

[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	代表理事長 国府田 厚志					
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：・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 30,000千円 (35.1%) 全農県本部出資額 23,720千円 (27.7%) その他 31,880千円 (37.2%)								
⑦ 役職員数	県OB	県派遣	県現職	他団体等	専任	合計			
理事	0	1	1	19	0	21			
常勤		1		1		2			
非常勤			1	18		19			
監事	0	1	0	1	0	2			
常勤						0			
非常勤		1		1		2			
職員	2	1	0	3	4	10			
常勤	1	1		3	2	7			
非常勤	1					1			
臨時					2	2			
⑧ 常勤職員の 年齢構成	~20代	30代	40代	50代	60代~	平均年齢			
			2	2	3	55.2才			

[主な事業の事業費・概要等]

事業名	R5年度 実績	R6年度 実績	事業概要
① 県産農産物情報の受発信事業	36,710	30,260	県産農産物の利用や消費拡大を図るために、情報発信やイベント等を実施
全事業合計に占める割合 (%)	45.9	41.7	
② 産地づくり支援事業	15,864	14,864	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
全事業合計に占める割合 (%)	19.8	20.5	
③ 農産物輸出支援事業	16,074	15,671	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
全事業合計に占める割合 (%)	20.1	21.6	
④ ①～③以外の事業	11,303	11,790	県産農産物のイメージアップやブランド力向上を図る
全事業合計に占める割合 (%)	14.1	16.2	
全体事業	79,951	72,585	

〈(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〉令和7年7月1日現在

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7年7月 理事長 熊田 飲丈

[情報公開]

HP	URL : http://www.tochigipower.com/
その他 (情報誌・SNS)	協会月刊誌 LINE Instagram Facebook YouTube X

[監査等結果]

名称	実施年月日	結果
監事 藤澤 勝	R7.5.29	適正
監事 小倉武夫	〃	〃

[その他特記事項]

(業務効率化のためのデジタル技術の活用など)
PC等情報通信機器を更新し、業務効率化のみならず、セキュリティの強化、ペーパーレスなどによる経費削減を図る。また、QRコードによるアンケート導入で回答・集計の効率化を図る。

[指定管理の受託状況]

施設名	指定期間
なし	

〔財務狀況〕

(单位: 円)

区分		令和4年度	令和5年度	令和6年度	特記事項
貸借対照表	資産合計	137,028,590	128,517,938	126,466,960	
	流動資産合計	51,428,590	42,917,938	40,866,960	
	固定資産合計	85,600,000	85,600,000	85,600,000	
	負債合計	23,134,819	23,468,898	22,943,065	
	流動負債合計	23,134,819	23,468,898	22,943,065	
	うち有利子負債				
	固定負債合計				
	うち有利子負債				
	正味財産合計	113,893,771	105,049,040	103,523,894	
一般正味財産		28,293,771	19,449,040	17,923,894	
指定正味財産		85,600,000	85,600,000	85,600,000	

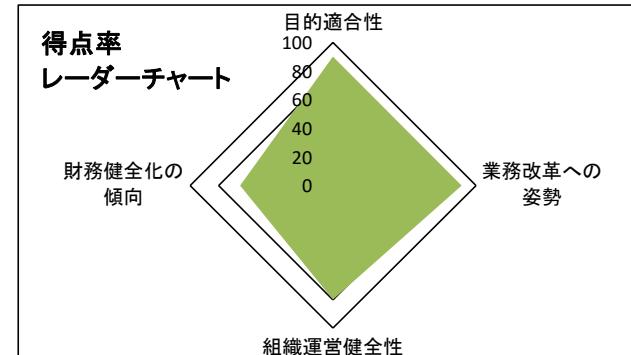
[評点集計]

