

# 平成30年度さいたま市外部評価委員会（第4回）

## 次第

日時 平成30年7月6日（金）

13時30分～

場所 エコ計画浦和ビル3F 西会議室

### 1 開会

### 2 議題

#### (1) 事業についての意見交換

5. 地産地消事業

6. 地場産農産物の農商工連携やブランド化の推進

### 3 閉会

#### 〔 配付資料 〕

資料1	【施策展開】「都市農業の振興」
資料2	施策を意識した事業についての意見交換の進め方
資料3-1	「5. 地産地消事業」
資料3-2	「6. 地場産農産物の農商工連携やブランド化の推進」
参考1	平成30年版さいたま市農情報ガイドブック「トレトリ」
参考2	さいたま市のヨーロッパ野菜リーフレット
参考3	平成29年度版さいたま市の農業
参考4	GAP説明資料

# 資料1 【施策展開】都市農業の振興

分野	産業・経済	活力ある地域産業を育てる環境の整備		
	指標項目	実績		目標
成果指標		25年度	29年度	32年度
	経営状況が安定している企業数 (法人市民税法人税割額の納税義務者数)	10,430社 * 23年度	13,187社 * 28年度	12,460社
	普段の買物を主に市内商店(街)で行う市民の割合	83.50%	82.10%	88%
	★市内産農産物を買いたいと思う市民の割合	83.40%	80.40%	90%
現状と課題	<p>本市の農業に関しては、全国的な傾向と同様に、農家人口の減少や従事者の高齢化、後継者の不足、農地の減少が進み、依然として厳しい状況にあります。食の安全・安心の確保、災害時の避難場所や延焼遮断等の防災機能、農業体験等を通じた市民相互及び農業者とのコミュニケーションの形成など、農業・農地が果たしている多面的役割が、将来にわたり持続的に発揮されるよう、地域ぐるみで農業を守り支えていく必要があります。また、より多くの市民が安心して地元の農産物を購入できるよう、地産地消の拡大に向けた総合的な取組を進める必要があります。</p>			
目指す方向性	地域産業の足腰を強化するための基盤づくりと活性化に取り組みます。			
施策展開	<p>都市農業の振興</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ 計画的な土地利用の推進や生産基盤の整備、遊休農地の解消などにより、優良農地の確保と有効利用に努めるとともに、市民農園の整備など、市民が農業にふれあう機会の拡大を図ります。</li> <li>❖ 認定農業者や就農希望者への支援などにより、意欲ある担い手の確保・育成を進めるほか、農業経営安定化に向けた支援に取り組みます。</li> <li>❖ 地産地消の推進に向け、新鮮さや安全性に優れた農産物の生産とそのブランド化を進めます。</li> </ul>			
事業	農業生産基盤整備推進事業			
	都市農業担い手育成事業			
	★地産地消事業			
	市場活性化事業			
	★地場産農産物の農商工連携やブランド化の推進			

## 資料 2 施策を意識した事業についての意見交換の進め方

- ①事業を所管する課より概要説明（約10分）
- ②委員から所管課に対して、事実確認の質疑（約20分）
- ③事業の問題点と改善案等について、アイデアの書出し（約10分）
- ④アイデアを委員会全体で共有（約50分）
  1. 各委員からアイデアの意図について発言
  2. 委員会のアイデア全体を構造化（意見のまとめ）
  3. 所管課が委員会の意見まとめに対して、コメント

### 1 事業概要（背景・目的・事業費）

〔背景〕  
 ○市内産農産物を買いたいと思う市民の割合が8割と、多くの市民が求めている状況であり、地産地消の推進は必要性の高い取組といえる。  
 ○さいたまブランドを確立することで付加価値を高め、農業経営の競争力を高める必要がある。  
 ○安全・安心な農産物の生産を行う基準であるGAP認証の取得について、費用面の課題がある。

