

(様式1)

平成27年度試験研究課題設定のための要試験研究問題提案・回答書

(整理番号) 023	提案機関名 環境農政局農政部畜産課
要望問題名 各種イベントにおける事業効果測定方法の検討	
要望問題の内容 【 背景、内容、対象地域及び規模（面積、数量等） 】 現在、県の畜産分野では、県内の畜産ブランド・銘柄の認知度向上に向けたイベント（かながわ畜産フードコレクション等）の開催や各種イベントへの参加を積極的に行っている。 しかし、その事業効果の明確な判断基準が無く、事業効果測定が困難な状況にある。 例年開催するイベントであれば、来場者アンケートにおいて毎回共通の質問を設定することなどにより、比較検討ができると考えられることから、各種イベントで共通して行えるアンケートの共通フォーマットの検討あるいはアンケート以外の事業効果測定方法についてご検討願いたい。	
解決希望年限	<input type="checkbox"/> ①1年以内 <input type="checkbox"/> ②2～3年以内 <input type="checkbox"/> ③4～5年以内 <input type="checkbox"/> ④5～10年以内
対応を希望する研究機関名	<input type="checkbox"/> ①農業技術センター <input checked="" type="checkbox"/> ②畜産技術センター <input type="checkbox"/> ③水産技術センター <input type="checkbox"/> ④自然環境保全センター
備考	

※ ここから下の欄は、回答者が記入してください。

回答機関名	神奈川県畜産技術センター	担当部所	企画研究課
対応区分	<input type="checkbox"/> ①実施 <input type="checkbox"/> ②実施中 <input type="checkbox"/> ③継続検討 <input type="checkbox"/> ④実施済 <input checked="" type="checkbox"/> ⑤調査指導対応 <input type="checkbox"/> ⑥現地対応 <input type="checkbox"/> ⑦実施不可		
試験研究課題名 (①、②、④の場合)			
対応の内容等 イベント効果は、対象とするイベントの目的に沿って効果目標を設定し、立案段階でどの効果を期待するか考える必要があります。一般的な効果目標としては、ダイレクト効果、コミュニケーション効果、パブリシティ効果、波及効果、インセンティブ効果、販売促進効果の6つがあります*。 畜産フードコレクションでは、主に生産者と消費者の「コミュニケーション効果」と直売所での売上をあげる「販売促進効果」が効果目標と考えられます。「コミュニケーション効果」の効果測定には、県内産畜産物の認知度を知るアンケート調査が有効であり、「販売促進効果」では来場者数（集客数）、イベント参加各店舗の売上やイベント前後の参加生産者の直売所や生産物の売行き状況の変化が効果尺度になります。 イベント毎に目標は異なるため、共通フォーマットの調査票作成は難しく、各イベントの効果目標に沿って、調査方法や調査票の作成について、ご協力させていただきます。 ※参考資料: イベント戦略の実際 小坂善治郎 日経文庫			
解決予定年限	<input type="checkbox"/> ①1年以内 <input type="checkbox"/> ②2～3年以内 <input type="checkbox"/> ③4～5年以内 <input type="checkbox"/> ④5～10年以内		
備考			