

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	高橋 健一	

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るが、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る。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る。				
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する。				
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)	ブランド推進協議会の中でさらに議論し、いせはらブランドの認証を今年度から行っていく。そのためには商工会やJAなど関係機関等と、ブランド認証により認証品物が高付加価値により販売されるよう事業を進めていく。		
実施方法 〔選択・記入〕	○ すべて直接実施 ● 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 伊勢原市地域特産物研究会
	<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	
	販路拡大等の調査・支援	調査・支援	
	6次産業化等の調査・研究	調査・研究	
	新たなブランド品の調査・研究	調査・研究	
実施した取組の内容	平成28年8月ふるさと納税制度が実施されたことに伴い、認証基準の見直しが必要になったことから、伊勢原市特産品地域ブランド推進協議会を開催し、認証基準を見直し選定基準を定めた。		
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

コスト	年度		28年度 実績				29年度 実績			
	事業費合計 (a)			300	千円			千円		
内訳	国県支出金 ①			0	千円					千円
	地方債 ②			0	千円					千円
	その他特財 ③			0	千円					千円
	一般財源 (a)-①-②-③			300	千円				0	
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		0.072	人	623	千円		人		千円
	その他の職員		0	人	0	千円		人		千円
	人件費合計 (b)		0.072	人	623	千円		人		千円
トータルコスト (a)+(b)			923	千円						千円
単位当たりコスト	対象数	定義	市民			単位	単位			
		対象数	101,635			人				
	総事業費／対象数	9			円	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 type="radio"/> 概ね計画どおり (B) <input checked="" type="radio"/> 計画どおり進捗せず (C)	C	左記判断理由	伊勢原市特産品地域ブランド推進協議会が中心となって、認証基準を選定基準に改め選定商品の募集の準備を行った。目標としていたブランド品の確立は、目標数を達成することができなかった。
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	—	他都市事業内容等	行政の主体的な取組も必要であるが、ブランド化に取り組む事業主体の側面を支援していくことが望ましいと考えている。
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	ブランド化を進めることで、農業所得の向上に努め、市内経済の活性化に引き続き取り組む必要がある。
効率性 〔選択・記入〕	<input checked="" type="radio"/> 効率的に実施されている (A) <input 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)	A	左記判断理由	各自治体では農産物の販路拡大を図る一環として、ブランド戦略を進めていることから、本制度を推進する。また、伊勢原の知名度の向上にも資する。


 取組の改善 (Action)へ

取組内容の改善 (Action)				
所属長による今後の方向性の判断	方向性 〔選択〕	<input type="radio"/> 現状のまま継続 <input checked="" type="radio"/> 見直しの上継続	事業推進上の課題	28年8月ふるさと納税制度が実施され、本市の農畜産物が返礼品として多数登録された。これも市の特産品(ブランド品)である旨、伊勢原市特産品地域ブランド推進協議会内でも協議し、昨年度協議会において決定した認証基準を見直し選定基準へと変更することとなった結果、昨年度のブランド品の確立は出来なかった。
次年度の取組方針		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く。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う。		
所管部長による総評		新たなブランド品の確立という目標は達成できなかったが、将来において効率的にブランド化の推進が図れるよう、手法を認証基準から選定基準に見直すこととしたことは一定の評価ができる。今後は、速やかにブランド品の選定作業に着手するとともに、選定されたブランド品の戦略的な販売方法について検討が必要と考えられる。		