〔目的〕  
 ○地産地消の推進及び地元生産者と都市住民との交流促進  
 ○地場産農産物の魅力を高めるため、農産物のブランド化を推進すること

〔事業費〕  
 ○6,921千円

### 2 事業イメージ

#### ブランド化事業

- 紅赤を使ったお菓子等の加工品開発
- イベントでの市内産農産物PR



紅赤を使ったスイーツ 市内イベントでの紅赤PR

#### 地場産農産物の普及啓発

- 農情報ガイドブックの発行
- 地場産農産物料理講習会



農情報ガイドブック「トレトリ」

#### 農業交流施設

- 整備候補地周辺での農産物直売イベント実施



農産物直売イベント

#### GAP取得支援事業

- GAP取得支援の補助事業
- 情報提供、啓発

・地場産農産物の魅力向上

・地元生産者と都市住民の交流

・安全・安心な農産物の生産支援

### 3 具体的な事業内容

- 農情報ガイドブック「トレトリ」作成・配布
  - 地場産農産物料理講習会
  - 特別栽培農産物※への取組支援
  - ブランド化農産物を活用した加工品開発・販売支援
  - GAP取得支援事業
  - 農業交流施設整備
- ※特別栽培農産物…農薬使用回数、化学肥料窒素使用量の双方を、地域で行われている慣行的な栽培と比較して50%以上削減して栽培された農産物

### 4 事業の結果

- ブランド化農産物「紅赤」の知名度向上が寄与し、加工品開発事業所数は、4年間で7事業所増えた。
- 農業交流施設については、候補地の選定などに時間を要したため、供用開始時期が変更となったが、整備に向けた機運を醸成するため、候補地周辺において農産物直売イベントを10回開催した。

### 5 内部評価（成果指標への有効性・貢献度等）

- 〔成果指標への有効性・貢献度〕  
 ○以下の取組を実施し、成果指標「市内産農産物を買いたいと思う市民の割合」に貢献
- ・トレトリによる直売所や特産品の情報周知
  - ・地場産農産物料理講習会で地元生産者と都市住民の交流を図ることによる市内産農産物のPR
  - ・農業祭や百貨店での朝市等のイベントにおいて、紅赤をPRし農産物の魅力向上に寄与
- 〔組織連携により効果的かつ効率性の高い取組を実施〕  
 ・保育課と連携し、市内64の保育園で紅赤を使った給食を提供したことにより、市民の認知度向上を図るとともに、広報に要する費用を縮減
- 〔事業の執行過程で判明した課題〕  
 ○農業交流施設開設を含めた農産物のPR活動の充実  
 ○市内生産者のGAP認証取得の推進  
 ○ブランド化農産物の安定供給

### 6 今後の方向性

- 成果指標の目標値（平成32年度90%）を目指して、農業交流施設整備候補地周辺での農産物直売イベントをはじめとした広報活動を充実させ、多くの市民に市内産農産物を周知していく。
- 安全・安心は、市内産農産物のイメージ向上に大きく寄与するため、意欲的な生産者に向けた支援や情報提供・啓発を行うことにより、平成32年度までにGAP認証取得11件を目指す。
- 技術的指導等の生産支援によるブランド化農産物の品質向上と安定供給を図る。



### 1 事業概要（背景・目的・事業費）

〔背景〕

- さいたまブランドを確立することで付加価値を高め、農業経営の競争力を高める必要がある。
- 東京2020大会の食料調達基準にGAP認証の取得が要件となったことから、農林水産省でGAP取得拡大支援事業や、GAP普及に向けた施策が展開されているほか、市町村においてもGAP普及に向けた取組を行っている。
- GAP認証の取得について、費用面の課題がある。

〔目的〕

- 地場産農産物の魅力を高めるため、農産物のブランド化を推進すること

〔事業費〕

- 6,587千円

### 2 事業イメージ

#### ブランド化事業

##### さいたま市のブランド農産物



紅赤(べにあか)



くわい



チコリー



ヨーロッパ野菜

- ・市の魅力として広く消費者へPR
- ・地場産農産物の魅力向上

- 紅赤を使ったお菓子等の加工品開発
- イベントでの市内産農産物PR

新たなブランド農産物や、ニーズのある農産物の確立



花や植木、ホップなど...

