

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	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〕	<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	できる規定がある
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)				
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～32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)	<ul style="list-style-type: none"> 農畜産物等の食品に関し伊勢原のブランド品として選定するとともに、さらに高付加価値を付けた農畜産物を調査研究していきます。 農畜産物を販売・情報発信できる環境を整備し、ブランド品など農畜産物の販売を強化し、農業所得の向上につながる支援を図ります。 				
事業行程	項目	年度			
		平成30年度	令和元年度	令和2年度	
	新たな商品選定制度	選定審査 (制度運用)	選定審査 (制度運用)	選定審査 (制度運用)	
	販路拡大等の調査・支援	イベント出店	イベント出店 ECサイト作成	支援策ブラッシュアップ	
	(仮称)プレミアムブランド品の選定	調査・研究	調査・研究	認定制度確立	
6次産業化等の調査・研究	調査・研究	調査・研究	新商品開発		
目 標	【指標名】	【現状値】	年度		
			平成30年度	令和元年度	令和2年度
	いせはらブランド選定数	35品目 (平成29年度)	35品目	38品目	40品目



事業実施 (Do)

事業実施 (D○)

事業の「取組方針」 (前年度事務事業評価)					
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			
		平成30年度	令和元年度	令和2年度	
	新たな商品選定制度	新たな認定制度の創設			
	販路拡大等の調査・支援	調査・研究			
	(仮称)プレミアムブランド品の選定	調査・研究			
6次産業化等の調査・研究	調査・研究				
実施した取組の内容	観光協会等の関係機関との連携のもと地域ブランド「日本遺産のまち伊勢原うまいものセレクト」を立ち上げ、48事業者74品目を認定しました。本地域ブランドを推進するため、イベント参加による認定商品の販売促進活動等のPR活動に取り組みました。				
目標の達成状況	【指標名】	【現状値】	年度		
			平成30年度	令和元年度	令和2年度
	いせはらブランド選定数	35品目 (平成29年度)	74品目		

コスト	年度		平成30年度 実績				令和元年度 実績				令和2年度 実績			
	事業費合計 (a)		2,000	千円	0	千円	0	千円	0	千円	0	千円	0	千円
	内訳	国県支出金 ①	0	千円	0	千円	0	千円	0	千円	0	千円	0	千円
		地方債 ②	0	千円	0	千円	0	千円	0	千円	0	千円	0	千円
		その他特財 ③	2,000	千円	0	千円	0	千円	0	千円	0	千円	0	千円
		一般財源 (a)-①-②-③	0	千円	0	千円	0	千円	0	千円	0	千円	0	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	596	千円	0	人	0	千円	0	人	0	千円
		その他の職員	0	人	0	千円	0	人	0	千円	0	人	0	千円
		人件費合計 (b)	0.07	人	596	千円	0	人	0	千円	0	人	0	千円
	トータルコスト (a)+(b)		2,596	千円	0	千円	0	千円	0	千円	0	千円	0	千円
	単位当たりコスト	対象数	定義	市民	単位		単位		単位		単位		単位	
			対象数	102,416	人									
総事業費 / 対象数		25	円			円				円			円	

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	既存の地域ブランドを整理統合し、新たなブランド「日本遺産のまち伊勢原うまいものセレクト」を関係機関との連携のもとに立ち上げ、組織横断的なブランド推進体制を構築しました。
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、農産物のブランド化による地域経済の活性化の取組が行われていますが、地域資源等が異なることから、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 checked="" type="radio"/> 高い (A) <input type="radio"/> 普通 (B) <input type="radio"/> 低い (C)	A	左記判断理由	農業所得の向上と本市農業の活性化を図る上で、市内農畜産物等のブランド化を推進する本事業は、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	本ブランドを継続的に推進する上では、関係機関との連携強化を図るとともに、事業者の主体的な参加を促し、効率的に事業を推進する必要があります。



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 checked="" type="radio"/> 現状のまま継続 <input type="radio"/> 見直しの上継続	事業推進上の課題	地域ブランド「日本遺産のまち伊勢原うまいものセレクト」の効果的な販売促進とPR手法を確立するとともに、農畜産物の付加価値の更なる向上を図る必要があります。また、事業者等を主体とした事業の自走化に向けた取組を継続的に推進する必要があります。
令和元年度の取組方針		「日本遺産のまち伊勢原うまいものセレクト」の認知度向上を図るため、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PR活動に取り組みます。また、多様な販売促進活動や農畜産物の付加価値向上により事業者の所得向上を図り、事業の自走化を促します。		
所管部長による総評		オール伊勢原の体制で農畜産物をはじめとする本市特産品のPRを推進すべく、既存ブランドを整理統合し、新たな地域ブランド「日本遺産のまち伊勢原うまいものセレクト」の推進体制を構築できたことは、評価できます。今後は、本ブランドの更なる認知度向上に向けPR活動等を展開していくとともに、事業者による自発的、継続的な取組が実現するよう、観光部局と連携して支援、誘導していく必要があります。		