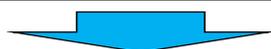


第5次総合計画 中期戦略事業プラン 事務事業評価シート

事業名	農産物ブランド化推進事業			事業番号	20-104
事務事業担当	部名	部長名	課名	課等の長	
	経済環境部農地利用担当	松浦 宏聡	農業振興課	熊澤 信一	

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	1	地域の産業がさかんなまちをつくる	
		施策	20	地域とつながる都市農業・林業づくりの推進	
予算事業名	農産物ブランド化推進事業費		農畜産物販売促進活動支援事業		
事務区分〔選択〕	<input checked="" type="radio"/> 自治事務 <input type="radio"/> 法定受託事務 (選択してください)→		法令上の位置づけ	努力義務規定がある	
事業開始年度	開始年度	平成25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(六次産業化法第35条他)				
国・県の計画等	①かながわ農業活性化指針②神奈川県果樹農業振興計画		計画期間	②平成24年度～平成32年度	
関連個別計画	第2次伊勢原市食育推進計画		計画期間	平成25年度～平成29年度	
実施の背景 (事業を取りまく環境・市民ニーズ)	本市は、県下で一番多く学校給食用米を供給しているほか、地場産の野菜やミカンなども供給するなど食育を推進していますが、更なる需要の拡大に向けた地産地消の充実には、大消費地に近い都市近郊の優位性の効果的な活用が期待されます。そのためにも観光みやげ品など既存のブランドの継承に加え、新たな特産品の開発などが求められています。				
目的 (何をどうしたいのか)	農産物のブランド化、6次産業化など新たな付加価値を生み出す活力ある農業を振興し、関係機関と連携して都市近郊の利点を生かす都市農業を推進します。				
主な対象 (誰・何を対象に)	・6次産業化推進経営体(今後の掘り起こし) ・ブランド品選定団体(伊勢原市特産品地域ブランド推進協議会 構成員JA・市・観光協会・伊勢原女性農業者連絡協議会・伊勢原小売酒商組合)				
事業内容 (手段、手法など)	・JA、商工会、女性農業者や畜産会などの連携を強化した認証制度の推進組織を活用して、市民朝市の見直しや大山菜の栽培拡大など生産奨励活動を推進します。 ・また、フルーツワインの見直しや伊勢原産牛乳のブランド化など研究開発活動を支援することにより、認証制度運用の活性化を図り、伊勢原ブランドの充実と販路拡大を支援します。				
事業行程	項目	年度			
		28年度	29年度		
	新たな地産認証制度	認定審査	認定審査		
	販路拡大等の調査・支援	生産奨励	生産奨励		
	6次産業化等の調査・研究	商品化	商品化		
新たなブランド品の調査・研究	研究開発	研究開発			
目 標	【指標名】	【現状】	年度		
			28年度	29年度	
	いせはらブランドの確立	5品目	7品目	8品目	



事業実施(Do)へ

事業実施 (D○)

事業の「取組方針」 (前年度事務事業評価)	昨年度末にブランド品の選定基準が決定したため、今年度においては選定基準により伊勢原ブランド品を選定していきます。 更に、選定されたブランド品の価値を高めるための戦略を、伊勢原市特産品地域ブランド推進協議会において検討を行います。		
実施方法 〔選択・記入〕	<input type="radio"/> すべて直接実施 <input checked="" type="radio"/> 左記以外		
	<input type="checkbox"/> 業務委託	<input type="checkbox"/> 指定管理	委託先又は指定管理者
	<input checked="" type="checkbox"/> 補助金		補助先 伊勢原市特産品地域ブランド推進協議会
	<input type="checkbox"/> その他		具体的内容
実施結果	項目	年度	
		28年度	29年度
	新たな地産認証制度	新たな選定制度の創設	新たな認定制度の実施
	販路拡大等の調査・支援	調査・支援	調査・支援
	6次産業化等の調査・研究	調査・研究	調査・研究
新たなブランド品の調査・研究	調査・研究	調査・研究	
実施した取組の内容	市内農畜産物等のブランド化に向け、対象品目を整理し、伊勢原市特産品地域ブランド推進協議会において「伊勢原うまいものセレクト」として35品目を選定しました。		
目標の達成状況	【指標名】	【現状】	年度
			28年度
	いせはらブランドの確立	5品目	7品目
			35品目