#### GAP取得支援事業（※）

- GAP取得支援の補助事業
- 情報提供、啓発

安全・安心な農産物の生産支援

※GAPとは？

(Good Agricultural Practice=農業生産工程管理)

食品安全、環境保全、労働安全に配慮した農業を目指す取り組みのこと。第三者の認証を得ることで、流通段階の付加価値を高めることにつながる。

### 3 具体的な事業内容

- ブランド化農産物を活用した加工品開発・販売支援（企業や店舗への加工品用材料の配布や連携による直売イベントの開催、店舗でのPR等）
- GAP取得支援事業
- 花植木ブランド化市場調査

### 4 事業の結果

- ブランド化農産物を活用した加工品の販売店舗数は、目標通り1店舗増加している。
- GAPの取得を支援するため、認証に係る審査費用や、研修費、備品の購入等に係る費用の補助体制を整えた。
- 市内産花植木のPR施策策定の際に活用するため、市民3,000名を対象とした花植木ブランド化市場調査を実施した。

### 5 内部評価（成果指標への有効性・貢献度等）

〔成果指標への有効性・貢献度〕

- 以下の取組を実施し、成果指標「市内産農産物を買いたいと思う市民の割合」に貢献
  - ・紅赤を活用した商品開発及びPR事業の実施
    - ブランド化農産物の商品開発のため、試作を希望する3店舗へ、原材料となる「紅赤」を配布し、パンとシフォンケーキの2商品の商品化が実現した。
    - 農業祭での紅赤に関する加工品の販売や、新年名刺交換会での加工品の配布、試食
    - 百貨店で行ったイベントにおいて、先着100名に紅赤を配布
    - 学生と連携し、市内直売所において紅赤の試食配付及びアンケートの実施
    - 市内64の保育園で紅赤を使った給食の提供及びPRグッズの配布
  - ・ヨーロッパ野菜をPRするため、小売店での販売フェアに際し、展示用野菜を提供
  - ・さいたま市産の花をPRするため、市内でのイベント、百貨店等において花の展示
  - ・くわい、チコリーの生産者団体のPR事業に対する補助
  - ・農業者向けにGAPについての勉強会を実施
- 〔事業の執行過程で判明した課題〕
  - 農産物のPR活動の充実
  - 市内生産者のGAP認証取得の推進
  - ブランド化農産物の安定供給

### 6 今後の方向性

- 成果指標の目標値（平成32年度90%）を目指して、紅赤発祥120周年記念イベントをはじめとした広報活動を充実させ、引き続き、多くの市民に市内産農産物をPRする。
- 安全・安心は、市内産農産物のイメージ向上に大きく寄与するため、意欲的な生産者に向けた支援や情報提供・啓発を行うことにより、平成32年度までにGAP認証取得11件を目指す。
- 技術的指導等の生産支援によるブランド化農産物の品質向上と安定供給を図る。

## 施策情報

分野	産業・経済の分野	活力ある地域産業を育てる環境の整備			
目指す方向性	地域産業の足腰を強化するための基盤づくりと活性化に取り組みます。				
成果指標	指標項目	実績		目標	単位
		25年度	29年度	32年度	
	市内産農産物を買いたいと思う市民の割合	83.40	80.40	90.00	%

## Plan (計画)

施策展開	都市農業の振興						
事業	事業名		とりまとめ課	コード	倍増	成長	創生
	地産地消事業		農業政策課	5105	-	-	-
	関係課	農業政策課					
事業の対象	農業者、市民						
事業の目的	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地産地消の推進及び地元生産者と都市住民との交流促進</li> <li>・地場産農産物の魅力を高めるため、農産物のブランド化を推進すること</li> </ul>						
事業の内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ブランド化農産物を活用した加工品の開発支援・販売支援</li> <li>・特別栽培農産物の取組支援</li> <li>・農産物直売所や農業研修施設などが入る農業交流施設の整備</li> </ul>						
平成29年度の取組内容(計画時点)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市内特産農産物を使用した加工品の開発支援のため、原材料を配布して商品化を促進</li> <li>・農業交流施設整備に向け、機運を醸成するとともに、周辺農業者とのネットワークを構築するため、整備候補地周辺において農産物直売イベントを実施</li> </ul>						
平成29年度事業費(単位:円)	予算額(円)		割合	決算額(円)		割合	
	10,080,000		-	6,921,216		-	
財源内訳	一般財源	10,080,000	100%	6,921,216		100%	
	国庫支出金	0	0%	0		0%	
	県支出金	0	0%	0		0%	
	地方債	0	0%	0		0%	
	その他特定財源	0	0%	0		0%	
事業に関連する民間資金							

