

第5次総合計画 中期戦略事業プラン 事務事業評価シート

事業名	農畜産物ブランド化推進事業			事業番号	23-104
事務事業担当	部名	部長名	課名	課等の長	
	経済環境部	大町 徹	農業振興課	天野 勝彦	

計 画 (Plan)							
総合計画体系	活力	まちづくり目標	3	個性豊かで活力あるまち			
		基本政策	6	産業の活力があふれる元気なまちづくり			
		施策展開の方向	10	地域の産業が盛んなまちをつくる			
		施策	23	地域とつながる都市農業・森林づくりの推進			
予算事業名	農産物ブランド化推進事業費						
事務区分〔選択〕	☒ 自治事務 ☐ 法定受託事務 (選択してください)→			法令上の位置づけ	できる規定がある		
事業開始年度	開始年度	平成30年度以前 ~		終了年度			
関連法令等	地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律(六次産業化法)						
国・県の計画等	①かながわ農業活性化指針②神奈川果樹農業振興計画			計画期間	②平成24年度～令和7年度		
関連個別計画				計画期間			
実施の背景 (事業を取りまく環境・市民ニーズ)	農畜産物に関しては、地産地消で安全安心な生産者の顔が見えるなど、高付加価値を付けた農畜産物の消費拡大が起こっており、地元の直売所などでの販売物が売れています。農業者から本市の農畜産物を販売する戦略の充実が求められています。更に酪農業が県内有数でありそれらもアピールしていく場の提供などが求められています。						
目 的 (何をどうしたいのか)	地域の農業振興を図りながら農商工連携した6次産業化や新たな特産品開発に向けた調査・研究を進めるとともに、農畜産物(ブランド品)の販路拡大に向けた情報発信を行います。						
主な対象 (誰・何を対象に)	市内の農業者等及び販売事業者						
事業内容 (手段、手法など)	・本市農畜産物の認知度向上を図るため、様々な広報媒体を活用して特産品のPR活動を実施します。 ・農畜産物の付加価値向上を図るため、商品パッケージの改良支援に取り組みます。						
事業行程	項目	年度					
		令和3年度		令和4年度			
	販路拡大等の調査・支援	物販イベントの実施		物販イベントの実施			
	商品パッケージ改良支援	実施		実施			
目 標	【指標名】	【現状値】	年度				
			令和3年度		令和4年度		
	商品パッケージ改良支援	—	2品目		2品目		



事業実施 (Do)

事業実施 (D o)

事業の「取組方針」 (前年度事務事業評価)		今後もコロナ禍の状況は不透明ですが、企業や姉妹都市と連携・協力しながら、可能な範囲で工夫しながら物販イベントの実施を模索します。また、農畜産物及び加工品のパッケージデザイン改良等のための支援に継続して取り組みます。									
実施方法 〔選択・記入〕		☐ すべて直接実施 ☒ 左記以外									
		☐ 業務委託		☐ 指定管理		委託先又は指定管理者					
		☒ 補助金		補助先		伊勢原市地域特産物研究会					
		☒ その他		具体的内容		伊勢原市地域特産物研究会が「地域特産物研究会交付金」を受けPR等を実施					
実施結果		項目				年度					
						令和3年度		令和4年度			
		販路拡大等の調査・支援				実施		実施			
		商品パッケージ改良支援				実施		実施			
実施した取組の内容		コロナ禍により自粛した取組もありますが、市内外で行われたスポーツイベントにおいて農産物のPRや販売促進活動を行うとともに、地域ブランドの付加価値向上を図るため、商品パッケージ等の改良に係る経費の一部を支援しました。									
目標の達成状況		【指標名】		【現状値】		年度					
		商品パッケージ改良支援		—		令和3年度		令和4年度			
				2品目		6品目					

コスト	年度		令和3年度 実績				令和4年度 実績			
	事業費合計 (a)		224		千円		264		千円	
	内訳	国県支出金 ①	0		千円		0		千円	
		地方債 ②	0		千円		0		千円	
		その他特財 ③	0		千円		0		千円	
		一般財源 (a)-①-②-③	224		千円		264		千円	
	国県支出金の内容									
	その他特財の内容	受益者負担	☐ 有 ☒ 無		前回の改定時期					
		その他								
	人件費	正規職員	0.05	人	409	千円	0.05	人	429	千円
		その他の職員	0	人	0	千円	0	人	0	千円
		人件費合計 (b)	0.05	人	409	千円	0.05	人	429	千円
	トータルコスト (a) + (b)		633		千円		693		千円	
	単位当たりコスト	対象数	定義	市民		単位	市民		単位	
			対象数	101,381		人	101,119		人	
		総事業費／対象数	6		円	7		円		

評 価 (Check)				
進捗状況 〔選択・記入〕	☒ 計画どおり (A) ☐ 概ね計画どおり (B) ☐ 計画どおり進捗せず (C)	A	左記判断理由	事業行程である販路拡大等の調査・支援については、コロナ禍により市内企業や姉妹都市である茅野市農業祭等でのPR活動は自粛しましたが、湘南ベルマーレホームタウンデーや大山登山マラソンでは、地域ブランドである農産物の販売促進活動を行いました。また、商品パッケージ改良支援については、目標である2品目を上回る6品目の付加価値向上に寄与することができました。
実施水準 〔選択・記入〕	☐ 他市より高い水準で実施 (A) ☐ 他市と同水準で実施 (B) ☐ 他市より低い水準で実施 (C) ☒ 一律に比較できない事業	—	他都市の事業内容等	生産される農畜産物やその加工品の品目・種類・規模などについては自治体によって異なるため、そのブランド化に対する取組についても、一律に比較することはできません。
有効性 〔選択・記入〕	☒ 高い (A) ☐ 普通 (B) ☐ 低い (C)	A	左記判断理由	農畜産物のブランド化を通じて販売を促進し、農業者の生産意欲と所得の向上を図ることは、本市の農業の維持・発展に有効な取り組みであると考えます。
効率性 〔選択・記入〕	☐ 効率的に実施されている (A) ☒ 改善の余地がある (B) ☐ 抜本的な改善が必要である (C)	B	左記判断理由	事業者をはじめ、観光協会や商工観光課と連携して効率的に取り組んでいますが、ブランド登録のメリットを向上させるなどにより、事業者の更なる主体的な参画等を醸成していくことが求められます。



取組内容の改善 (Action) へ

取組内容の改善 (Action)	
所管部長による総評	「日本遺産のまち伊勢原うまいものセレクト」を代表とする農産物の地域ブランド化の推進については、生産者や事業者の安定した収入を確保するとともに、本市の知名度や魅力の向上させるために重要な取組となります。アフターコロナ社会が本格化する中で、生産者や事業者、観光協会、市が緊密に連携・協力しながら、今後も積極的に新たな商品開発やPR活動に取り組んでいく必要があります。