引き続き同協会との事業における連携を深めていく必要がある。</p> <p>デジタル技術を積極的に取り入れ、デジタルマーケティングやECサイトを活用した国内外での需要の掘り起こし・販路拡大に取り組んでいく必要がある。</p>
指摘事項	なし	