評価の視点	評価のポイント	項目数	満点	評点	得点率
目的適合性	法人が行っている事業と当初の設立目的が適合しているか	5	10	9	90%
業務改革への姿勢	法人経営の方針や事業の実施目標等を設定し、それらに沿った運営を行っているか等	5	10	9	90%
組織運営健全性	組織、人事、財務等の内部管理体制が適切に整備・運用され、かつ情報公開による透明性の確保が適切か	5	10	8	80%
財務健全化の傾向	法人の財務状況が健全化傾向にあるか（前年度・前々年度の財務状況と比較）	5	20	13	65%
合計得点率（各項目得点率の平均）		81%			

うち	経常費
	事業
うち	管理
	評価損益
うち	当期経常増減額
	経常外

(単位：円)

区分		令和4年度	令和5年度	令和6年度	特記事項
正味財産増減計算書	経常収益計	158,347,703	134,686,162	123,289,299	
	うち県補助金計	14,647,490	13,547,530	13,862,844	
	経常費用計	152,520,434	143,530,893	124,814,442	
	事業費計	124,980,122	113,136,420	99,050,487	
	うち人件費	32,934,991	32,869,495	24,820,770	
	管理費計	27,540,312	30,394,473	25,763,955	
	うち人件費	16,860,480	16,384,551	15,422,333	
	評価損益等計				
	当期経常増減額	5,827,269	△ 8,844,731	△ 1,525,143	
	経常外収益計				
	うち県補助金計				
	経常外費用計				
	当期経常外増減額	0	0	0	
	法人税、住民税及び事業税	2,307,730	4,353,300	1,904,010	
	正味財産期末残高	113,893,771	105,049,040	103,523,895	



合計得点率の推移

R4	83%
R5	73%
R6	81%

[県からの財政支出]

(単位：円)

区分		令和7年度予算額	令和6年度決算額
財 県 政 か 支 ら 出 の	補助・交付金	14,679,000	13,862,844
	委託料	32,599,000	26,090,429
	貸付金		
	その他		
	計	47,278,000	39,953,273

「財務指標」

(单位：%)

区分		令和4年度	令和5年度	令和6年度	R5-R4	R6-R5	算式
財務指標	自己資本比率	83.12	81.74	81.86	△ 1.38	0.12	正味財産合計 ÷ 資産合計 × 100
	流動比率	222.30	182.87	178.12	△ 39.43	△ 4.75	流動資産合計 ÷ 流動負債合計 × 100
	有利子負債依存度	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	有利子負債計 ÷ 資産合計 × 100
	管理費比率	18.06	21.18	20.64	3.12	△ 0.53	管理費計 ÷ 経常費用計 × 100
	人件費比率	32.65	34.32	32.24	1.67	△ 2.07	人件費計 ÷ 経常費用計 × 100
	独立採算度	94.22	84.40	87.67	△ 9.82	3.27	(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

[自己評価]

	前年度（令和6年度）	当年度（令和7年度）
前年度の法人運営についての自己評価 (振り返り)	県の施策等に対応するため、県の補助・委託事業の実施にあたっては、協会が培ったノウハウなどを発揮することで、より効果的な事業展開を行うことができた。特に生産が拡大する「とちあいか」や消費拡大を図る県産米については、新たな自主事業を展開することで、協会の特性を活かした事業運営を行った	県の方針や施策等に対応するため、県事業（補助・委託）の実施にあたっては、協会が培ったノウハウを適切に活用することで、より効果的に事業を実施することができた。 また、生産が拡大する「とちあいか」、販売力向上を図る「とちぎの星」及び県がアクションプランを推進するトマト等については、新たな自主事業を展開するなど、協会の強みを発揮した事業運営を図った。
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)	当協会は職員数も限られており、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、ノウハウや関係者とのネットワークは貴重な財産であり、事業の広がりには欠かせないものである。今後、より効果的な事業展開を図るには、その後継者育成も踏まえ、人材の確保が急務であるが費用面からも確保に至っていない。	当協会は職員数が限られていることに加え、長期雇用職員は嘱託職員1名のみである。当該職員の持つノウハウやネットワークは、当協会の事業推進において重要性は非常に高い。 今後も、より効果的な事業展開を図っていくためには、そのノウハウやネットワーク等の継承が欠かせないが、後継となる人材の確保に取り組んできたものの、費用面等の課題もあり、確保に至っていない。
組織・財務上の課題 (主に組織運営健全性・財務健全性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、自主事業で生産部会活動を中心支援しているが、会費収入の減や会員からの協会ならではの事業要望もあるため、年度毎の補助・委託事業費の増減バランスが自主事業費の確保に影響を与えてしまう。	会費をもとに、県の補助事業等を実施するほか、自主事業で生産部会活動を中心支援しているが、会費収入の減少や会員からの協会ならではの事業要望もあるため、年度毎の補助・委託事業費の変動（増減）が自主事業費の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、現役職員は必要であり、役割は大きい。	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、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	県施策への対応、会員あっての協会であるため、事業効果の発現に向け、関係団体等との連携強化や、県補助・委託事業、自主事業に効率的、効果的に取り組むとともに、人材確保等を通じ、専門的な技術や知識を維持することで、目的達成のため限られた予算を有効活用し業務に当たっていく。	県施策と会員の要望に対応し、事業効果の最大化を図るために、関係団体との連携強化や県事業（補助・委託）、自主事業に効率的かつ効果的に取り組むとともに、適切な人材確保により、専門性を維持し、限られた予算を有効活用しながら、目的達成に努めていく。

