

総合計画実施計画策定及び行政評価シート

対象年度	平成31年度							
事務事業名	地産地消推進事業					予算事業名	農畜産物販売促進事業費	
予算科目	会計	01	款	項	目	事業	要求区分	
			06	01	03	3301		経常経費
総合計画体系	3歴史と自然を育む活力あるまちづくり(産業)						事業の区分	主要事業
	3-1元気あふれる農業の振興(農業)							重点事業
	①活力ある産地の育成						担当課係等	農政課
	5地産地消の推進							農業係
事業期間	継続 (平成19年度～ 年度)							
【めざす姿(意図・どのような状態になるのか)】				【事業開始のきっかけや他市の状況など】				
結城産農産物のブランド力強化及び認知度向上に向け、市場や消費者ニーズに応じた付加価値のある高品質な農産物の生産、流通体制づくりと産地化。販売面において消費者や生産者が求める消費、販路拡大に繋がる施策を検証し、農業所得の向上に繋がる販売体制づくり。				近年は、商品の差別化や産地間競争の激化により、市内外における幅広いPR活動が必要となっており、更なる認知度向上や消費拡大のため、首都圏を中心とした重点的なPR事業を実施する自治体が増えている。				
【手段(事業内容・どのようなことを行うのか)】				【対象(だれに対して・何に対して行うのか)】				
一般消費者に対しては、県内外でのPRを実施するとともに、地産地消、食農教育、6次産業化等の推進をとおして、結城産農産物の認知度向上やブランド化を図る。生産者に対しては、これらの活動を積極的に周知するとともに協働により事業を推進し、意識改革を促す。				農産物生産者及び一般消費者				
				【事業をとりまく環境の変化】				
				産地間競争がさらに激しくなる中で、更なる認知度向上や消費拡大のために特色ある産地づくりが必要であり、結城産農畜産物の地産地消推進や販売促進をとおして、本市の基幹産業である農業をより強化していく必要がある。				
【平成31年度 事業内容】			【平成32年度 事業内容】			【平成33年度 事業内容】		
結城産農産物の地産地消推進と販売促進を基本として、販売PRや食農教育、農商工連携、6次産業化推進等を行う。また、他自治体の事例調査・視察など、先進事例の把握も行う。			結城産農産物の地産地消推進と販売促進を基本として、販売PRや食農教育、農商工連携、6次産業化推進等を行う。また、他自治体の事例調査・視察など、先進事例の把握も行う。			結城産農産物の地産地消推進と販売促進を基本として、販売PRや食農教育、農商工連携、6次産業化推進等を行う。また、他自治体の事例調査・視察など、先進事例の把握も行う。		

■事業費

		H29年度	H30年度		
財源内訳	国庫支出金	0	0		
	県支出金	0	0		
	地方債	0	0		
	その他	0	0		
	一般財源	419	369		
歳入計(千円)		419	369		
歳出内訳	節(番号+名称)	金額(千円)	金額(千円)		
	08 報償費	79	0		
	11 需用費	0	29		
	12 役員費	10	10		
	19 負担金補助及び交付金	330	330		
歳出計(千円)(A)		419	369		
伸び率(%)			-11.93		
備考	総合計画 95 ページ 予算書 116～117 ページ				

平成29年度行政評価シート

■指標

種類	指標名	単位		H29年度	H30年度	H31年度
活動指標	結城産農産物PR及び販売	回	目標	7.00	8.00	8.00
	一般消費者に対し、結城産農産物のPRをする。		実績	12.00	0.00	0.00
			目標	0.00	0.00	0.00
			実績	0.00	0.00	0.00
成果指標	PR回数	回	目標	7.00	8.00	8.00
	PRイベントの開催及び参加。		実績	12.00	0.00	0.00
			目標	0.00	0.00	0.00
			実績	0.00	0.00	0.00

■事業評価

必要性	事業の必要性	A 必要性は高い	本市の基幹産業である農業の生産振興や販売促進は、重要な施策であることから、積極的に取り組む必要がある。また、地元農産物の認知度向上や食育文化の定着、農業協同組合や農業団体との連携、新たな担い手や産業化を図るうえでも行政の果たす役割は大きい。
妥当性	実施主体の妥当性	A 妥当である	市内で生産されている優れた農産物をブランド化し特産品を増やしていくことで、生産者の意欲と所得の向上が狙える。
	手段の妥当性	A 妥当である	農産物の販路拡大には信用を得ることが重要であり、生産者が質の高い農産物づくりの意欲向上に向けて、対等の立場で市が参画に関わることが効果的かつ効率的である。
効率性	コストの効率性・人員効率	B どちらも言えない	農業協働組合等とともに協議会を組織して、イベント毎に内容を検討しながら、生産者、農業団体の主体的な取り組みを支援し、消費拡大と販売促進に努めている。
公平性	受益者の偏り	A 偏りは見られない	一般消費者と生産者を中心とした事業内容である。
有効性	成果向上の余地	A 上がっている	結城産農産物の地産地消推進や販売促進等、市の特色を活かす施策は成果を上げている。
進捗度	事業の進捗	B どちらも言えない	より効果的なPR企画の実施や、市内外の関連団体との協働推進等、改善していく余地がある。

総合評価 上記評価を踏まえて事業全体について評価し、問題点・課題等を指摘してください

市内イベントではコンスタントにPR活動を行っており、地産地消分野においては一定の成果を挙げているが、ブランド化については生産者の意識はまだ低く、市外に向けたPR活動を強化することにより、生産者の意識改革を促す必要がある。また、本市の魅力向上や観光誘客推進のためにも、結城産農産物の加工品等を増やすことが求められており、個人生産者の支援や農商工連携等とおして6次産業化を推進する必要がある。

対応策提言等 この事業を今後どのように改善・改革をしていきますか

PR企画や研修等に生産者自身が参加するよう促し、ブランド化等の意識改革を進めていく。また、本市における農産物販売促進計画等を策定し、戦略的に事業を進められるようにする。

■方向性

1次評価（1次評価者として判断した今後の事務事業の方向性（改革・改善策））

拡充（人・モノ・カネ等の拡充） 改善改革しながら継続 現状のまま継続（改善・改革なし） 統合・新規事業への展開
 縮小 休止 廃止・終了 予定どおりの要求 一部改善の上要求 今回は見送り その他の処置

改革・改善の具体的内容（改革案・実行計画）

産業間競争がさらに厳しくなる中、農業の振興や活性化を図る為に、生産者が意欲と誇りをもって農業に従事し、安心安全な地元の食材を市民が利用するとともに販路拡大に繋がるよう、効果的なPR活動を推進していく必要がある。

2次評価（2次評価者として判断した今後の事務事業の方向性（改革・改善策））

拡充（人・モノ・カネ等の拡充） 改善改革しながら継続 現状のまま継続（改善・改革なし） 統合・新規事業への展開
 縮小 休止 廃止・終了 予定どおりの要求 一部改善の上要求 今回は見送り その他の処置

企画調整会議の意見・考え方（1次評価者と同じ場合も記入）

上記評価のとおり。