コスト	年度	28年度 実績				29年度 実績				
	事業費合計 (a)		300	千円	300	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	300	千円	300	千円				
	国県支出金の内容									
	その他特財の内容	受益者負担	<input type="radio"/> 有 <input checked="" type="radio"/> 無		前回の改定時期					
		その他								
	人件費	正規職員	0.07	人	623	千円	0.07	人	611	千円
		その他の職員	0.00	人	0	千円	0.00	人	0	千円
		人件費合計 (b)	0.07	人	623	千円	0.07	人	611	千円
	トータルコスト (a)+(b)		923	千円	911	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	101,635	人	102,037	人			
総事業費 / 対象数		9	円	9	円					

評価 (Check)へ

評 価 (Check)				
進捗状況 〔選択・記入〕	<input type="radio"/> 計画どおり (A) <input checked="" type="radio"/> 概ね計画どおり (B) <input type="radio"/> 計画どおり進捗せず (C)	B	左記判断理由	伊勢原市特産品地域ブランド推進協議会では、「伊勢原うまいものセレクト」とした名称として35品目選定しましたが、ブランドマークの選定作業が進みませんでした。
実施水準 〔選択・記入〕	<input type="radio"/> 他市より高い水準で実施 (A) <input type="radio"/> 他市と同水準で実施 (B) <input type="radio"/> 他市より低い水準で実施 (C) <input checked="" type="radio"/> 一律に比較できない事業	—	他都市の事業内容等	近隣自治体等においても、自治体のイメージ向上や地域経済の活性化を図るため、特産品等のブランド化の取組が行われていますが、地域資源をはじめとする事業を取り巻く環境が異なるため、実施水準を一律に比較することは困難です。
有効性 〔選択・記入〕	<input type="radio"/> 高い (A) <input checked="" type="radio"/> 普通 (B) <input type="radio"/> 低い (C)	B	左記判断理由	市内農畜産物等のブランド化を進め、農業所得の向上を図る本事業は、活力ある農業を推進する上で有効な取組であると考えます。
効率性 〔選択・記入〕	<input type="radio"/> 効率的に実施されている (A) <input checked="" type="radio"/> 改善の余地がある (B) <input type="radio"/> 抜本的な改善が必要である (C)	B	左記判断理由	事業を継続的かつ効率的に推進するため、事業者等を主体とした事業の自走化に向け、運営・推進体制の見直し等を図る必要があります。


 取組の改善 (Action)へ

取組内容の改善 (Action)	
事業推進上の課題	伊勢原市特産品地域ブランド推進協議会において選定した「伊勢原うまいものセレクト」35品目の効果的な販売促進とシティプロモーションの手法を確立する必要があります。また、事業者等を主体とした事業の自走化に向け、運営・推進体制の見直し等を図ることが必要です。
次年度以降の取組の方向性	「伊勢原うまいものセレクト」35品目の認知度向上を図るため、多様なツールを活用するとともに、庁内外の関係機関(者)との連携強化を図りながら、効果的な販売促進とシティプロモーションに取り組みます。また、事業者等を主体とした事業の自走化に向けた検討・調整を進めます。
所管部長による総評	ブランド推進協議会の選定品(伊勢原うまいものセレクト)の選定ができたことは評価できます。既に一部イベント出店を開始しているところ、パンフレット、のぼり等の販売促進グッズを早急に作成し、PR効果を高める必要があります。また、今後に向けて、観光みやげ推奨品、ふるさと納税返礼品等との更なる一体的推進と、事業期間終了後において事業者自らが運営を行える仕組みづくりの検討が必要です。