## Do (結果)

取組内容の実績	【実績】ブランド化農産物の商品開発事業所数 1事業所増(2増、1減) 農業交流施設の整備候補地周辺において、農産物直売イベント実施 10回					
	【未達成の取組】なし					
事業としての目標指標		評価	達成率	目標・実績	25年度末	29年度末
特別栽培農産物数	A	825%	目標	—	—	235件(12件増)
			実績	223件	322件(99件増)	
ブランド化農産物の商品開発事業所数	B	100%	目標	—	—	15事業所(7事業所増)
			実績	8事業所	15事業所(7事業所増)	
農業交流施設整備	C	80%	目標	—	—	供用開始
			実績	整備方針策定	農産物直売イベント実施	
			目標	—	—	
			実績	—	—	
			目標	—	—	
			実績	—	—	
			目標	—	—	
			実績	—	—	
目標指標別の評価理由						評価
1. 安全・安心な農産物への関心の高まりが、特別栽培農産物数の増加に寄与しました。 2. 紅赤の知名度向上とともに、商品開発事業所数が増加しています。 3. 農業交流施設については、候補地の選定などに時間を要したため、供用開始時期が変更となりました。						事業の達成度
						A

## ◎Check (評価)

事業を取り巻く外部要因の変化	本市の農業は、近年の急激な都市化の進展や社会情勢の変化に伴い、農家人口の減少、農業従事者の高齢化、農業後継者不足により厳しい状況におかれており、都市農業の利点を生かした高度集約的な農業の実現が求められています。	
事業の評価	定量的評価	定性的評価 (定量的評価が可能な項目は補足説明)
①成果指標への有効性・貢献度	—	農情報ガイドブック「トレトリ」で直売所や特産品情報を周知し、農産物の魅力アップに努めました。
②組織連携・PPP・協働	紅赤を使った給食を市内保育園64園で提供	紅赤の市民への定着のため、保育課と連携して、市内保育園で紅赤を使った給食を提供しました。
③効率性	—	百貨店での地産地消の取組と連携し、紅赤のPRを行うことにより、広報に要する費用の縮減につなげました。
④事業効果	—	—
⑤広報・周知活動等の結果	紅赤を紹介したHPコンテンツのアクセス数が平成27年度に比べ13%増	「さいたま市発祥のさつまいも「紅赤」のご紹介」ページのアクセス数が、平成29年度は平成27年度に比べ、13%増加し、興味・関心が高まっていると考えています。
⑥努力・工夫 (①～⑤以外の取組を記述)	農産物直売イベントを10回実施	農業交流施設は供用開始に至らなかったものの、地産地消の推進や地元生産者と都市住民の交流促進、施設の開設に向けた機運醸成のため、農産物直売イベントを10回実施しました。
⑦必要性	市内産農産物を買いたいと思う市民の割合 80% (H29)	安全・安心な農産物を多くの市民が求めている状況であり、地産地消の推進は必要性の高い取組であると考えています。



## Ⓐction(改善)

改善事項	■あり □なし
改善内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・成果指標の目標値(平成32年度90%)を目指して、農業交流施設整備候補地周辺での農産物直売イベントをはじめとした広報活動を充実させ、多くの市民に市内産農産物を周知していきます。</li> <li>・安全・安心は、市内産農産物のイメージ向上に大きく寄与するため、意欲的な生産者に向けた支援や情報提供・啓発を行うことにより、平成32年度までにGAP認証取得11件を目指します。</li> <li>・技術的指導等の生産支援によるブランド化農産物の品質向上と安定供給を図ります。</li> </ul>

## 施策情報

分野	産業・経済の分野	活力ある地域産業を育てる環境の整備			
目指す方向性	地域産業の足腰を強化するための基盤づくりと活性化に取り組みます。				
成果指標	指標項目	実績		目標	単位
		25年度	29年度	32年度	
	市内産農産物を買いたいと思う市民の割合	83.40	80.40	90.00	%

