

対象年度		令和 2年度		総合計画実施計画策定及び行政評価シート												
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	根拠法令							
				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。あわせて、農泊やグリーンツーリズムを推進し、本市農業を取り巻く関係人口・交流人口を増やすことで、本市農業の総合的な発展を目指す。							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。									
【令和 2年度 事業内容】				【令和 3年度 事業内容】				【令和 4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、農業者及び商業・観光事業者等との連携により、農業観光の企画立案等を推進する。あわせて、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、農業者及び商業・観光事業者等との連携により、農業観光の企画立案等を推進する。あわせて、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、農業者及び商業・観光事業者等との連携により、農業観光の企画立案等を推進する。あわせて、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																
				H30年度		R01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	369	340									
歳入計(千円)				369		340										
歳 出 内 訳	節(番号+名称)			金額(千円)		金額(千円)										
	11	需用費		29		0										
	12	役務費		10		10										
	19	負担金補助及び交付金		330		330										
歳出計(千円)(A)				369		340										
伸び率(%)						-7.85										
備 考	総合計画 95 ページ 予算書 119 ページ															

平成30年度行政評価シート

■指標

種類	指 標 名	単 位		H30年度	R01年度	R02年度
活動 指標	PRイベント等実施回数	回	目標	8.00	9.00	9.00
	一般消費者等に対する、結城産農産物のPRイベント等の実施回数		実績	10.00	0.00	0.00
			目標	0.00	0.00	0.00
			実績	0.00	0.00	0.00
成果 指標	結城産農産物購入者数及び試食者数	人	目標	0.00	0.00	1,000.00
	PRイベント等における結城産農産物の購入者数及び試食提供者者の人数		実績	0.00	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振興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、結城産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、新たな担い手確保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	各農業関係者が対等の立場で参画しつつ、市が主体となり結城産農産物の更なる消費拡大対策を推進することで、市内生産者や農業協同組合の意欲向上等が図れるため、妥当である。
	手段の妥当性	A 妥当である	農産物の消費拡大対策の推進には農業関係者の信用を得ることが重要であり、市内外において積極的にPR企画を協働で実施することは妥当である。
効率性	コストの効率性・人員効率	B どちらとも言えない	協働の考えのもとで、市内生産者や農業協同組合、各農業団体等とより一体的に事業を進めることにより、コストの効率性や人員効率が良くなる。
公平性	受益者の偏り	A 偏りは見られない	一般消費者及び市内生産者等を対象とした事業内容である。また、結城産農産物全般についてPR等を実施するので、公平性は保たれている。
有効性	成果向上の余地	A 上がっている	PR活動において、「今年も買いに来た」「結城産は美味しい」等の声を直接聞いており、有効性は高い。
進捗度	事業の進捗	A 順調である	結城産農産物の更なる消費拡大や認知度向上を図るため、地産地消推進や販売促進の取組をより進める必要がある。
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			
各関係者の協働によるPR活動を強化することにより、生産者や農業協同組合等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を目的として、6次産業化（農産物加工品等の開発）や農泊、グリーンツーリズム等をより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			
各農業関係者や庁内企画広報関係課との更なる協働・連携を促し、関係者一体となって事業を進めていく。			

■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
改革・改善の具体的内容（改革案・実行計画） 農業の振興や活性化を図るために、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消費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とともに、効果を計測する。
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
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。