[県と法人の役割分担]

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			

[県が期待する役割の達成状況] (法人所管部局による評価)

効果測定	事業概要	効果測定指標	目標値	実績			R6達成率	評価
				R4	R5	R6		
	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。	県産農産物を使用する地産地消推進店の登録店舗数	320	312	327	328	103%	B
	県産農産物輸出に係る商談や販促活動・輸出産地の取組支援、海外バイヤーの招聘を通じた販路拡大等	輸出促進員等の設置による県産農産物の輸出に係る支援数	20	26	19	16	80%	B

所管部局評価		評価理由	今後の連携・見直し方針
	S 県の期待を大きく上回り達成している	県の補助・委託事業の実施に当たっては、協会が培ったノウハウや飲食店・販売店との繋がりを生かした効果的な事業を展開している。	
○	A 県の期待を十分達成している	昨年度、当該協会は県産農産物の生産から流通までの一貫したマーケティング対策等に取り組んだ。特に、輸出に係る支援については、効果測定指標では測ることのできない支援も数多く、令和6年度の県産農産物の輸出額は過去最高となるなど、海外に向けた販路拡大等に取り組んだ実績として評価される。	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、さらなる本県農政の推進を図っていく。
	B 県の期待を概ね達成している	さらに、単独事業として生産部会の運営支援や県産農産物のフェアの開催、とちぎフレッシュメイトの認定・派遣と補助事業では対応しきれない取組を独自に展開しており、県産農産物のブランド価値向上に大きく寄与しており、県の期待を十分達成している。	
	C 県の期待を実現できていない		

[総合評価] (県統括部門による評価)

総合評価		総合的所見	指摘事項
	S 「評点集計」の合計得点率75%以上かつ「所管部局評価」が「S」	とちぎ農産物マーケティング協会は、県産農産物の生産振興や流通・消費拡大、ブランド力向上に向けた事業を実施している。 財務面では、自己資本比率や流動比率が高水準で推移しているものの、流動比率が2期連続で低下しており、今後も留意が必要である。	
○	A 「評点集計」の合計得点率75%以上かつ「所管部局評価」が「A」	自己評価では、協会のノウハウやネットワークを活かした事業運営が評価されている一方、職員数の制約や後継者育成、人材確保に課題があるとしており、今後は計画的な人材育成や採用活動の強化等が求められる。	なし
	B 「評点集計」の合計得点率60%以上かつ「所管部局評価」が「B」以上	所管部局評価では、生産から流通までの一貫したマーケティング対策・輸出支援や、生産部会活動・県産農産物フェア開催などの独自の取組が高く評価されており、県との連携を一層強化し、補助事業のみならず自主事業の充実を図ることで、県産農産物の更なるブランド力向上と販路拡大が期待される。	
	C 「評点集計」の合計得点率60%未満もしくは「所管部局評価」が「C」		