## Plan (計画)

施策展開	都市農業の振興					
事業	事業名	とりまとめ課	コード	倍増	成長	創生
	地場産農産物の農商工連携やブランド化の推進	農業政策課	5114	-	4-4	31308
	関係課	農業政策課				
事業の対象	農業者、農産物加工品販売業者等					
事業の目的	地場産農産物の魅力を高めるため、農産物のブランド化を推進すること					
事業の内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>ブランド化農産物をPRするためのイベント実施、販売促進事業及び加工品開発支援</li> <li>東京2020大会の食材調達基準であるGAPの取得支援</li> </ul>					
平成29年度の取組内容(計画時点)	<ul style="list-style-type: none"> <li>ブランド化農産物を活用した加工品開発・販売支援のため、原材料を配布して商品化促進</li> <li>GAP取得支援補助要綱整備</li> <li>花植木ブランド化市場調査</li> </ul>					
平成29年度事業費(単位:円)	予算額(円)	割合	決算額(円)	割合		
	9,516,000	-	6,587,496	-		
財源内訳	一般財源	9,516,000	100%	6,587,496	100%	
	国庫支出金	0	0%	0	0%	
	県支出金	0	0%	0	0%	
	地方債	0	0%	0	0%	
	その他特定財源	0	0%	0	0%	
事業に関連する民間資金						

## Do (結果)

取組内容の実績	【実績】ブランド化農産物の加工品販売店1件増、GAP取得支援補助要綱整備、花植木ブランド化市場調査実施					
	【未達成の取組】なし					
事業としての目標指標	評価	達成率	目標・実績	25年度末	29年度末	
①ブランド化農産物の加工品販売店舗数	B	100%	目標	—	1件増	
			実績	—	1件増	
			目標	—		
			実績			
			目標	—		
			実績			
			目標	—		
			実績			
			目標	—		
			実績			
目標指標別の評価理由						評価
ブランド化農産物「紅赤」の知名度が向上したことにより、加工品開発を行う店舗が増え、目標達成につながったと分析しています。						事業の達成度
						B



## Check (評価)

事業を取り巻く外部要因の変化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・紅赤は、平成30年に発祥120周年を迎えるため、川越市や三芳町と連携して「紅赤120周年記念事業」を行います。</li> <li>・東京2020大会の食料調達基準にGAP取得が要件となったことから、農林水産省でGAP取得拡大支援事業やGAP普及に向けた施策が展開されているほか、市町村においてもGAP普及に向けた取組を行っています。</li> </ul>	
事業の評価	定量的評価	定性的評価（定量的評価が可能な項目は補足説明）
①成果指標への有効性・貢献度	—	ブランド化農産物の商品開発のため、試作を希望する3店舗へ原材料となる紅赤を配布し、パンとシフォンケーキの商品化が実現しました。こうした取組により、市内産農産物のPRを進めています。
②組織連携・PPP・協働	大学、保育課、百貨店2店舗と連携	学生による試食配付や保育園での給食の提供、百貨店における地産地消の取組との連携を行うことにより、市民の認知度向上を図りました。
③効率性	—	—
④事業効果	—	大学や保育園といった教育機関との連携により、若い世代に地域の食文化を伝えることができ、食育に貢献しました。
⑤広報・周知活動等の結果	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>・くわいやチコリーの生産者団体によるPR活動を支援しました。</li> <li>・市内産の花をPRするため、イベント等で花の展示を行いました。</li> </ul>
⑥努力・工夫 (①～⑤以外の取組を記述)	—	GAPの取得を支援するため、認証に係る審査費用や、研修費、備品の購入等に係る費用の補助体制を整えました。
⑦必要性	市内産農産物を買いたいと思う市民の割合 80% (H29)	安全・安心な農産物を多くの市民が求めている状況であり、地産地消の推進及びブランド化の推進は必要性の高い取組みであると考えています。



## Action (改善)

改善事項	<input checked="" type="checkbox"/> あり <input type="checkbox"/> なし
改善内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・成果指標の目標値（平成32年度90%）を目指して、紅赤発祥120周年記念イベントをはじめとした広報活動を充実させ、引き続き、多くの市民に市内産農産物をPRします。</li> <li>・安全・安心は、市内産農産物のイメージ向上に大きく寄与するため、意欲的な生産者に向けた支援や情報提供・啓発を行うことにより、平成32年度までにGAP認証取得11件を目指します。</li> <li>・技術的指導等の生産支援によるブランド化農産物の品質向上と安定供給を図ります。</li> </ul>